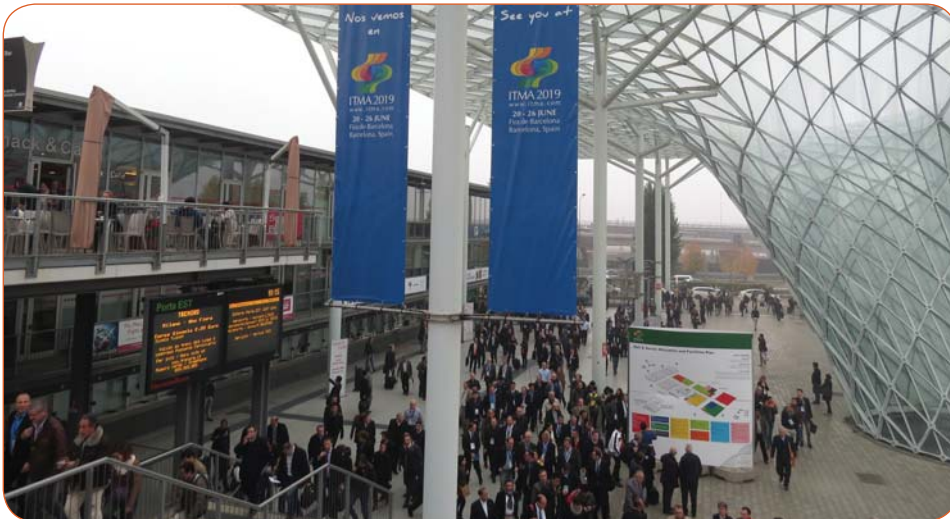


گزارشی از المپیک ماشین آلات نساجی ITMA 2015 Milan



۹ کشور از جمله بلژیک، اسپانیا، ایتالیا، فرانسه، آلمان، هلند، سوئد، سوییس، انگلستان و هلند می‌باشد که در خصوص برنامه‌ریزی برای برگزاری این نمایشگاه، روندهای آن، محل برگزاری آن تصمیم گیری می‌کنند. ایتما مهمترین رویداد جهانی در صنعت نساجی و پوشاک است که دوره گذشته آن در سال ۲۰۱۱ در شهر بارسلون برگزار شده بود و با مساحتی در حدود ۲۰۰ هزار مربع میزبان بیش از ۱۳۵۵ شرکت صنعتی و تولیدی از ۴۵ کشور جهان بود و بالغ بر یکصد هزار بازدیدکننده از آن دیدار کرده بودند. ادامه در صفحه ۳

نمایشگاه بین‌المللی ایتما به عنوان بزرگ‌ترین و مهمترین مرجع نمایشگاهی جهان در صنعت نساجی، پوشاک و صنایع وابسته، هر ۴ سال یک بار در یکی از شهرهای صنعتی اروپا برگزار می‌شود. این نمایشگاه که اولین بار در سال ۱۹۵۱ برپا شد هفدهمین دوره خود را در نوامبر ۲۰۱۵ میلادی و مصادف با دهه آخر آبان ماه سال ۹۴ در شهر میلان تجربه کرد. برگزارکننده نمایشگاه ایتما کمیته اروپایی تولیدکنندگان ماشین‌آلات نساجی CEMATEX است که اعضای این کمیته مرکب از انجمن‌های نساجی دنیا از

رئیس انجمن صنایع نساجی خراسان رضوی: صنعت نساجی با کمتر از ۳۰ درصد توان، نفس می‌کشد

پیشینه خراسان در صنعت نساجی به چند صد سال گذشته بر می‌گردد. استان از گذشته‌های دور با فعالیت در حوزه‌هایی مانند رنگرزی، پنبه پاک‌کنی، ریسندگی، بافندگی، تولید پارچه، فرش، انواع منسوجات و پوشاک و وجود شمار قابل توجهی از واحدهای تولیدی در این شاخه‌ها به عنوان یکی از قطب‌های فعال کشور مطرح بوده و هست. اهمیت وجود این صنعت تا آنجاست که به دلیل ضریب اشتغالزایی بالا از آن به عنوان دومین صنعت اشتغالزای کشور یاد می‌شود، بنابراین هرگونه تغییرات در افزایش یا کاهش تعداد واحدهای فعال در این حوزه به طور مستقیم جمعیت شاغل در این حوزه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. با این همه سایه مشکلات اقتصادی حاکم بر واحدهای گوناگون تولیدی، بخش صنعت نساجی را نیز در امان قرار نداده است، به طوری که سال‌هاست به دلیل معضلاتی نظیر واردات بی‌رویه بخصوص پوشاک، نفس واحدهای این صنعت به شماره افتاده و البته این در حالی است که تولیدات نساجی در سطح تأمین کننده ۷۰ تا ۷۵ درصد نیاز کشور است.

ظرفیت اشتغال ۱۰ هزار نفری در صنعت نساجی استان

رئیس انجمن صنایع نساجی خراسان رضوی اظهار داشت: خراسان رضوی با ۴۵۰ واحد تولیدی و ظرفیت بیش از ۱۰ هزار نفر اشتغال در حوزه نساجی، یکی از بیشترین مراکز تولید و فروش منسوجات در کشور محسوب می‌شود. ابراهیم دهقان در گفت و گو با خبرنگار ما سهم استان از مجموع صنعت نساجی کشور را ۲۰ درصد اعلام کرد و گفت: استان در حوزه‌هایی مانند فرش و پوشاک علاوه بر تأمین نیاز داخل، صادرات به کشورهای اروپایی، آمریکای لاتین و آسیای میانه نیز دارد. وی درباره وضعیت فعلی این صنعت در استان تصریح کرد: مشکلات موجود در این صنعت جدای از بحرانی که دیگر صنایع کشور با آن مواجه‌اند، نیست و اگر طی چند سال اخیر وضعیت حادثر شده دلیل و ریشه آن را باید در دهه‌های گذشته جست و جو کرد که اکنون نمایان شده است.

تولید با ظرفیتی کمتر از ۳۰ درصد

وی درباره تعداد بنگاه تولیدی فعال در صنعت نساجی گفت: از ۴۵۰ واحد، حدود ۲۰۰ بنگاه و واحد تولیدی تقریباً تعطیل یا به صورت نیمه تعطیل درآمده است، ضمن اینکه واحدهای فعال نیز با ظرفیت بین ۳۰ تا ۷۰ درصد ظرفیت اسمی مشغول به کارند.

بیکاری ۵۰ درصدی!

وی با بیان اینکه ۵۰ درصد نیروی کار صنعت نساجی استان طی هفت تا هشت سال اخیر بیکار شده‌اند، گفت: واحدهای فعال در صنعت نساجی با مشکلات عدیده‌ای بویژه قاچاق کالا و پوشاک و تجارت چمدانی مواجه‌اند.

وی از مالیات، فرسودگی ماشین‌آلات، فناوری پایین و نبود حمایت واقعی دولت‌ها به عنوان مشکلات دیگر واحدهای حوزه نساجی یاد کرد و افزود: نرخ بالای بهره‌های تسهیلات بانکی از چالش‌های دیگر است، در حالی که ادامه در صفحه ۳

تنها ۹ میلیون دلار از یک میلیارد دلار پوشاک چینی به مقصد ایران رسمی وارد می‌شود



به گزارش خبرنگار اقتصادی خبرگزاری فارس، یک مقام آگاه گفت: در سال ۲۰۱۴ در بخش پوشاک یک میلیارد دلار صادرات پوشاک چین به ایران ثبت شده بود در حالی که در همان سال بین ۸ تا ۹ میلیون دلار پوشاک به صورت رسمی از چین وارد شده بود و عمده پوشاک به ایران به صورت قاچاق واردات می‌شود. وی افزود: واردات غیر رسمی پوشاک علاوه بر اینکه به تولید و اشتغال داخلی لطمه می‌زند، باعث نفوذ فرهنگی و از بین بردن فرهنگ داخلی در بخش پوشاک می‌شود.

براساس گفته خسرو تاج رئیس سازمان توسعه تجارت، قاچاق پوشاک در بخش فرصت‌های شغلی ۲۸۸ هزار و در بخش صنفی ۲۵۰ هزار شغل را از بین می‌برد، یعنی سالانه ۵۲۰ هزار شغل به خاطر واردات قاچاقی پوشاک از بین می‌رود.

همچنین مقام آگاه گفت: بسیاری از تولیدکنندگان پوشاک و نساجی به خاطر تعطیلی کارگاه تبدیل به پیک موتوری شده و بخشی از آنها در تصادفات از بین رفته‌اند.

وی گفت: برای مبارزه با قاچاق، یک پیوست فرهنگی تهیه می‌شود که در آن وظایف رسانه‌ها نیز مشخص خواهد شد.

وی افزود: واردات پوشاک دست دوم خارجی هم معضل مهمی است که به گفته کارشناسان با هیچ موادی

امکان گندزدایی این البسه دست دوم وجود ندارد، اما برخی بازارهای مرزی محل فروش لباس دست دوم خارجی است.

به گزارش فارس، علت اینکه پوشاک خارجی به صورت ارزان وارد کشور می‌شود این است که در کشورهای دیگر مانند چین قیمت ابتدای فصل و انتهای فصل بسیار متفاوت است و وارد کنندگان پوشاک در زمان ارزانی پوشاک آن را خریداری کرده و به صورت قاچاق وارد ایران می‌کنند و چون در ایران فرهنگ مدپوشی و برندپوشی ادامه در صفحه ۲

آغاز به کار کمپین اطلاع رسانی فرش ایران در اروپا



ایجاد کمپین تبلیغاتی در اروپا همزمان با برگزاری نمایشگاه فرش و کفپوش با عنوان دموتکس هانوفر در ژانویه سال ۲۰۱۶ با هدف معرفی فرش دستباف ایرانی به نسل جدید اروپا از جمله جدیدترین اقداماتی است که وزارت صنعت، معدن و تجارت در کنار اعطای تسهیلات جدید برای خرید و فروش فرش دستباف در جهان آغاز کرده است.

به گفته حمید کارگر، رییس مرکز ملی فرش ایران، این پروژه در حالی از سوی متولیان وزارت صنعت، معدن و تجارت کلید می‌خورد که تاکنون جز تعداد اندکی پروژه تبلیغاتی در اروپا که به شکل پراکنده انجام شده حرکتی منساز و اصولی برای معرفی فرش ایرانی در جهان انجام نشده است. بدون شک پروژه تبلیغ فرش دستباف ایران در بازارهای اروپایی اثرات مثبت و پرفایده‌ای برای معرفی فرش ایرانی به نسل جدید اروپا که آشنایی اندکی با ویژگی‌های منحصر به فرد فرش ایرانی دارند، خواهد داشت؛ به ویژه اکنون که ما با ظهور رقیبان سرسخت و پرکنشی مانند نپال، چین، پاکستان، هند و افغانستان مواجه هستیم. به طور قطع لزوم آشنایی خریدار اروپایی با ویژگی‌های فرش ایرانی و رضایت مشتری برای پرداخت بهای بیشتر جهت خریداری فرش با نشان (برند) ایرانی یک ضرورت انکارناپذیر به شمار می‌آید. از این رو به درخواست و اصرار اتحادیه صادرکنندگان فرش و به دلیل دغدغه‌هایی که صادرکنندگان فرش کشورمان با آن مواجه هستند، سفری به بندر هامبورگ که در زمره قدیمی‌ترین بندر دپوی فرش ایران و صادرات فرش کشورمان به شمار می‌رود داشتیم تا کمپین تبلیغاتی جدیدی را پایه گذاری کنیم. امری که با موافقت و خرسندی وزیر صنعت، معدن و تجارت همراه شد و بنا شد تا در این سفر با تعدادی از معروف‌ترین آژانس‌های تبلیغاتی اروپا در کمترین زمان و مبلغ برای این امر وارد شور شویم. در نهایت قرار بر این شد تا از ۲۴ دی سال جاری همزمان با آغاز نمایشگاه دموتکس تبلیغات این آژانس‌ها برای فرش ایرانی نیز آغاز شود. علاوه بر این اکنون که در آستانه لغو تحریم امریکایی‌ها از کالاهای ایرانی قرار داریم این موضوع فرصت خوبی است تا در نمایشگاه دموتکس هانوفر با برگزاری میزگردهایی با حضور تاجران امریکایی، اروپایی و ایرانی در زمینه صادرات فرش به گفت و گو بنشینیم.

همچنین تصمیم گرفتیم با مذاکره و گنجاندن آیتم‌های مختلف برای معرفی فرش در مجلات مد، مطبوعات مکتوب و غیرمکتوب و سریال‌های خارجی برای طبقات و گروه‌های سنی مختلف در اروپا نیز وارد عمل شویم. در حال حاضر براساس آخرین آمارهای ارائه شده از گمرک ایران میزان صادرات فرش دستباف در ۶ ماه نخست سال جاری ۱۱۳ میلیون دلار با وزن بیش از ۲ هزار و ۱۰۰ تن گزارش شده که امیدواریم با اجرای تبلیغاتی که مدنظر داریم در ۶ ماه دوم سال جاری این رقم افزایش یابد.

عضو هیات نمایندگان اتاق تهران:

شهرک‌های پوشاک برای اشتغال زنان در استان‌های مختلف راه اندازی می‌شود



سهیلا جلودار زاده از فعالان حوزه کار در کشور، عضو هیات نمایندگان اتاق تهران و مشاور وزیر صنعت، معدن و تجارت در امور بانوان است، با او درباره فعالیت‌های این وزارتخانه برای اشتغال زنان و برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته گفت و گو کرده‌ایم: هفته گذشته شما در مورد راه‌اندازی شهرک نساجی برای کارآفرینی زنان صحبت کردید، نقش بخش خصوصی در این زمینه چیست؟ قرار است این شهرک توسط وزارت کار ایجاد شود یا بخش خصوصی؟

ما در تدارک شهرک‌های پوشاک در استان‌های مختلف کشور هستیم. بخش خصوصی در بعضی استان‌ها این کار را پیگیری می‌کند. به عنوان مثال، در استان تهران بخش خصوصی با کمک اداره نساجی پیگیری کار است و در اصفهان، بخش خصوصی درگیر شده است، ما فکر می‌کنیم این اقدام راهکار خوبی برای توسعه صنعت پوشاک کشور، جلوگیری از ورود کالای قاچاق و اشتغال زایی برای زنان باشد.

یعنی این شهرک‌ها منحصر برای زنان ایجاد می‌شود و تمام کارگران زن هستند یا مردان نیز حضور دارند؟

البته اختصاصی زنان نیست، اما با توجه به اینکه همیشه در صنعت پوشاک و دوخت دوز، زنان حضور فعالی داشته، علاقمندی و دقت بیشتری دارند، بیشترین اشتغال این شهرک‌ها برای زنان ایجاد خواهد شد.

چرا در زمینه‌های دیگری به فکر راه اندازی شهرک‌های صنعتی و اشتغال زنان نیستید؟

اتفاقاً این موضوع فقط در حوزه پوشاک و نساجی نیست بلکه ما ۷ حوزه را برای توسعه به منظور کارآفرینی به وسیله زنان و اشتغال زنان، مناسب تشخیص داده‌ایم که روی آن‌ها داریم کار می‌کنیم و شهرک‌های پوشاک و نساجی تنها یکی از فعالیت‌های ماست.

به جز پوشاک در چه زمینه‌های دیگری قرار است فعالیت کنید؟

زیورآلات و تراش سنگ‌های قیمتی و نیمه‌قیمتی به صورت خوشه‌های صنعتی که در شهرک‌های صنعتی شکل می‌گیرد، پیش بینی شده. تجارت و بازرگانی و مشارکت زنان در اصناف توزیعی موارد دیگری است؛ تا به حال، درصد بسیار کمی از این

مجوزهای صنفی به زنان واگذار شده است ولی ما به دنبال دریافت سهمیه در این مجوزها برای زنان هستیم. توجه داشته باشید خیلی از خریداران، خانم‌ها هستند و می‌بینیم که به عنوان فروشنده نیز از خانم‌ها استفاده می‌شود. خوب در این شرایط اگر این مجوزها به زنان داده شود شاهد تحول خواهیم بود البته باید وام‌ها و تسهیلات ارزان قیمت در اختیار آنها گذاشته شود تا بتوانند کار را شروع کنند.

علاوه بر این‌ها در زمینه تجارت الکترونیک هم فارغ‌التحصیلان زن زیادی داریم که می‌توانند در این حوزه فعال شوند همچنین به دنبال ترویج و توسعه آموزش ارزان قیمت این رشته‌ها به کمک سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای و وزارت کار به زنان هستیم.

آیا برای ایجاد این پروژه‌ها مانند شهرک‌های پوشاک به دنبال جذب سرمایه گذار خارجی هم هستید؟

با آمد و رفت‌های شرکت‌های خارجی به دنبال این هستیم که در بخش پوشاک سرمایه گذار خارجی را جذب کنیم. چون مزیت دارد؛ می‌تواند سرمایه‌های بزرگ به همراه دانش فنی به این بخش بیاورد. مثلاً برای تولید مد و لباس، می‌توانیم یک مرکز مد و لباس اسلامی در کشور باشیم که حتی مد و پوشاک دوخته شده را به دنیا صادر کنیم. البته در این راه موانع ناخواسته فرهنگی داریم که این موانع باید برداشته شود ولی اعتقاد ما این است که ایران می‌تواند به کشور تولید کننده مد و لباس اسلامی تبدیل شود.

ادامه از صفحه ۱

تنها ۹ میلیون دلار از یک میلیارد دلار پوشاک چینی به مقصد ایران رسمی وارد می‌شود

نیست، بنابراین کالای بسیار ارزان تهیه شده را به نام خارجی و با قیمت بالا به فروش می‌رسانند. این مقام آگاه گفت: واردات پوشاک از گروه ۱۰ کالایی به گروه ۹ انتقال پیدا کرد و تعرفه رسمی واردات از ۱۵۰ درصد به ۷۵ درصد کاهش پیدا کرد و در بخش تعرفه ترجیحی با ترکیه گرچه نرخ رسمی تعرفه به ۴۰ درصد رسیده اما انتقال واردات پوشاک از کانال قاچاق به کانال رسمی با این حال افزایش پیدا نکرده و از کل پوشاک خارجی در کشور کمتر از ۵ درصد به صورت رسمی و بقیه به صورت قاچاقی وارد می‌شود. وی افزود: یکی از مشکلات در بخش پوشاک، بحث تقلب برندهای خارجی است، به گونه‌ای که بسیاری از پوشاک‌ها که به نام برند خارجی در داخل کشور عرضه می‌شود، در واقع پوشاک تولید داخلی است که به خاطر ضعف فرهنگی مارک‌های خارجی بر پوشاک داخلی نصب می‌شود.

وی افزود: از ۲۰۰ فروشگاه‌ها که ادعا می‌کردند نماینده برند خارجی هستند در بررسی انجام شده تنها ۵۵ شرکت قراردادی با شرکت‌های خارجی پوشاک داشتند که عمده آنها در تهران هستند اما بر تابلوهای مغازه و شرکت خود عنوان نماینده نوشته‌اند، اب معدنی و همه چیز فروخته می‌شود.

رسمی برند خارجی درج شده بود که این ۵۵ واحد ثبت اولیه شده و قرار شد مراحل ثبت رسمی آنها انجام شود و بقیه واحدها با دریافت تذکر و یا معرفی به تعزیرات در قالب ماده ۲۷ با آنها برخورد می‌شود. وی گفت: از ۱۱ میلیارد دلار تجارت پوشاک که هرساله انجام می‌شود ۵۰ درصد مواد اولیه و بقیه ارزش مد و طراحی پوشاک است. وی گفت: برخی از فروشگاه‌های خیابان آفریقا به نام برندهای خارجی شاید یک مورد با برگ سبز گمرکی واردات پوشاک خارجی انجام داده اند، اما به وسیله چمدان‌های مسافری پوشاک خارجی در آنها عرضه و با قیمت‌های بالا به فروش می‌رسد.

وی افزود: ما دنبال شفاف سازی گردش پوشاک و کالاهای نساجی هستیم و از مرحله تولید، واردات حمل و نقل، انبار، فروش و توزیع باید شفاف شود. این مقام آگاه افزود: متأسفانه بسیاری از کارگاه‌های تولید پوشاک تعطیل شده و تبدیل به انبار کالای قاچاق و پوشاک قاچاقی شده اند. وی افزود: در تهران ۱۲۰۰ دکه وجود دارند که مجوز آنها توزیع مطبوعات بوده، اما در آنها همه چیز از سیگار تا سفته، آدامس، پفک، نوشابه، اب معدنی و همه چیز فروخته می‌شود.

صنعت نساجی با کمتر از ۳۰ درصد توان، نفس می کشد

سود آوری در صنعت نساجی هیچ گاه بیش از ۲۰ درصد نبوده است، اما نرخ اعطای وام‌های بانکی با هزینه‌های جانبی آن در حال حاضر بیش از ۳۰ درصد است.

دهقان با بیان اینکه برخی تولیدات نساجی مانند پارچه، کالای واسطه‌ای است، گفت: با این حال باید برای آن و دیگر بخش‌ها مانند حوزه نخ و رنگرزی مالیات بر ارزش افزوده ۱۰ درصدی را پرداخت کرد.

کاری از دست مسوولان بر نمی آید

رئیس انجمن صنایع نساجی خراسان رضوی درباره عملکرد مسوولان استان در کمک به حل این مشکلات اذعان داشت: در بسیاری از موارد کاری از دست مسوولان استان ساخته نیست، چراکه مشکلات مربوط به شرایط اقتصادی کلان کشور است و در این خصوص جای تعارف نیست. دهقان ادامه داد: در واقع بانک‌ها، مجلس و دولت باید در کنار هم پای کار باشند و برای مشکلاتی مانند نرخ بالای مالیات و مشکلات دیگر چاره اندیشی شود.

لزوم کاهش نرخ بیمه تأمین اجتماعی از ۳۰ به ۱۵

وی یکی دیگر از چالش‌های تولید را نرخ بالای بیمه تأمین اجتماعی دانست و گفت: در حال حاضر نرخ بیمه ۳۰ درصد است که هفت درصد آن سهم کارگر و ۲۳ درصد را باید کارفرما بپردازد و از این حیث ایران جزو کشورهای پیشرو در حوزه سهم بالای کارفرما در پرداخت حق بیمه است، در حالی که باید با هدف کمک به کارگر، کارفرما و تولید، این نرخ از ۳۰ به ۱۵ درصد کاهش یابد تا هم سهم کارگر و هم سهم کارفرما کاهش یابد. وی با اشاره به اینکه تأمین اجتماعی با سرمایه کارگرو کارآفرین ایجاد شده است، گفت: اما این پرسش مطرح است که نقش این دو در سرنوشت تأمین اجتماعی و مدیریت آن چیست؟ آیا با هزینه سنگینی که پرداخت می‌کنند، در ریخت و پاش‌های چهار تا پنج سال اخیر این سازمان نقش داشته و رضایت دارند؟

وی ادامه داد: در حالی بیمه تأمین اجتماعی انحصاری و اجباری است که در حال حاضر شرکت‌های بیمه‌های دیگری هستند که حاضرند با ۵۰ درصد کمتر از نرخ فعلی حق بیمه، همان خدمات بیمه‌ای تأمین اجتماعی را به افراد تحت پوشش ارائه دهند. این فعال حوزه صنعت نساجی از نقدینگی و تأمین سرمایه در گردش برای به روز رسانی ماشین‌آلات و تجهیزات به عنوان یکی دیگر از نیازها و مشکلات یاد کرد و گفت:

نرخ انرژی در صنعت نساجی بسیار بالاست و همین مسأله در افزایش قیمت تمام شده محصول مؤثر است. ضمن اینکه نرخ بهره وری پایین در این صنعت مربوط به ماشین‌آلات و نیروی انسانی است.

ادامه وضعیت فعلی ۲ تا ۳ سال

رئیس انجمن صنایع نساجی خراسان رضوی درباره پیش‌بینی آینده این صنعت تصریح کرد: حداقل برای دو تا سه سال آینده نمی‌توان آینده خاصی را به لحاظ رونق و گشایش برای این صنعت پیش‌بینی کرد و به نظر می‌رسد اتفاق خاصی نخواهد افتاد. توضیح بیشتر اینکه سال هاست این صنعت آسیب دیده و فقط می‌توان انتظار داشت طی این یکی دو سال این آسیب‌ها بیشتر نشود. وی اضافه کرد: با این حال باید از فرصت پس از رفع تحریم‌ها و ورود سرمایه‌گذار خارجی برای بهبود شرایط استفاده کرد.

بیم نساجی از تجارت چمدانی

وی در این خصوص که آیا صنعت نساجی با رفع تحریم‌ها با دغدغه واردات بیشتر مواجه خواهد بود، گفت: صنعت نساجی از واردات قانونی بیم ندارد، بلکه آنچه موجب آزار است، واردات غیر قانونی، قاچاق و تجارت چمدانی است، بویژه اینکه حجم تجارت چمدانی بسیار زیاد است.

وی خاطرنشان کرد: همچنین نرخ ارز یکی از موارد آسیب‌رسان به این صنعت است، در حالی که افزایش نرخ ارز می‌تواند به صادرات و تولید کمک کند، با این همه در مجموع با سیاست تثبیت نرخ واقعی ارز موافقیم.

سهم کمتر از یک درصدی ایران از بازار بین‌المللی منسوجات

وی درباره چرایی رقابت نکردن منسوجاتی مانند پوشاک با نوع مشابه چینی که با وجود پرداخت هزینه‌هایی مانند تعرفه و حمل و نقل وارد می‌شود، گفت: باید توجه داشت که چین تولید کننده انبوه است.

چین نزدیک به ۲۰ درصد بازار بین‌المللی در حوزه نساجی را در اختیار دارد، در حالی که جایگاه ایران به یک درصد هم نمی‌رسد. دیگر اینکه هزینه تولید در چین پایین، منابع انسانی ارزان، ماشین‌آلات مدرن و فاقد هزینه‌های جانبی سربار تولید از جمله مالیات است. با این همه کالای چینی از کیفیت به مراتب پایین‌تری نسبت به مشابه داخلی برخوردار است.

رئیس اتحادیه پوشاک تهران:

هزینه تبلیغات برند سنگین است

وی ادامه داد: دولت باید تولیدکنندگان برتر را شناسایی کند و به آنها تسهیلاتی برای برندسازی پرداخت کند. در حال حاضر سرمایه‌های سرگردانی در بخش خصوصی وجود دارد که دولت می‌تواند آن‌ها را به سمت برندسازی سوق دهد.

شیرازی گفت: تا زمانی که اجناس چینی به صورت قاچاق یا قانونی وارد کشور شوند بدون این که از تولیدکننده داخلی حمایتی به عمل آید، تولیدکنندگان حتی نمی‌توانند روی پای خود بایستند چه برسد به اینکه از آنها توقع برندسازی داشت. وی افزود: در چندسال اخیر با همکاری مرکز اصناف و بازرگانان ایران، برندهای تقلبی و غیر واقعی در تهران شناسایی و در سامانه مربوطه ثبت و برندهای غیرواقعی به اداره اماكن معرفی شدند.

شیرازی تصریح کرد: همچنین از دو سال پیش کار ثبت برندهای داخلی توسط کارگروه‌های ذریط آغاز شده تا برنامه‌ریزی‌های لازم برای آنها صورت گیرد اما به دلیل هزینه‌های سنگین تبلیغات هنوز به جامعه معرفی نشده‌اند.

برندسازی یک فرایند بلندمدت است و برای رسیدن به موفقیت باید کالا، قیمت، فرهنگ ترویج مصرف محصول و سیستم توزیع در شرایط مطلوب و رقابتی با سایر رقبا قرار داشته باشند.

ابوالقاسم شیرازی در گفت‌وگو با خبرنگار سایت خبری اتاق اصناف ایران با بیان اینکه وجود برخی قوانین فعلی برای برندسازی مشکل دارد، افزود: برندسازی لازمه داشتن اقتصاد پویا و حمایت از صنعت پوشاک توسط دولت است اما سیاست‌های حمایتی از سوی دولت برای برندسازی تاکنون تدوین نشده ضمن اینکه یکی از مهم‌ترین مشکلات، هزینه‌های بالای برندسازی است. وی تصریح کرد: رونق نداشتن بازار امکان برندسازی را به تولید کننده ایرانی نمی‌دهد و حلقه مقفوده در صنعت پوشاک ایران برندسازی است. اگر تولید کننده ایرانی با توجه به تعرفه‌های بالای واردات پارچه بتواند محصولی را در حد استاندارد تولید کند جای تقدیر دارد اما برای برندسازی نیاز به حمایت دولت است.

گزارشی از المپیک ماشین‌آلات نساجی ITMA 2015 Milan

در ایتامی ۲۰۱۵ میلان تعداد شرکت‌های غرفه‌گذار در این نمایشگاه ۱۶۵۰ شرکت بود که نسبت به ایتامی ۲۰۱۱ رشد ۲۰ درصدی داشته است و تعداد ۱۲۳ هزار بازدیدکننده از ۱۴۷ کشور از این نمایشگاه بازدید به عمل آوردند. در نمایشگاه ایتامی امسال بیشترین آمار شرکت‌های سازنده ماشین‌آلات از نظر مساحت نمایشگاهی و تعداد شرکت‌های حاضر مربوط به کشور ایتالیا بود که میزبان این رویداد جهانی بود. توجه به بهره‌وری انرژی و فناوری‌های سبز و توجه بیشتر به بهینه‌سازی انرژی و محیط زیست از جمله مواردی بود که مورد توجه بازدیدکنندگان ایتامی امسال قرار گرفته بود.

کیفیت بالای نمایشگاه و رضایتمندی غرفه‌گذاران و بازدیدکنندگان بیانگر این واقعیت است که ایتما همچنان به عنوان یک المپیک برای خلاقیت و نوآوری و توسعه تکنولوژی در بین مخاطبین خود دارای جایگاه ارزشمندی است.

پس از کشور ایتالیا که ۱۸ درصد از بازدیدهای نمایشگاه را به خود اختصاص داده بود کشور هند با ۹ درصد، ترکیه ۸ درصد، آلمان ۷ درصد رتبه‌های بعدی را به خود اختصاص دادند و پس از آنها کشورهای فرانسه، ایالات متحده، ایران، برزیل، پاکستان و اسپانیا شورهای بودند که در گروه ده کشور پر بازدیدکننده از ایتما قرار داشتند که برگزارکنندگان ایتما نقش توافقات برجام و لغو تحریم‌ها را بر این موضوع بی‌تأثیر نمی‌دانستند اگرچه کشور ایران همیشه جزو کشورهای پر بازدیدکننده از این نمایشگاه بوده است و همواره تعداد قابل توجهی از متخصصین و مدیران شرکت‌های مختلف صنایع نساجی و پوشاک برای اطلاع از آخرین پیشرفت‌های فنی و تکنولوژیکی در این بزرگترین رویداد نساجی حضور داشته‌اند.

در نمایشگاه امسال بخش چاپ توجهات ویژه‌ای را به خود جلب نموده بود و سالن‌های مربوط به این بخش از صنعت جزو پرمخاطب‌ترین سالن‌های نمایشگاه بود. گرایش و توسعه در صنعت چاپ دیجیتال، بدون تردید آینده متفاوتی را برای صنعت نساجی، پوشاک و مد در پی خواهد داشت.

گرچه سالن‌های ریسندگی و بافندگی همچنان تعداد قابل توجهی از بازدیدکنندگان و مخاطبان خاص خود را داشت و نوآوری‌های ارائه شده توسط شرکت‌های سازنده ماشین‌آلات همچنان بر جذابیت‌های نمایشگاهی ایتما صحنه می‌گذاشت.

برنامه‌ریزی و برگزاری سمینارها و کنفرانس‌های آموزشی و نیز کارگاه‌های آموزشی شرکت‌ها در جنب نمایشگاه ایتما جزو یکی دیگر از جذابیت‌های ایتامی میلان بود.

ایتامی میلان پرونده خود را با حضور ۱۶۹۱ شرکت از ۴۶ کشور صاحب تکنولوژی دنیا و با ۱۰۸ هزار متر مربع فضای خالص نمایشگاهی و بیش از ۲۰۰ هزار متر مربع سالن نمایشگاهی و بیش از ۱۲۳ هزار نفر بازدیدکننده از ۱۴۷ کشور جهان به پایان برد و باید منتظر ماند و دید در ایتامی ۲۰۱۹ بارسلون روندهای توسعه‌ای این صنعت به چه شکلی خواهد بود.

در نمایشگاه امسال مجلات نساجی امروز، نساجی موفق، کهن و شرکت‌های مهارت سمنان و شیمیایی ماهور نیز به عنوان غرفه‌گذار حضور داشتند و جمع‌کنیری از متخصصین و مدیران و صاحبان صنایع کشور از این نمایشگاه بازدید کردند.

انجمن صنایع نساجی ایران نیز همچون گذشته با همکاری آژانس آیتو نسبت به تدارک تور نمایشگاهی برای بازدید از این نمایشگاه اقدام نمود و در مجموع بیش از هفتاد نفر از اعضای انجمن با این تور از نمایشگاه بازدید نمودند.



شرکت پیروز الیاف دلیجان



مدیرعامل: مجتبی قاسمی
سابقه فعالیت شرکت: ۱۲ سال
محل کارخانه: دلیجان
زمینه فعالیت: الیاف پلی استر جهت مصارف خانگی و صنعتی

انجمن صنایع نساجی ایران عضویت
شرکت پیروز الیاف دلیجان را به مدیران آن واحد به ویژه جناب آقای مجتبی قاسمی خوش آمد عرض نموده و موفقیت روزافزون ایشان و شرکت پیروز الیاف دلیجان را آرزومند است.

تسلیت

با نهایت تأسف و تأثر درگذشت مرحوم مغفور شادروان رحمان پورقربان دبیرکل انجمن صادرکنندگان صنعتی، معدنی و خدمات مهندسی را به اطلاع می‌رساند.
مراسم ختم آن مرحوم روز پنج شنبه ۱۳۹۴/۹/۱۲ از ساعت ۱۵/۳۰ تا ۱۷/۳۰ در مسجد الرضا، خیابان خرمشهر (آبادانا)، خیابان شهید عشقپار (نیلوفر) مسجد الرضا برگزار می‌گردد.

انجمن صنایع نساجی ایران

انجمن صنایع نساجی ایران با همکاری آژانس آیتو

تورنمایشگاهی

هایم تکستایل و دو مو تکس ۲۰۱۶

برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن

۸۸۷۳۲۱۹۱ - ۱۴۶ خلی

خانم حسینی تماس حاصل فرمایید



شماره و بافر

بولتن خبری انجمن صنایع نساجی ایران

طرح و اجرا: فاطمه قیاسوند

تلفن: ۲۶۲۰۰۲۹۴ - ۲۶۲۰۰۲۷۲ - ۲۶۲۰۰۱۹۶

فکس: ۲۶۲۰۶۹۰۵ - ۲۶۲۰۶۹۰۲

کدپستی: ۱۹۱۵۶۵۴۷۷۵

گزارش آمار واردات و صادرات کل کشور طی هفت ماه نخست سال ۱۳۹۴



نخست سال ۱۳۹۴ کل واردات نساجی کشور با احتساب ماشین‌آلات و رنگ با افت ۲۴ درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته به رقم ۹۲۶/۱ میلیون دلار رسیده است. واردات صنایع نساجی کشور بدون احتساب رنگ و ماشین‌آلات، در این سال بالغ بر ۶۴۲ میلیون دلار بوده که در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته ۱۸ درصد افت داشته است.

در هفت ماه نخست سالجاری، واردات انواع الیاف بالغ بر ۲۰۱/۵ میلیون دلار بوده که در مقایسه با واردات سایر محصولات نساجی در رتبه نخست قرار گرفته است.

پس از آن واردات پارچه به ارزش ۱۶۱/۸ میلیون دلار در رتبه بعدی قرار دارد.

واردات پارچه نسبت به مدت مشابه سال گذشته افت ۱۹ درصدی داشته است. واردات نخ به ارزش ۱۵۰/۴ میلیون دلار پس از الیاف و پارچه بیشترین واردات را در میان محصولات نساجی داشته است. اما مقدار آن نسبت به هفت ماهه نخست سال ۹۳ افت ۱۸ درصدی داشته است.

لازم به ذکر است که گزارش کامل آمار واردات و صادرات طی هفت ماه نخست سال ۹۴ در شماره ۱۵ نشریه دنیای نساجی درج خواهد گردید.

براساس اعلام دفتر مطالعات آماری و راهبردی انجمن صنایع نساجی مطابق با آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران طی هفت ماه نخست سال ۱۳۹۴، کل صادرات صنایع نساجی کشور با احتساب رنگ، ماشین‌آلات و فرش دستباف بالغ بر ۴۸۸/۹ میلیون دلار بوده که در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته افت ۱۱ درصدی داشته است. صادرات محصولات صنایع نساجی بدون احتساب رنگ، ماشین‌آلات و فرش دستباف طی هفت ماه نخست سالجاری برابر با ۳۳۲/۸ میلیون دلار بوده که در مقایسه با مدت مشابه سال ۹۳ افت نه درصدی داشته است.

کفپوش با صادرات ۱۵۷/۴ میلیون دلار همچنان صدرنشین صادرات محصولات نساجی صنعتی بوده اما در مقایسه با صادرات این محصول در هفت ماه نخست سال ۹۳ با افت ۵ درصدی مواجه بوده است.

براساس این گزارش عمده‌ترین اقلام صادراتی پس از کفپوشهای نساجی طی این مدت از نظر ارزش به ترتیب عبارتند از: انواع الیاف به ارزش ۳۲/۴ میلیون دلار، انواع پوشاک به ارزش ۳۰ میلیون دلار، انواع پارچه به ارزش ۲۴/۷ میلیون دلار و انواع نخ به ارزش ۲۲/۷ میلیون دلار.

براساس آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران طی هفت ماه

قیمت محصولات پتروشیمی مورد نیاز صنعت نساجی معامله شده از ۱ لغایت ۸ آذر ماه

نام کالا	عرضه کننده	قیمت پایه (ریال)	قیمت پایانی (ریال)
پلی پروپیلن نساجی C30S	پتروشیمی مارون	۳۴,۰۶۰	۳۶,۰۳۷
پلی پروپیلن نساجی Z30S	پتروشیمی تندگویان	۲۸,۱۰۹	۲۸,۱۰۹
پلی اتیلن ترفتالات نساجی TG641	پتروشیمی تندگویان	۲۸,۱۰۹	۲۸,۱۰۹
پلی اتیلن ترفتالات نساجی TG645	پتروشیمی تندگویان	۲۵,۲۹۸	۲۵,۲۹۸
پلی پروپیلن نساجی RG1102XK	نوید زر شیمی	۳۶,۰۶۰	۳۶,۲۶۴
پلی اتیلن ترفتالات نساجی SUPER BRIGHT-OFF درجه ۱	نوید زر شیمی	۳۶,۰۶۰	۳۶,۵۳۴
پلی اتیلن ترفتالات نساجی SUPER BRIGHT	نوید زر شیمی	۳۰,۶۵۴	۳۳,۷۱۹
پلی اتیلن ترفتالات نساجی PYI250	پتروشیمی رجال	۳۴,۰۶۰	۳۵,۲۵۲
پلی اتیلن ترفتالات نساجی HP552R	پتروشیمی رجال	۳۴,۰۶۰	۳۴,۸۳۱
پلی اتیلن ترفتالات نساجی HP550J	پلی پروپیلن جم	۳۰,۶۵۴	۳۳,۷۱۹



شماره و بافر ۴