

ساخت اولین انبار هوشمند توسط کمپانی پوما



تعدادی از کمپانی‌های مطرح جهان برای تحقق ایده ساخت انبار هوشمند و «تصمیم گیرنده» گرد هم آمده‌اند. کمپانی آمریکایی ITG اخیراً یک پروژه آزمایشی را در شعبه مونیک خود آغاز کرده است که در این پروژه برند ورزشی پوما، استارت آپ مگزینو و شرکت نرم افزاری گیگانت با هم همکاری می‌کنند.

به گزارش شرکت، از ماه می ۲۰۱۷ یک روبات سفارش گیرنده در مرکز لجستیک در حال فعالیت است.

پوما پس از ملاقاتی که در یک نمایشگاه تجاری با تولیدکننده عرصه رباتیک و استارت آپ آلمانی مگزینو داشته، اقدام به انجام این پروژه ی آزمایشی کرده است. چشم انداز پوما از این پروژه ساخت نخستین انبار «هوشمند و تصمیم گیرنده» در جهان بوده است.

برای تحقق این رویا ابزار و وسایل مربوطه باید در عمل مورد آزمایش قرار گرفته و از نتایج به دست آمده در پیشبرد اهداف مورد نظر استفاده شود. کمپانی ITG به همراه اعضای شرکت کننده در پروژه از اواخر ژوئیه ۲۰۱۶ مشغول کار بر روی آن هستند.

ربات متحرک بردارنده کمپانی مگزینو با

نام تورس در انبارهای تجارت الکترونیک مورد استفاده قرار می‌گیرد و در این پروژه مشارکتی نیز از آن استفاده شده است. به گفته مگزینو این ربات قابلیت دسترسی دقیق به هر یک از اشیاء را داشته و تنها مختص واحدهای بارگیری نظیر جعبه و سینی نمی باشد. بازوی بردارنده ی انطباقی قادر است به اشیاء مکعبی شکل مختلف چنگ بزند از یک کتاب کوچک جلد کاغذی گرفته تا جعبه کفش و یا یک دیکشنری سنگین. سپس ربات، شی چنگ زده شده را در قفسه خود قرار می‌دهد و آن را مستقیماً به ایستگاه بارگیری می‌آورد.

به گزارش کمپانی، نرم افزار به کار رفته در سیستم تورس منحصر به فرد می‌باشد. تورس دارای قوه ادراک است. این ربات می‌تواند با استفاده از دوربین‌ها، دید رایانه‌ای و هوش مصنوعی محیط اطراف خود را درک و تفسیر کند و بر اساس آن تصمیم‌گیری نماید. مگزینو می‌گوید: این امر نه تنها باعث تنظیمات دائمی مکان شناسی انبار و استفاده از ربات در محیط‌های کاری در کنار افراد می‌شود بلکه امکان یادگیری سیستم به طور مستقل را نیز فراهم می‌آورد.

در حال حاضر در کمپانی ITG همکار جدید که تورس نامیده می‌شود به کارکنان دیگر کمک می‌کند. همکاری بین انسان و ماشین با استفاده از سنسورهای زیادی که بر روی ربات وجود دارد، تضمین می‌شود. این سنسورها دائماً به ثبت داده‌های حاصل از محیط اطراف می‌پردازند. اگر تورس بیش از

حد به کسی نزدیک شود، سرعت آن کاهش یافته و سپس متوقف می‌شود.

کمپانی اضافه می‌کند به منظور اطمینان از ایمنی کارگران در محیط کار، انجمن بیمه مسولیت کارفرمایان آلمان این سیستم را مورد بررسی قرار داده است.

بنا به گزارش کمپانی یکی از مزایای مهم این ربات این است که می‌توان از آن در خارج از ساعات کاری برای مثال شیفت‌های شب یا دیروقت استفاده کرد. برای فعالیت تورس نیازی نیست که چراغ‌های انبار روشن باشد چون این ربات دارای چراغ‌هایی است و می‌تواند خود محیط اطرافش را روشن کند. همچنین از این ربات می‌توان بدون هیچ هزینه اضافی در بخش‌های دیگر استفاده کرد چون خودش را به طور خودکار با شرایط وفق می‌دهد. این انعطاف پذیری باعث ایجاد ارزش افزوده ی زیادی در ربات می‌شود که تاثیر مثبتی بر کمپانی پوما و ITG داشته است.

یکی از اهداف این پروژه آزمایشی تست کردن ربات در کاربردهای عملی می‌باشد. در این فرایند به سوالاتی پیرامون نحوه رفتار با افراد در محیط کار، سازگاری و ثبات در فعالیت روزانه و بلوغ این فناوری در دنیای واقعی پاسخ داده می‌شود. همچنین شرکای این پروژه مایلند ببینند این ربات تا چه حد کاراست. برای این منظور سناریوهای مختلفی مطرح می‌شود تا به یک بینش واحد از این که محیط ایده‌آل برای این فناوری چگونه است، دست یافته شود.



کمپانی‌های تاپ شاپ و ایسوس؛ مطرح‌ترین برندهای انگلیسی در شبکه‌های اجتماعی

ترتیب ۸۹۰۰۰۰۰ و ۶۲۰۰۰۰۰ فالوئر در مقام اول و دوم قرار می‌گیرند. کمپانی دوروتی پرکینز علی‌رغم برتری مطلق در فیسبوک در رتبه سوم قرار دارد. تعداد فالوئرهای آن بیشتر از دو برابر هر برند انگلیسی دیگری است.

شبکه اجتماعی توئیتر از نظر میانگین تعداد فالوئرهای بسیار قبل‌تر از اینستاگرام و فیس بوک قرار دارد اگرچه عملکرد شبکه اجتماعی پینترست بسیار بدتر بوده است که احتمالاً به دلیل مشکلاتی است که برندها در کار با پینترست برای بازاریابی با آن مواجه‌اند و همچنین چالش پینترست در تجاری‌سازی پیشنهادات خود.

اسپنسر کامل‌کننده لیست پنج‌برند برتر در شبکه‌های اجتماعی بوده و در این زمینه از برندهای جدیدتر و مد روزتر نظیر بوهو، میس‌گاید و پرتی لیتل تینگ پیشی گرفته‌اند.

شبکه اجتماعی اینستاگرام عامل مطرح‌شدن برندهای مد می‌باشد؛ فاصله بین فالوئرهای این برندها با برندهایی که در پایین لیست قرار دارند همخوانی ندارد. میانگین فالوئرهای اکانت‌های فیس‌بوکی که محتوای آنها مد است، از اینستاگرام بیشتر می‌باشد به ویژه در مورد سی‌برند اول.

کمپانی‌های تاپ شاپ و ایسوس با داشتن به



برند انگلیسی تاپ شاپ به عنوان تاثیرگذارترین برند مد در شبکه‌های اجتماعی شناخته شده است و پس از آن کمپانی ایسوس در مقام دوم قرار می‌گیرد. برندهای واقع در خیابان‌های اصلی از جمله دوروتی پرکینز، پریمارک و مارکز اند

تمرکز یارن اکسپو بر محصولات سبز

باعث ترویج برند آن و جذب طیف وسیعی از مشتریان می‌شود. پیترا دانگ، مدیر ارشد کمپانی گفت: هدف ما ارتباط با خریداران پایین دستی در نمایشگاه بود. ما خودمان و محصولاتمان را به آنها معرفی کرده‌ایم که این فرصتی بزرگ برای همکاری‌های آتی است. کمپانی Biral در این دوره از نمایشگاه سه محصول جدید خود را معرفی کرد؛ الیاف بایرال ویسکوز، بایدال مودال و بایرال اسپان شیدز. در این دوره از نمایشگاه شش منطقه ویژه به ترندهای صنعتی اخیر اختصاص داشت.

یک سری تغییرات ساختاری در صنایع نساجی چین در حال وقوع بوده و رقابت شدیدی در این صنعت به وجود آمده است، در نتیجه تامین کنندگان داخلی برای راضی نگه داشتن بازارهای همیشه در حال تغییر ناچار به نوآوری و تولید محصولات با کیفیت هستند. یارن اکسپو برای رفع نیازهای خریداران مختلف، شش منطقه مجزا را برای شرکت‌های مطرح چینی در نظر گرفته بود که عبارتند از Colorful Chemical Zone، Natural Cotton Yarn Zone، Fancy Yarn Zone، Quality Wool Zone، Green e-Commerce Zone و Linen Zone.

سازمان ترویج تولید پنبه پایا و فعالیت به نفع کارگران، مصرف‌کنندگان و در کل محیط زیست است. این اولین بار است که BCI در نمایشگاه نخ شانگهای حضور داشت؛ پنج واحد ریسندگی عضو این سازمان نخ‌های پنبه‌ای تهیه شده از پنبه دوستدار محیط زیست را به نمایش گذاشتند. کمپانی Sateri یک برند شناخته شده در چین است که تخصص آن در زمینه ویسکوز ریون می‌باشد. این لیف طبیعی و با کیفیت از درختانی که در مزارع تجدیدپذیر رشد یافته‌اند، تهیه می‌شود. این کمپانی با داشتن سه کارخانه و ظرفیت تولید سالانه ۵۵۰۰۰۰ تن، بزرگ‌ترین تولیدکننده الیاف ویسکوز در چین به شمار می‌رود و همچنین دارای تاییدیه Oeko-Tex نیز می‌باشد. در غرفه Satei، ۹ غرفه گذار چینی دیگر نیز به ارائه محصولات خود پرداختند که همان منسوجات راحت و محصولات بهداشتی سازگار با پوست است که از الیاف ویسکوز تهیه شده‌اند.

کمپانی Biral Group با بیش از ۵۰ سال تجربه در تولید الیاف سلولزی، سعی در ارائه محصولات سبزرتر، خالص‌تر و ایمن‌تر به مشتریان خود داشت. این کمپانی به مدت سه سال است که در چین فعالیت می‌کند و حضورش در نمایشگاه



در نمایشگاه الیاف و نخ یارن اکسپو که در شانگهای برگزار شد، توجه ویژه‌ای به محصولات سبز صورت گرفت و تعدادی از تولیدکنندگان الیاف و نخ در تلاش بودند تا محصولات سبز خود را برای استفاده در مراحل ابتدایی تولیدات نساجی عرضه کنند و نوآوری‌های خود را برای خریداران مشتاق به نمایش بگذارند. در این نمایشگاه حدود ۵۰۰ تامین‌کننده جهانی نخ از ۱۳ کشور و منطقه مختلف حضور داشتند. اولین حضور غرفه‌های BCI، Sateri و Biral در Planet در میان شمار زیاد غرفه‌گذاران از نکات برجسته این دوره از نمایشگاه بود. در این غرفه‌ها محصولات دوستدار محیط زیست ارائه شد.

سازمان جهانی BCI یا Better Cotton Initiative دارای بیش از ۱۰۰۰ عضو در زمینه‌های مختلف ریسندگی، بافندگی و تولید پوشاک بخش محصولات پنبه‌ای می‌باشد. هدف این



پاکستان به دنبال ایده‌هایی برای رونق بخش نساجی

نخست وزیر صحبت خواهد کرد. او گفت از نخست وزیر درخواست آزادسازی بدون قید و شرط این مبلغ را خواهد داشت. صنایع نساجی پاکستان در حال حاضر با مشکلات جدیدی دست و پنجه نرم می‌کند از جمله هزینه بالای راه‌اندازی کسب و کار و تاخیر در بازپرداخت‌ها. انصاری همچنین وعده داد تا به مشکل اختلاف قیمت گاز در استان های پنجاب و سند رسیدگی کند.

برای بهبود بخش نساجی کشور به معرفی استراتژی‌های اصلاحی کوتاه و بلند مدت خواهد پرداخت. وزیر از تمامی سهامداران خواست تا پیشنهادات خود را ارائه دهند. بنا بر گزارش رسانه‌های خبری پاکستان، طرح‌های پیشنهادی به نخست وزیر، شاهد خاقان عباسی ارائه خواهد شد. انصاری گفت که در مورد بسته نساجی ۱۸۰ میلیارد روپیه‌ای و انتشار بیانیه‌ای برای آزادسازی ۱۲۰ میلیارد روپیه باقیمانده با



به گفته وزیر نساجی و بازرگانی پاکستان، حاجی محمد اکرم انصاری، دولت پاکستان

حضور بیش از ۲۵۰ غرفه گذار در نمایشگاه Vastra

سه روز اول این نمایشگاه تنها به B2B و روز آخر آن به فعالیت های B2C از جمله خرده فروشی اختصاص داشت. این امر برای غرفه گذارانی که به دنبال ارتباط مستقیم با مصرف کنندگان نهایی خود بودند، یک فرصت مغتنم به شمار می‌رفت. نمایشگاه فوق فرصتی منحصر به فرد برای صنایع نساجی و پوشاک در سرتاسر جهان بود و از لحاظ مرتبط بودن، کیفیت و ارائه محصولات جدید نساجی و پوشاک الگویی نو بود و در عین حال فرصت های تجاری جدیدی را در اختیار فعالان این صنعت قرار داد.

روزه ترکیبی از جدیدترین و ظریف ترین محصولات نساجی از الیاف گرفته تا مد، خدمات و فناوری ارائه شد. برگزاری نمایشگاه بر عهده بنگاه دولتی توسعه و سرمایه گذاری راجستان با همکاری فدراسیون اتاق های صنایع و بازرگانی هند بود و به گفته مدیر عامل بنگاه، بیش از ۳۰۰ خریدار بین المللی در این نمایشگاه حضور داشتند. یکی از جاذبه‌های این دوره از نمایشگاه ترکیب مدل‌های بنگاه به بنگاه (B2B) و تجارت بنگاه با مصرف کننده (B2C) بود.



بیش از ۲۵۰ غرفه گذار محصولات خود را در نمایشگاه بین المللی نساجی و پوشاک واسترا در مرکز نمایشگاهی جایپور در هند به نمایش گذاشتند. در این نمایشگاه چهار

کشته شدن شش کارگر در آتش سوزی کارخانه نساجی بنگلادش

یکی از مقامات پلیس در یک مصاحبه تلفنی با رویترز گفت در زمان شروع آتش سوزی کارخانه تعطیل بود اما هنوز تعدادی کارگر در آن جا حضور داشتند و پس از بررسی ها جسد پنج مرد و یک زن پیدا شد. ارزش صنایع پوشاک بنگلادش حدود ۲۸ میلیارد دلار بوده و ۴ میلیون نفر در این بخش مشغول به کار هستند، به علاوه ۸۰ درصد درآمدهای صادراتی بنگلادش مربوط به این صنعت می باشد.

در مقام دوم جهان قرار دارد، پس از حادثه فرو ریختن یک مجتمع ساختمانی در سال ۲۰۱۳ و کشته شدن بیش از ۱۱۰۰ نفر و آتش سوزی یک کارخانه پوشاک در سال ۲۰۱۲ و کشته شدن ۱۱ نفر، زیر ذره بین جامعه جهانی قرار گرفته است. به گفته پلیس، آتش سوزی روز چهارشنبه از طبقه همکف یک انبار چهار طبقه مواد شیمیایی و رنگزا در منطقه منشی گنج واقع در ۲۰ کیلومتری داکا، پایتخت بنگلادش شروع شد و به سرعت گسترش پیدا کرد.



در پی آتش سوزی در یک کارخانه نساجی در بنگلادش شش کارگر جان خود را از دست دادند. صنایع پوشاک بنگلادش که بعد از چین

افزایش ۱۲ درصدی صادرات نساجی مصر

کابیل تاکید کرد: اتاق صنایع نساجی مصر باید برای افزایش سرمایه گذاری و نرخ صادرات بخش نساجی، مشوق‌های موثری را به کار بگیرد.

او همچنین اضافه کرد: دولت در تلاش برای مهار قاچاق کالا است چون این امر تاثیر منفی بر صنایع نساجی کشور خواهد داشت. او اشاره کرد که دولت مایل به اتخاذ تمامی تدابیر لازم برای مقابله با این عمل غیر قانونی می باشد.

مصر در سال جاری شاهد افزایش زمین‌های زیر کشت پنبه بوده است.

و پوشاک آماده است. هم زمان با رشد چشمگیر ۱۲ درصدی صادرات نساجی، واردات نیز در مقایسه با دوره مشابه سال قبل ۵۹ درصد کاهش داشته است.

وی همچنین اشاره کرد: هدف از این استراتژی ترویج صنایع نساجی مصر در تمامی بخش‌های آن می باشد از کشت پنبه گرفته تا تولید محصول نهایی.

وزارت همچنین در حال بررسی تاسیس یک «شهر جدید نساجی» است و دولت نیز برای رفع نیازهای داخلی و رواج پوشاک مصری در بازارهای جهانی مایل به روز رسانی این صنعت می باشد.



وزیر صنایع و بازرگانی مصر، تارک کابیل طی نشستی با هیات مدیره اتاق صنایع نساجی مصر (ECTI) در فدراسیون صنایع مصر (FEI) گفت: وزارت در حال حاضر مشغول تدارک یک استراتژی ملی برای بخش‌های منسوجات، ریسندگی

حضور کمپانی شیما سیکي در نمایشگاه Viscom ۲۰۱۷ ایتالیا

شده را پیش از چاپ توسط SIP-160F3 فراهم می‌کند.

سیستم APEX3 هسته مرکزی مفهوم «سیستم جامع مد» در شرکت است. این سیستم با پشتیبانی همه جانبه از تمامی جنبه‌های مختلف زنجیره تامین پوشاک به یکپارچه کردن فرایند تولید به صورت یک جریان کاری آرام و موثر از تولید نخ گرفته تا برنامه‌ریزی تولید، طراحی برای تولید و حتی تبلیغات برای فروش کمک می‌کند. نکته مثبت دیگر این سیستم قابلیت آن در

بهبود فرایند برنامه‌ریزی با استفاده از نمونه برداری مجازی می‌باشد. قابلیت شبیه سازی فوتورئال این امکان را ایجاد می‌کند که نمونه برداری مجازی فرایند هزینه بر و زمان بر نمونه برداری را به حداقل برساند ضمن این که کیفیت نمونه ارائه شده نیز افزایش پیدا می‌کند. نمونه برداری مجازی همچنین باعث کوتاه شدن چرخه تولید می‌شود تا حدی که امکان چاپ بر اساس تقاضا در موارد سفارشی سازی انبوه فراهم می‌شود.

در ایتالیا در نمایشگاه ویژه کام عرضه شد. به منظور همگام شدن با بازار در حال رشد چاپ دیجیتال برای چاپ با جوهرهای پیگمنتی بر روی منسوجات، فناوری چاپ مستقیم بر روی لباس (DTG) بر روی محصولات تکمیل شده نظیر تی شرت، حوله و محصولات جین نمایش داده شد. در این ماشین ارتفاع کلگی چاپ بر اساس ضخامت کالا قابل تغییر است که امکان چاپ بر روی پارچه‌هایی با ساختار سه بعدی و محصولات تکمیل شده را فراهم می‌کند.

در این ماشین با وجود سطح چاپ تخت و عریض، تاکید بیشتر بر روی چاپ مستقیم با استفاده از پیگمنت‌ها بر روی محیط‌های چاپ مختلف می‌باشد. فناوری اینک جت چند قطره‌ای، گردش جوهر و گاززدایی و تنظیم حرارتی جوهر منجر به چاپی کارا و پایدار می‌شود.

در این نمایشگاه همچنین جدیدترین نسخه سیستم طراحی SDS-ONE APEX3 3D شیما سیکي ارائه شد. سیستم مدیریت رنگی APEX3 امکان شبیه سازی دقیق تکه چاپ



کمپانی انحصاری شیما سیکي، تولید کننده مطرح ماشین‌آلات کشباف کامپیوتری و همچنین نمایندگی فروش آن، کمپانی فنیکس دیجیتال گروپ SRL جدیدترین ماشین‌آلات چاپ نساجی دیجیتال خود را در کنفرانس و نمایشگاه تجاری بین‌المللی ویژه کام ایتالیا در معرض نمایش گذاشت.

جدیدترین ماشین چاپ اینک جت فلت بد این کمپانی مدل SIP-160F3 است که قابلیت انجام چاپ تمام رنگی زیبا را بر روی انواع مختلفی از پارچه‌ها داراست. در این ماشین می‌توان از رنگ‌های راکتیو، اسیدی و جوهرهای پیگمنت برای چاپ استفاده کرد. وجه تمایز ماشین جدید قابلیت چاپ با پیگمنت سفید است که برای نخستین بار



تعهد ۷/۵ درصد از صنعت مد جهان به مد گردشی

یا گردشی می‌باشد، متکی بر مقادیر زیادی از انرژی و مواد اولیه ارزان و در دسترس است. با رشد جمعیت جهان این مدل با محدودیت‌های فیزیکی مواجه خواهد شد. پیش بینی می‌شود جمعیت جهان از ۸/۵ میلیارد نفر نیز پیشی بگیرد. همچنین پیش بینی می‌شود میزان تولید پوشاک در جهان تا سال ۲۰۳۰، ۶۳ درصد افزایش پیدا کند. آدیداس، ایسوس، بست سلر، ایلین فیشر، گس، هوگو بوس، ایندیتکس، لاکوست، اچ اند ام، کرینگ، نودی جینز، ریفورمیشن، تارگت، تامی هیلفیگر و وی اف کورپوریشن تعدادی از کمپانی‌هایی هستند که متعهد به کار بر حسب سیستم مد گردشی شده‌اند.

بازاریابی و مصرف انجام داده است. شرکت‌ها در تعهد خود ضمانت می‌کنند که تغییر و گذار به سوی سیستم مد گردشی را تسریع نمایند. امضاکنندگان در حال حاضر مشغول کار برای تعیین اهدافشان هستند که در دسامبر سال جاری منتشر خواهد شد. سازمان مد جهانی یک انجمن پیشرو در این زمینه است که گفتگوهای مربوط به بحث پایایی در جهان را جهت‌دهی می‌کند. گل سر سبد مجمع‌های برگزار شده توسط سازمان، اجلاس مد کپنهاگ است. مد اقتصادی خطی یا «بگیر، استفاده کن، دور بینداز» که بر خلاف اقتصاد دورانی



تعداد قابل ملاحظه ۶۴ کمپانی مد در جهان که ۷/۵ درصد صنعت مد جهانی را به خود اختصاص می‌دهند، از سیستم مد گردشی تبعیت می‌کنند. این کمپانی‌ها نماینده ۱۴۳ برند مد هستند. سازمان غیر انتفاعی مد جهانی اقدامات اولیه را برای تغییر رویه سیستم مد جهانی در رابطه با تولید،

احتمال دو برابر شدن صادرات نساجی هند به کانادا تا سال ۲۰۲۰

جذب سرمایه‌برندهای کانادایی نظیر آریزیا، لشاتو، وال مارت کانادا، جویکی کاندا، گیلدان و گوس اند روتز شده‌اند. در نمایشگاه امسال ۴۵ درصد بازدیدکنندگان به دنبال پوشاک، ۳۲ درصد اکسسوریز و ۲۳ درصد منسوجات بوده‌اند. سایر کشورهای شرکت‌کننده در نمایشگاه عبارت بودند از چین، بنگلادش، پاکستان، آمریکا، انگلیس، کانادا، ترکیه، اردن، سوئیس، ویتنام، نپال و غیره.

بانکر گفت: گزارشات مربوط به بعد از برگزاری نمایشگاه نشان می‌دهد که این نمایشگاه یک موفقیت بزرگ بوده و بیشتر از ۵۰ درصد نسبت به سال قبل گسترش یافته است. علاوه بر آن تعداد بازدیدکنندگان در مقایسه با سال قبل ۶۷ درصد رشد داشته است که نشان دهنده پتانسیل زیاد کانادا به عنوان بازاری برای منسوجات و پوشاک می‌باشد. افزایش تعداد بازدیدکنندگان به وضوح بیانگر ارزشی است که نمایشگاه برای تولیدکنندگان به همراه دارد.

کالاهایی هستند که با قواعد مبدا توافقنامه تجاری آزاد مطابقت ندارند اما همچنان می‌توانند بر اساس مذاکرات انجام شده از قوانین مربوط به کالاهای کشور مبدا پیروی کنند

بانکر اضافه کرد: مجموع ارزش تولید پوشاک در کانادا همچنان رو به کاهش است در حالی که واردات پوشاک به این کشور در حال افزایش می‌باشد. واردات پوشاک از سال ۲۰۱۰ به بعد سالانه ۸/۳ درصد یا ۳/۴ میلیارد دلار کانادا افزایش یافته و در سال ۲۰۱۵ به ۱۲/۵ میلیارد دلار رسیده است. مجموع تعداد تاسیسات بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ حدود ۱۲ درصد کاهش داشته است. در سال ۲۰۱۵ حدود ۲۰۰۰۰ نفر در این بخش مشغول به کار شده‌اند.

نمایشگاه ATSC که توسط کمیسیون عالی هند در کانادا حمایت می‌شود، یک پلتفرم بزرگ برای تولیدکنندگان هندی است تا بتوانند به طور مستقیم با خریداران کانادایی و متخصصین مد و پوشاک تعامل داشته باشند. شرکت‌کنندگان هندی موفق به



بنابر گزارش گروه برندهای آمریکای شمالی - برگزار کننده نمایشگاه ATSC کانادا - احتمال دارد صادرات منسوجات و پوشاک هندی به کانادا تا سال ۲۰۲۰ دو برابر شود. صادرکنندگان هندی برای پر کردن جای خالی در بازار منسوجات و پوشاک کانادا، فضای رشد و توسعه زیادی در اختیار دارند. جان بانکر، مدیرعامل نمایشگاه گفت: توافقنامه تجاری آزاد کانادا با کشورهای هندوراس، کاستاریکا، شیلی و ایالات متحده آمریکا مشمول مقررات مربوط به ترجیح تعرفه‌ای برای کالاهای مشخصی از منسوجات و پوشاک وارد و یا صادر شده در درون مناطق تجاری آزاد مربوطه می‌شود. کالاهای واجد شرایط ترجیح تعرفه‌ای

افتتاح مرکز نوآوری های کاربردی لنزینگ در هنگ کنگ

که در میان کمپانی های مشابه در جهان رقم بالایی محسوب می شود. تمامی این سرمایه گذاری ها به نفع مشتریان می باشد چون آنها می توانند با استفاده از محصولات نوآورانه لنزینگ خود را از رقبایشان متمایز کنند

اریک چان، مدیر کل کمپانی لنزینگ فایبرز هنگ کنگ گفت: در مرکز جدید آموزش متقابل برای لنزینگ و شرکای آن، زمینه های کاربردی محصولات جدید به منظور تجاری شدن آنها مورد آزمایش و بررسی قرار می گیرد. این کار به توانایی لنزینگ در انتقال هر چه سریع تر و موثرتر قابلیت های نوآورانه خود به مشتریان کمک خواهد کرد. علاوه بر آن در مرکز جدید امکان تولید نمونه اولیه از پارچه های نساجی تهیه شده از الیاف لنزینگ از رنگرزی و تکمیل گرفته تا اندازه گیری دقیق تمامی ویژگی های محصول، وجود دارد.

مرکز نوآوری های کاربردی لنزینگ فعالیت خود را آغاز کرده و امکان بازدید از آن برای تمامی بازدیدکنندگان فراهم است.

خود -sCore TEN- خواهد داشت. یکی از نکات برجسته این استراتژی افزایش صمیمیت با مشتری می باشد. ارتباط نزدیک با شرکا و مشتریان مهم آسیایی در زنجیره ارزش باعث ایجاد بعد جدیدی در خدمات ما می شود. با این استراتژی عکس العمل ما نسبت به ترندهای موجود سریع تر شده و می توانیم به موضوعات مربوط به زمینه های کاربردی محصولات جدید بهتر رسیدگی کنیم و در عین حال به تولید محصولاتی با ویژگی های زیبایی و عملکردی بالا بپردازیم.

به گفته ی مدیر ارشد فناوری لنزینگ، هیکو آرنولد، مرکز نوآوری جدید جزئی از شبکه فناوری جهانی گروه لنزینگ است از دپارتمان تحقیق و توسعه و آزمایشگاه پردازش الیاف در لنزینگ گرفته تا واحد آزمایش الیاف اندونزی.

از این رو لنزینگ در حال برجسته کردن نقش پیشروی خود در عرصه نوآوری های جهانی می باشد. میزان هزینه های بخش تحقیق و توسعه کمپانی لنزینگ در سال مالی گذشته بالغ بر ۴۶/۴ میلیون یورو بوده



کمپانی لنزینگ پیشرو در تولید الیاف سلولزی گیاهی با کیفیت برای صنایع منسوجات و بی بافت ها در جهان، با افتتاح یک مرکز نوآوری های کاربردی (AIC) در هنگ کنگ سعی در افزایش همکاری با شرکای خود در طول زنجیره ارزش دارد. در این مرکز، زمینه های کاربردی جدید برای الیاف لنزینگ مورد آزمایش و بررسی قرار می گیرد.

کاربرد نوآوری های جدید نظیر الیاف لایوسل Refibra و الیاف ویسکوز EcoVero در این مرکز مشخص می شود.

مدیر ارشد تجاری لنزینگ، رابرت ون دکرخوف گفت: لنزینگ با افتتاح مرکز جدید فرصت بیشتری برای به کارگیری استراتژی

برگزاری روز پنبه برای نخستین بار در ویتنام

برگزار شده توسط شورای بین المللی پنبه آمریکا در آسیا می باشد. شروع این رویداد در دهه ۱۹۹۰ و در ژاپن بوده است و در جمهوری کره، چین، تایلند و بنگلادش نیز برگزار شده است.

بنا بر گزارش انجمن نساجی و پوشاک ویتنام، میزان درآمد صادراتی این بخش در ۸ ماهه اول سال ۲۰۱۷، ۱۹/۸ میلیارد دلار بوده که علی رغم چالش های موجود از جمله فشار ناشی از مالیات ضد دامپینگ الیاف در ترکیه و هند، نسبت به دوره مشابه سال قبل ۹/۹ درصد افزایش داشته است.

در صنایع نساجی را برای توسعه و شراکت پایدار به هم پیوند می دهد.

هدف اصلی رویداد فوق ارتباط شرکت های پوشاک ویتنامی با شرکا و تامین کنندگان و اطلاع رسانی به آنها پیرامون وضعیت عرضه و تقاضا برای پنبه در جهان است.

در این روز سمینار و فشن شو نیز برگزار می شود. در سمینار به مباحثی نظیر رابطه میان ویتنام و آمریکا، صنایع نساجی و پوشاک ویتنام و تاثیر سیاست بازرگانی آمریکا و روند خرید پرداخته خواهد شد.

روز پنبه یکی از بزرگ ترین رویدادهای



انجمن پنبه و ریسندگی ویتنام با همراهی انجمن نساجی و پوشاک ویتنام و شورای بین المللی پنبه ایالات متحده آمریکا برای نخستین بار «روز پنبه» را در ویتنام برگزار کرده اند. این رویداد شرکت های ویتنامی فعال

نمایش پارچه‌های دوستدار محیط‌زیست توسط کمپانی Seaqual 4U در نمایشگاه پرمیرویزن پاریس

پنبه ارگانیک، تنسل، ویسکوز، پشم، لینن و غیره ترکیب کرد. همچنین می‌توان از آنها به تنهایی در رنگ طبیعی شان؛ اگر و یا به صورت رنگ‌رزی شده استفاده کرد. نخ‌های مداوم نیز با نمره‌های ۵۰، ۷۸ و ۱۶۷ دسی تکس در دسترس هستند. فناوری‌های ریسندگی منجر به توسعه فرایندهای تکسچرایزینگ تاب مجازی، تکسچرایزینگ هوا، تاب مکانیکی و ازدیاد طول شده است.

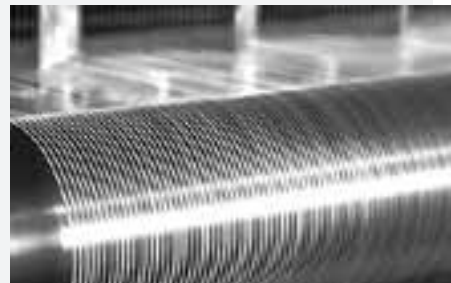
نخ‌ها را می‌توان به صورت انبوه یا بر روی بوبین رنگ‌رزی کرد. این نخ‌ها را می‌توان به روش تاری پودی یا کشف با استفاده از ماشین‌های گردباف به پارچه تبدیل کرد و آن را در لباس‌های ورزشی، ساحلی، جین و جوراب به کار گرفت.

فاکتورهای بارز زیست‌سازگاری و تعهد در این مجموعه توسعه پایدار به موضع مهمی در نمایشگاه پرمیرویزن تبدیل شد و غرفه‌های مختلفی پارچه‌های حاوی الیاف سیکوال را به نمایش گذاشتند.

در بیانیه مطبوعاتی کمپانی آمده است: ما نخستین شرکتی هستیم که به بازاریابی الیاف تهیه شده از ضایعات پلاستیکی حاصل از لایروبی بستر اقیانوس با نام تجاری سیکوال پرداخته‌ایم. عملیات لایروبی توسط ۴۰۰ قایق ماهیگیری انجام می‌شود.

برای تولید یک کیلو الیاف باید یک کیلو زباله از اقیانوس خارج شود. برآورد می‌شود که هر ساله ۸ میلیون تن ضایعات در دریاها تولید می‌شود که ۸۰ درصد آن به بستر دریا فرو می‌رود. این آلاینده‌گی از کنترل خارج شده و در حال بدتر شدن است. چنانچه ما برای تغییر عادات خود کاری نکنیم، تا سال ۲۰۱۵ بازای هر سه تن ماهی در اقیانوس‌ها چندین تن ضایعات پلاستیکی خواهیم داشت.

الیاف سیکوال به صورت نخ‌های مداوم و غیرمداوم در دسترس می‌باشد. اندازه نخ‌های غیرمداوم بین ۱۰ تا ۷۰ نانومتر است. آنها را می‌توان با الیاف طبیعی نظیر



کمپانی اسپانیایی سیکوال فوریو نخستین پارچه تهیه شده از الیاف زیست‌سازگار سیکوال خود را در نمایشگاه پرمیرویزن پاریس به نمایش گذاشت. این کمپانی یک زنجیره از ماهیگیر تا مصرف‌کننده ایجاد کرده است که در آن تمامی فعالان عرصه نساجی (ریسندگان، بافندگان، برندها) تعهد دارند زباله‌های دریایی را تمیز و با آن الیاف، نخ و پارچه‌های زیست‌سازگار تولید کنند.

کمپانی سیکوال همچنین در این نمایشگاه به ارائه الیاف و نخ‌های جدید تهیه شده از مواد اولیه خام حاصل از بستر اقیانوس‌ها پرداخت.

بربری؛ پایاترین برند برای سومین بار

برنامه پنج ساله بربری با عنوان «خلق میراثی برای فردا» دارای سه هدف اصلی می‌باشد: حمایت از یک میلیون نفری که در انجمن‌های حمایت از بربری و گسترش صنایع لوکس هستند، تضمین صد در صدی این که محصولات بربری حداقل دارای یک عنصرند که منجر به ایجاد تغییرات مثبت می‌شود و ابداع نگرش‌های جدید برای بررسی مجدد ارزش ضایعات ایجاد شده در فرایند تولید کالاهای لوکس و در عین حال خنثی بودن از نظر تولید کربن در فعالیت‌های خود.

در زمینه مدیریت نوآوری در صنعت بیشترین امتیاز را کسب کرده است. این شاخص یک الگوی قابل اعتماد برای سرمایه‌گذارانی است که مساله پایایی را در تصمیم‌گیری‌ها و سرمایه‌گذاری‌های خود لحاظ می‌کنند. این شاخص یک استاندارد جهانی برای بررسی فاکتورهای اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی می‌باشد.

بربری همچنین جزئی از شاخص‌های FTS- E4Good و MSCI World ECG Leaders و از امضاکنندگان معاهده جهانی سازمان ملل متحد است.



برند بربری برای سومین سال متوالی در لیست شاخص پایایی دو جونز؛ بخش «منسوجات»، پوشاک و کالاهای لوکس» قرار گرفته است که نشان‌دهنده تعهد شرکت برای کشف روش‌های پایاتر و سازنده تر می‌باشد. بربری

رکورد بیشترین صادرات پنبه ایالات متحده آمریکا در طول ۱۰ سال گذشته

به کاهش محصول پنبه در پاکستان برای دو سال پیاپی، افزایش قیمت‌های داخلی در هند و رشد بسیار سریع میزان تقاضا از سوی کارخانجات بنگلادشی اشاره کرد. البته با رونق تولید در پاکستان و هند حفظ این سطح از صادرات و فروش برای آمریکا چالش برانگیز خواهد شد هر چند که پیش بینی می‌شود میزان تقاضا از سوی کارخانجات بنگلادشی همچنان به رشد خود ادامه دهد. از آن جایی که سهم بازار آمریکا در چین نسبت به سال ۱۶-۲۰۱۵ افزایش داشته است، پیش‌بینی می‌شود صادرات به چین در سال آینده به موضوع مهمی بدل شود. صادرات به بازارهای قدیمی آمریکا نظیر ترکیه و مکزیک نیز رشد چندانی از خود نشان نداده است.

خدمات کشاورزی غیر داخلی ایالات متحده آمریکا در سپتامبر ۲۰۱۷، بیشترین میزان پنبه صادراتی مربوط به پنبه آبلند بوده (۱۴/۳ میلیون عدل) و مابقی آن پنبه استیپل فوق بلند (۶۱۴۰۰۰ عدل) می‌باشد. در این گزارش آمده است: افزایش مصرف جهانی و همچنین افزایش محصول پنبه در افزایش صادرات این محصول نقش داشته‌اند. ویتنام برای دومین سال متوالی بزرگ‌ترین واردکننده پنبه آمریکا بوده و حدود ۲/۸ میلیون عدل وارد کرده است. در نتیجه سهم بازار آمریکا در ویتنام در سال گذشته ۵۰ درصد رشد داشته است. صادرات به شبه قاره هند نیز افزایش چشمگیری داشته و هند، پاکستان و بنگلادش در مجموع دومین واردکننده بزرگ پنبه آمریکا بوده‌اند. از دلایل آن می‌توان



ایالات متحده آمریکا در دوره سالانه بررسی بازار محصول ۱۷-۲۰۱۶، ۱۴/۹ میلیون عدل پنبه صادر کرده که پس از سال ۰۶-۲۰۰۵ که صادرات پنبه ۱۷/۷ میلیون عدل بوده، بیشترین میزان صادرات را داشته است. میزان صادرات پنبه در این سال بالاتر از میزان پیش‌بینی شده توسط دپارتمان کشاورزی آمریکا و یاسایر پیش‌بینی‌کنندگان در بخش‌های خصوصی بوده است. بر اساس گزارش منتشر شده از بخش

افتتاح مرکز آموزشی برای کارگران پوشاک در کامبوج

مورد بازبینی قرار بگیرد و شاهد افزایش سالانه آن خواهیم بود. با توجه به همه این موارد لازم است تا محصولات با کیفیت تری تولید شود. لازم است تا نیازهای موجود در این صنعت درک شود. در حال حاضر کامبوج با کمبود موسسات آموزشی روبروست. به همین دلیل انجمن تولیدکنندگان پوشاک کامبوج قصد دارد تا نیازهای اعضای خود را برطرف کرده و به آن‌ها در بهبود بهره‌وری در کنار افزایش دستمزدها کمک کند. در غیر این صورت کامبوج در مقایسه با کشورهای نظیر ویتنام و میانمار رقابت پذیری خود را از دست خواهد داد. به گفته آقای تی، مرکز آموزشی پوشاک کامبوج با همکاری مدرسه طراحی و مد TaF.tc در سنگاپور، در سه سال اول فعالیت خود از مربیان سنگاپوری برای آموزش افراد محلی که مربیان آینده خواهند شد، بهره خواهد گرفت.

در بخش پوشاک کمک خواهد کرد. هون سن گفت: دهه‌های متوالی است که صنایع پوشاک کامبوج در حال رشد بوده و تقریباً یک میلیون نفر در این بخش مشغول به کار هستند. این صنعت همچنین در رشد اقتصادی کشور نقش دارد. تعداد کارخانجات و شرکت‌های بخش پوشاک در کامبوج تا کنون ۱۱۶۸ عدد بوده و بیش از یک میلیون نفر کارگر و متخصص در این صنعت فعالیت می‌کنند. آنها سعی دارند سرمایه‌گذاران خارجی را برای سرمایه‌گذاری در این بخش جذب کنند. موسسه CGTI توسط انجمن تولیدکنندگان پوشاک کامبوج و با دریافت وام اندکی از آژانس توسعه فرانسه ساخته شده است. مدیر عامل موسسه، اندرو تی گفت که صنایع کفش و پوشاک کامبوج با رقابت و چالش‌های زیادی روبروست، قرار است میزان دستمزدها

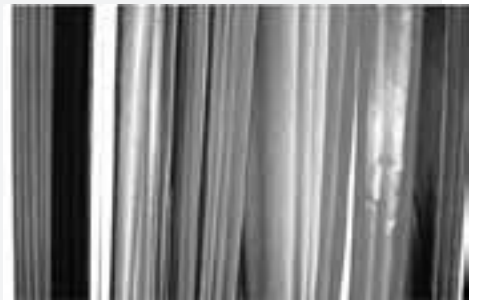


موسسه مرکز آموزشی پوشاک کامبوج (CGTI) به طور رسمی افتتاح شده است. این موسسه مکانی برای کارگران بخش پوشاک است که می‌توانند در این مکان مهارت‌های خود را ارتقا دهند و به افزایش بهره‌وری در این بخش کمک کنند. نخست وزیر کامبوج، آقای هون سن در بازدید از کارخانجات منطقه ویژه اقتصادی پنوم پن، این مرکز را به طور رسمی افتتاح کرده است. راه اندازی مرکز آموزشی به افزایش نیروی کار ماهرتر برای تولید محصولات با کیفیت تر

مصرف ۲۳/۱۱ درصد از محصولات نساجی بالی توسط مردم آمریکا در ماه ژوئیه

دلاری حاصل از صادرات استان را به خود اختصاص می‌دهند. بازار ایالات متحده آمریکا بزرگ‌ترین مصرف‌کننده منسوجات دستباف بالی می‌باشد و پس از آن سنگاپور، استرالیا و هنگ کنگ به ترتیب با ۱۴/۲۹ درصد، ۹/۳۰ درصد و ۶/۲۹ درصد قرار دارند. آژانس صنایع و بازرگانی استان بالی به منظور بهبود طراحی محصولات نساجی و سایر کالاهای وابسته به آن، یک برنامه آموزشی برای کسب و کارهای کوچک و متوسط ترتیب داده است.

این محصولات ۵/۲۴۰ میلیون دلار بوده است. البته صادرات منسوجات از بالی در ماه ژوئیه نسبت به ماه ژوئن ۱۵/۸۷ درصد کاهش داشته و ارزش آن نیز ۹۸۸۷۳۹ دلار کم شده است. بنا بر گزارش یک آژانس خبری در اندونزی به نقل از رییس BPS، آدی نوگروهو، ارزش صادرات منسوجات استان بالی در ژوئیه ۲۰۱۶، ۵/۱۴۶ میلیون دلار بوده است. او گفت: محصولات نساجی ۱۳/۷۵ درصد مجموع درآمد ۳۸/۱۲۶ میلیون



بر اساس گزارش آژانس آمار مرکزی بالی (BPS)، حدود ۲۳/۱۱ درصد از محصولات بی‌بافت بالی اندونزی به ایالات متحده آمریکا صادر و مصرف شده است. ارزش

بخش الیاف بشرساخت هند در انتظار خبرهای خوب

خبرهای خوبی در راه می‌باشد. این اجلاس سه روزه به طور مشترک توسط مجمع جهانی اقتصاد و کنفدراسیون صنایع هند برگزار شده است. ایرانی گفت: میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در صنایع نساجی کشور در طول دو سال گذشته سه برابر شده است. به گفته ایرانی، وزارت نساجی با حمایت مالی و پشتیبانی از ۴۰۱ خوشه بافندگی از میان ۸۰۰ خوشه به آنها کمک خواهد کرد.

الیاف بشرساخت هند پس از تشکیل یک گروه داخلی در وزارتخانه به منظور ارائه پیشنهاداتی برای افزایش پتانسیل این بخش، می‌تواند در انتظار خبرهای خوشی باشد. یک آژانس خبری از قول ایرانی نقل کرد: این نخستین بار است که یک گروه داخلی به طور اختصاصی در رابطه با چگونگی استفاده حداکثر از پتانسیل موجود در بخش الیاف بشرساخت و ایجاد رقابت‌پذیری تشکیل شده است و من فکر می‌کنم خیلی خیلی زود



وزیر نساجی هند، سمیریتی ایرانی طی مذاکره‌ای در اجلاس اقتصادی هند که در دهلی نو برگزار شده بود گفت که بخش

تمرکز نمایشگاه پوشاک بنگلادش بر زنجیره تامین پوشاک

بود. همچنین برای توضیح فرایند تولید پوشاک به حاضران یک نمایش سه بعدی نشان داده شد. کمپانی‌های شرکت‌کننده در نمایشگاه نیز محصولات خود را در کنار فعالیت‌هایشان که در راستای تم نمایشگاه می‌باشد، در معرض نمایش گذاشتند. کمپانی‌های پسیفیک جینز، بیتویی، دکو و آنا-بزرگ‌ترین تولیدکنندگان محصولات جین در بنگلادش- نیز در این دوره از نمایشگاه حضور داشتند.

تامین نساجی و پوشاک بود. بیش از ۵۸ غرفه‌گذار از سرتاسر جهان برای حضور در این نمایشگاه ثبت‌نام کردند و در این رویداد مصرف‌کنندگان و خریداران درباره این که پوشاک در کجا و چگونه تولید می‌شوند، آگاهی کسب نمودند. شفاف‌سازی، هسته اصلی این دوره از نمایشگاه جین بنگلادش است. به گفته برگزارکنندگان برای آگاه‌سازی بازدیدکنندگان از نحوه تولید پوشاک، یک سری از رویدادهای خاص سازماندهی شده



در هفتمین دوره از نمایشگاه جین بنگلادش که هشتم و نهم نوامبر در داکا برگزار شد، تمرکز اصلی بر شفافیت زنجیره



احتمال صادرات ۱۵ میلیارد دلاری بخش نساجی اندونزی تا سال ۲۰۱۹

اتوماسیون بهره ببرند تارقابت پذیر و کارآمد شوند.

مدیر کل فدراسیون بین المللی تولید کنندگان نساجی، کریستین شیندلر گفت: صنایع نساجی اندونزی این پتانسیل را دارد که تا با ایجاد شرایط تجاری بهتر و مساعدتر از نظر سرمایه گذاری، نرخ رشد پایدار مشاهده شده در چند سال اخیر را تسریع کند.

بر اساس آمار به دست آمده از یونیدو یا سازمان توسعه صنعتی ملل متحد، اندونزی از لحاظ تولید ارزش افزوده دارای رتبه نهم در جهان است و از این لحاظ کشورهای روسیه، استرالیا و سایر کشورهای آسه آن را پشت سر گذاشته است.

شده بود، گفت: تا آن زمان ظرفیت تولید سالانه به ۱۶۳۸ تن افزایش پیدا خواهد کرد. وزیر صنایع پیش بینی کرد: صادرات نساجی حدود ۱۱ درصد در هر سال افزایش پیدا کند. برآورد می شود میزان مشارکت این بخش در اقتصاد کشور در سال های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب ۱۲/۰۹ و ۱۳/۵ میلیارد دلار باشد. در پایان سال ۲۰۱۷ میزان افراد شاغل در بخش نساجی کشور به ۲/۷۳ میلیون نفر خواهد رسید و در سال ۲۰۱۸ این رقم به ۲/۹۵ میلیون نفر افزایش پیدا خواهد کرد.

به گزارش رسانه های اندونزیایی، هارتانتو از فعالان صنایع نساجی درخواست کرد تا از فناوری دیجیتال نظیر چاپ سه بعدی و



به گفته وزیر صنایع اندونزی، ایرلانگا هارتانتو، بر اساس برنامه ریزی های انجام شده قرار است صادرات بخش نساجی اندونزی تا سال ۲۰۱۹ به ۱۵ میلیارد دلار و تعداد افراد شاغل در این بخش به ۳/۱۱ میلیون نفر برسد. وزیر صنایع در کنفدراسیون فدراسیون بین المللی تولید کنندگان نساجی که اخیرا در بالی برگزار

ویتنام مرکز توجه برندهای فست فشن در جهان

یونیکلو، تاپ شاپ و منگو نیز سریعا در پی راه اندازی فروشگاه هایی در ویتنام می باشند. درصد بالای نسل هزاره در ویتنام نیز یکی از دلایل مهم توجه این برندها به بازار ویتنام است. این نسل (محدوده سنی بین ۱۵ تا ۳۵) یک سوم جمعیت این کشور را به خود اختصاص می دهند. این افراد به ظاهر خود بسیار توجه می کنند و از طریق شبکه های اجتماعی به خوبی از جدیدترین ترندهای جهانی آگاهند و تمایل به خرید برندهای پوشاک خارجی دارند.

البته قیمت پوشاک فست فشن تا حدی گران تر از محصولات داخلی است. هر چند که قیمت محصولات اچ اند ام و زارا برای نسل جوان که دارای شغل ثابتی هستند، چندان هم زیاد نیست. با افزایش درآمد سرانه و قدرت خرید مصرف کنندگان ویتنامی، توجه آنها به کیفیت محصول و نه قیمت آن روز به روز در حال افزایش است.

بررسی و کار بر روی شرکت های داخلی برای تبدیل ویتنام به یک پایگاه تولید پوشاک می باشند.

از عوامل دیگر جذب برندهای فست فشن به ویتنام می توان به انبوه جمعیت جوان این کشور و رشد سریع درآمد اشاره کرد. برند فست فشن به برندهایی گفته می شود که با کپی کردن سریع از روی جدیدترین ترندها به تولید انبوه آنها و فروششان با قیمتی کمتر از انواع اورجینال می پردازند. کمپانی سوئدی اچ اند ام که برای تولید فست فشن پوشاک زنانه، مردانه، بچه گانه و پوشاک مخصوص نوجوانان شناخته شده است، نخستین فروشگاه خود را در مرکز خرید وینکوم سنتر شهر هوشی مین افتتاح و توجه زیادی را به خود جلب کرد.

سال گذشته نیز زارا رقیب اچ اند ام فروشگاه های را در این شهر راه اندازی کرد. علاوه بر آن سایر برندهای فست فشن نظیر



شهرت ویتنام در بخش نساجی بیشتر به عنوان یک تولید کننده پوشاک است تا یک مصرف کننده. این کشور یکی از پنج صادر کننده برتر نساجی و پوشاک در جهان بوده و حدود ۱۰ درصد تولید ناخالص داخلی آن به نساجی اختصاص دارد. هزینه پایین نیروی کار، رشد اقتصادی سریع و رسیدن تولید ناخالص داخلی سرانه به ۲۳۰۰ دلار، این کشور را به کانون توجه برندهای فست فشن جهان تبدیل کرده است.

ویتنام در واقع به یک جاذبه برای برندهای بین المللی فست فشن تبدیل شده است؛ پیر کاردین و کمپانی ژاپنی آئویاما در حال