

اشاره:

دنیا در حال تغییر می‌باشد همانطور که همیشه بوده است. طی این تغییر هر صنعت نقشه راه خود را ترسیم می‌کند و نقش‌آفرینان هر صنعت تلاش زیادی مبذول می‌دارند تا با ساختار و محتوای این تغییر سازگار شوند. کسانی که قادر به همگامی با تغییرات نباشند بی‌شک عقب خواهند ماند و چه بسا از بین بروند. کسانی که این تغییرات را درک کرده، به درستی از عهده تحلیل آنها آمده و استراتژی‌های صحیحی را بر می‌گزینند، امضایشان در پای داستان‌های موفق آینده درج می‌گردد.

شاید به همین دلیل پس از ۲۳ سال برنامه‌ریزی و اجرا در ماه می، حالا تاریخ نمایشگاه منسوجات خانگی استانبول به ماه آوریل منتقل شده است. این نمایشگاه با شعار «تاثیرآوریل» اولین بار بود که در این زمان برگزار می‌شود.

برگزارکنندگان نمایشگاه سالانه منسوجات خانگی استانبول عقیده دارند که باید بهار منسوجات خانگی با برگزاری نمایشگاه EVTEKS شروع شود. امسال نیز بیست و چهارمین دوره نمایشگاه منسوجات خانگی استانبول با الهام از طبیعت و بهار و ارائه محصولات نوین از سراسر دنیا، انبوهی از بازدیدکنندگان مشتاق را به سوی خود کشانید.



24th ISTANBUL INTERNATIONAL HOME TEXTILES EXHIBITION

EVTEKS

APRIL

FRESH TRENDS

24-28 April 2018

گزارشی از نمایشگاه منسوجات خانگی استانبول EVTEKS 2018



تهیه و تنظیم: ته‌مینه مولانا

افتتاح گردید. این افتتاحیه با سخنرانی ریاست انجمن تجار و صنعتگران منسوجات خانگی ترکیه TET-SIAD و معاون وزارت اقتصاد ترکیه ادامه پیدا کرد و با بازدید هیات دولتی از برخی غرفه‌های نمایشگاه پایان یافت.

در فهرست غرفه‌گذاران نمایشگاه منسوجات خانگی امسال نام‌هایی از ایران به چشم می‌خورد که از آن جمله شرکت تولید اکسسوری صمصام، گروه صنعتی لیلیان بافت، شرکت فرش نیکزاد و مجله نساجی امروز بودند.

واضح است که صنعت منسوجات خانگی و کالای خواب ترکیه صحنه رقابتش از مقیاس محلی به مقیاس جهانی تغییر کرده است. با برداشته شدن مرزهای جغرافیایی، مصرف‌کنندگان فرصت شناختن برندهای جهانی را پیدا کرده‌اند و همین موضوع سبب می‌شود تا تولیدکنندگان بومی در این صنعت

نیز بود. تعداد ۹ سالن از مرکز نمایشگاهی CNR به علاوه ۳ سالن از مرکز نمایشگاه IFM به این رویداد پنج روزه اختصاص یافته بود. سالن‌های ۱، ۲، ۹، ۱۱ و ۱۲ ویژه منسوجات خانگی، سالن‌های ۳، ۵، ۶ و ۷ ویژه پرده و توری، سالن‌های ۴ و ۸ ویژه انواع پارچه‌های مبلی و دکوراسیون داخلی، سالن ۱۰ ویژه سیستم‌های پرده و اکسسوری در نظر گرفته شده بودند.

در این دوره، موسسه صاحب نام Nelly Rodi؛ معرفی گرایش‌های مد در منسوجات خانگی، کالای خواب و دکوراسیون داخلی و اصولاً برگزاری کارگاه‌های آموزشی را برعهده داشت.

نمایشگاه منسوجات خانگی صبح روز ۲۴ آوریل طی مراسم رسمی با حضور جمع کثیری از دست‌اندرکاران دولتی، مدیران شرکت‌های خصوصی، موسسات اسپانسر نمایشگاه و غرفه‌داران کشورهای مختلف

شرکت نمایشگاه‌های بازرگانی استانبول IS-TANBUL TRADE FAIRS، با همکاری مرکز نمایشگاه CNR و انجمن تجار و صنعتگران منسوجات خانگی ترکیه TETSIAD به عنوان برگزارکننده نمایشگاه EVTEKS، ۲۴ تا ۲۸ آوریل سال جاری، برای بیست و چهارمین سال پیاپی موفقیت چشمگیری را تجربه کردند.

نمایشگاه EVTEKS با حضور بالغ بر ۱۰۰۰ برند، از ۱۲۰ کشور و حدود ۱۵۰ هزار بازدیدکننده همچنان جایگاه خود را به عنوان یکی از شاخص‌ترین رویدادهای حوزه منسوجات خانگی دنیا حفظ نموده است. این نمایشگاه عنوان مهم‌ترین نمایشگاه منسوجات خانگی در کل ترکیه را داراست و این در حالی است که ترکیه چهارمین صادرکننده منسوجات خانگی در جهان به‌شمار می‌رود. مطابق هرسال، نمایشگاه میزبان هیات‌های خریدار از سراسر دنیا

در جدول زیر بازارهای صادرات منسوجات خانگی ترکیه را به ترتیب رقم صادرات آنها داریم: یادآوری می‌کنیم؛ بیست و پنجمین دوره ی نمایشگاه EVTEKS در تاریخ ۲۳ تا ۲۷ آوریل ۲۰۱۹ برگزار خواهد شد

کشورهای مقصد صادرات منسوجات خانگی ترکیه

کشور	۲۰۱۶		۲۰۱۷		تغییر %	سهم %
	دلار	دلار	دلار	دلار		
۱ آلمان	۴۵۸,۳۴۵,۷۳۵	۴۵۲,۱۱۶,۴۴۷	-۱,۳۶ %	۱۶,۷۲ %		
۲ ایالات متحده ی امریکا	۲۸۳,۷۲۷,۰۵۷	۲۹۱,۴۴۲,۸۱۵	۲,۷۲ %	۱۰,۷۸ %		
۳ بلغارستان	۱۳۲,۲۹۸,۷۷۰	۱۶۷,۱۱۱,۵۶۳	۲۶,۳۱ %	۶,۱۸ %		
۴ فرانسه	۱۳۶,۰۵۵,۵۲۱	۱۳۹,۸۴۳,۸۶۷	۲,۷۸ %	۵,۱۷ %		
۵ انگلستان	۱۳۵,۲۹۱,۳۰۲	۱۳۷,۸۹۴,۱۷۹	۱,۹۲ %	۵,۱۰ %		
۶ ایتالیا	۱۲۴,۴۲۶,۴۹۵	۱۲۴,۷۶۱,۹۸۰	۰,۲۷ %	۴,۶۱ %		
۷ هلند	۱۲۱,۳۳۶,۱۲۷	۱۱۱,۹۷۱,۷۱۰	-۷,۷۲ %	۴,۱۴ %		
۸ لهستان	۷۸,۷۹۶,۲۱۴	۸۱,۰۶۰,۰۴۸	۲,۸۷ %	۳,۰۰ %		
۹ ایران	۹۵,۴۱۳,۶۸۴	۷۹,۲۰۵,۶۵۳	-۱۶,۹۹ %	۲,۹۳ %		
۱۰ اسپانیا	۴۸,۱۶۱,۴۰۳	۵۷,۵۴۶,۵۶۷	۱۹,۴۹ %	۲,۱۳ %		
۱۱ رومانی	۵۲,۷۲۸,۲۱۵	۵۳,۹۱۲,۹۳۵	۰,۳۴ %	۱,۹۹ %		
۱۲ عراق	۳۶,۹۵۶,۰۲۹	۵۰,۹۴۹,۴۵۵	۳۷,۸۷ %	۱,۸۸ %		
۱۳ عربستان سعودی	۴۷,۰۶۵,۲۹۰	۴۸,۶۲۴,۱۳۲	۳,۳۱ %	۱,۸۰ %		
۱۴ اتریش	۴۰,۰۴۰,۴۲۹	۴۶,۵۴۶,۹۳۷	۱۶,۲۵ %	۱,۷۲ %		
۱۵ اسرائیل	۴۶,۰۴۹,۹۴۹	۴۶,۱۸۳,۱۷۴	۰,۲۹ %	۱,۷۱ %		
۱۶ بلژیک	۳۸,۵۹۹,۵۲۵	۴۳,۲۷۲,۶۳۳	۱۲,۱۱ %	۱,۶۰ %		
۱۷ اوکراین	۳۸,۸۱۵,۶۲۸	۴۲,۳۳۳,۶۲۹	۹,۰۶ %	۱,۵۷ %		
۱۸ الجزایر	۳۹,۴۳۵,۹۴۲	۳۸,۲۸۰,۶۱۶	-۲,۹۳ %	۱,۴۲ %		
۱۹ موروکو	۳۱,۵۱۲,۸۹۴	۳۷,۵۹۵,۰۹۱	۱۹,۳۰ %	۱,۳۹ %		
۲۰ سوئیس	۳۲,۱۷۷,۴۴۹	۳۱,۸۹۲,۲۱۹	-۰,۸۹ %	۱,۱۸ %		
۲۱ یونان	۲۷,۲۴۵,۵۸۴	۳۱,۸۷۸,۲۹۵	۱۷,۰۰ %	۱,۱۸ %		
۲۲ امارات متحده ی عربی	۲۶,۵۹۴,۲۷۸	۳۰,۰۸۸,۷۵۹	۱۳,۱۴ %	۱,۱۱ %		
۲۳ لیتوانی	۲۵,۵۹۱,۶۰۱	۲۸,۴۳۴,۵۴۲	۱۱,۱۱ %	۱,۵۰ %		
۲۴ قزاقستان	۱۷,۳۱۸,۳۷۵	۲۸,۲۴۲,۷۹۲	۶۳,۰۸ %	۱,۰۴ %		
۲۵ بلاروس	۱۴,۷۵۴,۷۸۱	۲۲,۹۰۳,۲۱۹	۵۵,۲۳ %	۰,۸۵ %		
۲۶ روسیه	۱۳,۲۵۰,۳۰۷	۲۱,۶۵۹,۴۲۲	۶۳,۴۶ %	۰,۸۰ %		
۲۷ فنلاند	۲۰,۱۹۵,۲۸۶	۱۹,۶۶۹,۹۵۳	-۲,۶۰ %	۰,۷۳ %		
۲۸ مولدووا	۱۰,۵۱۷,۰۲۲	۱۹,۳۱۲,۱۶۱	۸۳,۶۳ %	۰,۷۱ %		
۲۹ جمهوری چک	۲۲,۲۱۱,۸۹۶	۱۸,۹۰۲,۵۸۸	-۱۴,۹۰ %	۰,۷۰ %		
۳۰ مجارستان	۱۵,۷۱۵,۷۵۹	۱۷,۸۰۸,۸۷۱	۱۳,۳۱ %	۰,۶۶ %		
۳۰ کشور اول	۲,۲۱۱,۶۲۸,۵۴۷	۲,۳۲۱,۴۴۶,۲۵۲	۴,۹۷ %	۸۵,۸۴ %		
تمام کشورها	۲,۶۰۰,۲۵۳,۷۱۰	۲,۷۰۴,۴۶۰,۲۴۸	۴,۰۱ %	۱۰۰,۰۰ %		

استانداردهای کیفی را ارتقا بخشند و بر تنوع دادن محصولات تمرکز بیشتری کنند. ترکیه در دنیا جایگاه برجسته‌ای در صنعت منسوجات خانگی دارد به‌ویژه که اکنون شهرهایی نظیر دنیزلی، بورسا واسکیشهریر به‌گونه‌ای در صنعت نساجی فعالند که در زمره تامین‌کنندگان بین‌المللی کالا قرار گرفته‌اند.

در نگاهی اجمالی به آمار تجارت منسوجات خانگی؛ کل صادرات نساجی دنیا در سال ۲۰۱۵ رقم ۲۵۶ میلیارد دلار اعلام شد که البته در سال ۲۰۱۶ به ۲۴۵ میلیارد دلار کاهش پیدا کرد. گرچه سازمان تجارت جهانی (WTO) آمار سال ۲۰۱۷ را به طور دقیق مشخص نکرده ولی به نظر می‌رسد که ارقام در سال ۲۰۱۷ حداقل مویید ۱۰ درصد افزایش در ارزش صادرات باشد.

ارزایی‌ها چنین است که مجموع صادرات منسوجات خانگی که در سال ۲۰۱۶ حدود ۶۵ میلیارد دلار بود، برای سال ۲۰۱۷ به رقم ۶۸ میلیارد دلار بالغ گردیده باشد.

در این دوره، مجموع صادرات نساجی ترکیه از ۷,۸ میلیارد دلار در ۲۰۱۶ به رقم ۸,۱ میلیارد دلار در ۲۰۱۷ افزایش داشته است. (صادرات پوشاک ۱۷ میلیارد دلار بوده است)

بخش منسوجات خانگی ترکیه، با ۲,۷ میلیارد دلار صادرات تا پایان سال ۲۰۱۷ اکنون ۴,۵ درصد از سهم بازار منسوجات خانگی دنیا را در اختیار دارد.

صنعت منسوجات خانگی ترکیه با محصولات کیفی، بهره‌گیری از آخرین تکنولوژی‌ها و طرح‌های خلاقانه و تکیه بر فعالیت‌های مداوم ترویج و بازاریابی، به سرعت سهم خود را در بازار جهان افزایش می‌دهد از میان عوامل موثر بر توفیق در این بخش باید به «خلق برند» نیز اشاره نمود. واضح است که شرکت‌هایی که به واسطه برند خود ترقی می‌کنند در صحنه جهانی قدرتمندتر ظاهر می‌گردند. در عین حال بهره‌گیری از محصولات ارزش افزوده، حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی، در نظر داشتن حقوق معنوی، سلامت، محیط زیست و مدیریت کیفیت هم موضوعاتی‌اند که رقابت در بخش منسوجات خانگی را گسترش می‌دهند.

