

کهن

مجله بین المللی اختصاصی صنعت نساجی ایران
دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
سال ۱۶ . شماره ۷۸ . آبان ۱۴۰۲ . قیمت ۸۰۰۰ تومان



ITMA ASIA



19-23 November 2023 | Shanghai, China
www.itmaasia.com | www.citme.com.cn

۲۸ آبان - ۲ آذر ۱۴۰۲ شانگهای - چین

مسرور دیدار شما
از جمع بهترین ها هستیم

Lafer
SPA
ideas for better fabric

ایتالیا



AIKI RIOTECH

ژاپن



UNITEX

سنگاپور



SCLAVOS
Way of dyeing

یونان



CORINO
MACCHINE

ایتالیا



رمز ماندگاری ما، موفقیت شما است.



NedTex Co, Ltd

نماینده‌گی و پشتیبانی در ایران

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

ویسزه: ۵۵۶۰ ۹۱۰۳ (۰۲۱)

WINNERS@NedTex.biz



گروه مهندسی و بازرگانی معتمدتکس



MOTAMEDTEX

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



انواع کالسکه ای



انواع قیچی



انواع ریپر و گریپر

و تامین قطعات یدکی دیگر



سی ال برد



موتور
رزرو پود



مودول
M5 , M6



آسانسوری
و بند مودول



نیدل
برینگ



برد ژاکارد



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

WWW.MOTAMEDTEX.COM

مشاوره و فروش ماشین آلات بافندگی فرش



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



دستگاه وکیوم



دستگاه بسته بندی



دستگاه رول کننده



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

+90 552 374 9272

manager@motamedtex.com

WWW.MOTAMEDTEX.COM

معتمدتکس پیشرو در ماشین آلات نساجی



MOTAMEDTEX



شرکت الیاف نمونه

هدلینگ نمونه همواره از پیشگامان درحوزه تولید الیاف پلی استر بوده است. امروز نیز با بهره مندی از کادر متخصص و ایجاد ارتباط مناسب با نخبگان برجسته دانشگاه و صنعت - شرایط را برای عرضه محصولات و ارائه خدمات ممتاز در بازارهای داخلی و خارجی فراهم نموده است.



این شرکت تولیدی با بهره گیری از روش های نوآورانه محصولات خود را به برندی برتر و منحصر به فرد برای مشتریان خود در هر سطحی از تقاضا تبدیل نموده است.



با توجه به کیفیت ویژه ی محصولات تولید شده، این الیاف دارای کاربرد در صنایع ریسندگی و پوشاک، منسوجات بی بافت، موکت سازی و نخ فرش، صنایع خواب و پرکنی، مبلمان و عروسک سازی، خودرو سازی، و ... می باشد.



گروه تولیدی، صنعتی و بازرگانی نمونه
Nemoun Companies Group



شرکت الیاف نمونه
Alyaf Nemoun Co



شرکت بازرگانی نمونه ایران
Nemoun Commerce Co



شرکت نمونه گستران دلیجان
Nemoun Gostaraneh Delijan



+ 989121837593
+ 989190037451
+ 02126136130-5

www.nemoungroup.org

www.nemoungroup.org

www.nemoungroup.org



شرکت الیاف نمونه Alyaf Nemoun Co

www.alyafnemoun.ir

شرکت الیاف نمونه به منظور رفع نیاز داخلی و خارجی با توجه به مشکلات روز افزون کمبود منابع طبیعی و کشاورزی و افزایش تقاضا در صنایع نساجی صنایع عایق های رطوبتی و حرارتی صنایع خودرو سازی و صنایع رسیندگی و موکت و دیگر صنایع مرتبط پس از تجهیز کردن کارخانه به ماشین آلات مدرن و تجهیزات آزمایشگاهی مورد نیاز و با استفاده از متخصصین و پرسنل مجرب از سال ۱۳۹۳ آغاز به کار نموده است و محصولات خود را با استفاده از مرغوب ترین مواد اولیه به بازار عرضه کرده است.

دفتر مرکزی:
تهران نیاوران تقاطع کامرانیه شمالی
برج بام نیاوران طبقه ۹ واحد ۱۷

02126136130_5



نشانی کارخانه:

مازندران - جویبار - شهرک صنعتی جویبار
- الیاف نمونه

كاوان شيمه سورن



- ◀ اسپين فينیش مخصوص BCF - CF
- ◀ اسپين فينیش مخصوص ذوبریسی (پلی استر استیل)
- ◀ اسپين فينیش مخصوص ذوبریسی (پلی پروپیلن استیل)
- ◀ آنتی استاتیک مخصوص ریسندگی اسپان
- ◀ آنتی استاتیک مخصوص منسوجات بی بافت
- ◀ آنتی استاتیک مخصوص ذوبریسی (پلی استر استیل)
- ◀ نرمکن مخصوص ذوبریسی (پلی استر استیل)



KAVAN CHEMIE SOREN

دفتر مرکزی: تهران، خیابان بهبودی، بالاتراز خیابان نصرت، نبش کوچه امیر، پلاک ۱۸، واحد ۲
کارخانه: شهرک صنعتی اشتهارد، بلوار ملاصدرا غربی، خیابان دماوند ۴، قطعه ۵۲۰۲

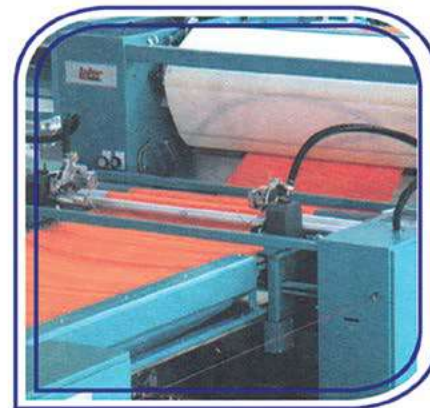
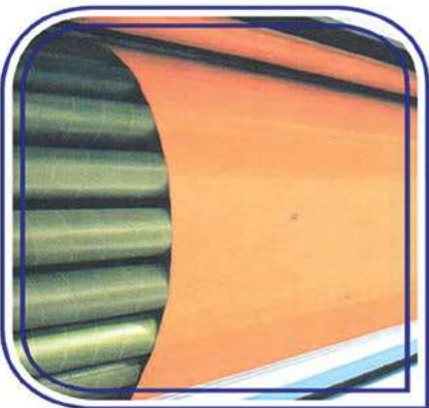
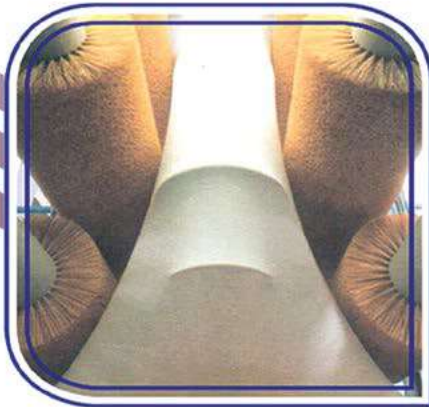
تلفن: ۰۲۱ - ۶۶۰۸ ۵۰۷۹ | همراه: ۰۹۱۲ - ۸۹۰۲۴۱۲ - ۱۳ | فکس: ۰۲۱ - ۶۶۰۳۶۶۲۰
www.kavanchemie.com | info@kavanchemie.com

تولیدکننده مواد شیمیایی
صنعت الیاف مصنوعی



نامی آشنا در تکمیل پارچه

دستگاه کامپکت - دستگاه برس - دستگاه تیغ - دستگاه خار
Raising - Shearing - Sueding - Compacting





کلینیک نساجی تکنو تکس



اصالت و کیفیت بیشتر / هزینه کمتر

✓ فروش ماشین آلات نساجی

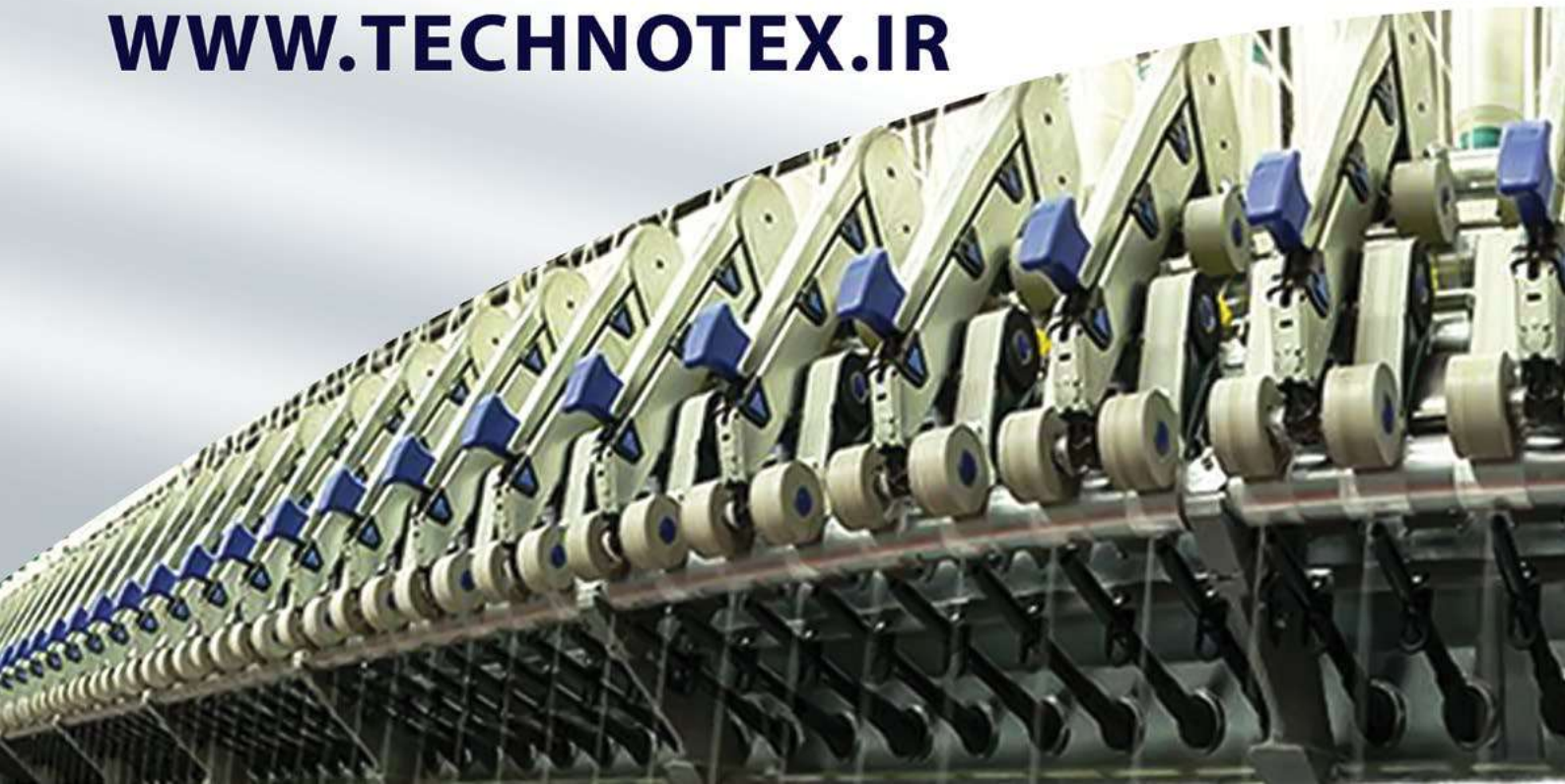
✓ تأمین قطعات (ریندی، بافندی، هیت ت)

✓ مشاوره تخصصی و طراحی خط تولید • دفتر مرکزی: +۹۸۳۱۵۵۵۷۷۶۶۶

✓ ارائه کلیه خدمات بازرگانی • مهندس شیروانی (مدیرعامل): +۹۸۹۱۳۱۶۱۲۰۰۴

• مهندس صائبی (مدیر فروش): +۹۸۹۰۵۳۹۹۴۸۰۰۰

WWW.TECHNOTEX.IR



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



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



موارد استفاده در
صنایع نساجی، نخ و الیاف

فرش ماشینی و موکت :

نخ های فیلامنتی و الیاف کوتاه

الیاف پلی استر ، پلی پروپیلن و پلی آمید کوتاه

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

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

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

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

فرش ماشینی، موکت و لانی های سوزنی

منسوجات نبافته (Non woven) بهداشتی :

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

سوزن زن . SS, SMS, SMMS

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

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

مسترچ و افزودنی الیاف پلی استر کتان تایپ

جهت تولید الیاف DOPE DYED

گونی و جامبو پلی پروپیلن

سفید کننده و براق کننده جهت تولید الیاف پلی استر PSF



www.rangdaneh.ir
info@rangdaneh.com

دفتر تهران :

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

کدپستی : ۱۵۳۷۱۳۹۱۳ صندوق پستی : ۷۴۵۸ - ۱۵۸۷۵

تلفن : (۲۰ خط) ۸۸۷۵۰۶۱۸ - ۰۲۱

فاکس : ۸۸۷۴۱۵۳۰ - ۸۸۷۵۰۶۰۲ - ۰۲۱



فرش بهشتی
Beheshti Carpet



فرش بهشتی، تنوعی از طرح و نقش

www.beheshticarpet.com

+ 9 8 2 1 - 4 1 1 7 3

شرکت تولیدی و صنعتی

هینزا شیمی

تولید کننده انواع مواد تعاونی نساجی و رزین



Hinza Chemical

تولیدکننده انواع رزین‌های امولسیونی پایه آب و مواد تعاونی نساجی و رنگریزی



تولیدکننده انواع روغن و آنتی‌استاتیک‌های خاص برای صنایع الیاف‌سازی پلی‌استر، کاردینگ، ریسندگی نخ اکریلیک و پلی‌استر



- آنتی‌استاتیک برای الیاف پلی‌استر و پلی‌پروپیلن

- آنتی‌استاتیک (روغن کاردینگ) برای انواع موکت

- روغن کاردینگ برای لایه‌های بی بافت پلی‌استر و پلی‌پروپیلن

- آنتی‌استاتیک برای ریسندگی پلی‌استر

- آنتی‌استاتیک برای ریسندگی مفلوط پلی‌استر و پشم

- آنتی‌استاتیک برای ریسندگی اکریلیک

- آنتی‌استاتیک برای ریسندگی اکریلیک به روش Tow To Tops



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



۰۲۱-۸۸۷۴۸۶۳۸-۳۹

@hinza-chemical

@hinzachemical

فهرست

۱۴

طراحی فرش و پارچه: تجربیات، نکات حرفه ای، و چشم انداز صنعت فشن و فرش

۲۴

گزارش پانزدهمین دوره نمایشگاه فرش ماشینی، کفپوش و موکت تهران ۱۴۰۲

۳۶

دومین سمپوزیوم بین المللی صادرات فرش ایران: بازارهای جدید و راهکارهای توسعه

۴

جسارت شرط خلق یک طرح فرش ماشینی مدرن

۵

بازیافت منسوجات: راهکاری برای مشکل زباله های صنعت فست مد (مد سریع)

۵۶



برآمدن دوباره نساجی در ایالات متحده آمریکا

ایالات متحده آمریکا بزرگترین مصرف کننده و وارد کننده پارچه و پوشاک در جهان است همچنین این کشور تأمین کننده عمده پارچه، لباس، مواد اولیه، نخ و منسوجات خانگی با کیفیت بالا در سراسر جهان است.

فرش روی استیج (صحنه)

در اجراهای زنده و فستیوال های موسیقی در سراسر جهان، اغلب گروه ها و نوازندگان از فرش، روی استیج استفاده می کنند. فرش ها جدای از اهداف زیبایی، مزایای مهمی را برای بسیاری از نوازندگان به همراه دارند. اما برای اکثر مردم، ...

۶۶



توسعه شرکت میالت هالی ترکیه در قاره آفریقا

شرکت میالت هالی یکی از شرکت های قدرتمند ترکیه در بخش تولید و صادرات انواع فرش های ماشینی است. این شرکت که با تکیه بر دانش چندین نسل از خانواده کاپلان ها در ترکیه در تولید فرش ماشینی توانسته در سالهای گذشته به سرعت پا را فراتر از ترکیه بگذارد.

۷۰



مجله نساجی کهن

مجله بین المللی اختصاصی صنعت نساجی ایران

دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی

سال ۱۶، شماره ۷۸، آبان ۱۴۰۲

کهن

مجله بین المللی اختصاصی صنعت نساجی ایران
دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
سال ۱۶، شماره ۷۸، آبان ۱۴۰۲، قیمت: ۸۰۰۰ تومان



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 - فروغ امیر شیرزاد - حائیه ابولحسنی - پریسا تدین فرد - کامبیز مقرضی - احسان اکرامی

امور تبلیغات: الهام حبیبی

طراحی و صفحه آرایی: استودیو کهن نگار

وبسایت: www.kohanjournal.com

پست الکترونیک: info@kohanjournal.com

آدرس: تهران صندوق پستی ۱۶۷۶۵-۴۶۵

چاپخانه: چاپ دیجیتال ایران کهن

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

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

• مجله نساجی کهن آماده دریافت و انتشار مقالات و دیدگاه های صاحب نظران، همکاران و کارشناسان صنعت فرش ماشینی و نساجی و نیز کارشناسان حوزه اقتصادی می باشد.

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

۷۲

بررسی برجسب GREEN IN MADE موسسه اکتکس

۷۳

وزیر فرهنگ: نگاه دولت سیزدهم تقویت صنعت نساجی است

۷۴

نساجی در بحبوحه انقلاب صنعتی چهارم

۸۲

روندها و نوآوری های برتر صنعت نساجی در سال ۲۰۲۳

۹۳

تکنولوژی تازه اپل: ابداع منسوجات لمسی هوشمند

شرکت اپل ثبت اختراع دیگری را برای منسوجات هوشمند حساس به لمس به ثبت رسانده است، با این حال شرکت های تولید کننده پوشاک همچنان نسبت به پتانسیل تجاری آن ها تردید دارند.

ویژگی های لباس فرم مدرسه کودکان

در این مقاله، ویژگی های لباس های فرم مدرسه کودکان را بررسی می کنیم، ویژگی های فیزیکی آن ها، انواع پارچه های مختلف به کار رفته، و مزایا و معایب آن ها را در عرصه مدرسه مورد بحث قرار می دهیم.

۹۴



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

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

www.instagram.com/kohanjournal



طراحی فرش و پارچه: تجربیات، نکات حرفه‌ای، و چشم انداز صنعت فشن و فرش

گفتگو با خانم آتنا نوی هوبر (Atena Neuhuber) متخصص طراحی فرش و پارچه



خلاقیت در دنیای طراحی:
گفتگو با یک طراح موفق فرش
ماشینی و پارچه

طراح، مدرس و مشاور بین المللی - خالق
کتابهای AQUI TREND PRINTS

ATENA NEUHUBER MA



۱- بسیاری از دانشجویان و علاقمندان به صنعت نساجی علاقه مند به طراحی هستند، چطور می توان یک طراح خوب شد؟ ۱۰ قدم برای تبدیل شدن به یک طراح حرفه ای و خوب چیست؟

مسلمما در هرکاری تجربه و مداومت که نتیجه علاقه شخص به آن فعالیت است زمینه موفقیت را فراهم می کند اما مواردی مانند یادگیری مفاهیم پایه، آموزش طراحی لباس و زیبا شناسی، تجربه کاری و ایجاد ارتباطات، مشاهده و مطالعه در سطح وسیع، ایجاد پورتفولیوی کاری، توسعه مهارتهای کامپیوتری، ایجاد شبکه حرفه ای و بررسی بازار، توسعه سبک شخصی، همراه بودن با ترند و مانیتورینگ مداوم بازار و طرح ها می تواند به دانشجویان و علاقمندان به

کارشناسی و کارشناسی ارشد در رشته طراحی و دیزاین از دانشگاه هنر شهر لینز در اتریش، گذراندن دوره‌های متعددی در طراحی پارچه و استراتژی راهبردی در فشن تکنولوژی، مدیر مسئول طراحی و دیزاین در بسیاری از برندهای خارجی در مد و نساجی، طراح انحصاری برای بیش از ۳۰۰ برند خارجی در سر تا سر دنیا، خالق کتابهای AQUI TREND PATTERNPRINTS تنها بخشی از تجربیات ارزنده خانم آتنا نوی هوبر است. ایشان که ساکن کشور اتریش هستند



با ارتباط مداوم و حضور فعال در بازار طراحی مد و فشن یک مرجع عالی برای طراحان ایرانی هستند.



صنعت مد و طراحی کمک شایانی کند.

۲- در مواردی طرح های مورد علاقه طراحان در بازار موفق نمی شود و یا برعکس، چطور می توان علاقه طراح و نیاز بازار را بیشتر به هم نزدیک کرد؟

طراحی و خلق یک اثر که هم از نظر حرفه ای و تکنیکی و زیبایی شناسی در سطح بالایی باشد و هم مورد پسند بازار و پر فروش باشد مهمترین و شاید سخت ترین مرحله کار ما است اما موارد زیر می تواند تا حد زیادی طراح را به هدف خود نزدیک کند:

ماشینی و طراحی های مدرن چیست؟

فرش، یکی از مهمترین اجزای دکوراسیون داخلی خانه هاست و دارای کاربردهای متعددی در انواع اتاق ها و فضاهای مختلف می باشد. فرش در خانه های اروپایی بازتابی از فرهنگ و هنر است از این رو انتخاب فرش مناسب با دکوراسیون بسیار پر اهمیت شده است.

- تحلیل بازار و نیاز و ترجیحات مشتری
- انتخاب پارچه و مواد با کیفیت و متناسب طراحی
- ارتباطات و بازاریابی
- توانایی رقابت با هدف فروش بیشتر
- انعطاف پذیری بالا با توجه به تغییرات مد و فصلی بودن طراحی ها
- و در نهایت خلاقیت ترکیب کردن علایق شخصی طراح با نیاز و خواست مشتری

درست است که با مدرن شدن خانه ها فرش ها با

۳- ارزیابی شما از سلیقه بازار اروپا در زمینه فرش



منچستر و گلاسکو که در زمینه تولید فرش های مدرن و کلاسیک پیشرو هستند.

و در نهایت کشور پرتغال که در فرش های خود از ایاف کیفیت بالا استفاده می کند و طرح های مدرن و جذاب دارند کارهای کلاسیک آن ها از کشور انگلیس کمتر است. و بیشتر طرفدار کارهای مدرن هستند. در کشورهای اسکانديناوی بیشتر طرح ها مینیمالیستی است و ...

به طور کلی فرش های با سبک کار منظره و طبیعت در کشور انگلیس بیشتر پسندیده می شود و در آنجا فروش خوبی دارد. کارهای وینتیج در امریکا فروش خوبی دارد و طرفداران زیادی دارند و کارهای abstract به طور کلی در اروپا و امریکا فروش بالایی دارند.

طرح های مینیمالیسم به شدت طرفدار پیدا کرده است اما هنوز هم تیم های بسیار بزرگی بر روی همین طرح های مینیمالیسم کار می کنند تا هر ساله مطابق سلیقه بازار طرح های جدیدی را ارائه کنند. در اروپا چهار کشور پیشرو در صنعت فرش هستند. اولین کشور فرانسه هست. در فرانسه بیشتر فرش های اصیل هنری با طراحی های مدرن پر فروش هستند. به خصوص در شهر پاریس که از هنرهای تجسمی در طراحی فرش ها الهام گرفته شده است.

کشور بعدی هلند است که بیشتر فرش های طرح گلیم را دوست دارند. به خصوص فرش های که در آن ها از فرم های هندسی استفاده شده است و جنس آن ها پشم و پنبه باشد. کشور بعدی انگلستان هست به خصوص دو شهر



طرح فرش سه بعدی بسیار زیبا از نمای دهکده های ایتالیایی به صورت تن این تون Tone in Tone



این طرح فرش مینیمالیسم الهام گرفته شده از منظره ها و تپه ها به صورت Abstract



طرح فرش وینتیج مدرن الهام گرفته از حیوانات



استفاده از برگهای بزرگ در طراحی فرش بسیار ترند شده اند



نمونه کار طراحی فرش



این طرح های Abstract با زمینه رنگ های ملایم و آرام مورد پسند اروپاییان و امریکاییها



این طرح مینیمالیسم الهام گرفته شده از تابلوهای نقاشی به صورت Abstract



این طرح منحصر به فرد الهام گرفته شده از طبیعت با در نظر گرفتن جزئیات که طرفداران خاصی دارد

اما راه های زیر هم می تواند به ما بیشتر کمک کند:

مطالعات و پیگیری مجلات مد مثل Vogue, Elle, Harper's Bazaar, GQ گرفتن ایده های جدید درباره مد و طراحی و آشنا شدن با آخرین ابزار و تکنولوژی پارچه دنبال کردن وبسایت های مد و ترند مثل WGSN دانش رنگ های ترند شبکه Pantone دنبال کردن رسانه های اجتماعی و پلتفرم های مجازی و influencer های معتبر و در نهایت معاشرت و مشارکت در انجمن های مد با افراد متخصص در این زمینه



۶- نظر شما در مورد فست فشن چیست؟ چه مزایا و نقاط مثبتی دارد؟

خوبی های فست فشن عبارتند از: تنوع خیلی زیاد و نوآوری در صنعت مد و فروش بی حد و مرز با توجه به نیاز بازار، سرعت تولید و بهره برداری بالا

بدی های فست فشن: مصرف بی رویه منابع و ضربه زدن به محیط زیست، کیفیت پایین و ماندگاری کم و

در زیر چند نمونه از طرح های پر فروش فرش را که در سال های اخیر در اروپا فروخته ام برایتان به نمایش می گذارم.

۴- چطور طراحان می تواند در برابر کپی راست و سو استفاده از اثر هنری خود تمهیدات لازم را ببندیشند؟

هدفمند ترین راه، طی کردن مراحل قانونی برای حق تکثیر طرح ها والگوها از طریق وکلای با تجربه در این زمینه و سازمان دهی شرکت در جامعه داخلی و بین المللی است.

۵- چطور می توان ترندهای روز را تعقیب کرد؟ یک طراح چطور می تواند به روز باشد؟ با توجه به عدم وجود فشن شوها و نمایشگاه های مد و فشن در ایران از چه طریقی طراحان ایرانی باید خود را به روز نگه دارند؟

در دنیای امروز و با وجود پلتفرم هایی مانند یوتیوب - پینترست - اینستاگرام و حتی هوش مصنوعی به روز بودن و تعقیب آخرین ترندها دیگر کار دشواری نیست





این گل‌های زیبا یک طراحی اختصاصی از خانم آتنا نوی هوپر است که به گفته ایشان مشتریان بسیاری را در اروپا دارد و در حال حاضر بسیار ترند شده است...

ضعیف، محدودیت طراحان برای درست کردن طرح های خالقانه و منحصر به فرد، ترویج و اضطراب مصرف و خرید بیش از حد مشتری، شرایط بد کارگری و محیطی

به نظر من فست فشن یک مدل تجاری مشخص است که متأسفانه در حال حاضر گلوبال و جهانی می باشد و به علت سوددهی بالا و تنوع زیاد در مدلها خیلی از سرمایه گزاران مد به این سمت رو می برند و عرصه را برای طراحان انحصاری و خلاق کم کرده اند. و بدتر از همه ضررهای محیط زیستی فراوانی را به همراه دارد

۷- به طور کلی سطح حرفه ای طراحان ایرانی را چطور ارزیابی می کنید؟

ارزیابی مثبت: منبع اصلی الهام گرفتن طراحان ایرانی معمولاً استفاده غنی از تاریخ و فرهنگ اقوام ایرانی می باشد و تاثیر به وضوح در طرح ها و مدل ها می گذارد. استفاده از کار دست و مواد با کیفیت برای تولید کم.

ارزیابی منفی: سنتی ماندن در صنعت مد و نساجی، عدم همراه بودن با ترند جهانی و محدود کردن سبک کاری و در نتیجه مشکلات فروش و توانایی محدود در بازار جهانی

۸- بهترین زمان برای فروش طرح ها برای طراحان چه زمانی است؟ بهترین راه برای عرضه و فروش طرح های طراحان کدام است؟

بهترین زمان برای فروش طرحهای بهاری و تابستانی در اوایل ماه ژانویه و فوریه و برای فروش طرح های

طراحان گرافیکی ایجاد می شود و سپس به پارچه منتقل می شود. معمولا به صورت چاپ شده و یا با ابزارهای ماشینی و تکنولوژی های موجود در بازار پارچه.

داشتن اطلاعات به روز و ترند بدون الگوها و طراحی های نوین و جدید از ضرورت کار در طراحی پارچه می باشد. طراحان لباس در بخش الگو سازی و طراحی نیاز به دانش و یادگیری نرم افزارهای متعدد و جدید می باشد. علاوه بر طراحی خود پارچه دانش شناخت انواع پارچه و متریال هم ضروری می باشد. در طراحی منسوجات مثل قالی، طراحی به معنای ایجاد طرحهای مخصوص و مرتبط بر روی سطح قالی انجام می شود و عملا نیازی به الگوسازی ندارد بلکه فقط طرحها در ابعاد مشخصی به صورت دستی و یا ماشینی بافته می شوند.

قسمتی از منسوجات خانگی مثل ملافه ها، بخشی از پرده ها، رو میزی ها و کوسن ها و حتی کاغذ

پاییزی و زمستانی در اوایل ماه جولای و تا پایان سپتامبر می باشد.

بهترین راه فروش، شرکت در نمایشگاههای مهم بین المللی پارچه و دیزاین که مهم ترین آنها عبارتند از:
premierevision
Munich fabric start

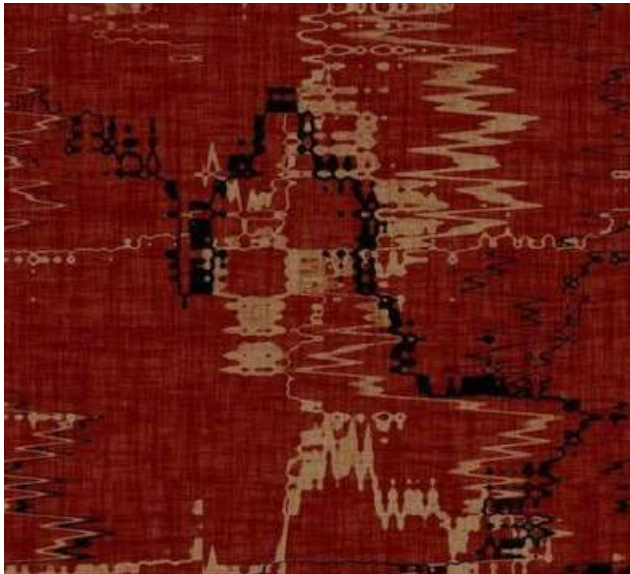
نمایشگاه های بالا مربوط به مد و پارچه می باشد و برای صنعت نساجی داخل منزل بهترین و مهم ترین نمایشگاهها عبارتند از:
Heimtextil
Maison&objet

۹- چه تفاوتی بین طراحی پارچه برای لباس، منسوجات خانگی و سایر کالاهای نساجی وجود دارد؟

در طراحی و الگوسازی پارچه، طراحی به معنای ایجاد الگوها و طرحهای روی پارچه است، این الگوها توسط



کلیه منسوجات مشاهده شده در تصویر از جمله کاغذ دیواری مبلمان فرش و ... توسط خانم آتنا نوری هوبر طراحی شده است



دیواری‌ها، از طراحی های چاپ شده بر روی سطح محصول استفاده می‌شود ولی همان طور که قبلا اشاره کردم تمام این محصولات الزاما نیازی به الگوسازی ندارند و ابعاد مشخصی دارند و به صورت مداوم طرح های سطح با ترند روز عوض می شوند.

طراحانی هستند که طرح هایشان قابلیت اجرایی برای هر دو بخش را یعنی هم صنعت مد و هم صنعت نساجی خانگی را به همراه دارد.

۱۰- رشد تکنولوژی های نساجی مانند تکنولوژی های چاپ تا چه میزان به رشد صنعت مد و فشن کمک کرده است؟

۲- بهبود تولید و تولید مستقیم: تکنولوژی هایی نظیر چاپ سه بعدی و برش لیزری به تولید سریعتر و دقیقتر کمک کرده است با ضایعات کمتر

رشد تکنولوژی به چندین شکل به صنعت مد کمک کرده است:

۳- فروش آنلاین: انتشار اینترنت و فروشگاههای آنلاین امکان فروش سراسری و جهانی را به همراه خود داشته و باعث توسعه جهانی برندها و افزایش رقابت ها شده است.

۱- توسعه طراحی و مدل سازی توسط نرم افزارهای Adobe Photoshop. و Adobe Illustrator و AutoCAD و CLO

این نرم افزارها به طراحان اجازه می‌دهد که قبل از تولید فیزیکی لباسها، آنها را به صورت مجازی طراحی و مورد بررسی قرار دهند.

۴- هوش مصنوعی: تجزیه و تحلیل داده های AI به بهترین نحو ممکن از داده های مشتریان و ترجیحات آنها کمک بزرگی در برندینگ و تولید و فروش می کند. این اطلاعات می‌تواند در طراحی محصولات، مدیریت موجودی و استراتژی بازار یابی مورد استفاده قرار گیرد.

۵- پوشیدنیهای هوشمند: Wearable Tech پوشیدنی های هوشمند مانند ساعت های هوشمند و لباسهای هوشمند، به مدلهای مبتنی بر فن آوری امکان جدیدی از جمله رد یابی وضعیت فیزیکی و سلامت، ارتباط بی سیم و کنترل موزیک را به همراه آورده است





۶- سازگاری با محیط زیست: و در نهایت تکنولوژی می‌تواند به کمک توسعه مواد و فناوری های جدید به محیط زیست کمک بزرگی بکند و به عنوان یک موتور اصلی تغییر در صنعت مد توسط تکنولوژی باعث بهبود فرآیندهای تولیدی، طراحی، بازاریابی و تجربه مشتریان و نیازهایشان می‌باشد.

۱۱ - امروزه تولید محصولات نساجی پایدار و دوستدار محیط زیست بسیار مورد توجه است. یک طراح فشن چه نقشی در این بخش دارد؟ این جمله که پایداری و ساستینیبیلیتی از طراحی شروع می‌شود به چه معنی است؟

به معنای طراحی و تولید محصولات و خدمات با توجه به حفظ محیط زیست می‌باشد و باید به حداقل رساندن ضایعات و تخریب مواد معدنی منجر شود.

مهم ترین نکته ها و اصول یک طراح ساستینیبیلیتی به شرح زیر می‌باشد:

استفاده از مواد مستدام، کاهش ضایعات، طراحی برای طولانی مدت، افزایش کارایی انرژی برای کاهش مصرف انرژی، شفافیت و آگاه سازی مصرف کنندگان در خصوص خرید آگاهانه، مدیریت بهینه زنجیره تامین و کاهش موادهای غیر ضروری، تدوین استانداردها و در نهایت مقررات

در خصوص آگاهی و به روز بودن می‌کند.

مراکز آموزشی و تحصیلی برجسته با اساتید با تجربه و شناخته شده با آموزش بی وقفه

نگرش طراحان اروپایی و امریکایی به صنعت مد و ارزش‌ها با آخرین استانداردها و تکنولوژی‌ها

تبادل غنای ایده‌ها و ابتکار در طراحی و ارتباطات در نهایت رقابت فرهنگی و هنری و جذب ایده‌های جدید و آزادی کامل فرهنگی در خلق طراحی‌های جدید

لازم به ذکر است در عصر حاضر با وجود اینترنت و شبکه‌های آنلاین در این حرفه، میتوان به راحتی به اطلاعات روز دسترسی پیدا کرد و اینکه شما در کدام نقطه دنیا به عنوان یک طراح فعالیت میکنید فرقی نمیکند.

محیط زیستی.

طراحی ساستینیبیل نه تنها به حفظ محیط زیست کمک می‌کند بلکه به موفقیت تجاری برند‌ها هم کمک قابل توجهی می‌کند.

۱۲- چرا اغلب طراحان مد و فشن مشهور از اروپا و آمریکا ظهور پیدا می‌کنند؟ چطور این کشورها می‌توانند طراحان مد و فشن چین تاثیر گذار تربیت کنند؟

تاریخچه صنعت مد در اروپا و آمریکا طولانی و پر آوازه است و بزرگ‌ترین و مهم‌ترین مراکز مد جهانی مثل Paris fashion week و New York fashion week و تمامی فشن ویکهای معتبر در شهرهایی مثل پاریس، لندن، نیویورک و میلان برگزار می‌شود.

تبلیغات و رسانه‌ها در شبکه‌های تلویزیونی و داشتن مجله‌های مد و فشن به طراحان کمک بهینه‌ای



شیمه فرآیند مهر آریا

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

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

نشانی: تهران، خیابان آزادی، چهارراه بهبودی
ابتدای خیابان آذربایجان، روبروی بیمارستان شهریار
پلاک ۱۵۴۹، طبقه اول - تلفن: (خط ۱۵) ۰۲۱-۶۶۸۴۲۲۸۴
۰۹۱۲۰۳۸۳۲۰۰ - ۰۹۹۱۴۶۴۵۸۴۶
www.chemifarayand.com
info@chemifarayand.com

گزارش پانزدهمین دوره نمایشگاه فرش ماشینی، کفپوش و موکت

تنظیم: الهام حبیبی



۱۵۰ شرکت داخلی و خارجی در محل نمایشگاه بین‌المللی تهران برگزار شد. شرکت‌کننده‌های خارجی از کشورهای چین، تایلند، مالزی و ترکیه بودند.

نمایشگاه فرش ماشینی تهران به عنوان بزرگترین رویداد حوزه فرش ماشینی و کفپوش‌ها در ایران محسوب می‌شود. این نمایشگاه فرش از انتهای دهه هشتاد تاکنون ۱۵ دوره برگزار شده است.

پانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی کفپوش‌ها، موکت، فرش ماشینی و صنایع وابسته با حضور «عباس علی‌آبادی» وزیر صنعت، معدن و تجارت و مدیرکل دفتر منسوجات و پوشاک و همچنین نمایندگان تشکلات مرتبط افتتاح شد.

در نمایشگاه بین‌المللی فرش ماشینی و صنایع وابسته تهران جدیدترین محصولات تولیدی شرکت‌ها به نمایش گذاشته می‌شود. در این نمایشگاه بین‌المللی کفپوش‌ها، فرش ماشینی موکت و صنایع وابسته تهران فرش ماشینی، نخ و الیاف، موکت، پارکت، انواع کفپوش، ماشین‌آلات و قطعات مربوطه و صنایع مرتبط شرکت می‌کنند.

وزیر صمت، در حاشیه این بازدید، با مدیران مجموعه‌های شرکت‌کننده در این نمایشگاه هم دیدار و گفتگوی صمیمانه‌ای انجام داد و از نزدیک در جریان آخرین پیشرفت‌های صورت گرفته و همچنین

پانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی کفپوش‌ها، موکت، فرش ماشینی و صنایع وابسته با حضور





صمت هم فرمودند: ما واردات خوبی در زمینه ماشین آلات فرش ماشینی داریم به طوری که امسال ۳۳ درصد افزایش نسبت به سال مشابه قبلی داریم. کمی در زمینه واردات نخ فرش ماشینی دچار مشکل بودیم که به همت تولیدکنندگان این مشکل هم برطرف شد.

جناب آقای داوود کاشفی مجری برگزاری نمایشگاه اعلام کردند که دوره بعدی نمایشگاه در مردادماه برنامه ریزی شده است که با رایزنی های که صورت داده ایم امیدواریم بتوانیم تاریخ نمایشگاه را به ۱۵ مهرماه منتقل کنیم.

نکته قابل توجه دیگری که مجری نمایشگاه اعلام کردند در خصوص افزایش فضای نمایشگاهی در سال آینده است.

مشکلات موجود در این صنعت قرار گرفت.

ایشان همچنان صادرات فرش ماشینی در سال را ۳۳۰ میلیون دلار ارزیابی کردند که رقم قابل توجهی است و بیشترین صادرات هم به کشورهای همسایه و مسلمان صورت گرفته است. البته که به اروپا و چین و حتی ترکیه هم صادرات فرش انجام شده است.

وی افزود: ما در صادرات فرش ماشینی همچنان بازار کشورهای افغانستان و عراق را داریم. هرچند که در دوماه گذشته به دلیل تصمیمات دولت عراق کمی مشکل در صادرات داشتیم اما امیدواریم به زودی این مساله هم برطرف شود.

مهندس گرگی مدیر کل صنایع منسوجات وزارت

که ساز و کاری وجود دارد که شرکت های خارجی و یا حتی شرکت های داخلی دارای توانایی نمی توانند برای برگزاری نمایشگاه های جدید اقدام کنند و یا حتی رقیبی برای نمایشگاه های موجود باشند چرا که برگزار کنندگان خود صاحب انجمنی هستند که در صدور مجوزها دخالت دارند و قطعا هیچ رقیبی به صدور مجوزها برای شرکت های رقیب احتمالی ندارند.

این انحصار موجب می شود شرکت های غرفه گذار گزینه دیگری روی میز نداشته باشند و اگر در زمینه نساجی فعال هستند ملزم به حضور در ایرانتکس شوند و یا اگر در زمینه فرش ماشینی فعال هستند گزینه دیگری جز نمایشگاه بین المللی تهران نداشته باشند در اینصورت برگزار کننده هیچ انگیزه ای برای دادن خدمات بیشتر و بهتر ندارد چرا که قرار نیست کسی بهتر از او باشد. دقیقا مساله ای که در خودرو سازی دهه هاست گریبانگیر صنعت کشور است و اصلی ترین کسی که از این رانت و انحصار آسیب می بیند مصرف کننده است.

دوم بحث مهم تحریم هاست که برخی کارها را سخت می کند اما دامنه کاربرد آن آنقدر برای برگزار کنندگان خوب و دم دستی است که برگزار کننده می تواند حتی



کاهش ساعات نمایشگاه فرش ماشینی

پانزدهمین نمایشگاه فرش ماشینی تهران هم با همه کم و کاستی ها و نقاط قوت و ضعفش به پایان رسید تا بار دیگر بحث ها در مورد آینده این نمایشگاه به اوج خود برسد.

نمایشگاه های تجاری همواره یک فرصت عالی برای دید و بازدیدها و مراودات تجاری است که در هر صنعتی از اهمیت بالایی برخوردار است. اما نزدیک شدن هر چه بیشتر نمایشگاه های تجاری به استانداردهای روز دنیا باعث رشد و ترقی نمایشگاه می شود و باعث می شود نه تنها باعث رشد و ترقی شرکت ها بشود بلکه از یک نمایشگاه محلی به یک رویداد بین المللی بزرگ بدل شود که حتی موجب رشد و توسعه اقتصادی کشورها و توسعه گردشگری و... شود.

متأسفانه در ایران به دلایل مختلف نزدیک شدن به استانداردهای جهانی نه در دستور کار است و نه انگیزه ای برای آن وجود دارد. مهمترین دلیل انحصار مطلق در برگزاری نمایشگاه ها در ایران است به طوری





کثیف بودن دستشویی ها در زمان برگزاری نمایشگاه را هم به تحریم ها و نبود زیر ساخت ها ربط دهد و از زیر آن شانه خالی کند و کسی هم نمی تواند چیزی را مطالبه کند.

تغییر فصل از شهریور به آبان

تاریخ نمایشگاه فرش ماشینی تهران امسال بارها و بارها تغییر کرد و حتی چند بار تا مرز عدم برگزاری نیز پیش رفت. علاوه بر سردرگمی و مشکلات زیادی که برای غرفه گذاران و هماهنگی های لازم ایجاد شد مهمترین مساله عدم تطابق زمان نمایشگاه با فصل خرید و فروش و بازار فرش ماشینی است که شهریور بهترین فصل برای بازار خرده فروشی فرش ماشینی است بسیاری از شرکت ها به برتری شهریور تاکید داشتند.

کم فروشی در ساعات بازدید

اما مهمترین مساله در نمایشگاه امسال تغییر ساعت عجیب و غریب نمایشگاه بود که باعث مشکلات بسیاری شد. یکی از غرفه گذاران در این مورد به مجله نساجی کهن گفت: "تغییر ساعات نمایشگاه و کاهش زمان مفید نمایشگاه به ۵ ساعت یک کم فروشی است. ساعت استاندارد یک نمایشگاه از ۱۰

صبح تا ۶ بعد از ظهر است. یعنی عملا ۸ ساعت مفید که برگزار کننده برای این میزان ساعت بازدید باید مبلغی را از غرفه گذار اخذ کند. اما تغییر ساعت از ۸ صبح تا ۳ بعد از ظهر عملا ساعات مفید را به ۵ ساعت کاهش میدهد.

همه میدانیم که هیچ صنعتگر و یا بازدید کننده ای ساعت ۸ صبح! به نمایشگاه نمی آیند و عملا همه با توجه به ترافیک صبحگاهی همان ساعت ۱۰ به نمایشگاه می رسند و این به نظر من بی احترامی است که شما به این شکل با غرفه گذار برخورد کنید."

نکته جالب اعلام شلوغ تر بودن نمایشگاه بود که توسط برخی به آن اشاره می شد. اما آیا واقعا نمایشگاه امسال شلوغ تر از سال های پیش بود؟ یکی از غرفه گذاران در این مورد به خبرنگار مجله کهن گفت: "به نظر من تعداد بازدید کنندگان کمتر شده و برگزار کنندگان هم معمولا هیچ عدد و رقم درستی از تعداد بازدیدکننده ارائه نمی دهند.

شلوغ تر به نظر رسیدن نمایشگاه با کاهش شدید



ساعات بازدید از نمایشگاه ارتباط مستقیم دارد. وقتی شما مثلا ۱۰۰۰ بازدید کننده که قرار بود در عرض ۸ ساعت از نمایشگاه بازدید کنند را در یک زمان فشرده و کم قرار دهید قطعاً نمایشگاه پر جنب و جوش تر به نظر میرسد چون افراد می خواهند در زمان محدودی که دارند به همه بازدید کننده ها برسند درحالی که تعداد بازدید کننده همان و یا حتی کمتر است و فقط باعث استرس و شلوغی کاذب برای غرفه گذاران می شود و باعث می شود بسیاری از ملاقات ها نا تمام بماند.



متاسفانه نمایشگاه های نساجی ایران هر ساله ضعیف تر برگزار می شوند و نمایشگاه فرش ماشینی هم در طول ۱۵ سال گذشته یک خط سیر ثابت را داشته و تقریباً نمایشگاه امسال با نمایشگاه ۱۰ سال پیش تفاوت چشمگیری در هیچ کدام از بخش ها ندارد و تقریباً در حال درجا زدن است.



هر چند در این بین نباید محدودیت های برگزار کنندگان نمایشگاه ها در مرکز بین المللی نمایشگاه های تهران را هم نادیده گرفت اما نباید تمام ضرر را نیز متوجه غرفه گذاران و بازدیدکنندگان کرد.



➔ فرش جردن: زیبایی و کارایی با آخرین تکنولوژی جهانی

آقای نوروز پور مدیر فروش و صادرات شرکت فرش جردن صنعت فرش ماشینی را رو به رشد توصیف کرد اما مشکلات عدیده این صنعت را ترمزی برای رشد صادرات دانست. ایشان درمورد نمایشگاه فرش ماشینی ۱۴۰۲ نیز گفت: نمایشگاه امسال با دو مشکل مهم روبرو بود اول زمان برگزاری که از شهریور به آبان انتقال یافت و دوم ساعات برگزاری، که امیدواریم در سالهای بعد با رایزنی های انجام شده این مشکلات مرتفع گردد.



گفتگو با آقای محمد بهشتی مدیر عامل فرش بهشتی

➔ ما توانایی صادرات بیش از ۵۰ درصد محصولات خود را داریم

ایشان ساعات برگزاری نمایشگاه فرش ماشینی تهران را غیر استاندارد توصیف کرد و گفت: متأسفانه یکی از مهمترین ضعف های نمایشگاه امسال ساعت بازدید بود که عملاً از ساعت ۱۰ صبح تا ۳ عصر بود و موجب فشرده شدن کارها و برگزاری پر استرس جلسات و ملاقات ها شد و شرکت کنندگان نتوانستند بهره وری صددرصدی از حضور خود داشته باشند. ایشان توجه به صادرات بیست درصد فرش های این مجموعه افزود: تیم بسیار حرفه ای در بخش بازاریابی خارجی و شناسایی سلیق بازارهای بین المللی داریم که امیدواریم با یک جهش بزرگ در صادرات شرکت، ۵۰ درصد تولیدات خود را صادر کنیم.



گفتگو با آقای محمود نوروزپور مدیر صادرات فرش جردن

➔ رشد صنعت فرش ماشینی ایران از طریق صادرات

ایشان با اشاره به اینکه فرش آسایش اساساً بر اساس تولید صادراتی حرکت می کند ادامه داد: "در حال حاضر بیش از ۵۰ درصد محصولات ما صادر می شود و فکر می کنم صادرات تنها راهی است که شرکت های می توانند به آن تکیه کنند. با توجه به حدود ۱۵۰ دستگاه جدیدی که در این چند سال وارد ایران شده است قطعاً حجم تولید بالا رفته و رقابت داخلی از این هم سخت تر میشود بنا براین باید شرکت ها وارد بازار های صادراتی گسترده تر شوند"



گفتگو با آقای امیر حیدری مدیر فروش فرش آسایش

➔ کاهش تعداد بازدید کنندگان خارجی و ضعف در اطلاع‌رسانی

در حاشیه نمایشگاه فرش ماشینی تهران به گفتگو با آقای خداوردی مدیر عامل شرکت فرش عمارت کاشان نشستیم. ایشان نمایشگاه فرش ماشینی تهران را خلوت‌تر از سال گذشته ارزیابی کرد و گفت: "تعداد بازدید کنندگان خارجی بسیار کم بود و به نظر من اصلاً اطلاع‌رسانی و تبلیغاتی در این زمینه انجام نشده است. تغییر چندباره تاریخ نمایشگاه نیز در ضعیف برگزار شدن آن نقش مهمی داشت."



➔ افزایش شعب فروش فرش سورنا در بیش از ۳۰۰ شهر کشور

آقای بهنام ساعات نمایشگاه فرش ماشینی را بزرگترین مشکل آن دانست و اظهار امیدواری کرد در سال‌های آینده این مشکل رفع شود.

ایشان روند پیشرفت فرش سورنا را در سال‌های آینده بسیار خوب توصیف کرد و گفت: توانسته ایم شعب فروش خود را در بیش از ۳۰۰ نقطه کشور توسعه دهیم و نیز به هدف صادرات سی درصد محصولات خود نیز برسیم اما مشکلاتی که وجود دارد باعث می‌شود نتوانیم تکیه بیش از اندازه بر صادرات داشته باشیم و باید در کنار بازار داخلی صادرات را پیش ببریم.



➔ به بیش از ۴۵ کشور صادرات داریم

آقای خشایار شجاعی شجاعی صنعت فرش ماشینی را در دهه گذشته چه از لحاظ فرش‌های شانه بالا و چه به لحاظ کیفیت مواد رو به پیشرفت خواند. در گذشته بیشتر فرش‌ها از جنس پلی‌استر، پلی‌پروپیلن و اکریلیک بود ولی در حال حاضر بیشتر فرش‌ها از جنس مودال، ویسکوز و ابریشم هستند و کیفیت خود را به فرش‌های دستباف نزدیک می‌کنند. همچنین ایشان اظهار کردند که شرکت شهر فرش ایرانیان با وجود ۱۶ دستگاه ون دوپل محصولات خود را به ۴۵ کشور صادرات می‌کنند و در سال گذشته به عنوان صادرکننده برتر ملی شناخته شده‌اند.



➔ توسعه بازارهای خارجی به دنبال اشباع بازار داخلی

آقای اسماعیلیان بیدگلی نمایشگاه فرش ماشینی تهران را دارای ضعف های بزرگی دانست که مهمترین آنها ساعت برگزاری بسیار نامناسب آن است. ایشان با توجه به اشباع شدن بازار داخلی، صادرات در صنعت فرش ماشینی را یک ضرورت دانستند و اذعان کردند که حدود شصت درصد محصولات این شرکت به کشورهای افغانستان، عراق، مصر، استرالیا و اروپا صادر می شود.

آقای اسماعیلیان بیدگلی همچنین در مورد فعالیت های شرکت فرش آرشام گفت: " این شرکت در سال ۱۳۷۳ شروع به کار کرده و با گذشت زمان و ورود تکنولوژی های جدید خود را به روز کرده است و در حال حاضر علاوه بخش بافندگی فرش ها با کیفیت ها و تراکم های مختلف در بخش تکمیل فرش ماشینی هم فعالیت داریم."



➔ صادرات بیش از ۶۰ درصد محصولات به ۷۰ کشور

در حاشیه نمایشگاه فرش ماشینی ایران به گفتگو با آقای الوانکاریان مدیر بازرگانی شرکت فرش قیطران نشستیم. ایشان صنعت فرش ماشینی را این طور ارزیابی کردند: «صنعت فرش ماشینی ایران طی ۲۰ سال گذشته از صنایع فعال بوده است و سرمایه گذاری های خوبی هم در این صنعت انجام شده است با ورود ماشین آلات به روز، ایران به عنوان یکی از بزرگترین تولیدکننده های فرش ماشینی در جهان شناخته می شود.»

همچنین ایشان اظهار کردند که شرکت فرش قیطران با صادرات بیش از ۶۰ درصد محصولات خود به کشورهای آسیای میانه، اروپا، ژاپن، چین، کشورهای امریکای جنوبی، کشورهای شمال آفریقا، تونس، لیبی، الجزایر، کشورهای حوزه خلیج فارس و همسایه طی پنج سال متوالی به عنوان تولیدکننده برتر صنعت فرش انتخاب شده ایم.



➔ ۷۰ درصد محصولات ما صادراتی هستند

آقای علی کامران مدیر فروش شرکت بازرگانی و تولیدی پارس در حاشیه نمایشگاه فرش ماشینی تهران این رویداد را خوب ارزیابی کرد و حضور عامه مردم را با توجه به آخر هفته بودن آن بالا دانست. ایشان در مورد گروه بازرگانی و تولیدی پارس گفت: "از محدود شرکت های ایرانی هستیم که طیف وسیعی از کفپوش ها از فرش ماشینی و موکت تافتینگ گرفته تا چمن مصنوعی را در سبد کالایی خود داریم و تمام مواد اولیه مصرفی را خودمان تولید می کنیم. در حال حاضر نیز بیش حدود ۷۰ درصد محصولات ما صادراتی هستند."



➔ شرایط بازار و ریسک پذیری پایین تولید کنندگان

دلیل یکنواختی طرح های فرش

در حاشیه نمایشگاه فرش ماشینی تهران گفتگویی داشتیم با یکی از آگاهان صنعت فرش ماشینی ایران جناب آقای کامبیز مقراضی...

ایشان نمایشگاه امسال را دارای مشکلاتی دانست و ادامه داد: "نمایشگاه امسال هم با مشکلاتی مواجه بود و به نظر من نمایشگاه در یک دور تکراری گرفتار شده که باید با تغییر نگرش شرکت ها از آن خارج شد اما همین که این رویداد برگزار می شود و محلی برای نمایش دستاوردها و ملاقات اهالی این صنعت ایجاد می کند بسیار خوب است"



➔ ۶۵ درصد صادرات فرش؛ هدف سال بعد شرکت

فرش قالی سلیمان

جناب آقای منزوی زاده مدیر صادرات شرکت قالی سلیمان نمایشگاه فرش ماشینی امسال را خلوت تر از سال گذشته برآورد کردند اما از نظر تعداد بازدیدکنندگان و مشتریان بالقوه که به قصد خرید آمده راضی بودند. ایشان فرمودند که تقریباً ۲۵ درصد از بازدیدکنندگان این نمایشگاه خارجی هستند که ما باید سعی کنیم همانند نمایشگاه های دیگر فرش در دنیا مثل دموتکس المان و ترکیه بازدیدکنندگان خارجی بیشتری را به نمایشگاه بیاوریم.



زمینه فعالیت نمایشگاه

- فرش و قالیچه دست باف
- فرش ماشینی - قالیچه و پادری
- سجاده
- کف پوش های بافته شده (wall to wall)
- کف پوش های انعطاف پذیر
- لمینت، چوب و پارکت
- سنگ طبیعی، سنگ مرمر و کاشی و سرامیک
- چمن مصنوعی و زمین های ورزش
- الیاف، نخ و منسوجات
- ماشین آلات نساجی و تجهیزات
- تجهیزات کف پوش، تکنولوژی های نصب و نظافت
- فدراسیون و انجمن ها
- انتشارات
- غیره



بازدیدکنندگان

عمده فروشان

فروشگاه های زنجیره ایی

واردکنندگان و صادرکنندگان

فروشگاه های مبلمان

معماران و طراحان داخلی

تولیدکنندگان

طراحان

Contact

TÜYAP FAIRS AND EXHIBITIONS ORGANIZATION INC.

+90 (212) 867 11 00 info@icfexpo.com

نمایشگاه
فرش و کفپوش
استانبول

۱۴ لغایت ۱۷ آذر ۱۴۰۲

صنعت فرش و کف پوش این
بار در استانبول گردهم
می آیند

CFE
carpet &
flooring
expo

دفتر ایران ۹-۱۷-۱۹۱۰۸۸۱-۰۲۱

www.icfexpo.com

@icfexpo



5 - 8 December 2023

ISTANBUL EXPO CENTER
YEŞİLKÖY



تنظیم: الهام حبیبی



دومین سمپوزیوم بین‌المللی صادرات فرش ایران: بازارهای جدید و راهکارهای توسعه

دومین سمپوزیوم بین‌المللی صادرات فرش ایران در آبان ماه سال ۱۴۰۲ با رویکرد بازارهای جدید صادراتی برای فرش ایران به ویژه فرش ماشینی برگزار گردید. سمپوزیوم صادرات فرش ماشینی در واقع توانسته کمبود بزرگ نمایشگاه فرش ماشینی تهران یعنی عدم حضور بازدید کنندگان و تجار بین‌المللی را پوشش دهد.

کشورهایی مانند بوسنی، اسلونی و صربستان که در همجواری اتحادیه اروپا هستند اما عضو شنگن نیستند بنابراین تجارت با این کشورها بسیار ساده تر و عملی است و حساسیت‌های اتحادیه اروپا در بحث تحریم‌ها و روادید و ... را ندارند.

حوزه بعدی که در آن فعال هستیم حوزه آمریکای جنوبی مانند مکزیک و بولیوی بود که کمتر به آن پرداخته شده در حالی که آمریکای جنوبی به دلیل

در این سمپوزیوم تعدادی از شرکت‌ها و برندهای مطرح ایرانی و جمعی از سران کشورهای دارای پتانسیل بالا برای صادرات فرش ایرانی حضور داشتند. آقای سراج دبیر سمپوزیوم به مجله نساجی کهن گفت: "امسال با دعوت از افراد کلیدی و رایزن‌های اقتصادی از کشورهای هدف توانستیم ارتباطات تجاری خوبی بین تولیدکنندگان فرش ماشینی و تجار بین‌المللی برقرار کنیم. در وهله اول کشورهای حوزه بالکان را مد نظر قرار دادیم.



جمعیت زیاد و حجم تجارت بالا و آسان با آمریکا به عنوان یکی از بزرگترین بازارهای فرش ماشینی جهان باید مورد توجه بیشتری قرار گیرد.

همچنین در غرب قاره آفریقا با نیجریه و ساحل عاج روابطی را ایجاد کردیم که با جمعیت بیش از ۶۰۰ میلیون نفر یک بازار قابل توجه است. از نظر جغرافیایی نیز آخرین بندر در دریای کارائیب برای صادرات به بازارهای آمریکاست.

امسال نیز در کشورهای منطقه آسه‌آن و بر روی سه کشور اندونزی، فیلیپین و برونئی تمرکز داشتیم که جمعا بازاری ۵۰۰ میلیون نفری دارند.

مدیران جوان که در این بخش به مدیران نسل دو و سه این صنعت می‌پردازیم. باید به بحث آموزش بیش از پیش اهمیت دهیم. در سمپوزیوم با یک برنامه پنج ساله امیدواریم اتفاقات خوبی را رقم بزنیم.

جریان برانداز در صنعت فرش ماشینی!

آقای سراج همچنین در پایان از تمام افرادی که به برگزاری هرچه بهتر این سمپوزیوم کمک کردند تشکر و قدردانی کرد و در اقدامی چالش برانگیز ادامه داد: "اجازه بدهید از تمام افراد و رسانه‌هایی که تمام تلاش و امکانات خود را برای تحریم و برگزار نشدن این سمپوزیوم به کار بردند اما موفق نشدند هم سپاسگذاری کنم.

بسیار جالب است که افرادی هم هستند که در برابر یک فعالیت منسجم برای کمک به صادرات فرش ماشینی شکل گرفته و فعالیت می‌کند می‌ایستند و سنگ حمایت از صنعت فرش ماشینی را به سینه



آقای سراج در این گفتگوی اختصاصی با مجله نساجی کهن با اشاره به اینکه صادرات فرش ماشینی نیاز به یک جهش بزرگ دارد ادامه داد: "برای این منظور با دوبرند بزرگ خرده فروشی دنیا وارد مذاکره شدیم که اینها جمعاً بیش از ۲۰ هزار شعبه خرده فروشی در سراسر جهان دارند و امیدواریم به نتایج خوبی برسیم. در حوزه آنلاین هم سامانه ای را به زودی راه اندازی خواهیم کرد که شرکت ها می توانند به صورت آنلاین به معرفی و فروش محصول بپردازند."



می زنند.

به نظر میرسد جریانی در صنعت فرش ماشینی قصد دارد با صرف هزینه و بریز و پپاش های رسانه ای اهداف عده ای خاص برای دستیابی به منابع و امکانات بیشتر را برآورده سازد که این امر در نهایت به ضرر بدنه فرش ماشینی انجامیده و منجر به شکل گیری مافیای مخفی در فرش ماشینی خواهد شد.

افراد و گروه هایی که از تحریم نمایشگاه ها گرفته تا تلاش برای عدم برگزاری چنین سمپوزیوم هایی را خط دهی، برنامه ریزی و رسانه ای می کنند قطعا در مقابل صنعت و صنعتگر ایستاده اند."

برندهای ایرانی حاضر در این سمپوزیوم به شرح زیر بود:

قالی سلیمان، فرش بهشتی، فرش شاهرخ، فرشینه، فرش اطمینان، الماس کویر، فرش مهستان، فرش سورنا، فرش وزرا، فرش مشهد اردهال، شهر فرش

...



قالی سلیمان پیشرو در صادرات فرش ماشینی

همچنین در دومین سمپوزیوم بین المللی صادرات فرش ماشینی از آقای مهندس نوید منزوی زاده مدیر صادرات قالی سلیمان به عنوان مدیر جوان و خلاق حوزه صادرات فرش ایرانی با اهدای تندیس و لوح تقدیر بعمل آمد.



جسارت شرط خلق یک طرح فرش ماشینی مدرن

گفتگو با خانم سپیده کاظمی متخصص طراحی فرش



بیوگرافی کوتاه از خود و تجربیات در صنعت فرش و طراحی فرش

نام و نام خانوادگی: سپیده کاظمی
متولد: بیست و یک فروردین هزار و سیصد شصت و پنج،
شهر مشهد، خراسان.
تحصیلات: لیسانس گرافیک از دانشگاه علم و فرهنگ /
MBA دانشگاه شهید بهشتی

سپیده کاظمی، تقریباً از سال ۸۶ همزمان با دوران دانشگاه مشغول به کار و فعالیت در زمینه های مختلف طراحی و گرافیک شده است و نهایتاً در سال ۹۲، بعد از اینکه تصمیم قطعی به ماندن در ایران گرفت، به فعالیت حرفه ای در پیشه خانوادگی در حوزه صنعت نفت و گاز فعالیت مستمر خود را شروع کرد. در کنار حرفه کاملاً صنعتی، به طراحی و نقاشی علاقه مند گردید.

حدوداً سال ۹۶ خورشیدی با گروهی هنری آشنا شد و به عنوان عضو کوچکی از این مجموعه هنری به بازآفرینی فرهنگ غنی از دوران با شکوه ایران باستان پرداخت، در این راستا آثار هنری متنوعی با موضوعیت مبتنی بر آیین رمز آلود مهر-پرستی، برای آشنایی با تمدن ایران باستان توسط این گروه تولید و خلق گردید.

شروع فعالیت هنری و نقطه عطف فعالیت حرفه ای ایشان در خلق آثار مجموعه کنونی سپید-آرت از آنجا بود. نکته حائز اهمیت در باب فعالیت های سپیده کاظمی، نبود هیچ تجربه ای در طراحی فرش و حتی صنعت فرش تا زمان تاسیس سپید-آرت می باشد.





از نظر رنگ بندی و حاشیه های فرش قاعده مند هستند و از یک الگوی خاص که مختص به یک اقلیم خاص هست پیروی می کند. ریزه کاری های زیادی دارد که سرتاسر فرش پخش شده است.

و اما فرش مدرن، که اولین مشخصه آن رنگ بندی ملایم و آرام و استفاده از طرح های ساده با اشکال هندسی و انتزاعی است، در این طرح فرش ها مرزبندی کمتر دیده می شود و از قانون خاصی پیروی نمی کند.

طراحان برای خلق یک اثر مدرن و شاید خارج از عرف می بایست جسور و پرجرات باشند و از قواعد و اصول گذشته در عین حال که ایده می گیرند ولی فضا و کانسپ

۱- چگونه یک طرح فرش جدید و خلاقانه مناسب بازار طراحی می کنید؟

در مرحله اول، باید از این مطلب اطلاع داشته باشیم که داشتن یک بیزنس موفق که هم راستا با اهداف خرد و کلان باشد مستلزم شناخت کامل و جامع از بازار مورد نظر است و زمانیکه شناخت کامل حاصل گردید خیلی راحت تر می توان مخاطب هدف را به سمت کسب و کارمان سوق داد. ولی تنها این مورد کافی نیست و بایستی نیازها و سلیقه های مختلف را شناسایی کرد و بر اساس آنها و هماهنگی و یکپارچه سازیشان با ایده و خلاقیت طراح، طرحی مناسب و خلاقانه خلق کرد.

باید به این نکته اشاره کرد که مجموعه سپید-آرت با فراخوان از بهترین متخصصان پژوهش هنر و همچنین در برخی از موارد از سلیقه و ایده های مخاطبان خود نیز ایده گرفته و در طراحی هایش استفاده می کند و آثار جدیدی با دیدگاههای متفاوتی را خلق می کند.

لازم به ذکر است که مخاطب هدف این مجموعه متشکل از افراد خاص هستند که در مواقعی یا به ایران باستان و تاریخ آن اهمیت می دهند و یا اینکه بدلیل خاص بودن طرح فرش ها، در ابتدا جذب و سپس علاقه مند به شناخت تاریخ کهن ایران زمین می گردند.

۲- چرا طراحان ایرانی فرش ماشینی به شدت در طراحی فرش های مدرن ضعف دارند؟

برای پاسخ به این سوال در مرحله اول، می بایست به تفاوت فرش های کلاسیک و مدرن و شناخت آنها پرداخت. فرش کلاسیک، به فرشی گفته می شود که مطابق با اصول و قواعد قدیم بافته می شود و از طرح ها و نگاره های سنتی و قدیمی استفاده شده است و منظور اصلا قدیمی بودن و قدمت فرش نیست. همچنین

بوجود می آیند که بدانیم چرا از یک ایده مشخص در طراحی مان استفاده کرده ایم و به پشتوانه یک کانسپت (محتوا)، اثری را خلق کرده ایم.

می بایست با کسب دانش و آموزش های درست این خلاقیت و ایده پردازی را افزایش دهیم و مدام به پرورش آن بپردازیم. از این رو ارتباط با طراحان خلاق بسیار مهم می باشد زیرا در کنار این هنرمندان بودن کمک بسیاری به ایده پردازیمان می شود و بروی افق دید مان تاثیر می گذارد.

کارها و طرح های مختلف فرش را ببینیم، تحلیل کنیم و سعی در اجرا آنها داشته باشیم، مطالعه کردن بسیار مهم می باشد و باعث تحریک مغز می گردد و ذهن را



(محتوا) خود را با توجه به زندگی امروز خلق کنند و برای خلق آن جسارت داشته باشند، جسارت همان مفهومی است که باعث می شود دست به خلق آثاری بزنیم که شاید در دید عموم مردم ریسک بزرگیست اما این کار نهایتاً قابل اجرا و باعث بوجود آمدن طرحی کاملاً متفاوت و انحصاری می گردد.

۳- بسیاری از افراد و دانشجویان علاقه مند به طراحی فرش هستند، چگونه می توانیم یک طراح فرش خلاق باشیم؟

در واقع طراحی، هنری خلاقانه است چه طراحی گرافیک باشد و چه طراحی فرش! و بدانیم اگر طراح هستیم روحی خلاقانه داریم. ایده های خلاقانه و معنا های عمیق وقتی



برای خلاقیت بیشتر آماده می کند و همچنین طوفان فکری بسیار مهم و تاثیر گذار هست و هر روز می بایست خود را با چالشی جدید روبرو کنیم. و در نهایت تمایز در ایده، جسارت، رنگ، طرح و تصویر و .. که در طراحی فرش هست ایجاد ارزش می کند و باعث بوجود آمدن یک اثر کاملا متفاوت و خلاق می گردد.

۴- تفاوت طراحی برای فرش های تافتینگ، فرش چاپ دیجیتال و فرش ماشینی چیست؟

فرش تافتینگ، تکنیک جدیدی است که از ترکیب هنر قدیمی بافندگی با تکنولوژی مدرن امروزی است. بافت فرش های تافتینگ توسط دستگاه رباتیک و مراحل پرداخت فرش، دارکشی و شیرازه آن توسط متخصصین با دست اجرا می شود طرح ها و رنگ بندی ساده می باشد و از جزئیات کمتری برخوردار است.

در حالی که فرش دیجیتال، همانند چاپ روی کاغذ، با این تفاوت که در اینجا به جای کاغذ، فرش خام قرار دارد و رنگ بیشتر و مرغوب تری استفاده می شود و اما نخ بکاررفته در آن سفید می باشد فقط سطح آن رنگ می شود. در طراحی با توجه به اینکه چاپ می باشد محدودیتی از نظر طرح و رنگ نمی باشد و در جزئیات آن نیز هیچگونه محدودیتی نیست.

و اما فرش ماشینی توسط ماشین آلات صنعتی بافته می شود و نسبت به فرش های دستبافت مناسب تر می باشد. طراحی و رنگ بندی نسبت به فرش دیجیتال محدودیت بیشتری دارد. در تولید و طراحی فرش ماشینی میبایست به تعداد رنگ ها بدلیل محدودیت دستگاه فرش ماشینی دقت شود.

۵- به عنوان یک طراحی شرایط صنعت فرش ماشینی در ایران را چگونه ارزیابی می کنید؟ آیا با کشورهای مانند ترکیه توان رقابت را دارند؟

سابقه ۵۰ ساله صنعت فرش ماشینی ایران در مقایسه با پیشینه صنعت نساجی کشور، نشان می دهد که این صنعت جوان بوده و عمر طولانی در ایران ندارد ولی در حال حاضر فرش ماشینی یکی از مهم ترین و قدرتمندترین بخش های این صنعت است که در چند سال اخیر توانسته است فاصله خود را با دیگر بخش های صنعت نساجی زیاد کند. در شرایط کنونی جامعه ایران با توجه به درآمد ها و مخارج زندگی مردم، استقبال و اشتیاق از خرید فرش ماشینی که در عین حال زیبا و مناسب می باشد بسیار زیاد شده است.

و اما صادرات فرش ماشینی در ایران کمتر از پتانسیل های موجود در این حوزه است زیرا نگاه فعالان این حوزه بیشتر به سمت بازارهای داخلی بوده و محصولات خود را بر اساس نیازها و سلیقه های مناطق ایرانی تولید می کنند؛ اما برای موفقیت در حوزه صادرات فرش باید نگاهی بین المللی داشت و نیازهای بازارهای هدف را مد نظر قرار داد. از مشکلات صادرات فرش ماشینی نزدیک تر شدن آن به فرش دستبافت است در حالی که مصرف کنندگان و بازارهای هدف این دو محصول با یک دیگر فرق دارند و با سلايق مردم در خارج از ایران همخوان نیست.

کشور ترکیه بزرگترین رقیب ایران در صنعت فرش

یک فرش خاص به منظور کاملا شخصی ولی با ایده ای کاملا متفاوت و منحصر به فرد که برگرفته از نقوش دوره ایران باستان و الهام گرفتن از تابلوهای نقاشی نگارنده متن (سپیده کاظمی) بوده است طراحی و تولید گردید. هدف از طراحی و تولید این فرش ها، صرفا جدایی از تولیدات تکراری موجود و طرح های ویژه برای مخاطبین خاص بوده است.

در ابتدای فعالیت، با توجه به اینکه تولید و طراحی فرش ها برگرفته از ایده های کاملا شخصی و خلاقیت فردی که بی شک مهم ترین و اساسی ترین قابلیت و توانایی انسان در طول تاریخ بوده و به نوعی بنیادی ترین عامل ایجاد ارزش و تفاوت است، آثاری ویژه خلق گردید. که یکی از دلایل منحصر بودن این تولیدات می باشد. و تا زمانیکه این تفاوت ها وجود داشته باشد رقابتی در کار نیست و استانداردهای اجباری به شکل حداقلی خود می رسد.

خلاقیت، به عنوان کلید اثر بخش و یک الزام برای موفقیت های طولانی مدت است، ولی به تنهایی باعث بوجود آمدن کالایی منحصر به فرد نیست و می بایست برای تکمیل شدن آن در مورد متریال تولید فرش، بافت و کیفیت آنها نیز به نوعی وسواس به خرج داد و آنها را در نظر گرفت. و زمانی می توانیم ادعا کنیم که بازاری انحصاری داریم که رقابتی در آن نباشد و زمانی رقابتی در کار نیست که خلاقیت و کیفیت حرف اول را می زند.

۷- تولید فرش انحصاری به نوعی پاسخگویی سریع و دقیق به نیازهای مشتری و بازار است و به نظر میرسد با پیشرفت تکنولوژی این بخش مهم تر از قبل و با سرعت پیشرفت کند. آینده این نیچ مارکت را چطور می بینید؟

در ابتدا می بایست، مخاطب و نیازهای آنها را بشناسیم که مهم ترین بخش در هر کسب و کاریست. دانستن این مسئله که مخاطبان ما به چه چیزهایی نیاز دارند می تواند به رشد کسب و کار کمک کند. و باید بدانیم



ماشینی محسوب می شود و برای رقابت با این کشور مستلزم سیاست گذاری در خصوص بروزرسانی و استفاده از تکنولوژی روز در تولید فرش و سرمایه گذاری های درست و مناسب در این صنعت هستیم.

می بایست واحد های کوچک در این صنعت را با واحدهای قدرتمند از نظر خط تولید از ابتدا تا انتها ادغام کرد و از نظر امور مهندسی صنعتی و کنترل کیفیت ارتقا داد و پس از آن طرح هایی کاملا متفاوت و خلاق که خالی از سلیقه بین المللی نیست تولید کرد. و در نهایت این کار در آینده ی نزدیک با شناختی که از پتانسیل ایرانیان هست، شدنی است.

۶- در مورد زمینه تخصصی فعالیت خود یعنی تولید فرش های انحصاری توضیح دهید. چرا این بخش را انتخاب کردید؟ و منظور از فرش انحصاری چیست و چه بازاری دارد؟

فرش های مجموعه سپید-آرت در ابتدا با هدف تولید

امکان بافت نقشه های ظریف تر، تعدادرنگ بالا، با توجه به شانه های ۱۲۰۰ و ۱۵۰۰ استفاده از کامپیوتر و تغییر نقشه با تراکم دلخواه سرعت تولید را بالا برده است و همچنین بدلیل رنگ بندی متنوع باعث تنوع در طرح نیز شده است

۹- در بعضی موارد فرش هایی متفاوت و با طرح هایی نوبه بازار عرضه می شود اما آنطور که باید چشم نواز نیست و استقبال عمومی هم به دنبال ندارد دلیل این امر را چه می دانید؟

حائز اهمیت است که بدانیم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید به طور مداوم از الگوهای ترکیبی استفاده کنیم. در دنیای امروز برندها و طراح های بسیار زیادی با ایده های ترکیبی به چشم می خورند. این دسته از افراد به ساده ترین شکل ممکن از ایده های قبلی و با چاشنی ترکیب استفاده کرده اند اما این نکته را باید در نظر بگیریم هر ایده جدید و هر ترکیبی نمی تواند بدون زیباشناختی، حرفی برای گفتن داشته باشد.

گاهی اوقات از مشاهده نوستالژی های قدیمی بسیار

که مخاطبان و کارفرمایان کسانی هستند که طول عمر و پیشرفت سازمان را مشخص می کنند و با شناخت نیاز هایشان می توانیم آنها را مجاب به خرید کنیم.

خالی از لطف نیست که بدانیم یک کسب وکار موفق یا باید جنس خاص بفروشد و یا اینکه کالای معمولی را خاص بفروشد. محصولی که خاص باشد مخاطب خاص خود را جذب می کند و در این راستا به دنبال مخاطب عام نمی گردد.

کسب و کارهای خاص و انحصاری بسیار مشخص و کوچک هستند اما اکثرا حاشیه سود خوبی دارند برای ارائه محصولی که مخاطب خاص دارد می بایست ارزشی منحصر به فرد به کالا اضافه کنیم و دائما به دنبال فکرو ایده ای متفاوت باشیم. همانطوری که گفته شد محصول خاص و خلاق مخاطب خاص را جذب می کند و با توجه به ایده های خلاقانه و ذهن پویای هنرمند در خلق ایده های نو به هیچ عنوان نباید نگران مخاطبین طرح های خاص بود.

۸- پیشرفت ماشین آلات و ورود ماشین آلات با شانه بالا چه تاثیری در طراحی فرش های ماشینی داشته است؟

تولیدکنندگان با افزایش شانه و تراکم فرش توانسته اند نقشه ای دستباف گونه با بافتی ریز و ظریف به تولیدات خود اضافه کنند. مانند فرش ۱۰۰۰ شانه، ۱۲۰۰ شانه، فرش ۱۵۰۰ شانه و ...

از نظر طرح و کیفیت بسیار متفاوت بوده و زیبایی منحصر به فردی را در خانه ها به ارمغان آورده اند مدل های ماشینی به دلیل استفاده از تکنولوژی های پیشرفته، می توانند در طرح های متنوعی تولید میشود که این می تواند به خریداران حق انتخاب بی انتهای را بدهد. و همچنین دست طراح در طراحی باز می باشد و به نوعی محدودیت خاصی ندارد و می تواند طرح و الگوهای متفاوت و مختلفی را خلق کنند



برحسب تصادف و به صورت تصادفی مورد پسند و توجه مصرف کننده قرار نمیگیرند و هر فردی قبل از انتخاب فرش مناسب برای ساختمان مسکونی و تجاری خود به جمع آوری اطلاعاتی در راستای طرح و نقش، نوع رنگبندی، اندازه متناسب با محیط خود، قیمت و ... می پردازد.

و خالی از لطف نیست که بدانیم ساختار همه هنرها به گونه ای هستند که بر عواطف، احساسات و قدرت تفکر و تعلق انسان اثر می گذارد. و فطرت زیبا دوستی انسان را تحت تاثیر قرار می دهند و در این راستا به نظر من طبیعت منبع بسیار غنی برای خلق و ایده گرفتن یک اثر هنری است.

۱۰- یکی از مسائل مهم در طراحی فرش مسئله کپی است. گسترش کپی کاری را چگونه ارزیابی می کنید و چه راهکاری برای مقابله با آن دارید؟

در مرحله اول توضیح کوچیکی در خصوص مسئله کپی کردن و الهام گرفتن مطرح کنم که الهام گرفتن، یعنی استفاده از خلاقیت خودتان ولی کپی کردن یعنی ساختن دوباره ی چیزی که قبلا ساخته شده بود.

کپی کردن از روی آثار هنری خصوصا اساتید و هنرمندان بزرگ همیشه به مثابه یک ابزار مهم آموزش است این روش باعث درک بهتر و عمیق تری می گردد ولی زمانیکه به درک مناسب رسیدیم دیگه زمان آن رسیده که بسیار سریع تر و ساده تر به اجرای ایده ها و پروژه های شخصی خود پردازیم. و نایستی با عادت کردن به کپی برداری مانع خلق ایده و خلاقیت خود شویم.

هنر تقلیدی در صورتیکه تبدیل به عادت شود معمولاً ایده و فکر خلاق، همچنین جهت و هدفی نیز ندارد و فقط مساله تکنیک و شباهت مطرح هست و از آن روی که تقلید صرف است نمی تواند مخاطب را درگیر کند و



لذت می بریم. البته در این میان اگر طراح، نوستالژی های قدیمی را با ایده های تازه ترکیب کند به طوری که اثری را خلق کند که با توجه به اینکه از ایده های گذشتگان الهام گرفته است ولی در عین حال ماهیت منحصر به فرد و غیر کلیشه ای و متفاوتی را خلق کرده است از استقبال خوبی برخوردار می گردد.

درست به همین دلیل شما باید همیشه دنبال ایده های درجه یک برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف تان باشید. راهکار این امر نیز استفاده از سلیقه مخاطبان است. اگر مخاطبان شما نسبت به طرح های کلاسیک واکنش مثبتی ارائه می کنند، شما باید خیلی زود استفاده از طرح های مورد نظر را در دستور کار قرار دهید. این امر شما را خیلی زود بدل به برندی دوست داشتنی در میان مخاطبان شما خواهد کرد.

بی گمان بدون شناخت نیازها و سلیقه مخاطبان، عرضه هیچ کالایی با توفیق همراه نخواهد بود و فرش از این قاعده مستثنی نیست. با توجه به این مطلب که فرشها

برآیند سخن

برآن هستم به عنوان یک عضو کوچک، توصیه خیلی دوستانه برای مخاطبان این مطلب داشته باشم:

که فقط شروع کنید!!

شک ها و تردید ها و ترس ها هستند که ما انسانها را در اسارت خودشان نگه می دارند!

نترسید!

از هیچ چیز نترسید!

از انتقاد و شکست ترسی نداشته باشید!

اشتباهات را فرصتی برای یادگیری تلقی کنید!

به توانایی های خودتان اعتماد داشته باشید.

من زمانیکه طراحی فرش را شروع کردم، البته که

هنوز در ابتدای مسیر هستم، ولی فقط در نظر داشتم

فرشی خاص با طرحی کاملاً منحصر بفرد که مشابه آن

وجود نداشته باشد را با سرمایه ای اندک با اعتماد به

تواناییهای خودم، تولید کنم!!!

نترسید!!!

ذهن او را به چالش بکشد. ایده‌ها معمولاً زمانی ظاهر می‌شوند که انسان به چالشی خورده باشد یا بخواهد نیازی را برطرف کند.

ایده پردازی و خلاقیت دو مفهوم در هم تنیده هستند و نمی‌توان آن‌ها را جدا کرد؛ یک فرد ایده پرداز باید با دیدگاهی خلاقانه به مسائل نگاه کند و یک فرد خلاق هم معمولاً برای هر مسئله ایده‌ای دارد.

یکی از عوامل ظهور سبک‌های مختلف در حوزه هنر، خلاقیت هنرمند است که کار او را با دیگران متفاوت می‌سازد و در عین حال ردپایی از خالق اثر را نیز به همراه خواهد داشت.

بعد از تمامی توضیحات که گفته شد در ابتدا با کپی کردن طرح های مختلف، آموزش را شروع کنیم ولی پس از آن برای اینکه از ایده و خلاقیت طراح استفاده شود و امضا هنرمند پای کار باشد می بایست دست از کپی برداری برداشت و به کار اورجینال که زاینده ذهن خلاق هنرمند است رسید.

بررداری برداشت و به کار اورجینال که زاینده ذهن خلاق هنرمند است رسید.



OR HOME ORHAY



موتل آپارتمان اُرهای محل زندگی

۰۹۰۳ ۸۳۳ ۳۵ ۱۶
 ۰۹۱۵۵۲۳ ۸۷ ۶۰
 ۰۹۱۲ ۳۲۲ ۴۷ ۳۳



گروه کارآفرینی اهری

تهران: سید خندان، ابتدای خیابان
 سهروردی شمالی، روبروی خیابان
 ابن یمن، پلاک ۸۰۱، برج بهشت



قندونبات

کافه اختصاصی کودک

تادی یک انتخاب است



 **ghandnabat**
www.ghandonabatcafe.ir

0990 0100317 | 021 26404521
بلوار میرداماد، برج رز میرداماد، طبقه دوم تجاری



بازیافت منسوجات: راهکاری برای مشکل زباله‌های صنعت فست مد (مد سریع)

تهیه و تدوین: پریسا تدین فرد



مقدمه:

زیستی همراه است. یکی از این چالش‌ها، مشکل زباله‌های فست فشن است. با افزایش تولید لباس‌ها و زنجیره تامین سریع تر، میلیون‌ها تن زباله نساجی هر سال تولید می‌شود. این زباله‌ها عمدتاً به محل‌های دفن زباله منتقل می‌شوند و به کشورهای در آفریقا مانند مالی، غنا، ساحل عاج و ... فرستاده می‌شوند. این مشکل به شدت به آلودگی محیط‌زیست و تغییرات اقلیمی منجر می‌شود.

در دهه‌های اخیر، صنعت مد و پوشاک به یکی از صنایع پرسود و متنوع در جهان تبدیل شده است. با افزایش نیاز مصرف‌کنندگان به لباس‌های جدید و متنوع، مفهوم "فست فشن" به عنوان یک روند تولید و مصرف سریع لباس‌ها به وجود آمده و باعث تغییرات چشمگیری در صنعت مد شده است. این روند سبب افزایش تولید لباس‌های جدید، افزایش تعداد مغازه‌های پوشاک، و تشویق به خریدهای مکرر و بی‌رویه شده است.

به همین دلیل، مقاله حاضر به مطالعه این چالش‌ها و به دنبال راه‌کارهایی برای حل مشکل

اما این روند همچنین با چالش‌ها و مشکلات محیط

دنبال معامله ۱۰۰ میلیون یورویی (۸۷ میلیون پوند) بین ایندیتکس و شرکت بازیافت نساجی فنلاند Infinited Fiber برای ۳۰ درصد از تولید بازیافتی آن است. رقیب مد سریع زارا H&M همچنین قراردادی پنج ساله با شرکت بازیافت پارچه سوئدی Renewcell برای خرید ۹۰۷۲ تن الیاف بازیافتی - معادل ۵۰ میلیون تی شرت منعقد کرده است. اشتباهی فزاینده ای در میان برخی

راهکار مهم در مقابله با مشکل زباله‌های فست فشن مورد بحث قرار می‌گیرد.

بازیافت منسوجات

در اوایل سال جاری، خرده‌فروشی فست فشن زارا اولین مجموعه لباس‌های زنانه خود را که از ضایعات نساجی پلی پنبه‌ای بازیافتی ساخته شده بود، منتشر کرد. این مجموعه برای فروش در ۱۱ کشور در دسترس است و

زباله‌های فست فشن و افزایش استفاده از منسوجات بازیافتی در صنعت مد می‌پردازد. این مقاله تأکید دارد که بازیافت منسوجات می‌تواند به حل مشکل زباله‌های فست فشن کمک کند، اما برندها نیاز به افزایش تولیدات خود برپایه منسوجات بازیافتی دارند تا این چالش‌ها مدیریت شوند.

در این مقاله، به مطالعه روند



از خرده فروشان مد برای تبدیل لباس های قدیمی به الیاف باکیفیت و سپس به لباس های جدید می باشد.

اما با وجود اینکه برندهای معروف در حال توسعه خطوط با استفاده از منسوجات بازیافتی هستند، این حرکت هنوز به مقیاس مورد

به لباس های ساخته شده از ضایعات نساجی کمک می کند تا به بازار انبوه برسد.

این مجموعه پس از سرمایه گذاری های مهم گروه ایندیتکس (برند زارا)... در شرکت بازیافت پارچه CIRC به وجود آمد.

ایندیتکس لباس های زنانه به

بازیافت منسوجات، تأثیر آن بر محیط زیست و اقتصاد، و نیاز به همکاری بین برندها، سرمایه‌گذاران، تامین‌کنندگان و دولت‌ها برای رشد صنعت بازیافت نساجی پرداخته می‌شود. همچنین، اهمیت انگیزه‌دهی خریداران برای افزایش استفاده از منسوجات بازیافتی به عنوان یک

شود و بسیاری از آنها در محل دفن زباله های این کشور قرار می گیرند. این اغلب به عنوان استعمار زباله شناخته می شود.

صنعت مد سریع برای رفع این مشکل نیاز به دسترسی بیشتر به منسوجات بازیافتی دارد. این صنعت همچنین به امکاناتی نیاز دارد که به اندازه کافی بزرگ باشد تا این ضایعات را به مواد جدیدی برای پوشاک در مقیاس مورد نیاز برای پاسخگویی

نیاز برای تأثیرگذاری واقعاً جهانی نرسیده است.

به گفته فعالان محیط زیست، تلاش شرکت های مد سریع به ویژه در کشورهای در حال توسعه برای مقابله با نگرش دور ریختن لباس ها که اغلب منجر به افزایش کوه زباله های نساجی جهانی می شود و این علاقه به بازیافت در سال های اخیر رشد قابل ملاحظه ای داشته است.

اما در طی این فرایند جمع آوری منسوجات بازیافتی



به تقاضای انبوه بازار تبدیل کند.

استراتژی اتحادیه اروپا برای منسوجات پایدار

به دنبال استراتژی اتحادیه اروپا برای منسوجات پایدار، کمیسیون اروپا در حال تهیه پیش نویس قوانین جدید طی پنج سال آینده است تا صنعت مد هزینه پردازش لباس های دور ریخته شده را بپردازد.

خطاهای زیادی وجود دارد. به عنوان مثال، یک دامن که در یک فروشگاه زنجیره ای لندن تحت عنوان منسوج بازیافتی ثبت شده بود، در یک محل دفن زباله در باماکو، گزارش شده است. این یک مشکل در کل بخش است که لباس های قدیمی جمع آوری می شوند اما به درستی دور ریخته نمی شوند.

تخمین زده می شود که هر هفته ۱۵ میلیون لباس استفاده شده از سرتاسر جهان به غنا ارسال می



این ضرب‌الاجل‌های قریب‌الوقوع، به‌علاوه قوانین اتحادیه اروپا، باید به برندها انگیزه دهد تا از الیاف بازیافتی بیشتری استفاده کنند. در حالی که عرضه چنین موادی در حال حاضر محدود است، هجوم استارت‌آپ‌های بازیافتی در حال یافتن راه‌هایی برای تبدیل لباس‌های قدیمی به الیاف جدیدی هستند که ظاهر و حس مواد بکر را تکرار می‌کنند.

استارت آپ‌هایی مانند Spinnova، Renewcell و Infinited Fiber فناوری‌های بازیافت شیمیایی را برای ایجاد الیاف جدید از لباس‌های غنی از پنبه توسعه داده‌اند. و در حالی که جداسازی و بازیافت مواد ارزان قیمت مانند پلی‌استر دشوار است، شرکت‌هایی مانند Worn Again، Envrnu و Circ نیز با این مشکل مقابله می‌کنند.

Worn Again قصد دارد یک کارخانه آزمایشی بازیافت جدید در سوئیس بسازد و راه را برای ۴۰ کارخانه دارای مجوز تا سال ۲۰۴۰ هموار کند که قادر به پردازش ۱.۸ میلیون تن زباله نساجی در سال است.

تبدیل بازیافت منسوجات از حرف تا عمل

طبق گزارش McKinsey در سال ۲۰۲۲، طبق برخی برآوردها، تا سال ۲۰۳۰ تا ۲۶ درصد از ضایعات نساجی اروپا قابل بازیافت است. این امر ۳.۵ تا ۴.۵ میلیارد یورو تولید اقتصادی برای اتحادیه اروپا ایجاد می‌کند، ۱۵۰۰۰ شغل جدید ایجاد می‌کند و

طبق قوانین جدید اتحادیه اروپا، از شرکت‌ها انتظار می‌رود که زباله‌هایی را معادل درصد معینی از تولید خود جمع‌آوری کنند. در حالی که هنوز مقدار دقیق آن تایید نشده است، کمیسر محیط زیست اروپا Virginijus Sinkevičius گفته است که "قطعا" بیش از ۵ درصد از تولید خواهد بود. ممکن است شرکت‌ها مجبور باشند برای کار جمع‌آوری زباله‌های محلی هزینه‌ای (بر اساس گزارش‌ها معادل ۰.۱۲ یورو برای هر تی شرت) بپردازند.

اما برندهای فست فشن یا همون مد سریع باید اطمینان حاصل کنند که این امر فقط مشکل زباله‌های نساجی را به محل‌های دفن زباله دیگر کشورها منتقل نمی‌کند. استراتژی باید اینگونه باشد که توسعه خطوط منسوجات بازیافتی می‌تواند به لباس‌های قدیمی جان تازه‌ای بدهد.

یک پیمان مد امضا شده توسط بیش از ۱۶۰ برند (یک سوم بخش پوشاک و منسوجات از نظر حجم) شرکت‌ها را متعهد می‌سازد که تا سال ۲۰۲۵، ۲۵ درصد از مواد خام مانند منسوجات که استفاده می‌کنند تأثیر کمی بر محیط زیست داشته باشند برخی از برندها اهداف بلندپروازانه تری را در نظر گرفته‌اند، از جمله آدیداس که متعهد شده است تا سال ۲۰۲۴ از ۱۰۰ درصد پلاستیک‌های بازیافتی استفاده کند و مالک برند زارا، شرکت ایندیتکس که متعهد شده است تا سال ۲۰۳۰، ۴۰ درصد الیاف خود را از فرآیندهای بازیافت تامین کند.



که شامل ۱۲ برند (از جمله گروه H&M و آدیداس)، تولید کنندگان، تامین کنندگان و موسسات تحقیقاتی است اولین گام به سوی افزایش بازیافت پارچه است.

بازیافت منسوجات نیازمند سرمایه گذاری زیادی است. برای رسیدن به نرخ بازیافت ۱۸ تا ۲۶ درصد تا سال ۲۰۳۰، میلیاردها دلار سرمایه زیرساختی برای جمع آوری، دسته بندی و پردازش زباله های نساجی لازم است.

بازیافت نساجی تنها برای برای چند شرکت مطرح مد «پایدار» نیست - این روند بازیافت به سرعت در حال تبدیل شدن به واقعیتی است که هیچ شرکت مد سریع نمی تواند آن را نادیده بگیرد. خریداران باید از برندهای مورد علاقه خود بخواهند که تعهد خود را به بازیافت پارچه فراتر از کمپین های بازاریابی و مجموعه های مد کم حجم نشان دهند.

۳.۶ میلیون تن CO₂ را ذخیره می کند. اما تنها ۱ درصد از منسوجات در حال حاضر در سطح جهان به لباس های جدید بازیافت می شوند - فناوری بازیافت مورد نیاز برای این تغییر هنوز در مراحل اولیه است.

یکی از چالش ها در افزایش بازیافت منسوجات، فقدان اطلاعات موجود در مورد اتفاقاتی است که برای لباس هایی که دور ریخته می شوند، می آید. به اشتراک گذاری داده ها در مورد حجم، مکان و ترکیب زباله های تولید شده در زنجیره تامین و جمع آوری پس از مصرف به ارزیابی پتانسیل کامل بازیافت پارچه کمک می کند. شرکت هایی مانند Reverse Resources در حال حاضر پایگاه های اطلاعاتی آنلاین درباره زباله های نساجی را ارائه می کنند .

افزایش بازیافت منسوجات نیازمند یک رویکرد مشارکتی است، همانطور که توسعه فناوری مورد نیاز برای ایجاد منسوجات بازیافتی با کیفیت بالا نیاز دارد. برندها، سرمایه گذاران، تامین کنندگان، بازیافت کنندگان، ارائه دهندگان فناوری و دولت ها باید برای یافتن راه هایی برای رشد صنعت بازیافت نساجی گرد هم آیند. پروژه اخیر «پنبه جدید»

OKEO-TEX

INSPIRING CONFIDENCE

OEKO TEX®

www.oeko-tex.com

استانداردهای بین المللی نساجی
OEKO-TEX®

دکتر احسان اکرامی

تلفن: **02147623233**

ehsan.ekrami@oeti.biz

برآمدن دوباره نساجی در ایالات متحده آمریکا

نگارش: دکتر امیررضا باو در



ایالات متحده آمریکا بزرگترین مصرف کننده و وارد کننده پارچه و پوشاک در جهان است همچنین این کشور تأمین کننده عمده پارچه، لباس، مواد اولیه، نخ و منسوجات خانگی با کیفیت بالا در سراسر جهان است.

موفقیت آن برای رفاه اقتصادی این کشور حیاتی است. با این حال، صنعت نساجی با هجوم محصولات وارداتی به چالش کشیده شده است.

چین بزرگترین تامین کننده محصولات نساجی و پوشاک آمریکا با صادرات ۳۹ میلیارد دلاری است که ۳۳٪ از کل واردات نساجی ایالات متحده را دارا می‌باشد. پس از چین، ویتنام و هند به ترتیب با سهم تامین کنندگی ۱۲٪ و ۷٪ با یکدیگر رقابت می‌کنند.



و صنایع شیمیایی نساجی اجزای این صنعت را تشکیل می‌دهند.

آمارهای دولت آمریکا نشان می‌دهد که در کشورهای عمده تولید

کننده نساجی، یک شغل نساجی از سه شغل اضافی دیگر در یک جامعه پشتیبانی می‌کند. این صنعت مشاغل بسیاری را در مناطق روستایی فراهم میکند و برای کارگران به عنوان سکوی پرشی برای خارج شدن از فقر به مشاغل با درآمد خوب عمل کرده است.

صنعت نساجی یکی از بزرگترین صنایع تولیدی آمریکا است و

صنایع نساجی ایالات متحده به لطف منسوجات پزشکی، پارچه‌های صنعتی، منسوجات بی بافت و پوشش‌های محافظتی با کیفیت بالا در حال رشد و شکوفایی است.

به همین دلیل صنایع نساجی این کشور از انواع فناوری‌های روز دنیا بهره می‌برد. صنعت نساجی ایالات متحده، تامین کنندگان و مشتریان مهمی از اقتصاد ایالات متحده داراست که در هر منطقه از این کشور یافت می‌شوند. تولید کنندگان نخ و پارچه، تامین کنندگان در بخش‌های پنبه، پشم، و الیاف مصنوعی، رنگرز، چاپگر و تکمیل کننده، ماشین آلات



زنجیره تامین شامل مواد اولیه (پنبه‌کار یا تولیدکننده الیاف)، نخ، پارچه و فرآیندهای رنگ‌آمیزی، چاپ و تکمیل محصول نهایی است. این صنعت فراتر از بخش‌های دیگر، از سایر مشاغل در بخش‌های شیمیایی، انرژی، کشتیرانی، راه آهن، بانکداری، آب و تولید انرژی پشتیبانی می‌کند.

یک کارخانه نساجی اغلب تنها بزرگترین مصرف‌کننده برق در یک جامعه و همچنین منبع قابل توجهی برای درآمد مالیات بر دارایی است. حقوق و دستمزد یک کارخانه نساجی همچنین اغلب بزرگ‌ترین کارفرما در بسیاری از شهرهای کوچک است و کارگران آن از رستوران‌ها، بانک‌ها، شرکت‌های بیمه، خواربارفروشی‌ها و خرده‌فروشی‌ها، کلیساها و سایر سازمان‌های غیرانتفاعی و بسیاری دیگر از نهادهای محلی پشتیبانی می‌کنند.

محصولات نساجی اکنون اجزای اصلی در همه چیز هستند، از درچه‌های قلب و استنت گرفته تا بدنه و در نهایت، این صنعت عامل اصلی در نوآوری با تکنولوژی بالا است. در سال ۲۰۲۲، ارزش محموله‌های الیاف و رشته، پارچه و پوشاک ساخت ایالات متحده بالغ بر ۶۵.۸ میلیارد دلار برآورد شد. سال ۲۰۲۰ نشان

دهنده اولین کاهش در محموله‌ها از سال ۲۰۰۹ بود که ناشی از همه‌گیری کووید-۱۹ بود.

صنعت نساجی ایالات متحده یکی از بزرگترین صادرکنندگان نساجی در جهان است. صادرات زنجیره تامین نساجی در سال ۲۰۲۲ بالغ بر ۳۴ میلیارد دلار بود. این صنعت به بیش از ۲۰۰ کشور، از جمله ۲۴ بازار صادراتی که بیش از ۱۰۰ میلیون دلار خرید می‌کنند، صادرات دارد.

با توجه به بهره‌وری، انعطاف‌پذیری و نوآوری در صنعت نساجی ایالات متحده، این کشور توانسته موقعیت

بخش پوشاک با سهمی در حدود ۷۳٪، بخش غالب واردات منسوجات و پوشاک ایالات متحده است. پس از آن، منسوجات الیاف بشرساخت (MMF)، سایر منسوجات شامل منسوجات خانگی و منسوجات ساخته شده از موادی به غیر از پنبه یا الیاف بشر ساخت، منسوجات پنبه‌ای و فرش به ترتیب سهم ۱۰٪، ۹٪، ۵٪ و ۳٪ از واردات منسوجات ایالات متحده آمریکا را دارا هستند.





از مزایای تولید در ایالات
متحده مزیت هزینه انرژی
است که ایالات متحده نسبت
به بسیاری از کشورهای دیگر
در صنعت دارد. برخی از ایالت
های جنوب شرقی، که بسیاری
از شرکت های نساجی در آن
مستقر هستند، حتی ممکن
است نرخ های صنعتی پایین
تری از میانگین ملی داشته
باشند. کمیسیون تجارت بین
المللی ایالات متحده گزارش
می دهد که در سال ۲۰۱۶،
هزینه برق مورد نیاز برای تولید
یک کیلوگرم نخ روتور ۰.۰۸
دلار در چین، کره جنوبی و
هند به ترتیب ۰.۱۷، ۰.۱۴ و
۰.۱۳ دلار بوده
است.



و تحقیق و توسعه در سطح جهانی
بهره می‌برند. اینها تنها بخشی از
مزایای شرکت های نساجی آمریکایی
نسبت به رقابت بین المللی است.

تولید نساجی در آمریکا گذشته پر
دست انداز داشته است، اما دلایل
زیادی برای خرید آمریکایی وجود
دارد. از نظر تاریخی، این صنعت
قوی بوده، اما تولید نساجی همراه
با افزایش جهانی شدن کاهش
یافت. تحولات اخیر شروع به تقویت
صنعت کرده است و باعث ایجاد
مشاغل و رشد بیشتر برای تولیدات
آمریکایی شده است. شرکت های
خارجی و داخلی هر دو فرصت های
سرمایه گذاری در ایالات متحده را
از طریق عملیات تولیدی جدید یا
افزایش ظرفیت موجود ایجاد کرده
اند.

عوامل متعددی به شرکت های
نساجی ایالات متحده برتری می

خود را در بازار جهانی به دست آورد.
صنعت نساجی و پوشاک ایالات
متحده با داشتن ۲۸۶۳۰۰ شغل
تا سپتامبر ۲۰۲۰ یکی از مهم ترین
بخش های صنعت تولید است و
ایالات متحده از نظر ارزش صادرات
با ۲۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۹ در
میان بازارهای برتر جهان قرار دارد.

در سال های اخیر، شرکت ها بر
جهت دهی مجدد کسب و کار خود،
یافتن فرآیندهای کاری مؤثرتر،
سرمایه گذاری در محصولات و
بازارهای خاص، کنترل هزینه ها
از طریق فناوری های پیشرفته، و
بازسازی خط تولید تمرکز کرده اند.
جای تعجب نیست که چین در صدر
فهرست صادرکنندگان نساجی در
جهان قرار دارد و ۴۳.۵ درصد از سهم
بازار جهانی را به ارزش ۱۵۴ میلیارد
دلار در سال ۲۰۲۰ در اختیار داشت.

با توجه به اینکه کشورهایی مانند
چین و هند دستمزدهای کمتری
ارائه می دهند و محصولات متعددی
تولید می کنند، بازار جهانی به
شدت رقابتی است. اما وقتی
صنعت نساجی ایالات متحده را در
نظر می گیریم، دستمزد تنها جنبه
ایجاد و حفظ سود نیست. شرکت
های نساجی آمریکایی از اتوماسیون،
هزینه های انرژی، مالیات ها و
یکپارچه سازی مواد با کیفیت بالا

هنگامی که مشکلی در تولید محصول مشخص شده وجود دارد، طراحان، مهندسان و سازندگان می توانند برای حل آن به صورت رو در رو ملاقات کنند.

در هر مرحله از تولید، شرکت می داند محصول چگونه ساخته می شود: از چه مواد و روش هایی استفاده می شود، کارگران با چه شرایط کاری مواجه هستند، و جزئیات هر یک از جنبه های خاص تولید چقدر است.

در گذشته، مصرف کنندگان غرق در واردات منسوجات بوده اند، با این حال، انتظار می رود طی چند سال آینده دوباره برای محصولات تولید شده با کیفیت بالا که در ایالات متحده ساخته شده اند، احیا شود. این بازگشت ممکن است به

برخی از شرکت ها بسته به توانایی آنها در دستیابی به اهداف خاص، مانند تعداد معینی از مشاغل و سرمایه گذاری، کمک های مالی دریافت می کنند. نوع دیگری از کمک ها شامل طرح های نیروی کار است، مانند آنچه از طریق برنامه NC Works کارولینای شمالی ارائه می شود، که برای ارتباط کسب و کارها با استعدادهای واجد شرایط مورد نیاز و کارولینای شمالی با کارفرمایان بالقوه راه اندازی شده است. یکی دیگر از مزایای خرید منسوجات آمریکایی کیفیت آن است.

وقتی کارخانه ها پارچه هایی را در ایالات متحده تولید می کنند، کنترل کاملی بر تمام جنبه های ساخت، از طرح اولیه تا دوخت نهایی دارند.

دهد.

مشوق های شهرداری دلایل قوی برای بسیاری از تولیدکنندگان برای شروع یا گسترش تجارت خود در ایالات متحده است. چندین ایالت جنوب شرقی مانند کارولینای جنوبی، کارولینای شمالی، ویرجینیا، جورجیا و آرکانزاس مشوق هایی مانند اعتبار مالیاتی، کمک آموزشی و کمک به توسعه زیرساخت ارائه کرده اند.

اینها می تواند مورد توجه شرکت های خارجی باشد که به دنبال توسعه عملیات تجاری در آمریکا هستند. شرکت هایی که شیوه های کاری مثبت مانند ایجاد شغل و افزایش تجارت را ترویج می کنند، ممکن است واجد شرایط دریافت اعتبار مالیاتی باشند.



تقویت می‌کند. ایالات متحده به طور مداوم در حال تحقیق و توسعه مواد، فناوری‌ها و روش‌های ساخت جدید در نقاط مختلف این فرآیند است. از الیاف تا کالاهای نهایی، ایالات متحده برای تولید فناوری منحصر به فرد و نوآورانه در هر مرحله، شناسایی نیازهای بازار و استفاده از موقعیت برای پر کردن آنها تلاش می‌کند.



می‌توان الیاف را برای کاربردهای پیشرفته‌ای که در زمینه‌های نظامی یا پزشکی یافت می‌شوند مؤثرتر کرد. پیشرفت‌های موفقیت‌آمیز شامل روش‌های نانوالیاف و نانو پوشش، توسعه پایدار نخ و بهبود شیمی تکمیل است.

فناوری‌های نانو می‌توانند فیلتراسیون را بهبود بخشند و موادی با وزن سبک‌تر ایجاد کنند که بخش‌های نظامی و خودروسازی بسیار به دنبال آن هستند. همچنین نوع دیگری از پارچه‌های کاربردی دارای قابلیت‌های الکترونیکی است که فناوری‌هایی مانند LED و مدار را یکپارچه می‌کند.

در نسخه هوش مصنوعی خود، برخی از مواد می‌توانند تغییرات خاصی را حس کرده و بر اساس آن به آنها پاسخ دهند. پیراهن‌هایی را تصور کنید که می‌توانند اطلاعات

فدرال آمریکا، "ساخت ایالات متحده آمریکا" به این معنی است که "تمام یا تقریباً تمام" محصول در آمریکا ساخته شده است.

یعنی تمام قطعات مهم، پردازش و نیروی کار که وارد محصول می‌شود منشاء ایالات متحده است. اگر نساجی ۱۰۰٪ (یا نزدیک به آن) در ایالات متحده تولید و پردازش شده باشد، بدون هیچ یا مقدار ناچیزی محتوای خارجی، آنگاه می‌توان آن را Made in USA نامید.

در کل جذابیت این برچسب، این مزایا انگیزه ای قوی برای تولیدکنندگان نساجی در سراسر ایالات متحده ایجاد می‌کند تا تولید را به خانه خود بازگردانند.

نوآوری در ایالات متحده موقعیت آمریکا را به عنوان یک رهبر بازار

این دلیل باشد که بسیاری از مردم می‌خواهند محصولات آمریکایی بیشتری را ببینند و اغلب چنین برچسبی را با استانداردهای ایمنی با کیفیت بالاتر، سخت‌گیرانه‌تر و حمایت از اقتصاد محلی مرتبط می‌کنند.

در یک نظرسنجی، ۷۰٪ از مردم گفتند که محصولات تولید شده در ایالات متحده را ترجیح می‌دهند و ۸۳٪ گفتند که مایلند برای محصولات ساخت داخل هزینه بیشتری بپردازند.

افزایش تقاضا برای محصولات ساخت ایالات متحده ممکن است به چالش‌های زنجیره تامین امروز و همچنین تاخیرهای حمل و نقل و لجستیکی که در نتیجه همه‌گیری جهانی شاهد بودیم نسبت داده شود. به گفته کمیسیون تجارت



چرا چین بر این دسته تسلط دارد؟ موفقیت آن تا حد زیادی به دلیل نیروی کار ارزان و قابل توجه چین است. اتحادیه اروپا ۱۸.۱ درصد دیگر از سهم بازار جهانی را به ارزش ۶۴ میلیارد دلار پر می کند. ایتالیا، آلمان و اسپانیا بزرگترین تولیدکنندگان در اتحادیه اروپا بودند. بیش از ۱۷۱۰۰۰ شرکت نساجی و پوشاک در سال ۲۰۱۸ در اتحادیه اروپا مستقر بودند.



سلامتی را پیشرفته‌تر از ردیاب‌های تناسب اندام داشته باشند. Advanced Functional Fabrics of America سازمانی که از توسعه پارچه‌های هوشمند حمایت می کند و راه را برای رشد و پیشرفت سریع صنعت نساجی ایالات متحده هموار می کند از مهم ترین حامیان اجرایی این فناوری هست.

یک مزیت زیست محیطی برای تولید در ایالات متحده کاهش انتشار کربن مرتبط با حمل و نقل است. منسوجات ساخته شده در ایالات متحده که در محصولاتی که در ایالات متحده نیز تولید می شوند استفاده می شوند، مسافت کمتری را طی می کنند، در نتیجه سوخت و انتشار آلاینده های همراه مورد نیاز برای انتقال کالا از سازنده به قفسه فروشگاه کاهش می یابد. به طور کلی، اقلام محلی از نظر زیست محیطی ارجح هستند، حتی اگر «محلی» به قاره ایالات متحده اشاره داشته باشد، برخلاف چین یا هند.

حمایت های محیطی که از طریق مقررات کشورهای مختلف به دست آمده یا از دست رفته کمتر آشکار است. کشورهایی که عملیات تولیدی را جذب کرده اند در مقایسه با ایالات متحده مقررات دولتی کمتر

مصرف پوشاک را آسان تر کند. اجرای فرآیندهای اقتصاد دایره ای برای بازیافت و استفاده مجدد از منسوجات می تواند به شرکت ها کمک کند تا مواد سازگار با آب و هوا را در اولویت قرار دهند.

همچنین به موجب اجرای قراردادهای تجارت آزاد عوارض گمرکی بین ایالات متحده و بسیاری از کشورهای شریک از جمله کانادا، مکزیک، گواتمالا، هندوراس، السالوادور، نیکاراگوئه، کاستاریکا، پاناما، کلمبیا، پرو، شیلی، جمهوری دومینیکن، مراکش، اسرائیل، اردن، بحرین، عمان، سنگاپور، استرالیا کاهش یافته

یا کمتر سخت گیرانه تری دارند، برای مثال، یک کارخانه ایالات متحده با استانداردهای انتشار تعریف شده توسط قانون هوای پاک مطابقت دارد، در حالی که یک کارخانه خارجی ممکن است چنین استانداردهایی نداشته باشد، استانداردهای سخت گیرانه تری ندارد یا استانداردها اجرای ضعیفی دارند.

همچنین صنعت نساجی به تنهایی ۱۰ درصد از کل انتشار گازهای گلخانه ای و ۲۰ درصد از فاضلاب جهانی را تشکیل می دهد. حفظ فرآیند تولید، توزیع، فروش و دفع در ایالات متحده می تواند کنترل

است. موافقت نامه های تجارت آزاد همچنین مقررات مالکیت معنوی را بهبود می بخشد، قوانین سرمایه گذاری را تسهیل می کند، نرخ های تعرفه را حذف یا کاهش می دهد و فرصت های تدارکات دولتی را باز می کند.

کشورها داشته باشد و توسعه و حمایت از تولید نساجی مستقر در ایالات متحده را تشویق می کند. اگرچه ایالات متحده برای رقابتی شدن بیشتر در هزینه های تولید گام برداشته است، اما همچنان ارزان ترین گزینه برای تولید نیست.

برای مبارزه با هزینه های نیروی کار بالاتر و افزایش کارایی، بسیاری از تولیدکنندگان روی تجهیزات جدید برای فرآیندهای کار فشرده مانند کنترل کیفیت، جابجایی مواد و بسته بندی سرمایه گذاری می کنند. پردازش بسیار سریعتر و دقیق تر می شود.

صادرات ایالات متحده به این شرکا در سال ۲۰۲۰ بالغ بر ۲.۸ تریلیون دلار بوده است. بیشتر قراردادهای آزاد تجاری از قاعده نخ به جلو پیروی می کنند که بیان می کند تمام نخ هایی که برای تولید پارچه و پوشاک استفاده می شود باید از یک کشور شریک باشد.

تا زمانی که بخش پوشاک (برش و خیاطی) صنعت به صورت خودکار انجام نشود، این مشاغل در کشورهایی مانند ویتنام، مکزیک و هندوراس باقی خواهند ماند، جایی که دستمزدهای پایین باعث جذب عملیات فشرده می شود. اتوماسیون و ماشین آلات به بازار آمریکا کمک می کند رقابتی بماند.

برای بازرسی پارچه، یک دستگاه می تواند کیفیت را بررسی کند و مواردی را که استانداردها را رعایت نمی کند، یادداشت کند.

اتوماسیون به صنعت کمک می کند تا هزینه های نیروی کار را به حداقل برساند. ماشین آلات نساجی که با فناوری پیشرفته، شرکت ها همچنین می توانند خدمات بیشتری را بدون

این قانون به ایالات متحده اجازه می دهد تا تجارت روان تر با این





کارشناسان پیش بینی می کنند که تا سال ۲۰۲۵، ارزش بخش پوشاک و مد به ۴۰۰ میلیارد دلار خواهد رسید که شامل تولیدکنندگان، پیمانکاران، برندها، خرده فروشان، واردکنندگان و عمده فروشان در سراسر ایالات متحده است.

نیاز به استخدام و آموزش کارکنان جدید به مشتریان خود ارائه دهند. دیجیتالی شدن راه حل های منحصر بفرد و شخصی سازی شده ای را برای مشتریانی که به دنبال پارچه ها، اشکال یا چاپ های خاص هستند ارائه می دهد.

با استفاده از فناوری واقعیت مجازی، مشتریان حتی می توانند قبل از خرید لباس ها ببینند که چه شکلی هستند و طراحان می توانند از چاپ دیجیتال استفاده کنند. این پیشرفت ها به تغییر تکامل صنعتی کمک می کند که روندها را تعیین می کند و کسب و کارها را رقابتی نگه می دارد.

تنوع بخشی یک استراتژی رشد محبوب برای شرکت های آمریکایی است.

تسریع رقابت با افزودن محصولات و قابلیت های جدید و ورود به بازارهای جدید یک مزیت رقابتی فوق العاده محسوب می گردد. به عنوان مثال، برخی از تولیدکنندگان ممکن است محصولات مکمل را ارائه دهند، در حالی که برخی دیگر انواع جدیدی از محصولات را توسعه می دهند

یا قابلیت های خود را برای ارائه خدمات عمودی گسترش می دهند و محصول را از ابتدا تا انتها می برند.

روندهای نوآورانه مانند چاپ سه بعدی و الیافی که می توانند با تغییرات آب و هوایی سازگار شوند، صنعت را متحول کرده و فرصت های شغلی بسیار مورد نیاز را برای بسیاری از افراد فراهم می کنند.

این امر می تواند منسوجات داخلی در نتیجه اقتصاد آمریکا را تقویت کند. مواد با کیفیت بالاتر و دسترسی به یک صنعت با فناوری پیشرفته و نوآورانه می تواند مزایای جدیدی را برای یک محصول به ارمغان بیاورد.

منسوجات با کارایی بالا، پیش رود. سرمایه گذاری در بهبود تکنولوژی اتوماسیون برای مونتاژ پوشاک برای بازبینی تولید و مشاغل صنعت پوشاک در ایالات متحده پتانسیل امیدوارکننده است.

صنعت نساجی در ایالات متحده، به ویژه جنوب شرق آمریکا، آماده رشد است. شالوده زیرساختی که برای تأسیسات نساجی سابق ایجاد شده بود، محیطی با ثبات را برای سازگاری با صنعت به سرعت در حال تغییر فراهم می کند. بازارهای نساجی و پوشاک در سراسر جهان رشد خواهند کرد، اما ایالات متحده مشاغل پیچیده تر و پردرآمدتر را جذب خواهد کرد و در عین حال دسترسی به یکی از بزرگترین بازارهای مصرفی جهان را فراهم می کند.

اقتصاد بازار آزاد تحت سازمان تجارت جهانی استقبال می کند. این تصمیم چین را متقاعد می کند که از بحث و جدال در ارتباط با منصفانه و شفاف بودن ساختار هزینه های تولیدشان بر اساس اقدامات اجرایی تجارت جلوگیری نماید.

در نهایت دولت آمریکا با کاهش نرخ مشارکت و فراهم کردن هزینه های مناسب تر برای سرمایه گذاری، تعداد بیشتری سرمایه گذاری های در راستای تولید در ایالات متحده را تشویق می کند.

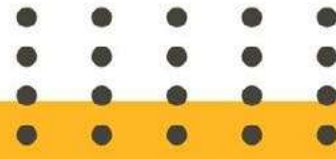
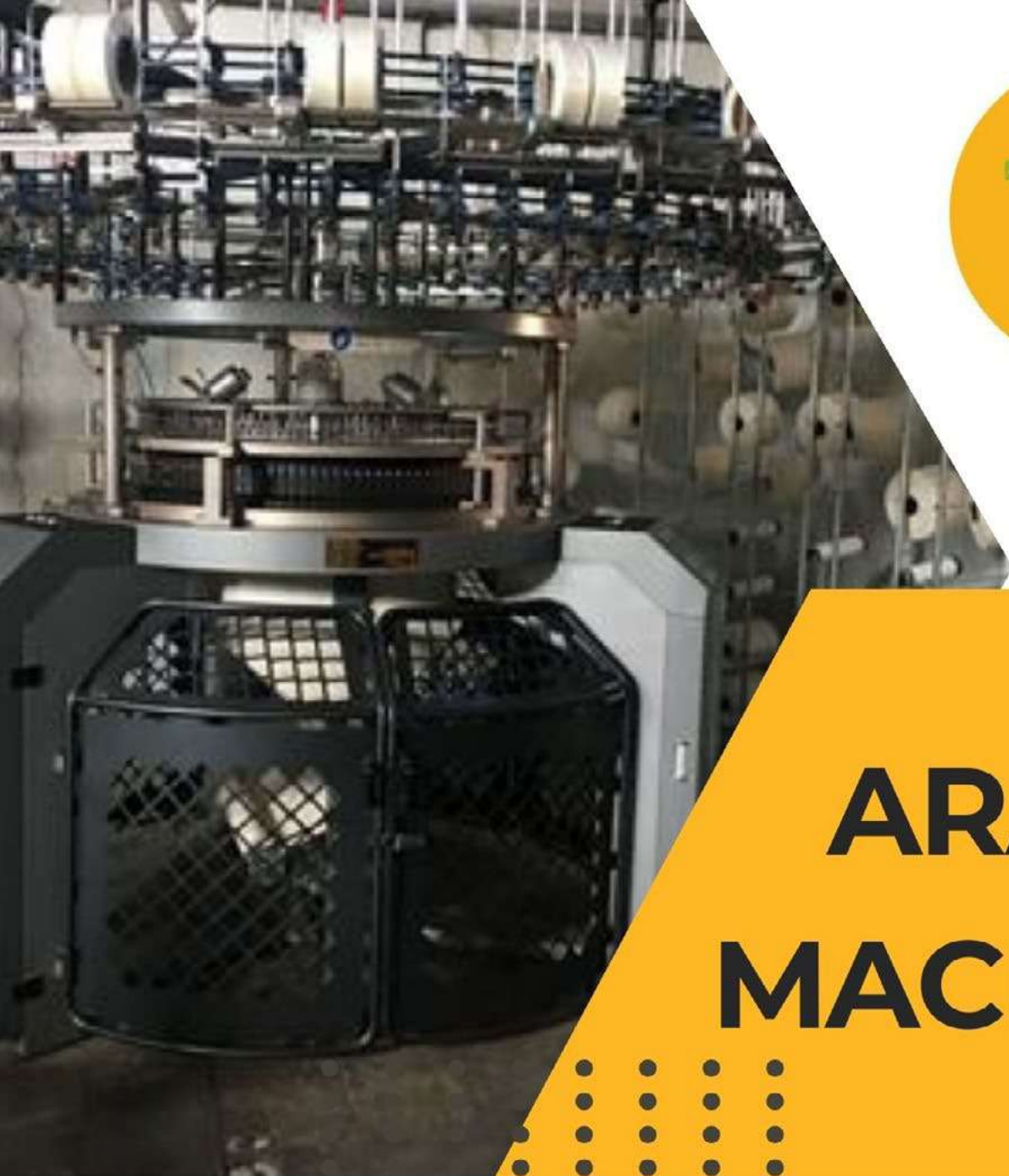
پرورش یک فرهنگ نوآورانه و ادامه حمایت از منسوجات پیشرفته کاربردی امریکا نشان از عزم ایالت متحده برای رسیدن به صنعت نساجی بالنده است. این برنامه تحت حمایت وزارت دفاع با هدف توسعه و تجاری سازی نسل بعدی

کاهش هزینه های انرژی، مشوق های مالیاتی و تجارت معاف از گمرک با هم ترکیب می شوند تا نتیجه را افزایش دهند.

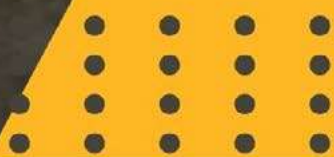
ایالات متحده بزرگ ترین اقتصاد جهان و یکی از پیشگامان صنعت نساجی، با بازسازی و به روزرسانی کارخانه های نساجی توانسته بخش بزرگی از بازارهای بین المللی را تصاحب کند. اجرای تجارت اولویت بندی شده، افزایش مقادیر تعرفه پوشاک، استفاده از پیمان NAFTA برای تقویت اجرای گمرکی کانادا و مکزیک، همچنین تقویت قوانین خرید ساخت آمریکا برای منسوجات و لباس های وزارت امنیت داخلی و ارتش آمریکا و علاوه بر این، هر هدف جدید قرارداد تجارت آزاد باید محدود به کشورهایی باشد که به صورت عادلانه و متقابل تجارت می کنند و مخالفت با هر گونه توافقنامه تجارت آزاد با بازارهای غیر اقتصادی مانند چین و ویتنام که توانایی ایجاد اختلال در بازار نساجی ایالات متحده را نشان داده است که ایالات متحده مصمم به تقویت و حمایت از ساخت آمریکاست.

دولت آمریکا از اقدامات سختگیرانه ایالات متحده علیه کشورهایی که بر پایه غارتگری عمل می نمایند پشتیبانی می کند و برای رد شناخته شدن دولت چین به عنوان یک





ARAD MACHINE



THE BEST WITH LATEST TECHNOLOGIES

ماشین های دست دوم و نو

ARAD MACHINE_DB



شماره تماس:

+90-542-2987350

+98-912-1987350



فرش روی استیج (صحنه)

نویسنده: دریا سبچه



پنج دلیل استفاده از فرش روی استیج:

۱. استفاده از فرش روی صحنه، به نوازنده احساس راحتی میدهد:

برخی از استیج‌ها فرش شده‌اند و به همین دلیل، داشتن فرش به شما کنترل بیشتری بر ظاهر و اجرا می‌دهد.

از آنجا که استیج‌ها اغلب از چوب‌های سخت یا فلزات ساخته می‌شوند، به طور کلی بسیار سخت و لغزنده هستند. بسیاری از هنرمندان هنگام اجرا، با پرتاب آب دهان، عرق کردن و یا آب ریختن، احتمال لغزنده شدن استیج را افزایش می‌دهند. اجراها شامل مدت طولانی ایستادن یا پریدن است و سطوح سخت صحنه می‌تواند به سرعت خستگی را در نوازندگان افزایش دهد.

فرش همچنین مایعات را جذب می‌کند، لکه‌ها را پنهان می‌کند و قابل حمل است. گروه‌ها اغلب از فرش روی صحنه استفاده می‌کنند زیرا

چرا روی استیج از فرش استفاده میشود؟

در اجراهای زنده و فستیوال‌های موسیقی در سراسر جهان، اغلب گروه‌ها و نوازندگان از فرش، روی استیج استفاده می‌کنند. فرش‌ها جدای از اهداف زیبایی، مزایای مهمی را برای بسیاری از نوازندگان به همراه دارند. اما برای اکثر مردم، همیشه مشخص نیست که چرا یک گروه یا نوازنده از فرش روی صحنه استفاده می‌کند.

گروه‌ها از فرش‌ها استفاده می‌کنند تا صحنه را گرم کنند، سیم‌ها را پنهان کنند، فرکانس‌های زائد را حذف یا کاهش دهند (به عبارتی، رفلکس صدایی که از طریق پایه‌ها به سن منتقل می‌شود را بگیرد و صدا فیدبک نداشته باشد) و سازهای خود را سر جای خود نگه دارند.

به طور کلی، فرش‌ها به دلیل ظاهر زیبا و احساس راحتی محبوب هستند و در زمینه موسیقی هم قابل استفاده هستند.



راهی مقرون به صرفه و قابل اعتماد برای از بین بردن بسیاری از مسائل است که اغلب از اجرا تا اجرا بوجود می آید. گروه ها و نوازندگان روی فرش می ایستند تا راحتی را در زیر پای خود ایجاد کنند. فرش اساسا خستگی عضلات را کاهش می دهد و ایستادن روی صحنه بسیار راحت تر می شود.

۲. فرش سازها را در جای خود نگه میدارد:

یک فرش می تواند اصطکاک را در زیر یک کیت درامز ایجاد کند تا قطعات و وسایل مختلف را در کنار هم نگه دارد. اگر کیت ثابت در کنار هم قرار نگیرد، در امر مجبور می شود موقعیت هر قطعه را در طول اجرا دائما تنظیم کند.

۳. پنهان کردن و پوشش سیم های استیج:

آماده سازی یک استیج برای اجرا می تواند شامل ده ها سیم روس سطح باشد. این نه تنها به هم ریخته و کثیف به نظر می رسد. بلکه یک خطر اصلی برای لغزش است. قرار دادن فرش روی کابل ها و سیم ها نه تنها آنها را پنهان می کند ، بلکه احتمال اینکه کسی روی آنها حرکت کند یا به طور تصادفی چیزی را از برق بکشد، کاهش می دهد. استفاده از عناصر ساده

آماده سازی یک استیج میتواند زمان بر باش . مسئله مهم این است که سازها ثابت در جای خود باقی بمانند تا در حین اجرا نیازی به جابه جایی یا تنظیم نداشته باشند. بسیاری از سازها قابل حمل هستند و میتوانند در حین اجرا بر روی صحنه حرکت کنند و مشکلی پیش نمی آید ولی سایر سازها مانند: کیبورد، درامز و لوازم جانبی مختلف باید ثابت بمانند.



قرار دادن این سازها و لوازم جانبی آنها بر روی فرش به آنها کمک می کند تا محکم روی صحنه در مقابل نوازنده قرار بگیرند. رایج ترین مکانی که می بینید از فرش روی صحنه استفاده می شود زیر کیت درامز است. هر قطعه کیت درامز قابل تنظیم است. ضربات تکراری به این قطعات به تدریج آنها را از یکدیگر



مانند فرش می تواند به ظاهر و اتفاقات روی صحنه کمک کند.

۴. فرش صداهای اضافی (noise) را در استیج کاهش می دهد:

کاهش سطح سر و صدا (noise)، کنترل فرکانس های اضافی و جلوگیری از تقویت ناخواسته ی بعضی از فرکانس ها (مخصوصا در فرکانس های بم) در صحنه جنبه مهمی از توانایی شنیدن صدای بهتر سازها روی صحنه در طول اجرا است.

(بهتر شنیدن صدای سازها توسط نوازنده ها) قبل از شروع اجرا، گروه ها به کمک صدابردار، تست صدا انجام می دهند تا خواننده و هر نوازنده روی استیج به خوبی صدای بقیه سازها و همچنین صدای خود و ساز خود را بشنود و اما فرش باعث میشود صداهای بهتر و درست تر شنیده شوند.

چرا بسیاری از گروه ها و نوازندگان از فرش ها استفاده میکنند. به همین دلیل شما ممکن است یک فرش را برای اتاق نشیمن خود انتخاب کنید، گروه ها و نوازندگان هم فرش را انتخاب می کنند زیرا از ظاهر و احساس آن خوششان می آید.

ظاهر یک فرش درجه یک است و به گروه، خواننده یا نوازنده کنترل بیشتری بر ظاهر آنها روی صحنه می دهد. طراحی صحنه بخش بزرگی از اجرا یک نوازنده یا خواننده است و فرش می تواند زیبایی لازم را روی صحنه ایجاد کند. صدها سال است که بسیاری از ارکسترها از فرش ها در زیر سازهای کوبه ای پر صدا برای تضعیف صدا و ایجاد صدایی یکنواخت تر استفاده میکنند.

در این مقاله، با توجه به مطالب فوق در میابیم که این هنر زیبای ایرانی (فرش) به غیر از زیبایی ظاهری، وسیله ای بسیار کاربردی است.

فرش ها روشی نسبتا آسان برای از بین بردن هرگونه سر و صدای غیر ضروری روی صحنه هستند. به همین دلیل است که بسیاری از استودیو های ضبط فرش ها را روی زمین (و گاهی حتی دیوارها) قرار می دهند تا از فرکانس های زائد و پژواک صداهای ناخواسته در سراسر استودیو جلوگیری شود.

اگر اجراهای زنده را نگاه کنید، فرش ها معمولا برای تضعیف فرکانس و کاهش پژواک از تاثیر ضبط، روی صحنه را می پوشانند.

بسیاری از نوازندگان برای راحتی خود در حین اجرا از فرش استفاده میکنند تا به آنها کمک کند بهتر اجرا کنند و این احساس راحتی را به مخاطب القا کنند. وقتی راحتی، زیر سازی و کاهش صدا به راحتی با یک قطعه فرش قابل دستیابی است، میتوان متوجه شد که



ماموت (آلمان)
www.mammut.de

دستگاه پنبه دوزی لحاف و تشک



دستگاه دوخت تشک



دستگاه تکمیل رویه تشک



نمایی از کارخانه ماموت

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



رمز ماندگاری ما، موفقیت شما است.



NedTex Co.Ltd

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

نمایندگی و پشتیبانی در ایران

WINNERS@NedTex.biz

توسعه شرکت میلان هالی ترکیه در قاره آفریقا

نگارش: بهنام قاسمی



شرکت میلان هالی یکی از شرکت های قدرتمند ترکیه در بخش تولید و صادرات انواع فرش های ماشینی است. این شرکت که با تکیه بر دانش چندین نسل از خانواده کاپلان ها در ترکیه در تولید فرش ماشینی توانسته در سالهای گذشته به سرعت پا را فراتر از ترکیه بگذارد.

این شرکت علاوه بر صادرات گسترده به اقصی نقاط جهان به ویژه بازارهای بزرگی مانند آمریکا و عربستان سعودی توانسته کارخانجات متعددی را در کشورهای خارجی تاسیس کرده و بدین شکل صادرات سریع تر و نفوذ بیشتر در بازارهای بین المللی را برای گروه میلان هالی تسریع کرده است.

شرکت میلان هالی ترکیه در آخرین سرمایه گذاری خود در خارج از ترکیه اقدام به خرید ۱۴ دستگاه بافندگی فرش ماشینی از شرکت پرادا مصر نموده است و با تاسیس شرکت جدید میلان کارپت مصر تولید خود در قاره آفریقا و در سرزمین اورینتال

ویورز را آغاز کرده است.

مدیر عامل این شرکت هدف از تاسیس این شرکت را دسترسی آسان و سریع تر به بازارهای جهانی از جمله بازار خاورمیانه و آفریقا و گسترش طیف محصولات شرکت اعلام کرد و به خبرنگار سایت منا کاورینگ گفت: " ما در ادامه سرمایه گذاری های خود در بخش تولید و صادرات انواع فرش ماشینی پس از ترکیه کارخانه جدید را در کشور بلغارستان خریداری کردیم و در سال ۲۰۲۳ نیز با خرید ۱۴ ماشین بافندگی فرش ماشینی در مصر و تاسیس شرکت میلان هالی مصر سفر تازه ای را آغاز کردیم. این کارخانجات علاوه بر انعطاف پذیری ما در برابر مشتریان باعث افزایش سریع سبد کالایی و محصولات ما شده است."

شاید بتوان گفت سرمایه گذاری شرکت میلان هالی ترکیه بزرگترین سرمایه گذاری یک شرکت ترکیه ای در خارج از مرزهای این کشور در صنعت فرش ماشینی و کفپوش می باشد.

ITM

2024

İ S T A N B U L

INTERNATIONAL TEXTILE
MACHINERY EXHIBITION

4-8 JUNE 2024

DISCOVER
THE FUTURE

بررسی MADE IN GREEN موسسه اکوتکس

ترجمه و تدوین: بهنام قاسمی



MADE IN GREEN فراتر از یک

برچسب ساده

ماهیت برچسب MADE IN GREEN فراتر از نقش آن به عنوان یک برچسب ساده است. این سیستم نشان دهنده این است که در طول فرآیند تولید منسوجات خانگی و کالاهای چرمی نه تنها ایمنی و رفاه کارگران و محیط زیست در اولویت بوده و به خوبی رعایت شده است، بلکه علاوه بر آن کیفیت و یکپارچگی محصول نهایی را نیز تضمین می‌کند.



روش های استفاده از برچسب

MADE IN GREEN

شیوه استفاده از این برچسب به گونه ای طراحی شده که راحت و کاربر پسند باشد. برای استفاده از این محصول شما دو گزینه پیش روی خود دارید:

مصرف کننده میتواند عدد بارکد درج شده روی برچسب را وارد قسمت تعیین شده در کامپیوتر کند تا از ابتدای تولید تا

پس از یک مرحله توسعه گسترده و اختصاصی، موسسه اکوتکس راه اندازی رسمی Label Check ارتقا یافته خود را برای برچسب های MADE IN GREEN ارائه داده است. این ابزار پیشرفته با دقت ساخته شده است تا فرآیند ردیابی محصولاتی را که دارای این برچسب متمایز هستند را تسریع و بهبود بخشد.

در طول فرآیند ارتقاء دقیق این محصول، هدف اصلی این موسسه ارتقاء تجربه کلی کاربر بوده است. با تعهد به رضایت مصرف کننده موسسه اکوتکس با پشتکار تلاش کرده است تا با ایجاد بینشی جامع، تجربه بهتری را برای مصرف کننده رقم بزند.

هستید یا تولیدکننده‌ای باشید که به دنبال هماهنگی با روش‌های اخلاقی و سازگاری با محیط زیست است، بررسی و استفاده از برچسب MADE IN GREEN میتواند انتخابی مناسب برای شما باشد.

از بارکدخوان می‌باشد که بدین ترتیب مانند روش قبل تمامی اطلاعات مورد نیاز در دسترس مصرف کننده قرار می‌گیرد.

بدین ترتیب، چه شما یک مصرف‌کننده آگاه باشید که مشتاق انتخاب‌های آگاهانه

مراحل مختلف ساخت محصول و اطلاعات مختلف در تولید محصول برای او نشان داده شود.

شیوه دوم استفاده از این برچسب که بسیار راحت و ساده تر از روش قبلی می‌باشد اسکن کردن بارکد درج شده با استفاده

وزیر فرهنگ: نگاه دولت سیزدهم تقویت صنعت نساجی است

افتاد و اختلالاتی که در حوزه صنعت مد داشتیم مقداری تضعیف شده است و نتیجه اش را هم بعضا در همین رفتارها می‌بینیم.

کارهای خوبی شده اما کفاف نیاز ما را نمی‌دهد

اسماعیلی افزود: کارهای خوبی تاکنون شده اما کفاف نیاز ما را نمی‌دهد. نیاز داریم هر چقدر که امکان‌پذیر است تولیدات را بومی‌سازی کرده و به صورت ارزان و با کیفیت خوب و در دسترس مردم، عرضه کنیم.

در صحبت‌هایی که با غرفه‌داران داشتم هنوز نگرانی‌شان در سکوهای فروش است و باید آنها را تامین کنیم.



نظام یافته چند هزار ساله است، موضوع لباس همیشه در ایران مورد توجه بوده است. ما صنعت قدرتمندی داشتیم. شما حتی در هزاره‌های قبل هم می‌بینید در آثار ممتاز پوشاک، ایرانی‌ها پیشتاز بودند.

اسماعیلی با بیان این که نوع پوشاک ایرانی در دنیا همواره مورد توجه بوده است، اظهار داشت: در سال‌های اخیر با اتفاقاتی که

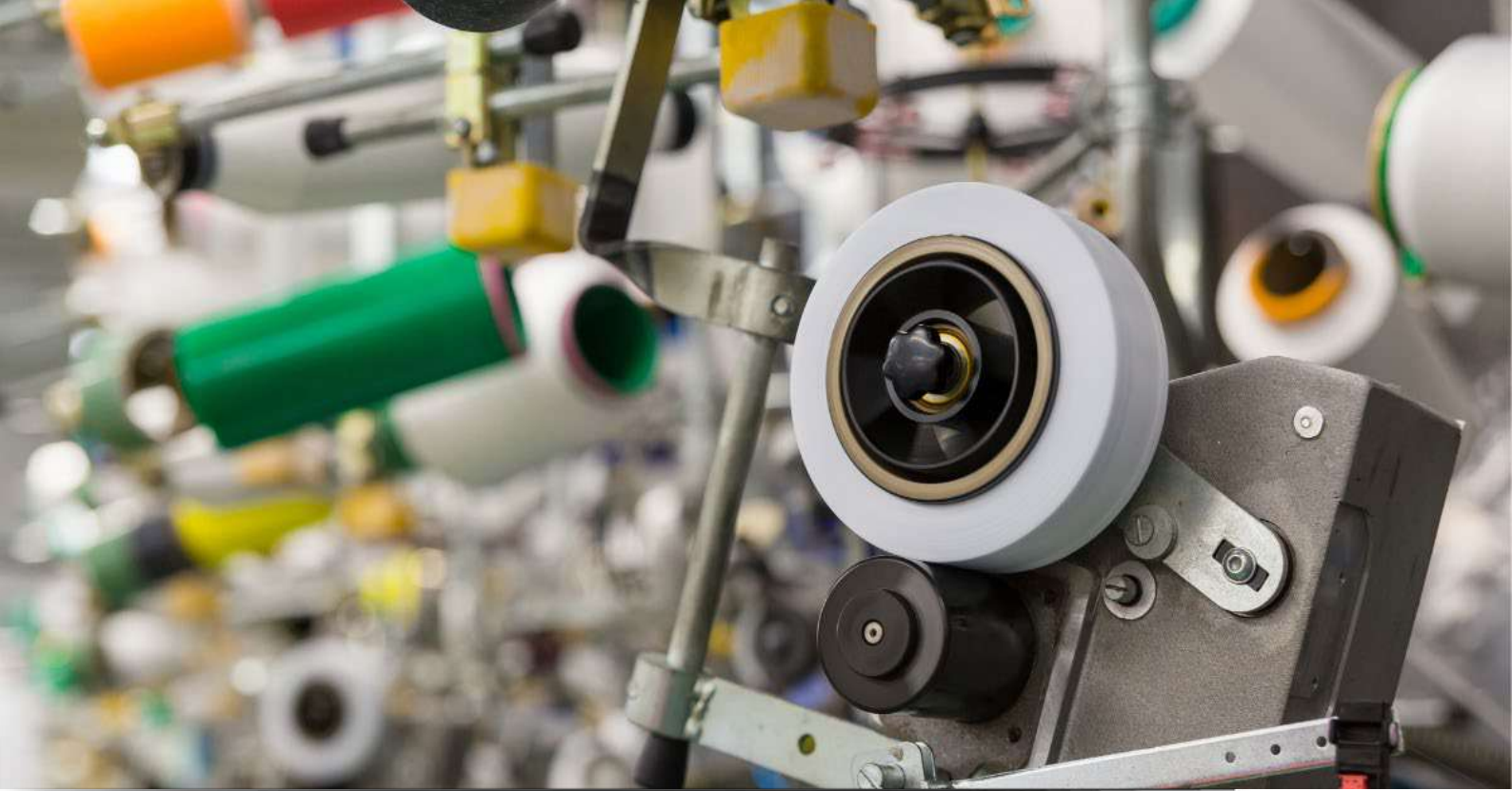
وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی گفت: در دولت سیزدهم، نگاه این است که صنعت نساجی به عنوان مهمترین حوزه صنایع فرهنگی تقویت شود.

محمد مهدی اسماعیلی اظهار داشت: حوزه لباس، مهمترین مولفه رفتار فرهنگی آحاد مختلف جامعه است.

بسیاری از قضاوت‌های ما از کنش‌های فرهنگی را همین نحوه استفاده، کیفیت و البسه‌ای که افراد استفاده می‌کنند شکل می‌دهد.

در آثار ممتاز پوشاک، ایرانی‌ها پیشتاز بودند

وی افزود: در جامعه ما هم که اساسا مبتنی بر هویت فرهنگی



نساجی در بحبوحه انقلاب صنعتی چهارم

نگارش: دکتر امیررضا باوذر



نوآورانه اتفاق می‌افتد که منجر به فرصت‌های فراوانی برای نوآوری، خودکارسازی کامل و رساندن صنعت به سطح بعدی می‌شود. ظهور فن‌آوری صنعتی دیجیتال جدید، معروف به Industry 4.0، تحولی است که جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها را در سراسر ماشین‌ها ممکن می‌سازد و فرآیندهای سریع‌تر، انعطاف‌پذیرتر و کارآمدتر را برای تولید کالاهای با کیفیت بالاتر با هزینه‌های کمتر امکان‌پذیر می‌سازد.

انقلاب صنعتی چهارم نشان دهنده

بازی با اتوماسیون بسیار بیشتر بود. پس از سه انقلاب صنعتی مهم، مکانیکی، الکتریکی و انقلاب دیجیتالی، اکنون جهان شاهد چهارمین انقلاب صنعتی است که شامل مفاهیم نوظهور فناوری اطلاعات، از جمله سیستم‌های فیزیکی-سایبری (CPS)، اینترنت اشیا (IoT) و داده کلان یکپارچه شده است.

در انقلاب صنعتی چهارم، پل زدن محیط‌های دیجیتال و فیزیکی با اتوماسیون و بهینه‌سازی به روش‌های

اولین انقلاب صنعتی به لطف اختراع ماشین‌های بخار، استفاده از آب و انواع ماشین‌های دیگر، به دگرگونی صنعتی جامعه با مکانیزه ساختن انجامید.

انقلاب صنعتی دوم به عنوان دوره ای تلقی می‌شود که برق و اختراعات جدید تولیدی منجر به تولید انبوه و تا حدودی به اتوماسیون شد. انقلاب صنعتی سوم همه چیز را با ظهور رایانه‌ها، شبکه‌های رایانه ای و ظهور رباتیک در تولید و ارتباطات مرتبط کرده بود.

تولد اینترنت بزرگترین تغییر دهنده

این انقلاب به طور استراتژیک به افزایش بهره‌وری کمک می‌کند، اقتصاد همه بخش‌های صنعت، به‌ویژه مد را بهبود می‌بخشد و منجر به رشد واقعی و پیشرونده و تغییر کامل در رقابت‌پذیری سازمان‌ها در سراسر جهان می‌شود. به بیان دقیق، با توجه به صنعت نساجی و پوشاک به دلیل استفاده فشرده از نیروی کار، کمبود فناوری و افزایش هزینه‌ها، رقابت‌پذیری صنعت نساجی در بسیاری از کشورها در حال ضعیف شدن است.

در نتیجه این محدودیت‌ها، از سطح بهره‌وری و کارایی گرفته تا کیفیت، همیشه در بیشتر موارد تحت تأثیر قرار می‌گیرد. همچنین یک روند جدید داریم که سفارشی‌سازی محصول با تغییرات بیشتر را داریم که نیاز به تنظیم نیازهای بازار در کوتاه‌ترین زمان ممکن دارد. علاوه

بر نرم‌افزارهایی که به سمت ایجاد و توسعه مدل‌های جدید فرآیندها، محصولات و تجارت هستند، اجرا می‌شوند.

تحت عنوان نسل چهارم، بسیاری از فناوری‌های فیزیکی و دیجیتالی از طریق تجزیه و تحلیل، رباتیک، هوش مصنوعی، دیجیتالی کردن و اینترنت اشیا، همگرا می‌شوند. این فناوری‌ها شرکت‌های دیجیتالی را ایجاد می‌کنند که می‌توانند داده‌ها را روی ماشین‌های ارتباط برقرار کرده، جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل کنند که فرآیندهای سریع‌تر، انعطاف‌پذیرتر و کارآمدتر را ممکن می‌سازد، که به تولید کالاهای باکیفیت با هزینه‌های کمتر کمک می‌کند.

مرحله جدیدی در سازماندهی و کنترل زنجیره ارزش صنعتی است و به عنوان نامی برای روند فعلی اتوماسیون و تبادل داده در فناوری‌های تولیدی، از جمله سیستم‌های فیزیکی سایبری، اینترنت اشیا، محاسبات ابری و محاسبات شناختی و ایجاد کارخانه هوشمند تعریف شده است.

جنبه‌های اصلی این انقلاب صنعتی نسل چهارمی که در صنعت نساجی شناسایی شده، در ابتدا بر اجرای فناوری‌هایی با هدف رایانه‌سازی و اتوماسیون فرآیندها تمرکز دارد که تمرکز اصلی آنها افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها است. پروژه‌های پیاده‌سازی واقعیت افزوده و فناوری‌های شبیه‌سازی و چاپ سه‌بعدی در صنعت نساجی، پوشاک و پوشاک هنوز در مراحل ابتدایی هستند و معمولاً از طریق ابزارها و

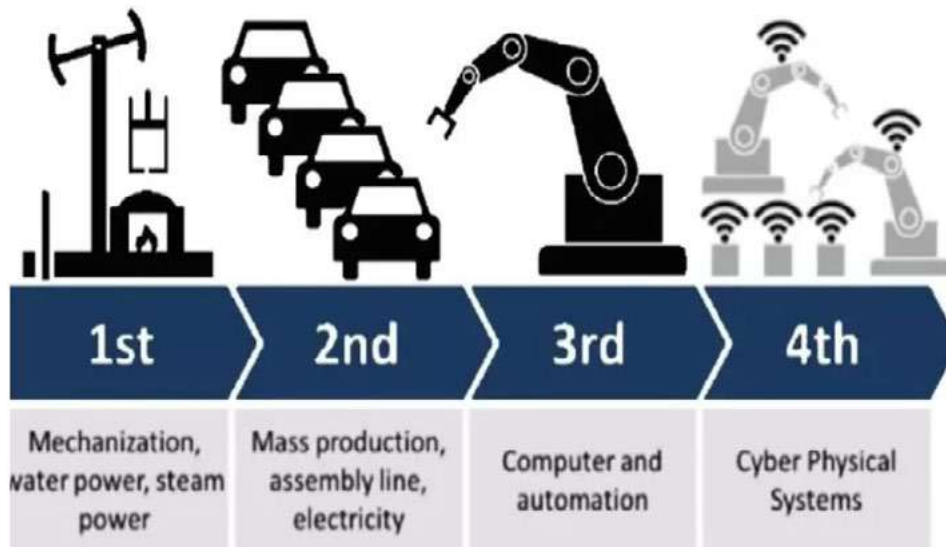


و مدولارسازی فرآیند تولید می شود که شامل زنجیره تامین، دستیابی به انعطاف پذیری و شخصی سازی تولید بر اساس CPS و IoT بخش خود بهینه سازی ارتباط بلادرنگ بین ماشین و ماشین (M2M) یا انسان می تواند باشد و از طریق اینترنت اشیا و پیاده سازی CPS اطلاعات در کل شبکه مشترک به اشتراک گذاشته می شود.

از مواد اولیه تا فروش محصول، دستگاه ردیاب دیجیتال با توجه به یکدیگر متصل می شوند و پروتکل های استاندارد برای تجزیه و تحلیل داده ها، پیش بینی خطاها و خود پیکربندی انجام می گیرد.

فن آوری های کلیدی اتوماسیون در ریسندگی، بافندگی و سایر جنبه های صنعت نساجی برای ارتقاء ضروری هستند. نساجی نسل چهارم یک زنجیره فرآیند تولید مستقل است که می تواند حامل اطلاعات ظرف مواد نساجی، بوبین، تیر تار و پارچه باشد.

فناوری شناسایی فرکانس رادیو (RFID) و حسگرها برای جمع آوری و ذخیره اطلاعات اولیه هستند، مانند وضعیت عملیات تجهیزات و اطلاعات نگهداری کارخانه خود پیکربندی و خود بهینه سازی به سرعت و انعطاف



اکثر ماشین های عرضه شده توسط سازندگان ماشین آلات نساجی دارای پلت فرم های کارخانه ای هوشمند هستند تا بتوانند داده ها را از طریق سنسورها، ثبت کننده های داده و غیره جمع آوری، اندازه گیری و تجزیه و تحلیل کنند و این اطلاعات در رابط کاربری برای انجام اقدامات یا تصمیمات استفاده می شود. تمام فرآیندهای مربوط به تولید و تدارکات می توانند در زنجیره ارزش نساجی در انعطاف پذیرتر و چابک تر شوند. این به پاسخگویی سریع و موثر به نیازهای بازار کمک می کند.

بر این، تمام چرخه عمر محصول با تغییرات شدید به طور قابل توجهی کوتاه می شود.

شاید انقلاب صنعتی چهارم بتواند به صنعت نساجی و پوشاک کمک کند تا این مشکلات را با امکان تولید انعطاف پذیر، طراحی مجدد فرآیندهای صنعتی و پیشرفت های تکنولوژیک حل کند.

Hanover Messe در سال ۲۰۱۱ برای اولین بار مفهوم صنعت نسل چهارم را ارائه کرد که نقشه راه آن در سال ۲۰۱۳ منتشر شد. مشخصه آن ادغام افقی در سراسر شبکه های ارزش، ادغام دیجیتالی سرتاسر در کل زنجیره ارزش و ادغام عمودی و شبکه ای سیستم های تولید نسل چهارمی که منجر به مجازی سازی

انقلاب صنعتی چهارم آینده فناوری های تولیدی است و روند مهمی در اتوماسیون و تبادل داده ها دارد. این فناوری پیشرفته، سیستم های دیجیتال و فرآیندهای خودکار آن را برای تولید محصولات با کیفیت بهینه می کند. صنعت نسل چهارم شامل سیستم های فیزیکی سایبری، اینترنت اشیا، محاسبات ابری و محاسبات شناختی است که چیزی را ایجاد می کند که به عنوان "کارخانه هوشمند" تعریف می شود.

در کارخانه هوشمند خدمات دیجیتال هوشمند شبکه ای شده و با مواد اولیه، محصولات نیمه تمام، ماشین آلات، ابزار و غیره ارتباط برقرار می کند. ویژگی این صنعت انعطاف

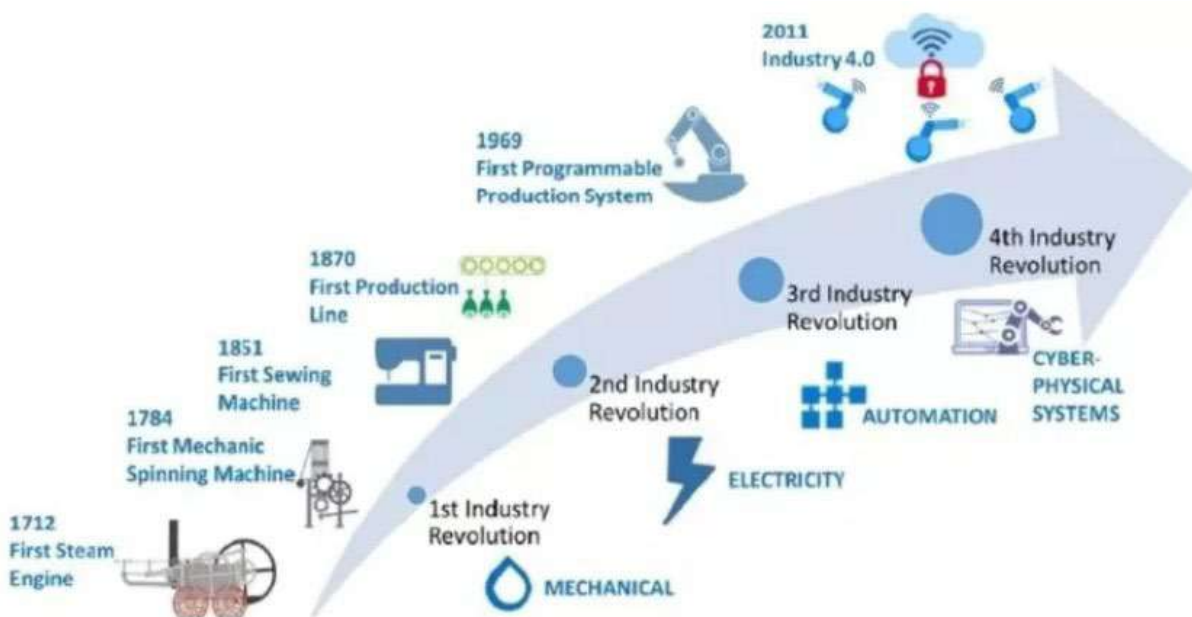
انقلاب صنعتی چهارم در بخش های فناوری منسوجات و تولید نساجی در سراسر زنجیره تامین در ریسندگی، بافندگی، تکمیل و پوشاک است. با توجه به افزایش هزینه، گران قیمت بودن برای مصرف کننده و زنجیره ارزش پیچیده، رقابت صنعت تولید جهانی ضعیف شده و ارتقاء آن را قریب الوقوع می کند.

جهان در آستانه یک انقلاب صنعتی جدید است که با هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، رباتیک نسل بعدی، چاپ سه بعدی، ابزارهای پوشیدنی، مهندسی ملایم، فناوری نانو، مواد پیشرفته، بیوتکنولوژی و غیره مشخص می شود.

پذیری برای برآورده کردن سفارشات ساخت سفارشی هستند. در همین حال، همه اطلاعات برای تصمیمات مدیریتی آتی به سیستم های MES و ERP بازگردانده می شود.

همچنین تعمیر و نگهداری آینده به موقع و کارآمدتر خواهد بود. سیستم MES اطلاعات عملیاتی دستگاه را ذخیره و نمایش می دهد، استهلاک تجهیزات و برنامه های نگهداری و سیستم نظارت اطلاعات را به سازنده دستگاه منتقل می کند و یک مدل سه بعدی و راهنمای تعمیر دریافت می کند یا برای نگهداری از راه دور با ارائه دهنده تماس گیرد.

نساجی نسل چهارم تفسیر و کاربرد



های اخیر راه را برای تحقق چشم انداز کارخانه هوشمند با انقلاب صنعتی چهارم هموار کرده است.

این امر دارای پتانسیل قابل توجهی برای تغییر کل فرآیندهای تولید و مدل های تجاری برای کارخانه های نساجی و پوشاک است. بنابراین، شرکت های صنعت پوشاک باید در صنعت ۴.۰ و در فناوری های توانمند آن سرمایه گذاری کنند تا انتقال از کارخانه های معمولی به کارخانه های هوشمند را آغاز کنند تا مزیت رقابتی کسب کنند.

کاربرد نساجی نسل چهارم توسط صنعت ماشین آلات نساجی به دنبال ردپای صنعت تولید جهانی، شرکتها را برای نوآوری ها و ارتقاء ها هماهنگ می کند. از آنجایی که اکثر

دست آورند و حفظ کنند و تعمیر و نگهداری پیش بینی را اجرا کنند.

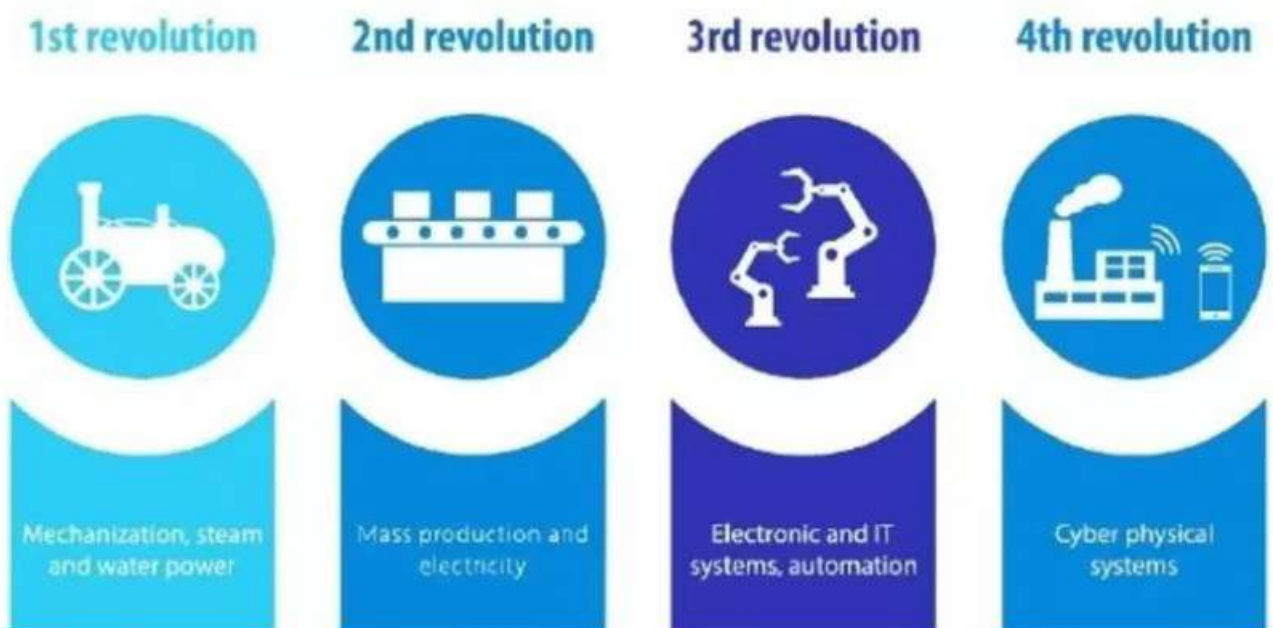
تولید هوشمند فناوری های مختلفی را پوشش می دهد. برخی از فناوری های کلیدی در جنبش تولید هوشمند شامل قابلیت های پردازش کلان داده، دستگاه ها و خدمات اتصال صنعتی و روباتیک پیشرفته است. همچنین با بهینه سازی تدارکات و زنجیره تامین، یک زنجیره تامین متصل را می تواند زمانی که اطلاعات جدید ارائه می شود، تنظیم و تطبیق دهد.

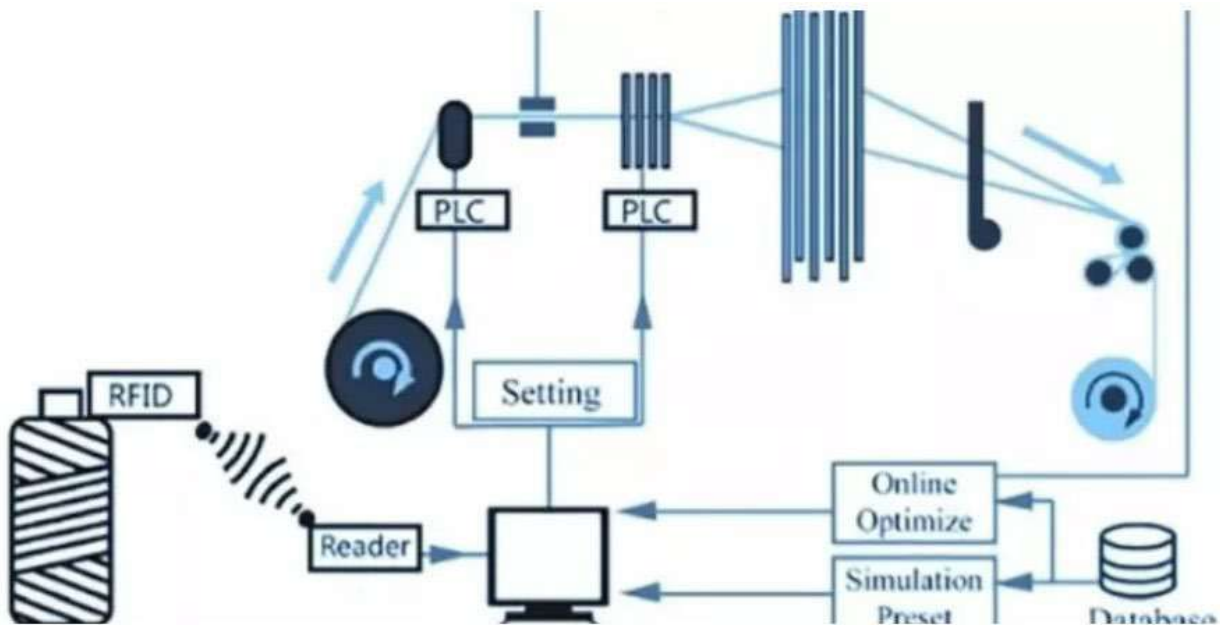
بحران آب و هوایی و تأخیر محموله را به هم پیوند دهد، یک سیستم متصل می تواند به طور فعال با آن واقعیت سازگار شود و اولویت های تولید را اصلاح کند. فناوری و نوآوری

پذیری، استفاده کارآمد از منابع و یکپارچه سازی مشتریان و شرکای تجاری در فرآیند کسب و کار است.

در این کارخانه شبکه ای، ماشین ها و مردان به شرکای مساوی تبدیل شده اند و از هوش مصنوعی بالاتری نسبت به نسل قبلی روبات ها برخوردارند. حسگرهای بسیار فعال موجود در دستگاه های بافندگی امکان همکاری بین ماشین ها و کارگران را فراهم می کنند. مشخصه کارخانه ها تولید متصل، ماهیت انعطاف پذیر، تعمیر و نگهداری هوشمند و تدارکات خودسازماندهی است.

این سیستم ها شناختی هستند و کارگران را قادر می سازند تا استانداردهای تولید با کیفیت را به





برای برخی از مهندسان ماشین آلات، داده‌های جمع‌آوری شده از طریق عملیات ماشین، دانش را تغذیه می‌کنند و همچنین برای نگهداری پیش‌بینی‌کننده و پیش‌بینی خرابی‌های احتمالی (یادگیری ماشین) استفاده می‌شوند. هوش مصنوعی برای تجزیه و تحلیل بلوک‌های بزرگ داده‌های جمع‌آوری شده در تولید، خرید، بازاریابی و تدارکات و غیره استفاده می‌شود. رباتیک و اتوماسیون در تولید لباس سریعتر پیشرفت می‌کنند.

Sewbots (ربات‌های خیاطی) به طور گسترده در چین در کارخانه‌های پوشاک استفاده می‌شود. این توسط شرکت‌های نساجی برای پیش‌بینی

بسیاری از ماشین‌های نساجی نسل بعدی امروزی مجهز به اینترنت اشیا، دیجیتالی شده و دارای قابلیت‌های هوش مصنوعی هستند. بسیاری از تولیدکنندگان پیشرو ماشین‌های نساجی سیستم‌های نظارت کاملی بر فرآیند تولید را از طریق اینترنت اشیا (IOT) معرفی کرده‌اند، که می‌تواند گزارش‌های تحلیلی مختلفی را در زمان واقعی ارائه کند و عملکردهای متعددی را ارائه دهد و این برای تغییر جهت فرآیندهای تولید بسیار مفید است.



شرکت‌های تولید نساجی ساختار عملیاتی انعطاف‌پذیر و دیجیتالی ندارند، با تغییرات دنیای بیرون و خواسته‌های مصرف‌کنندگان امروزی سازگار نیستند.

اگرچه صنعت تولید ماشین‌های نساجی، به ویژه در اروپا، در حال حاضر به سمت هماهنگی با صنعت نسل چهارم است، صنعت تولید نساجی از این نظر کمی کندتر است. در روند مد در همه کشورها و همچنین رقابت جهانی به شدت در حال افزایش است. بنابراین اتکای بیشتر به نیروی کار با خطاهای انسانی بالقوه در تولید، زنجیره تامین و ... به مانع تبدیل می‌شود.



روند و تشخیص ماشین استفاده می شود.

وقتی صحبت از صنعت نساجی به میان می آید، فناوری‌های مختلف در حال همگرایی هستند و اتوماسیون به سرعت در حال ورود به عملیات نساجی است. با همگرایی فناوری و کمک آن، تولیدکنندگان نساجی هوشمند می شود. انتظار می رود که چاپ سه بعدی تغییر بزرگی در تولید پارچه در آینده ایجاد کند و انعطاف پذیری را در فرآیند تولید برای برآورده کردن خواسته‌های مشتریان فراهم کند.

بر اساس پیش بینی‌های بازار، بازار جهانی منسوجات هوشمند تا سال ۲۰۲۶ به حدود ۳ میلیارد دلار افزایش خواهد یافت. برای تولید انبوه محصولات نساجی هوشمند، زنجیره‌های ارزش ترکیبی و معمولاً بسیار پراکنده باید به طور فزاینده‌ای به هم مرتبط شوند که این امر توسط صنعت قابل دستیابی است.



افزایش اتصال عملکردها در سراسر زنجیره ارزش، محصولات متصل هوشمند و خدمات مبتنی بر داده، افزایش بهره وری حدود ۲۰ درصد، صرفه جویی در خدمات و هزینه‌های تعمیر و نگهداری تا ۱۰ تا ۴۰ درصد و افزایش زمان به بازار را حدود ۲۰ تا ۵۰ درصد تضمین می کند.

همچنین صنعت نساجی محصولات متصل هوشمند را قادر می سازد تا به عنوان سکوی فن آوری برای ترکیب مدل‌های کسب و کار جدید یا مدل‌های کسب و کار مبتنی بر داده در منسوجات عمل کنند و در نتیجه از استخرهای درآمدی جدید بهره برداری کنند. محصولات نساجی هوشمند پتانسیل رشد بالایی دارند.

با تنوع در تقاضاها، نیاز به زنجیره های ارزش ترکیبی و بسیار پراکنده افزایش یافته است. به منظور ظهور به عنوان تامین کنندگان کلیدی موفق و اتخاذ موثر فناوری های دیجیتال برای سرعت تولید سریع، پذیرش انقلاب نسل چهارم اجباری می شود. در نتیجه این صنعت به مرکز فناوری های تولید متری و پایگاهی برای آزمایش و افزایش راه حل های دیجیتال جدید تبدیل می شود.

پیشرفت سریع فناوری‌های عملیات دیجیتال و راه‌حل‌های نسل چهارمی یک فرصت عالی برای افزایش رقابت پذیری صنعت نساجی است.

انقلاب صنعتی چهارم چهره جدیدی به صنایع بخشیده است، فناوری های تولید انبوه سفارشی و انعطاف پذیر را معرفی کرده است. ماشین‌ها به نهادهای مستقل تبدیل شده‌اند،

رقابت پذیری شرکت و منطقه نوآوری تکنولوژیکی و پرسنل که محرک اصلی صنعت هستند را در الویت قرار دهد.

اتوماسیون و هوش مصنوعی به تدریج در حال ورود به صنعت نساجی است و در سال های آینده مراکز تولید نساجی بیشتر و بیشتر به کارخانه های هوشمند تبدیل خواهند شد. صنعت نساجی ایران با توجه به افزایش هزینه های نیروی کار، افزایش هزینه های تولید و انرژی و اتلاف در این فرآیند، چاره ای جز همگامی با صنعت جهان برای تبدیل مراکز تولید به کارخانه های هوشمند نخواهد داشت.

تنها با سوار شدن بر موج نساجی نسل چهارمی، تولیدات نساجی در برابر کشورهای بزرگ تولید کننده نساجی مانند چین، هند و ترکیه رقابتی تر خواهد شد.

با توجه به چالش های جدید صنعت نساجی، لازم است که رهبران کسب و کار و مدیران پیامدهای آن را درک کرده و یک نقشه راه برای ادغام موفقیت آمیز تولید، زنجیره تامین، بازاریابی برای دستیابی به انطباق با نساجی نسل چهارم تهیه کنند.

همه اینها بازارهای جدیدی را باز می کنند و رشد اقتصادی را به سمت آینده ای پایدار و سودآور هدایت می کنند و در نهایت امروز ما در آستانه یک انقلاب صنعتی جدید به نام انقلاب صنعتی چهارم هستیم و شرکت هایی که با موفقیت این انقلاب جدید را اتخاذ کنند، می توانند زنده بمانند در بازار رقابتی جهانی موفق عمل کنند.

رونق صنعتی مجدد جهانی، تولید را به شدت رقابتی و مدل نوظهور جایگزین مدل سنتی می شود، تولیدکنندگان باید از چالش های جدید آگاه باشد و اقدامات به منظور کاهش هزینه تولید، بهبود بهره وری تولید، ارتقاء رشد صنعتی، تغییر ساختار نیروی کار و در نهایت تغییر

کارکرد ماشین ها اکنون جای خود را به ارتباط با ماشین ها داده است و برای جمع آوری، تجزیه و تحلیل و مشاوره در مورد داده ها ساخته شده اند.

انقلاب صنعتی چهارم این پتانسیل را دارد که سطح درآمد جهانی را افزایش دهد و کیفیت زندگی مردم را در سراسر جهان بهبود بخشد. نوآوری فناوریانه همچنین به معجزه ای در سمت عرضه منجر خواهد شد که در درازمدت بازدهی و بهره وری را به همراه خواهد داشت. هزینه های حمل و نقل و ارتباطات کاهش می یابد. تدارکات و زنجیره تامین جهانی موثرتر خواهند شد و هزینه تجارت کاهش خواهد یافت.



روندها و نوآوری های برتر صنعت نساجی در سال ۲۰۲۳



نگارش: دکتر امیررضا باوادر



نقشه نوآوری ۸ روند برتر صنعت نساجی و ۱۶ استارت آپ آن بسیار امیدوارکننده ترسیم شده است. برای این منظور تحقیقی عمیق درباره گرایش ها و استارت آپ های برتر صنعت نساجی، با نمونه ای از ۳۰۶۴ استارت آپ و استارت آپ جهانی را تحلیل شده است.



عملکرد تولید را بهبود می بخشند، بلکه با استانداردهای پایداری نیز مطابقت دارند.

علاوه بر این، از آنجایی که تولید لباس یک حوزه کاملاً رقابتی است، استارت آپ ها توجه بیشتری به مفاهیم نوآورانه و خلاقانه بازاریابی دارند.

برای دستیابی به آن، مد همه جانبه، گیمیفیکیشن، و خدمات کاربرمحور درجه بالایی از شخصی سازی را به مشتریان ارائه می دهند.

نتیجه این تحقیق، هوش نوآورانه مبتنی بر داده است که با ارائه

صنعت نساجی یکی از بزرگترین عوامل آلودگی محیط زیست است. مشکلات اصلی شامل آلودگی آب و هوا، گازهای گلخانه ای و تخلیه شیمیایی است. بنابراین، پارچه های جدید و فن آوری های ساخت پیشرفته از گرایش های اصلی صنعت نساجی هستند.

دیجیتالی شدن انبوه در منسوجات از ابزارهای پیشرفته ای استفاده می کند که حول محور اینترنت اشیا، هوش مصنوعی، تجزیه و تحلیل داده ها و فناوری های سه بعدی می چرخد. این فناوری ها نه تنها

و تجزیه و تحلیل داده ها، استارت‌آپ ها را قادر می سازد تا خطاها را شناسایی کنند، ضررهای تولید را پیش بینی کنند و توسعه محصول را بهبود بخشند.

در تصویر زیر هیت مپ توزیع جهانی بیش از ۳۰۰۰ استارت‌آپ که راه‌اندازی و برای این تحقیق تحلیل شده اند را نشان می‌دهد. هیت مپ که از طریق پلتفرم StartUs Insights Discovery ایجاد شده است، نشان می دهد که ایالات متحده و اروپا بیشترین فعالیت استارت‌آپی را دارند.

در زیر، با ۱۶ مورد از این استارت‌آپ ها و اسکیل‌آپ امیدوارکننده و همچنین راه‌حل‌هایی که آنها توسعه می‌دهند، آشنا می‌شوید. این استارت‌آپ‌های نساجی بر اساس معیارهایی مانند سال تاسیس،

سراسر جهان را تحت تأثیر قرار می دهند و ۱۶ استارت‌آپ نساجی که همگی روی فناوری‌های نوظهوری کار می‌کنند که زمینه خود را ارتقا می‌دهند را مشاهده می‌کنید.

پارچه‌های جدید و منسوجات هوشمند تأثیرگذارترین روندهایی هستند که از مواد پیشرفته برای ایجاد هوشمندی و افزایش عملکرد پارچه استفاده می‌کنند. علاوه بر این، تولید پوشاک پیشرفته، فناوری‌های سه بعدی و زنجیره‌های تامین پایدار فرآیندها را برای رفع نگرانی‌های زیست محیطی به صورت خودکار می‌کنند.

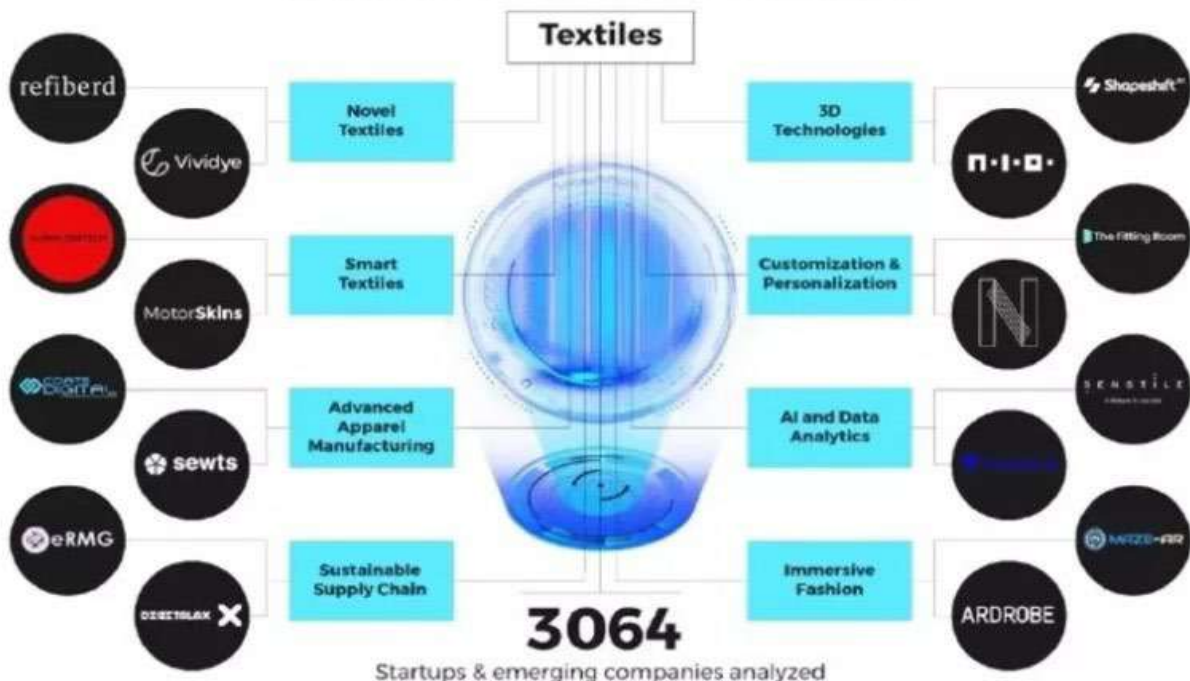
روندهای تأثیرگذار بعدی سفارشی سازی و مد غوطه ور است که تجربه کاربران را ارتقا می دهد و آنها را مستقیماً در مفهوم محصول درگیر می کند. در نهایت، هوش مصنوعی

یک نمای کلی از فن‌آوری‌ها و استارت‌آپ‌های نوظهور در صنعت نساجی، تصمیم‌گیری استراتژیک و هوش تجاری را بهبود می‌بخشد.

این بینش از طریق کار با پلتفرم StartUs Insights مبتنی بر داده‌های بزرگ و هوش مصنوعی به دست می‌آید که بیش از ۲۵۰۰۰۰۰ استارت‌آپ و بزرگ‌آپ را در سراسر جهان پوشش می‌دهد. پلتفرم SaaS به‌عنوان بزرگ‌ترین منبع جهان برای داده‌های مربوط به شرکت‌های نوظهور، به شما امکان می‌دهد تا استارت‌آپ‌های مرتبط، فناوری‌های نوظهور و روندهای صنعت آینده را به سرعت و به طور کامل شناسایی کنید.

در نقشه نوآوری زیر، یک نمای کلی از ۸ روند و نوآوری برتر صنعت نساجی که بیش از ۳۰۰۰ شرکت در

Top 8 Textile Industry Trends & Innovations in 2023



صنعت نساجی است. استارت آپ مستقر در ایالات متحده، Refiberd، منسوجات بازیافتی ساخته شده از زباله های خالص پس از مصرف را تولید می کند. فناوری در انتظار ثبت اختراع آن از هوش مصنوعی و روباتیک برای تبدیل لباس های دور ریخته شده به نخ های لباس جدید استفاده می کند.

برای رسیدن به این هدف، فرآیند شیمیایی سبز این استارت آپ زباله های ترکیبی را دسته بندی می کند و آن ها را به رشته های پلی استر و سلولزی تبدیل می کند. این امر مشتریان و مشتریان را قادر می سازد تا جایگزین های نساجی مقرون به صرفه و پایدار را با هم

علاوه بر این، پارچه های جدید دارای ویژگی های منحصر به فردی مانند قابلیت های حسی، هدایت الکتریکی و انتقال داده هستند. پارچه هایی با ویژگی هایی مانند پنبه آب گریز، منسوجات گیاهی، پارچه های ضد میکروبی و پلیمرهای حافظه دار، تطبیق پذیری در نوآوری های نساجی را نشان می دهند. به طور کلی، این نوآوری های نساجی جایگزین های پایداری را ارائه می دهند که از نظر تجاری قابل دوام هستند و برای تولید در مقیاس بزرگ مناسب هستند.

ایجاد اختلال در چرخه ضایعات نساجی با حل مشکل ضایعات نساجی یک ضرورت جهانی آب و هوا و کلید چرخش واقعی برای

مکان، بودجه جمع آوری شده و موارد دیگر دست چین و انتخاب شده اند.

هشت روند برتر صنعت نساجی عبارتند از:

۱- منسوجات نوین

پیشرفتها و فناوریهای جدید در علم مواد به طور پیوسته در جهت اتخاذ شیوه های درست در حال رشد است. برای کاهش فشار بر محیط زیست، تولیدکنندگان مواد جدید را برای گسترش عملکرد سنتی ادغام می کنند. آنها الیاف مدرنی را تولید می کنند که سازگار با محیط زیست، سبک و از نظر مکانیکی انعطاف پذیر هستند، تولید و پردازش آنها آسان است.

Impact of Top 8 Textile Industry Trends & Innovations in 2023



This tree map illustrates the top 8 innovation trends & their impact on the Textile Industry



This Global Startup Heat Map illustrates the geographical distribution of 3064 startups & emerging companies we analyzed for this topic.

آپ حاوی فرمول های شیمیایی است که به آرامی طرح را بدون آسیب رساندن به مواد حذف می کند. در نتیجه، با افزایش چرخه عمر پوشاک، Vividye استفاده از منابع آب را بهینه می کند و تعداد مواد شیمیایی موجود در محیط را کاهش می دهد.

۲-منسوجات هوشمند

پیشرفت تکنولوژی منسوجات هوشمندی را برای کمک به تعامل بین دستگاه های همراه و بدن انسان می سازد. لباس های هوشمند از انواع حسگرهای اینترنت اشیا برای جمع آوری داده های بیومتریک و فیزیکی افراد برای نظارت مؤثر بر

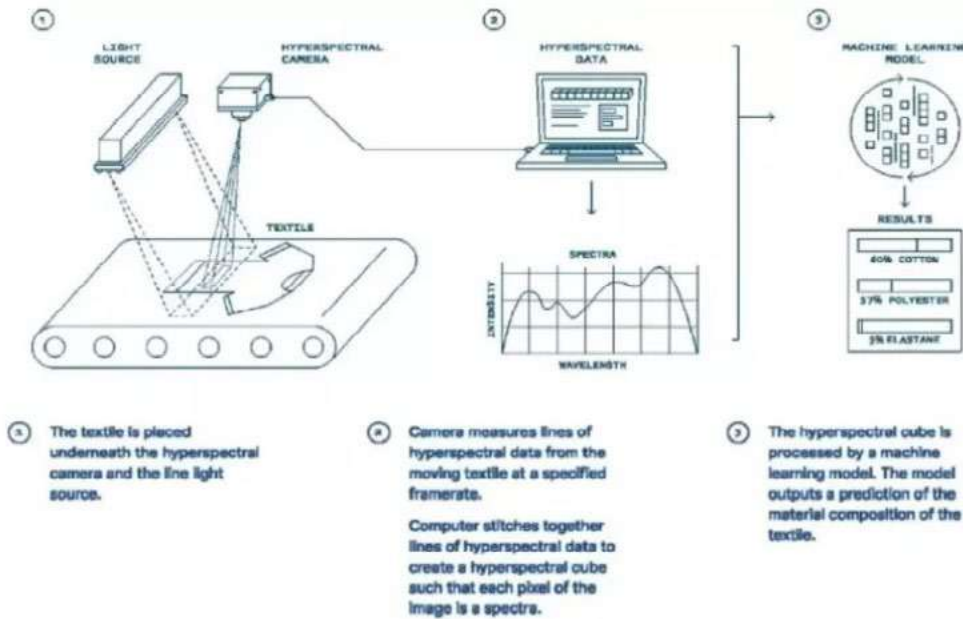
تصویربرداری فرایفی پیشرفته را با هوش مصنوعی لایه بندی می کند تا ترکیب فیبر و وجود آلاینده ها را در زباله های نساجی به طور دقیق تشخیص دهد. این ترکیب منحصر به فرد از فن آوری ها دارای مزیت متمایز نسبت به روش های سنتی است.

همچنین استارت آپ سوئدی Vividye با استفاده از فناوری چاپ با منابع کارآمد، رنگ های منسوجات برگشت پذیر را توسعه می دهد.

این فناوری رنگ آمیزی و رنگ آمیزی چندگانه پارچه های قدیمی را ممکن می سازد. فناوری چاپ این استارت

ترکیب کرده و از آنها بهره مند شوند. از آنجایی که بازیافت کنندگان قادر به پردازش زباله های نساجی طبقه بندی نشده نیستند، کمتر از ۱ درصد از این زباله ها به لباس های جدید بازیافت می شوند و این یک مشکل بازیافت نیست، این یک بحران تفکیک زباله است. فناوری مرتب سازی Refiberd می تواند به ۷۰ درصد از جریان زباله های نساجی به سمت بازیافت های با ارزش منحرف کند، با برهم زدن چرخه فرصت های جدیدی را در سراسر صنعت ایجاد کند.

فناوری Refiberd یک سیستم



سلامت و فعالیت استفاده می‌کنند. همچنین، تولیدکنندگان نساجی از میکروالکترونیک، بیوتکنولوژی و نانومواد برای بهبود اتصال بین اجزا استفاده می‌کنند.

علاوه بر این، استارت‌آپ‌ها روی سنسورهای بادوام کار می‌کنند که چندین بار شستشو را تحمل می‌کنند. به این ترتیب، استارت‌آپ‌ها راه‌حل‌های انعطاف‌پذیر مبتنی بر فناوری ارائه می‌کنند که بدن انسان را تنظیم می‌کند و در برابر خطرات محیطی محافظت می‌کند. استارت‌آپ مجارستانی آلفا فم‌تک، لباس‌های هوشمند قاعدگی را برای کاهش درد قاعدگی تولید می‌کند.

می‌تواند عملکردهای مختلفی را انجام دهد که این نوآوری را از طریق فرآیند اکتشاف کنجکاو محور و مبتنی بر مواد تقویت و سیستم های هیدرولیک و پنوماتیک را در یک آرایش چند لایه می‌توان مهر و موم کرد. تخصص این شرکت در طراحی مدارهای سیال (ساختار داخلی، مواد و فرآیند) و رفتار آنها در هنگام تحت فشار بودن است. ربات‌های نرم برای تغییر کیفیت زندگی افراد از طریق منسوجات تغییر شکل دهنده برای تعامل انسان و ماشین مفید است.

این فناوری مفهوم حرکت هیگروسکوپیک گیاهان را به عاریت گرفته است. محصول به دست آمده انرژی بالقوه را از گام هر کاربر برای تامین انرژی مرحله بعدی برداشت می‌کند. علاوه بر این، لباس پوشیدنی از انرژی برای تولید ماساژ پویا استفاده می‌کند. به این ترتیب، MotorSkins اسکلت‌های بیرونی نرمی تولید می‌کند که به عنوان ماهیچه‌های خارجی عمل می‌کنند تا استقلال افراد در راه رفتن را افزایش دهند.

لباس بدنه هوشمند اختصاصی این استارت آپ ARTEMIS ارتعاشات میکرو را برای تنظیم انتشار گرما به بدن تولید می‌کند. علاوه بر این، لباس بدن به برنامه ای متصل است که شدت تسکین درد را تنظیم می‌کند. این برنامه همچنین داده های شخصی را برای تجزیه و تحلیل بعدی با متخصص زنان جمع آوری می‌کند. به این ترتیب، منسوجات هوشمند Alpha Femtech قاعدگی دردناک را به یک تجربه مثبت تبدیل می‌کند.

۳- تولید پوشاک پیشرفته

تولید پوشاک به منابع زیادی مانند انرژی، آب، مواد و مواد شیمیایی نیاز دارد. در نتیجه، ردپای زیست محیطی

منسوجات واکنش‌پذیر زمینه‌های رباتیک، سیالات و منسوجات را ترکیب می‌کنند و در نتیجه یک فراماده هوشمند ایجاد می‌شود

همچنین استارت‌آپ آلمانی MotoSkins پارچه‌های رباتیک با مایعات جاسازی شده برای بهبود گردش خون در بدن انسان ارائه

قابل توجهی و آلودگی زباله ایجاد می کند. بنابراین، تولید پوشاک پیشرفته فرآیندهایی با انرژی کارآمد و با سرعت بالا را توسعه می دهد. آنها شامل سیستم های مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات، برنامه های کامپیوتری، چاپ دیجیتال سریع و دستگاه های رباتیک می شوند. این برنامه ها اتوماسیون و دقت را در کنترل کیفیت، تولید و مدیریت منابع انسانی ارائه می دهند. در نتیجه، فناوری های نوظهور در تولید نساجی جایگزین شیوه های ناپایدار و ناکارآمد برای برآورده کردن خواسته های جدید مشتریان می شوند.

استارت آپ آمریکایی Coats

Digital مدیریت تولید دیجیتال را از طریق راه حل های مبتنی بر فناوری پیشرفت می دهد. پیاده سازی Big Data Analytics و AI فرآیندهای کلیدی تولید از جمله توسعه طراحی، خرید پارچه و اجرای فروشگاه را خودکار می کند. همچنین نرم افزار VisionPLM مصرف پارچه، ظرفیت مواد اولیه و هزینه های عملیاتی را تخمین می زند.

به این ترتیب، محصولات نرم افزاری استارت آپ مدیریت عملیات حیاتی را ساده تر می کنند و آنها را پایدار و مقرون به صرفه می سازند. همچنین استارت آپ آلمانی Sewts با استفاده از یادگیری ماشین و فناوری بینایی کامپیوتر، رباتیک را به تولید پوشاک

می آورد.

نرم افزار استارت آپ مبتنی بر پردازش تصویر، پردازش مواد و منسوجات به راحتی قابل تغییر شکل را به صورت خودکار انجام می دهد. به عنوان مثال، سیستم Velum با تا کردن خودکار لباس ها، فرآیند شستشو را تسریع می کند. برای دستیابی به آن، الگوریتم های هوش مصنوعی رفتار مواد ناپایدار ابعادی را در زمان واقعی پیش بینی می کنند. در نتیجه، Sewts با فعال کردن رباتیک منسوجات، که از نظر فنی انجام آن دشوار است، تولید پوشاک را تسریع می بخشد.

۴- زنجیره تامین پایدار

برای پاسخگویی به تقاضای فزاینده برای لباس های ارزان قیمت، برندها زنجیره های تأمین را توسعه داده اند که حجم بالایی از لباس های مصنوعی و مبتنی بر نفت و پتروشیمی تولید می کنند. بنابراین، استراتژی های مبتنی بر فناوری، تغییر مد سریع به اقتصاد دایره ای و سیستم های حلقه بسته را تسریع می کنند. استارت آپ ها در حال معرفی شیوه های سازگار با محیط زیست مانند استفاده مجدد و بازیافت هستند.

به عنوان مثال، تولیدکنندگان از منابع انرژی تجدیدپذیر که از گرمای بدن کاربر برداشت می شوند،



به عنوان کانال توزیع لباس های دیجیتال، لباس ها و لوازم جانبی استفاده می کند. خطوط لوله پلت فرم، الگوهای جدید و کتابخانه های پارچه ای را از عناصر خام مرتب نشده ایجاد می کند. علاوه بر این، یک سیستم قیمت گذاری پویا، آنها را با یک سیستم قیمت گذاری پویا به دارایی های دیجیتال تبدیل می کند تا به قیمت گذاری منصفانه دست یابد. با انجام این کار، Digitalax یک پلت فرم مبادله حراج NFT فقط مد دیجیتال ایجاد می کند تا زنجیره تامین web3 را دموکراتیک کند.

۵- سفارشی سازی و شخصی سازی
اخیراً تقاضای قابل توجهی برای لباس های سفارشی شده است

برای دستیابی به این هدف، eRMG ابزارهای دیجیتالی مانند نظارت در زمان واقعی، حضور مجازی برای سفارشات، فرآیندهای ساده مبتنی بر داده و یک استودیوی طراحی دیجیتال را توسعه می دهد.

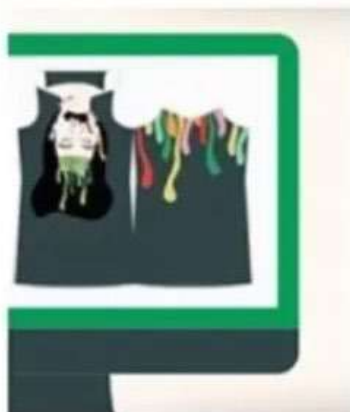
به این ترتیب، راه حل مبتنی بر فناوری، تامین کنندگان را برای ایجاد قابلیت اطمینان و انطباق بین طرفین تأیید می کند. همچنین استارت آپ مستقر در ایالات متحده Digitalax یک پلت فرم زنجیره تامین غیرمتمرکز برای ردیابی و احراز هویت کالاهای مد دیجیتال ایجاد می کند.

پلتفرم مبتنی بر اتریوم از NFT ها

استفاده می کنند. علاوه بر این، فناوری های مبتنی بر بلاک چین باعث ایجاد شفافیت، قابلیت ردیابی و پاسخگویی در مدیریت زنجیره تامین می شوند. در حالی که الگوریتم های هوشمند با تامین کنندگان تأیید شده مطابقت دارند، پیشرفت سفارش را ردیابی می کنند و تولید سرتاسری را مدیریت می کنند.

استارت آپ سنگاپوری eRMG یک پلت فرم زنجیره تامین مد برای برندها، عمده فروشان و خرده فروشان ایجاد می کند. این استارت آپ یک پلت فرم SaaS برای از بین بردن تنگنای تامین پوشاک در دوران پس از همه گیری فراهم می کند.

CREATE YOUR OWN GARMENTS



computer

kit

clothing



که مشتریان بر اساس سلیقه، هدف و مناسبت خود شخصی سازی می‌کنند. نرم‌افزارهای مدرن مشتریان فردی را مستقیماً در مفهوم‌سازی، اندازه‌گذاری و برازش محصول درگیر می‌کنند. بنابراین آنها با تولیدکنندگان مشترک طراحی و ایجاد می‌کنند.

علاوه بر این، شیوه‌های آنلاین سطح بیشتری از رضایت مشتری را از طریق داده‌های مربوط به رفتار، ترجیحات و اندازه‌گیری‌های فیزیکی واقعی ارائه می‌دهند. به این ترتیب، تجزیه و تحلیل داده‌ها به استارت‌آپ‌ها کمک می‌کند تا تجربه کاربر و نرخ تبدیل را بهبود بخشند.

استارت‌آپ کانادایی The Fitting Room لباس‌های شخصی‌سازی شده را از طریق تجربه‌های خرید فراگیر ارائه می‌دهد. مشتریان با استفاده از اسکن‌های سه‌بعدی، یک آواتار واقعی برای امتحان کردن لباس‌ها ایجاد می‌کنند.

علاوه بر این، برنامه موارد انتخاب شده را شخصی می‌کند. مثلاً می‌توان طول لباس را تنظیم کرد، لوازم جانبی اضافه کرد یا قسمت‌هایی از لباس را جدا کرد. در نهایت، فناوری ساخته‌شده لباس‌ها را با پارامترهای بدن تنظیم می‌کند و آن‌ها را مطابق با فیزیک دنیای واقعی تجسم می‌کند. به این ترتیب استارت‌آپ مسائلی مانند تولید بیش از حد و

دستورالعمل‌های از پیش برش‌شده، برجسب‌گذاری شده، به کیت‌های خیاطی DIY تبدیل می‌کند. بنابراین، Novoloom با تشویق مردم به ایجاد لباس‌های خودساخته، به اقدامات غیراخلاقی مد می‌پردازد.

۶- فناوری‌های سه بعدی

در دسترس بودن فن‌آوری‌های سه بعدی باعث افزایش کارایی تولید و طراحی پارچه می‌شود. چاپ سه بعدی امکان آزمایش با ساختارها، اشکال و نمونه‌های اولیه تخیلی را فراهم می‌کند. این فناوری همچنین امکان تولید مواد مختلف از پلیمرهای نرم گرفته تا سرامیک‌های سخت را فراهم می‌کند.

بازدهی ناراضی در صنعت مد را حل می‌کند.

همچنین استارت‌آپ نولووم مستقر در ایالات متحده، خیاطی مجازی سفارشی را با استفاده از اسکن و مدل‌سازی سه بعدی امکان‌پذیر می‌کند. این پلتفرم ابزارهای طراحی آنلاین را برای ایجاد لباس‌هایی متناسب با اندازه‌های بدن ارائه می‌دهد.

ابزار طراحی آنلاین Regalia به کاربران امکان می‌دهد لباس‌ها را در شکل‌ها، شکل‌ها و اندازه‌های مختلف بسازند. علاوه بر این، سیستم Mosaic لباس‌های مجازی را با قطعات پارچه، ابزار و



همچنین با اعمال مواد سبز به اهداف ائتلاف صفر کمک می‌کند. علاوه بر این، نرم افزار طراحی سه بعدی به طور مجازی لباس‌ها را قبل از تولید هر گونه پارچه و زباله تجسم می‌کند. به این ترتیب استارت آپ‌ها نه تنها مشکلات تولید پیش از حد را حل می‌کنند، بلکه سرعت فروش را افزایش می‌دهند و هزینه‌های عملیاتی را به حداقل می‌رسانند.

استارت آپ کانادایی Shapeshift تجهیزات ورزشی و پزشکی را با استفاده از فناوری هوش مصنوعی برای چاپ سه بعدی چاپ می‌کند. این پلت فرم بدن انسان را اسکن می‌کند تا محصولات از پروتز تا کلاه دوچرخه را به طور کامل سفارشی کند. سپس، الگوریتم‌های هوشمند اسکن‌های سه بعدی کاربران را از نظر شکل، عملکرد و تناسب بازسازی می‌کنند. بر اساس آنها، چاپگرهای سه بعدی به سرعت اقلامی را در مقیاس بزرگ تولید می‌کنند. بنابراین، فناوری ۳ بعدی Shapeshift، تولید در مقیاس انبوه پوشیدنی‌های شخصی‌سازی شده را مردمی و محبوب می‌کند.

۷- هوش مصنوعی و تجزیه و تحلیل داده‌ها

پیاده سازی هوش مصنوعی و تجزیه و تحلیل داده‌ها از اتوماسیون مدیریت تا بازرسی محصول متفاوت

است. این فناوری‌ها عیوب بصری را شناسایی کرده و چین و چروک‌های پارچه را اندازه‌گیری می‌کنند.

همچنین، الگوریتم‌های یادگیری ماشین، الگوهای عملیاتی پنهان قبلی را برای بهینه‌سازی فرآیندهای تجاری شناسایی می‌کنند. علاوه بر

این، هوش مصنوعی رفتار مصرف کننده را برای ارائه توصیه‌های بهتر و دریافت بینش در مورد نوسانات بازار ردیابی می‌کند.

به این ترتیب، راه‌حل‌های مبتنی بر داده، گردش کار را بهبود می‌بخشند، مجموعه نیروی کار را کنترل می‌کنند و کیفیت محصول نهایی را افزایش می‌دهند.

استارت‌آپ اسپانیایی SENSTILE با استفاده از حسگرها و الگوریتم‌های هوش مصنوعی، ویژگی‌های نساجی

را دیجیتالی می‌کند. این استارت آپ حسگرهایی می‌سازد که خواص بصری و شیمیایی منسوجات را اسکن می‌کند. سپس الگوریتم‌های هوش مصنوعی آن مکانیک‌های حسی پارچه مانند احساس و لمس را درک می‌کنند.

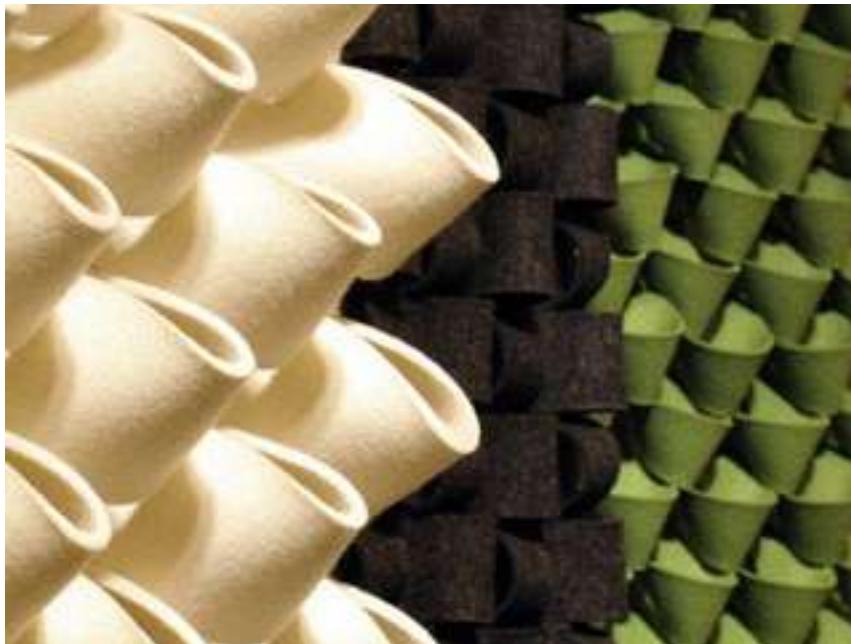
تجمع کننده استارت آپ FabrikHUB داده‌ها را به فایلی با شناسه دیجیتالی مواد ترجمه می‌کند. بر این اساس، SENSTILE در پایگاه‌های اطلاعاتی جستجو می‌کند تا مناسب‌ترین تامین‌کننده‌ها را پیشنهاد کند، بنابراین، در زمان صرفه‌جویی می‌کند و ائتلاف مد را حذف می‌کند. فرآیند دیجیتالی شدن توسط یک حسگر توسعه یافته در داخل انجام می‌شود.

۸- مد همه جانبه

تمرکز بر ارتقای برند، نمونه‌برداری دیجیتال و نمایشگاه‌های مجازی که با فناوری AR/VR توانمند شده‌اند، به‌طور قابل‌توجهی کارایی هزینه و تلاش‌های بازاریابی را بهبود می‌بخشد. استفاده از فناوری‌های فراگیر نیز با جایگزینی اشیاء فیزیکی با دارایی‌های دیجیتال، ضایعات مد را کاهش می‌دهد.

علاوه بر این، استارت‌آپ‌های نساجی، واقعیت افزوده و گیمیفیکیشن آنلاین را برای تبلیغ و نمایش جدیدترین مجموعه‌ها ترکیب می‌کنند. آنها همچنین کاربران را در تجربیات واقعیت مجازی غوطه‌ور می‌کنند تا ویژگی‌های جدید را برجسته کنند و بازخورد ارزشمند کاربران را جمع‌آوری کنند. با این شیوه‌های همه‌جانبه، استارت‌آپ‌ها صنعت مد را به شیوه‌ای خلاقانه و پایدار تغییر می‌دهند.

استارت‌آپ Maze AR مستقر در ایالات متحده، آزمایش مجازی را با استفاده از فناوری واقعیت افزوده و یادگیری عمیق امکان‌پذیر می‌کند. نرم‌افزار virtuFit که در حال ثبت اختراع است به کاربران این امکان را می‌دهد تا با لباس‌ها در زمان واقعی تعامل داشته باشند و به‌طور دقیق آن‌ها را متناسب کنند. این نه تنها به مشتریان کمک می‌کند تا تصمیمات آگاهانه‌تری بگیرند، بلکه



الکترونیک تلاقی کرد تا بینش‌ها را بیابد و شخصی‌سازی بهتر بر اساس کیفیت پارچه ایجاد کند.

استارت‌آپ آلمانی Yoona.ai نرم‌افزار مبتنی بر هوش مصنوعی را برای خودکارسازی فرآیندهای طراحی ارائه می‌دهد. از یادگیری ماشین برای تجزیه و تحلیل داده‌های ورودی مد و تولید طرح‌های دیجیتال استفاده می‌کند. به عنوان داده‌های ورودی، پلتفرم نقاشی‌ها، عکس‌ها و نمونه‌های اولیه کاربران را جمع‌آوری می‌کند. بر این اساس ابزار تحلیلی مجموعه‌های جدید، چاپ، مواد و طرح‌های رنگی را پیشنهاد می‌کند. در نتیجه، yoona.ai گردش کار طراحی را بهینه می‌کند و آن‌ها را در زمان کارآمد، صرفه‌جویی در هزینه و سازگار با محیط زیست می‌سازد.

فناوری در حال حاضر درخواست ثبت اختراع است و برای محافظت از "دانش" خود، حداقل اطلاعات مورد نیاز برای درک اصول اولیه راه حل را افشا می‌کند. دیجیتالی شدن نساجی چند ثانیه طول می‌کشد و یک حسگر تمام داده‌ها را به ابر داده می‌فرستد تا با الگوریتم‌های هوش مصنوعی ویژه‌ای برای ایجاد اثر انگشت دیجیتال نساجی پردازش شود.

به محض ایجاد اثر انگشت منسوجات، می‌توان آن‌ها را در FabrikHUB یا هر نرم‌افزار دیگری با ادغام موتور جستجوی با گزینه‌های مختلف فیلتر دستکاری کرد. اثر انگشت دیجیتال نساجی را می‌توان با داده‌های دیگر از بخش‌های خارجی مانند بازاریابی یا تجارت

در دسترس تر و مقرون به صرفه تر خواهند بود. به عنوان مثال، منسوجات ۴ بعدی در طول زمان در معرض گرما، نور یا رطوبت، شکل و عملکرد خود را تغییر می دهند. با این حال، اقدامات مبتنی بر فناوری همیشه برای مبارزه با چالش های زیست محیطی کافی نیست. برای غلبه بر این موضوع، استارت آپ های آینده از هوش مصنوعی، AR/VR و گیمیفیکیشن برای ترویج مواد سبز و تغییر الگوهای رفتاری استفاده خواهند کرد.

علاوه بر این، مجموعه های دیجیتال شامل طرح های خیالی است که فراتر از مفاهیم مد موجود است. به این ترتیب، مد AR استراتژی های خلاقانه ای را برای تعامل با مصرف کنندگان به ارمغان می آورد و آن را فراگیر، متنوع و پایدار می کند.

صنعت نساجی در حال پذیرش دیجیتالی شدن، پیشرفت در علم مواد و مهندسی ساخت است. این روندها با استفاده از شیوه های پایدار و اخلاقی به طور موثر لباس تولید می کنند. در آینده، منسوجات تولید شده در تعامل با محیط زیست حتی

تعداد اقلام برگشتی را نیز کاهش می دهد.

به این ترتیب، Maze AR تجربه خرید را افزایش می دهد، رضایت مشتری را تسهیل می کند و تاثیرات زیست محیطی مثبتی را به همراه دارد. همچنین استارت آپ ایتالیایی آردروب یک پلت فرم مد دیجیتال AR برای استفاده در فضاهای مجازی می سازد. فیلم ها و تصاویر در شبکه های اجتماعی فناوری AR لباس را شبیه سازی می کند و جریان طبیعی پارچه متحرک را تکرار می کند تا جلوه پارچه ای شبیه به زندگی ایجاد کند.



تکنولوژی تازه اپل: ابداع منسوجات لمسی هوشمند

ترجمه: محبوبه قایدی



شرکت اپل ثبت اختراع دیگری را برای منسوجات هوشمند حساس به لمس به ثبت رسانده است، با این حال شرکت های تولید کننده پوشاک همچنان نسبت به پتانسیل تجاری آن ها تردید دارند.

غول فن آوری آمریکایی، اپل ثبت اختراعی برای یک پارچه هوشمند حساس به لمس حاوی نخ های رسانا ثبت کرد که "برای تشخیص وقوع لمس، محل لمس و / یا نیروی لمس پیکربندی شده است".

به گفته آن ها نخ های رسانا می توانند از انواع نخ ها از جمله نخ مسی، نخ نقره یا الیاف طبیعی یا مصنوعی غیر رسانا ساخته شوند. این ثبت اختراع تصویری از مردی را نشان می دهد که از پیراهن خود برای راه اندازی یک دستگاه الکترونیکی استفاده می کند.

این اولین سرمایه گذاری اپل در زمینه منسوجات آینده نگرانه نیست. در سال ۲۰۲۲، این شرکت ثبت اختراعی را برای "دستگاه کنترل پارچه" به ثبت رساند که امکان تعبیه فن آوری و سنسورها در پارچه را فراهم می کند و پیش از این حق ثبت اختراعی برای بندها و دکمه های بافته شده هوشمند اپل واچ به ثبت رسیده بود.

علاقه همیشگی این شرکت به پارچه های هوشمند نشان می دهد که در حال بررسی اضافه کردن کنترل ها به طیف گسترده ای از اقلام مصرفی از جمله لباس است.





ویژگی های لباس فرم مدرسه کودکان

در هر سنی و در هر تیپ بدنی موجود است. اطمینان از تناسب مناسب برای راحتی کودکان و زیبایی ظاهری بسیار مهم است.

• طراحی های گوناگون

در حالی که عناصر اصلی پارچه ها و طراحی یکنواخت و استاندارد هستند، اما مدارس ممکن است از طریق لوازم جانبی و تزئیناتی مانند جیب، کمربند، روسری، مقنعه یا سنجاق، ویژگی های منحصر به فردی را برای فرم خود ایجاد کنند. این اضافات اغلب به عنوان وسیله ای برای ایجاد تنوع و انگیزه برای پوشیدن فرم توسط کودکان عمل می کنند.

• رنگ ها و طرح ها

یکی از جنبه های قابل توجه در لباس فرم مدارس، رنگ و طرح آن است. مدارس اغلب رنگ ها یا الگوهای خاصی را برای نشان دادن هویت خود و ایجاد حس وحدت در بین دانش آموزان انتخاب می کنند. این انتخاب های رنگی می تواند از رنگ های سرمه ای و قهوه ای تا رنگ های سبز ارتشی و ... نیز باشد که هر مدرسه بر اساس ویژگی ها و ارزش های خود به انتخاب رنگ مورد نظر خود می پردازد.

• اندازه و تناسب

لباس فرم مدرسه در اندازه های مختلف برای استفاده کودکان

در دنیای آموزش، لباس فرم مدارس سالهاست موضوع بحث خانواده تا مدرسه است. از ویژگی های فیزیکی آن ها گرفته تا انواع پارچه های مورد استفاده، موارد زیادی باید در طراحی و دوخت این نوع لباس ها در نظر گرفته شود. در این مقاله، ویژگی های لباس های فرم مدرسه کودکان را بررسی می کنیم، ویژگی های فیزیکی آن ها، انواع پارچه های مختلف به کار رفته، و مزایا و معایب آن ها را در عرصه مدرسه مورد بحث قرار می دهیم.



انواع پارچه مصرفی در لباس فرم مدرسه

• پنبه

پنبه یک انتخاب رایج پارچه برای لباس فرم مدارس است. راحت و قابل تنفس است همچنین نگهداری آن نیز آسان است.

• پلی استر

پلی استر پارچه ای است که دوام و مقاومت آن در برابر چین و چروک بسیار زیاد است و آن را به گزینه ای کاربردی برای لباس های فرم مدرسه تبدیل می کند چراکه کودکان به سبب جنب و جوشی که دارند باید لباس فرمی داشته باشند که به آسانی خط و چروک نیفتد.

• ترکیب پذیری با دیگر پارچه ها

برخی از یونیفرم های مدرسه از ترکیب پارچه هایی استفاده می کنند که ترکیبی از نقاط قوت مواد مختلف است پارچه ها است و پایداری لباس فرم را افزایش میدهد.

مزایای لباس فرم مدرسه

• ترویج برابری

یونیفرم مدرسه با از بین بردن نابرابری های اقتصادی مشهود به یکسان شدن زمین بازی کمک می کند. تصور کنید که این برابری به عزت نفس و تعاملات

اجتماعی دانش آموزان چه کمک شایانی می کند. و مراقبت بیشتر کودکان توسط کادر مدرسه میشود.

• تقویت نظم و انضباط

لباس فرم باعث ایجاد حس نظم و مسئولیت پذیری در دانش آموزان می شود و اتحاد و یکپارچی آن ها را افزایش میدهد. بیاموزید که چگونه رعایت یک نوع مشخص لباس می تواند بر رفتار و عملکرد تحصیلی و احساس راحتی دانش آموزان تأثیر مثبت بگذارد.

• افزایش ایمنی

یونیفرم مدرسه با آسان تر کردن شناسایی افرادی که به آن تعلق ندارند، امنیت مدارس را افزایش می دهد. همچنین سبب توجه

• ساده کردن روال لباس پوشیدن

برای والدین و دانش آموزان به طور یکسان، لباس فرم روال صبحگاهی را ساده می کند. زیرا این سادگی می تواند استرس والد و کودک را کاهش دهد و یک محیط یادگیری مساعد ایجاد کند. همچنین سبب صرفه جویی در تایم میشود زیرا والدین و کودکان زمان خود را صرف انتخاب لباس و ست کردن آن ها با یکدیگر نمیکنند و به راحتی و در کمترین زمان ممکن لباس فرم را استفاده می کنند.



معایب لباس فرم مدرسه

• محدود کردن ابراز وجود

در حالی که یونیفرم‌ها برابری بین کودکان را ترویج می‌کنند، برخی استدلال می‌کنند که خلاقیت و بیان را در کودکان خفه می‌کنند. زیرا حق انتخاب و استقلال شخصی را از آن‌ها می‌گیرد و سبب از بین رفتن ذوق و خلاقیت شخصی آن‌ها می‌شود.

• نگرانی‌های هزینه

هزینه خرید لباس فرم می‌تواند برای برخی خانواده‌ها سنگین باشد و ممکن است آن‌ها ترجیح بدهند کودکانشان از لباس‌هایی که خودشان از قبل دارند استفاده کنند و هزینه مجدد برای تهیه یونیفرم پرداخت نکنند.

• مقاومت کودکان

مقاومت دانش‌آموزان در هنگام پوشیدن لباس فرم می‌تواند مبحثی چالش برانگیز برای والدین باشد. چراکه دانش‌آموزان ممکن است ترجیح دهند لباس‌های خودشان را بپوشند و یونیفرم اولویت آن‌ها نباشد.

نتیجه‌گیری

در حوزه آموزش، لباس فرم مدرسه کودکان نقشی چندوجهی دارد. آنها نه تنها ویژگی‌های فیزیکی متمایز و انواع پارچه را نشان می‌دهند، بلکه طیف وسیعی از مزایا و معایب را نیز به همراه دارند. در نهایت، تصمیم برای پیاده‌سازی لباس فرم مدارس به نیازها و ارزش‌های منحصر به فرد هر مؤسسه آموزشی بستگی دارد.



see you at

HIGHTEX 2024

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



4-8

JUNE / HAZİRAN 2024

www.hightexexhibition.com

görüsmek üzere



RANGDANEH
SIRJAN Co.

Textile

Bags, Sacks, Jumbo Bag PP, Carpet,

Fibers & Filament Yarns

PET Staple Fibers:

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

PP Staple Fibers:

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

PA Staple Fibers:

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

PVA Staple Fibers:

- One- Step electrospinning

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

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

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

Non-woven

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

Head office:

RANGDANEH SIRJAN Co.

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

Factory office:

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

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

E-mail: info@rangdaneh.com

RANGDANEH
SIRJAN Co.



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





پر بازدیدترین وب سایت نساجی ایران

کهن

دانلود رایگان

WWW.KOHANJOURNAL.COM