

عرضه کاپشن‌های صد درصد زیستی توسط کمپانی تیرا

کار ساده‌ای خواهد بود اما سختی‌ها تنها در جزئیات خود را نشان می‌دهند برای مثال پیدا کردن نخ‌ی که به اندازه کافی مستحکم باشد و از مواد اولیه مصنوعی یا ترکیب پنبه با مواد اولیه مصنوعی نیز تهیه نشده باشد. راهکار ما استفاده از نخ ویسکوز مورد استفاده در قلابدوزی اما با وزن بیشتر بود.

کمپانی تیرا امیدوار است که کاپشن‌های جدید مصرف‌کنندگان را تشویق کند تا نسبت به مسایل زیست محیطی آگاهی بیشتری کسب کنند. بلومبرگ می‌گوید: ما امیدواریم که پایایی یک ترند نباشد. ما می‌خواهیم مصرف‌کنندگان بیشتر مراقب لباس‌های خود باشند.

در عین حال استفاده بهینه از منابع مختلف موجود در صنایع نساجی باعث تقویت نوآوری در تولید محصول می‌شود. بلومبرگ می‌گوید: نوآوری‌ها همان ترکیب روش‌ها و راهکارهای مختلف به روشی جدید و قابل استفاده هستند. ما با همکاری و کمک گرفتن می‌توانیم در زمینه‌های مختلفی که در آنها تخصص نداریم، کسب دانش کنیم. همچنین توانایی اعتماد داشتن به شرکای زنجیره‌ای مثل کمپانی فولگار نیز از اهمیت زیادی برخوردار است. فرصت ما برای استفاده از الیاف دارای نوآوری بالا نظیر EVO که پایه آن زیستی بوده و دارای مزایای خارق‌العاده‌ای می‌باشد، امکان تولید محصول مورد نظر را برای ما فراهم می‌کند.

پلی‌امید تهیه شده از روغن کرچک- تولید کمپانی فولگار تهیه شده است و جنس لایی آن از پشم گوسفند آلمانی و نخ تنسل مشتق شده از سلولز چوب می‌باشد. دکمه‌های این کاپشن نیز از دانه کوروزو که از درخت نخل تاگوبا به دست می‌آید، تهیه شده و یقه آن هم به جای استفاده از قطعات پلاستیکی متداول توسط یک گره ساده سفت می‌شود. به گفته اریک بلومبرگ، سرپرست بخش توسعه محصول، ایده اولیه تولید کاپشن‌های دیترا از پایان‌نامه یک همکار در مورد مصنوعات زیستی گرفته شده است. بلومبرگ می‌گوید: ما در حین بحث و بررسی یافته‌ها و ایده‌های موجود تصمیم گرفتیم با ایده تولید یک محصول فنی کاملاً تهیه شده از مواد اولیه زیستی خود را به چالش بکشیم.

او ادامه می‌دهد: ما به عنوان یک برند و تیم توسعه محصول همواره تلاش می‌کنیم تا با یادگیری و بهتر شدن در تمامی جنبه‌های تولید محصول، تکامل پیدا کنیم. ما همچنین قصد داریم تا با تقلید نکردن از آن چه دیگران انجام می‌دهند منحصر به فرد باشیم. بنابراین سعی ما این است که در هر مجموعه به شیوه‌های مختلفی خود را به چالش بکشیم. به طور قطع تولید یک کاپشن صد درصد زیستی مثالی از فعالیت شرکت برای رسیدن به هدف فوق می‌باشد. بلومبرگ می‌گوید: زمانی که برای نخستین بار یک استایل جدید را آغاز می‌کنید، تصورتان این است که



کمپانی سوئدی تولیدکننده پوشاک تیرا موفق به تولید کاپشن Deterra شده است که مواد اولیه تشکیل‌دهنده آن صد درصد زیستی می‌باشد.

بیش از سی سال است که کمپانی تیرا در زمینه تولید لباس‌های بیرون از خانه فعالیت می‌کند. تیرا محصولات خود را به گونه‌ای طراحی می‌کند که نه تنها در برابر شرایط سخت بلکه در محیطی که در آن مورد استفاده قرار می‌گیرند نیز مقاوم هستند.

در نتیجه کمپانی تیرا سعی دارد از طریق مواد اولیه مورد استفاده و کارخانجاتی که محصولات در آن جا تولید می‌شوند، اثرات مخرب زیست محیطی را به حداقل برساند. محصول اخیر این کمپانی یعنی کاپشن «دیترا» مثالی از نحوه دستیابی کمپانی به این هدف است.

گفته می‌شود دیترا به عنوان نخستین کاپشن صد درصد زیستی جهان کاملاً فاقد مواد اولیه بر پایه فسفیل بوده و تنها از عناصر بر پایه زیستی در تولید آن استفاده شده است. پارچه بیرونی این کاپشن از الیاف EVO-

پارک‌های صنعتی اتیوپی جاذب شرکت‌های نساجی خارجی

هفت کمپانی خارجی از جمله شرکت‌های بنگلادشی برای شروع عملیات تولیدی در پارک مکلکه جا رزرو کرده‌اند.

کمپانی آمریکایی Trybus، تولیدکننده نساجی و پوشاک نیز برای احداث کارخانه‌ای در پارک صنعتی مکلکه توافقنامه‌ای را با کمیته سرمایه‌گذاری اتیوپی امضا کرده است.

اتیوپی با دارا بودن نزدیک به ۱۷۵ واحد نساجی قصد دارد تا سال ۲۰۳۰ مبلغ ۳۰ میلیارد دلار از بخش منسوجات و پوشاک درآمد ارزی کسب کند. این کشور در برنامه پنج ساله دوم رشد و تحول از سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۰-بیشتر از یک میلیارد دلار را برای احداث پارک‌های صنعتی اختصاص داده است. اتیوپی قصد دارد تا سال ۲۰۲۰، ۱۵۰ شرکت فعال در این بخش داشته باشد.

احداث این پارک‌ها بخشی از تلاش اتیوپی برای تبدیل شدن به قطب تولیدی آفریقا می‌باشد. بنا بر گزارش آژانس خبری چین اتیوپی قصد دارد میزان درآمد فعلی حاصل از صادرات بخش نساجی و پوشاک را از ۱۵۰ میلیون دلار به بیش از یک میلیارد دلار افزایش دهد.

پارک صنعتی هاواسا در حال حاضر شروع به درآمدزایی کرده و کمپانی هنگ کنگی TAL Apparel از جمله شرکت‌های خارجی می‌باشد که در محوطه این پارک تولید خود را آغاز کرده است. بر اساس گزارشی که اخیراً توسط موسسه توسعه صنایع نساجی اتیوپی منتشر شده است، میزان درآمدزایی ماهانه در پارک هاواسا حدود ۱/۵ میلیون دلار می‌باشد.



پارک‌های صنعتی احداث شده توسط چین در شهرهای هاواسا، کمبولچا و مکلکه در اتیوپی، توجه شرکت‌های خارجی را به صنایع نساجی و پوشاک شرق آفریقا جلب کرده است. اتیوپی قصد دارد تا یک چهارم از ۴۰۰ میلیون دلار درآمد ارزی خارجی تعیین شده برای سال مالی جاری را به تنهایی از پارک صنعتی هاواسا که گل سر سبد این پارک هاست، به دست آورد.

جدیدترین نوآوری‌های کمپانی اینویستا در نمایشگاه اینتر تکستایل شانگهای

راحتی بیشتری داشته باشند. پارچه‌های مخصوص لگینگ اینویستا نیز بنا بر گزارش شرکت دارای عملکرد بازیابی عالی می‌باشند. گفته می‌شود که این محصول فرصتی را برای ایجاد بازارهای هدف بخش بندی شده ایجاد خواهد کرد.

جوراب‌های Lycra Moves نیز تماماً مربوط به نوآوری در فناوری پارچه می‌شوند. بنا بر گزارش کمپانی این جوراب‌ها دارای خواص عالی نظیر سر نخوردن، تناسب و دوام بوده و بند دور آن‌ها راحت است. فناوری Lycra Fusiontm اینویستا در حال حاضر به طور گسترده‌ای در کارخانجات جوراب بافی چین به کار می‌رود.

کمپانی اینویستا برای ایجاد یک جو بازاریابی سالم و پایدار با یک سری از سازمان‌های رسانه‌ای برای انجام تحقیق بر روی درجه حفاظت IP در صنایع نساجی همکاری کرده است.

معتبر و در سطح جهانی در صنایع نساجی به مدت ۲۳ سال سکویی بوده است تا کمپانی اینویستا از طریق آن بتواند با سایر اعضای زنجیره ارزش ارتباط برقرار کند. تمرکز نمایشگاه امسال بر نگرش نوآورانه اینویستا نسبت به شرکا، مصرف‌کنندگان و مجموعه صنایع نساجی می‌باشد.

بر اساس تحقیقی که در سال ۲۰۱۶ بر روی مصرف‌کنندگان انجام شد، محصولات سوتین در بازار داخلی چین نیازهای مصرف‌کنندگان را از نظر راحتی و زیبایی در طراحی آن برآورده نمی‌کرد.

کمپانی اینویستا برای رفع این مشکلات از فناوری Lycra lastingFIT استفاده کرده است. بنا بر گزارش کمپانی، با استفاده از این فناوری یک سری استانداردهای کیفی مشخص رعایت شده و مصرف‌کنندگان چینی می‌توانند هنگام استفاده از این سوتین‌ها در موقعیت‌های مختلف احساس



کمپانی اینویستا-تولیدکننده مطرح الیاف و پلیمرها- جدیدترین محصولات خود را در نمایشگاه اینتر تکستایل شانگهای به نمایش گذاشت.

سه غرفه اصلی این نمایشگاه به نمایش سه محصول از نوآورانه‌ترین محصولات اینویستا اختصاص یافت. بازدیدکنندگان توانستند جدیدترین قابلیت‌های موجود در بخش جوراب، سوتین و لگینگ‌های Lycra Moves را تجربه کنند.

نمایشگاه پارچه‌های لباسی اینتر تکستایل شانگهای به عنوان یک نمایشگاه تجاری



پلتفورمی برای بهبود پایایی

تا بتواند ماده اولیه‌ای مورد نیاز طراحان را تولید کند و ابزاری را در اختیار آن‌ها قرار دهد که بتوانند از آن استفاده کنند. ما با برندها، خرده‌فروشان، سازمان‌های مربوطه و موسسات تحقیقاتی زیادی همکاری می‌کنیم تا بتوانیم پلتفورم خود را کامل کرده و آن را به کانالی برای تحقیقات و طراحی‌های جدید تبدیل کنیم.»

در درون این پلتفورم یک سری از روش‌های طراحی ممکن تعریف و اولویت‌بندی شده است که شامل موارد زیر می‌شود: ترندهای کلیدی، امکانات جدید در طراحی و تولید، مدل‌های تجاری نوآورانه، انتخاب الیف و پارچه، مهارت‌های هنری و صنعتی، انتخاب‌هایی برای استفاده مجدد و بازیافت، نگهداری و تعمیر و این که مصرف‌کنندگان چرا و چگونه لباس‌های خود را دور می‌ریزند. با وجود افزایش نگرانی‌های مصرف‌کنندگان درباره اثراتی که صنایع نساجی بر محیط زیست می‌گذارد، وجود چنین پلتفورمی بسیار مهم است. منسوجات باعث ایجاد حجم عظیمی از ضایعات می‌شوند که هر ساله به محل‌های دفن زباله برده می‌شود. چیزی که بیشتر از همه طرفداران محیط زیست را نگران می‌کند این است که بعضی از الیف بشرساخت هیچ گاه از بین نخواهند رفت. در نتیجه منتقدان عقیده دارند که پلتفورم دافی یک قدم کوچک در این مسیر می‌باشد.

طرح عملی لباس اروپا ایجاد شده است و به گفته موسسه مد دانمارک، نخستین پروژه‌های است که بودجه آن توسط سازمان EU-Life تامین شده و به پایایی در طول چرخه عمر لباس می‌پردازد. پلتفورم جدید موسسه مد دانمارک به تصمیم‌گیری در زمان طراحی کمک می‌کند و انتظار می‌رود به ایجاد پایایی در عملیات صنعتی و شکل دادن به نگرش مصرف‌کنندگان در جهت مثبت و در نتیجه افزایش عمر مفید لباس کمک کند. موسسه دافی همچنین ادعا می‌کند که این پلتفورم به ایجاد تئوری‌های تولید‌گردهای در محیط‌های طراحی و طراحی‌های پایاتر لباس در کسب و کارهای فردی کمک خواهد کرد. تویاس هاربو، مدیر پروژه در موسسه دافی می‌گوید: «نقش طراحان و همچنین حوزه طراحی در حال تغییر است. این حوزه از خلق صرفاً یک «لباس بی‌نظیر» به یافتن راهکارهایی برای یک سیستم جدید مد تغییر مسیر داده است. این یک تحول بزرگ می‌باشد که نیازمند یادگیری و کسب مهارت‌های جدید است و این دقیقاً همان چیزی است که پلتفورم فوق فراهم می‌کند. شروع هر کاری مشکل است اما پلتفورم جدید فهرستی از ایده‌های نو و تازه را فراهم می‌آورد که برای تمامی برندها مناسب می‌باشد. موسسه دافی در رابطه با طراحی پایا با متخصصان و موسسات مهمی در سراسر اروپا همکاری کرده است



موسسه مد دانمارک (DAFI) برای کمک به طراحان لباس و تولیدکنندگان محصول برای تولید پایاتر لباس، یک پلتفورم آنلاین رایگان راه‌اندازی کرده است. این اقدام به نوبه خود باعث کاهش ضایعات صنعت مد و افزایش عمر مفید لباس نیز می‌شود.

به گزارش موسسه مد دانمارک (دافی)، این پلتفورم آنلاین که Design for Lon-gevity نام دارد با همکاری دانشگاه‌ها و انجمن‌های مطرح مد اروپایی و با مشورت فعالان عرصه مد راه‌اندازی شده است. نتیجه‌ی این همکاری وجود یک منبع آنلاین است که حاوی مفیدترین اطلاعات، موارد الهام‌بخش، ابزار کاربردی و راهنمای طراحی پایا می‌باشد. همچنین موسسه مد اعلام کرد که به طراحان چه آن‌هایی که در کارخانجات بزرگ مشغول به کار هستند و چه آن‌هایی که به صورت شخصی فعالیت می‌کنند، برای ایجاد تغییرات سریع و موثر در فعالیت‌هایشان کمک خواهد کرد. پلتفورم فوق به عنوان جزئی از ECAP یا

پوشاک؛ دومین صادرات مهم میانمار

۲ میلیارد دلار برسد. واحدهای تولیدکننده پوشاک در میانمار بر اساس سیستم برش-دوخت و بسته بندی (CMP) فعالیت می‌کنند و در تلاشند تا آن را به سیستم تحویل روی عرشه (FOB) تغییر دهند. در میانمار بیش از ۴۰۰ کارخانه پوشاک با نیروی کار بیش از ۳۰۰۰۰۰ نفر وجود دارد.

بازرگانی میانمار، درآمد کشور از صادرات پوشاک از ماه آوریل تا اوایل سپتامبر سال جاری بیشتر از یک میلیارد دلار بوده است. مقاصد صادراتی برای این بخش عبارتند از ژاپن، اروپا، کره جنوبی، چین و ایالات متحده آمریکا. پیش‌بینی می‌شود درآمد حاصل از صادرات پوشاک در سال مالی ۱۷-۲۰۱۶ به



بر اساس گزارش به دست آمده از وزارت



افزایش ۲۴/۹۳ درصدی صادرات پوشاک هند در ماه سپتامبر

پارچه نیز شاهد رشد ۲۰/۴۹ درصدی بوده است. مجموع صادرات در این ماه به ۲۹۹۶ کرور روپیه رسیده که این رقم در سپتامبر ۲۰۱۶، ۲۴۸۷ کرور روپیه بوده است. صادرات منسوجات پنبه‌ای نیز در این دوره با ۱۱/۲۳ درصد افزایش نسبت به دوره مشابه سال قبل به ۵۹۱۱ کرور روپیه رسیده است. فدراسیون گفته که صادرات منسوجات پنبه‌ای به طور مداوم در حال رشد است و ما انتظار داریم که این روند در ماه اکتبر نیز به همین منوال باشد.

۲۴/۹۳ درصد زیاد شده است. افزایش صادرات این بخش پس از دو ماه متوالی کاهش رخ داده است. بر اساس آنالیز فدراسیون، فروش خوب در تعطیلات کریسمس نیز باعث افزایش تقاضا در کل زنجیره ارزش تولید در بازار داخلی می‌شود. انجمن امیدوار است که در ماه‌های باقیمانده از سال با توجه به رشد صادرات و تقاضا در بازار داخلی، هدف تعیین شده برای میزان رشد محقق شود. در ماه سپتامبر صادرات منسوجات تهیه شده از الیاف بشرساخت از جمله نخ و



بر اساس داده‌های بازرگانی به دست آمده از فدراسیون ITF هند، صادرات پوشاک آماده این کشور در ماه سپتامبر به ۱۰۷۰۷ کرور (هر کرور معادل ده میلیون) روپیه رسیده که نسبت به دوره مشابه سال قبل

هالووین و کابوس لباس‌های دور ریخته شده

رونمایی کرده‌اند تا افراد بیشتری را تشویق کنند به جای خرید لباس هالووین خودشان آن را بدوزند و همچنین لباس‌های استفاده شده خود را به دوستان و آشنایانشان بدهند تا لباس به جای دور ریخته شدن، مورد استفاده مجدد قرار بگیرد. رییس اداره ضایعات گفت: بسیاری از افراد برای شب هالووین لباسی می‌خریند که فقط یک بار مورد استفاده قرار می‌گرفت که این باعث ایجاد حجم انبوهی از ضایعات نساجی می‌شد. کمپین جدید به افراد نشان می‌دهد چگونه می‌توانند به راحتی لباس استفاده شده خود را به دوستان و آشنایانشان بدهند تا مورد استفاده مجدد قرار بگیرد و همچنین فرصت جذابی برای یادگیری تهیه لباس هالووین داشته باشند. بنیانگذار بنیاد خیریه حباب گفت: این که هر ساله لباس‌های هالووین فقط یک بار پوشیده و سپس به زمین‌های دفن زباله ریخته می‌شوند خود یک عامل ایجاد ترس و وحشت است. یک راه حل ساده برای جلوگیری از این پایان غم‌انگیز لباس‌ها، دادن آن‌ها به دوستان و اقوام است.

و برای خانواده‌های دارای بچه به ۷۹ درصد می‌رسد. برآورد می‌شود با افزایش طرفداران لباس هالووین در انگلیس، هزینه‌ای که هر ساله برای لباس‌های ترسناک صرف می‌شود به ۵۱۰ میلیون پوند برسد. هر کدام از این لباس‌ها به طور میانگین کلا دوبار پوشیده شده و سپس دور ریخته می‌شوند و از هر ده لباس نیز ۴ لباس تنها یک بار مورد استفاده قرار می‌گیرند. بر اساس برآورد بنیاد خیریه حباب مجموع لباس‌های دور ریخته شده در سال گذشته رقم سرسام‌آور ۷ میلیون لباس بوده که معادل ۳۰۰۰۰۰ تن می‌باشد که هر ساله روانه زمین‌های دفن زباله می‌شوند. بنیاد حباب اشاره می‌کند بسیاری از این لباس‌هایی که به خیریه داده می‌شوند نیز در نهایت به عنوان ضایعات دور ریخته می‌شوند چون بسیاری از خیریه‌ها لباس‌هایی را که فاقد برچسب اورجینال ایمنی در برابر آتش باشد، برای فروش مجدد نمی‌گذارند. در نتیجه اداره ضایعات شمال لندن و بنیاد حباب این هفته از کمپین #SewSpooky



به نظر می‌رسد تعداد بسیار زیادی از کلاه‌های جادوگری، ملحفه‌های سفید و سایر لباس‌های مخصوص هالووین هر ساله در روز اول نوامبر (روز بعد از هالووین) به راحتی به درون سطل‌های زباله ریخته می‌شوند. بر اساس تحقیقاتی که توسط بنیاد خیریه Hubhub و اداره ضایعات شمال لندن (NLWA) انجام شد، سال گذشته ۳۳ میلیون نفر کودک و بزرگسال در مراسم هالووین لباس مخصوص پوشیدند و پیش بینی می‌شود امسال این رقم به ۳۹ میلیون نفر هم برسد! بر اساس مطالعه‌ای که بر روی ۳۰۰۰ نفر در سرتاسر کشور انجام شد، در بیش از نیمی از خانوارهای بریتانیایی حداقل یک نفر در شب هالووین لباس مخصوص بر تن می‌کند، برای خانوارهای دانشجویی این رقم به ۷۰ درصد



گسترش برندهای مد کره جنوبی در کشورهای خارجی

کشور همسایه تا سال ۲۰۲۰، ۱۵۰ میلیارد وون خواهد بود. کمپانی G-CUT در سال ۲۰۱۶ نهمین فروشگاه خود را در چین افتتاح کرد. کمپانی LF زیرمجموعه گروه ال جی در ماه اوت با رونمایی از برند خود-HAZZYS وارد بازار اروپا شده است. بخش مد کمپانی سامسونگ سی اند تی نیز در تلاش است تا حضور خود را در خارج از کره جنوبی گسترش دهد و شعبه‌هایی را در نیویورک و هنگ کنگ افتتاح کند.

خارجی سوق دهند. پیش‌بینی می‌شود در سال‌های آینده بازار مد در داخل کشور به ۳۹/۳ تریلیون وون برسد. این چهارمین سال متوالی است که رشد صنعت مد تک رقمی می‌شود و بسیاری از ناظران صنعتی آن را یک رکود تلقی کنند. در حال حاضر کمپانی بین‌المللی پوشاک شیسنگائه، زیرمجموعه غول خرده‌فروشی شیسنگائه قصد دارد سه فروشگاه دیگر خود را در چین افتتاح کند. سود این کمپانی و کمپانی G-CUT از بازار



کمپانی‌های مد کره جنوبی به دلیل افت طولانی مدت بازار داخلی این کشور تمایل دارند تجارت خود را به سمت بازارهای

عرضه جوهرهای چاپ جدید توسط کمپانی هانتسمن تکستایل افکتز

مربوط به ثبات منسوج در برابر نور و شرایط آب و هوایی مختلف را فراهم نمی‌کنند. این موضوع به ویژه در بخش خودرو که منسوجات داخلی آن اغلب در برابر نور شدید خورشید و دماهای بالا قرار دارند، بسیار صادق است. مایکل موردنت، مدیر بخش جوهرهای چاپ دیجیتال کمپانی هانتسمن می‌گوید: این نوآوری به کارخانجات کمک می‌کند تا کیفیت محصولات مربوط به خودرو و منسوجاتی که در فضاهای بیرونی مورد استفاده قرار می‌گیرند را بهبود ببخشند و به سمت تولید منسوجات با ارزش بالا گام بردارند.

کمک به کارخانجات برای تولید منسوجات فنی با ثبات رنگی بالاتر برای استفاده در اتومبیل، مبلمان بیرونی و منسوجات خانگی طراحی شده‌اند. مواد اولیه مورد استفاده در منسوجات داخلی خودرو، مبلمان بیرونی و غیره باید زمانی که در برابر نور و یا دمای بالا قرار می‌گیرند، در برابر رنگ پریدگی، زرد شدن و یا سایر تغییرات رنگی مقاوم باشند. اگرچه چاپ دیجیتال برای تولید منسوجات درخشان و با طرح‌های با کیفیت به روشی زیست سازگار، بسیار ایده‌آل است اما فناوری‌های حال حاضر در رابطه با جوهر چاپ دیجیتال نیازهای



کمپانی هانتسمن طیف جدیدی از جوهرهای راکتیو را برای چاپ دیجیتال بر روی الیاف پلی استر عرضه کرده است که دارای ثبات عالی در برابر نور و شرایط آب و هوایی مختلف می‌باشند. جوهرهای جدید که TERATOP XKS HL نام دارند برای

تعطیلی کارخانه نساجی کارولینای شمالی پس از ۱۱۲ سال

بازار» در سال‌های اخیر باعث افت چشمگیری حجم سفارشات کارخانه شده است. کمپانی Cone Denim در سال ۱۸۹۱ تاسیس و توسط برادران کن، موزس و سزار تاسیس شده است. کاپشن و شلوارهای طراحی شده توسط رالف لورن برای تیم ملی آمریکا در المپیک ۲۰۱۶ بخش از محصولات کمپانی بوده است.

بزرگ‌ترین کارخانه نساجی جهان بود، در حال بسته شدن است. کمپانی Cone Denim اعلام کرد است که کارخانه White Oak واقع در گرینزبورو در کارولینای شمالی تا پایان سال تعطیل خواهد شد. این کارخانه در سال ۱۹۰۵ افتتاح شده بود. کمپانی گفت «تغییر در تقاضاهای موجود در



کارخانه نساجی کارولینای شمالی که زمانی

انقلاب صنعتی چهارم و سیر دیجیتالی شدن ماشین آلات نساجی ایتالیا

کلی آن در مقایسه با سه ماهه آوریل تا ژوئن آهسته تر بوده است.

آچی میت نماینده یک بخش صنعتی متشکل از حدود ۳۰۰ تولیدکننده می‌باشد که نزدیک به ۱۲۰۰۰ نفر در آن مشغول به کار هستند و مجموع ارزش ماشین‌آلات تولید شده حدود ۲/۷ میلیارد یورو می‌باشد که ۸۵ درصد فروش آن به صادرات اختصاص دارد.

بر اساس داده‌های به دست آمده از آچی میت، شاخص سفارشات ماشین‌آلات نساجی از ژوئیه تا سپتامبر در مقایسه با دوره مشابه سال ۲۰۱۶، ۶ درصد افزایش داشته است. ارزش این شاخص ۱۰۷/۳ می‌باشد (مبنای ۲۰۱۰=۱۰۰).

نساجی ایتالیا (آچی میت)، الساندرو زوجی گفت که تدابیر دیگری در رابطه با انقلاب صنعتی چهارم اتخاذ شده است تا این موج حرکت به سمت دیجیتالی شدن که برای تمامی بخش‌های نساجی در ایتالیا لازم و ضروری می‌باشد، ادامه پیدا کند.

در بازارهای خارجی رشد ۶ درصدی وجود داشته و شاخص آن نیز به ۱۱۹/۴ رسیده است. میزان رشد در بازار داخلی به ۸ درصد رسیده و قدر مطلق شاخص آن نیز ۵۱/۵ بوده است.

نرخ تقاضای ماشین‌آلات نساجی ایتالیایی برای بازارهای خارجی اصلی ثابت بوده است در حالی که در بازار داخلی ایتالیا شاهد رشد تقاضا بوده‌ایم هرچند که ریتم



تداوم روند مثبت سفارش ماشین‌آلات نساجی ایتالیا در سه ماهه سوم سال ۲۰۱۷ و به تبع آن تداوم رشد بازار این ماشین‌آلات، تولیدکنندگان را نسبت به این که پرونده این بخش در پایان سال جاری مثبت خواهد بود، مطمئن ساخته است. رییس انجمن سازندگان ماشین‌آلات

احتمال افزایش صادرات بخش نساجی و پوشاک ویتنام از ۳۰ میلیارد دلار

سال فعالیت در منطقه صنعتی بائو بنگ، سرمایه خود را به ۷۶۰ میلیون دلار افزایش داده است.

در میان کارخانجات ویتنامی که سرمایه خود را افزایش داده اند نیز کارخانه Bao Minh Textile، ۷۵ میلیون دلار در یک واحد تولیدی پوشاک در شهر نام دین سرمایه گذاری کرده است.

رییس انجمن نساجی و پوشاک ویتنام می‌گوید: ویتنام همچنان یک صادرکننده بزرگ پوشاک در جهان به‌شمار می‌رود.

انجمن عقیده دارد که صنایع نساجی و پوشاک ویتنام در کنار پیمان تجاری اقیانوس آرام (TPP) از مزایای سایر توافقنامه‌های تجاری آزاد نظیر توافقنامه با اتحادیه اروپا، کره جنوبی و ژاپن نیز بهره می‌برد. سهم بخش پوشاک ویتنام از بازار اتحادیه اروپا تنها ۳ درصد است.

است. البته سرمایه‌گذاران خارجی در حال گسترش پروژه‌های موجود هستند.

وزارت صنایع و بازرگانی ویتنام هشدار داد که بازارهای صادراتی سیاست‌های بازرگانی خود را در برابر محصولات ویتنامی بیشتر کرده اند.

برای مثال هند برای نخ‌های فیلامنتی الاستومری مالیات ۴۵-۳۵ درصدی اعمال کرده است.

در حالی که کمپانی Long Thai Tu Yarn از کره جنوبی قصد دارد برای گسترش کارگاه خود در منطقه صنعتی لانگ خان در استان دونگ نای، مبلغ ۵۰ میلیون دلار سرمایه‌گذاری کند، کمپانی Tri-ions از برونئی -مالک کارخانه رنگرزی و بافندگی در استان لونگ آن- برای افزایش تولیدات خود خواهان ۵ هکتار زمین دیگر می‌باشد.

کمپانی تایوانی Far Eastern نیز پس از دو



به گزارش انجمن نساجی و پوشاک ویتنام، احتمال دارد گردش مالی حاصل از صادرات بخش نساجی و پوشاک این کشور از هدف ۳۰ میلیارد دلاری تعیین شده برای آن پیشی بگیرد. میزان گردش مالی در هفت ماهه اول سال جاری ۱۷ میلیارد دلار بوده است. البته هنوز یک سری موانع تجاری بر سر راه صادرات به قوت خود باقی مانده‌اند.

در سال جاری میزان پروژه‌های جدید مربوط به سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ویتنام به اندازه سه سال قبل نبوده



افزایش ۱۱ درصدی گردش مالی کمپانی پیکانول در نیمه اول سال جاری

بسیاری از بازارها افزایش داده است. در نتیجه پیکانول در نیمه اول سال ۲۰۱۷ در بازار ماشین‌آلات بافندگی شاهد یک رکورد بوده است.

سود خالص گروه پیکانول در این دوره ۵۸/۱ میلیون یورو و در دوره مشابه سال قبل ۶۰/۴ میلیون یورو بوده است. دفتر سفارشات برای نیمه دوم سال جاری نیز پر شده است. گروه پیکانول انتظار دارد گردش مالی در کل سال مالی ۲۰۱۷ نسبت به سال قبل از آن افزایش مختصری داشته باشد و بهترین دستاورد تاریخ کمپانی حاصل شود، در عین حال کمپانی، تاثیر محدود افزایش قیمت کالاها را نیز مد نظر قرار می‌دهد.

میلیون یورو در دوره مشابه سال قبل بوده است.

سود ناخالص پیکانول در نیمه اول سال ۲۰۱۷ بالغ بر ۹۰/۳ میلیون یورو و در دوره مشابه سال ۲۰۱۶، ۸۵/۸ میلیون یورو بوده است. میزان سود قبل از بهره و مالیات در این دوره نیز متجاوز از ۷۱/۲ میلیون یورو و در شش ماه اول سال ۲۰۱۶، ۶۶/۹ میلیون یورو بوده است.

بخش ماشین‌آلات بافندگی پیکانول نیز در نیمه اول سال جاری بسیار قوی ظاهر شده و سال ۲۰۱۶ را با حجم بالایی از سفارشات به پایان رسانیده است. افزایش تقاضا برای کیفیت و فناوری باعث افزایش فروش به ویژه در آسیا شده و سهم پیکانول را در



گروه پیکانول، متخصص در زمینه تولید و فروش ماشین‌آلات بافندگی، راهکارهای مهندسی شده برای ریخته‌گری و کنترل‌کننده‌های سفارشی در نیمه اول سال جاری شاهد افزایش ۱۱ درصدی در گردش مالی خود بوده است. میزان گردش مالی تثبیت شده کمپانی در این دوره ۳۶۴/۷ میلیون یورو در مقایسه با ۳۲۹/۷

نخستین کفش دو مجهز به چیز نت در جهان

سنسور فشار که به Sensoria Core متصل است، عناصر کلیدی را اندازه‌گیری می‌کند. یک سخت افزار کوچک نقش شتاب سنج، ژيروسکوپ و مغناطیس سنج را ایفا می‌کند. ارتباط این سخت‌افزار با سنسور فشار در کفش‌های هوشمند این امکان را برای کاربران فراهم می‌کند تا زمان تماس کفش با زمین مقدار نیروی حاصل از برخورد، سرعت، مسافت، زمان و کالری سوزانده شده را در اختیار داشته باشند. ابزار بی‌سیم از طریق بلوتوث به اپلیکیشن موبایل Sen- soria Run v2.0 متصل می‌شود.

مدیر عامل و موسس کمپانی، دیوید ویگانو گفت: با کفش‌های هوشمند جدید، شخص به اطلاعات بیومتریک باارزشی دسترسی پیدا می‌کند و می‌تواند هر بار عملکرد خود را بهبود بخشد و مسافت بیشتری را بدود و در عین حال از سلامتی بیشتری برخوردار باشد.

دلار آمریکا) و وزن آن کمتر از ۷ گرم است، به راحتی به کفش می‌چسبد و باتری آن با وجود استفاده مداوم، ۲۴ ساعت کار می‌کند. این جز بر روی جایگاه خود در قسمت عقبی کفش سوار می‌شود. طول عمر آن طولانی بوده و مجدداً قابل استفاده می‌باشد. پس از خرید کفش جدید می‌توان آن را به کفش منتقل کرد.

کفش‌های دو هوشمند برای استفاده ی دوندگان استقامت بسیار مناسب هستند. آن‌ها یک بازخورد بیومتریک دیداری و شنیداری را همراه با جزییات برای دوندگان فراهم می‌کنند.

پارامترهای اصلی و اساسی نظیر مدولاسیون و فرود آمدن پا برای دوندگان فراهم می‌شود و به آنها آموزش داده می‌شود تا بتوانند بهتر عمل کنند و خطر آسیب دیدگی را کاهش دهند. زمانی که شخص شروع به دویدن می‌کند،



کمپانی سنسوریا، عرضه کننده مطرح فناوری‌های پوشیدنی در جهان، از کفش‌های دو هوشمند سنسوریا که نخستین کفش دو مجهز به چیز نت یا اینترنت اشیا در جهان می‌باشد، رونمایی کرده است.

در این کفش سه سنسور فشار از جنس منسوج در ناحیه کف پا و یک جزء میکروالکترونیک -Sensoria Core- برای ارتباط با سنسور، قرار داده شده است. اندازه جز میکروالکترونیک به اندازه یک سکه کوارتر (سکه ای با ارزش یک چهارم

بهبود عملکرد برندهای جهانی در رابطه با پایایی پنبه

۲۰۱۶ و ۲۰۱۷، ۱۸ کمپانی موفق شدند عملکرد خود را در زمینه تامین پنبه پایا بهبود بخشند.

علاوه بر آن ۱۳ کمپانی به تقویت سیاست‌های خود در مقایسه با سال ۲۰۱۶ پرداختند که از میان آنها گپ، ایکیا و ام اند اس بیشترین پیشرفت را داشته‌اند.

کیت تایلر، مدیر اجرایی کمپانی PAN UK گفت: علی‌رغم تمامی پیشرفت‌های صورت گرفته در زمینه سیاست‌های شرکتی، متأسفانه هیچ کدام شرکت‌ها سیاستی را برای حذف کامل آفت‌کش‌های بسیار خطرناک (HHP) در هنگام کشت پنبه مورد استفاده خود به کار نگرفته‌اند.

ایزابل راجر، مدیر برنامه جهانی پنبه از موسسه Solidaridad گفت: هنوز هم تعداد زیادی از شرکت‌ها هیچ‌گونه اقدامی در رابطه با تامین پنبه پایا انجام نداده‌اند. در این زمینه ایجاد تعهد عمومی توسط مدیران ارشد اجرایی برای متداول ساختن استفاده از پنبه پایا بسیار مهم است.

به جلورانده می‌شود، امتیاز این شرکت‌ها بین ۱۰۰-۵۰ بوده است؛ ۸ کمپانی نیز امتیازی بین ۵۰-۲۵ کسب کرده‌اند و ۱۸ کمپانی دیگر هم این مسیر را با امتیاز ۲۵-۵ آغاز کرده‌اند. امتیاز ۴۴ کمپانی باقیمانده دیگر نیز کمتر از ۵ بوده است.

این تحقیق به سفارش سازمان‌های PAN UK، Solidaridad و WWF و توسط موسسه تحقیقاتی Aidenvironment به‌طور مستقل انجام شده و هدف از آن نشان دادن موقعیت‌هایی است که شرکت‌ها می‌توانند از طریق منبع‌یابی، مرحله گذار بازار پنبه به سمت پایایی را تسریع کنند.

ریچارد هلند از موسسه بین‌المللی WWF می‌گوید: هیچ دلیل موجهی برای عدم تطابق تمامی شرکت‌های بزرگ با ۵ شرکت نامبرده فوق در زمینه پایایی پنبه وجود ندارد. در حال حاضر اطلاعات و تجربیات کافی درباره تامین پنبه از منابع پایا تر موجود است و برنامه‌های معتبر نظیر BCI در این زمینه بسیار کارساز می‌باشد.

از میان ۲۵ کمپانی مورد بررسی در سال‌های



بر اساس تحقیقات اخیر، در عملکرد برندهای مطرح بین‌المللی در رابطه با مساله پایایی پنبه بهبود چشمگیری حاصل شده است. کمپانی‌های خرده‌فروشی از جمله جیبو، سی اند ای، اچ اند ام و ام اند اس به همراه ایکیا در صدر رتبه‌بندی پنبه پایا در سال ۲۰۱۷ قرار گرفته‌اند. البته لازم به ذکر است که در مجموع پیشروی برندهای بزرگ در این زمینه کافی نمی‌باشد.

در این تحقیق عملکرد ۷۵ کمپانی بزرگ مصرف‌کننده پنبه که بعضی از آن‌ها بازارهای نوظهور واقع در کشورهای برزیل، چین، هند و آفریقای جنوبی بودند، مورد بررسی قرار گرفته است. فعالیت‌های پایایی توسط پنج شرکت اصلی

آغاز فروش اینترنتی برند زارا در هند

۵ تا ۸ روز کاری می‌باشد. زارا برای بهبود سیستم تحویل با چند کمپانی هندی برای ارسال کالا نیز همکاری کرده است. بنا به گفته کمپانی هزینه ارسال برای سفارش‌های کمتر از ۴۰۰۰ روپیه، ۲۹۹ روپیه است و تعویض و برگشت کالا نیز رایگان می‌باشد. زارا برای ارائه خدمات بهتر در زمینه فروش آنلاین با یک انبار در دهلی که حدود ۵۰ نفر کارمند دارد، همکاری می‌کند.

میزان فروش زارا در هند در سال مالی ۲۰۱۶، ۸۴۲ کرو روپیه (هر کرو معادل ده میلیون) بوده است که نسبت به سال مالی ۲۰۱۵، ۱۷ درصد رشد داشته است.

زارا می‌باشد. این برند اسپانیایی محصولات خود را از طریق وب‌سایت و اپلیکیشن تلفن همراه در سراسر هند به فروش خواهد رساند. زارا دارای بیش از ۲۲۰۰ فروشگاه در ۹۳ کشور بوده و شاخص‌ترین برند در گروه چند ملیتی ایندیتکس اسپانیا به شمار می‌رود. به گفته مدیر ارشد ارتباطات گروه ایندیتکس، ایچواربا هرناندز، محصولات موجود در ۲۱ فروشگاه زارا در ۸ شهر هند به صورت آنلاین نیز به فروش می‌رسند. مدت زمان تحویل سفارشات برای شهرهای بمبئی، دهلی، احمدآباد، کلکته، چنای، حیدرآباد و بنگلور بین ۲ تا ۴ روز کاری و برای بقیه مناطق بین



کمپانی زارا، تولیدکننده پوشاک فست فشن یا مد سریع اعلام کرده که فروش اینترنتی خود را در هند -یکی از کشورهای که رشد بازار تجارت الکترونیک در آن بسیار سریع است- آغاز خواهد کرد. این اقدام در راستای گسترش بین‌المللی مدل فروشگاه یکپارچه



اندونزی؛ پنجمین صادرکننده بزرگ چرم و کفش در جهان

در نتیجه باید به دنبال راههایی برای جذب سرمایه در زمینه‌های بالادستی و پایین دستی صنایع کفش کشور بود. آنتارا انتظار دارد میزان سرمایه‌گذاری در این صنعت تا پایان سال ۲۰۱۷ به ۴/۶ میلیارد دلار برسد که چهار برابر سال گذشته است. او اضافه کرد: شرکت‌های اندونزیایی باید بلافاصله پس از این که برندهای کفش داخلی در داخل کشور محبوب شدند، آگاهی از برندهای خود در سطح جهانی گسترش دهند.

صادرکننده بزرگ چرم و کفش در جهان است. او گفت: با توجه به این که سهم کشور از بازار جهانی این صنعت تنها ۴/۴ درصد است، تولیدکنندگان باید طراحی و کیفیت برند خود را بهبود ببخشند و کاری کنند تا برندها بیشتر به چشم بیاید. این سخنان در افتتاحیه نمایشگاه کفش، چرم، محصولات چرمی که در جاکارتا برگزار شده بود، ایراد شد. لازم است تا کیفیت و کمیت چرم تهیه شده در داخل کشور نیز افزایش پیدا کند و



به گفته رییس آژانس تحقیق و توسعه در صنعت -ناکان تی آنتارا- اندونزی پس از چین، هند، ویتنام و برزیل پنجمین

ارائه راهکارهایی برای اندازه‌گیری در خرید آنلاین پوشاک توسط کمپانی MySize

اندازه‌های دقیق بدن انسان به روش‌های متداول مشکل است. از مهم‌ترین این روش‌ها می‌توان به اسکنرهای سه بعدی پیشرفته یا اندازه‌گیری دستی با متر و کولیس اشاره کرد. هر دو روش می‌تواند گران باشد، نیاز به تجربه و تخصص داشته باشد و به آسانی در دسترس مصرف‌کننده نباشد.

مدیرعامل کمپانی مای سایز، رون لوژون می‌گوید: مای سایز یک راهکار نوآورانه در اختیار مشتریان قرار داده تا بتوانند لباس سایز خود را به صورت آنلاین و از فروشندگان مختلف تهیه کنند و از طریق گوشی‌های هوشمند خود به اندازه‌های دقیق بدنشان دسترسی داشته باشند. بازار تجارت الکترونیک پوشاک در آمریکا به تنهایی بیش از ۷۲ میلیارد دلار از کل بازار ۳۹۴ میلیارد دلاری تجارت الکترونیک را به خود اختصاص می‌دهد. ما معتقدیم که راهکار مای سایز به کاهش میزان لباس‌های پس داده شده به علت سایز نبودن کمک خواهد کرد. در نتیجه این اپلیکیشن با کمک به مصرف‌کنندگان برای خرید لباس با سایز مناسب برای آنها مفید خواهد بود.

لباس با سایز نادرست بکاهد. مهندسان بخش تحقیق و توسعه در کمپانی مای سایز سیستمی را ایجاد کرده‌اند که داده‌ها را از پایگاه داده ای آنترپرومتری (انسان سنجی) گرفته و آن را با مطالعات صورت گرفته بر روی بدن گروه‌های مختلفی از افراد ترکیب می‌کند.

روش اختصاصی مای سایز از طریق اپلیکیشن تلفن هوشمند هر فرد این داده‌ها را با اندازه‌های به دست آمده از بدن آن فرد یکی می‌کند تا محیط قسمت‌های مختلف بدن را که سایز لباس را تعیین می‌کند، تخمین بزند.

مای سایز برای این که به افراد کمک کند تا اندازه‌های اصلی مورد نیاز خود برای خرید لباس آنلاین را مشخص کنند، یک فرایند سه مرحله‌ای ساده‌تر و در دسترس‌تر ابداع کرده است که شامل اندازه‌گیری آسان توسط گوشی‌های هوشمند، پیش‌بینی محیط بدن برای جدول سایز بندی فروشندگان با استفاده از الگوریتم اختصاصی و جدید مای سایز و پیشنهاد لباس سایز آن شخص بر اساس جدول سایز بندی فروشندگان می‌باشد. به طور کلی ثبت



کمپانی مای سایز، عرضه‌کننده اپلیکیشن‌های اندازه‌گیری در گوشی‌های هوشمند در شرف رونمایی از یک ابزار اندازه‌گیری جدید است که تحولی در عرصه خرید پوشاک آنلاین خواهد کرد. در حال حاضر این فناوری در مرحله آزمایشی قرار دارد و تا کنون نیز نتایج امیدوارکننده‌ای در شرایط آزمایشگاهی حاصل کرده است. فناوری نوآورانه مای سایز این امکان را در اختیار مشتریان قرار می‌دهد تا با استفاده از گوشی‌های هوشمندشان اندازه‌های خود را به دست آورده و آن را با پوشاکی که به صورت آنلاین عرضه می‌شود مطابقت دهند. انتظار می‌رود فناوری جدید این پتانسیل را داشته باشد که تا حد قابل توجهی از حاشیه خطای مشتریان در رابطه با خرید آنلاین