

کهن

مجله بین المللی اختصاصی صنعت نساجی ایران
دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
سال ۱۸. شماره ۹۹. بهمن ۱۴۰۴. قیمت ۸۰۰۰۰ تومان

سال نو مبارک



BECHMANN
AUTOMATION GmbH



محصولات بی همتا
تولید بدون وقفه
دستگاه های ارزنده
خدمات و پشتیبانی ممتاز ما
تقدیم به شما



رمز ماندگاری ما، موفقیت شما است.



NedTex Co, Ltd

نماینده گی و پشتیبانی در ایران

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

WINNERS@NedTex.biz





فرش بهشتی
Beheshti Carpet

بهشتی به وسعت ایران؛ برای خانه تو

WWW.BEHESHTICARPET.COM +9821-41173

Beheshticarpet



فرش شاه رخ

The most finely
woven hand look rugs

ریزبافت ترین فرش ماشینی

دستبافت گونه در جهان

کاشان، شهرک صنعتی راوند

www.shahrokhcarpet.co

09133605992 ۰۳۱-۵۵۸۵

+989309109500



فرش پرشین مشهد

MASHHAD PERSIAN CARPET
SINCE 1384

PERSIAN
CARPET

بَهشت زیر پاشماست

آدرس کارخانه:

مشهد، شهرک صنعتی توس، فاز یک

تلفن: ۳۱۴۸ - ۵۱



www.Mashhadpersiancarpet.com



Farsh.Persian.Mashhad

جهان زیباتر می‌شود، وقتی آرامش در وجود
تمامی موجودات جریان داشته باشد.

OYAZ
TEXTILE



فهرست

۸	مصاحبه با مهندس رضا معتمدی، مدیرعامل گروه مهندسی و بازرگانی معتمدتکس و معرفی تکسورا؛ اولین دستیار هوشمند نساجی
۱۴	فرش ماشینی؛ صنعتی بزرگ شده با تورم
۲۰	صنعت نساجی ایران متوقف نمی‌شود؛
۲۸	صنعت نساجی ایران میان ظرفیت‌های پنهان و زخم‌های سوءمدیریت
۳۲	اوکوتکس® به‌سوی رهگیری دیجیتال پنبه ارگانیک
۳۶	۲۰۲۶ ICFE؛ گامی بلند برای بازگرداندن استانبول به مرکز جهانی تجارت فرش
۴۴	حضور فرش شاهرخ کاشان در نمایشگاه استانبول با رونمایی از سه کالکشن جدید صادرات‌محور



۴۹

نمایشگاه ۲۰۲۶ IFCO
استانبول؛ نقطه تلاقی مد،
طراحی و تجارت جهانی پوشاک



۵۱

نقش آفرینی بانک توسعه
صادرات در موفقیت جهانی
ظریف مصور

مجله نساجی کهن
مجله بین‌المللی اختصاصی صنعت نساجی ایران
دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع‌رسانی
سال ۱۸، شماره ۹۹، بهمن ۱۴۰۴

۵۴

رقابت نابرابر در بازار فرش ایران: وقتی فرش افغان به اسم ایرانی فروخته می‌شود و فرش اصیل زمین می‌ماند

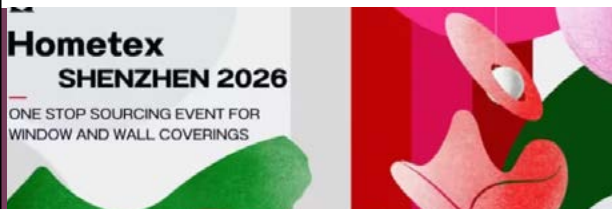
۶۱

وقتی کیفیت نهایی فرش در خط فینیشینگ تعیین می‌شود

۶۹

یزد؛ آماده برای پانزدهمین دوره نمایشگاه صنعت نساجی و پوشاک

۷۴



۲۰۲۶ HOMETEX SHENZHEN؛ نقطه اتصال جهانی صنعت پرده، پوشش‌های پنجره و دیوار

۷۹

جذب ۱۰ همت سرمایه‌گذاری خارجی در نساجی خوی؛ منطقه آزاد مشترک وارد فاز عملیاتی شد

۸۴



صادرات ۲۲۷ میلیون دلاری فرش ماشینی ایران در ۹ ماهه نخست سال ۱۴۰۴

۸۶

بحران مواد اولیه، پاشنه آشیل فرش پلی‌پروپیلن ایران

۹۰

سایه نااطمینانی و تنش‌های منطقه‌ای، صنعت نساجی و فرش ماشینی در وضعیت انجماد

صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر: بهنام قاسمی

مدیر بازرگانی و روابط عمومی: محبوبه قایدی
نویسندگان و همکاران این شماره: دکتر امیررضا باوذر - مهندس قاسم حیدری - کامبیز مقراضی - دکتر کامران داوری نیکو رایزن - احسان اکرامی
امور تبلیغات: الهام حبیبی
طراحی و صفحه آرا: سحر عصار

وب سایت: www.kohanjournal.com

پست الکترونیک: info@kohanjournal.com

آدرس: تهران صندوق پستی ۱۶۷۶۵-۴۶۵

چاپخانه: چاپ دیجیتال ایران کهن

• مجله نساجی کهن در انتخاب و ویرایش مطالب ارسالی آزاد می‌باشد.

• استفاده از مطالب و تصاویر مجله مهن با ذکر منبع بلامانع است.

• مجله نساجی کهن آماده دریافت و انتشار مقالات و دیدگاه‌های صاحب نظران، همکاران و کارشناسان صنعت فرش ماشینی و نساجی و نیز کارشناسان حوزه اقتصادی می‌باشد.

• مطالب ترجمه شده ارسالی باید با یک نسخه از متن اصلی همراه باشد.

• نظرات طرح شده در مقالات و مصاحبه‌ها لزوماً دیدگاه مجله نساجی کهن نمی‌باشد.

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

www.instagram.com/kohanjournal



مصاحبه با مهندس رضا معتمدی، مدیرعامل گروه مهندسی و بازرگانی معتمدتکس و معرفی تکسورا: اولین دستیار هوشمند نساجی

تکسورا به عنوان پلتفرمی طراحی شد که با ترکیب دانش تخصصی نساجی و فناوری پیشرفته، به کسب و کارها پاسخ‌های دقیق ارائه دهد، راه‌حل‌های کاربردی پیشنهاد کند و در صورت نیاز، مشاوره صوتی و یا تحلیل‌های فنی تولید و آزمایشگاهی در اختیار آن‌ها قرار دهد. این پلتفرم مانند راهنمایی است که کسب و کارهای نساجی را در مسیر موفقیت هدایت می‌کند.

۲. گروه معتمدتکس سال‌هاست که در صنعت نساجی نامی شناخته شده است. چه عاملی شما را به سمت توسعه یک پلتفرم دیجیتال مانند تکسورا سوق داد؟

گروه معتمدتکس همواره با ارائه خدماتی نظیر مشاوره و آموزش‌های عملی، به فعالان صنعت نساجی خدمت‌رسانی کرده است.

تکسورا ابزاری نوآورانه است که با بهره‌گیری از فناوری‌های پیشرفته، به ویژه هوش مصنوعی، به کسب و کارهای فعال در صنعت نساجی کمک می‌کند تا چالش‌های خود را برطرف کرده و به موفقیت‌های بزرگ‌تری دست یابند.

۱. داستان شکل‌گیری تکسورا چیست؟ چه نیازی در صنعت نساجی شما را به خلق این پلتفرم سوق داد؟

ایده تکسورا از سال‌ها تجربه گروه معتمدتکس در صنعت نساجی نشأت گرفت. ما در طول فعالیت خود مشاهده کردیم که بسیاری از کسب و کارهای نساجی، به ویژه کسب و کارهای کوچک یا تازه‌تأسیس، به دلیل نبود دسترسی به مشاوره تخصصی، هزینه‌های بالای خدمات مشاوره و اطلاعات قدیمی با مشکلات متعددی روبه‌رو هستند.

این چالش‌ها ما را به فکر ایجاد راه‌حلی مدرن و کارآمد انداخت. با پیشرفت فناوری هوش مصنوعی، تصمیم گرفتیم از این ظرفیت برای ارائه مشاوره‌ای هوشمند و در دسترس استفاده کنیم.



اما با تحولات سریع دنیای فناوری و نیاز روزافزون به دسترسی گسترده‌تر به دانش تخصصی، تصمیم گرفتیم گامی نوآورانه برداریم.

در یکی از جلسات داخلی، این پرسش مطرح شد که چرا دانش و تجربه معتمدتکس را به شکلی گسترده‌تر و با استفاده از فناوری روز در اختیار همگان قرار ندهیم؟ دنیای امروز نیازمند راه‌حلهایی است که با سرعت تغییرات هماهنگ باشد.

به یاد دارم که یکی از مشتریان قدیمی با ما تماس گرفت و گفت که به دلیل دوری مسافت، امکان مراجعه حضوری به دفتر ما را ندارد، اما به مشاوره‌های ما نیاز مبرم دارد. این موضوع جرقه‌ای بود که محدودیت‌های روش‌های سنتی را به ما نشان داد.

از این رو، تیمی متشکل از متخصصان نساجی، برنامه‌نویسان و طراحان تجربه کاربری تشکیل دادیم تا تکسورا را خلق کنیم؛ پلتفرمی دیجیتال که دانش معتمدتکس را با فناوری روز درهم آمیزد و به کسب‌وکارها امکان دسترسی آسان به خدمات تخصصی را در هر زمان و مکان فراهم کند.

این حرکت نه تنها ما را به آینده صنعت نزدیک‌تر کرد، بلکه راهی نو برای توسعه صنعت نساجی گشود.

۳. تکسورا چه مشکلاتی را برای کسب‌وکارهای نساجی حل می‌کند و چه ویژگی‌هایی آن را از مشاوره‌های سنتی متمایز می‌کند؟

تکسورا برای رفع چالش‌های کلیدی صنعت نساجی، از جمله دسترسی دشوار به مشاوره تخصصی، هزینه‌های بالا و کمبود اطلاعات به‌روز طراحی شده است.

این پلتفرم به‌عنوان یک دستیار هوشمند ۲۴ ساعته عمل می‌کند که پاسخگوی نیازهای کسب‌وکارها، به‌ویژه آن‌هایی است که منابع محدودی دارند.

ویژگی متمایز تکسورا، دسترسی سریع و مقرون‌به‌صرفه به مشاوره است. برخلاف روش‌های سنتی که نیازمند تعیین وقت یا هزینه‌های بالا هستند، تکسورا با هوش مصنوعی خود و تحلیل‌های کارشناسانه تیم معتمدتکس پاسخ‌های فوری و دقیق ارائه می‌دهد.

همچنین، منابع آموزشی آنلاین و مقالات تخصصی تهیه شده در گروه معتمدتکس در کنار این پلتفرم، مانند گنجینه‌ای از دانش، همیشه در دسترس کاربران است.

۴. تکسورا چگونه از فناوری‌های پیشرفته مانند هوش مصنوعی برای کمک به کسب‌وکارهای نساجی استفاده می‌کند؟

هوش مصنوعی، هسته اصلی تکسورا را تشکیل می‌دهد. این سیستم با استفاده از الگوریتم‌های یادگیری ماشین و اطلاعات مشاوره‌ای که ما در اختیارش قرار داده‌ایم، داده‌های گسترده صنعت نساجی را تحلیل می‌کند.

۶. بزرگ‌ترین چالش در توسعه تکسورا چه بود و چگونه آن را برطرف کردید؟

توسعه تکسورا با چالش‌های متعددی همراه بود. مهم‌ترین مانع، ایجاد هوش مصنوعی‌ای بود که بتواند به سؤالات پیچیده کاربران پاسخ‌های دقیق و کاربردی ارائه دهد. در مراحل اولیه، سیستم تنها قادر به ارائه پاسخ‌های ساده بود و در برابر سؤالات پیچیده، کاربران را سردرگم می‌کرد.

برای رفع این مشکل، تیمی از متخصصان هوش مصنوعی را به کار گرفتیم و سیستم را با داده‌های گسترده صنعت نساجی آموزش دادیم. با بهره‌گیری از تکنیک‌های پردازش زبان طبیعی، هوش مصنوعی را به گونه‌ای تنظیم کردیم که پاسخ‌هایی طبیعی و دقیق به سه زبان ارائه دهد.

۷. تکسورا چگونه مقاومت صنعت نساجی در برابر فناوری‌های جدید را کاهش می‌دهد؟

مقاومت در برابر فناوری‌های جدید، چالشی رایج در صنعت نساجی است. تکسورا با ارائه مشاوره رایگان، انتشار محتوای آموزشی در شبکه‌های اجتماعی و طراحی رابط کاربری ساده و کاربرپسند، این مقاومت را کاهش داده است.

این پلتفرم به گونه‌ای طراحی شده که حتی کاربران با دانش فنی محدود نیز بتوانند به راحتی از آن استفاده کنند. این اقدامات به فعالان صنعت نشان داده که فناوری می‌تواند ابزاری کارآمد و در دسترس برای بهبود کسب‌وکارشان باشد.

۸. تکسورا چه تأثیری بر بهره‌وری و سودآوری کارخانجات نساجی دارد؟

پاسخ‌ها به زبان ساده و به‌ویژه به فارسی ارائه می‌شوند تا برای کاربران ایرانی کاملاً قابل فهم باشند. البته این پلتفرم به زبان‌های انگلیسی و ترکی هم گسترش داده شده و در حال حاضر برای صنعتگران در کشورهای همسایه هم قابل استفاده است.

علاوه بر این، تکسورا می‌تواند با کمک به تحلیل داده‌ها، بهینه‌سازی فرآیندهای تولید، کاهش ضایعات و آگاهی از روندهای جدید صنعت را تسهیل کند.

شما می‌توانید سؤالات خود را به صورت متن و یا صوت از دستیار هوش مصنوعی تکسورا بپرسید و در کمترین زمان ممکن پاسخ سؤالات خود را دریافت کنید و همچنین می‌توانید با استفاده از قابلیت پردازش تصویر این دستیار، راه‌حلیتان را تنها با آپلود تصویر نمونه و یا محصول خود دریافت کنید.

۵. تجربه یک کسب‌وکار کوچک نساجی از لحظه ورود به وبسایت تکسورا تا دریافت مشاوره چگونه است؟

کاربری که وارد پلتفرم تکسورا می‌شود، با رابط کاربری مدرن، ساده و جذابی مواجه می‌شود که برای همه، حتی افرادی با دانش محدود فناوری، قابل استفاده است.

در گام نخست، کاربر می‌تواند سؤال مربوطه را در بخش چت هوش مصنوعی به صورت متن، صوت و یا تصویر مطرح کند. برای مثال، اگر بپرسد: «چگونه پارچه‌هایم را نرم‌تر کنم؟»

هوش مصنوعی با زبانی ساده پیشنهادهایی مانند استفاده از نرم‌کننده‌های خاص یا تنظیم دمای شست‌وشو ارائه می‌دهد. کاربران این پلتفرم می‌توانند به صورت نامحدود با دستیار هوش مصنوعی تکسورا صحبت کرده تا به پاسخ نهایی و دلخواه خود برسند.

آن‌ها همچنین می‌توانند با مراجعه به بخش‌های دیگر وبسایت گروه مهندسی و بازرگانی معتمدتکس به بسته‌های آموزشی یا مقالات تخصصی دسترسی پیدا کنند. این تجربه، مانند همراهی تیمی متخصص است که بدون نیاز به جابه‌جایی، در دسترس کاربر قرار دارد.

یکی از قابلیت‌های برجسته تکسورا، تحلیل آزمایشات اوستر (Uster) است که استاندارد جهانی برای ارزیابی کیفیت نخ و پارچه محسوب می‌شود.

این پلتفرم داده‌های مربوط به ناهمواری نخ، تعداد گره‌ها، ضخامت و سایر پارامترها را بررسی می‌کند و پیشنهادهایی برای تنظیم ماشین‌های ریسندگی ارائه می‌دهد تا کیفیت نخ بهبود یابد و ضایعات کاهش پیدا کند.

همچنین، در زمینه استحکام نخ، تکسورا گزارش‌های آزمایشگاهی را تحلیل می‌کند و عواملی مانند کشش، شکست و مقاومت در برابر سایش را ارزیابی می‌کند، که این تحلیل‌ها به تولیدکنندگان کمک می‌کند تا فرمولاسیون مواد اولیه را بهینه کنند و محصولاتی مقاوم‌تر و با دوام بیشتر تولید نمایند.

در حوزه بافت پارچه، تکسورا ساختار بافت را بررسی می‌کند و مشکلات احتمالی مانند نقص در تراکم تار و پود یا الگوهای نامنظم را تشخیص می‌دهد، که این امر کیفیت نهایی پارچه را افزایش می‌دهد و نرخ بازگشت کالا را کاهش می‌دهد.

علاوه بر این، تحلیل استحکام و ساییدگی پارچه بر اساس گزارش‌های تولید از ماشین‌ها انجام می‌شود؛ برای نمونه، تکسورا می‌تواند داده‌های تست Martindale (برای ساییدگی) یا تست کشش را پردازش کند و پیشنهادهایی برای تغییر در فرآیندهای بافندگی یا رنگرزی ارائه دهد تا پارچه‌ها در برابر استفاده روزمره مقاوم‌تر شوند.

تکسورا در حیطه‌های ریسندگی، بافندگی و رنگرزی نیز تحلیل‌های تخصصی ارائه می‌دهد: در ریسندگی، بر روی بهینه‌سازی سرعت ریسندگی و کنترل رطوبت تمرکز دارد تا بازدهی افزایش یابد؛ در بافندگی، الگوهای بافت را برای کاهش مصرف انرژی تحلیل می‌کند و در رنگرزی، ثبات رنگ و مصرف مواد شیمیایی را ارزیابی می‌کند تا هزینه‌ها کاهش یابد و محصولات سازگار با محیط زیست تولید شوند.



تکسورا به عنوان یک دستیار هوش مصنوعی پیشرفته، نقش کلیدی در تحول صنعت نساجی ایفا می‌کند و مستقیماً بر بهره‌وری و سودآوری کارخانه‌ها تأثیر مثبت می‌گذارد.

این پلتفرم با بهره‌گیری از الگوریتم‌های یادگیری ماشین و تحلیل داده‌های بزرگ، مشاوره‌های دقیق و به‌روز ارائه می‌دهد که به کسب‌وکارها کمک می‌کند فرآیندهای تولید را بهینه‌سازی کنند، کیفیت محصولات را ارتقا دهند و هزینه‌های عملیاتی را به طور قابل توجهی کاهش دهند.

برای مثال، تکسورا می‌تواند آمار تولید ماشین‌آلات را تحلیل کند و الگوهای ناکارآمد مانند توقف‌های غیرمنتظره یا کاهش سرعت را شناسایی کند، که این امر منجر به کاهش زمان توقف (downtime) و افزایش خروجی روزانه می‌شود.

ویژگی‌هایی داشت و شما خود را در کدام بخش آن می‌بینید؟

تکسورا مانند مشاوره باهوش، دلسوز و نوآور است که با صبر به نیازهای کاربران گوش می‌دهد و راه‌حل‌هایی کاربردی ارائه می‌دهد.

این پلتفرم هم‌زمان جسور و پیشرو است و از امتحان کردن راه‌های جدید نمی‌هراسد. من خود را راهبر این شخصیت می‌دانم. کسی که با تجربه و خلاقیت، مسیر رشد تکسورا را هدایت می‌کند و با افتخار شاهد تأثیر آن بر موفقیت کسب‌وکارهای نساجی است.

جمع‌بندی

تکسورا نه تنها یک دستیار هوشمند، بلکه گامی بزرگ در جهت تحول صنعت نساجی است. برای اطلاعات بیشتر، به وبسایت www.ditexora.ir یا بخش دستیار هوشمند گروه مهندسی و بازرگانی معتمدتکس مراجعه کنید و تجربه‌ای نوین در بهبود کسب‌وکار خود داشته باشید.

کاربران می‌توانند گزارش‌های تولید، نتایج آزمایشات نمونه، داده‌های نگهداری و تعمیرات ماشین‌ها (مانند logs تعمیراتی یا برنامه‌های پیشگیرانه) و سایر عوامل مؤثر بر افزایش تولید را به صورت عکس (مانند اسکرین‌شات از پنل ماشین‌ها یا گزارش‌های کاغذی اسکن‌شده) به تکسورا آپلود کنند.

سپس، این پلتفرم با استفاده از فناوری‌های تشخیص تصویر و پردازش زبان طبیعی، تحلیل جامع و کلی انجام می‌دهد.

در کل، این قابلیت‌ها نه تنها تصمیم‌گیری‌های هوشمندانه‌تری را امکان‌پذیر می‌کنند، بلکه کارخانه‌ها را قادر می‌سازند تا در بازار رقابتی نساجی، با محصولات باکیفیت‌تر و هزینه‌های پایین‌تر، موقعیت بهتری کسب کنند و سودآوری بلندمدت خود را تضمین نمایند.

۹. چشم‌انداز تکسورا برای پنج سال آینده چیست؟

چشم‌انداز ما، تبدیل تکسورا به مرجع اصلی مشاوره نساجی در ایران و سپس در جهان است. هدف ما ایجاد اکوسیستمی جامع است که شامل دستیار هوشمند، آموزش‌های آنلاین، شبکه‌سازی بین فعالان صنعت و فرصت‌های تجاری مانند دسترسی به بازارهای بین‌المللی باشد.

با تقویت هوش مصنوعی، تکسورا قادر خواهد بود روندهای بازار را پیش‌بینی کرده و تحلیل‌های پیشرفته ارائه دهد. همچنین، با همکاری دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی، محتوای آموزشی غنی‌تری ارائه خواهیم داد تا تکسورا به دانشگاهی آنلاین برای صنعت نساجی تبدیل شود.

۱۰. اگر تکسورا یک شخصیت بود، چه



شرکت مهندسی آرمان شیمی افروز



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

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

سالن ۸۳۱ - غرفه ۳۰

۱۲-۱۵ دی ماه ۱۴۰۴

محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران

تولیدکننده:

- انواع نرمکن‌های سیلیکونی (ماکرو و میکرو) و غیرسیلیکونی (خمیری و پرک)
- انواع نفوذدهنده‌ها (مقاوم در برابر قلیا، مرسریزه و ...)
- انواع عمق‌دهنده (سیلیکونی و غیرسیلیکونی)
- انواع ضدکف‌های سیلیکونی (مناسب برای شرایط تنش و pH مختلف) و غیرسیلیکونی
- انواع صابون‌ها (مقدمات، ریداکشن، حلال‌دار و ...)
- انواع آنزیم (آمیلاز، سلولاز و ...)
- گریدهای مختلف آهار به همراه مواد مکمل مربوطه (روغن آهار، واکس چله، پلی وینیل الکل، ...)
- دیسپرس‌کننده (پودری و مایع)
- یکنواخت‌کننده (دیسپرس، آگریلیک و ...)
- غلظت‌دهنده مصنوعی
- سختی‌گیر پودری
- آنتی‌میگريشن
- ضدشکنندگی
- پایدارکننده آب اکسیژنه
- آنتی‌استاتیک
- ریتاردر
- فیکسه‌کننده



۰۲۱-۴۱۹۹۴

۰۲۱-۸۸۰۰۶۰۰۱

 armanchemie

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



فرش ماشینی؛ صنعتی بزرگ شده با تورم

این ارقام اگرچه در نگاه اول قابل توجه به نظر می‌رسند، اما یک نکته مهم را آشکار می‌کنند: صادرات دلاری فرش ماشینی ایران در ده سال اخیر رشد معنادار و پایدار نداشته است.

این در حالی است که در همین دوره:

- نرخ ارز در بازار ایران بیش از ۳۰ برابر افزایش یافته
- هزینه‌های تولید، نیروی کار، انرژی، حمل و نقل و سرمایه‌گذاری به شدت رشد کرده‌اند

از منظر اقتصادی، صنعتی که در چنین شرایطی نتواند صادرات دلاری خود را افزایش دهد، با محدودیت ساختاری رشد مواجه است.

جهش نرخ ارز بدون جهش صادرات؛ مزیت قیمتی از دست رفته

در نظریه‌های تجارت بین‌الملل، کاهش ارزش پول ملی معمولاً باید به افزایش صادرات منجر شود؛ زیرا قیمت دلاری کالاها کاهش یافته و رقابت‌پذیری افزایش پیدا می‌کند. اما تجربه فرش ماشینی ایران خلاف این قاعده را نشان می‌دهد.

در سال‌های اخیر، صنعت فرش ماشینی ایران همواره به‌عنوان یکی از موفق‌ترین صنایع صادرات‌محور کشور معرفی شده است؛ صنعتی که از آن با عناوینی مانند «ارزآور»، «دارای تراز تجاری مثبت» و «پیشران صادرات غیرنفتی» یاد می‌شود.

آیا فرش ماشینی ایران واقعاً صنعتی قدرتمند و روبه‌رشد است، یا صرفاً در سایه تورم و جهش نرخ ارز بزرگ‌تر به نظر می‌رسد؟

برای پاسخ به این سؤال، باید از لایه تبلیغاتی عبور کرد و با منطق اقتصاد کلان و اقتصاد صنعت به اعداد نگاه کرد.

صادرات دلاری تقریباً ثابت؛ اولین نشانه توقف رشد

بر اساس آمارهای رسمی و اظهارات نهادهای صنفی، صادرات سالانه فرش ماشینی ایران طی حدود یک دهه اخیر به‌طور متوسط در محدوده ۲۸۰ تا ۳۵۰ میلیون دلار نوسان داشته است.

است و بنابراین این صنعت دارای تراز تجاری مثبت است.

این گزاره از نظر حسابداری صحیح است، اما از منظر تحلیل اقتصادی ناقص است.

در این محاسبه، مواردی مانند:

- استهلاك ماشین‌آلات
- هزینه‌های سنگین حضور نمایشگاهی
- هزینه‌های لجستیک و بازاریابی خارجی
- ریسک بازگشت ارز

کاهش حاشیه سود واقعی تولیدکنندگان به‌طور کامل لحاظ نمی‌شود. در نتیجه، تراز تجاری مثبت الزاماً به معنای صنعت قوی و پایدار نیست.

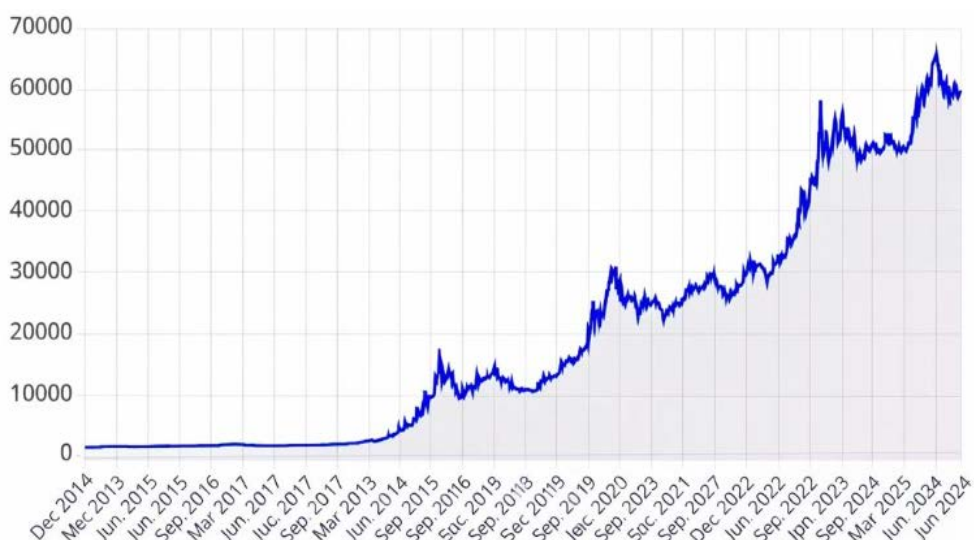
تمرکز صادرات در دست چند شرکت محدود

واقعیت دیگر این است که صادرات فرش ماشینی ایران عمدتاً در اختیار ۳۰ تا ۴۰ شرکت بزرگ متمرکز شده است.

همان شرکت‌هایی که بیشترین حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی را دارند، بیشترین سهم از بازارهای سنتی صادراتی را در اختیار گرفته‌اند و بخش عمده هزینه‌های نمایشگاهی را پرداخت می‌کنند.

برآوردها نشان می‌دهد سالانه حدود ۳۰۰ میلیارد تومان تنها صرف حضور نمایشگاهی در خارج از کشور می‌شود.

این ساختار نشان‌دهنده رشد شرکت‌محور و غیرسیستمی صنعت



با وجود جهش شدید نرخ ارز:

- صادرات دلاری رشد نکرده
- بازارهای جدید به‌طور جدی فتح نشده‌اند
- سهم ایران در بازار جهانی فرش ماشینی افزایش نیافته است

این وضعیت در اقتصاد با مفهوم سقف صادراتی شناخته می‌شود؛ یعنی صنعتی که حتی با کاهش قیمت نیز قادر به توسعه بازار نیست، زیرا مزیت‌های غیرقیمتی مانند برند، فناوری، طراحی و شبکه توزیع را در اختیار ندارد.

وابستگی وارداتی؛ ارزیابی خالص چقدر است؟

یکی از واقعیت‌هایی که کمتر در روایت‌های رسمی دیده می‌شود، وابستگی بالای صنعت فرش ماشینی به واردات است.

بر اساس اظهارات رسمی فعالان صنعتی:

- سالانه حدود ۷۰ تا ۱۰۰ میلیون دلار ارز صرف واردات می‌شود
 - شامل الیاف اکریلیک، جوت، مواد شیمیایی، رنگ، ماشین‌آلات و قطعات یدکی
- بنابراین، بخشی از صادرات اعلام‌شده در واقع بازگشت ارز نهاده‌های وارداتی است، نه ارزش افزوده خالص.

در تحلیل اقتصادی، معیار واقعی موفقیت یک صنعت صادراتی، ارزش خالص صادرات است، نه صرفاً رقم اسمی صادرات.

تراز تجاری مثبت؛ عدد درست، برداشت ناقص

اغلب به این نکته اشاره می‌شود که صادرات فرش ماشینی بیش از واردات آن



است؛ رشدی که لزوماً به توسعه پایدار کل زنجیره منجر نمی شود .

رشد اسمی یا رشد واقعی؟ خطای رایج تحلیل

یکی از خطاهای رایج در تحلیل صنعت فرش ماشینی، جایگزین کردن رشد اسمی با رشد واقعی است:

- صادرات ریالی افزایش یافته ✓
- صادرات دلاری تقریباً ثابت مانده ✗
- برند جهانی شکل نگرفته ✗
- سهم بازار بین‌المللی توسعه نیافته ✗

از دید اقتصاد توسعه، صنعتی که صرفاً همراه با تورم بزرگ می‌شود، الزاماً در حال پیشرفت نیست؛ بلکه فقط «گران‌تر» شده است.

جمع‌بندی: صنعت زنده، اما نه بالغ

فرش ماشینی ایران، صنعتی فعال و زنده است، اما هنوز صنعتی بالغ، نوآور و جهانی محسوب نمی‌شود و ارزآور است،

اما کمتر از آنچه در روایت‌های رسمی برجسته می‌شود بزرگ شده، اما عمدتاً در سایه تورم، نه توسعه واقعی.

فرش ماشینی ایران یک صنعت «بزرگ‌شده با تورم» است، نه «بزرگ‌شده با توسعه».

اگر قرار است این صنعت واقعاً قدرتمند شود، مسیر آن از:

- توسعه بازارهای جدید
- برندینگ بین‌المللی
- کاهش وابستگی وارداتی
- شکستن تمرکز صادرات
- می‌گذرد، نه صرفاً تکرار آمارهای اسمی و خوش‌بینانه.





کارخانه تولید الیاف مصنوعی مورد استفاده در صنعت نساجی در مزارشریف افتتاح شد

مهمی در توسعه زنجیره تأمین صنعت نساجی کشور ایفا کند.

در همین حال، مولوی نورالهادی ابو ادريس، معاون مقام ولایت بلخ، در جریان بازدید از این کارخانه اعلام کرد که رهبری ولایت متعهد است مشکلات صنعت کاران و سرمایه‌گذاران را از نزدیک بررسی کرده و با هماهنگی ادارات ذیربط، برای رفع چالش‌های موجود گام‌های عملی بردارد.

وی تأکید کرد که حمایت از سرمایه‌گذاری در بخش صنایع تبدیلی، به‌ویژه تولید الیاف مورد نیاز صنعت نساجی، می‌تواند نقش مؤثری در کاهش واردات، ایجاد اشتغال پایدار و تقویت اقتصاد محلی داشته باشد.

گفتنی است طی سال‌های اخیر، افغانستان در برخی حوزه‌های تولیدی از جمله پوشاک، صنایع غذایی و صنایع تبدیلی گام‌هایی رو به جلو برداشته است و راه‌اندازی کارخانه‌هایی از این دست می‌تواند مسیر خودکفایی صنعتی و توسعه پایدار اقتصاد ملی را هموارتر کند.

یک کارخانه بزرگ تولید الیاف مصنوعی مورد استفاده در صنعت نساجی با سرمایه‌گذاری نزدیک به یک میلیون دلار در شهر مزارشریف، مرکز ولایت بلخ، به بهره‌برداری رسید.

به گزارش خبرنگار رادیو دری، این کارخانه که توسط شرکت «الیاف المدینه» راه‌اندازی شده است، ظرفیت پروسس و تولید بیش از ۱۵ تُن الیاف مصنوعی در شبانه‌روز را دارد و به‌عنوان یکی از پروژه‌های قابل توجه در حوزه صنایع نساجی افغانستان شناخته می‌شود.

محمد یوسف غفوری، مسئول شرکت الیاف المدینه، با اشاره به اینکه سرمایه‌گذاری این پروژه به‌صورت کاملاً شخصی انجام شده، اظهار داشت: در راه‌اندازی این کارخانه تلاش شده است تا حداکثر استفاده از نیروی کار داخلی صورت گیرد و وابستگی به منابع خارجی به حداقل برسد.

به گفته وی، این واحد تولیدی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم برای صدها نفر فرصت شغلی ایجاد کرده و می‌تواند نقش



صنعت نساجی ایران در مسیر فاصله‌گیری خطرناک از جهان

وقتی دنیا به سمت بازیافت و اتوماسیون می‌رود، ما هنوز درگیر بدیهیات هستیم

در بسیاری از کشورها، بیش از ۶۰ تا ۷۰ درصد واحدهای مدرن نساجی به سیستم‌های ERP، مانیتورینگ لحظه‌ای تولید، ردیابی کیفیت و اتوماسیون پیشرفته مجهز هستند.

خطوط تولید با کمترین دخالت انسانی، با دقت بالا و مصرف انرژی بهینه کار می‌کنند. تصمیم‌گیری بر پایه داده انجام می‌شود، نه حدس و تجربه سنتی.

اما تصویر داخل کشور چه می‌گوید؟

در ایران، هنوز بخش قابل توجهی از انرژی مدیران صرف تأمین ماشین‌آلات ارزان، حل مسائل ارزی، یا جایگزینی تجهیزات قدیمی می‌شود.

در حالی که صنعت نساجی جهان وارد مرحله‌ای تازه از تحول شده، مرحله‌ای مبتنی بر پایداری، دیجیتال‌سازی و اتوماسیون کامل، شانه‌ها حاکی از آن است که صنعت نساجی ایران با سرعتی نگران‌کننده در حال فاصله گرفتن از استانداردهای جهانی است.

امروز در اروپا، شرق آسیا و حتی بسیاری از کشورهای در حال توسعه، مفاهیمی مانند Textile-to-Textile Recycling، اقتصاد چرخشی، کاهش مصرف آب، ردپای کربن، و تولید سبز دیگر شعار نیستند؛ بخشی از استراتژی صنعتی و الزام بازارند.

برندهای بین‌المللی تأمین‌کنندگان خود را بر اساس گواهی‌هایی مانند OEKO-TEX، استانداردهای زیست‌محیطی و سیستم‌های ردیابی داده ارزیابی می‌کنند.

کارخانه‌هایی که فاقد سیستم‌های کنترل کیفیت دیجیتال، مانیتورینگ انرژی و مدیریت داده هستند، عملاً از زنجیره تأمین جهانی حذف می‌شوند.

بدون این زیرساخت، ورود به بازارهای پیشرفته تقریباً غیرممکن خواهد بود.

نکته نگران‌کننده‌تر این است که فاصله فقط ثابت نیست؛ هر روز بیشتر می‌شود.

سرعت تحول جهانی بالا است. هوش مصنوعی وارد مدیریت تولید شده، رباتیک در بسته‌بندی و انبارداری نقش گرفته، و سیستم‌های هوشمند مصرف انرژی را بهینه می‌کنند.

اگر ما با همان سرعت حرکت نکنیم، فاصله به شکافی تبدیل خواهد شد که پر کردن آن بسیار پرهزینه یا حتی غیرممکن خواهد بود.

این یک پیش‌بینی بدبینانه نیست؛ یک هشدار واقع‌بینانه است.

صنعت نساجی ایران هنوز ظرفیت دارد: نیروی انسانی، تجربه تاریخی، برخی واحدهای مدرن و بازار منطقه‌ای. اما بدون یک تغییر جدی در نگرش، از تفکر «تولید ارزان» به «تولید هوشمند و پایدار»، مکان رقابت پایدار وجود نخواهد داشت.

سؤال اصلی این است:

آیا ما آماده‌ایم فرهنگ تولید خود را بازتعریف کنیم؟
یا همچنان می‌خواهیم با استانداردهای دیروز، در بازار فردا رقابت کنیم؟
اگر پاسخ روشن نباشد، آینده نیز روشن نخواهد بود.



بسیاری از کارخانه‌ها نه سیستم جامع داده دارند، نه استانداردهای بین‌المللی را جدی گرفته‌اند، و نه برنامه مشخصی برای کاهش مصرف آب و انرژی ارائه می‌کنند. در حالی که دنیا درباره «کربن صفر» صحبت می‌کند، ما هنوز درباره «بقا» مذاکره می‌کنیم.

مسئله فقط تکنولوژی نیست؛ مسئله منتالیتی صنعتی است.

تحول جهانی نساجی فقط خرید ماشین جدید نیست. تحول یعنی تغییر فرهنگ سازمانی، پذیرش شفافیت، حرکت به سمت تولید مسئولانه و سرمایه‌گذاری بلندمدت در تحقیق و توسعه.

بسیاری از واحدهای موفق جهانی، بخش R&D فعال دارند، همکاری دانشگاهی دارند، داده جمع‌آوری می‌کنند و بر اساس تحلیل عمل می‌کنند. در مقابل، در داخل کشور هنوز تصمیم‌گیری‌ها اغلب کوتاه‌مدت و واکنشی است.

موضوع پایداری نیز به‌درستی درک نشده است. بازیافت پارچه به پارچه (Textile-to-Textile) در اروپا به یک صنعت مستقل تبدیل شده، اما در ایران هنوز زیرساخت تفکیک، جمع‌آوری و پردازش ضایعات نساجی شکل نگرفته است.





صنعت نساجی ایران متوقف نمی‌شود؛

جناب آقای شاهین کاظمی،

نایب رئیس هیأت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران

امکان ایجاد یک بازه زمانی حدود یک هفته‌ای برای نمایشگاه نساجی فراهم شد.

«با توجه به چهار روز برگزاری، یک روز جمع‌آوری و دو روز آماده‌سازی، این تنها فرصت ممکن برای برگزاری نمایشگاه در سال جاری در محل دائمی نمایشگاه‌های تهران بود. گزینه‌های دیگر از جمله برگزاری در مکان‌های جایگزین یا در ماه رمضان برای ما مناسب نبود.»

وی همچنین اعلام کرد که از سال‌های آینده، زمان برگزاری نمایشگاه نساجی به فصل پاییز بازخواهد گشت و افزود: «به‌طور سنتی مهر و آبان زمان مناسبی برای نمایشگاه‌های تخصصی بوده و ان‌شاءالله سال آینده در یکی از این ماه‌ها میزبان فعالان صنعت نساجی و پوشاک خواهیم بود.»

کاظمی با اشاره به شرایط دشوار کنونی صنعت گفت: «امروز تقریباً همه صنایع جهان با چالش مواجه‌اند و صنعت نساجی ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست. علاوه بر چالش‌های جهانی، صنعت ایران در سال‌های اخیر با ناترازی انرژی، برق و گاز و امسال با مسائل ارزی روبه‌رو بوده است.»

با این حال، به گفته او، تکمیل فضای نمایشگاه در همان روزهای ابتدایی ثبت‌نام نشان داد که تولیدکنندگان بزرگ با وجود هزینه‌های سنگین، همچنان به آینده این صنعت امیدوارند.

در حاشیه نمایشگاه نساجی ایران‌تکس ۱۴۰۴ با تأکید بر نقش بنیادین این صنعت گفت: «صنعت نساجی صنعتی نیست که بتواند در ایران از بین برود.»

تا زمانی که جامعه ایرانی پابرجاست، نیازهای اولیه بشر شامل خوراک، پوشاک و مسکن وجود دارد و صنعت نساجی و پوشاک وظیفه تأمین این نیازها را با اولویت بازار داخلی و سپس صادرات به کشورهای همجوار بر عهده دارد.»

کاظمی با اشاره به تغییر زمان برگزاری نمایشگاه توضیح داد: «بر اساس تقویم اولیه، قرار بود نمایشگاه در مردادماه برگزار شود، اما به درخواست انجمن و با توجه به شرایط خاص دوره پس از جنگ، زمان برگزاری به تاریخ دیگری موکول شد.»

واقعیت این است که تهران بیش از یک مرکز نمایشگاهی اصلی ندارد و این مرکز در طول سال توسط صنوف مختلف رزرو می‌شود.»

به گفته وی، با وجود محدودیت‌ها، شرکت سهامی نمایشگاه‌ها و مجری نمایشگاه نهایت همکاری را انجام دادند و با جابه‌جایی فشرده سایر رویدادها،



کارخانه در دستان شماست.

کارخانه هوشمند، با محصولات فناوریانه جولا



Joula

۹-۶۶۹۵۵۴۷۷

@joulatech



قوانین جدید رقابت در بازار جهانی فرش: چرا دیگر کیفیت به تنهایی کافی نیست؟



کالا، بلکه بخشی از سبک زندگی تعریف می‌شود.

صنعت فرش ترکیه هدف‌گذاری سه میلیارد دلاری برای صادرات در سال ۲۰۲۶
لوکس آرام؛ زیبایی بدون فریاد

یکی از مهم‌ترین روندهای حال حاضر در دکوراسیون داخلی جهان، حرکت به سمت مفهومی است که از آن با عنوان «لوکس آرام» یاد می‌شود.

در این رویکرد، سادگی آگاهانه جایگزین پیچیدگی‌های اغراق‌آمیز شده است. رنگ‌ها آرام‌ترند، طرح‌ها نفس می‌کشند و بافت، نقش اصلی را ایفا می‌کند.

فرش‌هایی که در این فضا موفق‌اند، محصولاتی نیستند که جلب توجه کنند؛ بلکه آثاری هستند که در سکوت، کیفیت خود را اثبات می‌کنند.

این همان نقطه‌ای است که مینیمالیسم مدرن می‌تواند با ریشه‌های تاریخی فرش شرقی پیوند بخورد، اگر برندها زبان جدید این زیبایی‌شناسی را درست ترجمه کنند.

شخصی‌سازی هوشمند؛ وقتی داده جایگزین حدس می‌شود

تحول دیگر بازار، ورود جدی هوش مصنوعی به تجربه خرید فرش است. الگوریتم‌ها امروز قادرند سلیقه بصری کاربران را تحلیل کرده و از میان هزاران طرح، گزینه‌هایی دقیق و متناسب با روحیه، فضا و سبک زندگی آن‌ها پیشنهاد دهند.

بازار جهانی فرش در حال عبور از یک نقطه عطف تاریخی است. اگر تا چند سال پیش، مشخصات فنی مانند نوع نخ، تراکم، یا تکنیک بافت عامل اصلی تصمیم‌گیری خریداران بود، امروز این معادله به‌طور بنیادین تغییر کرده است.

مصرف‌کننده جهانی دیگر نمی‌پرسد «این فرش با چه نخی بافته شده؟»؛ سؤال اصلی این است:
این فرش چه حسی به من و فضای زندگی‌ام می‌دهد؟

این تغییر نگرش، قواعد بازی را برای تولیدکنندگان و برندهای فرش در سراسر جهان بازنویسی کرده است.

گذار از نمایش مهارت به انتقال احساس

صنعت فرش، به‌ویژه در کشورهایی با پیشینه عمیق تاریخی، سال‌ها بر قدرت تولید، مهارت بافتندگی و میراث فرهنگی تکیه داشته است. این مزیت‌ها همچنان ارزشمندند، اما دیگر کافی نیستند. بازار جهانی امروز، بیش از آنکه به «چگونه ساخته شده»، به «چگونه تجربه می‌شود» توجه دارد.

در چنین فضایی، برندهایی موفق خواهند بود که بتوانند بین تولید صنعتی قدرتمند و داستان‌پردازی احساسی پل بزنند؛ جایی که محصول نه فقط یک

رقابت اقتصادی در کدام شهرهای دنیا بالاست؟



طبق آخرین تحقیقات صورت گرفته، دهلی نو، پایتخت هند، رتبه رقابتی ترین شهر آسیایی به خود اختصاص است.

طبق تحقیق صورت گرفته از سوی نشریه اکونومیست اینتلجنس، دهلی نو، پایتخت هند، به عنوان رقابتی ترین شهر آسیایی که در آن جذب سرمایه، تجارت و توریسم در سطح مناسبی قرار دارد، شناخته شده است.

مطالعه صورت گرفته که با همکاری سیتی گروپ انجام گرفته، دهلی نو را در میان ۱۲۰ شهر اصلی و مهم دنیا در رتبه ۶۸ جهانی به لحاظ رقابت اقتصادی قرار داده است. ۱۲۰ شهر اصلی و مهم دنیا با جمعیتی معادل ۷۵۰ میلیون نفر، ۲۹ درصد از اقتصاد جهانی را تشکیل می دهند و تولید ناخالص داخلی معادل ۲۰/۲۴ تریلیون دلار را دارند.

در این تحقیق، در بخش اقتصادهای پر قدرت و پرتوان، در میان ۲۰ شهر، ۱۵ شهر در آسیا واقع شده که بنگلور در رتبه ۱۶ و احمدآباد در رتبه ۱۹ قرار دارد.

در این رده بندی شهرهای اروپایی و آمریکایی در رتبه های اول قرار دارند. طبق این تحقیق رتبه های اول تا دهم رقابتی ترین شهرهای دنیا عبارتند از: نیویورک، لندن، سنگاپور، پاریس، هنگ کنگ، توکیو، زوریخ، واشنگتن، شیکاگو و بوستون.

در این مدل، برندهایی برنده خواهند بود که:

مشتری خود را عمیقاً بشناسند، انتخاب را ساده کنند و به جای فروش محصول، تجربه ای شخصی سازی شده ارائه دهند، این همان جایی است که ارزش واقعی خلق می شود، نه در رقابت قیمتی.

مهندسی ادراک؛ تفاوت ۱۰۰ دلار و ۱۰۰۰ دلار کجاست؟

در بازار جهانی، تفاوت بین یک فرش ارزان و یک فرش گران قیمت، اغلب در نخ یا تکنیک خلاصه نمی شود؛ بلکه در داستان، جایگاه برند و استراتژی ذهنی سازی نهفته است.

برندی که فاقد روایت روشن، چشم انداز جهانی و استراتژی مشخص باشد، ناگزیر در دام رقابت قیمتی گرفتار می شود. در مقابل، برندهایی که «ادراک ارزش» را مدیریت می کنند، می توانند از همان محصول، جایگاهی متفاوت در ذهن مشتری بسازند.

آینده صنعت فرش نه فقط در کارگاه های بافندگی، بلکه پشت میزهای تصمیم گیری و استراتژی برند شکل می گیرد.

آینده متعلق به استراتژی است، نه فقط تولید

بازار جهانی فرش وارد دوره ای شده که در آن:

کیفیت شرط لازم است، نه مزیت رقابتی، داستان، تجربه و جایگاه برند تعیین کننده اند و موفقیت، حاصل ترکیب هوشمندانه میراث، فناوری و استراتژی است.

برندهایی که این تغییر را درک نکنند، هرچقدر هم تولید قدرتمندی داشته باشند، به تدریج از رقابت حذف خواهند شد.

مصر همچنان ستاره صادرات نساجی ترکیه در سال ۲۰۲۵



این روند، هم‌راستا با انتقال بخشی از ظرفیت‌های تولید نساجی ترکیه به مصر و تقویت همکاری‌های صنعتی دو کشور ارزیابی می‌شود.

در سطح منطقه‌ای، اتحادیه اروپا همچنان بزرگ‌ترین مقصد صادرات نساجی ترکیه باقی مانده، اما صادرات به این بازار با کاهش همراه بوده است.

در مقابل، بازارهای آفریقایی، به‌ویژه مصر و همچنین برخی کشورهای قاره آمریکا، عملکرد بهتری نسبت به میانگین کلی صادرات ثبت کرده‌اند.

کارشناسان معتقدند رشد صادرات به مصر تنها یک روند کوتاه‌مدت نیست، بلکه نشانه‌ای از تغییر جغرافیای تولید و تجارت نساجی ترکیه و حرکت به‌سوی بازارهایی با مزیت‌های تولیدی، لجستیکی و تجاری جدید است.

رشد ۲۳ درصدی صادرات نساجی ترکیه به مصر در میان افت بازارهای جهانی

با این حال، در میان این تصویر کلی نه‌چندان امیدوارکننده، مصر به‌عنوان نقطه روشن صادرات نساجی ترکیه خودنمایی می‌کند.

ارزش صادرات منسوجات ترکیه به مصر که در سال ۲۰۲۴ حدود ۴۶۱ میلیون دلار بود، در سال ۲۰۲۵ با رشد ۲۳ درصدی به ۵۶۷ میلیون دلار افزایش یافت. این عملکرد، مصر را برای دومین سال متوالی به سریع‌ترین بازار رشد صادرات نساجی ترکیه تبدیل کرده است.

نکته قابل توجه دیگر، رشد چشمگیر صادرات پارچه‌های بافته‌شده به مصر است که طبق گزارش‌ها تا ۵۰ درصد افزایش داشته است.

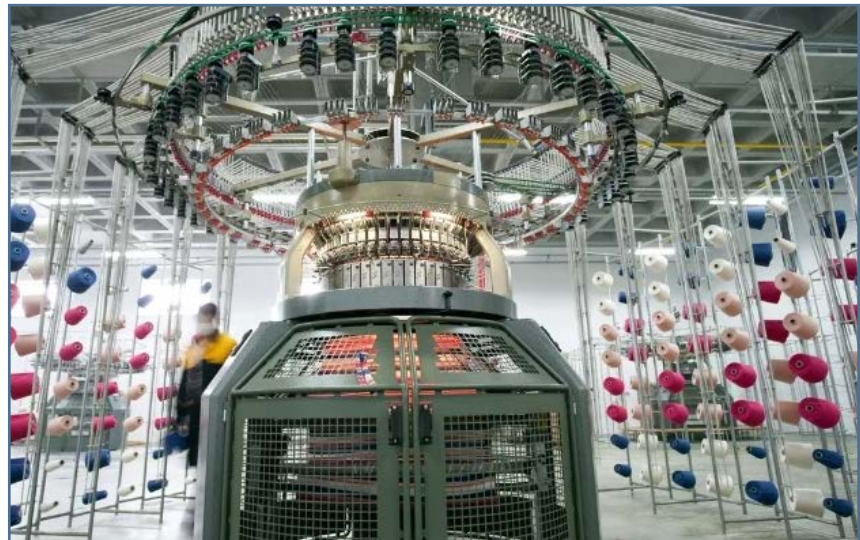
در حالی که صادرات کلی نساجی و پوشاک ترکیه در سال ۲۰۲۵ با کاهش همراه بوده، مصر بار دیگر به‌عنوان سریع‌ترین و مهم‌ترین بازار رشد صادرات نساجی ترکیه مطرح شده است.

بر اساس گزارش منتشرشده از عملکرد صادرات صنعت نساجی ترکیه، این کشور در سال ۲۰۲۵ با چالش‌هایی در بازارهای جهانی روبه‌رو بوده است.

طبق این آمار، صادرات منسوجات و مواد اولیه ترکیه نسبت به سال قبل ۰.۸ درصد کاهش یافته و به حدود ۱۱.۳۸۶ میلیارد دلار رسیده است. همچنین صادرات پوشاک و البسه با افت ۷.۳ درصدی، در سطح ۱۴.۴۴۵ میلیارد دلار ثبت شده است.

در مجموع، صادرات کل صنعت نساجی و پوشاک ترکیه در سال ۲۰۲۵ با ۴.۶ درصد کاهش به حدود ۲۵.۸ میلیارد دلار رسیده است.

گزارش تحقیق بازار مواد کمکی نساجی تا سال ۲۰۳۵ رشد پایدار با محوریت بهره‌وری، الزامات زیست‌محیطی و فناوری‌های نوین



بر اساس جدیدترین گزارش تحقیق بازار مواد کمکی نساجی (Textile Auxiliaries) تا افق ۲۰۳۵، این بخش به‌عنوان یکی از ارکان کلیدی زنجیره ارزش صنعت نساجی، نقش تعیین‌کننده‌ای در بهبود کیفیت، افزایش بهره‌وری و ارتقای استانداردهای تولید ایفا می‌کند.

رشد تقاضای پوشاک، تشدید مقررات زیست‌محیطی، توسعه منسوجات فنی و نیاز به بهینه‌سازی فرآیندها از مهم‌ترین محرک‌های این بازار در سطح جهانی عنوان شده‌اند.

مواد کمکی نساجی شامل طیف گسترده‌ای از مواد شیمیایی تخصصی هستند که در مراحل مختلفی مانند آماده‌سازی، رنگرزی، چاپ و تکمیل به کار می‌روند و مستقیماً بر کیفیت نهایی پارچه، مصرف انرژی و آب، و راندمان تولید تأثیر می‌گذارند.

مهم‌ترین روندهای بازار مواد کمکی نساجی

طبق این گزارش، بازار جهانی مواد کمکی نساجی با تحولات ساختاری مهمی روبه‌رو است که از جمله مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

• افزایش استفاده از مواد کمکی دوستدار محیط‌زیست در فرآیندهای

تر (Wet Processing)

• حرکت صنعت به سمت مواد کمکی چندمنظوره با

هدف کاهش مراحل تولید

• رشد تقاضا از سوی تولیدکنندگان فست‌فشن

• افزایش مصرف مواد کمکی در بخش منسوجات فنی

و عملکردی

• توسعه مواد کمکی موردنیاز برای چاپ دیجیتال

منسوجات

• استقبال از فرمولاسیون‌های رنگرزی در دمای پایین

برای کاهش مصرف انرژی

• گسترش ظرفیت تولید نساجی در اقتصادهای نوظهور

• تمرکز بیشتر بر بهبود نرمی و حس لمس پارچه

(Hand Feel)

• توجه جدی به کاهش مصرف آب و انرژی در خطوط

تولید

• سفارشی‌سازی مواد کمکی متناسب با نوع الیاف و

کاربرد نهایی

این روندها

نشان می‌دهد که مواد کمکی نساجی دیگر صرفاً

نقش پشتیبان ندارند، بلکه به ابزارهای استراتژیک

برای رقابت‌پذیری تبدیل شده‌اند.

تشدید مقررات پساب و الزامات شیمیایی

یکی از چالش‌های اصلی بازار، سخت‌گیرانه‌تر شدن

مقررات تخلیه پساب و انطباق شیمیایی است.

محدودیت‌های جدید زیست‌محیطی، کارخانه‌های

نساجی را مجبور کرده تا از فرمولاسیون‌های سازگارتر

با محیط‌زیست استفاده کنند.

در نتیجه، تولیدکنندگان مواد کمکی به سمت کاهش

سمیت، افزایش زیست‌تخریب‌پذیری و کاهش بار

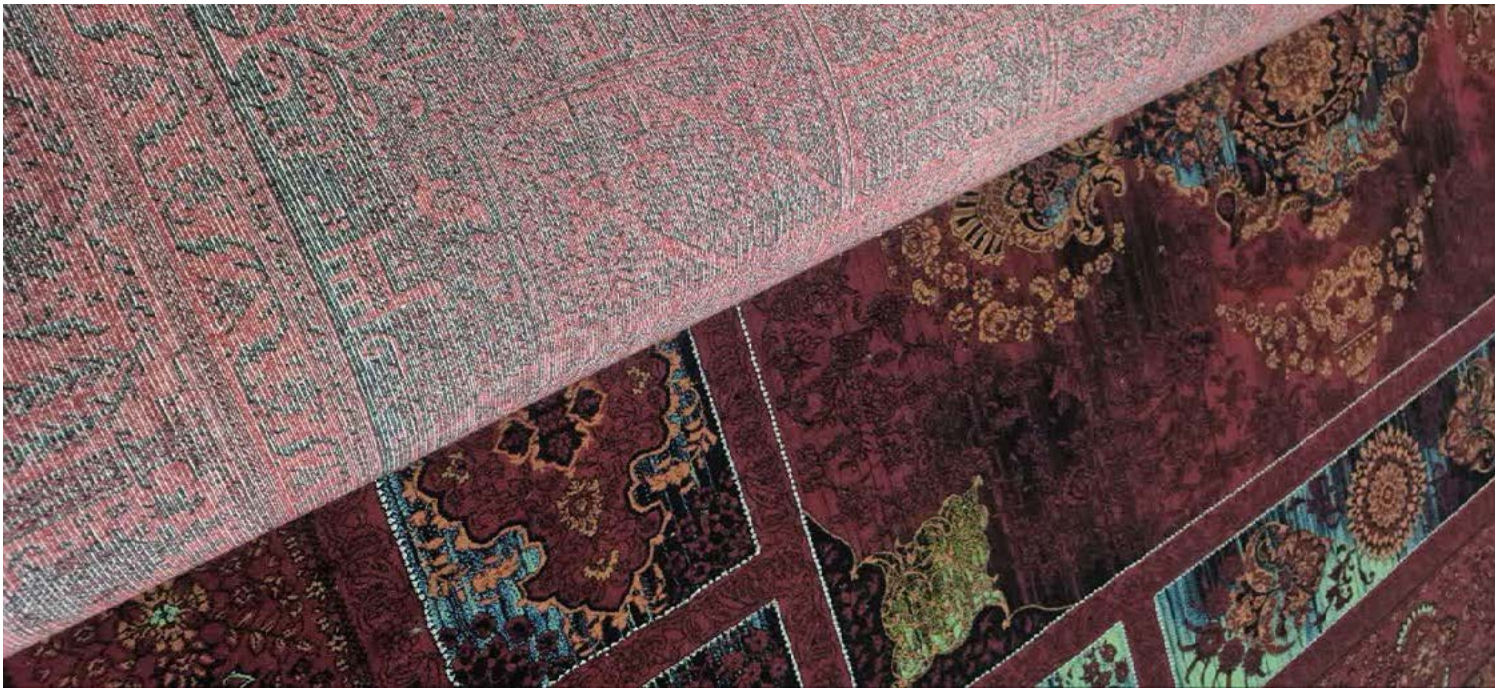
تصفیه پساب حرکت کرده‌اند.

اگرچه این روند هزینه‌های تحقیق و توسعه را

افزایش داده، اما در مقابل، فرصت‌های جدیدی را برای

شرکت‌هایی فراهم کرده که از دانش شیمیایی قوی

و تجربه در انطباق با مقررات بین‌المللی برخوردارند.



صنعت فرش ترکیه هدف گذاری سه میلیارد دلاری برای صادرات در سال ۲۰۲۶

با وجود کاهش ۹ درصدی صادرات به آمریکا، فرش ترکیه همچنان به ۱۷۹ کشور جهان صادر می‌شود.

او همچنین هشدار داد که رشد صادرات ترکیه بیش از حد به چند صنعت و تعداد اندکی شرکت متکی است و برای رسیدن به اهداف میان مدت و بلندمدت باید دامنه حضور صادراتی گسترش یابد و سیاست‌های تقویت تولید صنعتی با سرعت بیشتری اجرا شود.

گلته گف: «برای دستیابی به رشد پایدار، باید سالانه رشد دورقمی در صادرات رقم بزنیم.

با حمایت‌های بیشتر، می‌توانیم دوباره تولید و صادرات را به موتور اصلی رشد اقتصادی کشور تبدیل کنیم.»

سهم قدرتمند ترکیه در بازار جهانی فرش

مصطفی گلته، رئیس مجمع صادرکنندگان ترکیه (TIM)، نیز در این مراسم تأکید کرد که ترکیه با سهم ۱۶.۴ درصدی از صادرات جهانی فرش، یکی از دو بازیگر اصلی این بازار است.

او گفت: «ریشه‌های صنعت فرش ما به ۲۵۰۰ سال پیش در آسیای مرکزی بازمی‌گردد و همچنان جایگاه خود را در جهان حفظ کرده‌ایم.»

گلته افزود که صادرات فرش ترکیه در سال ۲۰۲۴ حدود ۲.۹ میلیارد دلار بوده و از ژانویه تا نوامبر ۲۰۲۵ نیز به ۲.۶ میلیارد دلار رسیده است.

ترکیه اعلام کرد که صنعت فرش این کشور در سال ۲۰۲۶ هدف گذاری صادراتی سه میلیارد دلاری را دنبال می‌کند و بازار ایالات متحده را یکی از مهم‌ترین مقاصد توسعه‌ای خود می‌داند.

این خبر در مراسم تقدیر از صادرکنندگان برتر فرش ترکیه توسط احمد حیری دایلر، رئیس اتحادیه صادرکنندگان فرش استانبول (IHIB)، مطرح شد.

او با اشاره به موفقیت‌های اخیر در بازار ژاپن گفت: «برداشت جهانی از فرش ترکیه را در ژاپن تغییر دادیم.

اکنون مصمم هستیم فعالیت‌های گسترده‌تری را در بازار آمریکا اجرا کنیم تا برند فرش ترکیه در جهان شناخته‌تر شود.»

KASIAN

.....ELECTRONIC.....

کار حرفه ای، ابزار حرفه ای می خواهد

شرکت فنی مهندسی

الکترونیک کاسیان

طراحی و ساخت انواع

تسترهای حرفه ای ژاکارد دستگاه های بافندگی

نسل جدید



تجربه ای متفاوت با

کامل ترین و دقیق ترین تسترهای ژاکارد

تولید انواع

سیلبورد اورجینال هوشمند با ۴۸ ماه کارانتی

خدمات آنالیز و تعمیر و نگهداری برقی و الکترونیکی ژاکارد، تخصص ماست.



الکترونیک کاسیان در خدمت صنعت نساجی



031 - 55583242-3



09133605715



Radin_Sanat.ir



@Jacquard_terminal



صنعت نساجی ایران میان ظرفیت‌های پنهان و زخم‌های سوء مدیریت

سید شجاع‌الدین امامی رئوف،
دبیر انجمن صنایع نساجی ایران

هم‌زمان باید برای واردات کالاهای نهایی که در انتهای زنجیره قرار دارند، محدودیت‌هایی ایجاد شود تا تولید داخل بتواند با ظرفیت مناسب فعالیت کند. «وی افزود: «صنعت نساجی هم‌اکنون بخش قابل توجهی از نیاز کشور را تأمین می‌کند، اما با اصلاح این سیاست‌ها می‌تواند حرکت پررنگ‌تری در ارتقای کیفیت محصولات و توسعه بازار داشته باشد.»

دبیر انجمن صنایع نساجی ایران همچنین به چالش‌های صادرات اشاره کرد و گفت: «در حوزه صادرات نیز بیش از هر چیز با مشکلات قانونی و مقرراتی مواجه هستیم که بخش بزرگی از آن ناشی از سوءمدیریت منابع ارزی و الزاماتی مانند رفع تعهد ارزی است. تأثیر تحریم‌ها نیز بر صادرات ما بسیار چشمگیر بوده است.»

به گفته او، صنایعی مانند فرش ماشینی، کفپوش و حتی پوشاک، ظرفیت حضور در بازارهای بین‌المللی را دارند، اما این مسیر نیازمند توجه و حمایت جدی دولت است.

نمایشگاه نساجی ایران‌تکس ۱۴۰۴ که از ۱۲ تا ۱۵ دی‌ماه برگزار شد، اگرچه نسبت به سال‌های گذشته کم‌رونق‌تر بود، اما بار دیگر چالش‌ها و ظرفیت‌های واقعی صنعت نساجی ایران را به تصویر کشید.

دبیر انجمن صنایع نساجی ایران، در حاشیه نمایشگاه نساجی ایران‌تکس ۱۴۰۴ با اشاره به شرایط فعلی صنعت نساجی گفت: «خوشبختانه امروز در مقطعی قرار داریم که صنعت نساجی توانسته قابلیت‌ها و توانمندی‌های خود را نشان دهد و یک فضای روانی نسبتاً مثبت برای توسعه، بازسازی، نوسازی و پیشرفت این صنعت، چه در بخش دولتی و چه خصوصی، شکل گرفته است.»

با این حال، به گفته او، مسیر رشد صنعت نساجی در سال‌های گذشته به شدت تحت تأثیر سوءمدیریت‌های کلان قرار داشته است.

«بخش مهمی از آسیب‌هایی که به توسعه این صنعت وارد شده، ناشی از تصمیمات نادرست در سطح اقتصاد و صنعت بوده که نتیجه آن، گسترش گسترده قاچاق پوشاک و منسوجات و همچنین واردات بی‌رویه کالاهایی است که مشابه داخلی آن‌ها به وفور تولید می‌شود.»

امامی رئوف تأکید کرد که این شرایط باعث شده واحدهای تولیدی نتوانند از ظرفیت‌های واقعی خود به صورت بهینه استفاده کنند. به گفته وی، مطالعات و آمارهای راهبردی انجمن صنایع نساجی نشان می‌دهد اگر در حوزه تأمین مواد اولیه، چه داخلی و چه وارداتی، سیاست‌گذاری دقیق‌تری اعمال شود، بسیاری از مشکلات قابل مدیریت خواهد بود.

«در مواد اولیه داخلی، مسئله عرضه و تأمین اهمیت دارد و در مواد وارداتی، اصلاح فرآیند ثبت سفارش و تخصیص ارز ضروری است.

پشم همچنان یکی از مهم‌ترین الیاف طبیعی در صنعت نساجی جهان است؛ الیافی که از پوشاک لوکس و کت‌وشلوارهای رسمی گرفته تا فرش، پتو و منسوجات فنی کاربرد دارد.

طبق آمار منتشرشده، استرالیا با فاصله قابل توجه در صدر تولیدکنندگان پشم جهان قرار دارد و پس از آن چین، نیوزیلند، ترکیه و چند کشور دیگر سهم مهمی از بازار جهانی را در اختیار دارند.

نکته جالب اینجاست که ساختار تولید پشم در جهان متنوع است:

- پشم ظریف (مناسب لباس‌های سبک و باکیفیت)
- پشم متوسط (کاربرد در پتو و پوشاک گرم)
- پشم ضخیم (مناسب فرش و کف پوش)

ایران نیز با تولید بیش از ۵۸ هزار تن، یکی از بازیگران منطقه‌ای این حوزه محسوب می‌شود؛ ظرفیتی که در صورت توسعه فرآوری، می‌تواند ارزش افزوده بسیار بالاتری برای صنعت نساجی کشور ایجاد کند.

۱۰ کشور برتر جهان در تولید پشم

تولید پشم همچنان ستون اصلی بازار الیاف حیوانی جهان است؛ بازاری که در آن استرالیا با پشم مریئوس در صدر قرار دارد و چین یا توسعه ظرفیت‌های فرآوری نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا می‌کند، اما در کنار این بازیگران بزرگ، ایران به عنوان یکی از تولیدکنندگان منطقه‌ای با تکیه بر دامداری سنتی و عشایری، سهمی پایدار در زنجیره جهانی پشم دارد و با تمرکز بر پشم‌های متوسط و ضخیم، علاوه بر تأمین بخشی از نیاز داخلی، در اشتغال روستایی و حفظ سنت‌های بومی نساجی نقش مهمی ایفا می‌کند.

از کل تولید جهانی پشم

پشم ضخیم (۴۱٪)
کاربرد: فرش و کف‌پوش

پشم متوسط (۲۲٪)
کاربرد: پتو و پوشاک گرم

پشم ظریف (۳۷٪)
کاربرد: لباس‌های سبک



منبع: سازمان نساجی ایران
INMA

ارزاق مردم حسب آن است

منبع: سازمان نساجی ایران

زیرفروشی و فقر تنوع؛ دو زنگ خطر جدی برای فرش ماشینی ایران در استانبول

نزد مشتریانی که سال‌ها از ایران خرید می‌کردند

واقعیت تلخ این است که بسیاری از تجار خارجی، پس از دیدن قیمت‌های نمایشگاه استانبول، نه تنها شگفت‌زده شدند، بلکه نسبت به شرکای ایرانی خود دچار تردید و بی‌اعتمادی شدند.

وقتی یک خریدار می‌بیند همان فرش که سال‌ها با قیمت مشخصی از ایران تهیه می‌کرده، ناگهان با قیمتی به مراتب پایین‌تر عرضه می‌شود، طبیعی است که به کل ساختار قیمت‌گذاری شک کند.

حتی خود فعالان ایرانی صنعت فرش، به شوخی اما با تلخی می‌گویند:

«اگر خودمان هم بیاییم استانبول فرش بخریم و بفروشیم، به صرفه‌تر است!»

این وضعیت در بلندمدت می‌تواند به واکنش رسمی شرکت‌های ترک منجر شود؛ اتفاقی که سابقه آن نیز وجود دارد. سال گذشته، پس از پایان نمایشگاه، برخی شرکت‌های ترکیه‌ای با ارسال نامه به اتحادیه فرش غازی‌عینتاب، نارضایتی خود از زیرفروشی شرکت‌های ایرانی را به‌طور رسمی اعلام کردند.

تکرار این روند، به راحتی می‌تواند فضای حضور شرکت‌های ایرانی در دوره‌های بعدی نمایشگاه را محدود یا پرتنش کند.



نمایشگاه فرش استانبول که از ۶ تا ۹ ژانویه برگزار شد، بار دیگر صحنه حضور پررنگ شرکت‌های ایرانی بود. حدود ۴۰ شرکت ایرانی در این رویداد شرکت کردند و از نظر کیفیت تولید، طراحی و توان فنی، بدون تردید آثار بسیار قابل‌قبولی را به نمایش گذاشتند.

نخستین و مهم‌ترین ضعف، نبود استراتژی قیمتی و زیرفروشی افسارگسیخته است.

در موارد متعددی، فرش‌های ایرانی با کیفیت بالا، حتی تا نصف قیمت فرش‌های ترک عرضه می‌شدند. این موضوع شاید در نگاه اول برای فروشنده جذاب به نظر برسد، اما در واقع یک خودزنی آشکار به کل صنعت فرش ایران است.

زیرفروشی گسترده چند پیامد خطرناک دارد:

- تخریب ارزش برند فرش ایران در ذهن خریدار خارجی
- ایجاد این تصور که قیمت‌های قبلی غیرواقعی یا غیرشفاف بوده‌اند
- از بین رفتن اعتماد تجاری، حتی

اما در کنار این نقاط قوت، دو ضعف اساسی و نگران‌کننده به قدری برجسته بود که نمی‌توان به سادگی از کنار آن عبور کرد؛ ضعف‌هایی که اگر اصلاح نشوند، نه تنها جایگاه ایران در نمایشگاه استانبول، بلکه اعتبار فرش ماشینی ایران در بازارهای بین‌المللی را با خطر جدی مواجه می‌کنند.

۱. زیرفروشی؛ ضربه‌ای که فقط به رقیب نمی‌خورد، به خودمان هم می‌زند

بازار فرش‌های سجاده‌ای و مسجدی در بسیاری از کشورهای مسلمان، بازاری داغ، پایدار و بسیار سودآور است. با این حال، در نمایشگاه استانبول حتی یک شرکت ایرانی با محصول تخصصی سجاده یا فرش مسجدی حضور نداشت.

در مقابل، ترکیه با چندین تولیدکننده تخصصی فرش مسجد و سجاده وارد نمایشگاه شده بود؛ شرکت‌هایی که دقیقاً می‌دانند کدام بازار را هدف گرفته‌اند و با چه محصولی. این غفلت، نه ناشی از ضعف فنی، بلکه نتیجه نبود نگاه بازارمحور و استراتژیک در بخشی از صنعت فرش ایران است.

نبود اتحاد؛ مشکل پنهان اما ریشه‌ای

آنچه همه این ضعف‌ها را تشدید می‌کند، نبود اتحاد و هماهنگی میان شرکت‌های ایرانی است.

هر شرکت، به‌تنهایی و بدون توجه به منافع جمعی صنعت، قیمت‌گذاری می‌کند، محصول می‌آورد و مذاکره می‌کند. نتیجه این پراکندگی، بازاری آشفته، قیمت‌هایی متناقض و تصویری ناپایدار از فرش ایران در ذهن خریدار خارجی است.

جمع‌بندی: کیفیت داریم، اما استراتژی نداریم

فرش ماشینی ایران از نظر کیفیت تولید، دانش فنی و توان طراحی همچنان یکی از قدرتمندترین بازیگران منطقه است. اما زیرفروشی، فقر تنوع، نبود استراتژی قیمتی و عدم اتحاد صنفی، به‌آرامی در حال فرسایش این جایگاه هستند.

اگر این روند اصلاح نشود:

- بی‌اعتمادی تجار خارجی عمیق‌تر می‌شود
- خرید از ایران سخت‌تر و پرریسک‌تر تلقی خواهد شد
- حضور شرکت‌های ایرانی در نمایشگاه‌های بین‌المللی، به‌جای فرصت، به تهدید تبدیل می‌شود

نمایشگاه استانبول ۲۰۲۶ باید زنگ بیدارباش باشد؛ نه برای نمایش قدرت تولید، بلکه برای بازنگری جدی در تفکر فروش، تنوع محصول و مسئولیت جمعی نسبت به برند «فرش ایران».



۲. عدم تنوع؛ وقتی غرفه‌ها شبیه هم می‌شوند

دومین ضعف جدی، فقر تنوع در محصولات ارائه‌شده توسط شرکت‌های ایرانی است.

در اغلب غرفه‌های ایران، تمرکز اصلی بر فرش‌های تراکم بالا، فلت و بافت‌های نسبتاً ساده بود؛ محصولاتی که هرچند از نظر کیفیت قابل دفاع‌اند، اما از نظر نوآوری، حرف تازه‌ای برای بازار جهانی ندارند.

در مقابل، غرفه‌های ترکیه تصویری کاملاً متفاوت ارائه می‌دادند:

- تنوع در ساختار بافت
- استفاده از انواع نخ‌های نوآورانه
- ترکیب‌های خلاقانه کاتلپ و پاپل
- پود رنگی
- افکت‌های ویژه بصری و لمسی
- فرش‌هایی با هویت مشخص برای کاربردهای خاص

همین تنوع است که خریدار خارجی را متوقف می‌کند، سؤال می‌سازد و به مذاکره می‌کشاند.

یک مثال ساده اما دردناک: فرش سجاده و مسجدی

اوکوتکس® به سوی رهگیری دیجیتال پنبه ارگانیک



گواهی‌های تراکنش (Transaction Certificates) در زنجیره تأمین پنبه ارگانیک انتخاب کرده است.

این همکاری، تخصص اوکوتکس در حوزه آزمون و صدور گواهی را با پلتفرم رهگیری دیجیتال TextileGenesis ترکیب می‌کند و امکان ایجاد یک زنجیره تأمین یکپارچه، شفاف و سرتاسری را فراهم می‌سازد.

در مرکز این راهکار، دیجیتالی‌سازی گواهی‌های تراکنش قرار دارد؛ اقدامی که فرآیندهای کاغذی و پراکنده را حذف کرده و حرکت فیزیکی مواد را مستقیماً به داده‌های گواهی‌شده متصل می‌کند.

از الیاف تا داده؛ زنجیره دیجیتال مالکیت

یکی از عناصر کلیدی این پروژه، فناوری Fibercoin™ است؛ یک سیستم توکن‌محور که هر محموله فیزیکی پنبه ارگانیک را به یک توکن دیجیتال منحصربه‌فرد متصل می‌کند.

با افزایش حساسیت برندها، نهادهای قانون‌گذار و مصرف‌کنندگان نسبت به ادعاهای پایداری و شفافیت زنجیره تأمین، پنبه ارگانیک به یکی از راهبردی‌ترین مواد اولیه در صنعت جهانی نساجی و پوشاک تبدیل شده است. این روند به‌وضوح در رشد چشمگیر استاندارد OEKO-TEX® ORGANIC COTON دیده می‌شود؛ به‌طوری‌که این گواهی تا پایان سال ۲۰۲۵ رشدی معادل ۳۸۱ درصد را نسبت به سال قبل ثبت کرده است.

با افزایش حجم تولید و تجارت پنبه ارگانیک، نیاز به سیستم‌های گواهی‌سازی ایمن، غیرقابل تقلب و دیجیتال بیش از پیش احساس می‌شود.

در همین راستا، OEKO-TEX، شرکت TextileGenesis (از زیرمجموعه‌های Lectra) را به‌عنوان شریک فناورانه خود برای دیجیتالی‌سازی

پروژه را نقطه شروعی برای تحول گسترده‌تر در سیستم‌های گواهی‌سازی می‌داند و تأکید می‌کند که این مدل می‌تواند در آینده به سایر استانداردها و گروه‌های محصول نیز تعمیم یابد.

موفقیت پایلوت و آمادگی صنعت

پروژه پایلوت این طرح در سال ۲۰۲۵ در زنجیره‌های تأمین منتخب در هند و بنگلادش اجرا شد و ۱۱ بازیگر زنجیره تأمین در آن مشارکت داشتند. طی این دوره، ۱۹ تراکنش گواهی‌شده با موفقیت به‌صورت دیجیتال ثبت و تأیید شد.

بازخورد تأمین‌کنندگان نشان‌دهنده پذیرش بالای این رویکرد، سهولت استفاده و افزایش اعتماد در معاملات گواهی‌شده بود.

با تکیه بر این نتایج، اوکو-تکس و TextileGenesis قصد دارند دامنه اجرای این سیستم را گسترش دهند.

در شرایطی که شفافیت لحظه‌ای و یکپارچگی داده‌ها به الزامات اصلی گواهی‌سازی تبدیل می‌شود، این همکاری می‌تواند نقش مهمی در شکل‌دهی به نسل آینده استانداردهای پایدار صنعت نساجی ایفا کند.

این روش، رهگیری ایمن و غیرقابل دستکاری را از الیاف اولیه تا محصول نهایی ممکن می‌سازد و هم‌زمان بار اداری فعالان زنجیره تأمین-from پنبه‌پاک‌کنی و ریسندگی تا تولیدکنندگان و برندها، را به‌طور محسوسی کاهش می‌دهد.

به گفته آمیت گوتام، مدیرعامل TextileGenesis، این همکاری باعث حذف کامل گواهی‌های کاغذی شده و مدیریت ادعاهای پنبه ارگانیک را در مقیاس صنعتی ساده‌تر و قابل راستی‌آزمایی می‌کند.

این ابتکار بر پایه زیرساخت آزمون‌های داخلی اوکو-تکس بنا شده است؛ جایی که آزمون‌های GMO به‌صورت انحصاری در ۱۷ مرکز بین‌المللی انجام می‌شود و پنبه و نخ خام از ابتدای زنجیره تأمین مورد بررسی قرار می‌گیرند.

اطلاعیه اکوتکس درباره استاندارد اکو پاسپورت و الزام ارائه مدارک زیست تخریب پذیری

از نگاه راهبردی، این همکاری گام مهمی در نقشه راه دیجیتال اوکو-تکس به شمار می‌رود. دکتر آلفرد ی. بیرلی، مدیرعامل OEKO-TEX®، این





استاندارد های تخصصی و صادراتی فرش ماشینی

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

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



۰۰۹۸-۹۱۲۰۲۴۸۰۶۷



ehsan.ekrami@oeti.biz



www.oeti.biz



**OEKO
TEX®**

استانداردهای بین المللی نساجی

OEKO-TEX® STANDARDS

**OEKO
TEX®**

**ORGANIC
COTTON**

**OEKO
TEX®**

**MADE IN
GREEN**

**OEKO
TEX®**

**STANDARD
100**

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



۰۲۱-۴۷۶۲۳۲۳۳



ehsan.ekrami@oeti.biz



oeko-tex.com



ICFE ۲۰۲۶؛ گامی بلند برای بازگرداندن استانبول به مرکز جهانی تجارت فرش

ترکیب گسترده مشارکت‌کنندگان داخلی و خارجی

به گفته دیلر، حدود ۷۰ درصد از شرکت‌کنندگان نمایشگاه داخلی و ۳۰ درصد خارجی هستند. این نمایشگاه با حضور شرکت‌هایی از ۲۵ کشور جهان برگزار می‌شود و میزبان برندهایی از اروپا، آسیا و منطقه خاورمیانه است. کشورهایمانند بلژیک، ایران، افغانستان، پاکستان، چین، ازبکستان و ترکمنستان در این دوره حضور دارند.

تنوع کامل در محصولات فرش

رئیس IHİB با تأکید بر تنوع بالای محصولات ارائه‌شده در ICFE ۲۰۲۶ افزود:

«تمرکز اصلی نمایشگاه بر فرش ماشینی است، اما این بخش خود شامل طیف وسیعی از محصولات مانند فرش‌های دیواری، چمن مصنوعی، فرش مخملی، تافتینگ و حتی فرش دستباف می‌شود.»

نمایشگاه بین‌المللی فرش و کفپوش استانبول ۲۰۲۶ از نخستین روز برگزاری، با استقبال گسترده فعالان صنعت فرش از سراسر جهان آغاز به کار کرد؛ روپدادی که به گفته برگزارکنندگان، بار دیگر استانبول را در مسیر تبدیل‌شدن به مرکز جهانی تجارت فرش قرار می‌دهد.

احمد دیلر، رئیس اتحادیه صادرکنندگان فرش استانبول (IHİB)، در حاشیه مراسم افتتاحیه این نمایشگاه، با اشاره به ابعاد و اهداف ICFE ۲۰۲۶ گفت:

«در این دوره از نمایشگاه، انتظار داریم حدود ۴۰ هزار بازدیدکننده داشته باشیم که نزدیک به ۱۰ هزار نفر از آن‌ها بازدیدکنندگان خارجی خواهند بود. این آمار نشان می‌دهد که ICFE یک گام مهم رو به جلو برداشته است.»

ICFE؛ بزرگ‌ترین نمایشگاه فرش جهان

دیلر با اشاره به جایگاه جهانی این رویداد تصریح کرد:

«ICFE در حال حاضر بزرگ‌ترین نمایشگاه فرش جهان است که در ۱۱ سالن و در فضایی بیش از ۵۰ هزار مترمربع برگزار می‌شود. با این حال، نباید دچار رضایت زودهنگام شویم. هدف ما حفظ این جایگاه و ارتقای هرچه بیشتر آن در سال‌های آینده است.»

نقش محوری غازی آنتپ در صنعت فرش جهان

وی همچنین به جایگاه ویژه غازی آنتپ در صنعت فرش اشاره کرد و گفت:

«این نمایشگاه با همکاری اتحادیه صادرکنندگان فرش جنوب شرق آناتولی و İHİB و با سازمان‌دهی TÜYAP برگزار می‌شود.»

غازی آنتپ امروز رهبر جهانی فرش ماشینی است و امیدواریم به‌زودی با پشت‌سر گذاشتن چین، به رتبه نخست جهان دست پیدا کنیم.»

ضرورت تقویت رویدادهای جانبی و فرهنگی

رئیس İHİB در پایان با تأکید بر لزوم توسعه رویدادهای جانبی خاطرنشان کرد:

«ICFE می‌تواند با برگزاری مسابقات بین‌المللی طراحی فرش، نمایشگاه‌های هنری، و رویدادهای شهری به یک جشنواره بزرگ فرهنگی و تجاری تبدیل شود.»

ما در حال حاضر فعالیتهایی مانند نمایشگاه‌های موزه‌ای و رویدادهایی نظیر "جشن فرش" را برگزار می‌کنیم و هدف این است که این برنامه‌ها به‌صورت یکپارچه با ICFE اجرا شوند.»

او افزود که این مسیر می‌تواند ICFE استانبول را نه تنها به یک نمایشگاه، بلکه به یک رویداد جهانی چندوجهی در صنعت فرش تبدیل کند.



DOMOTEX به جنوب شرق آسیا می آید؛ بانکوک میزبان نسخه جدید در سال ۲۰۲۶



۱۴ هزار متر مربع و حضور بیش از ۳۰۰ شرکت بین‌المللی، بستری تخصصی برای تولیدکنندگان، معماران، طراحان داخلی، پیمانکاران و توزیع‌کنندگان فراهم می‌کند تا جدیدترین نوآوری‌ها در حوزه کفپوش، متريال ساختمانی و طراحی داخلی را ارائه دهند.

این رویداد همزمان با R+T South و Future Build Asia و East Asia برگزار می‌شود و با ترکیب نمایشگاه و کنفرانس‌های تخصصی، به یک هاب تجاری و دانشی برای بازار رو به رشد جنوب شرق آسیا تبدیل خواهد شد.

بانکوک با زیرساخت‌های لجستیکی قوی و دسترسی مستقیم به بازارهای منطقه‌ای، به‌عنوان میزبان این رویداد، موقعیت خود را به‌عنوان هاب استراتژیک صنعت ساختمان در آسیا بیش از پیش تثبیت می‌کند.

نمایشگاه DOMOTEX، معتبرترین برند جهانی در حوزه کفپوش و دکوراسیون داخلی، با راه‌اندازی DOMOTEX South East Asia حضور بین‌المللی خود را گسترش می‌دهد. اولین دوره این رویداد از ۱۱ تا ۱۳ نوامبر ۲۰۲۶ در مرکز نمایشگاهی BITEC بانکوک برگزار خواهد شد.

جنوب شرق آسیا در حال تبدیل شدن به یکی از پویاترین بازارهای ساخت‌وساز جهان است. حجم بازار این منطقه در سال ۲۰۲۴ به بیش از ۵۳۸ میلیارد دلار رسیده و تايلند به‌عنوان دومین بازار بزرگ ساخت‌وساز در آسه‌آن، نقش محوری در این رشد ایفا می‌کند.

DOMOTEX South East Asia با فضایی حدود

۳۷ میلیون لباس پلاستیکی بی‌مصرف؛ زباله‌ای که اروپا هر سال به آفریقا صادر می‌کند



تجارت لباس دست‌دوم، در عمل به مسیر پنهان تخلیه زباله فست‌فشن تبدیل شده؛ راهی برای فرار از بحران تولید بیش‌ازحد، با انتقال هزینه آن به کشورهای فقیرتر.

آنچه امروز تحت عنوان «کمک» یا «لباس دست‌دوم» صادر می‌شود، در بسیاری موارد چیزی جز زباله نساجی پلاستیکی نیست؛ زباله‌ای که آفریقا بهای زیست‌محیطی و انسانی آن را می‌پردازد.

هر سال ۳۷ میلیون قطعه لباس پلاستیکی بی‌کیفیت و غیرقابل‌استفاده از اروپا به کنیا سرازیر می‌شود؛ لباسی که آن‌قدر کثیف، پاره یا آلوده است که نه فروخته می‌شود و نه قابل استفاده است.

بررسی داده‌های تجاری نشان می‌دهد از ۱۱۲ میلیون لباس دست‌دوم واردشده به کنیا، تا یک‌سوم آن‌ها مستقیماً دفن یا سوزانده می‌شوند.

این حجم از زباله نساجی به‌طور متوسط معادل ۱۷ لباس در سال برای هر شهروند کنیا است؛ که حداقل ۸ عدد آن کاملاً بی‌مصرف است. بسیاری از این لباس‌ها از الیاف مصنوعی مانند پلی‌استر و نایلون ساخته شده‌اند و با سوزانده‌شدن، باعث آلودگی شدید هوا، خاک و منابع آب می‌شوند.

واقعیت نگران‌کننده‌تر آنجاست که بیش از ۶۹٪ منسوجات جهان امروز از پلاستیک تولید می‌شوند؛ الیافی که تقریباً هیچ‌گاه به‌طور واقعی بازیافت نمی‌شوند.



تزریق ۲ هزار میلیارد به شریان نساجی یزد توسط بانک ملی



صحیح از نیازهای زیرساختی صنعت نساجی، حمایت قاطع و مؤثری را از این پروژه به عمل آورد.

این بانک با اختصاص اعتباری بالغ بر ۲۰۰۰ میلیارد تومان، به عنوان اصلی‌ترین تأمین‌کننده مالی (فاینانسر)، نقش محوری در تبدیل این طرح از کاغذ به واقعیت ایفا کرد.

حضور وزیر کشور در مراسم افتتاحیه، نشان‌دهنده اهمیت استراتژیک این سرمایه‌گذاری در سطح ملی و تأثیر آن بر شاخص‌های کلان اقتصادی استان یزد است. این حجم از تزریق نقدینگی، نمونه‌ای بارز از هدایت منابع بانکی به سمت بخش‌های مولد و واقعی اقتصاد محسوب می‌شود.

تکنولوژی روز دنیا در زمینی به وسعت ۴.۵ هکتار

این واحد عظیم صنعتی در سائیتی به مساحت ۴.۵ هکتار بنا شده است. مدیران پروژه با بهره‌گیری از منابع مالی تخصیص یافته، اقدام به استقرار جدیدترین فناوری‌ها و ماشین‌آلات پیشرفته ریسندگی در این سایت کرده‌اند.

بانک ملی ایران در اقدامی بزرگ جهت احیای صنایع مادر، با تأمین مالی ۲۰۰۰ میلیارد تومانی، زمینه بهره‌برداری از کارخانه ریسندگی «رسن ریس آریا» در استان یزد را فراهم کرد. این واحد صنعتی پیشرفته با ظرفیت تولید سالانه ۸۰۰۰ تن انواع نخ استراتژیک، نقش حیاتی در تکمیل زنجیره ارزش صنعت پوشاک ایفا می‌کند.

با آغاز به کار این پروژه که با حضور وزیر کشور صورت گرفت، ضمن کاهش وابستگی به واردات مواد اولیه نساجی، اشتغال مستقیم برای ۳۸۰ نفر از متخصصان و جوانان منطقه ایجاد شد.

سرمایه‌گذاری کلان ۲ همتی برای جهش تولید

آیین افتتاح رسمی کارخانه ریسندگی «رسن ریس آریا» در شهرستان یزد، میزبان یک رویداد مهم مالی و صنعتی بود. بانک ملی ایران با درک

ظرفیت اسمی این کارخانه، تولید سالانه ۸۰۰۰ تن انواع نخ پنبه‌ای شامل نخ‌های «شانه‌شده» و «پن‌اند» است.

استفاده از تکنولوژی‌های مدرن در خطوط تولید، علاوه بر افزایش تیراژ محصول، موجب ارتقای کیفی نخ‌های تولیدی شده و استانداردهای لازم برای رقابت با نمونه‌های خارجی را فراهم می‌آورد. این سطح از ظرفیت‌سازی، پاسخی مستقیم به نیاز روزافزون بازار داخلی به نخ‌های باکیفیت است.

تکمیل زنجیره ارزش و قطع وابستگی ارزی

محصولات تولیدی در «رسن ریس آریا» فراتر از یک کالای معمولی، به عنوان ماده اولیه راهبردی برای صنایع پایین‌دستی شناخته می‌شوند.

تولیدات این کارخانه به طور مستقیم وارد چرخه تولید کارخانجات بافندگی، پارچه و پوشاک کشور می‌شود. تا پیش از این، بخش قابل توجهی از نیاز صنایع نساجی به نخ‌های خاص از طریق واردات تأمین می‌شد، اما با ورود این ۸۰۰۰ تن محصول به بازار، گامی بلند در جهت تکمیل زنجیره ارزش صنعت نساجی برداشته می‌شود.

این امر نه تنها باعث کاهش خروج ارز برای واردات نخ می‌شود، بلکه ثبات بیشتری را در تأمین مواد اولیه برای تولیدکنندگان پوشاک ایرانی به ارمغان می‌آورد.

اشتغال‌زایی پایدار برای ۳۸۰ متخصص

تأمین مالی ۲۰۰۰ میلیارد تومانی بانک ملی، اثرات اجتماعی ملموس و سریعی نیز به همراه داشته است. با شروع فعالیت رسمی چرخ‌های تولید در این کارخانه، زمینه اشتغال مستقیم برای ۳۸۰ نفر از جوانان جویای کار و نیروهای متخصص فنی در استان یزد فراهم شد.

این اشتغال‌زایی، جدا از فرصت‌های شغلی غیرمستقیم در شبکه حمل‌ونقل و توزیع، تأثیر قابل توجهی بر کاهش نرخ بیکاری در منطقه خواهد داشت.

حمایت بانک ملی ایران از این پروژه، عملاً به تثبیت جایگاه استان یزد به عنوان قطب اصلی و تاریخی صنعت نساجی کشور کمک شایانی کرده و زیرساخت‌های صنعتی این منطقه کویری را بیش از پیش تقویت نموده است.

اقدام بانک ملی ایران در تأمین مالی یک پروژه صنعتی با مقیاس بزرگ در صنعت نساجی، نشانگر تغییر جهت‌گیری منابع بانکی از بخش‌های بازرگانی زودبازده به سمت سرمایه‌گذاری‌های زیرساختی و اشتغال‌زا است.

صنعت نساجی به دلیل ظرفیت بالای اشتغال‌زایی و ارزش افزوده مناسب، یکی از بهترین اهداف برای تسهیلات بانکی محسوب می‌شود.

ورود ۲۰۰۰ میلیارد تومان سرمایه به این بخش، علاوه بر تحریک تقاضا در زنجیره تأمین، سیگنالی مثبت برای احیای صنایع سنتی و مزیت‌دار کشور است و می‌تواند الگویی برای مشارکت سیستم بانکی در بازسازی صنعتی ایران باشد.



مشاوره و فروش ماشین آلات بافندگی فرش



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



دستگاه وکیوم



دستگاه بسته بندی



دستگاه رول کننده



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

+90 552 374 9272

manager@motamedtex.com

WWW.MOTAMEDTEX.COM

معتمدتکس پیشرو در ماشین آلات نساجی



گروه مهندسی و بازرگانی معتمدتکس



MOTAMEDTEX

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



انواع کالسکه ای



انواع قیچی



انواع ریپر و گریپر

و تامین قطعات یدکی دیگر



سی ال برد



**موتور
رزرو پود**



**مودول
M5 , M6**



**آسانسوری
و بند مودول**



**نیدل
برینگ**



برد ژاکارد



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

WWW.MOTAMEDTEX.COM

حضور فرش شاهرخ کاشان در نمایشگاه استانبول با رونمایی از سه کالکشن جدید صادرات محور



تابلوفرش‌های ۱۷۰۰ شانه با تراکم بالا معرفی شد؛ محصولی با طراحی‌های متنوع و جلوه بصری شاخص که نقشه‌های آن الهام‌گرفته از مناظر هنری، جاذبه‌های گردشگری، طرح‌های فرانسوی، المان‌های گرافیکی و تصاویر مکان‌های شناخته‌شده جهان است.

این کالکشن با هدف پاسخ‌گویی به سلیقه مشتریان خاص‌پسند و بازارهای صادراتی طراحی شده و در طول برگزاری نمایشگاه، بازخوردهای مثبتی از سوی بازدیدکنندگان حرفه‌ای دریافت کرد.

در کنار آن، کالکشن فرش‌های ۱۲۰۰ شانه با پالت‌های رنگی روشن و ملایم نیز به نمایش گذاشته شد. این مجموعه با توجه به ویژگی‌های بصری و رنگ‌بندی‌های سبک، متناسب با سلیقه بخشی از بازارهای منطقه‌ای،

شرکت فرش شاهرخ کاشان در تازه‌ترین دوره نمایشگاه بین‌المللی فرش و کفپوش استانبول با هدف توسعه بازارهای صادراتی و معرفی محصولات نوآورانه خود حضور یافت و در این رویداد از چند کالکشن جدید در حوزه فرش‌های ۱۲۰۰ و ۱۷۰۰ شانه رونمایی کرد؛ محصولاتی که با استقبال قابل توجه بازدیدکنندگان، تجار و بنکداران از ترکیه، کشورهای عربی و اروپا همراه شد.

اگر پیش‌تر درباره ویژگی‌های فرش‌های ماشینی صادراتی و مدل‌های لوکس مطالعه کرده باشید، در مقاله فرش ماشینی صادراتی، زیبای لوکس به‌طور کامل به این موضوع پرداخته‌ایم.

این شرکت در نمایشگاه امسال تمرکز خود را بر ارائه طرح‌هایی متناسب با سلیق بازارهای خارجی گذاشته بود.

در همین راستا، کالکشن «دیاموند» به عنوان مجموعه‌ای از

به‌ویژه کشورهای عربی طراحی شده و توانست توجه خریداران عمده و توزیع‌کنندگان را جلب کند.

از دیگر محصولات ارائه‌شده، کالکشن «یونا» از فرش‌های ۱۷۰۰ شانه بود که با رویکردی مشتری‌محور و بر اساس نیازسنجی بازارهای هدف توسعه یافته است.

طراحی نقشه‌ها در این مجموعه با تمرکز بر خواسته‌های خریداران خارجی انجام شده و به گفته مسئولان شرکت، همین موضوع باعث شد این کالکشن نیز با استقبال بازدیدکنندگانی از ترکیه و برخی کشورهای اروپایی و عربی مواجه شود. جهت مشاهده برخی از محصولات شما را به دیدن محصولات فرش ۱۷۰۰ شانه شاهرخ دعوت می‌نمایم.

به‌طور کلی غرفه فرش شاهرخ کاشان در طول برگزاری نمایشگاه میزبان طیف گسترده‌ای از فعالان صنعت فرش، تجار و بنکداران بین‌المللی بود.



فرش‌های ۱۷۰۰ شانه طرح ابریشم ماشینی این شرکت، به دلیل ظرافت بافت، کیفیت نخ و شفافیت رنگ، از جمله محصولاتی بودند که توجه ویژه خریداران ترک و سایر بازدیدکنندگان حرفه‌ای را به خود جلب کردند و جایگاه رقابتی مناسبی در میان محصولات مشابه داشتند.

هرچند برخی محدودیت‌های ارتباطی و اختلالات اینترنتی در روزهای پایانی نمایشگاه و پس از بازگشت به کشور، روند پیگیری بخشی از مذاکرات تجاری را با دشواری‌هایی همراه کرد، با این حال مسئولان شرکت، حضور در این رویداد را از منظر معرفی توانمندی‌ها، ایجاد ارتباطات جدید و توسعه بازارهای صادراتی، مثبت و رضایت‌بخش ارزیابی می‌کنند.

سیاست‌گذاری صنعتی و تولید هوشمند؛ فرصت از دست رفته صنعت نساجی ایران

چرا نساجی ایران هنوز وارد عصر Industry ۴/۰ نشده است؟

کامل تولید پارچه، نخ و رنگریزی را دیجیتال کرده و اکنون بخش بزرگی از بازار اروپا را در اختیار دارد. هند از سال‌ها پیش، «Smart Textile Mission» را آغاز کرده و کارخانه‌ها را به سمت دیجیتال‌سازی هدایت کرده است.

در چنین شرایطی، صنعت نساجی ایران همچنان با چالش‌هایی مواجه است که نه تنها مانع ورود به دوره تولید هوشمند شده، بلکه حتی ادامه رقابت‌پذیری سنتی را نیز دشوار کرده است.

بسیاری از کارخانه‌ها با تجهیزات قدیمی ۱۵ تا ۳۰ ساله کار می‌کنند. بخش رنگریزی هنوز با روش‌هایی پرمصرف و دستی اداره می‌شود و سیستم‌های کنترل کیفیت دیجیتال با دوربین‌های هوشمند تقریباً وجود خارجی ندارند.

در بسیاری از واحدها حتی داده‌های اولیه برای تحلیل بهره‌وری ثبت نمی‌شود، چه رسد به استفاده از هوش مصنوعی.

بحران سیاست‌گذاری صنعتی؛ مشکل از کجا شروع شد؟

یکی از مهم‌ترین چالش‌های صنعت نساجی ایران نبود یک «نقشه راه صنعتی» است.

در اسناد رسمی، مفاهیم مهمی همچون دیجیتال‌سازی، افزایش بهره‌وری یا توانمندسازی تولید دیده می‌شود، اما این سیاست‌ها اغلب بدون ساختار اجرایی، ضمانت مالی یا دستگاه مسئول رها شده‌اند.



در دو دهه گذشته، موج جهانی «سیاست‌گذاری صنعتی هوشمند» بسیاری از کشورها را وارد فصلی تازه از رقابت‌پذیری کرده است. دولت‌ها با تمرکز بر دیجیتال‌سازی، اتوماسیون، هوش مصنوعی، تحلیل داده و مدیریت هوشمند زنجیره تأمین، زیرساخت‌هایی را ایجاد کرده‌اند تا صنایع بتوانند با کمترین هزینه، بیشترین بهره‌وری را تجربه کنند.

با این حال، صنعت نساجی ایران همچنان در نقطه‌ای ایستاده است که شکاف میان سیاست‌گذاری و اجرا به وضوح دیده می‌شود. فاصله‌ای که اگر جدی گرفته نشود، می‌تواند آینده یکی از صنایعی را که زمانی ستون تولید کشور بود، با تهدیدهای جدی روبه‌رو سازد.

تولید هوشمند؛ از شعار جهانی تا واقعیت ایران

کشورهای پیشرو در صنعت نساجی اکنون به مرحله‌ای رسیده‌اند که بحث تولید هوشمند دیگر یک انتخاب یا مزیت رقابتی نیست؛ بلکه شرط بقا در بازار جهانی است. چین با برنامه Made in China ۲۰۲۵ و فناوری‌های یکپارچه نساجی و ریسندگی خود، استاندارد جدیدی را رقم زده است.

ترکیه نیز با اتکا به سیاست‌های حمایتی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی، خطوط

در نتیجه تولیدکننده نساجی در عمل تنها می‌ماند و مجبور است اولویت خود را از توسعه و نوآوری به «بقا» تغییر دهد.

مشکل دیگر این است که سیاست‌گذاری‌های صنعتی کشور اغلب «عمومی و کلی» هستند.

درحالی‌که صنعت نساجی نیازمند یک بسته سیاستی اختصاصی برای ریسندگی، بافندگی، رنگرزی، تکمیل، پوشاک، فرش ماشینی و منسوجات فنی است.

هر بخش نیازهای متفاوتی دارد: ریسندگی نیازمند نوسازی ماشین‌آلات، رنگرزی نیازمند کاهش مصرف انرژی و آب، و پوشاک نیازمند دیجیتال‌سازی فرآیند طراحی و کاهش هزینه‌های سربار. نبود این نگاه تخصصی باعث شده فرصت‌های زیادی به‌ویژه در صادرات از دست برود.

فاصله عمیق ایران با تحول دیجیتال در نساجی

یکی از واقعیت‌های مهم صنعت نساجی ایران، فرسودگی جدی ماشین‌آلات است.

بسیاری از دستگاه‌های موجود قبل از ورود Industry 4.0 طراحی شده‌اند و امکان اتصال به سیستم‌های دیجیتال یا سنسورهای کنترل کیفیت را ندارند.

در کارخانه‌های پیشرفته جهان، ماشین‌های بافندگی و ریسندگی در لحظه وضعیت تولید را گزارش می‌دهند، اما در ایران بسیاری از واحدها هنوز با ثبت دستی اطلاعات و روش‌های سنتی مدیریت می‌شوند.

این وضعیت نه‌تنها بهره‌وری را پایین نگه می‌دارد، بلکه هزینه‌های تعمیرات، خطاهای تولید و ضایعات را به شکل چشمگیری افزایش می‌دهد.

از سوی دیگر، عدم دسترسی آسان به سرمایه‌گذاری خارجی و ضعف در انتقال فناوری باعث شده که نوسازی صنعتی بسیار کند پیش برود.

درحالی‌که ترکیه، ایران، مصر و بنگلادش با همکاری برندهای اروپایی و آسیایی توانسته‌اند خطوط کامل

دیجیتال راه‌اندازی کنند، بسیاری از تولیدکنندگان ایرانی حتی امکان تأمین قطعات به‌روز را ندارند.

SMEهای نساجی ایران؛ گرفتار چالش‌های ساختاری

بیش از ۸۰ درصد صنعت نساجی ایران را واحدهای کوچک و متوسط تشکیل می‌دهند.

این واحدها ستون تولید کشور هستند اما اغلب کمترین دسترسی را به حمایت‌های مالی، تسهیلات نوسازی، مشاوره فناوری، آموزش نیروی انسانی و مشوق‌های صادراتی دارند.

در کشوری که سیاست صنعتی کارآمد دارد، این واحدها موتور محرک تولید هوشمند محسوب می‌شوند؛ اما در ایران، SMEها با هزینه‌های انرژی، ضعف بازار داخلی، نبود برنامه‌های حمایتی و نوسانات اقتصادی درگیر می‌شوند.



۴. آموزش نیروی کار برای عصر دیجیتال

کارخانه هوشمند بدون اپراتور هوشمند معنا ندارد. آموزش‌های تخصصی برای کنترل کیفیت دیجیتال، اتوماسیون، طراحی سه‌بعدی و تحلیل داده ضروری است.

۵. حمایت واقعی از SMEها

بدون توانمندسازی واحدهای کوچک و متوسط، هیچ تحول صنعتی موفق نخواهد شد.

جمع‌بندی: اگر امروز اقدام نکنیم، فردا دیر است

تجربه جهان نشان می‌دهد که کشورهایی که از صنعت نساجی خود محافظت و پشتیبانی نکردند، بعدها برای بازگشت به زنجیره ارزش جهانی با هزینه‌های سنگینی مواجه شدند.

ایران هنوز فرصت دارد تا با اصلاحات سیاستی، سرمایه‌گذاری هدفمند و پذیرش تکنولوژی‌های نوین، نساجی را به جایگاه واقعی خود بازگرداند.

اما این فرصت محدود است و هر سال تأخیر، بخشی از بازار داخلی و خارجی را از دسترس خارج می‌کند. صنعت نساجی ایران می‌تواند دوباره به یکی از موتورهای اشتغال، صادرات و نوآوری تبدیل شود، به شرطی که سیاست‌گذاری صنعتی کشور، نگاه خود را از گذشته جدا کرده و به سمت آینده‌ای هوشمند، رقابتی و دیجیتال حرکت کند.

در چنین فضایی، نه تنها سرمایه‌گذاری در تکنولوژی جدید غیرممکن است، بلکه حتی نگهداشت سطح تولید نیز دشوار می‌شود.

آینده صنعت نساجی ایران؛ فرصت یا تهدید؟

با وجود تمام چالش‌ها، نساجی ایران همچنان یکی از معدود صنایعی است که قابلیت تبدیل شدن به یک «پیشران توسعه صنعتی» را دارد.

بازار بزرگ داخلی، مهارت تاریخی نیروی کار، سهم قابل توجه در اشتغال و امکان رشد صادرات به منطقه، نقاط قوتی هستند که نباید نادیده گرفته شوند.

اما برای بهره‌برداری از این فرصت‌ها نیاز به یک تغییر بنیادین در سیاست‌گذاری صنعتی است؛ تغییری که بتواند نساجی ایران را به سمت تولید هوشمند، دیجیتال‌سازی و افزایش بهره‌وری هدایت کند.

چه باید کرد؟ ۵ اصلاح ضروری برای نجات و تحول صنعت نساجی

۱. تدوین نقشه راه ملی برای تولید هوشمند نساجی

این نقشه باید با مشارکت تولیدکنندگان، دانشگاه‌ها، برندها و متخصصان تدوین شود و شامل زمان‌بندی و ابزارهای اجرایی باشد.

۲. ایجاد بودجه نوسازی ماشین‌آلات با مدل‌های حمایتی هدفمند

نساجی ایران به فوریت نیازمند جایگزینی ماشین‌آلات فرسوده و ورود تکنولوژی‌های Industry 4.0 است. این کار باید از طریق وام کم‌بهره، لیزینگ صنعتی و مشوق‌های مالیاتی انجام شود.

۳. تقویت همکاری‌های بین‌المللی

انتقال فناوری بدون ارتباط جهانی ممکن نیست. ایجاد مسیرهای مطمئن برای مشارکت خارجی می‌تواند جهش نساجی ایران را رقم بزند.





نمایشگاه ۲۰۲۶ IFCO استانبول؛ نقطه تلاقی مد، طراحی و تجارت جهانی پوشاک

زنانه و مردانه، کودک و نوزاد، جین و اسپرت، لباس شب و عروس، لباس زیر، جوراب، چرم و کفش حضور خواهند داشت و میزبان هزاران خریدار بین‌المللی از اروپا، بریتانیا، روسیه، خاورمیانه، شمال آفریقا و سایر بازارهای هدف خواهند بود.

این نمایشگاه که توسط İTKİB Fuarçılık A.Ş. (وابسته به İHKİB) برگزار می‌شود، علاوه بر فضای نمایشگاهی، شامل بخش‌های ترند، سمینارها، کارگاه‌های تخصصی و فشن‌شوهای با تمرکز بر تحول دیجیتال، پوشاک هوشمند، منسوجات فنی و پایداری خواهد بود.

موقعیت جغرافیایی استانبول، دسترسی آسان بین‌المللی و قدرت تولید و طراحی صنعت پوشاک ترکیه، IFCO را به یکی از مؤثرترین رویدادهای این حوزه در منطقه تبدیل کرده است.

نمایشگاه Istanbul Fashion Connection (IFCO) به‌عنوان یکی از مهم‌ترین رویدادهای بین‌المللی صنعت پوشاک، از ۴ تا ۷ فوریه ۲۰۲۶ در مرکز نمایشگاهی استانبول (Istanbul Expo Center) برگزار خواهد شد.

این رویداد با هدف ایجاد ارتباط مستقیم میان تولیدکنندگان، برندها، طراحان و خریداران بین‌المللی، بستری حرفه‌ای برای توسعه صادرات و همکاری‌های تجاری فراهم می‌کند.

در IFCO ۲۰۲۶، بیش از ۳۰۰ شرکت تولیدکننده و صادرکننده از بخش‌های مختلف پوشاک شامل پوشاک

طراحی و ساخت نخستین دستگاه استاندارد تعیین میزان پرزدهی فرش ماشینی در ایران

استاندارد میزان پرزدهی فرش ماشینی فراهم شده است.

عملکرد دستگاه به این صورت است که پرز فرش توسط یک لاستیک ساینده استاندارد جدا شده، با استفاده از جاروبرقی جمع‌آوری می‌شود و سپس وزن پرز جمع‌آوری‌شده اندازه‌گیری می‌شود.

این فرآیند ساده اما دقیق، کاهش جرم ناشی از پرزدهی را به صورت عددی مشخص می‌کند.

این روش، ارزیابی پرزدهی را از یک قضاوت ذهنی به یک آزمون استاندارد، قابل اندازه‌گیری و علمی تبدیل می‌کند و می‌تواند نقش مهمی در ارتقای کیفیت فرش ماشینی، بهبود فرآیندهای کنترل کیفیت و حرکت به سمت تضمین کیفیت (Quality Assurance) در این صنعت ایفا کند.



دید مصرف‌کننده و هم از منظر تولیدکننده اهمیت بالایی دارد.

با این حال، تا پیش از این، ارزیابی میزان پرزدهی در ایران فاقد ابزار مشخص، عدد قابل استناد و معیار استاندارد بوده و کنترل کیفیت در این حوزه عمدتاً به صورت سلیقه‌ای و مبتنی بر نظر شخصی انجام می‌شد، نه بر پایه داده‌های علمی.

گامی به سوی استانداردسازی و تضمین کیفیت

با طراحی و ساخت این دستگاه، برای نخستین بار امکان اندازه‌گیری کمی، قابل تکرار و مبتنی بر

در یک دستاورد مهم علمی، صنعتی، دکتر روح‌الله سمنانی رهبر به همراه مهندس رضا قاسمی و مهندس میلاد ولی‌بیگی موفق شدند با ارائه طرحی کاربردی، عنوان طرح برگزیده را از میان ۲۶ طرح ارائه‌شده کسب کنند.

این طرح با عنوان «طراحی و ساخت دستگاه آزمون تعیین میزان پرزدهی فرش ماشینی بر اساس استاندارد ISO ۱۲۹۵۱» برای نخستین بار در کشور به مرحله طراحی و ساخت رسیده است.

مسئله پرزدهی فرش ماشینی همواره یکی از چالش‌های جدی این صنعت بوده است؛ موضوعی که هم از





نقش آفرینی بانک توسعه صادرات در موفقیت جهانی ظریف مصور

این روند رو به رشد در سال جاری نیز تداوم یافته، به گونه‌ای که از ابتدای سال تا پایان آبان‌ماه ۱۴۰۴، صادرات این شرکت به رقم ۳ میلیون و ۷۹ هزار دلار رسیده است.

مدیران ارشد این بنگاه تولیدی، برنامه‌ریزی‌های دقیقی را برای جهش حجم صادرات و تثبیت جایگاه خود در بازارهای بین‌المللی در دستور کار قرار داده‌اند.

اتحاد استراتژیک با نهاد مالی تخصصی صادرات

مدیرعامل شرکت ظریف مصور، تعامل سازنده با شبکه بانکی کشور را یکی از ارکان موفقیت بنگاه‌های اقتصادی برشمرد و از حمایت‌های مستمر بانک توسعه صادرات ایران قدردانی کرد.

سید حسین طباطبایی، مدیرعامل شرکت تولیدی ظریف مصور، ضمن تشریح کارنامه صادراتی این مجموعه، از ارزآوری بالغ بر ۷ میلیون دلار طی سال ۱۴۰۳ و ۸ ماهه ابتدایی ۱۴۰۴ خبر داد.

وی بر نقش کلیدی بانک توسعه صادرات ایران در حمایت ارزی و ریالی از این واحد نمونه نساجی تأکید کرد. همچنین راهکارهایی نظیر طراحی بسته‌های مالی اختصاصی و ابزارهای نوین زنجیره تأمین برای تعمیق تعاملات بانکی ارائه شد.

کارنامه درخشان صادراتی در صنعت نساجی و پلیمر

شرکت تولیدی ظریف مصور که فعالیت حرفه‌ای خود را از سال ۱۳۷۶ در اصفهان آغاز کرده است، اکنون به عنوان یکی از قطب‌های اصلی تولید انواع موکت خانگی، صنعتی، مواد اولیه نساجی و عایق‌های پلیمری شناخته می‌شود. بررسی آمارهای عملکردی نشان می‌دهد که این مجموعه توانسته است در سال ۱۴۰۳ رقمی معادل ۴ میلیون و ۳۰ هزار دلار ارزآوری برای اقتصاد کشور داشته باشد.

و تسهیل فرآیند خرید مواد اولیه، می‌تواند شتاب تولید صادرات محور را دوچندان کند. این رویکرد نیازمند نگاه تخصصی بانک به چالش‌های خاص صنعت نساجی و ارائه راهکارهای منعطف برای رفع موانع مالی است.

توسعه ابزارهای نوین در زنجیره تأمین و صادرات

بخش دیگری از پیشنهادات راهبردی مطرح شده، معطوف به استفاده از ابزارهای مدرن مالی در زنجیره تأمین (Supply Chain Finance) است. تأمین مالی همزمان تأمین‌کنندگان و خریداران و ایجاد ابزارهای تعهدی متناسب با سیکل تجاری شرکت، از جمله انتظارات بخش تولید از نظام بانکی است.

علاوه بر این، ارائه تسهیلات ارزی صادراتی و خدمات مشاوره‌ای تخصصی توسط بانک توسعه صادرات ایران، می‌تواند ریسک‌های تجارت بین‌الملل را برای صادرکنندگان کاهش دهد.

مدیرعامل ظریف مصور در پایان، آمادگی کامل این مجموعه را برای گسترش همکاری‌ها در چارچوب سیاست‌های کلان بانک و نقش‌آفرینی مؤثرتر در ارزآوری ملی اعلام کرد.

نقش بانک‌های توسعه‌ای (EXIM Banks) مانند بانک توسعه صادرات ایران در شرایط تحریمی، فراتر از یک تأمین‌کننده مالی صرف است و به عنوان یک شریک استراتژیک در مدیریت ریسک ارزی عمل می‌کنند.

صنعت نساجی به دلیل نیاز بالا به سرمایه در گردش و رقابت شدید در بازارهای منطقه، نیازمند ابزارهای مالی سفارشی‌سازی شده است. حمایت هدفمند از برندهایی مانند ظریف مصور که دارای مزیت نسبی در صادرات هستند، مستقیماً به مثبت شدن تراز تجاری غیرنفتی کمک می‌کند.

استفاده از روش‌های تأمین مالی زنجیره تأمین (SCF) نیز می‌تواند فشار نقدینگی را از روی تولیدکننده برداشته و به کل اکوسیستم صنعت نساجی ثبات بخشد.



به گفته سید حسین طباطبایی، این بانک تخصصی همواره نقشی محوری در تأمین نیازهای مالی و ارزی این مجموعه ایفا کرده است.

وی توسعه روابط پایدار و اثربخش با این نهاد مالی را جزو اولویت‌های راهبردی شرکت دانست و تأکید کرد که تداوم این همکاری‌ها می‌تواند مسیر ورود محصولات باکیفیت ایرانی به بازارهای جهانی را هموارتر سازد.

این شرکت که از مشتریان شاخص شعبه اصفهان بانک توسعه صادرات است، نمونه‌ای موفق از هم‌افزایی صنعت و بانکداری توسعه‌ای محسوب می‌شود.

نقشه راه تعمیق همکاری‌های مالی و اعتباری

در راستای ارتقای سطح تعاملات دوجانبه، مدیریت ظریف مصور پیشنهادهای مشخصی را برای طراحی مدل‌های نوین همکاری ارائه داده است.

تدوین بسته‌های مالی و اعتباری اختصاصی که با ماهیت و چرخه نقدینگی صنعت نساجی همخوانی داشته باشد، از مهم‌ترین این راهکارهاست.

تمرکز ویژه بر تأمین سرمایه در گردش مورد نیاز خطوط تولید

DOMOTEX asia/*CHINA*FLOOR

The Global Meeting Point for the Flooring Industry in Asia

*27-29 May, 2026
Shanghai, China*

www.domotexasiachinafloor.com

DACF
Exhibitions
达希福

万耀企龙
GLOBUS
events



Deutsche Messe



汉诺威米兰展览(上海)有限公司
Hannover Milano Fairs Shanghai Ltd.

DOMOTEX
asia *CHINA*FLOOR



رقابت نابرابر در بازار فرش ایران: وقتی فرش افغان به اسم ایرانی فروخته می‌شود و فرش اصیل زمین می‌ماند

. وقتی قیمت فرش دستباف از محدوده‌های مشخص بالاتر می‌رود، فروش سخت‌تر شود.
 . مشتری به جای اصالت و ماندگاری، بیشتر «ظاهر» را معیار قرار دهد.
 . بازار به سمت فرش‌های عشایری، گبه، سلطان‌آباد و سبک‌های ساده‌تر متمایل شود.
 . اما مسئله اینجاست: بازار قیمت‌محور اگر بدون استاندارد باشد، کیفیت را له می‌کند.

وقتی بافنده تحت فشار است، کیفیت قربانی می‌شود

بخشی از بحران امروز، از داخل صنعت می‌آید. برای اینکه قیمت پایین بماند، بسیاری از تولیدکنندگان ناچار می‌شوند:

. از مواد اولیه ارزان‌تر استفاده کنند

در تحریریه مجله نساجی و فرش ماشینی کهن وقتی درباره بازار فرش دستباف امروز حرف می‌زنیم، بحث فقط «سلیقه» یا «مد» نیست؛ مسئله این است که بازار داخلی تبدیل شده به میدان رقابتی نابرابر؛ جایی که فرش دستباف ایرانی با دو رقیب هم‌زمان می‌جنگد: فرش ماشینی ارزان‌تر و فرش‌های وارداتی/قاچاق (به‌ویژه فرش افغان) که گاهی با برجسب و ادعای ایرانی وارد ویتترین‌ها می‌شوند. نتیجه؟ مصرف‌کننده سرگردان، بافنده ناامید، و اعتبار تاریخی فرش ایران زخمی‌تر از همیشه.

چرا بازار داخلی به سمت فرش‌های «خوش‌قیمت» چرخیده؟

واقعیت تلخ این است که کاهش قدرت خرید، الگوی خرید را عوض کرده. در بسیاری از خانواده‌ها، فرش از یک «کالای هویتی و سرمایه‌ای» تبدیل شده به یک «کالای مصرفی» که باید فقط خانه را از نظر ظاهری جمع‌وجور کند.

همین تغییر نگاه باعث شده:

این اتفاق دو آسیب همزمان می‌زند:

۱. فرش ایرانی را از داخل می‌خورد چون بافنده ایرانی با هزینه چندبرابری نمی‌تواند با قیمت قاچاق رقابت کند.

۲. اعتماد مشتری را می‌سوزاند چون وقتی خریدار یک بار فریب بخورد، دفعه بعد حتی به فرش «واقعاً ایرانی» هم شک می‌کند.

فرش ماشینی هم بیکار ننشسته؛ حتی نسخه‌های پشمی شبیه دستباف آمده‌اند، از آن طرف، فرش ماشینی با هزینه تولید پایین‌تر و شبکه توزیع قوی‌تر، سهم بزرگی از بازار را گرفته.

امروز حتی فرش‌های ماشینی پشمی تولید می‌شوند که از نظر ظاهری برای بخشی از مشتری‌ها «به‌اندازه کافی شبیه دستباف» هستند و همین برای بازاری که پول ندارد، کافی است.

این یعنی اگر فرش دستباف بخواهد صرفاً وارد جنگ «قیمت» شود، عملاً شکست خورده است.

راه نجات: بازگشت به استاندارد، نه شعار



• رنگ‌های شیمیایی کم‌دوام را جایگزین رنگ‌های گیاهی کنند

• تراکم را پایین بیاورند تا سرعت بافت بالا برود
• بافنده هم برای گرفتن دستمزد سریع‌تر، کار را زودتر تمام کند

نتیجه‌اش چیزی است که بازار به وضوح می‌بیند: فرش‌هایی که بعد از اولین شست‌وشو رنگ می‌دهند، کج می‌شوند یا کیفیت‌شان فرو می‌ریزد و تلخ‌تر اینکه برخی فعالان بازار حتی می‌گویند در محصولات بی‌کیفیت داخلی، ایرادات می‌تواند از برخی نمونه‌های افغانی هم بیشتر باشد.

فرش افغان؛ رقابت یا سوءاستفاده از نام ایران؟

اینجا نقطه حساس داستان است. مشکل «فرش افغان» صرفاً رقابت نیست. رقابت سالم یعنی:

• کالا با هویت واقعی خودش فروخته شود
• مصرف‌کننده بداند چه می‌خرد
• قیمت و کیفیت شفاف باشد
• اما وقتی فرش قاچاق یا وارداتی با برجسب ایرانی وارد بازار می‌شود، دیگر رقابت نیست؛ تحریف بازار و ضربه به برند ملی است.



یک هشدار جدی: سقوط صادرات فقط عدد نیست، سقوط اعتبار اس

وقتی گفته می‌شود صادرات فرش ایران از میلیاردها دلار به ده‌ها میلیون دلار رسیده، این فقط یک کاهش درآمد نیست؛ یعنی برند «Iranian Carpet» از روی پیشخوان جهانی عقب کشیده شده و وقتی برند عقب می‌رود، جای خالی را رقبا پر می‌کنند، با استانداردسازی، با شبکه فروش، با داستان‌سازی و با بودجه.

بازار فرش دستباف ایران اگر شفاف نشود، اگر استاندارد برنگردد، اگر قاچاق و برچسب‌زنی کنترل نشود، نه فقط بافنده که خود اعتبار فرش ایران فرسوده می‌شود.

فرش افغان، فرش ماشینی، و حتی تولیدات داخلی
بی‌کیفیت، همه در یک نقطه به هم می‌رسند؛
وقتی معیار، فقط قیمت باشد و سیستم نظارت و شناسنامه وجود نداشته باشد، اصالت قربانی می‌شود.

اگر شما تولیدکننده، فروشنده یا فعال بازار فرش هستید و تجربه‌ای از برچسب‌زنی، قاچاق، افت کیفیت یا تغییر رفتار مصرف‌کننده دارید، برای تحریریه مجله کهن ارسال کنید تا در پرونده‌های بعدی «بازار فرش ایران» بررسی کنیم.

اگر قرار باشد فرش دستباف ایران دوباره «متمایز» شود، راهش تخفیف و ارزان‌فروشی نیست؛ راهش همان چیزی است که بزرگان این صنعت همیشه گفته‌اند:

- استاندارد.
- پشم درجه یک
- رنگرزی حرفه‌ای و ترجیحاً گیاهی
- طراحی جدی و اصیل
- بافت هنری، نه تولید صرفاً کفپوش

چون فرش دستباف اگر هنر نباشد، در بازار قیمت‌زده امروز هیچ شانس مقابله با فرش ماشینی و وارداتی ندارد.

شناسنامه‌دار کردن فرش؛ گره‌ای که هنوز باز نشده

یکی از راه‌حل‌های کلیدی که سال‌هاست مطرح می‌شود، شناسنامه‌دار کردن فرش است؛ نه به صورت نمایشی، بلکه واقعی و قابل استناد:

ثبت طرح، مواد اولیه، نوع رنگ، رج‌شمار، محل بافت، کیفیت رنگرزی، زمان بافت و...
اما اجرای درستش هزینه دارد، ساختار می‌خواهد و حمایت ملی. بدون این، بازار همچنان آماده است برای فروش «هر چیزی به جای هر چیزی».



نسل جدید پوشاک ورزشی با فناوری گرافن در تایلند



ترکیب طراحی مدرن و منسوجات پیشرفته

Graphenix که به عنوان برندی فعال در حوزه پوشاک شهری و محصولات سبک زندگی شناخته می‌شود، در این پروژه طراحی و رویکرد بازارمحور را بر عهده داشته و KleanTeQ نیز با سابقه فعالیت در حوزه پارچه‌های پیشرفته و تجهیزات حفاظتی، دانش فنی مرتبط با منسوجات عملکردی را به این همکاری افزوده است.

نتیجه این هم‌افزایی، معرفی مجموعه‌ای از پوشاک ورزشی است که بر راحتی، دوام و عملکرد پایدار تمرکز دارد.

در مراسم رونمایی رسمی از این همکاری، نمونه‌هایی از محصولات جدید در معرض دید رسانه‌ها و فعالان صنعت قرار گرفت. بر اساس اطلاعات ارائه شده، این پوشاک از قابلیت‌هایی نظیر تابش مادون قرمز دور (FIR)، محافظت در برابر اشعه فرابنفش و سیستم تنظیم حرارتی پیشرفته برخوردارند؛ ویژگی‌هایی که می‌توانند به کاهش خستگی، افزایش آسایش و بهبود عملکرد بدنی کمک کنند.

صنعت پوشاک ورزشی تایلند شاهد معرفی یک خط تولید جدید مبتنی بر فناوری گرافن است؛ پروژه‌ای که در نتیجه همکاری راهبردی دو شرکت تایلندی Graphenix و KleanTeQ شکل گرفته و تمرکز آن بر توسعه پوشاک ورزشی و سبک زندگی با عملکرد بالا است.

این مجموعه جدید با هدف ارتقای کارایی فیزیکی، افزایش سطح محافظت و بهبود تنظیم حرارتی طراحی شده و تلاش دارد هم‌زمان پاسخگوی نیاز ورزشکاران حرفه‌ای و کاربران فعال روزمره باشد.

استفاده از گرافن به عنوان یک ماده پیشرفته، امکان تولید لباس‌هایی سبک، مقاوم و دارای قابلیت‌های عملکردی هوشمند را فراهم کرده است.

گزینه‌ای ایده‌آل برای تولید پوشاک ورزشی پیشرفته محسوب می‌شود.

استفاده از این ماده در ساختار الیاف پارچه می‌تواند به توزیع یکنواخت‌تر حرارت بدن، جلوگیری از تجمع گرما و افزایش راحتی کاربر در شرایط آب‌وهوایی مختلف کمک کند.

گامی در مسیر توسعه پوشاک فناورمحور

نمایندگان دو شرکت تأکید کرده‌اند که هدف این همکاری، ایجاد توازن میان عملکرد فنی، طراحی بصری و ملاحظات پایداری است.

KleanTeQ این پروژه را بخشی از راهبرد خود برای توسعه منسوجات هوشمندی می‌داند که علاوه بر ارتقای عملکرد، به سلامت و رفاه کاربران نیز توجه دارند.

از سوی دیگر، Graphenix اعلام کرده که برنامه دارد استفاده از فناوری گرافن را به‌تدریج به سایر محصولات پوشاک روزمره و سبک‌زندگی خود نیز گسترش دهد.

به باور کارشناسان، در صورت موفقیت تجاری این پروژه، همکاری Graphenix و KleanTeQ می‌تواند جایگاه تایلند را در زنجیره جهانی تولید پوشاک پیشرفته تقویت کرده و مسیر را برای ورود سایر تولیدکنندگان داخلی به حوزه منسوجات فناورمحور هموار کند.

این روند، همسو با حرکت جهانی صنعت پوشاک به‌سوی استفاده گسترده‌تر از مواد نوآورانه برای افزایش دوام، کارایی و ارزش‌افزوده محصولات است.



پاسخ به نیازهای ورزش حرفه‌ای و مصرف روزمره

اهمیت این پروژه در شرایطی برجسته‌تر می‌شود که ورزشکاران تایلندی خود را برای حضور در رویدادهای مهم منطقه‌ای، از جمله بازی‌های آسیای جنوب‌شرقی ۲۰۲۵ آماده می‌کنند.

در چنین رقابت‌هایی، عواملی مانند تنفس‌پذیری پارچه، مدیریت مؤثر دما و کاهش فشار فیزیکی نقش تعیین‌کننده‌ای در عملکرد ورزشکاران دارند.

مسئولان Graphenix و KleanTeQ اعلام کرده‌اند که در فرآیند طراحی این پوشاک، نیازهای واقعی ورزشکاران به‌دقت بررسی شده و در عین حال، کاربرپذیری محصولات برای استفاده روزمره نیز مدنظر قرار گرفته است. به گفته آن‌ها، این لباس‌ها محدود به محیط‌های حرفه‌ای ورزشی نیستند و می‌توانند در فعالیت‌های روزانه نیز مورد استفاده قرار گیرند.

گرافن؛ ماده‌ای کلیدی برای منسوجات هوشمند

فناوری گرافن طی سال‌های اخیر به‌عنوان یکی از مواد پیشرو در صنایع مختلف از جمله انرژی، الکترونیک و پزشکی شناخته شده است. ورود جدی این فناوری به صنعت نساجی تایلند را می‌توان نقطه عطفی در توسعه منسوجات هوشمند این کشور دانست.

گرافن به دلیل رسانایی حرارتی بالا، استحکام قابل‌توجه و وزن بسیار کم،

برداشت بیش از ۱۸۰۰ تن وش پنبه در واحدهای کشت و صنعت کشاورزی رضوی

عملکرد مناسبی نشان داده‌اند و در سال جاری فاصله عملکردی آنها نسبت به گذشته به حداقل رسیده است.

اسفراین؛ شروع برداشت زودهنگام با رشد ۴۰ درصدی عملکرد

جفایی در خصوص واحد کشت و صنعت اسفراین بیان کرد: یکی از واحدهایی که امسال برداشت خود را زودتر آغاز کرده، واحد اسفراین است. برداشت در این واحد از اواسط آبان به‌صورت کاملاً دستی آغاز شده و تا پایان آذر ادامه خواهد داشت.

وی ادامه داد: تاکنون حدود ۱۰ درصد برداشت انجام شده و عملکرد پیش‌بینی شده حدود ۴۰۵ تن در هکتار است که نسبت به سال گذشته حدود ۴۰ درصد افزایش دارد.

سرخس؛ برداشت کامل و کیفیت ممتاز الیاف

مدیرعامل شرکت کشاورزی رضوی در خصوص واحد سرخس خاطرنشان کرد: واحد سرخس که برداشت خود را زودتر از سایر مناطق آغاز کرده بود، اکنون به پایان برداشت چین دوم رسیده است.

از مجموع ۵۸ هکتار سطح زیر کشت، حدود ۲۸۵ تن وش برداشت شده و کل تولید امسال نیز ۳۲۰ تن برآورد می‌شود.



مهدی جفائی، مدیرعامل شرکت کشاورزی رضوی با اشاره به نقش این محصول در اقتصاد کشاورزی گفت: امسال با برنامه‌ریزی دقیق در واحدهای تابعه توانستیم سطح زیر کشت پنبه را به ۴۴۱ هکتار برسانیم که شامل ۲۸۱ هکتار در انابد، ۵۸ هکتار در سرخس، ۴۴ هکتار تربت‌حیدریه، ۵۰ هکتار در اسفراین و ۸ هکتار در نهبندان است. برآورد تولید نیز حدود بیش از هزار و هشتصد تن وش پیش‌بینی شده است.

وی با تأکید بر اینکه در تمامی واحدها از دو رقم اصلاح‌شده «خورشید» و «ورامین» استفاده شده، اظهار کرد: این دو رقم که انحصار تولید آن در اختیار شرکت کشاورزی رضوی است، باوجود تفاوت‌های اقلیمی مناطق،

درحالی‌که فصل برداشت پنبه در کشور رو به اوج است، واحدهای انابد، تربت‌حیدریه، سرخس، اسفراین و نهبندان زیرمجموعه شرکت کشاورزی رضوی با سطح زیر کشت ۴۴۱ هکتار و استفاده از بذره‌ای اصلاح‌شده «ورامین» و «خورشید»، وارد مرحله اصلی برداشت شده‌اند و برآوردها از برداشت بیش از ۱۸۰۰ تن وش حکایت دارد.

برداشت پنبه در واحدهای مختلف شرکت کشاورزی رضوی با رویکردی نوین، مدیریت تنش‌های آبی و بهره‌گیری از بذره‌ای اصلاح‌شده وارد مرحله اصلی خود شده است، برداشتی که با رشد قابل‌توجه عملکرد، بهبود کیفیت الیاف و حرکت تدریجی به سمت مکانیزاسیون همراه است.

۸۰ تن وش، معادل ۳۶ درصد از برآورد نهایی، برداشت شده است.

وی افزود: میزان تولید پیش‌بینی‌شده برای تربت‌حیدریه در پایان فصل حدود ۲۲۰ تن خواهد بود و این واحد همچنان یکی از بخش‌های فعال در تولید پنبه شرکت کشاورزی رضوی به شمار می‌رود.

چشم‌انداز توسعه؛ از افزایش سطح زیر کشت تا حرکت به سمت مکانیزاسیون کامل

جفائی در ادامه با اشاره به نقش این تولیدات در زنجیره نساجی کشور خاطرنشان کرد: شرکت کشاورزی رضوی به‌عنوان یکی از زیرمجموعه‌های بنیاد رضوی، برنامه افزایش سطح زیر کشت در سال آینده را در دستور کار دارد. تنها در واحد اسفراین برنامه افزایش ۳۰ درصدی سطح زیر کشت به‌جای کشت هندوانه اجرا خواهد شد.

وی افزود: تمامی سطوح در سال آینده به بذرهای اصلاح‌شده خورشید و ورامین اختصاص خواهد یافت و در راستای ارتقای بهره‌وری نیز طرح‌هایی همچون کشت ۷۵ سانتی و توسعه روش‌های پنوماتیکی دنبال می‌شود.

مدیرعامل شرکت کشاورزی رضوی در پایان بزرگ‌ترین چالش برداشت امسال را هزینه بالای کارگری و تأخیر در برداشت عنوان کرد و گفت: حرکت به سمت مکانیزاسیون نیازمند سرمایه‌گذاری و تأمین ماشین‌آلات است که در برنامه میان‌مدت شرکت قرار دارد.



وی گفت: عملکرد امسال حدود ۴۰۹ تن در هکتار بوده و کیفیت الیاف کم‌نظیر است؛ به‌طوری که ۹۰ درصد پنبه‌چین اول در کلاس 'یک خوب' و ۱۰ درصد 'یک سفید' قرار گرفته است.

انابد؛ سهم عمده تولید و حرکت به سمت مکانیزاسیون

جفائی با اشاره به اینکه بیشترین سطح زیر کشت و بخش عمده تولید پنبه شرکت کشاورزی رضوی به واحد انابد اختصاص دارد، گفت: باوجود اینکه برداشت در این واحد هنوز آغاز نشده، ولی پیش‌بینی می‌شود بیش از ۱۰۰۰ تن وش تولید شود.

وی عملکرد سال جاری را ۳۰۸ تا ۴ تن در هکتار برآورد کرد و افزود: با تغییر آرایش کشت به روش ۲۰×۵۰ و استفاده از دستگاه پنوماتیک، میزان مصرف بذر ۵۰ درصد کاهش و آب در کوتاه‌ترین زمان به‌پای بوته می‌رسد.

تربت‌حیدریه؛ با تولید برآورده ۲۲۰ تن وش

جفائی درباره واحد تربت‌حیدریه اظهار کرد: سطح زیر کشت این واحد در سال جاری ۴۴ هکتار است و تاکنون



وقتی کیفیت نهایی فرش در خط فینیشینگ تعیین می شود



تولیدکننده اجازه می دهد از محصول خام به یک فرش آماده بازار با کیفیت یکنواخت برسد.

طراحی صنعتی با تمرکز بر بهره‌وری

یکی از ویژگی‌های برجسته خطوط فینیشینگ مدرن، طراحی مستحکم برای کارکرد طولانی مدت است. ظرفیت بالای خشک کردن در کنار مصرف انرژی کنترل شده، به کارخانه‌ها این امکان را می دهد که هم هزینه‌های عملیاتی را کاهش دهند و هم پایداری تولید را حفظ کنند.

دسترسی آسان برای تعمیر و نگهداری، یکی دیگر از مزایای کلیدی این خطوط است. در کارخانه‌هایی که توقف خط به معنای زیان مستقیم است، سادگی سرویس و نگهداری به یک مزیت رقابتی واقعی تبدیل می شود.

انعطاف پذیری در ابعاد و انرژی

خطوط فینیشینگ فرش با عرض کاری گسترده (از حدود ۱.۶ تا ۶ متر) طراحی می شوند تا پاسخگوی طیف متنوعی از محصولات باشند.

در صنعت فرش و کفپوش، مرحله فینیشینگ صرفاً یک فرآیند تکمیلی نیست؛ بلکه نقطه‌ای تعیین کننده است که کیفیت نهایی محصول، دوام، یکنواختی سطح و حتی ارزش افزوده اقتصادی فرش در آن شکل می گیرد.

تصاویر خطوط فینیشینگ و خشک کن های صنعتی BRÜCKNER به خوبی نشان می دهد که چرا این مرحله، قلب تپنده تولید فرش مدرن محسوب می شود.

فینیشینگ؛ جایی فراتر از خشک کردن

در خطوط پیشرفته فینیشینگ فرش، خشک کردن تنها یکی از وظایف سیستم است. شست و شو، رنگرزی، چاپ، کوتینگ، لمینیشن و تثبیت نهایی همگی نیازمند کنترل دقیق دما، جریان هوا و زمان هستند.

بسته به نوع فرش، از فرش رول و تایل گرفته تا نمد سوزنی و چمن مصنوعی، ظرفیت خشک کردن و نوع سیستم باید کاملاً متناسب انتخاب شود.

در همین نقطه است که تجربه چند دهه‌ای در طراحی سیستم های خشک کن و کوتینگ اهمیت پیدا می کند؛ تجربه‌ای که به

یکنواختی انجام شود، کیفیت نهایی محصول افزایش یافته و ضایعات به حداقل می‌رسد. این یعنی تولید اقتصادی‌تر، رقابت‌پذیری بالاتر و بازگشت سرمایه سریع‌تر.

از فرش خانگی تا فضاهای حساس

کاربرد این خطوط تنها به فرش‌های تزئینی محدود نمی‌شود. در حوزه‌هایی مانند فرش کودک، فضاهای بهداشتی و کفپوش‌های خاص، یکنواختی سطح، نرمی لمس و ثبات ساختاری اهمیت دوچندان پیدا می‌کند.

اینجاست که کنترل دقیق فرآیند خشک‌کردن و کوتینگ، نقش تعیین‌کننده‌ای در کیفیت نهایی ایفا می‌کند.

جمع‌بندی

در دنیای امروز صنعت فرش، رقابت دیگر فقط بر سر طرح و رنگ نیست؛ بلکه کیفیت فرآیند، بهره‌وری انرژی و ثبات تولید تعیین می‌کند کدام برند در بازار ماندگار می‌شود.

خطوط فینیشینگ و خشک‌کن‌های پیشرفته نشان می‌دهند که چگونه مهندسی دقیق می‌تواند فرش را از یک محصول معمولی به یک کالای با ارزش افزوده بالا تبدیل کند؛ جایی که فناوری، کیفیت و اقتصاد در یک خط تولید به هم می‌رسند.



همچنین امکان استفاده از رسانه‌های مختلف گرمایشی شامل گاز (مستقیم و غیرمستقیم)، روغن داغ، بخار یا برق، به تولیدکننده اجازه می‌دهد سیستم را دقیقاً مطابق زیرساخت و استراتژی انرژی کارخانه تنظیم کند.

فناوری در خدمت سودآوری

استفاده بهینه از انرژی، فقط یک مزیت فنی نیست؛ بلکه مستقیماً بر سودآوری خط تولید اثر می‌گذارد.

وقتی فرآیند فینیشینگ با حداقل اتلاف انرژی و حداکثر





Product range for carpets and textile floor coverings

- ▶ Finishing lines for tufted and woven carpets
- ▶ Thermofusion ovens for needle felt materials
- ▶ Back-coating lines for artificial turf
- ▶ Drying and heat-setting lines for digital printed materials
- ▶ Full bath impregnation units
- ▶ Roller and knife blade systems
- ▶ Laminating units
- ▶ Minimum application units
- ▶ Heat-recovery systems
- ▶ Air cleaning and filter systems
- ▶ Various innovative heating systems



بودجه ۳۴ میلیون دلاری هند برای توسعه صنعت نساجی

تأیید طرح «تکسر مپس» به ارزش ۳۰۵ کروڑ روپیه (حدود ۳۴ میلیون دلار)
برای تقویت نوآوری در صنعت نساجی هند



مهمی برای صنعت نساجی به همراه خواهد داشت، ازجمله:

- تقویت R&D در حوزه نخ، پارچه، ماشین‌آلات و منسوجات فنی
- حمایت بیشتر از نوآوران و کسب‌وکارهای نوپا
- سرعت‌بخشی به پذیرش فناوری‌های جدید در تولید
- حرکت به سمت تولید محصولات با ارزش افزوده بالا و رقابتی در سطح جهانی

این اقدام، گامی مهم در راستای تبدیل هند به مرکز نوآوری نساجی جهان ارزیابی می‌شود و برای کارخانجات، صادرکنندگان، سازندگان ماشین‌آلات و فعالان حوزه نساجی یک فرصت قابل توجه به‌شمار می‌آید.

دولت هند طرح تکسر مپس (Tex-RAMPS) را با بودجه‌ای معادل ۳۰۵ کروڑ روپیه (حدود ۳۴ میلیون دلار) به‌طور رسمی تصویب کرد؛ طرحی که هدف آن شتاب‌بخشی به تحقیق و توسعه، نوآوری و ارتقای فناوری در کل زنجیره ارزش نساجی است.

تکسر مپس که مخفف Research, Assessment, Monitoring, Planning & Start-up Support است، با تمرکز بر تقویت زیرساخت پژوهش، حمایت از استارت‌آپ‌های نساجی و بهبود سیستم‌های ارزیابی و پایش، به مدرن‌سازی صنعت نساجی هند کمک خواهد کرد.

این برنامه که از ۲۰۲۵ تا ۲۰۳۱ اجرا می‌شود، دستاوردهای

آذربایجان شرقی؛ قلب تپنده صنعت نساجی و قطب تولید حوله کشور



و بخشی از تولیدات به بازار کشورهای همسایه صادر می‌شود.

کیفیت کالاهای نساجی و رنگری منسوجات استان به‌گونه‌ای است که قابلیت رقابت با محصولات مشابه خارجی را دارد و حتی برخی واحدهای تولیدی، مشتریان خارجی از جمله هتل‌ها و بازارهای کشورهای دیگر را به‌خود جذب کرده‌اند که گواهی بر توان فنی و هنری صنعتگران این خطه در خلق محصولی با استاندارد جهانی دارد.

نساجی و حوله‌بافی در آذربایجان شرقی، فراتر از تولید کالا، یک روایت اقتصادی، اجتماعی و تاریخی است؛ روایتی از پیوند انسان، هنر و صنعت در سرزمینی که پارچه و لباس را با دست اشتغال و هویت همراه کرده است.

صادرات غیرنفتی در کشور تبدیل شده است.

در استان ما حدود ۴۵۰ واحد تولیدی فعال در حوزه نساجی و حوله‌بافی فعالیت می‌کنند و به‌صورت مستقیم ۳۰ هزار نفر در این بخش مشغول به کار هستند، نشان‌دهنده نقش پررنگ این صنعت در اقتصاد و معیشت خانوارها.

از این میان، ۴۰ درصد ظرفیت تولید نساجی استان به حوله‌بافی اختصاص دارد و ۹۰ درصد از کل حوله‌های تولیدی کشور در آذربایجان شرقی به‌ویژه در تبریز تولید می‌شود؛ محصولاتی که از مراحل اولیه رنگری تا نهایی‌سازی و بسته‌بندی در همین واحدهای صنعتی انجام می‌شود و به‌واسطه همین توانمندی، نیاز به واردات کاهش یافته

در کارگاه‌هایی که نخ، رنگ و آب به هم گره می‌خورند، آذربایجان شرقی سال‌هاست نبض صنعت نساجی کشور را در دست دارد و با تولید بخش عمده حوله ایران، به قطب بی‌رقیب این صنعت تبدیل شده است.

گروه استان‌ها، آذربایجان شرقی؛ آذربایجان شرقی، دیار تاریخ و صنعت، یکی از کهن‌ترین و حیاتی‌ترین قطب‌های صنعت نساجی ایران است؛ صنعتی که بیش از ۹۰ سال سابقه در این خطه دارد و از کارگاه‌های سنتی کوچک تا کارخانه‌های مدرن پوشاک، پارچه و حوله را در خود جای داده است.

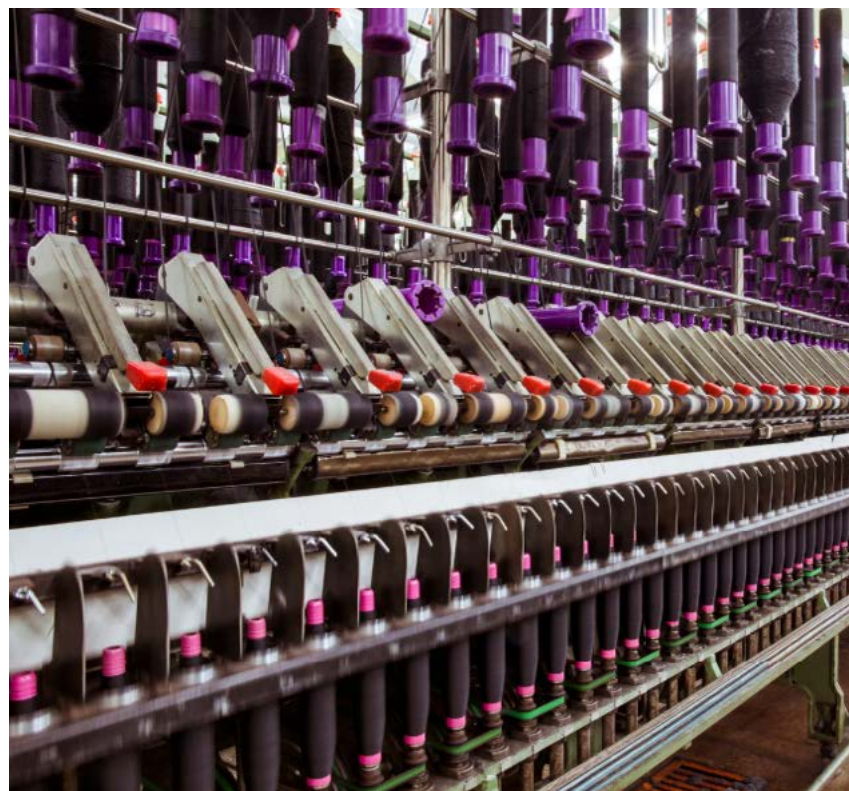
این صنعت نه تنها نقش بنیادی در تأمین نیازهای اساسی پوشاک و منسوجات جامعه دارد، بلکه به یک بخش مهم اشتغال‌زایی، ارزش‌افزوده و

پیشینه چند هزارساله، هویت نساجی آذربایجان شرقی را شکل داده است

فرزندی، عضو هیئت مدیره یکی از شرکت های فعال در حوزه نساجی است، او در گفت و گو با خبرنگار مهر با تأکید بر جایگاه جهانی این صنعت اظهار می کند: صنعت نساجی یکی از مهم ترین صنایع در کل دنیاست؛ صنعتی که هم از نظر اشتغال زایی و هم از نظر پاسخ به نیازهای اولیه بشر نقش غیرقابل انکاری دارد. انسان از نخستین روزهای زندگی اجتماعی خود به پوشاک و منسوجات نیاز داشته و این نیاز همچنان پابرجاست.

او با اشاره به جایگاه تاریخی تبریز می گوید: آذربایجان شرقی و به ویژه شهر تبریز، در گذشته یکی از شهرهای اثرگذار در مسیر جاده ابریشم بوده است. همین موقعیت باعث شد تجار و بازرگانان بسیاری در این منطقه توقف کنند و صنعت نساجی به عنوان یکی از پایه های اقتصادی شهر شکل بگیرد.

فرزندی ادامه می دهد: پس از کشاورزی، شاید بتوان گفت صنعت نساجی دومین صنعتی است که بشر بیشترین نیاز را به آن دارد. پیشینه تاریخی این منطقه سبب شده که طبق شواهد، بیش از ۹ هزار سال صنعت نساجی در آذربایجان شرقی تداوم داشته باشد.



البته در قرن های اخیر، با کشف فرآورده های نفتی و تولید الیاف مصنوعی، گرایش به الیاف طبیعی کاهش یافته است؛ چراکه منابع طبیعی محدود هستند و تولید صنعتی مسیر متفاوتی پیدا کرده است.

او با اشاره به فعالیت مجموعه خود می افزاید: مجموعه ما در حوزه حوله بافی فعالیت می کند. حوله از گذشته تاکنون یکی از کالاهای مهم و شاخص آذربایجان شرقی بوده که با برندهای مختلف تولید شده و علاوه بر بازار داخلی، به کشورهای دیگر نیز صادر می شود.

این فعال صنعت نساجی با اشاره به چالش های زیست محیطی می گوید: موضوع آب یکی از مهم ترین مسائل تأثیرگذار بر صنعت نساجی است، به ویژه در واحدهای رنگرزی که مصرف آب بالایی دارند.

در شرایطی که بحران آب به یکی از دغدغه های اصلی کشور تبدیل شده، نمی توان نسبت به این مسئله بی تفاوت بود.

او ادامه می دهد: در همین راستا، مجموعه ما با همکاری یک شرکت دانش بنیان اقدام به طراحی و راه اندازی سیستمی کرده که روزانه حدود ۲۰۰ مترمکعب آب مصرفی را تصفیه و به چرخه رنگرزی بازمی گرداند.

این اقدام هم به کاهش مصرف آب کمک کرده و هم اثرات زیست محیطی فعالیت های صنعتی را کاهش داده است.

بازچرخانی آب، ضرورتی برای آینده صنعت نساجی

آزاد فرزندی، عضو دیگر هیأت مدیره شرکت با اشاره به تجربه کاری خود می گوید: حدود ۲۰ سال است که در حوزه رنگرزی و حوله بافی فعالیت می کنم و در این مدت، همیشه موضوع مصرف آب یکی از چالش های اصلی ما بوده است.



فرجی می‌گوید: تمامی رنگ‌های مصرفی ما صددرصد ثابت هستند و از نظر ثبات نوری و شست‌وشویی تضمین می‌شوند. همچنین از مواد شیمیایی سازگار با محیط زیست استفاده می‌کنیم. کالیته‌های رنگ به مشتری ارائه می‌شود و در صورتی که رنگ دلخواه در میان آن‌ها نباشد، نمونه موردنظر در آزمایشگاه تخصصی مجموعه تولید می‌شود.

نوسان قیمت‌ها نفس تولیدکننده را گرفته است

حسن فرزندی، مدیرعامل این شرکت نساجی نیز با اشاره به ویژگی‌های یک حوله باکیفیت می‌گوید: حوله باید جنس مرغوب داشته باشد، قدرت جذب آب بالایی داشته باشد و در شست‌وشو رنگ پس ندهد؛ تنها در این صورت است که مشتری از محصول رضایت خواهد داشت.

او با انتقاد از نوسانات بازار می‌افزاید: متأسفانه نوسان شدید قیمت‌ها یکی از جدی‌ترین مشکلات ماست. قیمت مواد اولیه امروز با چند روز بعد قابل مقایسه نیست و این موضوع، هم در خرید مواد اولیه و هم در فروش محصول، واحدهای تولیدی را دچار سردرگمی کرده است.

تبریز قطب تولید حوله کشور است

نوید عقابی، دبیر انجمن نساجی آذربایجان شرقی هم در گفت‌وگو با خبرنگار مهر با اشاره به جایگاه این صنعت در استان می‌گوید: صنعت نساجی در آذربایجان شرقی، همانند سایر صنایع فعال استان، از پویایی بالایی برخوردار است و در سطح کشور به‌عنوان یکی از صنایع شناخته‌شده و اثرگذار مطرح می‌شود.

نزدیک به دو سال است که با همکاری یک شرکت دانش‌بنیان، سیستم تصفیه و بازچرخانی آب را راه‌اندازی کرده‌ایم.

او تأکید می‌کند: بازگرداندن آب به چرخه تولید، علاوه بر کاهش مصرف منابع، نقش مهمی در حفاظت از محیط زیست دارد و به‌نظر می‌رسد در آینده، چنین راهکارهایی برای ادامه فعالیت صنایع نساجی اجتناب‌ناپذیر باشد.

کیفیت، بهداشت و محیط زیست؛ سه ضلع اصلی تولید حوله

فهیمة فرجی، تکنسین رنگرزی با اشاره به نتایج اجرای این طرح می‌گوید: به‌واسطه همکاری با شرکت دانش‌بنیان، به آب نرم و استاندارد دست یافته‌ایم و پساب صنعتی را پس از تصفیه، مجدداً در فرآیند تولید استفاده می‌کنیم.

این موضوع باعث شده کیفیت رنگ‌ها افزایش پیدا کند و در مرحله نهایی شست‌وشو، صرفه‌جویی قابل توجهی در مصرف آب انجام شود.

او ادامه می‌دهد: حوله یک محصول مصرفی است که مستقیماً با پوست و بدن انسان در ارتباط است؛ بنابراین رعایت اصول بهداشتی در تولید آن اهمیت زیادی دارد.

در مرحله شست‌وشو دقت بالایی صورت می‌گیرد تا هیچ‌گونه آلودگی یا ماده حساسیت‌زا باقی نماند و محصول نهایی موجب بروز بیماری‌های پوستی نشود.

دبیر انجمن نساجی آذربایجان شرقی همچنین به فعالیت‌های ترویجی و حمایتی اشاره می‌کند و می‌افزاید: در سال‌های اخیر تلاش کرده‌ایم حضور پررنگ‌تری در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی داشته باشیم تا محصولات استان معرفی شود.

از سوی دیگر، انجمن نساجی تا جایی که در توان داشته، در مسیر پیگیری مشکلات واحدهای تولیدی، تعامل با دستگاه‌های اجرایی و رفع موانع تولید همراه صنعتگران بوده است.

صنعت نساجی و به‌ویژه حوله‌بافی در آذربایجان شرقی، با تکیه بر پیشینه تاریخی، ظرفیت بالای تولید، اشتغال‌زایی گسترده و توان رقابت با محصولات خارجی، به یکی از پایه‌های مهم اقتصاد صنعتی استان و کشور تبدیل شده است؛ صنعتی که امروز با تولید بخش عمده حوله مورد نیاز کشور، کاهش وابستگی به واردات و حضور در بازارهای صادراتی، نقش مؤثری در زنجیره تأمین منسوجات ایفا می‌کند.

با این حال، چالش‌هایی همچون نوسانات شدید قیمت‌ها، بحران آب و هزینه‌های تولید، آینده این صنعت را با دغدغه‌هایی همراه کرده است؛ دغدغه‌هایی که حرکت به‌سوی فناوری‌های دانش‌بنیان، بازچرخانی آب، ارتقای کیفیت و حمایت هدفمند از واحدهای تولیدی می‌تواند مسیر پایداری و تداوم این صنعت ریشه‌دار را هموارتر کند.

در حال حاضر، حدود ۳۰۰ واحد فعال دارای پروانه بهره‌برداری در استان فعالیت می‌کنند، اما این تمام ظرفیت نساجی استان نیست؛ چراکه بیش از ۲ هزار واحد صنفی و کارگاه‌های کوچک و اصطلاحاً زیرپله‌ای نیز به‌ویژه در حوزه تولید پوشاک و محصولات نساجی مشغول فعالیت هستند.

او با بیان اینکه زنجیره تولید نساجی در استان تقریباً کامل است، می‌افزاید: در آذربایجان شرقی، اغلب حوزه‌های نساجی از ریسندگی و بافندگی گرفته تا تولید پوشاک فعال است، اما بدون تردید، حوله‌بافی سهم اصلی تولید را به خود اختصاص داده است.

به‌طوری که امروز حدود ۹۵ درصد حوله تولیدی کشور در این استان تولید می‌شود و تبریز به‌درستی به‌عنوان قطب تولید حوله ایران شناخته می‌شود.

عقابی با اشاره به حجم بالای تولید روزانه می‌گوید: به‌صورت میانگین، روزانه بیش از ۵۰ تن حوله در واحدهای تولیدی استان تولید و به بازارهای داخلی عرضه می‌شود. این حجم تولید نشان‌دهنده ظرفیت بالای صنعتگران استان است.





یزد؛ آماده برای پانزدهمین دوره نمایشگاه صنعت نساجی و پوشاک

جناب آقای محمد میرجلیلی،

مدیر نمایشگاه بین المللی صنعت نساجی و پوشاک یزد

این نمایشگاه فرصتی مهم برای فعالان صنعت نساجی و پوشاک کشور است تا ضمن معرفی توانمندی‌های خود، در فضایی حرفه‌ای به توسعه شبکه همکاری‌ها و بازارهای جدید بپردازند.

از تمامی تلاشگران این صنعت دعوت می‌شود در این میدان حضور فعال داشته باشند و آخرین دستاوردهای خود را به نمایش بگذارند.

سال ۱۴۰۵، یزد میزبان رویدادی مهم در تقویم صنعت نساجی ایران خواهد بود.

از سال ۱۳۸۵ مسیر برگزاری نمایشگاه صنعت نساجی و پوشاک یزد آغاز شد؛ مسیری که امروز پس از چهارده دوره موفق، به یکی از رویدادهای تخصصی و معتبر این صنعت در کشور تبدیل شده است.

حضور مستمر واحدهای صنعتی موفق از داخل و خارج از کشور، این نمایشگاه را به بستری جدی برای معرفی فناوری‌ها، توسعه بازار و تقویت همکاری‌های بین‌المللی تبدیل کرده است.

اکنون در آستانه سال ۱۴۰۵، پانزدهمین دوره نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی و پوشاک یزد در راه است؛ رویدادی که پیش‌بینی می‌شود با حضور گسترده پائوین کشور چین، رنگ‌وبوی بین‌المللی‌تری به خود بگیرد.

همچنین رایزنی‌هایی با فعالان صنعت در ترکیه و برخی شرکت‌های اروپایی انجام شده تا شاهد حضور ارزشمند آنان برای ارائه تازه‌ترین دستاوردهای فنی، ماشین‌آلات و نوآوری‌های صنعتی باشیم.

**فرصت توسعه بازار و همکاری‌های صنعتی برای
فعالان نساجی**



دکتر مهران ملک پور، مدیرعامل ظریف مصور، رئیس کمیته موکت انجمن نساجی ایران شد

با افتخار، انتخاب دکتر مهران ملک پور، مدیرعامل شرکت ظریف مصور، به عنوان ریاست کمیته موکت انجمن نساجی ایران را به خانواده بزرگ و ارزشمند ظریف مصور تبریک عرض می‌نماییم.



انجمن نساجی ایران به‌عنوان یکی از باسابقه‌ترین و معتبرترین نهادهای تخصصی کشور، نقشی کلیدی در سیاست‌گذاری، توسعه دانش فنی، هم‌افزایی میان صنعت و دانشگاه و ارتقای جایگاه صنایع نساجی ایران ایفا می‌کند. این انجمن همواره مرجع تخصصی بررسی چالش‌ها، تدوین راهکارها و جهت‌دهی به آینده صنعت نساجی کشور بوده است.

در این میان، کمیته موکت به‌عنوان یکی از کمیته‌های تخصصی انجمن، مسئولیت بررسی و پیگیری مسائل مرتبط با صنعت موکت و کفپوش‌های نساجی را بر عهده دارد؛ صنعتی که سهم قابل‌توجهی در اشتغال، ارزش‌افزوده، زنجیره تأمین داخلی و بازارهای صادراتی کشور دارد.

این کمیته نقش مؤثری در ارتقای استانداردها، توسعه فناوری، بهبود کیفیت محصولات، حمایت از تولیدکنندگان داخلی و همسوسازی صنعت موکت ایران با روندهای جهانی ایفا می‌کند.

انتخاب دکتر مهران ملک پور به این جایگاه، با توجه به سابقه علمی، مدیریتی و صنعتی ایشان و همچنین نقش محوری شرکت ظریف مصور در توسعه صنعت موکت تافتینگ و کفپوش‌های نساجی کشور، گامی مهم در مسیر تقویت این صنعت به‌شمار می‌رود.

این مسئولیت، فرصتی ارزشمند برای هم‌افزایی فعالان صنعت، تدوین راهبردهای توسعه‌ای، ارتقای جایگاه موکت ایرانی در بازارهای داخلی و بین‌المللی و پاسخ‌گویی مؤثر به چالش‌های پیش‌روی صنعت خواهد بود.

شرکت ظریف مصور این انتخاب شایسته را نشانه‌ای از اعتماد جامعه تخصصی نساجی کشور به ظرفیت‌های مدیریتی و فنی مجموعه خود می‌داند و امیدوار است با حضور دکتر ملک پور در این جایگاه، شاهد تحول، انسجام بیشتر و رشد پایدار صنعت موکت و کفپوش ایران باشیم.

این موفقیت را به ایشان و به خانواده بزرگ ظریف مصور تبریک گفته و برایشان در ایفای این مسئولیت مهم، آرزوی توفیق روزافزون داریم.



ISATEX
2026



پانزدهمین نمایشگاه بین المللی

صنعت نساجی وپوشاک

استان یزد

The 15th Yazd International
Textile & Garment
Industry Exhibition

۱۵ الی ۱۸ اردیبهشت ۱۴۰۵

5 - 8 May 2026, Yazd, Iran

ساعت ۱۷ الی ۲۲ / شهرک نمایشگاه های بین المللی یزد

www.isatex.ir

www.yazdfair.com

sima.nassaj@gmail.com

ستاد برگزاری:

تلفکس: ۰۳۵-۳۸۲۰۲۱۲۵-۶

همراه: ۰۹۱۳۳۵۱۹۳۶۲ - ۰۹۱۳۶۶۱۹۳۰۸



صنعت نساجی مراکش؛ از تولید منطقه‌ای تا هاب هوشمند جهانی

تولید، بلکه محلی برای تصمیم‌سازی، طراحی و توسعه همکاری‌های بین‌المللی باشد. حضور فعال شرکت‌های داخلی و بین‌المللی، دفاتر خرید و هیئت‌های تجاری از ده‌ها کشور، نشانه‌ای از این تحول ساختاری است.

پایداری و زنجیره ارزش یکپارچه؛ مزیت رقابتی نساجی مراکش

در کنار توسعه صنعتی، پایداری به یکی از ارکان اصلی سیاست‌های نساجی مراکش تبدیل شده است. پروژه‌های بازیافت آب صنعتی، ارزش‌آفرینی از ضایعات نساجی و استفاده از الیاف پایدار، همگی در راستای تقویت اقتصاد چرخشی و افزایش اعتبار نشان ساخت مراکش «Made in Morocco» تعریف شده‌اند. انصاری در همین زمینه می‌گوید:

«تعهد مراکش به پایداری و تقویت نشان ساخت مراکش، از طریق ابتکارات پیشرو در بازیافت آب، مدیریت پسماند نساجی و به‌کارگیری الیاف پایدار به‌وضوح قابل مشاهده است.»

این رویکرد، به‌ویژه برای برندهای بین‌المللی که به دنبال زنجیره تأمین مسئولانه و نزدیک به بازارهای مصرف هستند، جذابیت ویژه‌ای ایجاد کرده است.

ترکیب چابکی تولید، استانداردهای زیست‌محیطی و نیروی انسانی آموزش‌دیده، مراکش را به گزینه‌ای رقابتی در برابر مراکز سنتی تولید نساجی تبدیل کرده است.

در مجموع، صنعت نساجی مراکش در حال عبور از مدل سنتی نمایشگاه‌محور و تولیدمحور به سمت یک هاب هوشمند، متصل و پایدار است؛ مسیری که می‌تواند این کشور را به یکی از بازیگران کلیدی آینده نساجی جهانی تبدیل کند.



صنعت نساجی مراکش در سال‌های اخیر به تدریج از یک پایگاه تولید منطقه‌ای فراتر رفته و در حال تثبیت جایگاه خود به عنوان یکی از هاب‌های نوظهور نساجی در زنجیره ارزش جهانی است.

موقعیت جغرافیایی استراتژیک، دسترسی هم‌زمان به بازار اروپا، آفریقا و آمریکا، و سرمایه‌گذاری هدفمند در زیرساخت‌ها و پایداری، مراکش را به یکی از بازیگران قابل توجه صنعت نساجی بین‌المللی تبدیل کرده است.

به گفته آقای انیس الانصاری، رئیس انجمن نساجی مراکش، مراکش امروز در نقطه تلاقی زنجیره‌های ارزش جهانی قرار دارد. او تأکید می‌کند:

«مراکش به واسطه موقعیت استراتژیک خود در تقاطع زنجیره‌های ارزش جهانی، به بستری پویا برای کسب‌وکار، نوآوری و همکاری در صنعت نساجی و پوشاک تبدیل شده است.»

یکی از نقاط قوت صنعت نساجی مراکش، نگاه جامع به کل اکوسیستم این صنعت است؛ از مواد اولیه و پارچه گرفته تا ماشین‌آلات، مواد شیمیایی، اکسسوری‌ها و برندهای بومی.

این رویکرد یکپارچه باعث شده مراکش نه تنها مقصدی برای

نقش کلیدی محصولات تخصصی در بهبود کیفیت الیاف پلی‌استر



انعطاف و دوام شست‌وشویی الیاف می‌شود و حس مشابه پنبه ایجاد می‌کند.

مشکل رایج دیگر در تولید پلی‌استر، تجمع بار الکتریکی است. آنتی‌استاتیک آرمان شیمی افروز این بار را تخلیه کرده و از گیرکردن الیاف و توقف ماشین جلوگیری می‌کند.

در نهایت، نرم‌کننده کاتیونیک این شرکت با ایجاد لطافت ماندگار روی الیاف، حتی پس از شست‌وشوی مکرر نیز کیفیت را حفظ می‌کند.

مجموعه این مواد کمکی باعث می‌شود الیاف پلی‌استر با بالاترین کیفیت و راندمان تولید شوند.

رای دریافت مشاوره، نمونه و ثبت سفارش، کارشناسان آرمان شیمی افروز آماده همراهی شما هستند.

ظریف، الیاف استیپل و الیاف صنعتی تولید می‌شوند.

در این میان، مواد کمکی نقش بزرگی در کیفیت نهایی الیاف دارند. شرکت آرمان شیمی افروز با ارائه محصولات تخصصی، فرآوری الیاف پلی‌استر را به سطحی بالاتر می‌برد.

نخستین محصول مهم، روغن اسپین فینیش است که با ایجاد پوشش یکنواخت روی فیلامنت‌ها، اصطکاک را کاهش داده و از پارگی و آسیب نخ جلوگیری می‌کند.

محصول دوم، روغن سیلیکونی ویژه الیاف هالو است؛ الیاف توخالی و سبک که در بالش و لحاف کاربرد دارند.

این روغن باعث افزایش نرمی، حجم،

الیاف پلی‌استر یکی از مهم‌ترین و پرمصرف‌ترین الیاف جهان هستند؛ الیافی که در لباس‌های ورزشی، پرده‌ها، منسوجات خانگی، طناب‌های صنعتی و حتی تایر خودرو حضور دارند.

دلیل این گستردگی، استحکام بالا، مقاومت محیطی، دوام طولانی و سهولت فرآوری این الیاف است.

تولید پلی‌استر با ذوب و اکستروژن گرانول‌های PET آغاز می‌شود. مذاب پلیمر از اسپینرت‌های بسیار ریز عبور کرده و به فیلامنت تبدیل می‌شود.

این فیلامنت‌ها پس از مراحل کشش، تثبیت حرارتی و تکسچر شدن، ساختار نهایی خود را به دست می‌آورند و به شکل‌های مختلفی مانند فیلامنت



۲۰۲۶ HOMETEX SHENZHEN؛

نقطه اتصال جهانی صنعت پرده، پوشش‌های پنجره و دیوار

HOMETEX SHENZHEN ۲۰۲۶ در فضایی بالغ بر ۱۰۰ هزار مترمربع برگزار می‌شود و میزبان بیش از ۸۰۰ غرفه‌دار داخلی و بین‌المللی خواهد بود. محصولات ارائه‌شده در این نمایشگاه شامل:

- پرده و پارچه‌های پرده‌ای
- انواع کرکره، شید و شاتر
- سیستم‌های ریل پرده
- یراق‌آلات و تجهیزات جانبی دکوراسیون پنجره

این نمایشگاه به‌عنوان پلی مستقیم میان خریداران بین‌المللی و تولیدکنندگان تأییدشده چینی عمل می‌کند و امکان تأمین مستقیم با قیمت کارخانه‌ای، کاهش هزینه‌های واسطه‌گری و تسهیل ارتباطات تجاری را فراهم می‌سازد.

نمایشگاه بین‌المللی HOMETEX SHENZHEN ۲۰۲۶ به‌عنوان مهم‌ترین رویداد تخصصی آسیا در حوزه پوشش‌های پنجره و دیوار، سیستم‌های حفاظتی و دکوراسیون داخلی، از ۷ تا ۱۰ مارس ۲۰۲۶ در مرکز نمایشگاهی و همایش‌های شتن (Futian) برگزار خواهد شد.

این رویداد به‌عنوان یک پلتفرم جامع تأمین (One-Stop Sourcing Platform)، برترین منابع زنجیره تأمین چین را گرد هم می‌آورد و بستری حرفه‌ای برای ارتباط خریداران جهانی با تولیدکنندگان معتبر فراهم می‌سازد.

یک مرکز جامع تأمین برای پوشش‌های پنجره و دیوار

دلایل اصلی برای بازدید از ۲۰۲۶ HOMETEX SHENZHEN

این رویداد به یکی از مهم‌ترین قرارهای سالانه فعالان صنعت پوشش‌های پنجره و دیوار تبدیل شده است. مهم‌ترین مزایای بازدید از این نمایشگاه عبارت‌اند از:

- همه‌چیز در یک مکان: بیش از ۸۰۰ شرکت در فضایی ۱۰۰ هزار متری.
- کیفیت ممتاز با قیمت رقابتی: ارتباط با تأمین‌کنندگان معتبر.
- تأمین یکپارچه زنجیره صنعت: از محصولات اصلی تا لوازم جانبی.
- ترندها و نوآوری‌های روز: طراحی‌های مدرن، سبک‌های نو و متریال‌های پیشرفته.
- فناوری‌های هوشمند: حفاظت UV، محصولات کم‌مصرف انرژی و سیستم‌های هوشمند خانگی.
- راهکارهای پایدار: تمرکز بر محصولات و مواد دوستدار محیط‌زیست.

فراتر از یک نمایشگاه تأمین

HOMETEX SHENZHEN تنها یک نمایشگاه خرید و فروش نیست، بلکه یک هاب بین‌المللی نوآوری و تبادل دانش به‌شمار می‌رود. از مهم‌ترین بخش‌های جانبی رویداد می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- رونمایی از محصولات جدید و نوآورانه.
- پایش‌های بین‌المللی و مناطق ترند.
- محصولات OEM با کیفیت بالا و قیمت رقابتی.
- برنامه‌های B2B و جلسات تجاری هدفمند.
- کنفرانس‌ها، سمینارها و فروم‌های تخصصی طراحی و صنعت.



برنامه ویژه Hosted Buyer برای خریداران بین‌المللی

در HOMETEX SHENZHEN ۲۰۲۶، یک برنامه ویژه Hosted Buyer برای خریداران VIP بین‌المللی در نظر گرفته شده است. این برنامه با تمرکز بر جلسات B2B هدفمند، مزایایی از جمله:

- تطبیق تجاری اختصاصی.
- دسترسی اولویت‌دار به غرفه‌داران برتر.
- فضاهای مذاکره اختصاصی.
- خدمات ویژه تجاری.
- را در اختیار خریداران خارجی قرار می‌دهد.

مهلت ثبت‌نام در این برنامه تا ۱۵ ژانویه ۲۰۲۶ است و متقاضیان واجد شرایط باید هرچه زودتر اقدام کنند.

شترن، قطب آینده صنعت پوشش‌های پنجره و دیوار

با نزدیک شدن به مارس ۲۰۲۶، شهر شترن بار دیگر به کانون توجه جهانی صنعت دکوراسیون، پرده و پوشش‌های دیوار تبدیل خواهد شد.

با توجه به مقیاس گسترده، منابع ممتاز و خدمات تطبیق تجاری هدفمند، HOMETEX SHENZHEN ۲۰۲۶ نقش یک پل ارتباطی برای نوآوری، تجارت و همکاری‌های بین‌المللی را ایفا خواهد کرد.

خریداران، طراحان، توزیع‌کنندگان و فعالان صنعت از سراسر جهان دعوت می‌شوند تا با حضور در این رویداد، فرصت‌های جدید رشد را کشف کرده و در شکل‌دهی آینده‌ای پایدار برای این صنعت نقش‌آفرینی کنند.

شرکت Saurer با جدیدترین ماشین آلات تابندگی نخ فرش در نمایشگاه فرش استانبول



ممتاز برای کاربردهای فرش را فراهم می‌کند.

نخ‌های فیلامنتی، به‌ویژه از جنس FDY، DTY و ATY، امروز در جایگاه کلیدی توسعه محصولات نوآورانه قرار دارند. این نخ‌ها با استحکام بالا، انعطاف‌پذیری مطلوب، لمس نرم و کاربردهای متنوع، فرصت‌های جدیدی را برای تولیدکنندگان فرش و منسوجات ایجاد کرده‌اند.

علاوه بر این، ماشین جدید شرکت زاورر تکنولوژی قابلیت پردازش الیاف استیپل مصنوعی را نیز فراهم می‌کند.

وجود گیج‌های بزرگ ۳۴۵ و ۴۱۴ میلی‌متری و گزینه‌های تغذیه و توزیع ۶، ۸ و ۱۰ اینچ، امکان ورود سریع تولیدکنندگان به بازار نخ‌های فیلامنتی و توسعه ظرفیت را فراهم می‌سازد.

رهبر نوآوری در ماشین آلات تابندگی نخ فرش

شرکت زاورر تکنولوژی یکی از معتبرترین برندهای جهان در تولید ماشین آلات تابندگی نخ برای صنایع مختلف، از جمله: نخ تایر، نخ فرش، الیاف استیپل، نخ شیشه و نخ‌های صنعتی است.

این شرکت با تکیه بر فناوری پیشرفته و تجربه ده‌ها ساله، راهکارهایی هوشمند، اقتصادی و قابل اعتماد به صنعت ارائه می‌دهد.

تعهد شرکت زاورر تکنولوژی به نوآوری مستمر باعث شده مشتریان این برند همواره در خط مقدم توسعه فناوری و رقابت‌پذیری در صنعت نساجی قرار بگیرند.

ماشین / FilamentCabler
FilamentTwister برای اولین بار در این نمایشگاه و به‌صورت عملکرد واقعی (Live in Action) به نمایش گذاشته می‌شود.

این ماشین نسل جدید راهکارهای پیچش نخ فرش، با تمرکز بر نیازهای صنعت فرش طراحی شده است و بازدیدکنندگان می‌توانند از نزدیک عملکرد، کیفیت و قابلیت‌های آن را مشاهده کنند.

کارایی، نوآوری و فرصت‌های جدید برای بازار نخ‌های فیلامنتی

ماشین جدید سائورر قابلیت پردازش طیف گسترده‌ای از نخ‌ها، از جمله FDY، DTY و ATY را دارد.

این فناوری با ترکیب بازدهی بالا، مصرف انرژی پایین و فناوری پالایش دقیق، امکان تولید نخ‌هایی با کیفیت

شرکت زاورر تکنولوژی (Saurer Technology) به‌عنوان یکی از پیشگامان جهانی در نوآوری ماشین آلات نساجی، حضور خود را در نمایشگاه بین‌المللی فرش و کفپوش استانبول اعلام کرد.

این نمایشگاه از ۶ تا ۹ ژانویه ۲۰۲۶ در مرکز نمایشگاهی استانبول برگزار می‌شود و میزبان تولیدکنندگان، متخصصان و تصمیم‌گیرندگان برجسته صنعت فرش و کفپوش از سراسر جهان خواهد بود.

بازدیدکنندگان می‌توانند در سالن ۳، غرفه شماره ۳۰۰ از جدیدترین راهکارها و ماشین آلات این شرکت دیدن کنند.

نمایش زنده ماشین جدید / FilamentCabler / FilamentTwister

شرکت زاورر تکنولوژی امسال با یک شگفتی مهم به نمایشگاه بین‌المللی فرش و کفپوش استانبول ICFE می‌آید:



نسل جدید چاپ پارچه؛ ترندهای نوظهور صنعت نساجی در سال ۲۰۲۶

از نگاه سئو هم، جستجوهایمانند چاپ دیجیتال پارچه با کیفیت بالا یا مزایای چاپ دیجیتال نسبت به روش سنتی رشد محسوسی داشته اند.

پایداری؛ از شعار تا الزام بازار

یکی از ترندهای تعیین کننده سال ۲۰۲۶، تمرکز جدی بر چاپ پارچه پایدار است. استفاده از رنگ های پایه آب، کاهش مصرف انرژی و حداقل سازی ضایعات دیگر صرفاً امتیاز تبلیغاتی نیست؛ بلکه مطالبه مستقیم مصرف کننده آگاه امروزی است.

بسیاری از تولیدکنندگان به سمت فناوری هایی رفته اند که ردپای کربن کمتری دارند و این موضوع در محتوای خبری و تحلیلی هم بازتاب گسترده ای پیدا کرده است.

جهان چاپ پارچه در سال ۲۰۲۶ بیش از هر زمان دیگری شبیه یک آزمایشگاه خلاقیت شده است؛ جایی که فناوری، پایداری و سلیقه مصرف کننده دست به دست هم داده اند تا قواعد قدیمی را بازنویسی کنند.

اگر تا چند سال پیش سرعت تولید و کاهش هزینه مهم ترین دغدغه فعالان این صنعت بود، حالا «هوشمندی»، «سفارشی سازی» و «دوستدار محیط زیست بودن» به کلمات کلیدی این حوزه تبدیل شده اند.

حرکت پرشتاب به سمت چاپ دیجیتال پیشرفته

چاپ دیجیتال پارچه در ۲۰۲۶ دیگر یک انتخاب لوکس نیست، بلکه به یک ضرورت رقابتی بدل شده است. افزایش دقت رنگ، امکان چاپ طرح های بسیار پیچیده و حذف محدودیت تیراژ باعث شده برندها بتوانند سریع تر به ترندهای بازار واکنش نشان دهند.

چاپ ری اکتیو با رویکرد نو بازگشت قدرتمند چاپ ری اکتیو با رویکرد نو

چاپ ری اکتیو، به خصوص در پارچه های پنبه ای و الیاف طبیعی، در سال ۲۰۲۶ دوباره در کانون توجه قرار گرفته است.

اما این بازگشت با نسخه ای به روز همراه است: مصرف آب کمتر، ثبات رنگ بالاتر و سازگاری بیشتر با استانداردهای زیست محیطی. به همین دلیل عباراتی مثل چاپ ری اکتیو مدرن یا چاپ ری اکتیو دوستدار محیط زیست در میان کاربران جستجوکننده دیده می شود.

چاپ روتاری؛ سرعت بالا، اما هوشمندتر

در حالی که چاپ دیجیتال رشد چشمگیری داشته، چاپ روتاری هم با پوست اندازی فناورانه وارد سال ۲۰۲۶ شده است.

ترکیب سیستم های کنترلی هوشمند با این روش، دقت و یکنواختی طرح را افزایش داده و آن را برای تولید انبوه همچنان مقرون به صرفه نگه داشته است.

رسانه های تخصصی نساجی از این تحول به عنوان «نسخه هوشمند چاپ روتاری» یاد می کنند.

سفارشی سازی انبوه؛ رویای دیروز، واقعیت امروز

یکی از جذاب ترین ترندهای چاپ پارچه در ۲۰۲۶، امکان سفارشی سازی در مقیاس بالا است. برندها حالا می توانند طرح، رنگ و حتی بافت را مطابق سفارش مشتری نهایی تغییر دهند؛ بدون اینکه هزینه ها سرسام آور شود.

این روند، چاپ پارچه را از یک فرآیند صرفاً صنعتی به بخشی از تجربه شخصی مشتری تبدیل کرده است.



نقش هوش مصنوعی در طراحی و چاپ

هوش مصنوعی آرام آرام جای خود را در چرخه چاپ پارچه باز کرده است؛ از طراحی الگوهای خلاقانه گرفته تا پیش بینی خطاهای چاپ و بهینه سازی مصرف مواد.

در سال ۲۰۲۶، ترکیب AI با چاپ پارچه نه یک ایده آینده نگرانه، بلکه یک مزیت رقابتی واقعی به حساب می آید.

هوش مصنوعی در چاپ پارچه جمع بندی

ترندهای جدید چاپ پارچه در سال ۲۰۲۶ نشان می دهند که این صنعت در حال عبور از یک نقطه عطف تاریخی است. ترکیب فناوری های نوین، توجه به محیط زیست و تمرکز بر نیازهای شخصی مشتریان، مسیر آینده را ترسیم می کند.

برای فعالان صنعت نساجی، تولیدکنندگان پارچه و حتی رسانه های خبری، همراهی با این ترندها نه تنها به روز ماندن، بلکه بقا در بازار رقابتی آینده را تضمین می کند.

اخیر با چالش‌هایی نظیر نوسانات ارزی، محدودیت‌های بانکی، رقابت منطقه‌ای و ضعف در نوسازی تکنولوژی مواجه بوده است.

در چنین فضایی، جذب سرمایه‌گذاری در مقیاس ۱۰ همت می‌تواند سیگنال مثبتی برای فعالان صنعت باشد.

اما پرسش کلیدی اینجاست: آیا صرف تزریق سرمایه، بدون استراتژی صادرات‌محور، تکنولوژی رقابتی و مدیریت حرفه‌ای، می‌تواند تضمین‌کننده موفقیت باشد؟

تحلیلگران صنعتی تأکید دارند که بازده واقعی این سرمایه‌گذاری به چند عامل بستگی دارد:

انتخاب تکنولوژی به‌روز، رعایت استانداردهای بین‌المللی، اتصال مؤثر به بازارهای صادراتی و ایجاد مزیت رقابتی پایدار.

در صورت اجرای صحیح و مدیریت منسجم، خوی می‌تواند به یک هاب نوظهور نساجی در شمال‌غرب کشور تبدیل شود.

اما در صورت عدم هماهنگی سیاست‌های حمایتی و ضعف زیرساخت‌ها، این پروژه نیز ممکن است با چالش‌های اجرایی مواجه شود.

اکنون صنعت نساجی در انتظار مشاهده گام‌های عملی و شفاف‌سازی جزئیات این سرمایه‌گذاری است؛ چرا که فاصله میان «اعلام پروژه» و «تحقق صنعتی» در بسیاری از موارد تعیین‌کننده موفقیت نهایی خواهد بود.



جذب ۱۰ همت سرمایه‌گذاری خارجی در نساجی خوی؛ منطقه آزاد مشترک وارد فاز عملیاتی شد

براساس اعلام مسئولان محلی، پروژه‌ای با ارزش تقریبی ۱۰ هزار میلیارد تومان (۱۰ همت) در حوزه صنعت نساجی شهرستان خوی در مرحله نهایی‌سازی قرار دارد؛ سرمایه‌گذاری‌ای که در صورت تحقق کامل، می‌تواند خوی را به یکی از قطب‌های جدید تولید و صادرات نساجی در شمال‌غرب کشور تبدیل کند.

نیز وارد مرحله بررسی‌های عملیاتی شده است. موقعیت جغرافیایی خوی و نزدیکی آن به مرزهای تجاری، این منطقه را به گزینه‌ای استراتژیک برای توسعه صادرات به بازارهای همسایه تبدیل کرده است.

کارشناسان معتقدند در صورت تحقق این منطقه آزاد، امکان تسهیل فرآیندهای گمرکی، جذب سرمایه‌گذاران خارجی و افزایش تعاملات تجاری منطقه‌ای فراهم خواهد شد.

با این حال، تجربه مناطق آزاد در سال‌های گذشته نشان می‌دهد که موفقیت چنین طرح‌هایی تنها به صدور مجوز محدود نمی‌شود و نیازمند زیرساخت‌های لجستیکی کارآمد، تأمین پایدار انرژی، دسترسی به شبکه حمل‌ونقل و سیاست‌های حمایتی پایدار است.

این طرح با هدف توسعه زیرساخت‌های تولید، راه‌اندازی خطوط مدرن نساجی، ارتقای تکنولوژی و افزایش ظرفیت صادراتی طراحی شده است.

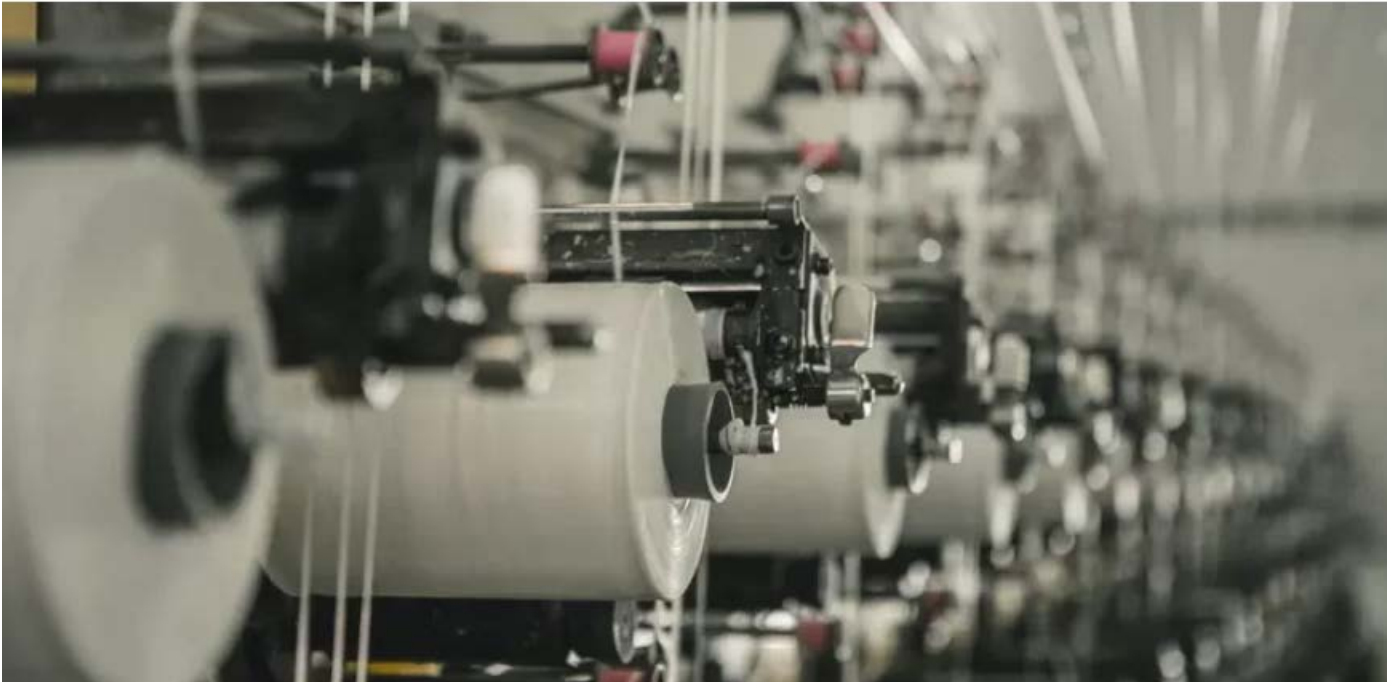
منابع رسمی اعلام کرده‌اند که اجرای این پروژه علاوه بر ایجاد اشتغال مستقیم و غیرمستقیم، می‌تواند زنجیره تأمین نساجی منطقه را تقویت کرده و به تکمیل حلقه‌های تولیدی در شمال‌غرب کشور کمک کند.

منطقه آزاد مشترک؛ مزیت رقابتی یا چالش اجرایی؟

آیا سرمایه کافی است؟

همزمان با این سرمایه‌گذاری، موضوع ایجاد «منطقه آزاد مشترک بین‌المللی» صنعت نساجی ایران طی سال‌های

انجمن‌های نساجی و تناقضی که صنعت را از درون فرسوده می‌کند



ممکن است بخشی از این روایت درست باشد. ساختار قدرت و تصمیم‌گیری و توزیع منافع در ایران پیچیده است و نفوذ بخش خصوصی محدود. اما این تمام ماجرا نیست.

رقابت برای کرسی‌های بی‌اثر؟

اگر واقعاً کرسی‌های انجمن‌ها فاقد قدرت‌اند، چرا این همه رقابت برای تصاحب آن‌ها وجود دارد؟

چرا انتخابات برخی اتحادیه‌ها به یکی از پرتنش‌ترین رویدادهای سال تبدیل می‌شود؟

چرا برای عضویت و رأی‌آوری، ائتلاف‌ها شکل می‌گیرد و حتی اختلافات شخصی و گروهی شدت می‌گیرد؟

چرا برای ورود به هیئت‌مدیره، لابی‌گری، رأی‌جمع‌کردن و ائتلاف‌های سنگین شکل می‌گیرد؟

چرا برخی حاضرند هزینه‌های جدی مالی و اعتباری برای حضور در این ساختارها بپردازند؟ این همان تضادی است که باید درباره آن صحبت شود.

روایت رسمی: ما تلاش می‌کنیم، اما گوش شنوا نیست

وقتی از مدیران تشکل‌ها سؤال می‌شود، پاسخ معمولاً این است: «ما پیگیری می‌کنیم، اما تصمیم‌گیران توجهی نمی‌کنند.»

«ما پیشنهاد می‌دهیم، اما اجازه ورود به بازی نداریم.»
«قدرت اجرایی دست ما نیست.»

در فضای صنعتی ایران، یک جمله بارها تکرار می‌شود: «انجمن‌ها و اتحادیه‌ها هیچ تأثیر و قدرت اجرایی ندارند.»

این جمله را از مدیران کارخانه‌ها می‌شنویم، از فعالان بازار می‌شنویم، حتی گاهی از خود اعضای هیئت‌مدیره همین تشکل‌ها نیز می‌شنویم.

روایت رایج این است که تصمیم‌ها جای دیگری گرفته می‌شود، صدای بخش خصوصی شنیده نمی‌شود، و تشکل‌ها صرفاً نقش نمادین دارند.

اما یک سؤال ساده وجود دارد که کمتر کسی حاضر است صادقانه به آن پاسخ دهد:

اگر این انجمن‌ها واقعاً بی‌قدرت و بی‌اثرند، پس چرا هنگام انتخابات، رقابت‌ها به شدت بالا می‌گیرد؟

• واقعیت این است که این کرسی‌ها کاملاً بی‌اثر نیستند.

• آن‌ها دسترسی ایجاد می‌کنند.

• اعتبار می‌آورند.

• شبکه ارتباطی می‌سازند.

• در برخی موارد، مسیرهای اطلاعاتی و تصمیم‌سازی را باز می‌کنند.

وام‌ها و رانت‌های کلان ایجاد می‌کنند و بالا و پایین رفتن از پله‌های وزارتخانه و دست دراز کردن و گدایی برای چند مشت دلار! را اسان‌تر می‌کند. دلارهایی که متاسفانه خرج صنعت هم نمی‌شود و سر از ملک ودلالی در می‌آورد.

پس مسئله «بی‌قدرتی مطلق» نیست. مسئله، نوع استفاده از قدرت است.

تشکل؛ ابزار توسعه یا سکوی منافع فردی؟

در یک مدل سالم، انجمن‌های صنعتی باید نقش‌های مشخصی ایفا کنند:

• تدوین استراتژی مشترک صادرات

• دفاع از منافع جمعی در سیاست‌گذاری

• ایجاد استانداردهای حرفه‌ای

• توسعه آموزش و فناوری

اما اگر تمرکز به‌جای منافع جمعی، به سمت منافع فردی، برند شخصی و نفوذ محدود شبکه‌ای برود، تشکل از ابزار توسعه به سکوی رقابت شخصی تبدیل می‌شود.

در این حالت، دو روایت همزمان شکل می‌گیرد:

در بیرون می‌گوییم «هیچ کاری نمی‌شود کرد».

در درون، برای ماندن در ساختار، رقابت می‌کنیم.

این همان شکاف اخلاقی است که اعتماد بدنه صنعت را از بین می‌برد.

مسئله اصلی: مسئولیت‌پذیری یا نقش‌آفرینی نمایشی؟

اگر انجمن‌ها واقعاً بی‌اثرند، باید صادقانه اعلام کنند که ساختار نیاز به اصلاح جدی دارد و اگر مؤثرند، باید خروجی ملموس ارائه دهند:

عدد، نتیجه، تغییر واقعی در سیاست.

بدترین حالت، وضعیت خاکستری است؛ جایی که هم از بی‌قدرتی صحبت می‌شود و هم برای تصاحب همان «قدرت ادعایی بی‌اثر» رقابت سنگین شکل می‌گیرد. این تضاد، صنعت را فرسوده می‌کند.



هوش مصنوعی و استانداردسازی؛ مسیر جدید صنعت پوشاک به سوی تولید پایدار و سودآور



- نیاز به شفافیت کامل در زنجیره تأمین
- کوتاه‌تر شدن چرخه‌های کالکشن
- افزایش پیچیدگی مدل‌ها و سفارش‌های کوچک‌تر

در چنین شرایطی، روش‌های سنتی محاسبه هزینه، به‌ویژه مدل‌های مبتنی بر اکسل و وابسته به تجربه فردی، دیگر پاسخگو نیستند. کوچک‌ترین خطا در برآورد هزینه می‌تواند به معنای از بین رفتن سود یا حتی ثبت زیان پنهان باشد.

استانداردسازی هزینه؛ از حدس به علم

یکی از مهم‌ترین تغییرات در سال‌های اخیر، حرکت به سمت روش‌های علمی برای محاسبه هزینه نیروی کار و زمان عملیات است.

استانداردسازی مبتنی بر داده، به تولیدکنندگان اجازه می‌دهد پیش از دوخت محصول، تصویر دقیقی از زمان، ظرفیت و هزینه واقعی داشته باشند.

در شرایطی که صنعت جهانی پوشاک با فشار هم‌زمان افزایش هزینه‌ها، کوتاه شدن چرخه‌های تولید، انتظارات بالاتر برندها و الزامات سخت‌گیرانه پایداری مواجه است، تولیدکنندگان بیش از هر زمان دیگری نیازمند ابزارهایی هستند که هم سرعت تصمیم‌گیری را افزایش دهد و هم حاشیه سود را حفظ کند.

امروز رقابت دیگر فقط بر سر «قیمت پایین‌تر» نیست؛ بلکه بر سر این است که چه کسی سریع‌تر تصمیم می‌گیرد، چه کسی شفاف‌تر عمل می‌کند و چه کسی می‌تواند پایداری را به‌صورت واقعی در ساختار تولید خود ادغام کند.

فشارهای جدید بر تولیدکنندگان

تولیدکنندگان پوشاک در سراسر جهان با چند چالش کلیدی مواجه‌اند:

- افزایش هزینه‌های نیروی کار و انرژی
- فشار برندها برای قیمت‌گذاری رقابتی

وقتی محاسبه هزینه از «برداشت فردی» خارج شده و به یک زبان مشترک و استاندارد تبدیل می‌شود:

- دقت هزینه‌گذاری افزایش می‌یابد
- تصمیم‌گیری سریع‌تر می‌شود
- اختلافات میان برند و تولیدکننده کاهش می‌یابد
- برنامه‌ریزی ظرفیت واقع‌بینانه‌تر می‌شود

در این رویکرد، هر عملیات تولیدی بر اساس حرکت‌های استاندارد و زمان‌های تعریف‌شده تحلیل می‌شود و خروجی، یک هزینه تکرارپذیر و قابل دفاع است.

نقش هوش مصنوعی در تسریع تصمیم‌گیری

ورود هوش مصنوعی، مرحله جدیدی از تحول را رقم زده است. امروز ابزارهای مبتنی بر AI می‌توانند تنها با تحلیل تصویر یک محصول، ویژگی‌های طراحی و پیچیدگی‌های تولید را تشخیص دهند و تخمین اولیه هزینه نیروی کار را در چند ثانیه ارائه کنند.

این سرعت، تأثیر مستقیم بر:

- کاهش زمان پیش‌هزینه‌گذاری
- کاهش دفعات اصلاح نمونه
- کوتاه شدن چرخه توسعه محصول
- افزایش شفافیت در مذاکره با برندها دارد.

در واقع، هوش مصنوعی جایگزین نیروی انسانی نیست، بلکه نقش «دستیار تصمیم‌ساز» را ایفا می‌کند؛ تصمیم‌ها همچنان انسانی‌اند، اما بر پایه داده‌های دقیق‌تر و سریع‌تر گرفته می‌شوند.

پایداری؛ نتیجه یک سیستم درست

انجام می‌شود

- تصمیم‌ها سریع‌تر و مطمئن‌تر گرفته می‌شود
- پایداری دیگر یک انتخاب لوکس نیست؛ بلکه یک الزام تجاری است. برندها اکنون نه تنها قیمت، بلکه روش تولید، مصرف انرژی، بهره‌وری و حتی سهم دستمزد عادلانه را نیز بررسی می‌کنند.

توصیه‌های عملی برای تولیدکنندگان

برای باقی ماندن در بازار جهانی، تولیدکنندگان باید چند اقدام کلیدی را در اولویت قرار دهند:

- استانداردسازی را به فرهنگ سازمانی تبدیل کنند، نه یک پروژه موقت.
- هزینه‌گذاری را به مراحل ابتدایی طراحی منتقل کنند.
- داده‌های تولید را دیجیتال و قابل تحلیل کنند.

به بیان دیگر، تولید علمی و داده‌محور، همزمان هم سودآوری را تقویت می‌کند و هم پایداری را.

شفافیت و همکاری در زنجیره تأمین

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های صنعت، نبود زبان مشترک میان برند و تولیدکننده است.

در دنیای امروز، سرعت، شفافیت و دقت سه ستون اصلی رقابت هستند. تولیدکنندگانی که بتوانند هزینه را علمی بی‌اعتمادی شکل می‌گیرد. دیجیتال‌سازی و استانداردسازی، یک «مرجع مشترک» ایجاد می‌کند. در چنین سیستمی:

- همه طرف‌ها با یک داده کار می‌کنند
- دلایل هزینه‌ها قابل مشاهده است
- مذاکره به جای حدس، بر پایه عدد

هوش مصنوعی و استانداردسازی، آینده‌ای دور نیستند؛ آن‌ها اکنون به ابزارهای بقا در صنعت پوشاک تبدیل شده‌اند.



صادرات ۲۲۷ میلیون دلاری فرش ماشینی ایران در ۹ ماهه نخست سال ۱۴۰۴

عراق و افغانستان در صدر بازارها؛ تداوم وابستگی به بازارهای منطقه‌ای

صادرات دلاری صنعت، به بازار عراق اختصاص یافته است.

پس از عراق، افغانستان با حدود ۴۷.۸ میلیون دلار در رتبه دوم قرار دارد. این دو کشور در مجموع بیش از ۱۰۰ میلیون دلار از صادرات ایران را جذب کرده‌اند؛ موضوعی که بیانگر وابستگی بالای صنعت به بازارهای همسایه و عمدتاً کم‌ریسک از نظر حمل‌ونقل است، اما در عین حال ریسک تمرکز جغرافیایی را افزایش می‌دهد.

امارات، ارمنستان و آسیای میانه؛ حلقه دوم بازارهای صادراتی

در رتبه‌های بعدی، امارات متحده عربی با حدود ۱۷.۹ میلیون دلار، ارمنستان با بیش از ۱۰.۷ میلیون دلار و ترکمنستان با حدود ۹.۵ میلیون دلار قرار دارند.

همچنین کشورهایی مانند پاکستان، چین، ترکیه، ازبکستان و تاجیکستان نیز در میان ۱۰ مقصد نخست صادراتی دیده می‌شوند.

بررسی آمار رسمی صادرات فرش ماشینی ایران در ۹ ماهه نخست سال ۱۴۰۴ نشان می‌دهد این صنعت توانسته است در مجموع ۵۳ میلیون و ۴۶ هزار کیلوگرم فرش ماشینی به ارزش حدود ۲۲۷ میلیون دلار به بازارهای جهانی صادر کند؛ رقمی که اگرچه همچنان جایگاه ایران را به‌عنوان یکی از بازیگران اصلی منطقه تثبیت می‌کند، اما از منظر تنوع بازار و ارزش افزوده صادراتی، نیازمند تحلیل عمیق‌تری است.

عراق همچنان مقصد اول صادرات فرش ماشینی ایران

مطابق داده‌های منتشرشده، عراق با بیش از ۵۳.۶ میلیون دلار واردات، بزرگ‌ترین بازار هدف فرش ماشینی ایران در این دوره بوده است. این رقم نشان می‌دهد نزدیک به یک‌چهارم کل

نکته قابل توجه حضور چین در میان بازارهای مقصد است؛ بازاری که خود یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان فرش ماشینی در جهان محسوب می‌شود.

این موضوع می‌تواند نشان‌دهنده صادرات محصولات خاص، سفارشی یا رقابت قیمتی ایران در برخی سگمنت‌ها باشد.

صادرات وزنی بالا، اما چالش ارزش افزوده

با توجه به صادرات بیش از ۵۳ میلیون کیلوگرم فرش در ۹ ماه، میانگین ارزش دلاری هر کیلوگرم صادراتی، عددی است که نیازمند بررسی دقیق‌تر در مقایسه با رقباست.

تمرکز بالای صادرات بر بازارهای منطقه‌ای و عمدتاً حساس به قیمت، این پرسش را مطرح می‌کند که چه سهمی از این صادرات مربوط به فرش‌های با تراکم بالا، طراحی خاص و ارزش افزوده بالاست و چه میزان صرفاً بر مبنای رقابت قیمتی شکل گرفته است؟

بر اساس آمار منتشرشده، با در نظر گرفتن صادرات ۲۲۷ میلیون دلاری در مقابل بیش از ۵۳ میلیون کیلوگرم فرش ماشینی، میانگین ارزش هر کیلو فرش صادراتی ایران در ۹ ماهه نخست سال حدود ۴.۳ دلار برآورد می‌شود.

این عدد نشان می‌دهد که هرچند صنعت فرش ماشینی ایران از نظر حجم صادرات جایگاه قدرتمندی دارد، اما از منظر ارزش افزوده و قیمت فروش در بازارهای بین‌المللی همچنان با چالش مواجه است.

در بسیاری از بازارهای پیشرفته، میانگین ارزش هر کیلو فرش می‌تواند به مراتب بالاتر باشد؛ بنابراین تمرکز بر طراحی متمایز، برندینگ قوی‌تر و ورود به بازارهای با قدرت خرید بالاتر می‌تواند

نقش مهمی در افزایش متوسط قیمت صادراتی و بهبود حاشیه سود صنعت ایفا کند.

در شرایطی که برندهای ترک و اروپایی با تمرکز بر طراحی، بازاریابی و بازارهای لوکس‌تر حاشیه سود بالاتری ایجاد می‌کنند، صادرات ایران همچنان متکی بر بازارهای سنتی و منطقه‌ای باقی مانده است.

ضرورت تنوع‌بخشی بازار و ارتقای جایگاه برند

آمار ۹ ماهه نشان می‌دهد صنعت فرش ماشینی ایران از منظر حجم تولید و صادرات همچنان قدرتمند است، اما برای عبور از سطح فعلی و دستیابی به رشد پایدار، باید چند محور کلیدی در دستور کار قرار گیرد:

• ورود جدی‌تر به بازارهای اروپایی و آفریقایی

• تقویت برندینگ بین‌المللی

• تمرکز بر محصولات با ارزش افزوده بالاتر

• کاهش وابستگی به بازارهای محدود منطقه‌ای

در مجموع، صادرات ۲۲۷ میلیون دلاری در ۹ ماه نخست سال ۱۴۰۴، سیگنال مثبتی برای صنعت فرش ماشینی ایران محسوب می‌شود؛ اما اگر این روند با اصلاح استراتژی‌های بازاریابی، قیمت‌گذاری و توسعه بازار همراه نشود، رشد واقعی و پایدار صنعت در بلندمدت با چالش روبه‌رو خواهد شد.

این آمار بیش از آنکه پایان مسیر باشد، نقطه‌ای برای بازنگری در استراتژی صادراتی صنعت فرش ایران است.



بحران مواد اولیه، پاشنه آشیل فرش پلی پروپیلن ایران



و حاشیه سود تولیدکنندگان را به حداقل رسانده است.

نتیجه روشن است: کاهش توان رقابت با محصولات خارجی و از دست رفتن بخشی از بازارهایی که زمانی در اختیار تولیدکنندگان ایرانی بود.

رقابت نابرابر در تأمین؛ مسئله‌ای ساختاری

یکی از چالش‌های پنهان اما جدی، رقابت نابرابر برای دسترسی به مواد اولیه است. در عمل، تولیدکنندگان فرش ماشینی ناچارند برای تأمین مواد موردنیاز خود با صنایعی رقابت کنند که ماهیت مصرف آن‌ها تفاوت اساسی با صنعت فرش دارد.

این وضعیت باعث شده سهم واقعی صنعت فرش از مواد اولیه کاهش یابد و بخش قابل توجهی از نیاز بازار از مسیرهای غیررسمی یا با قیمت‌های بالاتر تأمین شود.

بازار فرش ماشینی ایران، به‌ویژه در بخش فرش‌های پلی پروپیلن، در مقطع حساسی قرار گرفته است. افزایش مداوم قیمت مواد اولیه، محدودیت‌های تأمین و نبود شفافیت در سازوکار توزیع، به تدریج این بخش از صنعت را از یک مزیت رقابتی به یک نقطه آسیب‌پذیر تبدیل کرده است؛ روندی که اگر اصلاح نشود، نه تنها بازار داخلی بلکه صادرات فرش ماشینی را نیز تحت تأثیر قرار خواهد داد.

وقتی مواد اولیه گران‌تر از محصول می‌شود

در سال‌های اخیر، قیمت گرانول و مشتقات پلی پروپیلن با نوسانات شدید و بعضاً غیرقابل توجیهی روبه‌رو بوده است. این افزایش هزینه، مستقیماً روی قیمت تمام‌شده فرش اثر گذاشته

وقتی دسترسی به مواد اولیه رسمی دشوار می‌شود، تولیدکننده به ناچار به بازار آزاد روی می‌آورد. اما این مسیر، علاوه بر افزایش هزینه تولید، تبعات دیگری هم دارد؛ کاهش قدرت برنامه‌ریزی، بی‌ثباتی قیمت نهایی و در نهایت فشار مضاعف بر مصرف‌کننده. این چرخه معیوب، اگر ادامه‌دار باشد، می‌تواند بخشی از واحدهای تولیدی را از مدار رقابت خارج کند.

واردات هدفمند؛ گزینه‌ای که نباید نادیده گرفت

در شرایط فعلی، استفاده از ظرفیت واردات کنترل‌شده مواد اولیه، حتی با ارز آزاد، می‌تواند به‌عنوان یک راهکار مکمل مورد توجه قرار گیرد.

تجربه نشان داده است که در برخی مقاطع، این رویکرد می‌تواند قیمت تمام‌شده را متعادل کرده و از شوک‌های ناگهانی بازار جلوگیری کند؛ به شرط آنکه سیاست‌گذاری آن شفاف، زمان‌مند و متناسب با نیاز واقعی صنعت باشد.

فرش ماشینی پلی‌پروپیلن از معدود بخش‌هایی است که با مواد اولیه نسبتاً ارزان، محصولی با ارزش افزوده چندبرابری تولید می‌کند و در عین حال ارزی محدودی دارد. تضعیف این بخش، به‌معنای از دست دادن یک فرصت مهم برای اشتغال، صادرات و تثبیت بازار داخلی است؛ فرصتی که بازگشت آن در آینده ساده نخواهد بود.

جمع‌بندی تحریریه کهن

از نگاه تحریریه مجله نساجی کهن، مسئله امروز فرش پلی‌پروپیلن نه کمبود توان تولید، بلکه نبود یک چارچوب شفاف و عادلانه در تأمین مواد اولیه است.

تا زمانی که این گره ساختاری باز نشود، هرگونه امید به حفظ بازار شب عید، توسعه صادرات یا افزایش رقابت‌پذیری، بیشتر شبیه خوش‌بینی خواهد بود تا یک برنامه واقعی. صنعت فرش ماشینی ایران برای بقا، بیش از هر چیز به تصمیم‌های دقیق، اقتصادی و به‌دور از آزمون‌وخطا نیاز دارد.



توان رقابتی ماشین سازان ایرانی؛ کیفیت و قیمت در سطح منطقه و فراتر از آن



جناب آقای رازی، مدیر عامل شرکت ماشین سازی رازی

رازی با تأکید بر نقش نمایشگاه‌های داخلی افزود: نمایشگاه‌هایی مانند ایران‌تکس بستر مناسبی برای معرفی توانمندی‌ها و محصولات ماشین‌سازان ایرانی هستند و به دیده‌شدن تولیدات داخلی کمک می‌کنند.

با این حال، او معتقد است که این رویدادها به‌تنهایی نمی‌توانند محرک جدی نوآوری باشند؛ چرا که به دلیل محدودیت‌ها، بسیاری از شرکت‌های خارجی امکان یا انگیزه حضور گسترده با ماشین‌آلات کامل خود را ندارند و در نتیجه، فضای مقایسه و انتقال فناوری به‌طور کامل شکل نمی‌گیرد.

به گفته مدیرعامل ماشین‌سازی رازی، نوآوری واقعی زمانی اتفاق می‌افتد که شرکت‌های متعددی از کشورهای مختلف بتوانند ماشین‌آلات خود را به‌صورت عملیاتی در بازار ایران عرضه کنند و رقابت مستقیم شکل بگیرد؛ شرایطی که در حال حاضر بیشتر بار آن بر دوش تولیدکنندگان داخلی است.

نمایشگاه نساجی ایران‌تکس ۱۴۰۴ که از ۱۲ تا ۱۵ دی‌ماه برگزار شد، اگرچه نسبت به سال‌های گذشته کم‌رونق‌تر ارزیابی می‌شود، اما همچنان به‌عنوان یکی از معدود فضاها تعامل صنعت ماشین‌سازی و نساجی کشور، نقش مهمی در نمایش ظرفیت‌های داخلی ایفا می‌کند.

در حالی که صنعت ماشین‌سازی نساجی ایران طی سال‌های اخیر با محدودیت‌های سیاسی و تجاری متعددی روبه‌رو بوده، فعالان این حوزه معتقدند سطح فنی، کیفی و قیمتی ماشین‌آلات ساخت داخل امروز به نقطه‌ای رسیده که امکان رقابت جدی با تولیدکنندگان منطقه‌ای و حتی اروپایی را فراهم کرده است.

محسن رازی، مدیرعامل ماشین‌سازی رازی، در حاشیه نمایشگاه نساجی ایران‌تکس ۱۴۰۴ با اشاره به وضعیت رقابت‌پذیری ماشین‌سازان ایرانی گفت: در حال حاضر، تولیدکنندگان داخلی ماشین‌آلات نساجی از نظر کیفیت ساخت و قیمت، کاملاً توان رقابت با سازندگان کشورهای ترکیه و چین را دارند.

به گفته او، اگر شرایط سیاسی و محدودیت‌های صادراتی مانع حضور در بازارهای جهانی نباشد، حدود ۹۹ درصد از ماشین‌سازان داخلی قادرند هم از نظر کیفیت و هم از نظر قیمت با سازندگان آسیایی رقابت کنند و حتی در برخی موارد، در مقایسه با شرکت‌های اروپایی، از نظر نوآوری و قیمت عملکرد قوی‌تری دارند.

چالش‌ها و فرصت‌های ایران‌تکس ۱۴۰۴

جناب آقای محمد روحانی، مدیر فروش شرکت رکورد



دغدغه طراحی را که محدودیت گاموت رنگی CMYK برایشان چالش‌برانگیز بوده، تا حد زیادی برطرف کند. این راهکار با هزینه‌ای حداقلی در اختیار فعالان این حوزه قرار می‌گیرد.»

روحانی در ادامه به چالش‌های برگزاری نمایشگاه امسال اشاره کرد و گفت: «برخی اتفاقات داخلی، نوسانات شدید نرخ ارز، مشکلات ثبت سفارش، تخصیص ارز، حذف دلار تالار اول و افزایش هزینه‌های حمل‌ونقل و گمرک، شرایط را برای فعالان این صنعت دشوار کرده است.»

این مسائل، در کنار شرایط سیاسی و اقتصادی، به کاهش فروش در بسیاری از کسب‌وکارها دامن زده است.»

وی با اشاره به جابه‌جایی زمان برگزاری نمایشگاه به دلیل شرایط تحمیلی، افزود: «به نظر می‌رسد نمایشگاه از نظر نظم اجرایی و تبلیغات شهری می‌توانست بسیار بهتر عمل کند. سهم تبلیغات محیطی و رسانه‌ای بسیار محدود بود، در حالی که ظرفیت بالاتری برای اطلاع‌رسانی وجود داشت.»

نمایشگاه نساجی ایران‌تکس ۱۴۰۴ که از ۱۲ تا ۱۵ دی‌ماه برگزار شد، نسبت به سال‌های گذشته با استقبال کمتری همراه بود، اما همچنان فرصتی برای تبادل نظر، معرفی فناوری‌ها و بررسی چالش‌های صنعت نساجی کشور فراهم کرد.

در حاشیه نمایشگاه نساجی ایران‌تکس ۱۴۰۴ با اشاره به فعالیت این شرکت در حوزه ماشین‌آلات چاپ دیجیتال، از ورود نرم‌افزارهای اروپایی جدیدی خبر داد که نقش مهمی در بهبود کیفیت و تخت بودن چاپ دیجیتال ایفا می‌کنند.

به گفته روحانی، شرکت رکورد در هر دو حوزه چاپ دیجیتال مستقیم (Direct Printing) و سیستم‌های چاپ سابلمیشن فعال است. در سیستم سابلمیشن، طرح ابتدا روی کاغذ چاپ شده و سپس از طریق دستگاه پرس یا کلندر به پارچه پلی‌استر منتقل می‌شود.

در چاپ مستقیم نیز از جوهرهای دیسپرس و اکتیو استفاده می‌شود که قابلیت کاربرد بر روی الیاف طبیعی و مصنوعی را دارند.

وی با تأکید بر اهمیت نرم‌افزار در کیفیت نهایی چاپ افزود: «نرم‌افزارهای اروپایی که به‌تازگی وارد کرده‌ایم، تأثیر چشمگیری در یکنواختی و تخت بودن چاپ دیجیتال دارند.»

محیط این نرم‌افزارها RGB است و می‌تواند

سایه نااطمینانی و تنش‌های منطقه‌ای، صنعت نساجی و فرش ماشینی در وضعیت انجماد



هزینه‌های انرژی، حمل‌ونقل و دستمزد، محاسبات تولیدکنندگان را مختل کرده است. بسیاری از کارخانه‌ها ترجیح می‌دهند با حداقل ظرفیت کار کنند تا ریسک انباشت موجودی یا فروش با زیان را کاهش دهند.

فعالان صنعت معتقدند مشکل اصلی نه صرفاً افزایش هزینه‌ها، بلکه «نامشخص بودن فردا» است. وقتی چشم‌انداز روشن وجود ندارد، تصمیم‌گیری اقتصادی تبدیل به یک ریسک پرهزینه می‌شود.

نتیجه این وضعیت، کاهش سرمایه‌گذاری، توقف طرح‌های توسعه‌ای و احتیاط شدید در استخدام نیروی جدید است.

صنعت در انتظار ثبات

صنعت نساجی و فرش ماشینی ایران، که یکی از اشتغال‌زاترین بخش‌های صنعتی کشور محسوب می‌شود، بیش از هر زمان دیگری به ثبات نیاز دارد.

تولیدکنندگان تأکید می‌کنند که بدون اطمینان حداقلی نسبت به شرایط ارزی، تجاری و سیاسی، امکان برنامه‌ریزی میان‌مدت و بلندمدت وجود ندارد.

در حال حاضر، بسیاری از واحدهای تولیدی در وضعیت «انجماد استراتژیک» قرار گرفته‌اند؛ نه تعطیل شده‌اند و نه در مسیر توسعه حرکت می‌کنند. آینده این صنعت، بیش از هر چیز، به بازگشت آرامش و کاهش سطح نااطمینانی گره خورده است.

شرایط تجاری است. به گفته برخی مشاوران صادراتی، مشتریان بین‌المللی در مذاکرات خود به‌صراحت درباره ریسک ارسال کالا، زمان تحویل، نقل‌وانتقال پول و حتی بیمه محموله‌ها ابراز تردید می‌کنند.

در بسیاری از موارد، پرسش اصلی خریدار این است: «آیا سفارش ما به موقع و بدون مشکل به دستمان خواهد رسید؟»

همین تردیدها باعث شده بخشی از مذاکرات صادراتی یا متوقف شود یا به حالت تعلیق درآید. صادرکنندگان فرش ماشینی و منسوجات خانگی، که در سال‌های اخیر بازارهای منطقه‌ای مهمی را به دست آورده بودند، اکنون با کاهش سفارش و کند شدن روند عقد قراردادهای جدید مواجه هستند.

بازار داخلی نیز در انتظار

در بازار داخلی نیز شرایط بهتر نیست. نوسان شدید قیمت مواد اولیه،

در شرایطی که فضای اقتصادی کشور با نوسانات شدید ارزی و افزایش تنش‌های منطقه‌ای مواجه است، فعالان صنعت نساجی و فرش ماشینی از رکود بی‌سابقه و نوعی «فلج تصمیم‌گیری» در بازار خبر می‌دهند؛ وضعیتی که بیش از هر چیز ناشی از نااطمینانی عمیق نسبت به آینده است.

افزایش مداوم نرخ ارز و نبود چشم‌انداز روشن نسبت به ثبات سیاسی و اقتصادی، باعث شده بسیاری از تولیدکنندگان و صادرکنندگان در حالت انتظار قرار بگیرند.

فعالان این حوزه می‌گویند در چنین فضایی نه می‌توان قیمت‌گذاری دقیق انجام داد، نه برنامه‌ریزی تولید داشت و نه حتی قرارداد صادراتی بلندمدت امضا کرد.

صادرات در وضعیت تعلیق

یکی از چالش‌های جدی، بی‌اعتمادی خریداران خارجی نسبت به پایداری

كاوان شيمه سورن



- ✓ نرمکن میکروسیلیکونی
- ✓ نرمکن ماکروسیلیکونی
- ✓ نرمکن ماکروسیلیکونی با خاصیت عمق دهنده
- ✓ نرمکن سمی ماکروسیلیکونی هیدروفیل
- ✓ نرمکن کاتیونیک خمیری
- ✓ نرمکن کاتیونیک خمیری با زیر دست شبه سیلیکونی
- ✓ نرمکن کاتیونیک کنس نسل جدید
- ✓ عمق دهنده غیرسیلیکونی
- ✓ عمق دهنده نانو سیلیکونی
- ✓ انواع آنزیم آهار بر کنس و آماده مصرف
- ✓ انواع آنزیم پرز بر و بایو پولیش
- ✓ کنس و آماده مصرف
- ✓ آنزیم آنتی پراکساید
- ✓ صابون آنیونیک
- ✓ صابون نانیونیک
- ✓ صابون آنیونیک نانیونیک
- ✓ صابون لکه بر کنس
- ✓ صابون پخت
- ✓ صابون پس شور
- ✓ کریر جهت رنگریزی پلی استر
- ✓ نفوذ دهنده مخصوص مرسریزاسیون
- ✓ نفوذ دهنده
- ✓ ریتاردر جهت رنگریزی اکریلیک
- ✓ یکنواخت کننده جهت رنگریزی اکریلیک
- ✓ آنتی استاتیک تکمیل
- ✓ آنتی فوم مخصوص جت



صنعت نساجی
TEXTILE INDUSTRY



۰۹۱۲-۹۴۴۰۱۵۷
۰۹۱۲-۹۴۴۰۱۵۸



ITM

2026

İSTANBUL

INTERNATIONAL TEXTILE MACHINERY EXHIBITION

9-13 JUNE

www.itmexhibition.com



**TÜYAP FAIR CONVENTION AND
CONGRESS CENTER**
BUYUKCEKMECE / İSTANBUL

OWNERS



TÜYAP FAIRS INC.
P : + 90 212 867 11 00
F : + 90 212 886 66 98
www.tuyap.com.tr



TEKNİK FAIRS INC.
P : + 90 212 876 75 06
F : + 90 212 876 06 81
www.teknikfuarcilik.com

with the cooperation



Textile Machinery and Accessories Industrialists Association

Scan the QR Code for
more information



Follow us!



itmexhibition