

کهن

مجله بین المللی اختصاصی صنعت نساجی ایران
دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
سال ۱۷. شماره ۹۲. دی ۱۴۰۳. قیمت ۸۰۰۰ تومان

آرمو

راهکار هوشمند فروش فرش برای کسب و کارهای پیشرو

مشکل شما: چگونه محصولات متنوع فرش را به مشتریان معرفی کنیم؟

راه حل ما: سرویس هوش مصنوعی تحلیل و پیشنهاد فرش



برای فروشگاهها و برندهای فرش:

- تحلیل دقیق سبک دکوراسیون مشتریان با استفاده از هوش مصنوعی
- معرفی تخصصی فرش متناسب با فضای هر مشتری
- نمایش آنی فرش در محیط واقعی
- افزایش ضریب فروش با پیشنهادات هدفمند
- کاهش چشمگیر برگشت محصول

مزایای کلیدی:

- معرفی هوشمندانه کل کالکشن
- تجربه خرید شخصی سازی شده
- اتصال مستقیم مشتری با محصول

اولین سرویس تخصصی هوش مصنوعی در صنعت فرش



+98 937 018 0730



armogroup.tech

OYAZ
TEXTILE

کیفیتی به بزرگی یک راز

بزرگترین تولید کننده انواع پارچه های رو مبلی و پرده ایی



دفتر مرکزی: تهران، میدان آرژانتین، خیابان احمد قصیر، کوچه نهم، پلاک 7
کارخانه: قرچک، کمربندی جنوبی، شهرک صنعتی قرچک، بلوار صنعت، پیشرفت 2
• ۲۱-۸۸۵۵۶۲۵۰ • ۲۱-۳۴۲۶۱۰۰۰



SOLOMON CARPET®



قاله سلیمان برترین

صادر کنندہ کشور

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





فرش بهشتی، تنوعی از طرح و نقش

www.beheshticarpet.com

+ 9 8 2 1 - 4 1 1 7 3

فرش پیرشین مشهد

MASHHAD PERSIAN CARPET
Since 1384

PERSIAN
CARPET

بهشت زیر پایشماست

آدرس کارخانه:

مشهد، شهرک صنعتی توس، فاز یک

تلفن: ۳۱۴۸ - ۵۱



www.Mashhadpersiancarpet.com



Farsh.Persian.Mashhad

FAMA[®]

Working hours

Monday - Friday: 9.00 - 18.00
Weekend: Holiday

Call anytime/send email

+90 (546) 745 94 18

www.famatransfer.com.tr

info@famatransfer.com.tr



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

- تامین کننده و صادر کننده مواد اولیه در صنعت چاپ از جمله جوهر، مواد شیمیایی مورد استفاده در صنعت فرش، انواع کاغذ، لوازم یدکی و ماشین آلات
- توزیع کننده مارک های شناخته شده ترکیه ای و ایتالیایی تولید جوهر در ایران
- توزیع کننده لوازم یدکی دستگاه های چاپ صنعتی اتریشی در ایران
- تامین کالا های مورد نیاز مشتریان از کشورهای مختلف در سراسر دنیا و صادرات کالا به ایران

دستگاه تیغ - دستگاه خار
Raising - Shearing

دستگاه کامپکت - دستگاه پرس
Sueding - Compacting



رمز ماندگاری ما، موفقیت شما است.



NedTex Co, Ltd

نماینده گی و پشتیبانی در ایران

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

ویژه: ۵۵۶۰ ۹۱۰۳ (۰۲۱)

WINNERS@NedTex.biz



فهرست

نمایشگاه فرش و کفپوش استانبول: موفقیتی در سایه اتحاد

۱۲

دموتکس دبی ۲۰۲۵: انقلاب در دنیای فرش با نوآوری‌های خیره‌کننده!

۱۸

نوآوری‌های بی‌نظیر و گامی بزرگ به سوی رونق صادرات و توسعه کشور!

۱۴

صادرات فرش و موکت ایرانی با تمرکز بر بازار ترکیه

۲۲

تولیدکنندگان ایرانی در پی تخریب یکدیگر هستند

۳۰

افزایش جایگاه برندهای پوشاک ترکیه در بازار جهانی پس از ۲۰۳۰

۳۶

کاهش ۱۲ درصدی صادرات ماشین‌آلات نساجی ایتالیا در ۹ ماهه اول ۲۰۲۴

۴۰



۴۶

هوش مصنوعی و آینده خرید فرش: وقتی فناوری به کمک سنت می‌آید



۵۰

از نارضایتی در تهران تا رضایت در استانبول!

مجله نساجی کهن
مجله بین‌المللی اختصاصی صنعت نساجی ایران
دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع‌رسانی
سال ۱۷، شماره ۹۲، دی ۱۴۰۳

۵۴

بازار استانبول امسال سردتر از همیشه!

۵۸



چالش‌های صنعت نساجی اروپا در میانه تحولات جهانی و منطقه‌ای

۶۲

شمارش معکوس برای نمایشگاه بین‌المللی نخ استانبول ۱۴۰۳!

۶۴

مصاحبه با آقای مهدی جهانی نماینده شرکت نمایشگاهی توپاپ برگزارکننده نمایشگاه فرش استانبول در ایران

۶۸



پنج نمایشگاه برتر فرش و کفپوش در سال ۲۰۲۵

۷۴

چهار سناریو برای نجات صنعت نساجی ایران

صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر:
بهنام قاسمی

مدیر بازرگانی و روابط عمومی: محبوبه قایدی

نویسندگان و همکاران این شماره: دکتر امیررضا باوذر - مهندس قاسم حیدری - کامبیز مقراضی -

دکتر کامران داوری نیکو رایزن - احسان اکرامی

امور تبلیغات: الهام حبیبی

طراحی و صفحه آرا: سحر عصار

وب سایت: www.kohanjournal.com

پست الکترونیک: info@kohanjournal.com

آدرس: تهران صندوق پستی ۴۶۵-۱۶۷۶۵

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 دیدگاه‌های 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.

• نظرات طرح شده در مقالات و مصاحبه‌ها 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



نمایشگاه فرش و کفپوش استانبول: موفقیتی در سایه اتحاد

او گفت: «امسال نمایشگاه با حضور ۴۵۰ شرکت ترکیه‌ای و ۱۵۰ شرکت بین‌المللی برگزار می‌شود که این نشان‌دهنده رشد ۴۸ درصدی در بخش داخلی و بیش از ۱۰۰ درصدی در بخش بین‌المللی است.»

همچنین، ثبت‌نام‌های آنلاین نشان از افزایش ۲۰ درصدی بازدیدکنندگان خارجی از بیش از ۱۲۰ کشور جهان دارد. این تنوع در بازدیدکنندگان خارجی را در روز اول نیز شاهد بودیم.»

وی با اشاره به ظرفیت‌های بالای این رویداد اضافه کرد:

«ما در مسیر تبدیل این نمایشگاه به رویداد شماره یک جهان در بخش فرش و کفپوش حرکت خواهیم کرد.»

روز اول نمایشگاه فرش و کفپوش استانبول (CFE) نقطه عطفی مهم در صنعت جهانی فرش و کفپوش به شمار رفت.

این رویداد، ظهور یک برند نمایشگاهی معتبر را نشان داد که با تلاش‌های مشترک اتحادیه‌های تولیدکنندگان فرش غازیانتپ و استانبول و شرکت نمایشگاه‌های تویاپ ترکیه محقق شده است.

رشد چشمگیر و حضور بین‌المللی

در پایان روز اول، مراسم "گالا دینر" برگزار شد و در آن آقای "ایلحان ارسزلوی"، مدیر شرکت نمایشگاه‌های تویاپ، آمار و ارقام قابل توجهی از این رویداد را ارائه کرد.

تقویت تجارت و فرهنگ

آقای "احمد دیلر"، رئیس اتحادیه صادرکنندگان فرش استانبول، ضمن خیر مقدم به بازدیدکنندگان و شرکت‌کنندگان، اظهار داشت:



نمایانگر عشق و هنر است.»

وی همچنین بر لزوم حفظ موقعیت ترکیه به عنوان رهبر بازار تأکید کرد:

«امروز زمان جشن و شادی است، اما باید تلاش کنیم تا با به‌روزرسانی تکنولوژی و زیرساخت‌ها، همچنان رهبر بازار باقی بمانیم.»

رشد فرش دستباف و بخش ماشین‌آلات

در نمایشگاه امسال، بخش فرش دستباف با استقبال گسترده‌ای روبه‌رو شد و خریداران بین‌المللی بسیاری جذب این بخش شدند.

همچنین، شرکت‌های بزرگ اروپایی و ترکیه‌ای ماشین‌آلات پیشرفته‌ای برای صنعت فرش به نمایش گذاشتند که توجه بسیاری از متخصصان صنعت را جلب کرد.

«خوشحالم که اعلام کنم امسال درهای بیشتری برای افزایش صادرات فرش ترکیه به جهان گشوده‌ایم. این نمایشگاه به طرز شگفت‌انگیزی به افزایش حجم تجارت ترکیه در بخش فرش و کفپوش کمک خواهد کرد و فرصتی برای معرفی فرهنگ غنی ترکیه به جهان فراهم کرده است.»

اطمینان دارم این موفقیت در سال‌های آینده ادامه خواهد داشت.»

اتحاد برای دستیابی به یک چشم‌انداز مشترک

آقای "زینال عابدین کاپلان"، رئیس اتحادیه صادرکنندگان فرش جنوب شرق ترکیه، موفقیت نمایشگاه را نتیجه اتحاد بین دو اتحادیه استانبول و غازیانتپ دانست و گفت:

«موفقیت امروز نتیجه درک درست موقعیت و همکاری برای دستیابی به یک هدف مشترک، یعنی ارتقای جایگاه جهانی فرش ترکیه است. غازیانتپ بدون شک مرکز تولید فرش در جهان است و استانبول مرکز شماره یک تجارت فرش در جهان محسوب می‌شود.»

فرش تنها یک کالای تجاری نیست؛ بلکه داستان، فرهنگ و هنری است که هر گره آن

نوآوری های بی نظیر و گامی بزرگ به سوی رونق صادرات و توسعه کشور!



آقای سعید منزوی زاده مدیرعامل شرکت قالی سلیمان

قالی سلیمان با سال ها تجربه در عرصه صادرات فرش ماشینی، همواره تلاش کرده است تا با حضوری فعال و نوآورانه در نمایشگاه های بین المللی، به توسعه صادرات کشور کمک کند. سعید منزوی زاده، مدیر این شرکت، در دومین دوره نمایشگاه بین المللی فرش و موکت استانبول با اشاره به پیشرفت های قابل توجه در صنعت نساجی، از چالش های اصلی این صنعت، از جمله ناترازی انرژی و تحریم ها، صحبت کرد.

وی همچنین بر اهمیت سرمایه گذاری در زمینه های مختلف برای حفظ رونق تولید و صادرات تأکید نمود.

یکی از اقدامات جدیدی که در این نمایشگاه انجام دادیم، کاری است که شاید هیچ کدام از رقبای ما در داخل و خارج انجام نداده اند و امیدواریم بازخورد خوبی از آن بگیریم.

تلاش برای توسعه صادرات کشور

قالی سلیمان به عنوان صادرکننده برتر کشور و شرکتی است که سال ها است در زمینه صادرات فرش ماشینی فعالیت می کند، تمام تلاش خود را کرده ایم تا در نمایشگاه ها با حضور فعال و خلاقانه، به روز بودن و نوآوری، به توسعه صادرات کشور کمک کنیم.

چالش های پیش روی تولیدکنندگان و صادرکنندگان

یکی از بزرگ ترین چالش هایی که ما تولیدکنندگان و صادرکنندگان داریم، موضوع ناترازی انرژی است. دومین چالش نیز تحریم ها، FATF و مشکلات بانکی و ارتباطات بین المللی است.

امسال نیز موفق شدیم محصولات جدیدی را ارائه کنیم که استقبال خوبی از آن ها صورت گرفت.

تمام این عوامل تأثیر زیادی بر توسعه صادرات کشور دارند.

تولید کنیم. یکی از راه‌حل‌های این مشکل، سرمایه‌گذاری در نیروگاه‌های خورشیدی است که به شرایط آب و هوایی ایران می‌خورد.

همچنین، باید سرمایه‌گذاری‌های لازم در زمینه گاز انجام شود تا در زمستان با مشکل کمبود گاز مواجه نشویم.

برند ایران و حفظ قیمت‌ها

هدف ما این است که نام ایران و محصولات ایرانی را با کیفیت بالا و قیمت مناسب مطرح کنیم. نباید با تخریب قیمت‌ها، به اعتبار محصول ایرانی آسیب بزنیم.

از همه عزیزان خواهش می‌کنم که قیمت‌های خود را حفظ کرده و از کاهش آن‌ها خودداری کنند. این کار به توسعه صادرات و حفظ کیفیت کمک خواهد کرد.

نمایشگاه‌های آینده

در ادامه، در سال ۲۰۲۵ نمایشگاه دمو تکس دبی را خواهیم داشت و شاید نمایشگاه غازی آنتپ ترکیه را نیز برگزار کنیم.

امیدواریم خروجی نمایشگاه استانبول، راهنمایی خوبی برای تصمیم‌گیری در خصوص شرکت در این نمایشگاه‌ها باشد و بتوانیم با هزینه‌های منصفانه و جوانمردانه، خروجی مثبتی از این نمایشگاه‌ها داشته باشیم.

از دولتمردان جدید به خصوص دولت جدید که با نگاه وفاق ملی و برطرف کردن چالش‌هایی مثل FATF، تحریم‌ها و مشکلات ارزی، تک‌نرخی شدن ارز و سایر مسائل به میدان آمده‌اند، امیدواریم این مشکلات حل شود.

سرمایه‌گذاری در صنعت نساجی

به عنوان یکی از شاگردان کوچک این صنعت، می‌خواهم بگویم که در زمینه ناترازی انرژی چاره‌ای جز سرمایه‌گذاری اجباری نداریم.

شرکت ما، قالی سلیمان، اولین شرکتی است که در صنعت نساجی بیش از ۲ مگاوات در سقف نصب کرده است. ب

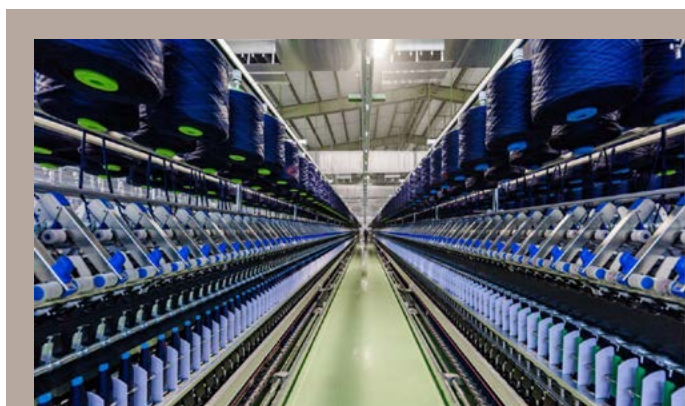
ه لطف خدا، یک مگاوات از این نیروگاه اکنون به شبکه سراسری متصل شده است و فاز دوم آن تا پایان سال به بهره‌برداری خواهد رسید.

از همه همکاران می‌خواهم که در این زمینه سرمایه‌گذاری کنند و از فضای انتقاد از نظام و دولت دوری کنند. شاید این نتیجه تصمیمات اشتباه ۴۰ سال گذشته باشد، اما برای ادامه روند صنعت، لازم است که در این زمینه سرمایه‌گذاری کنیم.

انرژی و توسعه صادرات

یکی از چالش‌های اساسی، ناترازی انرژی است که باید به طور جدی به آن توجه کنیم. سال آینده تابستان سختی را خواهیم داشت و باید در این زمینه فعالیت اساسی انجام دهیم.

وقتی تولید نداشته باشیم، نمی‌توانیم محصولی برای صادرات



DOMOTEX

MIDDLE EAST

22 – 24 APRIL 2025

Dubai World Trade Centre
domotex.de

دموتکس خاورمیانه - دبی

۲ تا ۴ اردیبهشت ۱۴۰۴

مرکز تجارت جهانی دبی



Deutsche Messe

DOMOTEX
Middle East

DOMOTEX MIDDLE EAST

THE HOME OF FLOORING IN THE MIDDLE EAST



دموتکس خاورمیانه، فراتر از یک رویداد و محل ملاقات صنعتگران فرش و کفپوش در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا می باشد. پس از موفقیت چشمگیر نمایشگاه دموتکس دبی در سال ۲۰۲۴، ما همچنان نقطه‌ی تلاقی برندهای معتبر از سراسر جهان و مهمترین خریداران منطقه شامل توزیع کنندگان، خرده فروشان و طراحان داخلی خواهیم بود.

از تاریخ ۲۲ تا ۲۴ آوریل ۲۰۲۵ برابر با ۲ تا ۴ اردیبهشت ۱۴۰۴ با جامعه صنعتگران فرش و کفپوش در مرکز تجارت جهانی دبی (DWTC) به ما بپیوندید.

82%

غرفه داران نوآوری ها یا محصولات پیشرفته را به نمایش گذاشتند

102

غرفه دار در اولین دوره دموتکس دبی حضور داشتند

7.300

بازدید در طول ۳ روز از اولین رویداد در سال ۲۰۲۴ انجام شد

150+

مقاله رسانه ها در سطح جهانی منتشر شد

80%

تصمیم گیرندگان مانند مدیران بازاریابی در نمایشگاه حضور داشتند

در نمایشگاه دموتکس خاورمیانه

با چه کسانی ملاقات خواهید کرد؟

- توزیع کنندگان ■ خرده فروشان ■ فروشگاه های دکوراسیون و مبلمان ■ عمده فروشان
- واردکنندگان / صادرکنندگان ■ طراحان داخلی ■ معماران ■ پیمانکاران / مدیران پروژه
- تجارت الکترونیک ■ صاحبان پروژه ■ دکوراتورها

امکان تجارت با خریداران

از ۷۴ کشور، از جمله:



امارات متحده عربی



هندوستان



ترکیه



عربستان سعودی



چین



اردن



آلمان



مصر

دموتکس دبی ۲۰۲۵: انقلاب در دنیای فرش با نوآوری‌های خیره‌کننده!



خانم نارینه آذلبار نماینده شرکت نمایشگاهی
دموتکس در ایران

نمایشگاه دموتکس دبی ۲۰۲۵: برنامه‌ها و چشم‌اندازها

نمایشگاه دموتکس دبی ۲۰۲۵ از تاریخ ۲۲ تا ۲۴ آوریل ۲۰۲۵ در سه سالن برگزار خواهد شد. به‌طور کلی، پیش‌بینی می‌شود که مانند دوره‌های گذشته، تمرکز اصلی روی فرش ماشینی و دستگاه‌های تولید فرش باشد، اما ما در تلاشیم که در این دوره بیشتر به فرش دستباف و ترکیب آن با فرش ماشینی توجه کنیم.

تمرکز بیشتر بر فرش دستباف و ماشین

برنامه‌هایی داریم که مشابه نمایشگاه‌های معتبر جهانی مانند آلمان، با همکاری نشریه کاور و هالی کارپت دیزاین، بخش‌های متنوعی از فرش دستباف ایرانی و فرش ماشینی را به نمایش بگذاریم.

در این راستا، ژوری از خارج از تیم برگزارکننده نشریه کاور برای ارزیابی‌ها در نظر گرفته شده است. اگرچه تمرکز اصلی نمایشگاه به‌طور سنتی بر فرش ماشینی است، پیشنهاد شده که در این بخش، دسته‌بندی‌های جدیدی اضافه کنیم و تولیدکنندگان فرش ماشینی با نوآوری‌های خاص، فضای جدیدی در نمایشگاه ایجاد کنند.

همکاری با کمیسیون فرش و صنایع دستی

ما در حال بررسی همکاری با کمیسیون فرش هنر و صنایع دستی اتاق بازرگانی ایران و اتحادیه‌های مربوطه برای برگزاری ورکشاپ‌ها و ارائه خدمات تخصصی در بخش فرش دستباف ایرانی هستیم.

همچنین ممکن است بخشی از کارپت دیزاین ورد در نمایشگاه با همکاری آتوریتی‌های امارات، فضاهای خاصی برای این بخش ایجاد شود.

این اقدام می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای جذب بازدیدکنندگان متفاوت فراهم کند.

بازاریابی و تبلیغات گسترده

برای نمایشگاه امسال، تبلیغات به طور گسترده‌ای آغاز شده است. تیم ما از طریق سوشال مدیا، همکاری با مدیاهای بین‌المللی و ایجاد دیتابیس‌های تخصصی در حال جذب غرفه‌گذاران و بازدیدکنندگان از سراسر جهان است.



علاوه بر کشورهای حوزه خلیج فارس، ما یک آژانس بازاریابی معتبر در امارات داریم که در شناسایی مدیاهای مرتبط با فرش و کفپوش فعالیت می‌کند.

همچنین، همکاری نزدیکی با نشریه‌های هالی و کاور داریم که اخبار و اطلاع‌رسانی‌های مرتب به مشتریان و علاقه‌مندان ارسال خواهد شد.

چالش‌ها و فرصت‌های جدید

و بتوانیم فضای متنوع و پویاتری نسبت به دوره‌های گذشته ایجاد کنیم.

با توجه به چالش‌های اقتصادی و رکود در اروپا و آمریکا، خرید فرش‌های جدید در این مناطق به شدت کاهش یافته است.

با توجه به پیشرفت‌های انجام‌شده در زمینه تبلیغات و مشارکت‌های جهانی، امید داریم که نمایشگاه ۲۰۲۵، جرقه‌ای برای موفقیت‌های جدید در صنعت فرش و کفپوش باشد.

این تغییرات موجب شده که خریداران در این بازارها، چه در بخش فرش دستباف و چه در بخش فرش ماشینی، کمتر به دنبال خرید باشند.

چالش‌های تنوع نمایشگاه‌ها و سردرگمی غرفه‌گذاران و بازدیدکنندگان

در گذشته، نمایشگاه‌های تخصصی در حوزه فرش و کفپوش محدود به یکی یا دو نمایشگاه بودند و همه علاقه‌مندان به این حوزه به همین نمایشگاه‌ها مراجعه می‌کردند.

با این حال، نمایشگاه دوم تکس دبی فرصت جدیدی برای جذب بازدیدکنندگان متخصص از بازارهای مختلف، به ویژه از امارات و کشورهای آسیای میانه ایجاد خواهد کرد.

امیدواریم که در نمایشگاه امسال، با برنامه‌ریزی دقیق و همکاری‌های بین‌المللی، بازخوردهای مثبتی دریافت کنیم



اما امروز، شاهد گسترش و تنوع نمایشگاه‌ها هستیم. به‌ویژه در بخش فرش ماشینی و فرش دستباف، نمایشگاه‌ها به شکل پراکنده در مکان‌های مختلف برگزار می‌شوند و برخی بخش‌ها تمرکز بیشتری پیدا کرده‌اند. این پراکندگی می‌تواند برای غرفه‌گذاران و بازدیدکنندگان سردرگمی ایجاد کند و انتخاب درست را دشوارتر سازد.

در نهایت، ما به درستی درک می‌کنیم که غرفه‌گذاران و بازدیدکنندگان به دلیل حضور در چندین نمایشگاه در طول سال، دیگر علاقه ندارند که در هر نمایشگاهی شرکت کنند یا بازدید کنند.

بنابراین، انتخاب رویدادهای تخصصی و معتبر بسیار حائز اهمیت است.

امیدواریم که در آینده، نمایشگاه‌هایی که قرار است به عنوان رویدادهای اصلی و معتبر در این حوزه شناخته شوند، تثبیت شوند و در سطح بالایی برگزار گردند.

این امر به غرفه‌گذاران و بازدیدکنندگان کمک می‌کند تا تصمیم‌گیری راحت‌تری برای حضور در نمایشگاه‌ها داشته باشند و نیازی به سردرگمی در انتخاب رویدادها نباشد.



نسل جدید الکتروموتورهای بدون
بلبرینگ القا دائم (PM)



نسل جدید واحد های هواساز دبل
استیج ۱۵٪ هوا دهی بیشتر ۱۵۰۰ دور

فرا فن هوا

✓ نوآوری در صنعت هوای فشرده

✓ پیشرو در تکنولوژی

کمپرسورهای هوای فشرده اسکرو روغنی
۱ متر مکعب بر دقیقه الی ۷۰ متر مکعب بر دقیقه
نسل جدید کمپرسور دبل استیج با ۱۵٪ هوادهی بیشتر تا ۱۱۰ متر مکعب
نسل جدید الکتروموتورهای کمپرسور بدون بلبرینگ القا دائم (PM)
کمپرسور های فشار قوی ۳۰-۳۰۰ بار
تجهیزات وابسته نظیر بوستر ، درایر تبریدی و جذبی و مخازن هوای
فشرده استاندارد
و همچنین ارائه دهنده خدماتی نظیر تامین قطعات تله آبگیر ، روغن ،
فیلتر روغن ، فیلتر سیراتور ، قطعات درایر و.... هوای فشرده آماده ارائه
محصولات و خدمات به کلیه مشتریان محترم در همه صنوف میباشد



More Information At
www.farafanhava.com

تلفن دفتر مرکزی: ۰۲۱۴۴۹۶۹۸۶۰
تلفن کارخانه: ۰۲۱۶۵۷۶۷۷۲۳
همراه: ۰۹۱۹۳۷۶۷۴۲۸

Email:
Marketing@farafanhava.com



صادرات فرش و موکت ایرانی با تمرکز بر بازار ترکیه

آقای دکتر محسن صادقیان مدیر بازرگانی شرکت فرش

پرشین مشهد

فرش ماشینی

نخ‌های مورد استفاده: پلی‌پروپیلن و آکرلیک.

موکت

انواع تولید: موکت مخمل و موکت تافتینگ.
مواد اولیه: نخ‌های پلی‌پروپیلن و الیاف خاص.

چالش‌های صادراتی شرکت‌های ایرانی در ترکیه

غرفه‌داری شرکت‌های ایرانی

به نظر می‌رسد تعداد شرکت‌های ایرانی که در نمایشگاه‌ها غرفه دارند، زیاد است؛ اما این اقدام در بسیاری موارد کارآمد نیست.

در حاشیه دومین دوره نمایشگاه فرش و کفپوش استانبول با دکتر محسن صادقیان، مدیر بازرگانی شرکت فرش پرشین مشهد، به بررسی چالش‌ها، فرصت‌ها و راهکارهای توسعه صنعت فرش و نساجی ایران پرداخته‌ایم.

دکتر صادقیان با تجربه‌ای گسترده در این حوزه، از اهمیت تحقیق و توسعه، ضرورت توجه به نیازهای مشتریان و استراتژی‌های مناسب برای رقابت در بازارهای داخلی و بین‌المللی سخن می‌گوید.

همچنین، به بررسی نقش نمایشگاه‌های بین‌المللی، به‌ویژه نمایشگاه فرش استانبول، در ایجاد فرصت‌های صادراتی و تقویت جایگاه ایران در این صنعت پرداخته شده است.

تولیدات شرکت

اما اکنون با اجباری شدن عرضه ارز در اتاق مبادلات ارزی، رغبت به صادرات کاهش یافته است.

محدودیت‌های داخلی:

در ایران، برخلاف ترکیه که به صادرکنندگان یارانه و تسهیلات می‌دهد، موانع متعددی برای صادرات وجود دارد.

روند صادرات غیرمستقیم:

برخی تولیدکنندگان ترجیح می‌دهند صادرات را به نام دیگران انجام دهند تا از مشکلات تعهدات ارزی و دیگر پیچیدگی‌ها اجتناب کنند.

نتیجه‌گیری و راهکارها

برای رقابت در بازارهای خارجی، تولیدکنندگان ایرانی باید محصولات خود را بر اساس نیازهای صادراتی و تقاضای بین‌المللی به‌روزرسانی کنند.

تمرکز بر تولید فرش‌های پلی‌استر و ریسایکل می‌تواند نقش مهمی در افزایش سهم بازار ایران داشته باشد.



دلیل: بسیاری از این شرکت‌ها با هزینه‌های کمتر می‌توانند در ایران فعالیت مشابهی داشته باشند.

رقابت‌پذیری در بازار ترکیه

ترک‌ها دیدگاه اروپایی دارند و تمرکز بیشتری بر روی تولید فرش‌های بازیافتی (ریسایکل) دارند. این سبک تولید با نخ‌های آکرلیک و پلی‌پروپیلن ایرانی مقدور نیست.

سهم بازار فرش‌های پلی‌استر در ترکیه بالا (حدود ۷۰٪) است، در حالی که شرکت‌های ایرانی به تولید فرش‌های آکرلیک و پلی‌پروپیلن ادامه می‌دهند که خواهان کمتری دارند.

مسائل صادراتی در ایران

مشکل رفع تعهد ارزی:

تا چند ماه پیش، صادرکنندگان می‌توانستند با استفاده از روش‌هایی مانند تهاتر، صادرات را انجام دهند و تعهدات ارزی خود را رفع کنند.

۳. چالش‌ها و فرصت‌های حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی

آلمان:

سخت‌گیری در صدور ویزا، حضور شرکت‌های ایرانی را محدود کرده است.

ترکیه:

به‌عنوان تولیدکننده بزرگ فرش، ترکیه علاوه بر رقابت، برخی کارشکنی‌ها را علیه ایرانی‌ها انجام می‌دهد.

چین:

با وجود جایگاه بزرگ در تولید فرش، فاصله جغرافیایی و هزینه‌های بالای حمل‌ونقل، حضور در نمایشگاه‌های چین را کم‌اثر کرده است.

با افزایش قیمت‌ها، فرش در ایران به یک کالای لوکس تبدیل شده است.

نسل جوان (نسل Z) کمتر ازدواج می‌کند و در نتیجه تقاضای فرش به‌عنوان نیاز اولیه کاهش یافته است.

نیاز است که تولیدکنندگان به سلاقی نسل مسن‌تر که تصمیم‌گیرندگان اصلی بازار فعلی ایران هستند، توجه کنند.

بازنگری در طراحی و رنگ‌بندی فرش‌ها (مثلاً بازگشت به طرح‌ها و رنگ‌های قدیمی مانند لاک‌ی) می‌تواند برای بازار داخلی موثر باشد.



دولت باید با اصلاح سیاست‌های ارزی و ارائه تسهیلات به صادرکنندگان، انگیزه‌های صادراتی را تقویت کند.

بررسی چالش‌ها و فرصت‌های بازار فرش ایرانی: روندها، استراتژی‌ها و رویکردها

۱. روند افزایش قیمت فرش و اثرات آن بر بازار صادراتی

در سال‌های اخیر، قیمت فرش ایرانی روند افزایشی چشم‌گیری داشته است:

از ۷۰۰ هزار تومان به ۱۰۰۰، سپس ۱۲۰۰، ۱۵۰۰ و اکنون صحبت از ۱۷۰۰ هزار تومان است.

این افزایش قیمت، بازار صادراتی محصولات لوکس را محدود کرده است، اما نباید این تصور ایجاد شود که فرش‌های ارزان‌تر بازار صادراتی ندارند.

ترکیه، به عنوان رقیب قوی، با تمرکز بر تولید فرش‌هایی با قیمت پایین‌تر (مانند شانه‌های کم) توانسته بازارهای صادراتی در آفریقا و دیگر کشورها را به خود جذب کند.

۲. چالش فرش به‌عنوان کالای مصرفی در بازار داخلی

تولیدکنندگان باید از رویکردهای سنتی فاصله بگیرند و به نیازهای متغیر بازار داخلی و خارجی توجه کنند.

دولت نیز باید با کاهش موانع صادراتی، تسهیل در روند و ارائه یارانه‌های حمایتی، انگیزه تولید و صادرات را تقویت کند.

بررسی چالش‌ها و راهکارها در صنعت فرش و نساجی ایران

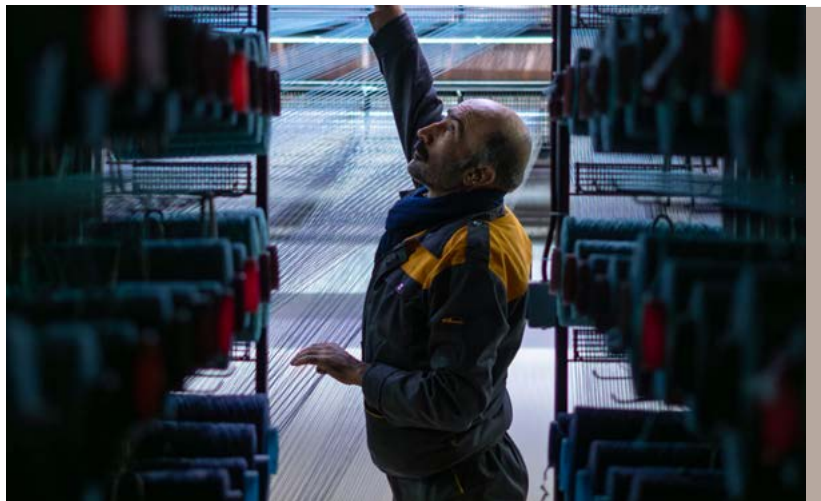
۱. اهمیت تحقیق و توسعه در شرکت‌ها

در دنیای امروز که تغییرات مداوم در بازارها و تقاضاها وجود دارد، پیش‌بینی دقیق آینده ممکن است سخت باشد، اما در عین حال کوتاه‌بینی نیز منجر به شکست می‌شود.

یکی از نکات کلیدی این است که ما نباید به دنبال اختراع دوباره اصول باشیم، بلکه باید اصولی که در گذشته یاد گرفته‌ایم را اجرایی کنیم.

تحقیق و توسعه (R&D) برای هر شرکتی ضروری است. این تحقیق و توسعه فقط به معنای داشتن یک واحد مستقل برای انجام تحقیقات نیست.

در واقع، واحدهایی مانند طراحی، فروش، تحقیق بازار، تدارکات و زنجیره تأمین، اگر به درستی مدیریت شوند، خود یک نوع تحقیق و توسعه محسوب می‌شوند.



دبی:

به‌عنوان یک هاب صادراتی بدون تولید فرش، دبی فرصت مناسبی برای معرفی محصولات ایرانی است. نمایشگاه‌های فرش دبی، پلتفرمی مناسب برای صادرات و ایجاد ارتباطات تجاری فراهم می‌کنند.

۴. تغییرات در استراتژی‌های بازاریابی

در بازاریابی مدرن، تنها تولید یک محصول خوب (مانند فرش بی‌نقص) کافی نیست. نیاز اصلی، پاسخ‌گویی به خواسته‌های مصرف‌کنندگان است.

مثال: مردم نیاز به وسیله‌ای برای پوشاندن خانه‌های خود دارند، نه صرفاً فرش. این راه‌حل می‌تواند فرش‌های بی‌سی‌اف، آکریلیک، تایل، یا هر نوع محصول دیگر باشد.

استراتژی موفق شامل توجه به چهار مؤلفه اصلی بازاریابی (محصول، قیمت، توزیع و تبلیغ) و تمرکز بر رفع نیاز واقعی مشتری است.

۵. نتیجه‌گیری: نقش دولت و صنعت در توسعه بازار افزایش قیمت‌ها و سخت‌گیری‌های داخلی (مانند تعهدات ارزی) تولیدکنندگان ایرانی را با چالش‌های جدی روبه‌رو کرده است.

در این فرآیند، افراد داخل سازمان باید تشویق شوند که ایده‌های جدید را مطرح کنند و تجربیات خود را به اشتراک بگذارند، حتی اگر این ایده‌ها به ظاهر ساده باشند. برای مثال، اگر مشتری با تجربه‌ای خاص از خرید فرش در یک فروشگاه به اشتراک بگذارد، این می‌تواند به عنوان یک بازخورد ارزشمند در نظر گرفته شود.

نیازهای مشتریان را به بهترین شکل ممکن برآورده کنیم.

۳. چالش‌ها و فرصت‌ها در صنعت نساجی ایران

صنعت نساجی در ایران از دوران رضاشاه تحت حمایت قرار گرفت و رشد کرد. این صنعت به دلیل بومی بودن و وابسته بودن به مهارت‌های دستی مانند دارقالی، ظرفیت زیادی برای توسعه دارد.

کشورهایی مانند بنگلادش، هند، چین و ترکیه با سرمایه‌گذاری‌های زیاد در صنعت نساجی، به تولیدات با کیفیت بالا و رقابتی دست یافته‌اند.

در حالی که ایران نیز سابقه طولانی در این صنعت دارد، اگر حمایت‌های مناسب از این بخش انجام شود، ایران می‌تواند جایگاه خوبی در بازارهای جهانی پیدا کند.

از آنجا که نساجی یک صنعت بومی و با ریشه‌های تاریخی در ایران است، با توجه به پتانسیل‌های داخلی می‌توان در این حوزه پیشرفت چشمگیری داشت.



۲. ایجاد وفاداری مشتری و تأثیر آن در بازاریابی

یکی از مهم‌ترین استراتژی‌ها در بازاریابی، افزایش رضایت مشتری است. اگر ما بتوانیم چیزی بیشتر از حد انتظارات مشتری به او بدهیم، او به یک مشتری وفادار تبدیل می‌شود که باز هم از ما خرید خواهد کرد.

در بازارهای نوین، زمانی که مشتری به طور مداوم از شما خرید کند، می‌توان او را به نوعی شریکی برای کسب‌وکار و حتی سهامدار آن شرکت دانست.

این وفاداری مشتری در بلندمدت باعث رشد کسب‌وکار و پایدار شدن آن می‌شود. بنابراین، هدف باید این باشد که

۴. پیشنهادات برای ارتقای صنعت نساجی

حمایت‌های دولتی:

برای رشد این صنعت در کشور، نیاز است که حمایت‌های دولتی به‌ویژه در زمینه تحقیق و توسعه، آموزش نیروی کار و تجهیز واحدهای تولیدی افزایش یابد.

بهبود فرآیندهای تولید:

استفاده از تکنولوژی‌های نوین در تولید و طراحی

می‌تواند به رقابتی‌تر شدن محصولات کمک کند.

ایجاد بازارهای صادراتی جدید:

با توجه به تجربه موفق کشورهای دیگر در صنعت نساجی، ایران می‌تواند با توسعه بازارهای جدید (به‌ویژه در کشورهای همسایه و آسیا) رشد چشمگیری در این حوزه داشته باشد.

۵. نتیجه‌گیری:

در نهایت، برای موفقیت در صنعت فرش و نساجی ایران، نیاز به بازنگری در استراتژی‌های موجود داریم.

با توجه به چالش‌ها و فرصت‌های موجود، سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، ایجاد وفاداری مشتری و حمایت از صنعت نساجی می‌تواند ایران را به یک قطب تولید و صادرات در این زمینه تبدیل کند.



شرکت

آراد نساج

اصفهان



Arad nassaj co .

نماینده رسمی شرکت تماک ترکیه

تولید کننده انواع شیطانک

نماینده رسمی شرکت فورمک ترکیه

سازنده انواع ماشین آلات رنگریزی الیاف، نخ و اتوکلاو

نماینده رسمی شرکت روتکس ترکیه

دفتر مرکزی استانبول

مشاوره / طراحی / محاسبه و اجرا

واردات به روز ترین ماشین آلات نساجی نو و دست دوم

ساخت و واردات کلیه قطعات نساجی

دفتر مرکزی ایران

اصفهان/خیابان امام خمینی
کوچه 79، مجتمع اداری تجاری کوروش
طبقه سوم، واحد 5

03133327240

+989139286721

مهندس علی سعیدی (مدیر عامل)

+989136862411

مهندس حسین صابری (مدیر بازرگانی)

دفتر مرکزی استانبول

ORUCREIS MAH.

MAHMUTPASA CAD.

GIYIM KENT B1NO.16

+905386553899

مهندس بهنام الهیاری

ROTEKS

TEKSTİL SANAYİ TİCARET İTHALAT İHRACAT
LIMITED ŞİRKETİ

TEMAK

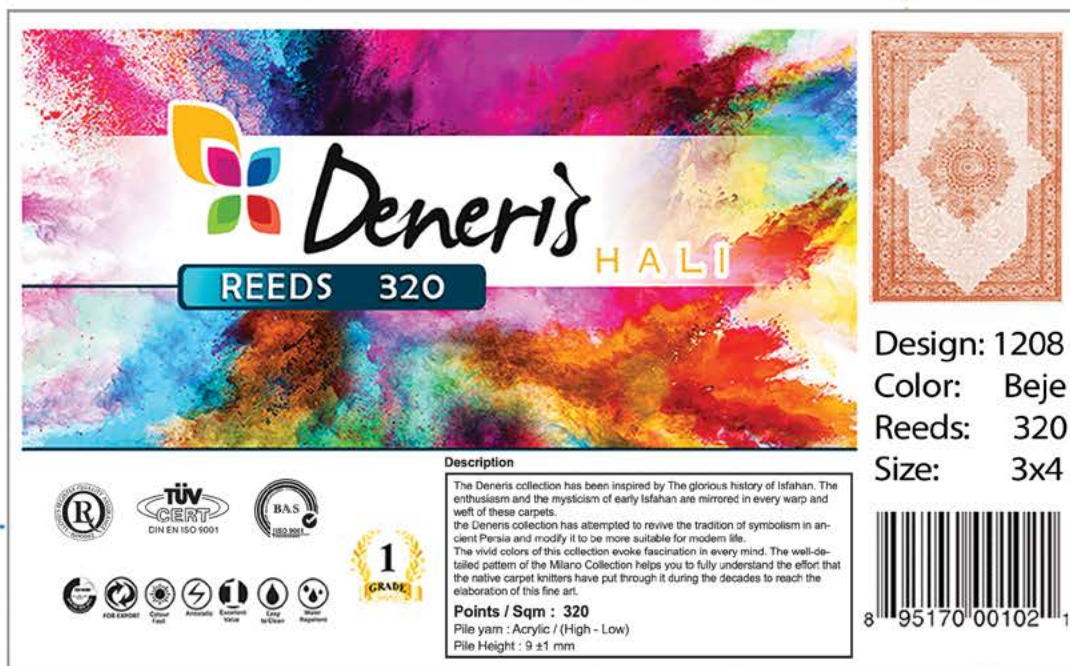


FORMAK

THE REVOLUTION OF PRINTING

High-Volume Inkjet Label Printer

چاپ نقشه فرش



چاپ اطلاعات

Design: 1208
Color: Beje
Reeds: 320
Size: 3x4



چاپ به میزان
مورد نیاز

چاپ بارکد



- چاپ اتیکت به میزان مورد نیاز
- تنوع طرح و رنگ و اندازه
- چاپ مستقیم بارکد و نقشه فرش
- چاپ ۲۰۰۰ عدد اتیکت در هر ساعت
- چاپ کاتالوگ

تهران

P. O. Box. 22286 Ajman, U.A.E.

تلفن: (+98)21-88174715

No 2/14, First Malek Abasabad bazaar,
Tehran, Iran. Satin Etiket
Postal Code: 1163734785

موبایل: (+98)912-5430519
www.satinetiket.com

SATIN
etiket



تولیدکنندگان ایرانی در پی تخریب یکدیگر هستند

آقای مجید صبحی مدیریت فروشگاه های فرش
ماشینی MAJID HOME

نمایشگاه امسال نسبت به سال گذشته پیشرفت چشمگیری داشت. با وجود برخی کمبودها، کیفیت برگزاری بهتر بود و می‌توان گفت ترک‌ها در سازمان‌دهی این رویداد موفق‌تر عمل کردند. مجید صبحی در این خصوص اشاره کرد که «با وجود چالش‌ها، تلاش‌های بسیار زیادی برای بهبود نمایشگاه صورت گرفت و بسیاری از مشکلات سال‌های گذشته، امسال به بهترین شکل ممکن مدیریت شد.»

برخی کمبودها وجود داشته باشد، اما امسال وضعیت غرفه‌های ایرانی هم نسبت به سال قبل بهبود یافته است.

با این حال، همچنان نیاز است تا در نمایشگاه‌های آینده برای رقابت با کشورهای دیگر از جمله دبی و آلمان تلاش بیشتری کنیم.

اهمیت حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی

ما باید با حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی مانند دمو تکس دبی یا نمایشگاه‌های اروپا، جایگاه خود را در بازار جهانی تقویت کنیم.

سال گذشته از برخی موارد گلایه داشتیم، اما امسال شاهد تعامل و تلاش بیشتری از سوی برگزارکنندگان بودیم.

مثلاً در سالن ۸، دری جداگانه برای ورود و خروج باز شده بود، اما این تغییر چندان به نفع بازدیدکنندگان و غرفه‌داران نبود، چرا که روز اول در طول ساعات طولانی (از ۸ صبح تا ۶ عصر) بازدیدکننده‌ای از آن در وارد نشد.

در کل، نمایشگاه امسال شلوغ‌تر و بهتر بود. سال گذشته که اولین دوره نمایشگاه بود، طبیعی بود که

بسیاری از تولیدکنندگان داخلی همچنان طرح‌های قدیمی را عرضه می‌کنند و انتظار دارند که در بازارهای بین‌المللی رقابت کنند، اما این طرز فکر به جایی نمی‌رسد.

به عنوان نمونه، ترک‌ها بازار اروپا را به خوبی در دست گرفته‌اند و با نوآوری و استفاده از طراحان حرفه‌ای، پیشرفت‌های بزرگی داشته‌اند.

در مقابل، تولیدکنندگان ایرانی بیشتر مشغول رقابت‌های ناسالم و شکستن قیمت‌ها هستند.

این رفتارها نه تنها به بازار ما آسیب می‌زند، بلکه موجب از دست دادن نیروهای متخصص نیز می‌شود.

چالش اتحاد در صنعت فرش ایران

یکی از مشکلات اصلی تولیدکنندگان ایرانی، عدم همکاری و اتحاد است.

تلاش‌هایی مانند تشکیل کنسرسیوم‌ها معمولاً به نتیجه نمی‌رسد، چرا که بسیاری از افراد فکر می‌کنند تنها خودشان بهترین تصمیم‌ها را

می‌گیرند.

این نوع تفکر باعث شده است که ما از رقبای خارجی عقب بمانیم.

چالش‌های تولیدکنندگان ایرانی در صنعت فرش؛ از مدیریت تا رقابت بین‌المللی

یکی از مشکلات عمده در صنعت فرش ایران، ناتوانی در مدیریت مناسب و دیدگاه کوتاه‌مدت بسیاری از تولیدکنندگان است.

بسیاری از کارمندان و طراحان از این وضعیت گلایه دارند.





تأخیر در پرداخت حقوق، نبود انگیزه برای پیشرفت، و عدم سرمایه‌گذاری درست از مشکلاتی است که مانع رشد صنعت شده است. در مقابل، ترک‌ها با سرمایه‌گذاری بلندمدت و تمرکز بر تبلیغات و بازاریابی بین‌المللی، جایگاه خود را تثبیت کرده‌اند.

این نشان‌دهنده نبود ارتباطات موثر با اتحادیه اروپا و ضعف سیاست‌گذاری در این حوزه است.

با این حال، مسئولیت‌های مربوط به تولید و فناوری بر عهده تولیدکنندگان است و نمی‌توان همه مشکلات را به دیپلماسی نسبت داد.

تفاوت در نگرش ترک‌ها و ایرانی‌ها

تفاوت در نگرش و برنامه‌ریزی میان ترک‌ها و ایرانی‌ها بسیار مشهود است. ترک‌ها به کیفیت محصولات، متریال و ارائه گارانتی اهمیت می‌دهند و همواره روی محصولات خود تمرکز می‌کنند.

در مقابل، برخی غرفه‌داران ایرانی به جای تمرکز بر محصولات، بیشتر به مسائل جانبی و غیرمرتبط می‌پردازند.

آن‌ها حدود ۷۰ درصد از بودجه خود را صرف تبلیغات می‌کنند و در کشورهای مختلف، مانند آلمان، اتریش و بلژیک، دفاتر پخش و بازاریابی تأسیس کرده‌اند.

این در حالی است که بسیاری از تولیدکنندگان ایرانی حتی از راه‌اندازی یک دفتر در اروپا هم ناتوان بوده‌اند و همچنان از پشت میزهای خود در کاشان تلاش می‌کنند بازارهای جهانی را مدیریت کنند.

دیپلماسی ضعیف و تأثیر آن بر صادرات فرش

یکی از عوامل محدودکننده در صنعت فرش ایران، دیپلماسی ضعیف کشور است. به‌عنوان مثال، من شخصاً هنگام تجارت با ترکیه نیازی به پرداخت گمرک ندارم، اما در تجارت با ایران باید ۸ درصد گمرک پرداخت کنم.

به عنوان مثال، بسیاری از غرفه‌داران ایرانی به جای معرفی محصولات، وقت خود را صرف بحث‌های بی‌اهمیت می‌کنند.



نتیجه‌گیری:

برای رقابت با ترک‌ها و دیگر رقبای بین‌المللی، تولیدکنندگان ایرانی باید نگاه خود را به بازار جهانی تغییر دهند.

سرمایه‌گذاری بلندمدت، استفاده از فناوری‌های نوین، ایجاد دفاتر بازاریابی در اروپا و تمرکز بر کیفیت محصولات، از اقدامات ضروری برای موفقیت در این عرصه است.

همچنین، لازم است تولیدکنندگان اخلاق حرفه‌ای را رعایت کنند و به جای رقابت ناسالم، با اتحاد و همکاری جایگاه ایران را در بازارهای جهانی تقویت کنند.

این در حالی است که ترک‌ها با استراتژی مشخص و تمرکز بر نیازهای بازار، پیشرفت کرده‌اند.

چالش‌های اخلاقی و رقابت ناسالم

از سوی دیگر، برخی تولیدکنندگان ایرانی رفتارهای غیرحرفه‌ای و رقابت‌های ناسالم دارند.

تولیدکننده‌ای که میلیاردها تومان برای غرفه‌داری هزینه کرده، باید بتواند بازده مناسبی داشته باشد.

اما برخی افراد بدون داشتن غرفه، با چند نمونه کوچک وارد نمایشگاه می‌شوند و بازاریابی می‌کنند، که این رفتارها از نظر اخلاقی و حرفه‌ای دزدی محسوب می‌شود.



**OEKO
TEX®**

استانداردهای بین المللی نساجی

OEKO-TEX® STANDARDS

**OEKO
TEX®**

**ORGANIC
COTTON**

**OEKO
TEX®**

**MADE IN
GREEN**

**OEKO
TEX®**

**STANDARD
100**

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



۰۲۱-۴۷۶۲۳۲۳۳



ehsan.ekrami@oeti.biz



oeko-tex.com



استاندارد های تخصصی و صادراتی فرش ماشینی

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

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



۰۰۹۸-۹۱۳۰۲۴۸۰۶۷



ehsan.ekrami@oeti.biz



www.oeti.biz



افزایش جایگاه برندهای پوشاک ترکیه در بازار جهانی پس از ۲۰۳۰

رمضان کایا، رئیس مشترک انجمن تولیدکنندگان پوشاک ترکیه (TGSD) اظهار داشت که پوشاک از جمله صنایع پیشرو کشور با ارزش اقتصادی ایجاد شده و سهم آن در اشتغال است و پیش‌بینی خود را برای سال ۲۰۳۰ و پس از آن به اشتراک گذاشت.

بیشتری در اروپا و آمریکا خواهیم بود.

وی با اشاره به اینکه در ۳ تا ۶ ماه اول سال ۲۰۲۴ هم به دلیل شرایط اقتصادی اروپا و هم به دلیل جنگ‌ها، روند کاهشی رخ داده است، گفت: در سه ماهه سوم سال کمی عادی‌سازی شده و پیشرفت‌هایی در این زمینه داشته‌اند.

کایا در بیانیه‌ای به AA گفت: «پیش‌بینی من این است که برندهای بسیار جدی از ترکیه به‌ویژه در سال ۲۰۳۰ و پس از آن ظهور خواهند کرد. در حال حاضر، ما می‌گوییم "مارک داریم" اما بیشتر محلی می‌مانیم.

اما پس از سال ۲۰۳۰، ما شاهد برندهای محلی

سال جاری را در صادرات پوشاک جهانی ارزیابی می کنیم، تقریباً ۴ تا ۵ درصد کاهش می یابد. زمانی که به پایان سال برسیم با ضرر ۴ تا ۵ درصدی بر مبنای گردش مالی مواجه خواهیم شد.

اما در کنار این وضعیت مبتنی بر گردش مالی، البته سودآوری و اشتغال نیز مهم است. نقشه راه و فرآیندهایی که در پی می آیند مهم هستند.

لازم است در راستای درخواست‌ها و خواسته‌های مشتریان، آنچه انجام می‌شود و تجربه‌های ما به‌ویژه در سال ۲۰۲۵ دوباره ارزیابی شود.»

کایا با بیان اینکه حدود ۶۰۰ هزار کارگر در صنعت پوشاک مشغول به کار هستند و این تعداد در نساجی به یک میلیون نفر رسیده است، گفت: این صنعت در ۱۱ ماهه امسال ۱۶.۷ میلیارد دلار صادرات داشته است و پیش بینی می‌شود که این میزان افزایش یابد. سال را با ۱۸ میلیارد دلار ببندیم.

ممکن است حجم معاملات در سال ۲۰۲۵ ۵ درصد کاهش یابد



سه ماهه آخری گفت: با توجه به عادی شدن تورم در اروپا و پیدایش دسترسی به پول، تقاضای ناگهانی با اشتهای خرج خانوارها به وجود آمد.

رمضان کایا با اشاره به اینکه این صنعت سالانه ۳۳.۶ میلیارد دلار تولید دارد، خاطرنشان کرد: صنعت پوشاک با ارزش اقتصادی که ایجاد می‌کند و سهمی که در اشتغال دارد جزو صنایع پیشرو کشورمان است.

ترکیه که دارای زنجیره تامین گسترده‌ای از پنبه تا محصول نهایی با امکانات کاملاً یکپارچه خود است، پنجمین کشور بزرگ جهان است که در آن انواع پوشاک تولید می‌شود.

این صنعت تا پایان سال ۲۰۲۳ به حجم کل فروش ۸۵.۲ میلیارد دلاری رسید که شامل صادرات، فروش بازار داخلی، هزینه‌های توریستی و صادرات پوشاک همراه با مسافر است که به تجارت چمدانی نیز معروف است. حجم فروش در ۱۱ ماهه سال ۲۰۲۴ تقریباً ۸۲ میلیارد دلار بوده است.

وی با بیان اینکه پیش‌بینی می‌کردند این صنعت سال را با کسری ۴ تا ۵ درصدی به پایان برساند، گفت: زمانی که کل

مالی.

"بازار اتحادیه اروپا دوباره در دوره آینده برجسته خواهد شد"

رمضان کایا با بیان اینکه تقریباً ۶۰ درصد صادرات این صنعت به کشورهای اتحادیه اروپا، ۴ تا ۵ درصد به آمریکا و مابقی به روسیه، خاورمیانه و سایر کشورهای اروپایی صورت می‌گیرد، گفت: صادرات این صنعت به کشورهای اتحادیه اروپا و ۴ تا ۵ درصد به آمریکا انجام می‌شود.

ما در تلاش هستیم تا با تغییر تنوع محصول با کیفیت پایدار، ارزش و ارزش افزوده ایجاد کنیم.

بنابراین، ما در حال تلاش برای افزایش قیمت واحد هستیم. اتحادیه اروپا دوباره در دوره آینده برجسته خواهد بود.

رمضان کایا در خصوص کاهش اشتغال در این صنعت اعلام کرد: «این در واقع یک نقطه طبیعی است که ما با کاهش اشتغال به آن رسیده‌ایم.

وقتی به سال ۲۰۲۵ نگاه می‌کنیم، آیا شاهد افزایش اشتغال خواهیم بود؟ نمی‌کنیم، نمی‌توانیم.

ما با این ارقام، این اعداد، این افراد، این گردش مالی به راه خود ادامه خواهیم داد. حتی ممکن است در سال آینده شاهد کاهش ۵ درصدی باشیم.

از این به بعد باید روی افزایش میانگین قیمت واحد کار کرد نه افزایش اشتغال یا گردش



RAAHI
TEXTILE STUDIO

طراحی تخصصی چاپ پارچه

Raahi Textile Design Studio

راحیل پروانه وار

طراحی چاپ:

سیلک اسکرین



روتاری



دیجیتال



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

فرایند طراحی حرفه ای؛

گام نخست تولید متمایز و پیشرو !

• تحلیل و بررسی روند بازار

• پیشرو و همگام با ترندهای جهانی

• مشاوره سبک طراحی و چاپ

• طراحی کلکسیونهای اختصاصی

• طراحی سفارشی مبتنی به نیاز مشتری

• ایجاد پالت رنگی تخصصی

• استفاده از تکنیکهای هنری

• استفاده از نرم افزارهای به روز

• فیلم سازی و تفکیک رنگ

استودیو تخصصی طراحی چاپ پارچه "راحی"

• ۱۸ سال سابقه فعالیت حرفه ای در صنعت نساجی

• همکاری با تولیدکنندگان پارچه و پوشاک

• آموزش حرفه ای تیم های طراحی

• همکاری با دانشگاه های معتبر کشور

09127942665

@Raahistudio

@Rparvane

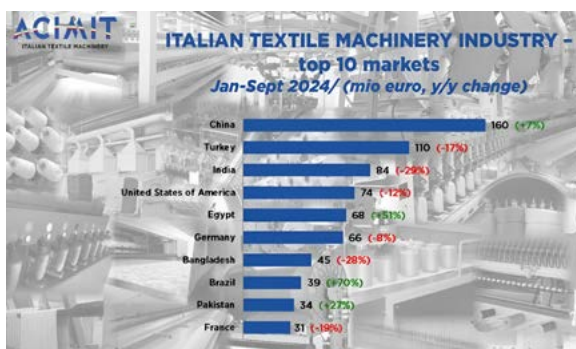
✉ texstudioraahi@gmail.com

کاهش ۱۲ درصدی صادرات ماشین آلات نساجی ایتالیا در ۹ ماهه اول ۲۰۲۴



براساس گزارش‌های منتشرشده، صادرات ماشین‌آلات نساجی ایتالیا در ۹ ماهه نخست سال ۲۰۲۴ نسبت به مدت مشابه سال ۲۰۲۳ با کاهش ۱۲ درصدی مواجه شده و ارزش آن به ۱۱۶۷ میلیون یورو رسیده است. در همین بازه زمانی، واردات ماشین‌آلات نساجی نیز با کاهش ۲۲ درصدی به ۲۷۳ میلیون یورو رسید.

و فرصت‌های پیش روی صنعت ماشین‌آلات نساجی ایتالیاست.



چین همچنان به‌عنوان بازار اصلی ماشین‌آلات نساجی ایتالیا شناخته می‌شود. صادرات به این کشور از ژانویه تا سپتامبر ۲۰۲۴ رشد ۷ درصدی را نشان می‌دهد.

علاوه بر چین، صادرات ماشین‌آلات نساجی ایتالیا به کشورهای نظیر مصر، برزیل و پاکستان نیز روند افزایشی داشته است.

این آمار نشان‌دهنده تغییرات در بازارهای جهانی و چالش‌ها



افزایش ۲۰ درصدی صادرات ماشین آلات نساجی ترکیه در ۱۰ ماهه اول ۲۰۲۴

ترکیه (تِمَساد) که یک سازمان غیر دولتی است، در سال ۱۹۹۸ تأسیس شد و شامل تولیدکنندگان ماشین آلات نساجی، لوازم یدکی و مواد شیمیایی نساجی است.

این انجمن که بیشتر تولیدکنندگان داخلی را در بر می گیرد، در حال حاضر ۱۸۹ عضو دارد.

۶۱ شرکت از این تعداد (۳۳ درصد) تولیدکنندگان ماشین آلات رنگرزی و پایان کاری و ۳۲ شرکت (۱۷ درصد) تولیدکنندگان لوازم یدکی ماشین آلات نساجی هستند.

رئیس انجمن صنعت گران ماشین آلات نساجی ترکیه (تِمَساد)، آدل نالبانت، اعلام کرد: "بخش ما که در سال ۲۰۲۴ تنوع بازار را به دست آورد، توانست صادرات خود را افزایش دهد.

در ۱۰ ماهه اول سال ۲۰۲۴، صادرات ما ۲۰ درصد نسبت به سال گذشته افزایش یافت و به ۷۸۵ میلیون دلار رسید.

از جمله بازارهای هدفی که موجب این افزایش شده اند، مصر، روسیه و کشورهای آمریکای جنوبی برجسته هستند."

انجمن صنعت گران ماشین آلات و لوازم یدکی نساجی

صادرات این شرکت‌ها که ۸۵ درصد آنها صادرکننده هستند، در سال ۲۰۲۳ به ۸۳۰ میلیون دلار رسید. بر اساس داده‌های نیروی کار ترک‌استات، صنعت ماشین‌آلات نساجی ترکیه برای ۹۵۰۰ نفر اشتغال‌زایی کرده است.



دارد.

۲۲ عضو تِمَساد دارای مراکز تحقیق و توسعه (R&D) و ۴ عضو دارای مرکز طراحی هستند.

نالبانت در ادامه گفت: "در سال‌های اخیر، با توجه به مشکلاتی که جهان و کشور ما با آن مواجه بودند، بخش ماشین‌آلات نساجی نیز تحت تأثیر قرار گرفت.

تِمَساد در سال‌های اخیر همکاری‌های خود را با نمایندگان مهم بخش نساجی افزایش داده است و بنیان‌گذاری تعاملات مؤثر میان بخش‌های نساجی و ماشین‌آلات نساجی را پی‌ریزی کرده است.

بحران‌های جهانی از جمله بلایای طبیعی، جنگ‌ها و انقباض اقتصادی جهانی بر بخش ماشین‌آلات نساجی نیز تأثیر گذاشت.

این انجمن با ۱۹ سازمان و انجمن معادل در کشورهای مختلف مانند بنگلادش، هند، پاکستان، اندونزی، چین، ایران، ازبکستان، مصر، آمریکا، کره جنوبی، روسیه و لهستان همکاری

با این حال، در سال ۲۰۲۴، شرکت‌های ما با تمرکز بر صادرات، توانستند در بازارهای هدف خود نفوذ بیشتری داشته باشند و صادرات خود را افزایش دهند.

صادرات ما در ۱۰ ماهه اول ۲۰۲۴ به ۷۸۵ میلیون دلار رسید که نسبت به سال گذشته ۲۰ درصد افزایش داشت.

وی همچنین افزود: "در حالی که واردات در سال ۲۰۲۴ کاهش یافته و به ۱ میلیارد و ۲۵۰ میلیون دلار رسید، صادرات ما همچنان روندی رو به رشد داشته است.

کشورهای مصر، روسیه و کشورهای آمریکای جنوبی از جمله بازارهای هدفی بودند که سهم بزرگی در این افزایش صادرات داشتند."

نالبانت در بخش دیگری از سخنان خود به چالش‌های صنعت اشاره کرد و افزود: "مسائل مربوط به هزینه‌های تولید، دسترسی به منابع مالی و کمبود نیروی کار ماهر مشکلاتی هستند که بخش ماشین‌آلات نساجی با آن

مواجهه است.

در این راستا، مشکلاتی نظیر کاهش ظرفیت‌های تولید، سرمایه‌گذاری‌های جدید و نوسازی‌ها بر فروش داخلی ماشین‌آلات نساجی تأثیر منفی گذاشته است."

رئیس تِمَساد در پایان تأکید کرد: "تحولات سبز و پایداری همچنان یکی از محورهای اصلی برنامه‌های ما خواهد بود.

ما به همکاری‌های خود با سازمان‌های مختلف در داخل و خارج از کشور ادامه خواهیم داد تا به تحولات سبز در صنعت نساجی کمک کنیم و صادرات ماشین‌آلات با کیفیت به بازارهای جدید را تسهیل کنیم.





HINZA CHEMICAL

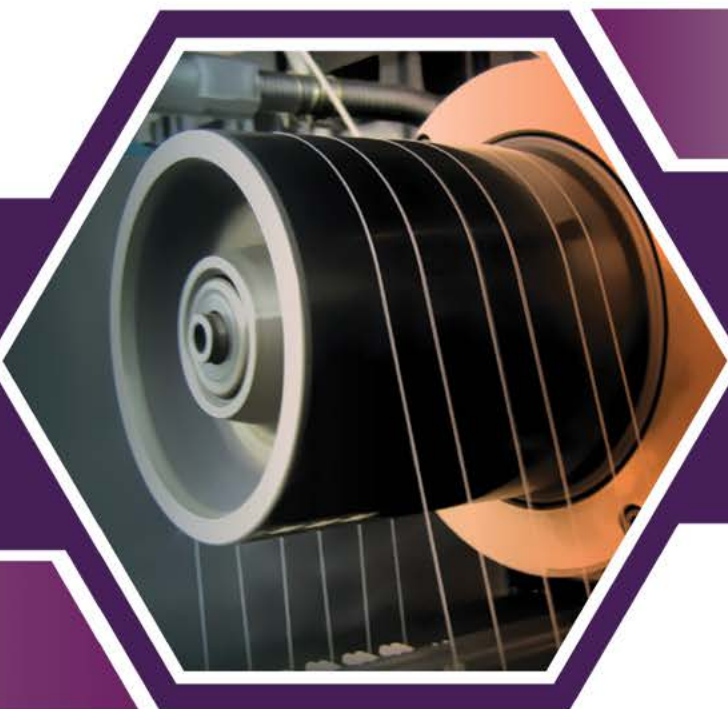
شرکت تولیدی و صنعتی هینزا شیمی

 hinzachemical

 hinza-chemical

 www.hinzachemical.com

تولید کننده انواع
روغن های اسپین فینیش



روغن اسپین فینیش مخصوص نخ POY

روغن اسپین فینیش مخصوص نخ BCF پلی استر

روغن اسپین فینیش مخصوص نخ BCF پلی پروپیلن

روغن اسپین فینیش مخصوص نخ CF برای مصرف گونی

روغن اسپین فینیش مخصوص موکت و لایه های پلی استر



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

☎ ۰۲۱-۸۸۵۴۲۵۴۹-۸۸۵۲۶۰۳۹



راهکار هوشمند فروش فرش برای کسب و کارهای پیشرو

مشکل شما:

چگونه محصولات متنوع فرش را به مشتریان معرفی کنیم؟

راه حل ما:

سرویس هوش مصنوعی تحلیل و پیشنهاد فرش



برای فروشگاه‌ها و برندهای فرش:

- تحلیل دقیق سبک دکوراسیون مشتریان با استفاده از هوش مصنوعی
- معرفی تخصصی فرش متناسب با فضای هر مشتری
- نمایش آنی فرش در محیط واقعی
- افزایش ضریب فروش با پیشنهادات هدفمند
- کاهش چشمگیر برگشت محصول

مزایای کلیدی:

- معرفی هوشمندانه کل کالکشن
- تجربه خرید شخصی‌سازی شده
- اتصال مستقیم مشتری با محصول

اولین سرویس تخصصی هوش مصنوعی در صنعت فرش



+98 937 018 0730



armogroup.tech



هوش مصنوعی و آینده خرید فرش: وقتی فناوری به کمک سنت می آید

فرش ایرانی، نمادی از هنر و فرهنگ ایران زمین، همواره جایگاهی ویژه در زندگی و خانه ایرانیان داشته است. این هنر اصیل، که هر تار و پودش روایتگر داستانی از فرهنگ و تمدن ماست، امروز با چالش‌های جدیدی در عرصه فروش و بازاریابی روبروست.

مشتریان معمولاً با سؤالات و نگرانی‌های متعددی روبرو هستند: آیا این فرش با دکوراسیون خانه‌ام هماهنگ خواهد بود؟ آیا رنگ‌هایش با مبلمان ست می‌شود؟ آیا در فضای خانه‌ام مناسب به نظر می‌رسد؟

فرآیند سنتی خرید فرش معمولاً شامل بازدید از چندین فروشگاه، صرف ساعت‌ها وقت برای دیدن طرح‌های مختلف، و در نهایت تصمیم‌گیری بر اساس حدس و گمان است.

در دنیای سریع و دیجیتال امروز، مشتریان به دنبال راه‌های آسان‌تر و مطمئن‌تر برای خرید فرش هستند. اما چگونه می‌توان این هنر سنتی را با نیازهای مدرن خریداران همگام کرد؟

چالش‌های سنتی خرید فرش

خرید فرش همیشه یکی از چالش‌برانگیزترین تصمیمات در دکوراسیون منزل بوده است.

هوش مصنوعی پیشرفته، این تصویر را با دقت تحلیل می‌کند و عناصر مختلف دکوراسیون را بررسی می‌کند.

- رنگ‌های غالب در فضا
- سبک دکوراسیون
- چیدمان مبلمان
- شرایط نوری محیط

پس از این تحلیل دقیق، سیستم از میان مجموعه فرش‌های موجود، گزینه‌هایی را که بیشترین هماهنگی را با فضای مورد نظر دارند، پیشنهاد می‌دهد.

اما کار به اینجا ختم نمی‌شود. با استفاده از فناوری واقعیت افزوده، مشتری می‌تواند هر یک از فرش‌های پیشنهادی را به صورت مجازی در فضای واقعی خانه‌اش ببیند.

حتی پس از خرید نیز، بسیاری از مشتریان با دیدن فرش در محیط خانه متوجه می‌شوند که انتخابشان مناسب نبوده است.

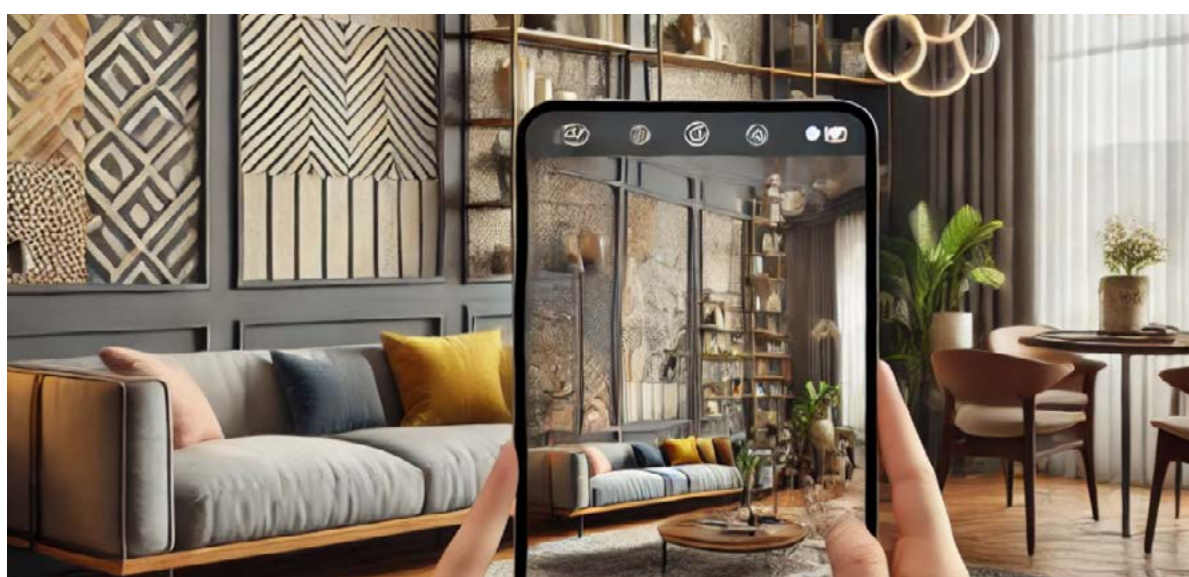
راه‌حل هوشمند: ترکیب هوش مصنوعی و واقعیت افزوده

امروز، با بهره‌گیری از قدرت هوش مصنوعی و واقعیت افزوده، یک راه‌حل نوآورانه برای این چالش‌های قدیمی ارائه شده است. این سیستم هوشمند با ترکیب دو فناوری پیشرفته، تجربه خرید فرش را به کلی متحول می‌کند.

نحوه کار این سیستم به این صورت است که مشتری تنها با گرفتن یک عکس از فضای خانه‌اش، فرآیند خرید را آغاز می‌کند.

شرکت آرمو، به عنوان پیشگام در ارائه راهکارهای هوشمند برای صنعت فرش، این فناوری نوآورانه را به بازار عرضه کرده است.

این شرکت که پیش از این با ارائه راهکارهای واقعیت افزوده شناخته می‌شد، اکنون با تلفیق هوش مصنوعی، گامی فراتر برداشته و خدمتی منحصر به فرد را به فروشندگان و خریداران فرش ارائه می‌دهد.



مزایا برای خریداران

این راه حل هوشمند مزایای متعددی برای خریداران دارد:

تصمیم‌گیری آگاهانه:

مشتریان دیگر مجبور نیستند بر اساس حدس و گمان تصمیم بگیرند. آن‌ها می‌توانند دقیقاً ببینند که فرش در فضای خانه‌شان چگونه به نظر خواهد رسید.

صرفه‌جویی در زمان:

دیگر نیازی به بازدید از چندین فروشگاه و صرف ساعت‌ها وقت برای انتخاب فرش نیست.

اطمینان از انتخاب:

با دیدن فرش در محیط واقعی خانه قبل از خرید، ریسک نارضایتی پس از خرید به حداقل می‌رسد.

پیشنهادهای شخصی‌سازی شده:

هوش مصنوعی با تحلیل سلیقه و فضای خانه هر مشتری، پیشنهادهای کاملاً شخصی‌سازی شده ارائه می‌دهد.

مزایا برای فروشندگان

فروشندگان فرش نیز از مزایای متعددی بهره‌مند می‌شوند:

افزایش فروش:

با ارائه تجربه خرید بهتر و کاهش تردید مشتریان، احتمال خرید افزایش می‌یابد.

کاهش مرجوعی:

با توجه به امکان مشاهده دقیق فرش در محیط واقعی قبل از خرید، میزان مرجوعی به حداقل می‌رسد.



نمایش کل کالکشن: امکان نمایش تمام محصولات بدون نیاز به فضای فیزیکی فراهم می‌شود.

مزیت رقابتی: استفاده از این فناوری پیشرفته، فروشندگان را از رقبا متمایز می‌کند.

نمونه‌های موفق و سناریوهای کاربردی

تصور کنید خانمی که به تازگی خانه‌اش را بازسازی کرده است، می‌خواهد فرشی متناسب با دکوراسیون جدید خریداری کند.

او تنها با گرفتن یک عکس از فضای نشیمن، فهرستی از فرش‌های مناسب دریافت می‌کند که هر کدام را می‌تواند به صورت مجازی در فضای خانه‌اش ببیند. حتی می‌تواند نظر خانواده و دوستانش را با به اشتراک گذاشتن تصاویر مجازی جلب کند.

یا فروشگاه‌ها را در نظر بگیرید که با استفاده از این فناوری توانسته میزان مرجوعی فرش‌هایش را تا ۴۰ درصد کاهش دهد، چرا که مشتریان قبل از خرید، تناسب فرش با فضای خانه‌شان را به خوبی بررسی کرده‌اند.



می‌توانید برای آشنایی بیشتر با خدمات هوشمند آرمو و نحوه پیاده‌سازی این فناوری در کسب و کار خود، با کارشناسان این شرکت تماس بگیرید.

تیم آرمو با تجربه موفق در ارائه راهکارهای دیجیتال به صنعت فرش، آماده است تا در این مسیر همراه شما باشد.

برای کسب اطلاعات بیشتر و مشاوره رایگان، می‌توانید از طریق وبسایت آرمو به آدرس armogroup.tech یا شماره تماس ۰۹۳۷۰۱۸۰۷۳۰ با آرمو در ارتباط باشید.



آینده خرید فرش

این فناوری تنها آغاز راه است. با پیشرفت هوش مصنوعی و واقعیت افزوده، می‌توان انتظار قابلیت‌های جدیدی را داشت:

- تحلیل عمیق‌تر سبک زندگی و سلیقه مشتریان
- پیش‌بینی روندهای آینده در طراحی دکوراسیون
- ارائه پیشنهادهای پویا بر اساس تغییرات فصلی و مناسبت‌ها

چگونه می‌توانید از این فناوری استفاده کنید؟
اگر صاحب فروشگاه یا نمایشگاه فرش هستید،

از نارضایتی در تهران تا رضایت در استانبول!



آقای دکتر حمیدرضا کتابچی مدیر صادرات شرکت
فرش کارپیتا

گزارش حضور در نمایشگاه استانبول با برند کارپیتا

نمایشگاه امسال استانبول، دومین سالی است که برند کارپیتا با افتخار در آن حضور دارد و غرفه‌ای با طراحی متمایز و جذاب ارائه کرده است.

یکی از نکات مثبت این نمایشگاه، مدیریت زمان و توجه به نیاز غرفه‌داران و بازدیدکنندگان بود. برخلاف تجربه ما در نمایشگاه‌های داخلی، در اینجا حتی پس از پایان زمان رسمی نمایشگاه، فرصتی برای ادامه تعامل با مشتریان فراهم بود.

امیدواریم برگزارکنندگان نمایشگاه‌های داخلی نیز با بهبود برنامه‌ریزی‌ها، فضایی مشابه ایجاد کنند تا رضایت بیشتری از تولیدکنندگان و بازدیدکنندگان جلب شود.

خوشبختانه کیفیت برگزاری این دوره از نمایشگاه نسبت به سال گذشته به شکل قابل توجهی بهبود یافته و بازدیدکنندگان بیشتری از غرفه‌ها استقبال کرده‌اند.

تا پایان روز دوم و ابتدای روز سوم نمایشگاه، شاهد افزایش چشمگیر تعداد بازدیدکنندگان و مشارکت‌کنندگان نسبت به سال گذشته بوده‌ایم.

این استقبال به‌ویژه در غرفه ما محسوس بود و نشان‌دهنده تأثیر مثبت برنامه‌ریزی منظم و تدابیر بهتر برگزارکنندگان نمایشگاه استانبول است.



معرفی محصولات جدید و استقبال مشتریان

در این نمایشگاه، ما از کلکسیون جدیدی رونمایی کردیم که شامل پالت‌های رنگی تازه در محصولات تمام ابریشم بود.

با توجه به استقبال گسترده از محصولاتمان، امیدواریم که بتوانیم از طریق این نمایشگاه گام‌های موثری در جهت توسعه صادرات برداریم.

برنامه‌ریزی ما این است که صادرات به کشورهای هدف را افزایش داده و به اهداف استراتژیک خود در این زمینه نزدیک‌تر شویم.

حضور در نمایشگاه استانبول، تجربه‌ای ارزشمند و الهام‌بخش بود و امیدواریم این روند مثبت، الگویی برای سایر نمایشگاه‌ها، به‌ویژه در ایران، باشد.

استقبال گرم مشتریان از این محصولات نشان داد که تمرکز ما بر تولید فرش‌های خاص و تخصصی تمام ابریشم و پشم ابریشم، تصمیم درستی بوده است.

با حذف محصولات اکرولیک و تمرکز بر تولید فرش‌های ۱۵۰۰ شانه تمام ابریشم و پشم ابریشم، موفق شده‌ایم توجه مشتریان بیشتری را جلب کنیم. بازخوردهای مثبت بازدیدکنندگان گواهی بر این موضوع است.

نگاه به آینده و توسعه صادرات



شرکت فرش شاهکار آریایی (کارپیتا)

CARPITA

MANUFACTURER OF SILK AND WOOL CARPETS



تولید کننده فرش های ابریشمی
و پشم ابریشم دستبافت گونه

مدیریت فروش و بازرگانی بین الملل

دکتر حمید رضا کتابچی

whatsapp: +989991550295

Cell phone: +989128190295

+98 315 4750878

WWW.CARPITA.CO

+98 912 819 0295

INFO@CARPITA.CO

CARPITA.IR

Aryaei carpet (carpita) ,kargar Blvd ,Soleiman
sobahi industrial zone.Aran & Bidgol,Kashan,Iran



Ibiza

CARPET

sense of distinction



فرش های خاص ایبیزا
“حس تمایز”



ibiza.carpet



www.ibizacarpets.ir



بازار استانبول امسال سردتر از همیشه!

**آقای مسعود برهمن مدیر صادرات شرکت
فرش محتشم**

مجموعه بزرگ فرش محتشم برای دومین سال متوالی در نمایشگاه فرش استانبول شرکت کرده است. متأسفانه، امسال به‌ویژه در روز دوم نمایشگاه، با کاهش چشمگیر تعداد بازدیدکنندگان و مشتریان مواجه شده‌ایم و شرایط نسبت به سال گذشته ضعیف‌تر بوده است.

امیدواریم که در روزهای باقی‌مانده وضعیت بهتر شود و تعداد بازدیدکنندگان افزایش یابد.

مشکلات اقتصادی و هزینه‌های بالای برگزاری نمایشگاه

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها، هزینه‌های سنگین برگزاری نمایشگاه است که برای شرکت‌های ایرانی بسیار فشار وارد می‌کند.

در حالی که هدف اصلی از شرکت در نمایشگاه‌ها جذب سفارشات بیشتر و تقویت فروش است، اما در استانبول امسال این روند به‌طور چشمگیری ضعیف‌تر از سال‌های گذشته بوده است.

سال گذشته هم از نظر تعداد بازدیدکنندگان و هم از نظر کیفیت تعاملات با مشتریان، نمایشگاه تجربه‌ای بهتر بود و منجر به خریدهای قابل توجهی شد، اما امسال هنوز چنین اثری مشاهده نمی‌شود.

چالش‌های برگزاری نمایشگاه در استانبول

یکی از مسائلی که امسال در نمایشگاه استانبول با آن مواجه هستیم، اختصاص سالن‌ها و غرفه‌ها به شرکت‌های ایرانی است که از نظر خدمات بسیار ضعیف بوده و این می‌تواند تأثیر منفی در حضور شرکت‌های ایرانی در نمایشگاه داشته باشد.



دلایل مختلفی برای این وضعیت وجود دارد؛ از جمله تعطیلات ژانویه و کریسمس، تورم‌های بالا در کشورهای مختلف، و کاهش حجم خرید از سوی شرکت‌های ایرانی در مقایسه با رقبا که قیمت‌های بسیار پایین‌تری دارند و هزینه‌های کمتری برای تولید پرداخت می‌کنند.

موانع در مبادلات ارزی و مالی

یکی دیگر از مشکلاتی که در حال حاضر با آن دست و پنجه نرم می‌کنیم، مسائل مربوط به مبادلات ارزی و مشکلات در دریافت پول از کشورهای مختلف است.

متأسفانه، در برخی موارد پول‌های دریافتی از مشتریان به حساب‌های ما در امارات برگشت می‌خورد و مشکلات ارزی به دلیل تحریم‌ها باعث می‌شود که تراکنش‌های مالی با کندی و پیچیدگی‌های زیادی روبه‌رو شود.

چالش‌های بازار داخلی و رقابت قیمتی

بازار داخلی ایران نیز دچار رکود شده است که این امر بر فروش و همچنین بازگشت سرمایه تاثیر منفی گذاشته است.

در چنین شرایطی، بسیاری از شرکت‌ها وارد رقابت قیمتی

می‌شوند، و برای موفقیت در این رقابت باید هزینه‌ها را کاهش داد و بهره‌وری را افزایش داد. با این حال، این وضعیت زمانی که هزینه‌های تولید بالاتر می‌رود، تبدیل به یک چالش بزرگ می‌شود.

با وجود تمام مشکلات و چالش‌ها، ما همچنان به حضور در نمایشگاه‌ها ادامه می‌دهیم و امیدواریم که با تلاش بیشتر و برنامه‌ریزی‌های دقیق‌تر، بتوانیم از این مشکلات عبور کرده و در مسیر صادرات و تولید موفق‌تر از گذشته عمل کنیم.

چالش‌های اضافی هزینه‌ها و مشکلات صادرات

یکی دیگر از مسائلی که به شدت شرکت‌ها را در مسیر صادرات تحت فشار قرار می‌دهد، هزینه‌های سنگین و دوباره‌کاری‌های ناشی از مشکلات پولی است.

هزینه‌های برگزاری نمایشگاه و چالش‌هایی که در زمینه مرادوات مالی بین کشورها وجود دارد، باعث می‌شود که هزینه‌های تمام‌شده برای شرکت‌های صادرکننده بیشتر از آنچه که در ابتدا پیش‌بینی می‌شد، بالا برود.

این مسائل نه تنها فشار اقتصادی بر شرکت‌ها وارد می‌کند، بلکه مسیر صادرات را هم دشوارتر می‌سازد.



تجاری می‌شود.

توقعات از مشوق‌های صادراتی و حمایت‌های دولتی

امید ما در چنین شرایطی این است که حضور در نمایشگاه‌ها بتواند فرصتی برای جلب نظر مشتریان و بازخورد مثبت باشد.

اما متأسفانه، با توجه به مشکلات متعدد، نمایشگاه‌ها هم به همان اندازه که می‌توانند فرصتی برای رشد و توسعه صادرات باشند، با چالش‌های بسیاری روبه‌رو هستند.

نتیجه‌گیری: مشکلات و چالش‌های باقی‌مانده در نهایت، با وجود تلاش‌های مستمر برای پیشبرد اهداف صادراتی، مشکلاتی همچنان وجود دارند که مسیر را برای شرکت‌ها دشوارتر می‌سازند.

هزینه‌های بالا، کاهش بازدیدکنندگان، تورم‌های بین‌المللی و مشکلات در فرآیندهای مالی، همگی عواملی هستند که مانع از تحقق اهداف تجاری و صادراتی ما می‌شوند.

در این شرایط، ما امیدواریم که در آینده بتوانیم شاهد بهبود شرایط باشیم و موفقیت‌های بیشتری در صادرات فرش ایران به دست آوریم.

در این شرایط، انتظار می‌رود که حمایت‌های دولتی در راستای صادرات بیشتر و عملی‌تر باشد.

اگرچه مشوق‌های صادراتی و تخفیفات دولتی خواسته ما نیست، حداقل انتظار داریم که در فرآیند صادرات، با آزادی عمل بیشتری روبه‌رو شویم.

اما متأسفانه در مسیر صادرات با مشکلاتی مانند رفع تعهد ارزی روبه‌رو هستیم. یعنی برای انجام معاملات ارزی، مجبور می‌شویم که پول‌هایی که از فروش محصولات به دست آورده‌ایم، دوباره به کشور بازگردانیم، که این کار فرآیند صادرات را پیچیده‌تر و زمان‌بر می‌کند.

مشکلات تکراری و چالش‌های مداوم

این مشکلات شاید برای افرادی که در این حوزه فعالیت نمی‌کنند، خسته‌کننده و تکراری به نظر برسد، اما حقیقت این است که ما به صورت روزانه با این چالش‌ها روبه‌رو هستیم.

مشکلاتی که مانع از انجام بهتر و راحت‌تر فعالیت‌های صادراتی و

garment TECH

istanbul

GARMENT, EMBROIDERY MACHINES
SPARE PARTS AND SUB-INDUSTRY EXHIBITION

25-28
June 2025

ISTANBUL EXPO CENTER

www.garmenttech.com.tr



**ONLINE
INVITATION**

Scan the QR Code
for more information



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



"This Fair is organized with the audit of TOBB (The Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey) in accordance with the Law No.5174"



چالش‌های صنعت نساجی اروپا در میانه تحولات جهانی و منطقه‌ای

حجم منسوجات دست دوم مبادله‌شده بین کشورهای اتحادیه اروپا و خارج از آن از ۴۶۴،۹۹۳ تن در سال ۲۰۲۲ به ۴۳۰،۱۸۵ تن در سال ۲۰۲۳ کاهش یافت.

کاهش قیمت پوشاک دست دوم و افزایش هزینه‌های جمع‌آوری، تفکیک و بازیافت، فشار مالی زیادی را به اپراتورهای این صنعت وارد کرده است.

سیاست‌هایی نظیر کاهش مالیات بر ارزش افزوده برای تعمیر و بازیافت منسوجات و وضع مالیات بر مواد نفتی بکر برای کاهش وابستگی به مواد اولیه نو پیشنهاد شده‌اند.

صنعت نساجی و ماشین‌آلات در کشورهای فرانسه، آلمان، ایتالیا و اسپانیا با چالش‌های منحصربه‌فردی مواجه هستند، در حالی که پایداری محیط زیست به یکی از موضوعات اصلی تبدیل شده است.

به‌ویژه، صنعت بازیافت منسوجات در اتحادیه اروپا تحت فشار شدیدی قرار دارد که ناشی از مازاد عرضه پوشاک دست دوم و کاهش تقاضا در بازارهای صادراتی سنتی است.

این بحران به دلیل جنگ اوکراین، مشکلات لجستیکی در آفریقا و افزایش مد فوق سریع تشدید شده است.

فرانسه: ثبات در میان نگرانی‌های اقتصادی

رشد اقتصادی فرانسه در سال ۲۰۲۵ به میزان ۱.۳ درصد پیش‌بینی شده است، پس از رشد ۰.۹ درصدی در سال ۲۰۲۴. پیش‌بینی می‌شود که تورم تا اواسط سال ۲۰۲۵ به ۲.۳ درصد برسد و تثبیت شود.

با این حال، تفرقه سیاسی و ریسک‌های خارجی، مانند تنش‌های ژئوپلیتیکی، چالش‌هایی را ایجاد کرده‌اند.

در ماه ژوئن ۲۰۲۴، قیمت مصرف‌کننده در فرانسه به میزان ۰.۱ درصد نسبت به ماه قبل افزایش یافت، در حالی که قیمت پوشاک و کفش ۰.۴ درصد افزایش داشت.

واردات پوشاک از کامبوج در بازه زمانی ژانویه تا آوریل ۲۰۲۴ به ۲۸۰.۵ میلیون دلار رسید و کامبوج در جایگاه نهمین تأمین‌کننده بزرگ پوشاک فرانسه قرار گرفت.

آلمان: توازن بین تجارت و پایداری

آلمان در سال ۲۰۲۴ با رشد تجارت ثابت به دلیل کاهش سفارشات مواجه شد، اگرچه بازارهای داخلی مد رونق داشتند. صادرات منسوجات صنعتی آلمان در نیمه اول سال ۲۰۲۴ به ۱.۳۹۸ میلیارد دلار رسید و واردات آن ۶۴۲.۹ میلیون دلار بود. ایالات متحده همچنان بزرگ‌ترین مقصد صادرات و چین بزرگ‌ترین تأمین‌کننده باقی ماندند.

کاهش سفارشات فشار زیادی بر شرکت‌های آلمانی وارد کرده است، به طوری که ۵۷.۷ درصد از تولیدکنندگان نساجی در اکتبر ۲۰۲۴ کمبود سفارش را گزارش کردند.

برای رفع این چالش، آلمان در ماه مه ۲۰۲۴ دستورالعمل‌های جدیدی برای خرید پایدار منسوجات معرفی کرد. این دستورالعمل‌ها بر معیارهای زیست‌محیطی و اجتماعی تأکید دارند و هدف دارند تا سال ۲۰۲۶ حداقل ۵۰ درصد از خریدهای دولتی منسوجات بر اساس این معیارها انجام شود.

ایتالیا: کاهش تقاضا برای ماشین‌آلات و صادرات



ایتالیا در سال ۲۰۲۴ با کاهش سفارشات ماشین‌آلات نساجی و افت جزئی صادرات مواجه شد. صادرات منسوجات در ماه جولای ۲۰۲۴ به میزان ۰.۵ درصد کاهش یافت، اگرچه نسبت به سال قبل ۶.۸ درصد رشد داشت. بازارهای کلیدی شامل اتحادیه اروپا و ایالات متحده بودند.

صنعت نساجی و پوشاک ایتالیا از اواخر سال ۲۰۲۳ با رکود مواجه شده است، به طوری که ۷۵ درصد از شرکت‌ها کاهش درآمد را گزارش کرده‌اند.

این رکود ناشی از تورم، هزینه‌های بالای انرژی و تنش‌های ژئوپلیتیکی بوده است.

این طرح آزمایشی، که شامل شش شهر و جمعیتی بالغ بر ۳۰۰ هزار نفر می‌شود، روش‌های مختلف جمع‌آوری را ارزیابی می‌کند.

این پروژه در راستای قانون مسئولیت تولیدکننده در اتحادیه اروپا است که قرار است در سال ۲۰۲۶ اجرا شود.

هدف این طرح کاهش ۸۸ درصد منسوجاتی است که به محل‌های دفن زباله منتقل می‌شوند.

پیش‌بینی می‌شود فروش در نیمه اول سال ۲۰۲۴ نسبت به سال قبل ۵.۸ درصد کاهش یابد.

اسپانیا: پیشرفت در مدیریت ضایعات نساجی

اسپانیا با پروژه Re-viste قدم‌های مؤثری در مدیریت ضایعات نساجی برداشته است. برندهای بزرگی مانند Inditex و H&M در این پروژه شرکت می‌کنند که هدف آن جمع‌آوری و بازیافت منسوجات و کفش‌های دورریخته‌شده است.



صنعت نساجی اسپانیا که ۳ درصد از تولید ناخالص داخلی این کشور را تشکیل می‌دهد، خود را برای تغییرات قابل‌توجه در مدیریت ضایعات آماده می‌کند.

**21st INTERNATIONAL
İSTANBUL
YARN
FAIR**

February 26-28, 2025



 **TÜYAP**



iplikfuari

www.iplikfuari.com



شمارش معکوس برای نمایشگاه بین‌المللی نخ استانبول ۱۴۰۳!

نمایشگاه بین‌المللی نخ استانبول بار دیگر در تاریخ ۸ تا ۱۰ اسفند در مرکز همایش‌ها و نمایشگاه‌های تویاپ برگزار خواهد شد و قرار است بزرگ‌ترین رویداد نخ جهان را میزبانی کند. این نمایشگاه که هر ساله رکوردهای جدیدی را به ثبت می‌رساند، با استقبال بی‌نظیر شرکت‌کنندگان مواجه شده و تاکنون ۸۰ درصد فضای نمایشگاه رزرو شده است.

گامی بلندتر برای اهداف ۲۰۲۵

تمرکز خواهد داشت.

این نمایشگاه با برنامه‌های جذاب از جمله کارگاه‌های آموزشی و سالن‌های نمایشگاهی الهام‌بخش، به مکانی ایده‌آل برای برقراری ارتباط بین فعالان این صنعت تبدیل شده است.

نمایشگاه نخ استانبول ۲۰۲۵ با میزبانی بیش از ۵۰۰ شرکت و جذب بیش از ۲۰ هزار بازدیدکننده حرفه‌ای از سراسر جهان، بر نوآوری‌های حوزه تولید نخ و فناوری‌های دوستدار محیط زیست

"هنر بافندگی" با فرات نریر اوغلو

یکی از بخش‌های برجسته نمایشگاه، کارگاه آموزشی فرات نریر اوغلو، هنرمند برجسته و مشهور جهانی در حوزه هنر بافندگی است.

این هنرمند که با رویکرد مدرن خود به بافندگی سنتی، نور، سایه و فضای خالی را در آثار خود تلفیق کرده است، در روز دوم نمایشگاه، در کارگاهی با محوریت پایداری، به بازدیدکنندگان "انواع بافت" را آموزش خواهد داد. این کارگاه تجربه‌ای منحصربه‌فرد و الهام‌بخش برای شرکت‌کنندگان به همراه خواهد داشت.

هنر در بافت

نمایشگاه بین‌المللی نخ استانبول همچنین میزبان آثار خلاقانه و منحصربه‌فرد شرکت‌کنندگان در مسابقه طراحی پارچه بافت است که توسط انجمن صادرکنندگان جنوب شرقی آناتولی (GATHIB) برگزار می‌شود.

این مسابقه با هدف حمایت از استعدادهای نوظهور و معرفی طرح‌های اصیل و ارزشمند به صنعت نساجی برگزار شده و آثار برگزیده در این نمایشگاه به نمایش گذاشته خواهند شد.

فناوری‌هایی که آینده صنعت را شکل می‌دهند

نمایشگاه نخ استانبول فرصتی منحصربه‌فرد برای شرکت‌ها و متخصصان صنعت نساجی فراهم می‌کند تا با فناوری‌های پیشرفته و راهکارهای نوآورانه در زمینه

انواع نخ از جمله نخ‌های پنبه‌ای، پلی‌استر، ویسکوز، پشمی و الاستین آشنا شوند.

این نمایشگاه امکان توسعه سبد محصولات و ایجاد همکاری‌های تجاری جدید را برای بازدیدکنندگان فراهم می‌کند.

همچنین، بازدیدکنندگان می‌توانند از نزدیک با محصولات باکیفیت و فناوری‌های پایداری محور آشنا شوند که آینده صنعت را شکل خواهند داد.

استانبول، نقطه اتصال صنعت نساجی

نمایشگاه بین‌المللی نخ استانبول ۲۰۲۵، با جذب بازدیدکنندگان حرفه‌ای از اروپا، آسیا و بالکان، به بزرگ‌ترین نقطه تجمع فعالان صنعت نساجی تبدیل خواهد شد.

این نمایشگاه نه تنها جدیدترین محصولات و نوآوری‌ها، بلکه آخرین روندهای این حوزه را نیز به نمایش خواهد گذاشت و فرصتی طلایی برای توسعه کسب‌وکارها و شبکه‌سازی فراهم می‌کند.

استانبول، قلب تپنده مد در اوراسیا، بار دیگر درب‌های خود را به روی حرفه‌ای‌های صنعت نساجی باز خواهد کرد تا این شهر به نقطه عطفی در تقویم نساجی جهان تبدیل شود.



مصاحبه با آقای مهدی جهانی نماینده شرکت نمایشگاهی تویاپ برگزارکننده نمایشگاه فرش استانبول در ایران

برندهای شرکت کننده و برنامه های جانبی نمایشگاه فرش

استانبول ۲۰۲۴



چه شرکت ها یا برندهایی در نمایشگاه شرکت می کنند؟

آرشین بافت (فرش بزرگمهر)، فرش افشار زرینه، فرش افشون، فرش الماس کویر، فرش بهشتی، فرش پاریس، فرش داریوش، فرش فرهی، فرش قیطران، فرش رویال گلد، فرش قصر ایرانیان، فرش مشهد، فرش مهر و ماه، فرش محتشم، قالی سرام، قالی سلیمان، فرش پرنیان، فرش آرشام، فرش کارپیتا، فرش لوزان، فرش لکسون، فرش آسایش، هرمان قالین کاشان، فرش نگین مشهد تابان، فرش کاخ، فرش سورها، فرش بزرگان و نگین حریر سیلک.

امسال نیز مانند سال گذشته شرکت های خارجی در سالن یک و جدا از بقیه شرکت های ترک جانمایی شدند.

آیا این امر مانند دوره قبل باعث نارضایتی شرکت ها خواهد شد؟

بله، امسال هم مشارکت خارجی نمایشگاه در سالن های ۱ و ۳ قرار گرفته است. چون برای شرکت های ترک قرعه کشی انجام می شود و روند جانمایی به شکلی خاص صورت می گیرد، سالن متفاوتی در نظر گرفته شده است.

آیا برنامه های جانبی مانند کارگاه ها، سخنرانی ها یا نشست های تجاری وجود دارد؟

بله، تعدادی سخنرانی و برنامه های آموزشی در نظر گرفته شده است که در ایام نمایشگاه و در ورودی اصلی برگزار خواهند شد. لیست این برنامه ها در صفحه اینستاگرام نمایشگاه فرش موجود است.

دسته بندی محصولات و خدمات ارائه شده در نمایشگاه چیست؟

فرش ماشینی، فرش دستبافت، کفپوش ها، ماشین آلات و صنایع جانبی.



این تصمیم کمیته برگزاری نمایشگاه بوده و نسبت نارضایتی آن قدر بالا نیست که تصور می‌کنید؛ به ویژه که مشارکت شرکت‌های ایرانی و خارجی رشد چشم‌گیری داشته است.

امسال با عدم برگزاری نمایشگاه دمو تکس هانوفر و نمایشگاه قازی آنتپ، شرکت‌ها بیشتر به سمت نمایشگاه استانبول هدایت شدند.

کردیم و متراژ کل را به ۵۰ هزار متر رساندیم.

به عنوان نماینده شرکت تویاپ در ایران، برای بهره‌وری بیشتر و رضایت بالاتر شرکت‌های ایرانی نسبت به سال قبل چه تمهیداتی اندیشیده‌اید؟

حجم بازدیدکنندگان ثبت‌نام شده برای این دوره بسیار خوب است.

ما سعی خواهیم کرد با استفاده از تابلوهای راهنما، بازدیدکنندگان را به سمت سالن‌های بین‌الملل هدایت کنیم.

البته که بسیاری از افراد از سال گذشته با روند کار آشنا هستند و مستقیم به سالن‌ها مراجعه می‌کنند.

به علاوه، چون سالن‌ها به یکدیگر متصل هستند، جابه‌جایی در میان آن‌ها بسیار راحت است.

نمایشگاه امسال را از نظر تعداد شرکت‌کننده و بازدیدکننده چطور ارزیابی می‌کنید؟

سال گذشته هم با وجود برگزاری نمایشگاه دمو تکس، استقبال خوبی از نمایشگاه ما شد. نمایشگاه‌های دیگر تأثیر مستقیمی بر نمایشگاه ما ندارند، چون این نمایشگاه با موقعیت و تاریخ خود، جایگاهش را تثبیت کرده است.

ما امسال نمایشگاه قازی آنتپ را نیز به خوبی برگزار کردیم و سال آینده نیز در تاریخ ۲۰ تا ۲۳ می ۲۰۲۵ برگزار خواهد شد.

استقبال شرکت‌های ترک و خارجی نسبت به دوره قبل چگونه است؟

خیلی خوب بوده است. دو سالن جدید اضافه

درباره نمایشگاه فرش استانبول

نمایشگاه فرش استانبول یکی از مهم‌ترین رویدادهای صنعت فرش و نساجی در منطقه و جهان است که هر ساله در شهر استانبول برگزار می‌شود.

این نمایشگاه به دلیل موقعیت جغرافیایی استراتژیک استانبول که پل ارتباطی بین آسیا و اروپا است، و همچنین سابقه برجسته ترکیه در صنعت فرش و نساجی، به یکی از اصلی‌ترین پلتفرم‌های بین‌المللی برای برقراری ارتباط بین تولیدکنندگان، صادرکنندگان، خریداران و سایر فعالان این حوزه تبدیل شده است.

این نمایشگاه هر ساله با استقبال گسترده‌ای از سوی شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان داخلی و بین‌المللی مواجه می‌شود و علاوه بر ایجاد فرصت‌های جدید اقتصادی، تأثیر بسزایی در تقویت روابط تجاری و افزایش سطح رقابت‌پذیری در صنعت فرش و نساجی دارد.



نمایشگاه استانبول با حضور شرکت‌ها و برندهای معتبر از کشورهای مختلف از جمله ایران، ترکیه، چین، هند، پاکستان و دیگر کشورهای پیشرو در این صنعت، نه تنها بستری برای معرفی و ارائه جدیدترین محصولات و فناوری‌ها است، بلکه فرصت‌های بی‌نظیری برای برقراری ارتباطات تجاری، مذاکرات بین‌المللی و انتقال دانش نیز فراهم می‌کند.

از ویژگی‌های برجسته این نمایشگاه می‌توان به دسته‌بندی گسترده محصولات شامل فرش‌های ماشینی، فرش‌های دستبافت، کفپوش‌ها و ماشین‌آلات و صنایع جانبی اشاره کرد.

همچنین، برنامه‌های جانبی نظیر کارگاه‌های آموزشی، سخنرانی‌ها و نشست‌های تجاری نیز به غنای این رویداد افزوده‌اند.



Aksaray

مجموعه کارخانجات آکسارای

ایچنکی، خلاقیت و

- فرشینه
- روفرشی
- کالای خواب
- پادری

شماره تماس: ۰۹۳۸۶۷۶۰۷۴۳
۰۹۳۳۱۲۲۲۶۹۶

WWW.AKSARAYCO.COM



پنج نمایشگاه برتر فرش و کفپوش در سال ۲۰۲۵

در این مطلب به معرفی پنج نمایشگاه مهم فرش و کفپوش که در سال ۲۰۲۵ برگزار خواهند شد، می‌پردازیم.

سال ۲۰۲۵ نویدبخش سالی پر از فرصت‌ها و چالش‌های جدید برای صنعت فرش و کفپوش در سطح جهانی است.

نمایشگاه فرش و کفپوش استانبول ۲۰۲۵

تاریخ: ۷ تا ۱۰ ژانویه ۲۰۲۵
محل برگزاری: مرکز نمایشگاهی استانبول، ترکیه

با وجود تحولات اقتصادی و تغییرات در بازارهای مختلف، نمایشگاه‌های کلیدی این صنعت نقش مهمی در شکل‌دهی به روندها، نوآوری‌ها و ارتباطات جهانی ایفا خواهند کرد.

از اروپا گرفته تا خاورمیانه و آسیا، نمایشگاه‌های فرش و کفپوش به عنوان پلتفرم‌هایی اساسی برای تولیدکنندگان، خریداران و حرفه‌ای‌های این صنعت شناخته می‌شوند.



نمایشگاه فرش و کفپوش استانبول یکی از نمایشگاه‌های نوظهور اما تأثیرگذار در صنعت فرش جهان است. این نمایشگاه در سال ۲۰۲۵ دومین دوره خود را برگزار می‌کند و میزبان بیش از ۴۵۰ شرکت ترک و ۱۵۰ شرکت بین‌المللی خواهد بود.

نوآوری خواهد بود و بسیاری از تولیدکنندگان برجسته، محصولات پیشرفته و دوستدار محیط زیست خود را به نمایش خواهند گذاشت.

با این حال، برخی از شرکت‌های خاورمیانه به دلیل تحریم‌های اقتصادی از شرکت در این رویداد محروم هستند.

دموتکس آسیا یا همان دموتکس چین ۲۰۲۵

تاریخ: ۲۶ تا ۲۸ می ۲۰۲۵



محل برگزاری: مرکز نمایشگاهی بین‌المللی شانگهای، چین

نمایشگاه دموتکس آسیا/چینافلو همچنان به عنوان بزرگ‌ترین رویداد فرش و کفپوش آسیا شناخته می‌شود.

در سال ۲۰۲۵، با اضافه شدن یک رویداد جانبی مرتبط با صنعت ساختمان، جذابیت این نمایشگاه افزایش یافته است.

این رویداد جانبی می‌تواند خریداران کلیدی از صنایع ساخت‌وساز و املاک تجاری را به خود جذب کند و فرصتی بی‌نظیر برای تولیدکنندگان فراهم آورد تا قراردادهای بزرگ منعقد کنند.

این نمایشگاه با تمرکز بر صنعت فرش قدرتمند ترکیه، به محلی برای نمایش نوآوری‌ها و ایجاد همکاری‌های تجاری تبدیل شده است.

حضور بیش از ۲۵ شرکت ایرانی در این رویداد نیز توجه بسیاری را به خود جلب کرده و اهمیت بین‌المللی آن را افزایش داده است.

هیم تکستایل فرانکفورت ۲۰۲۵

تاریخ: ۹ تا ۱۲ ژانویه ۲۰۲۵



محل برگزاری: مس فرانکفورت، آلمان

نمایشگاه هیم تکستایل فرانکفورت که به عنوان بزرگ‌ترین نمایشگاه منسوجات خانگی شناخته می‌شود، در سال‌های اخیر با ورود به حوزه فرش نیز اهمیت بیشتری پیدا کرده است.

این نمایشگاه اکنون به یک رویداد کلیدی برای تولیدکنندگان اروپایی و ترکیه‌ای در بخش فرش تبدیل شده است.

در این نمایشگاه، تمرکز بر پایداری و

نمایشگاه فرش و کفپوش قاضی آنتپ ۲۰۲۵

تاریخ: ۲۰ تا ۲۳ می ۲۰۲۵



محل برگزاری: مرکز نمایشگاهی خاورمیانه، قاضی آنتپ، ترکیه

قاضی آنتپ که به عنوان مرکز تولید فرش ترکیه شناخته می‌شود، اکنون بیش از ۷۰ درصد تولیدات فرش ترکیه را تأمین می‌کند.

این شهر با تمرکز بر صادرات به اروپا و خاورمیانه، به یکی از مراکز اصلی تجارت فرش در جهان تبدیل شده است.

نمایشگاه فرش و کفپوش قاضی آنتپ فرصتی استثنایی برای

تجار و تولیدکنندگان فراهم می‌کند تا از این بازار پویا بهره‌مند شوند.

این نمایشگاه با تمرکز بر سنت و نوآوری، محصولات متنوعی از فرش‌های دستباف تا فناوری‌های پیشرفته کفپوش را به نمایش می‌گذارد و نقشی اساسی در تثبیت رهبری ترکیه در صنعت جهانی فرش ایفا می‌کند.

دموتکس خاورمیانه ۲۰۲۵

تاریخ: ۲۲ تا ۲۴ آوریل ۲۰۲۵



محل برگزاری: مرکز تجارت جهانی دبئی، امارات متحده عربی

نمایشگاه دموتکس خاورمیانه یکی از مهم‌ترین رویدادهای منطقه‌ای در زمینه فرش و کفپوش است. این نمایشگاه خریداران و تولیدکنندگان برتر جهانی را گرد هم می‌آورد و بستری برای کشف روندهای نوظهور و ایجاد ارتباطات تجاری فراهم می‌کند.

با تمرکز بر کفپوش‌های لوکس و با موقعیت استراتژیک خود، این رویداد فرصتی عالی برای کسب‌وکارها ایجاد می‌کند تا در بازارهای خاورمیانه و شمال آفریقا حضور پیدا کنند.

چرا این نمایشگاه‌ها مهم هستند؟

این پنج نمایشگاه فرصتی استثنایی برای حرفه‌ای‌های صنعت فرش و کفپوش فراهم می‌کنند تا با روندهای نوین آشنا شوند، با خریداران بین‌المللی ارتباط برقرار کنند و بازارهای جدید را کشف کنند.



با برگزاری این رویدادها در نیمه اول سال ۲۰۲۵، آنها فرصتی طلایی برای رشد و توسعه کسب و کارها در بازارهای جهانی ارائه می‌دهند.

چند نکته تاثیر گذار در نمایشگاه ها:

۱. اهمیت نوآوری در فناوری‌های تولید فرش و کفپوش

بر اساس گزارش‌های اخیر، بسیاری از تولیدکنندگان بزرگ جهانی در حال سرمایه‌گذاری در فناوری‌های پیشرفته‌ای مانند چاپ دیجیتال و مواد زیست‌تخریب‌پذیر هستند.

این فناوری‌ها نه تنها کیفیت محصولات را افزایش می‌دهند بلکه مصرف انرژی و مواد اولیه را کاهش می‌دهند.

به عنوان مثال، در نمایشگاه دمو تکس آسیا یا همان دمو تکس چین ۲۰۲۵، چندین شرکت از فناوری چاپ سه‌بعدی برای تولید فرش‌های سفارشی استفاده خواهند کرد که این می‌تواند توجه خریداران بین‌المللی را به خود جلب کند.

۲. نقش اقتصادهای نوظهور در بازار جهانی فرش

کشورهایی مانند هند، ترکیه و چین به دلیل تولید بالا و قیمت رقابتی، همچنان در حال تقویت جایگاه خود در بازار جهانی فرش هستند.

با این حال، کشورهای آفریقایی نیز به دلیل منابع طبیعی فراوان و نیروی کار ارزان، به سرعت وارد این بازار می‌شوند و رقابت جدیدی ایجاد می‌کنند.

۳. تأثیر گرایش‌های زیست‌محیطی بر صنعت فرش

مصرف‌کنندگان جهانی اکنون بیش از گذشته به محصولات دوستدار محیط زیست اهمیت می‌دهند.

فرش‌هایی که از مواد بازیافتی یا طبیعی ساخته شده‌اند، در نمایشگاه‌هایی مانند دمو تکس دبی و استانبول به شدت مورد استقبال قرار خواهند گرفت.

این روند نشان‌دهنده تغییرات عمده در اولویت‌های مصرف‌کنندگان است.

با هم می‌توانیم
با هم انجام خواهیم داد



Star Management Group GmbH



ما راهکارهای جدید
برای برندهای جدید و کسب‌وکارها در صنعت
ماشین‌آلات نساجی ارائه می‌دهیم تا رشد کنند

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



Licht Str. 2, 45127 Essen, Germany

+49 (0)20189940451



بهزاد کارآفرین تجارت

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

درباره ما

بهزاد کارآفرین تجارت در تهران
به نمایندگی شرکت آلمانی

Start Management Group GmbH

همراه شما در زمینه‌های متفاوت
فعالیت‌های تجاری صنعت نساجی

خدمات ما

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

تماس با ما
۰۹۹۱۲۸۱۳۸۷۰
۰۲۱۹۱۶۹۴۵۲۳

ایمیل

info@bouzary.de

آدرس

خیابان سهروردی شمالی، خیابان کاووسی فر



چهار سناریو برای نجات صنعت نساجی ایران

سند راهبردی صنعت نساجی که به تازگی در اتاق بازرگانی تهران رونمایی شد چهار سناریو برای نجات صنعت نساجی ایران پیش بینی شد.

پنج کشور اصلی آمریکا، چین، انگلستان، آلمان و فرانسه حدود ۵۰ درصد از کل بازار پوشاک دنیا را در اختیار دارند.

از منظر جغرافیایی، سه بازار اصلی پوشاک شامل آمریکای شمالی، اروپا و آسیای شرقی هستند که بیشترین تمرکز تولید و مصرف در این مناطق صورت میگیرد. این افزایش همزمان با بالا رفتن متوسط هزینه تولید هر قطعه از ۸.۷ دلار به حدود ۱۸.۱۹ دلار خواهد بود.

تحولات زنجیره تأمین جهانی

همچنین، تعداد قطعات نساجی تولیدی در دنیا نیز از ۱۷۹ میلیارد قطعه در سال ۲۰۲۳ پیشبینی میشود به ۱۹۶ میلیارد قطعه در سال ۲۰۲۸ افزایش یابد.

یکی از تغییرات مهم در بازار جهانی، کوتاه شدن طول زنجیره های تأمین و تمرکز بر تولید در کشورهای نزدیک تر به بازارهای مصرف است. این روند بهویژه در اروپا و آمریکا دیده میشود، جایی که کشورهای منطقه ای مانند ترکیه، لهستان و هند سهم بیشتری از بازار را به دست آورده اند.

اصطلاحاتی نظیر "تأمین دوستانه" (Friend-shoring) در آمریکا و "تجارت چند جانبه مطمئن" در اروپا برای توصیف این تغییرات به کار میروند.

جنگ اوکراین و بحران کرونا نقش قابل توجهی در تسریع این روند داشته اند.

در این میان، کشورهایی مانند بنگلادش، ترکیه و چین همچنان از بازیگران اصلی صنعت نساجی و پوشاک هستند.

بنگلادش به دلیل مقیاس بالای تولید در بازار محصولات استاندارد و ترکیه

به علت نزدیکی به اروپا و توانمندی در تولید محصولات خاص و لوکس، جایگاه خود را حفظ کرده اند.

وضعیت فناوری در صنعت نساجی

فناوریهای انقلاب صنعتی چهارم به شکل گستردهای در صنعت نساجی و پوشاک وارد شده اند.

تولید سبهدی، استفاده از هوش مصنوعی برای پیشبینی تقاضا و مدیریت زنجیره تأمین، بلاکچین برای شفاف سازی زنجیره تأمین، و پلتفرم های دیجیتال فروش آنلاین، از جمله

تحولات مهم فناوری در این صنعت هستند.

این فناوری ها نه تنها بهره وری تولید را افزایش داده اند، بلکه امکان کاهش هزینه ها و بهبود دسترسی به بازارهای جهانی را نیز فراهم کرده اند.

چالشها صنعت نساجی ایران

ایران به عنوان یکی از کشورهای دارای ظرفیت در حوزه نساجی و پوشاک، با چالش های متعددی مواجه است؛ کمبود نیروی انسانی ماهر و متخصص در صنعت، ضعف در آموزش های مرتبط با فناوری های نوین.





فرسودگی تجهیزات و ماشین آلات، پایین بودن بهره وری به دلیل عدم استفاده از فناوری های پیشرفته، وابستگی به فناوری های قدیمی و آلاینده در این میان اکثر واحدهای تولیدی خرد و کوچک و بدون ارتباط با زنجیره های بزرگتر فعالیت میکنند. نبود شرکت های رهبر که بتوانند کل زنجیره تأمین را هدایت کنند؛ دیده میشوند. محدودیت در ارتباطات بین المللی و انتقال فناوری ضعف در حضور در بازارهای جهانی و منطقه ای چالش در تأمین مواد اولیه باکیفیت و رقابت پذیر از دیگر موانع صنعت نساجی است.

با این حال، برخی شرکتهای پیشرو ممکن است با تولید محصولات باکیفیت بالا و تمرکز بر دهک های درآمدی خاص، سهم محدودی از بازار را حفظ کنند اما این روند نمیتواند در میانمدت و بلندمدت مطلوبیت لازم را فراهم کند.

سناریوهای پیشروی صنعت نساجی ایران سناریوی اول: ادامه وضعیت فعلی

در این سناریو فرض میشود که ساختارهای ناکارآمد فعلی در صنعت نساجی و پوشاک همچنان باقی بمانند. تعرفه های ناهماهنگ، قاچاق گسترده، ضعف زیرساخت ها و نوسانات ارزی از جمله مشکلات اصلی این بخش هستند. پیامد این سناریو، کاهش سهم ایران در بازار جهانی و

سناریوی دوم: توسعه بازار داخلی

این سناریو بر فرض بهبود نسبی قدرت خرید خانوارها و تسهیل دسترسی بنگاه ها به مواد اولیه و تجهیزات استوار است. در این حالت، بنگاه ها تلاش میکنند تا سهم بیشتری از بازار داخلی را به دست آورند.

چالش های اصلی این سناریو شامل کنترل قاچاق، حل تعارض منافع، تولید محصولات باکیفیت و بهرورسانی فناوری در زنجیره تولید است.

اما راهکارها، ترویج فرهنگ مصرف کالای ایرانی از طریق کمپین های تبلیغاتی، حمایت از بنگاه های کوچک و متوسط و توسعه برندهای ملی و سرمایه گذاری در تولید مواد اولیه داخلی است.

سناریوی سوم: توسعه پایدار و صادرات محور

راه پیدا میکند. این مسیر، تجربه موفق کشورهای ترکیه و ویتنام است.

پیشنیازها این سناریو سرمایه گذاری در زیرساخت ها بازنگری نظام تعرفه ها. انعقاد توافقنامه های بین المللی برای اتصال بنگاه ها به زنجیره ارزش جهانی. ایجاد شبکه های ارزش داخلی و بین المللی است.



این سناریو بر آزادی مبادلات پولی و کالایی، رفع تحریم ها، رشد طبقه متوسط و ثبات اقتصادی میان مدت و بلندمدت استوار است.

در این حالت، صنعت نساجی و پوشاک میتواند به بازارهای منطقه ای و جهانی متصل شود.

چالش ها این سناریو تحریم هاست و راهکار آن ایجاد توافقنامه های تجاری دوجانبه و چندجانبه برای تسهیل صادرات سرمایه گذاری در فناوری های کاهش مصرف آب و تولید محصولات دوستدار محیط زیست، ایجاد پارک های صنعتی تخصصی و ارتقای زیرساخت های گمرکی و حمل و نقل در کنار تقویت سرمایه گذاری خارجی و همکاری با برندهای معتبر جهانی.

سناریوی چهارم: رویکرد بلندمدت و دو مرحله ای

در این سناریو، ابتدا تمرکز بر تقویت صنعت داخلی برای پاسخ گویی به نیازهای داخلی است.

سپس با تقویت بنگاهها، صنعت به بازارهای بین المللی

DOMOTEX asia/*CHINA*FLOOR

More than Flooring

The leading International Flooring Show
in Asia Pacific

- 210,000 sqm
- 1600+ companies and brands
- 80,000+ trade visitors

26 - 28 May, 2025 - 27th Edition

Shanghai, China

National Exhibition & Convention Center

www.domotexasiachinafloor.com



Build Your Dream Group

DOMOTEX
asia *CHINA*FLOOR

FABTEX GEORGIA

2nd International Exhibition of Textile Industry

26 - 28 September 2025

ExpoGeorgia, Tbilisi, Georgia



**Discover
Best
Destination**



+90 212 577 66 76
info@kuzeyexpo.com





ITMA ASIA + CITME

SINGAPORE 2025

28 – 31 October 2025

Singapore Expo

www.itmaasiasingapore.com



THE LEADING TEXTILE TECHNOLOGY EXHIBITION

DRIVING REGIONAL
GROWTH

Tap a Proven Business Platform
to Propel Your Regional Growth

60,000
Square Metres

600
Exhibitors

30,000
Visitorship



Find Out More

Apply for Stand Space Now!

Owners



Organiser



Co-organiser



Supported By



Held in



Connect With Us

