



اشاره:

سی امین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات، مواد اولیه، منسوجات خانگی، ماشین آلات گلدوزی و محصولات نساجی با حضور دکتر محمدمهدی برادران معاون صنایع عمومی وزارت صمت، دکتر محسن گرچی - مدیر کل دفتر صنایع منسوجات و پوشاک وزارت صمت، نمایندگان تشکلهای نساجی و پوشاک، تولیدکنندگان و فعالان این صنعت در محل دائمی نمایشگاههای بین المللی تهران افتتاح شد و به مدت چهار روز به ارائه انواع الیاف، نخ، رنگ، مواد تعاونی و شیمیایی نساجی، ماشینهای گردباف، چرخ خیاطی، ماشینهای گلدوزی، دوخت و برش، مشاوره و خدمات در سالنهای ۵ - ۳۱ - ۳۵ - ۳۸ - ۳۸ A - B و فضای باز میزبان دست اندرکاران و فعالان این صنعت بود.

تغییر تاریخ برگزاری تغییر تاریخ برگزاری نمایشگاه از مهرماه به انتهای مرداد ماه، ساعت نامناسب بازدید نمایشگاه (۸ صبح الی ۱۵) و همچنین افزایش هزینه اجاره بهای غرفه های نمایشگاهی و همزمانی نمایشگاه نساجی با نمایشگاه نوشیدنی از جمله مواردی بود که از ماهها قبل مورد اعتراض جدی انجمن صنایع نساجی ایران قرار گرفته بود که متأسفانه علی رغم پیگیری های دفتر صنایع منسوجات و پوشاک، معاونت صنایع عمومی وزارت صمت و اتاق بازرگانی تهران، به نتیجه مطلوب نرسید. اگرچه در مجموع نمایشگاه امسال نیز با همه فراز و

گلایش صنعتگران نساجی برای پهنه سازی فرآیندهای تولید

گزارشی از برگزاری سی امین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات، مواد اولیه منسوجات خانگی و ماشین های گلدوزی و محصولات نساجی تهران (ایران تکس ۱۴۰۳)

حضور نمایندگان مجلس شورای اسلامی و مدیران دولتی و هیئت رئیسه اتاق های بازرگانی در نمایشگاه امسال و میزبانی انجمن صنایع نساجی ایران از هیأت های بازدید کننده از نکات قابل اشاره نمایشگاه بود.

همچنین نشست مشترکی با حضور اعضای هیأت مدیره انجمن و روسا و دبیران تشکلهای نساجی و پوشاک و چرم و کفش با حضور رئیس اتاق بازرگانی تهران در محل سالن کنفرانس سالن ۳۷ برگزار شد. در این نشست ضمن بحث و تبادل نظر در خصوص همکاری های آتی تشکلهای با اتاق تهران، تفاهم نامه های همکاری مشترک بین انجمن صنایع نساجی ایران، اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک و جامعه متخصصین صنعت کفش و اتاق بازرگانی تهران امضا و مبادله شد.

فرودهای خود برگزار شد و خیل عظیمی از مدیران و متخصصین نساجی کشور در ایام نمایشگاه به بازدید از دستاوردها و محصولات شرکت های غرفه گذار پرداختند، اما کم توجهی سازمان توسعه تجارت به نظرات تخصصی انجمن و ذینفعان سبب شد که نمایشگاه امسال هم برآیند کاملی از صنعت نساجی کشور به نمایش نگذارد. در نمایشگاه امسال اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی تهران در تعامل با تشکلهای نساجی و پوشاک و چرم و کفش سالن ۳۷ نمایشگاه را جهت ارائه خدمات به اعضا در اختیار گرفت و جلسات و نشست های آموزشی و مشاوره ای با همکاری تشکلهای برگزار نمود که با توجه به تجربه اول این همکاری آنچنان که باید و شاید مورد استقبال قرار نگرفت.



محمدرضا بادامچی (نفر وسط) - مدیرعامل نوباف شادیلون



سعید جبار زاده - رئیس هیئت مدیره روچی



برای این کار وجود دارد ضمناً ماشین آلات قدیمی فاقد بهره‌وری کافی و نوآوری است. البته این روزها شاهد ارتقای کیفیت ماشین آلات چینی هستیم و بسیاری از آنها بدون هیچ مشکلی حدود ۱۰-۱۲ سال مشغول کار هستند، هر چند کیفیت ماشین‌های اروپایی را ندارند اما تغییرات عمده‌ای در طراحی و ساخت دستگاه‌های خود اعمال کرده‌اند و شاهد تنوع چشمگیر محصولات ماشین‌های چینی هستیم.

وی از شرکت در نمایشگاه ابرار رضایت نمود و گفت: در شرایطی که با کساد شدید بازار روبرو هستیم، شاهد استقبال چندانی از سوی بازدیدکنندگان نبوده‌ایم.

■ ■ ■ ■ ■

«روچی» به‌عنوان نخستین فروشگاه اینترنتی الگوی پوشاک (انواع پوشاک زنانه، مردانه و بچه‌گانه)، خرازی و پارچه (تریکو، شانتون، تترون، ترگال، کرب، حریر، ژاکارد، مخمل و ...) از سال ۱۳۹۶ تاکنون به فروش تخصصی پارچه، پوشاک، ملزومات خیاطی و ارائه الگوی‌های اختصاصی دوخت می‌پردازد.

سعید جبار زاده - رئیس هیئت مدیره - هدف روچی مارت را ارائه بستر تخصصی به صنعتگران نساجی عنوان کرد تا به بازاری نامحدود در داخل و خارج از کشور دسترسی داشته باشند و محصولات خود را به طور مستقیم به مخاطبان عرضه نمایند. از سوی دیگر این امکان را به خریداران می‌دهد تا بدون واسطه و در کمترین زمان به تولیدکنندگان و تأمین‌کنندگان نخ، پارچه و ... دسترسی داشته باشند در واقع ارائه پلتفرم ارتباطی میان خریدار و فروشنده عمده از خدمات ویژه روچی مارت به شمار می‌آید.

به گفته وی، روچی اسمارت نخستین سامانه اینترنتی تولید سفارشی و عمده پوشاک است که در تمام مراحل ارائه خدمات تأمین، تولید و فروش محصولات نهایی همراه متقاضیان می‌باشد. بخش تک‌فروشی روچی بیش از ۸۰۰ هزار کاربر سالیانه و ۱۲۰ هزار مخاطب رجیستر شده دارد، بیش از ۱۵ هزار محصول ثبت نام شده در سایت این مجموعه قرار گرفته است.

جبارزاده با ابراز این مطلب که روچی تلاش می‌کند بازار سنتی منسوجات را در مسیر هوشمندسازی قرار دهد، افزود: مهم‌ترین چالش مانگرانی تأمین‌کنندگان

گفت‌وگو با تعدادی از غرفه‌داران ایران‌تکس ۱۴۰۳

■ ■ ■ ■ ■

«شرکت نوباف شادیلون» در سال ۱۳۸۳ فعالیت خود را آغاز کرد. در حال حاضر به تولید پتوی یک نفره، پتوی دو نفره، پتوی مسافرتی، پتوی نوجوان، پتوی نوزاد، پتوهای سفارشی (با ظرفیت تولید ماهیانه یک میلیون تخته)، انواع پارچه راشل (قابل استفاده در عروسک‌سازی، تولید البسه زنانه، کاپشن و ...) و پارچه رومبلی و روتختی مشغول است و حدود ۱۸۰۰ نفر در این مجموعه شاغل هستند.

محمدرضا بادامچی - مدیرعامل - شرایط تولید، فروش و بازار امسال را در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته به مراتب نامساعدتر دانست و گفت: قطعی برق مشکلات بسیاری برای تولیدکنندگان به وجود آورده است، بازار در رکود شدیدی قرار دارد، صنعتگران از کمبود نقدینگی رنج می‌برند و با کاهش قدرت خرید مردم و افت فروش، تولید و صنعت شرایط وخیمی را تجربه می‌کند و شاید بسیاری از صنعتگران ترجیح دهند واحدهای تولیدی خود را متوقف نمایند در حالی که رهبر انقلاب، شعار امسال را «مهار تورم و رشد تولید» اعلام کرده‌اند اما در واقعیت شاهد مهار تولید و رشد تورم هستیم!

وی افزود: طی ۴۵ سال گذشته که در صنعت نساجی مشغول کار هستیم فراز و نشیب‌های بسیاری را پیموده‌ایم، روزهای سختی را پشت سر گذاشته‌ایم اما همیشه به آینده امیدوار بوده و هستیم.

مدیرعامل نوباف شادیلون در مورد صادرات گفت: سال‌های گذشته به عراق صادرات داشتیم اما در حال حاضر کشورهای همسایه نیز با چالش‌های اقتصادی روبرو شده‌اند هر چند علی‌رغم تمام محدودیت‌های ارزی در سال ۱۴۰۱ به‌عنوان صادرکننده نمونه ملی انتخاب شدیم.

بادامچی در مورد خرید ماشین‌آلات دست دوم گفت: هیچ‌گاه به خرید ماشین‌های دست دوم اعتقاد نداشته‌ام چون اگر این قبیل ماشین‌آلات خوب است چرا کشورهای صنعتی اروپایی و آمریکایی بیش از ۵ سال با یک دستگاه کار نمی‌کنند؟ پس دلیل موجهی



از طریق این شبکه انجام می‌شود. ۲- شبکه فروش سازمانی ۳- فروش اینترنتی
مدیرفروش حجاب شهرکرد تصریح کرد: با توجه به موقعیت انحصاری این شرکت در بازار مصرف شاید نیاز چندانی به حضور در نمایشگاه نداشته باشیم اما با هدف اطلاع‌رسانی گسترده‌تر و معرفی این مجموعه که با سرمایه‌گذاری عظیم به تولید ادامه می‌دهد در ایرانکس ۱۴۰۳ حضور یافته‌ایم. خوشبختانه مشتریانی در حوزه سفارش‌گذاری پارچه‌های مانتویی و لباسی به غرغه ما مراجعه کرده‌اند و امیدوارم این مذاکرات منجر به انعقاد قرارداد شود تا شاهد بازخورد موثر از حضور در نمایشگاه نساجی تهران باشیم.

■ ■ ■ ■ ■

شرکت ثمین صنعت فرتاک در سال ۹۸ تاسیس شد و فعالیت خود را در رشته بازرگانی ماشین آلات نساجی، لوازم یدکی و خدمات فنی آغاز نمود.
علی جعفر- مدیرعامل - ابراز داشت: شرکت ثمین صنعت فرتاک (یا بطور خلاصه تر ثمین فرتاک) از سال ۹۹ نماینده انحصاری ماشین‌آلات گردبافی مایراند سی آلمان بوده که فروش این نوع ماشین آلات در همان سال‌های اولیه ما را متوجه ماشین‌های جانبی مورد نیاز برای پارچه‌های بافته شده ساخت.

شرکت **GÜVEN ÇELİK MAKİNA** دارای محصولاتی شامل دستگاه کنترل پارچه برای پارچه‌های دو رو و یک‌رو بصورت عرض بسته و عرض باز، طاقه پیچ و بسته‌بندی، حمل و خیلی از ماشین‌ها و لوازم دیگر می باشد که خوشبختانه به‌دنبال فروش چند دستگاه از این شرکت موجبات اخذ نمایندگی آن فراهم گردید.

وی افزود: طبعاً برای ارائه پارچه‌های پنبه‌ای و مخلوط آن نیاز به تکمیل آنها به جهت دادن ثبات ابعادی و زیردست مناسب و از مهم‌تر از آن گرفتن آبرفت پارچه برای استفاده در پوشاک می‌باشد. از این رو با توجه به تحقیقات صورت پذیرفته از تولیدکنندگان بنام و معتبر داخلی (همانند شرکت نیک ریس زنجان) و خارجی که عمدتاً در بندگالاش و هند هستند به‌منظور تضمین کیفیت بالا، مشخص شد که شرکت سوئسی **SANTEX** می‌تواند گزینه مناسبی باشد. که

از آینده کسب و کار آنلاین در کشور و حفظ به روز رسانی استعلام قیمت و موجودی انبار است.
وی سپس به معرفی جدیدترین محصول نوآورانه روچی پرداخت که به محاسبه آنلاین هزینه تولید پارچه و پوشاک می‌پردازد.

رئیس هیئت مدیره روچی، هدف از حضور در ایرانکس را ارائه محصولات نوآورانه و تعامل با فعالان زنجیره صنعت نساجی و پوشاک (از تولید نخ تا فروش و پخش پوشاک) عنوان کرد و از آن رضایت داشت.

■ ■ ■ ■ ■

اگرچه «شرکت نساجی حجاب شهرکرد» تنها تولیدکننده چادر مشکی در کشور به شمار می‌آید اما به تولید سایر منسوجات مورد استفاده بانوان از قبیل شال، روسری و پارچه مانتویی و لباسی هم می‌پردازد.
مهندس آرش عابدی- مدیر فروش منسوجات سفارشی (غیر چادری)- گفت: محصولات این مجموعه در بازار کشور، تک و انحصاری است و به همین دلیل شرایط آن نسبت به سایر واحدهای تولیدی متفاوت است. در حال حاضر قادر به تأمین ۴۰ درصد از نیاز کل کشور هستیم لذا واردات باید انجام شود.

وی تصریح کرد: متأسفانه در حوزه‌هایی مانند تخصیص ارز شرایط بسیار نامطلوب است. برای مثال محموله‌های رنگ و مواد شیمیایی مورد نیاز ما وارد گمرکات می‌شوند اما به دلیل عدم تخصیص ارز، امکان ترخیص ندارند و همین امر باعث تعطیلی دو ماهه کارخانه شد، علاوه بر این با مشکلات قطعی برق -دو روز در هفته- نیز دست و پنجه نرم می‌کنیم اما به طور کلی در بخش فروش عقب‌تر از تقاضای بازار هستیم.

مهندس عابدی به علاقه‌مندی شرکت حجاب شهرکرد پیرامون صادرات اشاره کرد و گفت: اقداماتی در این حوزه انجام شده اما ترجیح و اولویت ما تأمین نیاز بازار داخلی و در گام‌های بعدی صادرات می‌باشد.
بنابر اعلام وی، فروش محصولات چادری حجاب شهرکرد در سه سطح انجام می‌شود: ۱- سطح نمایندگان که در حال حاضر ۱۲ نماینده فعال در سراسر کشور داریم که بعضی انحصاری استانی و برخی هم به صورت کشوری هستند. حجم عمده چادر تولید شده



آرش عابدی، مدیر فروش نساجی حجاب شهرکرد





علی جعفر، مدیرعامل ثمن صنعت قزوین



همان ایده ای است که در نمایشگاه ITM ترکیه امسال شاهد آن بودیم.

وی تأکید کرد: در ترکیه به دلیل تورم و افت ارزش لیر شرایط بازار بسیار نامناسب و متزلزلی دیده شده است. در آن نمایشگاه نیز شرکت‌های آسیایی به چشمگیری حضور داشتند. به زعم آنها، تولیدکنندگان به جهت توسعه خط خود و نیاز خود، نیاز به سرمایه‌گذاری همیشه داشته‌اند و در شرایط سخت ماشین‌آلات و حتی لوازم یدکی با قیمت پایین‌تری می‌تواند راهکار قابل توجیهی برای سرمایه‌گذاران باشد.

جعفر با اعلام این مطلب که ایران‌تکس، نمایشگاه حائز اهمیتی برای تمامی صنعتگران داخلی و حتی شرکت‌های خارجی محسوب می‌شود؛ تأکید کرد: این نمایشگاه مورد توجه بازدیدکنندگان بی‌شماری از تمامی شهرهای کشور بود. بطور مثال اگر شرکت مایر در این نمایشگاه شرکت نکند چه بسا برخی از مراجعه‌کنندگان شاید واقف به امکان سفارش ماشین‌های گردبافی و خدمات آن از آلمان با توجه به شرایط کنونی نباشند. طبیعتاً مراجعه‌کنندگان این نمایشگاه از وجود شرکت‌های تولیدی، بازرگانی، صنعتی و خدماتی بهره‌وافر خواهند برد. ضمن اینکه بطور کلی آماربازدیدکنندگان در اکثر نمایشگاه‌های بین‌المللی حتی در خارج از ایران زباززد و چشمگیر بوده است. بنابراین مشارکت در این نمایشگاه راهکار خوبی برای ارتباط با رنج وسیعی از مشاغل اجتماعی مرتبط با نساجی خواهد بود.

وی ابراز داشت: به جهت تعدد نمایشگاهی داخلی دیگر در کشور، تقارن زمانی آنها با نمایشگاه‌های بین‌المللی مهم از جمله ITM و ITMA ASIA، شاید بهتر باشد که هر دوسال یکبار شاهد چنین نمایشگاهی در تهران باشیم.

مدیرعامل ثمن صنعت فرتاک پیرامون استقبال بازدیدکنندگان ایران‌تکس ۱۴۰۳ نیز گفت: باتوجه به شرایط نامناسب بازار متأثر از رکود و کاهش قدرت خرید مردم و سپری شدن ماه‌های محرم و صفر، شاید انگیزه بالقوه‌ای برای بازدیدکنندگان وجود نداشت. به اعتقاد این صنعتگر، بالا بودن هزینه‌های جاری مردم و مشکلات مربوط به نیروی انسانی که

این شرکت سازنده ماشین‌های لمینیت و کوتینگ تحت عنوان CAVITEC نیز بوده که در چند سال گذشته به ایران فروش داشته است. شرکت ثمن فرتاک از زمان اخذ نمایندگی از این شرکت‌ها، علی‌رغم وجود مشکلات داخلی و خارجی در کشور، به‌منظور تأمین نیاز تولیدکنندگان محترم این سرزمین بستر مرادوات را میسر کرده و ماشین‌آلات و خدمات نیز برای تمامی این شرکت‌ها انجام شده است.

وی در پاسخ به این سوال که ایران‌تکس امسال با دوره‌های گذشته از لحاظ کمی و کیفی چه تفاوت‌هایی داشت؛ گفت: شرکت‌های متعددی علی‌رغم مشکلات اساسی که تولیدکنندگان کشورمان مخصوصاً در چند ماه گذشته با آن دسته‌پنجه نرم کرده‌اند و هنوز نیز درگیر آن هستند، و همچنین رکود بازار و زبان‌های ناشی از آن در این نمایشگاه شرکت نموده بودند. سالن‌های نسبتاً تفکیک‌شده‌ای نسبت به شاخه‌های فعالیتشان شرکت نموده بودند که این امر به‌نظر دور از انتظار بود. درست از بهمن سال گذشته هیچ ثبت سفارشی جهت خرید و واردات ماشین‌آلات انجام نپذیرفت و همچنان متقاضیان رد مجوز از وزارت صمت می‌شدند که این ضربه زیادی به خیلی از صنعتگران و تولیدکنندگان زده است و همچنان این مساله در بالاتر کیفی باقی مانده است!

به گفته جعفر، وجود شرکت‌های آسیایی در دو سالن تقریباً به‌طور کامل وجه تمایز بارز این نمایشگاه با نمایشگاه‌های قبلی بود. حضور هرچند کم‌رنگ شرکت‌های اروپایی که بنظر محدوداً ۵ شرکت اروپایی (با احتساب شرکت مایر اندسی) با وجود روابط نامناسب بین‌المللی خود بیانگر تمایل طرفین به حفظ تداوم معاملات بوده است. مدیریت تغییر ساعات شروع و پایان نمایشگاه نیز با توجه به مشکلات برق از یکطرف و کنترل ترافیک از طرف دیگر اثر مثبتی داشته است. مدیرعامل ثمن فرتاک اذعان داشت: با توجه به افزایش هزینه‌های تولید و رکود بازار از یکطرف، کمبود منابع انسانی که اخیراً در اکثر بنگاه‌های اقتصادی مواجه آن هستیم از طرف دیگر، به‌نظرم باعث شده شرکت‌های چینی به فکر رخنه در اقتصاد ما به جهت تأمین نیاز به سرمایه‌گذاری پایین‌تر برای متقاضیان باشند. این



حسن احمدی‌نژاد-مدیر تولید الیاف دیلمات دلیجان



محمد مهدی آرمان-مدیرعامل جهان تصفیه



اخیرا صاحبان صنایع با آن مواجه شده‌اند نیز به موضوع دامن زده است. عقب افتادن تولید و افزایش ضایعات تولید به دلیل قطعی برق و نوسانات ولتاژ، و بالاتر از همه بالاترین نرخ ارز در سامانه ثبت سفارش برای گروه‌های کالایی و حتی در بازار به وخیم شدن اقتصاد دامن زده است؛ این دلیل مهمی بود که متأسفانه افتخار نداشتیم که خدمت برخی از صاحبان صنعت باشیم. در عین حال بنده افتخار داشتم میزبان عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران- جناب آقای مهندس افشین سالاردینی، مدیرعامل شرکت حریر نام کویر جناب آقای امیرحسین دائمی، مدیرعامل شرکت کانون تولید ایران جناب آقای سیاوش اسماعیل پور، مدیرعامل شرکت دیبا بافت کسپین، جناب آقای حریری و بسیاری از اساتید و بزرگواران دیگر بودم که از غرفه بازدید نمودند و قدردان ایشان هستم.

وی یادآور شد: شرکت در چنین نمایشگاهی برای ما در وهله اول اعلام آمادگی برای انجام واردات و ارائه خدمات از شرکت‌های بویژه اروپایی بوده که به دنبال آن اهداف متعدد دیگری از جمله در خدمت بودن مشتری‌های فعلی و آشنایی با شرکت‌های جدید و یا تولیدکنندگان دیگر، بررسی مشکلات و استفاده از دیدگاه‌های بازدیدکنندگان و نقطه نظرات و انتقادهای ایشان خواهد داشت.

وی در پایان ابراز امیدواری نمود تا به تدریج شرایط اقتصادی کشور به گونه‌ای شود تا تولیدکنندگان کشورمان در صنعت نساجی تمایل به ارتقا کیفی در محصولات خود به سطح صادراتی پیدا کنند و بانک‌ها و دولت نیز در این راستا حامی و پشتوانه این عزیزان بوده که نهایتاً این مهم به سبب گردش اقتصادی بالا و نیروی کار آن هم به نفع کشور تمام خواهد شد و هم مردم از محصولاتی که در شأن و شایستگی‌شان است؛ بهره ببرند.

■ ■ ■ ■ ■

«شرکت الیاف دیلمات دلیجان» فعالیت خود را در زمینه تولید الیاف پلی‌استر سالیانه و بازافتی از سال ۱۴۰۰ آغاز کرده است که کاربردهای بسیاری در صنعت فرش ماشینی، موکت، لایه‌های نبافته، کالای

خواب، ژئوتکستایل، مبلمان، صنایع حلاجی و ... دارد. حسن احمدی‌نژاد- مدیر تولید- مهم‌ترین چالش این روزهای صنعت نساجی را قطعی برق واحدهای تولیدی دانست و گفت: متأسفانه دو روز در هفته، برق کارخانه‌های کشور قطع می‌شود و پاییز هم منتظر قطعی گاز خواهیم بود!

وی با اشاره به این نکته که معمولاً بازار الیاف در نیمه دوم سال رونق بهتری دارد؛ افزود: به اعتقاد من نمی‌توان برای صنعت الیاف پلی‌استر انتهای متصور شد چون هر روز شاخه جدیدی به آن افزوده می‌شود و کاربردهای وسیع‌تری پیدای می‌کند.

احمدی‌نژاد ادامه داد: برای اولین بار در نمایشگاه نساجی تهران حضور پیدا کرده‌ایم، بازدیدکنندگان بسیاری از غرفه ما بازدید به عمل آوردند و از نزدیک در جریان تنوع محصولات و قیمت آنها الیاف دیلمات قرار گرفتند.

■ ■ ■ ■ ■

«شرکت جهان تصفیه» سابقه ۲۱ ساله در زمینه فناوری‌های نوین تصفیه آب و فاضلاب (پساب) به خصوص آب شیرین‌کن‌های کارخانه‌های نساجی، صنایع دامپروزی، فولاد، کاغذسازی، کشاورزی و ... دارد و از مهم‌ترین پروژه این مجموعه در صنایع نساجی می‌توان به طراحی سیستم تصفیه آب (اسمز معکوس) اشاره کرد.

محمد مهدی آرمان-مدیرعامل- ابراز داشت: به دلیل قیمت بسیار بالا و همچنین دشواری واردات، صنعتگران کشور ترجیح می‌دهند از دستگاه‌های تولیدی جهان تصفیه که کیفیت مشابه اما یک‌سوم قیمت دستگاه خارجی را دارند؛ استفاده نمایند.

وی ضمن اشاره به وجود چالش‌هایی مانند کمبود برخی قطعات مورد نیاز در بازار ایران، نوسانات نرخ ارز و به تبع آن تغییر مداوم قیمت محصولات، ادامه داد: امروزه یکی از دغدغه‌های اصلی صنعتگران کشور از جمله فعالان نساجی، تأمین و تصفیه منابع آبی است و به همین دلیل علاوه بر الزامات محیط زیستی به ضرورت تصفیه پساب پی برده‌اند و به شدت پیگیر پیاده‌سازی سیستم‌های مربوط به تصفیه و بازچرخانی آب در خطوط تولید هستند.



علی حسینی، مدیرعامل دلوکس دیجیتال



محمد خرمی، نماینده ZGL در ایران



خلیل الرحمان خلیلی پور، مدیر بازاریابی و توسعه برند نفیس نخ



به شمار می آیند.

وی گفت: ماشین سازان چینی با توجه به تیراژ بالای محصولات و سیاست های کلی قیمت گذاری بر مسائلی همچون کاهش قیمت تمام شده و کسب مزیت رقابتی متمرکز هستند به همین دلیل دستگاه های آنان در برخی موارد یک پنجم قیمت مشابه اروپایی را دارد اگرچه از نظر عملکرد و کیفیت چنین اختلاف فاحشی وجود ندارد و بین ۶۰ تا ۸۰ درصد می توان بازدهی ماشین های اروپایی را از نمونه های چینی انتظار داشت. خرمی اذعان داشت: تا ۱۰ سال قبل که اکرولیک مورد توجه بازار قرار داشت، تکنولوژی تولید ماشین آلات این بخش در انحصار کشورهایمانند اسپانیا و بعدتر کره جنوبی قرار داشت اما طی ۱۰ سال اخیر با رونق الیاف پلی استر، تکنولوژی و صنعت تولید ماشین آلات عملاً در انحصار چین قرار گرفت کما این که بیشتر تولید کنندگان معتبر پارچه های مخمل و پتو در ایران خطوط تولید خود را به دستگاه های باکیفیت چینی اختصاص داده اند.

نماینده ZGL در ایران تصریح کرد: از حضور در نمایشگاه نساجی راضی هستیم و موفق به ملاقات با بسیاری از مشتریان خود از سراسر کشور شده ایم.

■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

«شرکت نفیس نخ» در سال ۱۳۸۲ با هدف تولید الیاف نخ فیلامنت پلی استر راه اندازی شد و در حال حاضر به تولید انواع نخ های، FDY، POY، DTY، ATY و نخ های اسپاندکس می پردازد.

خلیل الرحمان خلیلی پور- مدیر بازاریابی و توسعه برند- ادامه داد: یکی از ویژگی های این مجموعه، تولید نخ های POY طبق سفارش مشتریان در تیراژهای مختلف است و بر نوآوری و بهبود محصول متمرکز شده ایم. وی عنوان داشت: قسمتی از مواد اولیه مصرفی کارخانه از پتروشیمی شهید تندگویان و بخش قابل توجه دیگر از منابع خارجی تأمین می شوند که این امر نقش مهمی در افزایش کیفیت محصولات و تداوم روند تولید ایفا می نماید؛ هرچند در زمینه واردات مواد اولیه با مشکلات ارزی مواجهیم.

به گفته خلیلی پور، محدودیت های ارزی و مشکلات اقتصادی در کشور به نحوی است که صنعتگران

آرمان از حضور در نمایشگاه نساجی تهران ابراز رضایت نمود و گفت: با توجه به شرایط نامطلوب اقتصادی و مشکلاتی مانند قطعی برق، اغلب کارخانه های تولیدی صرفاً به بقای خود می اندیشند و برنامه ریزی طولانی مدت برایشان امکان پذیر نیست.

■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

«شرکت برنا تجارت پایپروس (برند دلوکس دیجیتال)» حدود هفت سالی است که در زمینه واردات کاغذ، جوهر، چسب لمینیت، پارچه خام چایی، رول های DTF (در عرض ۶۰ سانتی متر و طول ۱۰۰ متر) و سایر اقلام مرتبط با چاپ سابلیمیشن از چین، کره و آلمان به فعالیت می پردازد.

علی حسینی- مدیرعامل- ضمن انتقاد از زمان بر بودن فرایند صدور مجوز فعالیت توسط نهادهای دولتی و عدم همراهی آنها با تولید کنندگان افزود: در ۴ دوره از نمایشگاه نساجی تهران حضور داشته ایم، هدف ما معرفی کاغذهای سابلیمیشن و رفع بخش عمده ای از نیاز واحدهای فعال در حوزه چاپ دیجیتال به روی پارچه است چون این نوع چاپ در بافت پارچه های خام پلی استر خدمات ارزشمندی به صنعت نساجی کشور ارائه کرده است.

حسینی ساعت برگزاری نمایشگاه نساجی تهران (۸ صبح تا ۳ عصر) را نامناسب دانست و پیشنهاد کرد: برای افزایش تعداد بازدید کنندگان و شرکت کنندگان باشیم بهتر ایران تکس در مجتمع نمایشگاهی شهر آفتاب و ساعات بهتری برگزار گردد.

■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

«شرکت ZGL» یکی از قدیمی ترین و در عین حال بزرگ ترین تولید کننده ماشین آلات چاپ، تکمیل و شست و شو در چین- است. ظرفیت تولید ماشین آلات تکمیل این شرکت بالغ بر ۲۰۰۰ دستگاه در سال می باشد و توانسته جایگاه نخست در صنعت تولید ماشین آلات نساجی چین را به خود اختصاص دهد. گفتنی است ۷۰ درصد ماشین آلات این حوزه در چین توسط کمپانی ZGL تأمین می شود.

محمد خرمی- نماینده ZGL در ایران- افزود: تولید کنندگان حوله، پتو، خز و چرم مصنوعی، پلوش و پارچه های مخمل از مهم ترین مشتریان ما



تصفیه پساب و به حداقل رساندن مصرف آب، آمادگی خود را برای همکاری با سایر کارخانه‌های نساجی در حوزه کاهش مصرف آب اعلام نمود.

■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

«شرکت آردین محک» در ابتدا با هدف ارائه خدمات فنی و مهندسی به واحدهای صنعتی تأسیس شد اما به دلیل علاقه‌مندی مدیران آن نسبت به یک محصول جدید فعالیت خود را در صنعت نساجی با تولید نخ‌های پلی‌پروپیلین آغاز کرد.

علی ضیاءپور - موسس و رئیس هیئت مدیره - افزود: طبق اطلاعات موجود، مشابه نخ‌های تولیدی ما در سطح خاورمیانه هم وجود ندارد و با بهره‌گیری از دانش فنی و ماشین‌آلات شرکت بارمگ آلمان راه‌اندازی شده و بنابر اظهار متخصصینی که از کارخانه بازدید به عمل آورده‌اند، شاید مدرن‌ترین و به‌روزترین دستگاه موجود این صنعت در ایران باشد.

وی، تولید نخ‌های پلی‌پروپیلین از ۳۰ تا ۸۰۰ دینر را در آردین محک امکان‌پذیر دانست و گفت: این نخ‌ها در البسه ورزشی، پوشاک کودک، لباس‌های زیر، فرش ماشینی، پارچه‌های رومبلی، پرده‌ای، تریکو و عموم محصولات نساجی مورد استفاده قرار می‌گیرند، دارای تناسبیته نسبتاً بالا، هاپژنیک و بسیار سبک است و بهای تمام شده محصول نهایی به مراتب پایین‌تر از البسه پلی‌استر است که این موضوع برای واحدهای تولیدی قابل توجه می‌باشد.

به گفته وی در صورت هموار شدن مسیر صادرات به اروپا، به دلیل اطمینان کامل به کیفیت بالای محصولات، بخش عمده‌ای از بازار کشورهای اروپایی را به خود اختصاص خواهیم داد.

ضیاءپور عنوان کرد: قطعی برق صدمات بسیاری به فعالیت کارخانه وارد کرده است و دو ماه اخیر در شرایط دشواری به سر بردیم.

به گفته مدیرعامل آردین محک با هدف معرفی محصول نوآورانه در نمایشگاه نساجی تهران حضور یافتیم، بازدیدکنندگان فراوانی از این غرفه بازدید به عمل آوردند که خوشبختانه منجر به انعقاد قراردادهای فروش شد.

زمینه فعالیت «شرکت تولیدی بازرگانی ایران

تمایل کمتری به صادرات محصولات خود دارند و به رفع نیازهای بازار داخل اکتفا می‌نمایند؛ در این میان نفیس نخ طبق برنامه‌ریزی انجام شده، تصمیم دارد ۱۰-۱۵ درصد از فروش تولیدات خود را به صادرات (ترکیه، عراق، افغانستان و آذربایجان) اختصاص دهد، مذاکراتی هم پیرامون صادرات به کشورهایی مانند اسپانیا و مصر انجام داده‌ایم برای مثال با تأمین‌کننده نخ بزرگ‌ترین تولیدکننده فرش ماشینی دنیا یعنی اورینتال ویورز (ORIENTAL WEAVERS) به توافقاتی اولیه رسیده‌ایم ولی مهم‌ترین مشکل مباحث لجستیکی و انتقال منابع مالی به مصر است.

وی اذعان داشت: شش ماه دوم سال گذشته امیدواری‌های بسیاری مبنی بر بهبود شرایط تولید و صنعت در کشور وجود داشت اما متأسفانه نه تنها این امر تحقق نیافت بلکه امسال نیز با رکود شدید بازار در صنایع پایین‌دستی به دلیل کمبود نقدینگی واحدهای تولیدی، کاهش حجم فروش و مشکلات ناشی از قطعی برق و ناترازی انرژی روبرو هستیم.

خلیلی‌پور با اشاره به این نکته که نمایشگاه نساجی تهران فستیوال سالانه فعالان صنعت نساجی ایران محسوب می‌شود، ادامه داد: نفیس نخ با هدف آشنایی با مشتریان جدید و بالقوه و تجدید دیدار با همکاران و مشتریان قدیمی و همچنین تقویت برند خود در نمایشگاه ایران‌تکس حضور پیدا کرده است.

روز اول نمایشگاه امسال از نظر حجم بازدیدکننده چندان مطلوب نبود اما روزهای بعدی وضعیت کمی بهتر شد البته هدف اولیه ما افزایش فروش نیست چون معتقدیم نمایشگاه تأثیر زیادی در افزایش فروش ندارد اما در تثبیت و اعتلای برند بسیار اثرگذار می‌باشد.

■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

«شرکت پشمیافی گل‌نثار» در سال ۱۳۶۷ تأسیس شده و تولیدکننده انواع پارچه‌های مخلوط مناسب برای لباس‌های رسمی مردانه و زنانه شامل کت و شلوار، ماتو و شلوار زنانه و پالتو مردانه و زنانه می‌باشد. این مجموعه در سال ۱۳۷۸ برند «عالیجناب» را برای پارچه‌های کت شلوار به ثبت رسمی رسانده است. **عبدالحسین اخوان مقدم - مدیر ارشد بازرگانی -** ضمن اشاره به اقدامات گسترده این مجموعه در زمینه



عبدالحسین اخوان مقدم - مدیر ارشد بازرگانی پشمیافی گل‌نثار



علی ضیاءپور - رئیس هیئت مدیره آردین محک





امیر اسعد پورآباد، مدیر بازرگانی الیاف ابریشم ماهان دلیجان



بروز اشتباه در معرفی و اختصاص سالن‌های مناسب به غرفه‌داران قدیمی و باسابقه در نمایشگاه نساجی تهران توسط مجری برگزاری (که هر سال مترای زیادی به نمایشگاه را به خود اختصاص می‌دهند) به احتمال زیاد سال آینده در این رویداد حضور نخواهیم داشت. رئیس هیئت مدیره ایران پاشا اذعان داشت: ماه آگوست (مرداد) بدترین زمان برای دعوت از میهمانان خارجی جهت حضور در نمایشگاه به شمار می‌آید از سوی دیگر به دلیل تعطیلات مربوط به مراسم اربعین، تبلیغات بسیار اندک و افزایش سرسام‌آور اجاره پهای غرفه‌ها، شاهد کاهش استقبال مخاطبان از ایران‌تکس ۱۴۰۳ بودیم. از سوی دیگر ساعت کاری نمایشگاه یعنی ۸ صبح تا ۳ عصر اصلاً مناسب نبود. اگر مشکل ترافیک و ازدحام جمعیت در خیابان‌های منتهی به نمایشگاه است بهتر است به ۱۱ صبح تا ۷ عصر موقوف شود تا ترافیک عصرگاهی آن منطقه کمتر شده باشد

■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

«شرکت الیاف ابریشم ماهان دلیجان» فعالیت خود را از سال ۱۳۷۷ در شهرک صنعتی دلیجان آغاز کرده است و تولیدکننده انواع الیاف کوتاه پلی‌استر در دنیارو و رنگ‌های مختلف (ویرجین و بازیافتی) می‌باشد علاوه بر آن شرکت‌های زیرمجموعه گروه صنعتی بازرگانی الیاف ماهان دلیجان به تولید لایه‌های سوزنی بی‌بافت، عایق‌های رطوبتی و امور بازرگانی داخلی و خارجی می‌پردازد همچنین علاوه بر تأمین نیاز بازار داخل، بخشی از تولیدات این مجموعه به کشورهای اروپایی و آسیایی صادر می‌شود.

امیر اسعد پورآباد - مدیر بازرگانی - در مورد بازدیدکنندگان ایران‌تکس ۱۴۰۳ عنوان کرد: اغلب بازدیدکنندگان غرفه ابریشم ماهان دلیجان، متخصصین و مهندسین تولید، مدیران عامل شرکت‌ها و کارخانجات تولیدی و همچنین فعالان فروش محصولات نساجی در بازار بودند که خوشبختانه مورد استقبال چشمگیر مخاطبین قرار گرفت و امیدواریم در سال‌های آینده شاهد افزایش تعداد بازدیدکنندگان باشیم.

مدیر بازرگانی ابریشم ماهان دلیجان هدف از حضور این مجموعه در نمایشگاه نساجی تهران را معرفی

پاشا» تهیه و تأمین ماشین‌آلات گردباف، تولید نخ پلی‌استر یکسره، منسوجات نبافته، کالای خواب و قطعات مرتبط از شرکت‌های آسیایی و اروپایی است. میرمتین میری - رئیس هیئت مدیره - نمایشگاه ایران‌تکس ۱۴۰۳ را دارای چندین ایراد اساسی دانست و گفت: تبلیغات مربوط به برگزاری نمایشگاه بسیار ضعیف بود به طوری که در دو بخش مهم عرضه پارچه و منسوجات یعنی بازار تهران و خیابان فلسطین جنوبی تهران، هیچ اطلاع‌رسانی در قالب بروشور، تراکت و ... صورت نگرفت و اغلب فعالان بازار تهران و مشتریان از جمله فعالان صنعت نساجی در شهرهای دیگر که خود قطعی از نساجی هستند به مانند اصفهان، یزد، مشهد و تبریز از برپایی این رویداد خبر نداشتند. مطلب بعد این که به مانند خیلی از امور دیگر مدیریت و اجرایی از تجربه برگزار کنندگان معتبر در جهان بهره‌ای نمی‌بریم تا جایی که چیدمان مکانی غرفه شرکت‌هایی که طی سالیان متمادی در نمایشگاه حضور دارند و به نوعی پای ثابت و اصلی ایران‌تکس شناخته می‌شوند درست و به جا صورت نمی‌گیرد، هیچ مقام دولتی یا مدیران ارشد تشکلهای نساجی بازدید به عمل نیاوردند تا جایی که تصور می‌شد سالن ۳۵ را گم کرده‌اند!!! نکته ای را بنده به مدیران زحمتکش و اثرگذار خصوصاً مدیران دولتی دارم که پیش از بازدید هر نمایشگاهی به مطالعه (هرچند گذرا) پیرامون زمینه فعالیت غرفه‌داران بپردازند نه این که هنگام بازدید توسط اطرافیان به این غرفه و آن غرفه هدایت شوند بدون این که اطلاع و شناختی از دغدغه‌ها، مسائل و چالش‌های سایر شرکت‌کنندگان داشته باشند. به گفته‌ی، نمایشگاه نساجی تهران بیشتر به قلک برای درآمدزایی تشکلهای دولتی تبدیل شده تا محلی برای نمایش محصولات و دستاوردهای صنعتگران نساجی. میری از تصمیم شرکت متبوع خود برای مشارکت در سومین دوره نمایشگاه پارچه (شهر آفتاب) خبر داد و گفت: هنگام انتخاب سالن و غرفه، سالن‌ها توضیحی داده نشد و هیچ حرفی از سالن B ۳۸ در میان نبود (و بعدها متوجه شدیم کل این سالن در اختیار پائوین چین قرار گرفته است و اجر و قرب میهمان خارجی هر چند بی سابقه و پشتوانه بالاتر از میزبان است!!) لذا به دلیل



■ ■ ■ ■ ■

«شرکت دیبا رنگ ایرانیان» به عنوان یکی از شرکت‌های زیر مجموعه هولدینگ «ژرف صنعت ایرانیان»، یکی از تأمین‌کنندگان مواد رنگزای صنعت نساجی کشور است.

شرکت «ژرف صنعت ایرانیان»، با بهره‌گیری از تجربیات ارزشمند در تجارت بین‌الملل و به پیشنهاد جمعی از پیشکسوتان صنعت نساجی کشور، از سال ۱۳۸۹ فعالیت خود را در زمینه واردات مواد رنگزای نساجی آغاز نمود.

عباس رضایی - مدیرعامل - تصریح کرد: از همان ابتدای فعالیت شرکت و با ایجاد ارتباطات مؤثر و گسترده با تولیدکنندگان معتبر مواد رنگزای نساجی در دو کشور چین و هند، ارائه محصولات با کیفیت و قیمت رقابتی به عنوان استراتژی و رویکرد اصلی شرکت در دستور کار قرار گرفت بر همین اساس، از سال ۱۳۹۳ با دریافت نمایندگی انحصاری دو شرکت بزرگ تولید کننده مواد رنگزای نساجی از کشورهای چین و هند، تنوع و کیفیت محصولات شرکت به شکل چشمگیری افزایش یافت و این امر موجب اقبال روزافزون مشتریان محترم به محصولات این شرکت گردید.

به گفته وی، نمایشگاه این دوره از چندین منظر با دوره‌های گذشته تفاوت‌های چشمگیری داشت. از نظر کمی، شاهد حضور گسترده‌تری از شرکت‌ها و برندهای معتبر بین‌المللی بودیم که این نشان از رشد و اهمیت روزافزون صنعت نساجی در سطح جهانی دارد. همچنین، غرفه‌های بیشتری از کشورهای مختلف به خصوص چین و هند و ترکیه حضور داشتند که تعاملات تجاری گسترده‌تری را ممکن ساخت. از لحاظ کیفی نیز می‌توان به رشد فناوری‌های نوین اشاره کرد.

رضایی اذعان داشت: بسیاری از شرکت‌های تولیدکننده رنگ و مواد شیمیایی نساجی، فناوری‌های پیشرفته‌تر و دوستدار محیط زیست را به نمایش گذاشتند که نشان‌دهنده اهمیت روزافزون موضوعات زیست‌محیطی در این صنعت است. به علاوه، شرکت‌ها بیشتر بر ارتقاء کیفیت محصولات و فرآیندهای تولید تمرکز داشتند و

طیف گسترده محصولات یعنی انواع الیاف کوتاه پلی‌استر (در رنگ‌ها و ظرافت‌های مختلف) الیاف کتان تایپ (۱/۵ دنیر) و همچنین الیاف سالیید دانست و گفت: الیاف تولیدی از مواد اولیه ویرجین، بازیافتی و ترکیبی تهیه می‌شود که در ارائه آنها از روش‌های نوآورانه جهت حفظ محیط زیست استفاده می‌شود تا بیشترین بهره‌وری را داشته باشیم. ایجاد فرصت برای حضور در بازارهای جهانی و افزایش صادرات به سایر کشورها از سایر اهداف این شرکت به شمار می‌آید.

پورآبادی تصریح کرد: به طور کلی از حضور در ایران‌تکس امسال رضایت داشتیم اما در مقایسه با دوره‌های گذشته به دلیل تغییر تاریخ برگزاری (انتقال از ابتدای پاییز به اواخر مرداد)، گرمای هوا و تهویه نامناسب سالن‌ها کمتر مورد استقبال بازدیدکنندگان قرار گرفت. از سوی دیگر بازار صنعت نساجی در نیمه دوم سال از رونق بیشتری برخوردار است لذا اوایل پاییز بهترین زمان برای برپایی نمایشگاه نساجی محسوب می‌شود. وی ادامه داد: تعداد غرفه‌های چینی در نمایشگاه امسال بیشتر از دوره‌های قبل به نظر می‌رسید به طوری که در هر سالن یک پلویون به چینی‌ها اختصاص داشت اگر این حمایت از شرکت‌های اروپایی نیز به عمل آید تا مانند سال‌های پیش در نمایشگاه نساجی تهران حضور یابند قطعاً به نفع صنعت نساجی ایران خواهد بود چون تداوم ارتباطات فنی و تجاری با شرکت‌های معتبر اروپایی امکان‌پذیر می‌شود.

به اعتقاد پورآبادی، مهم‌ترین اهداف شرکت‌های داخلی که در نمایشگاه نساجی تهران حضور می‌یابند بازاریابی، فروش و یافتن بازارهای صادراتی در برمی‌گیرد که در صورت حمایت مسئولان دولتی از حضور شرکت‌کنندگان بخش خصوصی در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی بی‌شک تعداد غرفه‌داران روند صعودی به خود می‌گیرد.

وی یادآور شد: در حال حاضر به دلیل بازار نسبتاً راکد حاکم بر صنعت نساجی، شرکت‌ها به مراتب کمتر از گذشته برای حضور در نمایشگاه سرمایه‌گذاری می‌کنند چون هزینه‌های اجاره غرفه، غرفه‌سازی و ... بسیار بالاست و امیدوارم با رفع موانع و مشکلات شاهد رونق بیشتر نمایشگاه‌های نساجی در کشور باشیم.



مدیران دیبا رنگ ایرانیان





محمد رضایی، مدیر فروش ساتینگراد



وجود فشارهای ناشی از تحریم‌ها و محدودیت‌های تجاری، هنوز هم می‌تواند با بهینه‌سازی فرآیندهای تولید و ارتقاء کیفیت محصولات خود، به بازارهای بین‌المللی راه پیدا کنند. حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی نیز به آنها این فرصت را می‌دهد که با جدیدترین تکنولوژی‌ها و روش‌های تولید آشنا شوند و از آن‌ها برای بهبود رقابت‌پذیری خود استفاده کنند. به لحاظ صنعتی، شرکت‌های ایرانی با بهره‌گیری از تکنولوژی‌های جدید در رنگرزی و فرآوری مواد، می‌توانند تولیدات با کیفیت‌تری را ارائه دهند که نه تنها در بازار داخلی بلکه در بازارهای خارجی نیز موفق باشد. از نظر تجاری نیز حضور در چنین نمایشگاه‌هایی به شرکت‌های ایرانی این امکان را می‌دهد که شبکه‌های تجاری خود را گسترش دهند و به قراردادهای بین‌المللی دست یابند که می‌تواند تاثیر مثبتی بر رشد اقتصادی صنعت نساجی کشور داشته باشد.

رضایی ضمن بیان این مطلب که بازدیدکنندگان این دوره از نمایشگاه به وضوح از سطوح مختلف صنعتی و تخصصی تشکیل شده بودند، تأکید کرد: مدیران ارشد شرکت‌های بزرگ بین‌المللی، مهندسين، متخصصان تحقیق و توسعه، و مدیران کارخانه‌های معتبر از جمله افرادی بودند که به نمایشگاه آمده بودند تا با آخرین نوآوری‌ها و محصولات آشنا شوند. حضور این افراد نشان‌دهنده سطح بالایی توجه به نمایشگاه بود، چرا که بسیاری از آن‌ها به دنبال همکاری‌های جدید و یا شناسایی فناوری‌های نوین برای بهبود فرآیندهای تولید خود بودند.

وی تصریح کرد: در مقایسه با دوره‌های گذشته، این نمایشگاه توانست توجه بیشتری از سوی متخصصان صنعتی به خود جلب کند. علاوه بر این، حضور کارشناسان و متخصصانی از حوزه‌های مختلف از جمله رنگرزی، تولید نخ و پارچه و فرآیندهای پسا تولید، باعث شد که نمایشگاه به محلی برای تبادل اطلاعات و تجربیات بین‌المللی تبدیل شود. این سطح از بازدیدکنندگان همچنین به شرکت‌های حاضر در نمایشگاه این امکان را داد تا با افرادی که نقش‌های کلیدی در تصمیم‌گیری‌های صنعتی دارند، ارتباط برقرار کنند و به صورت مستقیم با آنان وارد مذاکره

این امر در مقایسه با دوره‌های گذشته که تمرکز بیشتر بر کمیت محصولات بود، تغییر قابل توجهی به شمار می‌آید. علاوه بر این حضور پررنگ‌تر شرکت‌های دانش بنیان ایرانی در راستای تولید ماشین آلات روز نساجی نیز، از دیگر تفاوت‌های چشمگیر بود.

مدیرعامل دیبا رنگ افزود: غرفه‌های چینی مانند دوره‌های گذشته نقش برجسته‌ای در این نمایشگاه ایفا کردند، اما در این دوره به نظر می‌رسد که تغییرات مهمی در رویکرد شرکت‌های چینی مشاهده شد. در کنار شرکت‌هایی که تنها در حوزه محصولات ارزان قیمت که معمولاً با آن‌ها شناخته می‌شوند، شرکت‌هایی هم حضور داشتند که تمرکز خاصی در ارائه محصولات با کیفیت داشته اند.

وی ابراز داشت: این شرکت‌ها با شناخت بهتر از نیازهای بازارهای بین‌المللی و تطبیق محصولات خود با استانداردهای جهانی، توانستند جذابیت بیشتری برای مشتریان فراهم کنند. علاوه بر این، ارائه بسته‌های همکاری و سرمایه‌گذاری مشترک با شرکت‌های بومی کشورهایی که در آن‌ها حضور داشتند، یکی از استراتژی‌های موفق بود که چینی‌ها به کار گرفتند.

این امر نشان می‌دهد که شرکت‌های چینی نه تنها به فکر فروش مستقیم محصولات خود هستند بلکه به دنبال ایجاد همکاری‌های طولانی مدت و استراتژیک با شرکای بین‌المللی نیز هستند. به همین دلیل حضور آن‌ها در این نمایشگاه از منظر کیفی به مراتب پیشرفته‌تر از دوره‌های گذشته بوده و قطعاً آینده‌ای روشن‌تر برای همکاری‌های بین‌المللی با آن‌ها ترسیم می‌شود. این صنعتگر نساجی در مورد حضور شرکت‌های ایرانی در ایران‌تکس ۱۴۰۳ گفت: حضور شرکت‌های ایرانی در این نمایشگاه با چالش‌های متعددی مواجه بوده، اما همچنان نشان‌دهنده پتانسیل بالای صنعت نساجی کشور است.

برخی از این چالش‌ها شامل محدودیت‌های واردات مواد اولیه، نوسانات ارزی و مشکلات مرتبط با انتقال تکنولوژی‌های نوین می‌باشد. با این وجود، بسیاری از شرکت‌های ایرانی با تمرکز بر تولید داخلی و تلاش برای بهبود کیفیت محصولات، توانستند جایگاه خود را در میان شرکت‌های بین‌المللی حفظ کنند.

به زعم وی از نظر اقتصادی، شرکت‌های ایرانی با



شوند

رضایی هدف از حضور در نمایشگاه نساجی تهران را معرفی این مجموعه با نام تجاری جدید دیبا رنگ ایرانیان و معرفی محصولات جدید و پیشرفته به بازارهای داخلی در این نمایشگاه حضور داشته و توانست به این مهم دست یابد. به علاوه شرکت دیبا رنگ ایرانیان به دنبال دریافت بازخورد مشتریان، همکاران صنعتی و متخصصان حوزه نساجی بود تا از طریق این اطلاعات بتواند در فرآیند واردات و توسعه محصولات خود بهبودهای لازم را اعمال کند. همچنین یکی از اهداف مهم این شرکت، معرفی سایت دیبا رنگ ایرانیان و گسترش شبکه‌های مجازی و ایجاد روابط جدید با شرکت‌های داخلی بود که از طریق برگزاری جلسات و مذاکرات متعدد در این نمایشگاه توانست به موفقیت‌های چشمگیری دست یابد. شرکت دیبا رنگ ایرانیان معتقد است که حضور در این نمایشگاه به ایجاد فرصت‌های جدید تجاری و تقویت جایگاه برند در بازار جهانی کمک شایانی خواهد کرد.

■ ■ ■ ■ ■ ■ ■ ■

«شرکت سانتیگراد» در سال ۱۳۶۰ با هدف تامین هوای صنایع نساجی تاسیس گردید. این شرکت تا کنون در هزاران پروژه تاسیس یا نوسازی کارخانه‌های نساجی مشارکت داشته است. این شرکت در چهارمین دهه فعالیت خود با اضافه کردن فیلتراسیون مرکزی مقدمات خط ریسندگی به محصولات خود به عنوان تنها شرکت ایرانی که در حوزه تهویه و تصفیه هوا فعالیت دارد، شناخته می‌شود و علاوه بر بازار نساجی در بازارهای نیروگاهی، نفت و گاز پتروشیمی، مترو فعالیت دارد و با افتخار سهم کوچکی در پیشبرد صنعت این کشور دارد.

محمد رضایی-مدیرفروش- گفت: نمایشگاه این دوره از نظر کمی و کیفیت با دوره‌های قبل چندان تفاوتی نداشت، متأسفانه مدت‌هاست که شاهد عدم حضور شرکت‌های بین‌المللی معتبر در نمایشگاه هستیم که این امر سبب کاهش سطح کیفیت نمایشگاه شده است.

وی افزود: غرفه‌های چینی عمدتاً شرکت‌های بازرگانی هستند اما امسال شاهد حضور چند شرکت بزرگ

چینی در نمایشگاه بودیم. چنانچه شرکت‌های تولید کننده دانش در این نمایشگاه شرکت کنند باعث رشد در حوزه نساجی خواهد شد.

مدیر فروش سانتیگراد یادآور شد: حضور در نمایشگاه برای شرکت‌هایی که دارای برند و شناخته شده هستند عمدتاً با هدف حضور و دیدار با مشتریان انجام می‌گیرد. لذا هزینه‌های انجام گرفته در قالب هزینه‌های حضور در بازار است و چندان به چشم صرفه اقتصادی و تجاری به آن نگاه نمی‌شود.

هدف تحکیم رابطه با مشتریان است. وی با اشاره به این نکته که شاهد حضور مدیران ارشد، مدیران میانی و تکنسین‌های فنی به عنوان بازدیدکنندگان ایران‌تکس ۱۴۰۳ بودیم ادامه داد: برای شرکت‌های برند حضور در نمایشگاه به عنوان محلی برای تجدید دیدار با مشتریان و اعلام حضور است. به تبع مجموعه سانتیگراد نیز با این هدف در نمایشگاه شرکت حضور می‌یابد.

تهیه و تنظیم: مهدیه درویش کوشالی
سیدضیاءالدین امامی رثوف



میهمانان غرفه نساجی امروز در نمایشگاه ایران تکس ۱۴۰۳



