

ITM؛ یک برند تثبیت شده در صنعت

ماشین آلات نساجی

نمایشگاه ITM ترکیه طی سالهای اخیر از یک رویداد منطقه‌ای فراتر رفته و به یکی از نقاط مرجع صنعت ماشین آلات نساجی در منطقه اوراسیا، خاورمیانه، آسیای مرکزی، شمال آفریقا و حتی بخشی از بازار اروپا تبدیل شده است.

اهمیت این نمایشگاه تنها در تعداد غرفه‌داران یا بازدیدکنندگان آن خلاصه نمی‌شود، بلکه ITM به دلیل موقعیت جغرافیایی ترکیه، ظرفیت صنعتی این کشور و ارتباط نزدیک آن با بازارهای مصرف و تولید، جایگاهی ویژه در تقویم رویدادهای بین‌المللی صنعت نساجی پیدا کرده است.

در حال حاضر ترکیه یکی از بازیگران مهم صنعت نساجی و پوشاک جهان است. این کشور هم در تولید پارچه، پوشاک، منسوجات خانگی و فرش ماشینی فعال است و هم در زمینه واردات، فروش، نصب و راهاندازی ماشین آلات نساجی نقش منطقه‌ای قابل توجهی دارد.

از این منظر، برگزاری نمایشگاهی مانند ITM در استانبول فقط یک رویداد نمایشگاهی نیست، بلکه بازتابی از جایگاه ترکیه در زنجیره ارزش نساجی است، زنجیره‌ای که از تأمین مواد اولیه و ماشین آلات آغاز می‌شود و تا تولید، صادرات و برندینگ ادامه پیدا می‌کند.

یکی از دلایل تثبیت جایگاه ITM، دسترسی آسان آن برای طیف وسیعی از فعالان صنعت است. استانبول از نظر پروازی، تجاری و لجستیکی، نقطه اتصال شرق و غرب محسوب می‌شود.

برای تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران از کشورهایمانند ایران، عراق، سوریه، مصر، روسیه، ازبکستان، پاکستان، هند، کشورهای حوزه خلیج فارس و شمال آفریقا، حضور در ITM به مراتب ساده‌تر و کم‌هزینه‌تر از بسیاری از نمایشگاه‌های اروپای غربی است. همین موضوع باعث شده ITM برای بسیاری از فعالان منطقه، به نوعی نمایشگاه قابل دسترس فناوری نساجی تبدیل شود.

از سوی دیگر، ITM برخلاف برخی نمایشگاه‌های عمومی‌تر، ماهیتی کاملاً تخصصی دارد. بازدیدکنندگان



ITM
2026
İSTANBUL
9-13 JUNE 2026

استانبول؛ چهارراه فناوری‌های نساجی نشانه‌هایی از احتیاط در سرمایه‌گذاری



نویسنده: دکتر احسان زرین آبادی - مدیر بازرگانی خارجی شرکت ایده گستر صنعت

اشاره:

نمایشگاه بین‌المللی ماشین آلات نساجی ITM که از ۹ تا ۱۳ ژوئن ۲۰۲۶ (۱۹ تا ۲۳ خرداد ۱۴۰۵) در مرکز نمایشگاهی TUYAP استانبول برگزار شد، بار دیگر جایگاه ترکیه را به عنوان یکی از قطب‌های منطقه‌ای صنعت نساجی تثبیت کرد.

با این حال، بررسی میدانی فضای نمایشگاه و ترکیب مشارکت‌کنندگان نشان می‌دهد که اگرچه ITM همچنان یک رویداد مرجع برای صنعت محسوب می‌شود، اما نسبت به دوره‌های اوج خود با نوعی احتیاط در سرمایه‌گذاری و تعدیل حضور بین‌المللی روبه‌روست.

رکود یا احتیاط سرمایه‌گذاری در صنعت نساجی، نوسانات ارزی، هزینه‌های تأمین مالی، محدودیت‌های حمل‌ونقل و تغییر سیاست‌های تجاری کشورها می‌تواند بر کیفیت و کمیت حضور شرکت‌ها اثر بگذارد.

با این حال، حتی در دوره‌هایی که فضای بازار محتاطانه‌تر است، ITM همچنان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین محل‌های رصد تحولات فناوری و تجاری صنعت نساجی باقی می‌ماند. به همین دلیل، می‌توان گفت ITM امروز فراتر از یک نمایشگاه فروش ماشین‌آلات است.

این رویداد به بستری برای سنجش نبض بازار، ارزیابی سطح آمادگی سرمایه‌گذاران، مشاهده تغییرات فناوری و شناخت مسیر آینده صنعت نساجی در منطقه تبدیل شده است.

برای فعالان این صنعت، حضور در ITM صرفاً به معنای بازدید از غرفه‌ها نیست، بلکه فرصتی برای فهم این پرسش اساسی است که صنعت نساجی جهان به کدام سمت حرکت می‌کند و تولیدکنندگان منطقه چه جایگاهی در این مسیر خواهند داشت.

2026 ITM؛ نمایشگاهی تخصصی تر و محتاط‌تر

ITM 2026 در حالی برگزار شد که صنعت نساجی جهان در مقطعی حساس قرار دارد، مقطعی که در آن بسیاری از تولیدکنندگان، نه با توقف کامل سرمایه‌گذاری، بلکه با دقت بیشتر، احتیاط بالاتر و

کند، از ماشین‌آلات اروپایی با تمرکز بر کیفیت، دوام و دقت بالا تا گزینه‌های آسیایی با قیمت رقابتی تر و انعطاف بیشتر در شرایط فروش.

این مقایسه مستقیم، به‌ویژه در شرایطی که هزینه سرمایه‌گذاری برای نوسازی خطوط تولید بسیار بالاست، برای کارخانه‌داران اهمیت زیادی دارد. از منظر شرکت‌های عرضه‌کننده ماشین‌آلات نیز ITM یک سکوی مهم برای ارتباط با بازارهای نوظهور است.

بسیاری از شرکت‌های اروپایی و آسیایی از طریق این نمایشگاه به مشتریانی دسترسی پیدا می‌کنند که شاید امکان حضور منظم در نمایشگاه‌های بزرگ‌تر اروپا را نداشته باشند. بنابراین ITM فقط محل نمایش ماشین‌آلات نیست، بلکه یک نقطه تماس تجاری میان تولیدکنندگان فناوری و خریداران منطقه‌ای به شمار می‌رود.

نکته مهم دیگر، نقش ITM در انتقال جهت‌گیری‌های جدید صنعت است. در سال‌های اخیر، موضوعاتی مانند کاهش مصرف انرژی، اتوماسیون، دیجیتال‌سازی تولید، کنترل کیفیت آنلاین، کاهش مصرف آب در فرآیندهای رنگرزی و تکمیل، و حرکت به سمت تولید پایدار در این نمایشگاه پررنگ شده‌اند. به همین دلیل، ITM را می‌توان نه فقط محلی برای خرید و فروش ماشین‌آلات، بلکه ویتترینی از روندهای آینده صنعت نساجی دانست.

البته باید توجه داشت که تثبیت جایگاه ITM به معنای مصون بودن آن از تحولات بازار جهانی نیست.

آن عمدتاً از میان مدیران کارخانه‌ها، صاحبان خطوط تولید، مهندسان نساجی، مدیران خرید، سرمایه‌گذاران صنعتی، نمایندگان فروش ماشین‌آلات، تأمین‌کنندگان قطعات و فعالان خدمات فنی انتخاب می‌شوند. به همین دلیل، مذاکرات در این نمایشگاه معمولاً ماهیت مستقیم‌تر و کاربردی‌تری دارد.

بسیاری از گفت‌وگوها نه صرفاً درباره معرفی محصول، بلکه درباره قیمت تمام‌شده تولید، مصرف انرژی، ظرفیت ماشین، خدمات پس از فروش، تأمین قطعات، انتقال فناوری و امکان به‌روزرسانی خطوط موجود است.

در دوره‌های گذشته، ITM توانست طیف وسیعی از برندهای معتبر جهانی را در حوزه‌های مختلف گرد هم آورد، از ماشین‌آلات ریسندگی و بافندگی گرفته تا رنگرزی، تکمیل، چاپ دیجیتال، ماشین‌آلات تریکو، منسوجات فنی، سیستم‌های کنترل کیفیت، اتوماسیون صنعتی و نرم‌افزارهای مدیریت تولید. این گستردگی سبب شده بازدیدکننده بتواند در یک فضای متمرکز، بخش بزرگی از زنجیره فناوری نساجی را مشاهده و ارزیابی کند.

اهمیت ITM برای خریداران نیز در همین جامعیت نهفته است. یک تولیدکننده نساجی در این نمایشگاه می‌تواند همزمان چندین گزینه تکنولوژیک را مقایسه





اولویت‌بندی اقتصادی سخت‌گیرانه‌تر تصمیم‌گیری می‌کنند. همین فضا در چهره عمومی نمایشگاه نیز قابل مشاهده بود. نمایشگاه همچنان از نظر تخصصی بودن، تنوع فناوری و حضور برندهای معتبر جایگاه قابل توجهی داشت، اما شور و شتاب سرمایه‌گذاری گسترده‌ای که در برخی دوره‌های پیشین دیده می‌شد، امسال کمتر به چشم می‌آمد.

در نگاه نخست، ITM ۲۰۲۶ همچنان نمایشگاهی منظم، حرفه‌ای و دارای ساختار تخصصی بود. سالن‌ها با محوریت بخش‌های مختلف زنجیره ماشین‌آلات نساجی شکل گرفته بودند و بازدیدکنندگان می‌توانستند طیفی از فناوری‌ها را در حوزه‌های ریسندگی، بافندگی، تکمیل، رنگرزی، چاپ، بافت حلقوی، اتوماسیون، کنترل کیفیت، تجهیزات جانبی و خدمات فنی مشاهده کنند.

با این حال، فضای کلی نمایشگاه بیش از آنکه نمایشی از رقابت پرزرق‌وبرق تبلیغاتی باشد، به سمت گفت‌وگوهای فنی، مذاکرات تجاری هدفمند و بررسی دقیق بازگشت سرمایه حرکت کرده بود. یکی از ویژگی‌های قابل توجه این دوره، غلبه نگاه تخصصی بر فضای عمومی نمایشگاه بود.

بسیاری از بازدیدکنندگان نه برای بازدید عمومی یا آشنایی اولیه، بلکه با نیازهای مشخص وارد غرفه‌ها

می‌شدند. پرسش‌ها اغلب ماهیت فنی و اقتصادی داشت: ظرفیت واقعی ماشین چقدر است؟ مصرف انرژی در مقایسه با مدل‌های قبلی چه میزان کاهش یافته؟ هزینه نگهداری و قطعات یدکی چگونه است؟ امکان نصب روی خطوط موجود وجود دارد؟ خدمات پس از فروش در منطقه چگونه پشتیبانی می‌شود؟

این نوع گفت‌وگوها نشان می‌داد که خریداران بالقوه با احتیاط بیشتری به سرمایه‌گذاری نگاه می‌کنند و تصمیم خرید دیگر صرفاً بر پایه جذابیت فناوری یا اعتبار برند انجام نمی‌شود.

از نظر فضای غرفه‌ها نیز می‌توان نوعی تغییر لحن را مشاهده کرد.

در برخی بخش‌ها، نمایش‌های بزرگ و پرهزینه جای خود را به ارائه‌های فنی‌تر و متمرکزتر داده بود. شرکت‌ها بیشتر تلاش داشتند مزیت‌های عملیاتی محصولات خود را توضیح دهند، مانند کاهش مصرف انرژی، بهبود بهره‌وری، افزایش سرعت تولید، کاهش ضایعات، سهولت تعمیر و نگهداری، یا امکان اتصال ماشین‌آلات به سیستم‌های مدیریت هوشمند تولید. این تغییر نشان می‌دهد که بازار امروز بیش از گذشته به دنبال ارزش اقتصادی قابل اندازه‌گیری است.

برخلاف دوره‌هایی که گاهی رقابت اصلی بر سر نمایش ماشین‌آلات بزرگ‌تر، خطوط کامل‌تر و چیدمان‌های نمایشی‌تر بود، در ITM ۲۰۲۶ محور اصلی بسیاری از مذاکرات بر سر بهینه‌سازی قرار داشت.

بسیاری از تولیدکنندگان به‌جای راه‌اندازی خطوط کاملاً جدید، به دنبال ارتقای بخشی از خطوط موجود، افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه تمام‌شده و بهبود کیفیت محصول بودند. این موضوع به‌ویژه برای کشورهای که با فشار هزینه‌های انرژی، محدودیت منابع مالی یا نوسانات ارزی روبه‌رو هستند، اهمیت بیشتری دارد.

از سوی دیگر، آمارهای موجود نیز این برداشت را تقویت می‌کند. در حالی که ITM ۲۰۲۶ با حضور ۱,۳۸۵ غرفه‌دار از ۷۱ کشور و ۶۶,۲۰۰ بازدیدکننده از ۹۹ کشور یکی از دوره‌های بسیار پررونق این نمایشگاه محسوب می‌شد، برای دوره ۲۰۲۶ طبق اطلاعات رسمی منتشرشده، حضور بیش از ۱۰۰۰

شرکت و نماینده از حدود ۵۵ کشور اعلام شده است. هرچند این اعداد همچنان نشان‌دهنده مقیاس قابل توجه نمایشگاه هستند، اما در مقایسه با رکوردهای دوره قبل، از کاهش نسبی دامنه بین‌المللی حکایت دارند.

البته باید توجه داشت که کاهش عددی الزاماً به معنای افت کیفی نیست، بلکه می‌تواند نشان‌دهنده تمرکز بیشتر بر مشارکت‌کنندگان جدی‌تر، خریداران واقعی‌تر و مذاکرات هدفمندتر باشد. در این دوره، نقش استانبول به‌عنوان محل اتصال بازارهای منطقه‌ای همچنان پررنگ بود.

بازدیدکنندگانی از خاورمیانه، آسیای مرکزی، شمال آفریقا، کشورهای همسایه ترکیه و بخشی از اروپا در نمایشگاه حضور داشتند. اما در عین حال، به نظر می‌رسید برخی بازارها با احتیاط بیشتری در نمایشگاه حاضر شده‌اند.

این احتیاط را می‌توان در کاهش حضور پررنگ برخی کشورها، محدودتر شدن هیئت‌های رسمی و تمرکز بیشتر بازدیدها بر مذاکره و بررسی فنی دید. یکی دیگر از نشانه‌های تغییر فضای نمایشگاه، اهمیت یافتن خدمات پس از فروش و پشتیبانی محلی بود. خریداران دیگر فقط به قیمت ماشین یا نام برند توجه نمی‌کردند، بلکه می‌پرسیدند قطعات یدکی چگونه تأمین می‌شود، آیا تیم فنی در منطقه حضور دارد، آموزش اپراتورها چگونه انجام می‌شود و در صورت بروز مشکل، زمان پاسخ‌گویی شرکت چقدر است.

این مسئله برای بازارهایی مانند ایران، عراق، آسیای مرکزی و شمال آفریقا اهمیت بیشتری دارد. زیرا خرید ماشین‌آلات بدون دسترسی مطمئن به خدمات فنی، می‌تواند در بلندمدت هزینه‌های سنگینی به کارخانه تحمیل کند.

در حوزه فناوری نیز تمرکز نمایشگاه با شرایط اقتصادی صنعت هماهنگ بود. بسیاری از شرکت‌ها به‌جای تأکید صرف بر ظرفیت بالاتر، بر مفاهیمی مانند کاهش مصرف انرژی، کاهش ضایعات، کنترل کیفیت آنلاین، مدیریت داده‌های تولید، اتوماسیون مرحله‌ای و افزایش انعطاف‌پذیری خطوط تولید تأکید داشتند. این رویکرد نشان می‌دهد که صنعت نساجی در حال حرکت به سمت سرمایه‌گذاری‌های



انرژی، نرخ ضایعات، کیفیت خروجی، وضعیت قطعات مصرفی، هشدارهای تعمیر و نگهداری، عملکرد شیفت‌های مختلف تولید. این داده‌ها امکان تصمیم‌گیری دقیق‌تر را فراهم می‌کنند.

برای مثال، اگر مصرف انرژی یک ماشین نسبت به میانگین افزایش پیدا کند، سیستم می‌تواند پیش از وقوع خرابی جدی هشدار دهد. یا اگر کیفیت محصول در یک شیفت خاص افت کند، مدیر تولید می‌تواند علت را در تنظیمات ماشین، مواد اولیه یا عملکرد اپراتور بررسی کند. به همین دلیل، دیجیتالی‌سازی در ITM ۲۰۲۶ بیشتر به‌عنوان ابزاری برای کنترل هزینه و کاهش ریسک تولید معرفی شد، نه صرفاً یک فناوری نمایشی برای نمایشگاه.

هوش مصنوعی و کنترل کیفیت آنلاین

یکی از حوزه‌هایی که در نمایشگاه توجه زیادی را جلب کرد، استفاده از سیستم‌های هوشمند برای کنترل کیفیت بود.

در بسیاری از فرآیندهای نساجی، تشخیص عیوب پارچه، نخ یا سطح چاپ‌شده به دقت بالا و واکنش سریع نیاز دارد.

روش‌های سنتی کنترل کیفیت، معمولاً پس از تولید انجام می‌شوند و در نتیجه ممکن است مقدار زیادی

سریع‌تر نباشند، بلکه به دنبال تجهیزاتی باشند که در کل چرخه تولید، اقتصادی‌تر و قابل کنترل‌تر عمل کنند

اتوماسیون، پاسخ صنعت به کمبود نیروی انسانی و خطای انسانی

یکی از برجسته‌ترین روندهای فناوری در ITM ۲۰۲۶، گسترش اتوماسیون در بخش‌های مختلف تولید بود. اتوماسیون دیگر فقط محدود به خطوط بزرگ و کاملاً مکانیزه نیست، بلکه در سطح ماشین‌آلات مستقل، سیستم‌های حمل‌ونقل داخلی، کنترل کیفیت، بسته‌بندی و حتی مدیریت داده‌های تولید نیز دیده می‌شود. در بسیاری از غرفه‌ها، شرکت‌ها بر این نکته تأکید داشتند که اتوماسیون می‌تواند سه مزیت اصلی برای کارخانه‌ها ایجاد کند:

- ۱- کاهش وابستگی به نیروی انسانی ماهر
 - ۲- کاهش خطاهای تولیدی و ضایعات
 - ۳- افزایش ثبات کیفیت در تولید مستمر
- برای کارخانه‌هایی که با کمبود اپراتور ماهر یا هزینه بالای نیروی انسانی مواجه‌اند، اتوماسیون دیگر یک گزینه لوکس نیست، بلکه به تدریج به یک ضرورت رقابتی تبدیل می‌شود.

این مسئله به‌خصوص در خطوط ریسندگی، بافندگی، رنگرزی و تکمیل اهمیت بیشتری دارد، جایی که خطای انسانی می‌تواند منجر به توقف تولید، افت کیفیت یا افزایش ضایعات شود.

دیجیتالی‌سازی، از ماشین منفرد تا کارخانه یکپارچه متصل به هم

دیجیتالی‌سازی یکی دیگر از محورهای پررنگ نمایشگاه بود. بسیاری از شرکت‌ها راهکارهایی ارائه می‌کردند که ماشین‌آلات را از وضعیت عملکرد مستقل خارج کرده و به بخشی از یک سیستم داده‌محور تبدیل می‌کند.

در این مدل، ماشین فقط تولید نمی‌کند، بلکه اطلاعات تولید را نیز ثبت، تحلیل و ارسال می‌کند. در چنین ساختاری، مدیر تولید می‌تواند به‌صورت لحظه‌ای به داده‌هایی مانند موارد زیر دسترسی داشته باشد: سرعت تولید، میزان توقف ماشین، مصرف

هوشمندتر است، سرمایه‌گذاری‌هایی که باید بتوانند در مدت‌زمان قابل قبول، اثر خود را در کاهش هزینه و افزایش سودآوری نشان دهند.

در مجموع، ITM ۲۰۲۶ را می‌توان نمایشگاهی دانست که از نظر تخصصی بودن همچنان قدرت خود را حفظ کرده، اما از نظر فضای عمومی بازار، محتاط‌تر از دوره‌های اوج ظاهر شده است.

این احتیاط نه نشانه ضعف کامل، بلکه بازتاب شرایط واقعی صنعت نساجی در جهان است، صنعتی که با فشار هزینه‌ها، تغییر الگوی مصرف، رقابت شدید، ضرورت نوسازی فناوری و محدودیت‌های مالی همزمان روبه‌روست.

بنابراین، تصویر کلی ITM ۲۰۲۶ تصویری دوگانه است: از یک سو، نمایشگاهی معتبر، تخصصی و همچنان اثرگذار در منطقه، و از سوی دیگر، آینه‌ای از بازاری که دیگر با هیجان خرید نمی‌کند، بلکه با محاسبه، مقایسه و تحلیل دقیق به سمت سرمایه‌گذاری می‌رود. همین ویژگی، ITM امسال را شاید کمتر پرهیاهو، اما برای فعالان حرفه‌ای صنعت، معنادارتر و تحلیلی‌تر کرده است.

فناوری‌های برجسته، تمرکز بر بهره‌وری و پایداری

یکی از مهم‌ترین پیام‌های ITM ۲۰۲۶، تغییر جهت فناوری‌های نساجی از نمایش صرف سرعت و ظرفیت به سمت بهره‌وری، پایداری، کنترل هزینه و هوشمندسازی تولید بود. در گذشته، بسیاری از تولیدکنندگان ماشین‌آلات تلاش می‌کردند مزیت خود را با افزایش سرعت، ظرفیت بالاتر یا طراحی‌های بزرگ‌تر نشان دهند، اما در این دوره، محور اصلی گفت‌وگوها بیشتر بر این پرسش متمرکز بود که یک ماشین یا سیستم جدید، چگونه می‌تواند هزینه تولید را کاهش دهد، کیفیت را پایدارتر کند و مصرف انرژی، آب و مواد شیمیایی را پایین بیاورد.

این تغییر رویکرد، بازتاب شرایط جدید صنعت نساجی جهان است. افزایش هزینه انرژی، فشارهای زیست‌محیطی، رقابت شدید قیمتی، دشواری تأمین نیروی انسانی ماهر و ضرورت تولید انعطاف‌پذیر، باعث شده تولیدکنندگان دیگر فقط به دنبال ماشین‌آلات



محصول معیوب پیش از شناسایی مشکل تولید شده باشد.

در مقابل، سیستم‌های جدید کنترل کیفیت آنلاین می‌توانند در حین تولید، عیوب را شناسایی کنند. این سیستم‌ها با استفاده از دوربین‌های صنعتی، حسگرها و الگوریتم‌های پردازش تصویر، مواردی مانند: پارگی یا نازکی نخ، خطای بافت، لکه، تغییر رنگ، ناهماهنگی چاپ، عیب سطحی پارچه، تغییرات غیرعادی در تراکم یا یکنواختی را در لحظه شناسایی می‌کنند. مزیت اصلی این فناوری‌ها، جلوگیری از ادامه تولید معیوب است.

در صنعتی که قیمت مواد اولیه، انرژی و زمان تولید بالاست، تشخیص زودهنگام عیب می‌تواند نقش مهمی در کاهش هزینه تمام‌شده داشته باشد.

کاهش مصرف انرژی، اولویت اصلی سرمایه‌گذاری

یکی از پرتکرارترین واژه‌ها در گفت‌وگوهای فنی نمایشگاه، انرژی بود. افزایش هزینه برق، گاز و بخار در بسیاری از کشورها باعث شده مصرف انرژی ماشین‌آلات به یکی از مهم‌ترین معیارهای تصمیم‌گیری برای خرید تبدیل شود.

شرکت‌های مختلف در ITM ۲۰۲۶ تلاش داشتند

نشان دهند که محصولات جدیدشان نسبت به نسل‌های قبلی مصرف انرژی کمتری دارند. این کاهش مصرف می‌تواند از مسیرهای مختلفی حاصل شود: استفاده از موتورهای کم‌مصرف، بهینه‌سازی سیستم‌های حرارتی، بازیافت حرارت در فرآیندهای تکمیل و رنگرزی، کاهش زمان خشک‌کردن، کنترل هوشمند دور موتور و فشار هوا، کاهش مصرف هوای فشرده، مدیریت مصرف انرژی در حالت توقف یا تولید کم. در بسیاری از کارخانه‌های نساجی، انرژی یکی از اجزای مهم هزینه تولید است. بنابراین حتی کاهش چند درصدی مصرف انرژی می‌تواند در مقیاس تولید صنعتی، صرفه‌جویی قابل توجهی ایجاد کند.

پایداری زیست‌محیطی، از شعار تا الزام بازار

موضوع پایداری در ITM ۲۰۲۶ فقط به‌عنوان یک شعار تبلیغاتی مطرح نبود، بلکه به‌تدریج به یک شرط رقابتی در صنعت نساجی تبدیل شده است.

خریداران بین‌المللی، برندهای پوشاک و بازارهای صادراتی، فشار بیشتری برای کاهش اثرات زیست‌محیطی زنجیره تولید وارد می‌کنند. این موضوع به‌ویژه در حوزه‌هایی مانند رنگرزی، تکمیل، چاپ و شست‌وشو اهمیت زیادی دارد.

در نمایشگاه فناوری‌هایی که بر کاهش مصرف آب، مواد شیمیایی و انرژی تمرکز داشتند، مورد توجه قرار گرفتند. از جمله: سیستم‌های رنگرزی با نسبت حمام پایین‌تر، ماشین‌آلات تکمیل با مصرف بخار کمتر، فناوری‌های کاهش پساب، بازیافت آب و حرارت، چاپ دیجیتال با مصرف کمتر رنگ و آب، فرآیندهای کم‌ضایعات در آماده‌سازی و تکمیل پارچه.

برای تولیدکنندگانی که به بازارهای صادراتی فکر می‌کنند، چنین فناوری‌هایی دیگر یک انتخاب جانبی نیستند. رعایت الزامات زیست‌محیطی و استانداردهای پایداری می‌تواند در آینده تعیین کند که یک کارخانه امکان حضور در زنجیره تأمین برندهای جهانی را دارد یا خیر.

چاپ دیجیتال، انعطاف‌پذیری برای تولید کوتاه‌مدت چاپ دیجیتال نیز یکی از حوزه‌های قابل توجه نمایشگاه بود.

رشد سفارش‌های کوچک‌تر، تغییر سریع مد، نیاز به طراحی‌های متنوع و کاهش موجودی انبار، باعث شده چاپ دیجیتال جایگاه مهم‌تری در صنعت نساجی پیدا کند.

مزیت اصلی چاپ دیجیتال در مقایسه با روش‌های سنتی، انعطاف‌پذیری بالاتر است. تولیدکننده می‌تواند بدون نیاز به آماده‌سازی‌های طولانی، طرح‌های متنوع را در تیراژ محدود تولید کند.

این ویژگی برای بازارهایی که سرعت تغییر طرح و سلیقه مصرف‌کننده بالاست، اهمیت زیادی دارد. چاپ دیجیتال همچنین از نظر مصرف آب و مواد شیمیایی، در بسیاری از کاربردها امکان کاهش اثرات زیست‌محیطی را فراهم می‌کند. البته هزینه جوهر، سرعت تولید و نوع پارچه همچنان از عوامل تعیین‌کننده در اقتصادی بودن این فناوری هستند.

ماشین‌آلات هوشمندتر، اما نه الزاماً پیچیده‌تر

نکته جالب در ITM ۲۰۲۶ این بود که هوشمندسازی الزاماً به معنای پیچیده‌تر شدن استفاده از ماشین‌آلات نبود.

بسیاری از شرکت‌ها تلاش داشتند رابط کاربری ماشین‌ها را ساده‌تر کنند، خطاهای اپراتوری را کاهش دهند و تنظیمات تولید را قابل ذخیره‌سازی و تکرار کنند.

این موضوع برای کارخانه‌هایی که با تغییر مداوم سفارش، تنوع محصول و جابه‌جایی اپراتورها مواجه‌اند، اهمیت دارد. وقتی تنظیمات تولید برای یک نوع نخ، پارچه یا رنگ قابل ذخیره باشد، خطا کاهش می‌یابد و زمان راه‌اندازی سفارش‌های بعدی کوتاه‌تر می‌شود. بنابراین فناوری‌های جدید فقط به افزایش امکانات ماشین محدود نیستند، بلکه هدف آن‌ها ساده‌تر کردن مدیریت تولید و افزایش قابلیت تکرار کیفیت است.

تمرکز بر ارتقای خطوط موجود

یکی از نکات مهم نمایشگاه، توجه شرکت‌ها به راهکارهایی بود که امکان ارتقای خطوط موجود را فراهم می‌کنند. بسیاری از کارخانه‌ها در شرایط فعلی توان یا تمایل خرید خط کامل جدید را ندارند، اما به



منطقه تبدیل شده است.

ماهیت کاملاً تخصصی نمایشگاه

یکی دیگر از نقاط قوت مهم ITM، تخصصی بودن فضای آن است.

این نمایشگاه مخاطب عمومی ندارد و عمده بازدیدکنندگان آن از میان مدیران کارخانه‌ها، مهندسان فنی، مدیران خرید، صاحبان خطوط تولید، نمایندگان فروش ماشین‌آلات، تأمین‌کنندگان قطعات و سرمایه‌گذاران صنعتی هستند.

این ویژگی باعث می‌شود گفت‌وگوها در غرفه‌ها بیشتر ماهیت کاربردی و حرفه‌ای داشته باشد. بسیاری از بازدیدکنندگان با نیاز مشخص وارد نمایشگاه می‌شوند؛ برای مثال به دنبال ماشین‌آلات تکمیل، ارتقای خط بافندگی، کاهش مصرف انرژی، سیستم کنترل کیفیت یا راهکارهای دیجیتال مدیریت تولید هستند.

در نتیجه، ITM بستری مناسب برای مذاکرات واقعی و تصمیم‌گیری‌های صنعتی فراهم می‌کند. این موضوع برای شرکت‌های عرضه‌کننده ماشین‌آلات نیز اهمیت دارد؛ زیرا با مخاطبانی روبه‌رو می‌شوند که اغلب شناخت فنی دارند و احتمال تبدیل مذاکره به همکاری تجاری در آن‌ها بالاتر است.

بخش‌ها عملاً نامشهود بود.

این در حالی است که در دوره‌های پیشین، برخی شرکت‌های ایرانی یا نمایندگان آن‌ها در نمایشگاه حضور فعال‌تری داشتند.

دلایل احتمالی این کاهش حضور می‌تواند شامل شرایط اقتصادی و محدودیت‌های ارزی، دشواری‌های نقل و انتقال مالی، تغییر اولویت‌های سرمایه‌گذاری، تمرکز شرکت‌ها بر بازار داخلی.

با این حال، بازدیدکنندگان ایرانی به‌صورت فردی و در قالب هیئت‌های غیررسمی در نمایشگاه حضور داشتند و مذاکراتی را با برخی شرکت‌های اروپایی و آسیایی انجام می‌دادند.

نقاط قوت نمایشگاه ITM ۲۰۲۶

با وجود آنکه ITM ۲۰۲۶ نسبت به برخی دوره‌های گذشته فضایی محتاط‌تر و کم‌هیاهوتر داشت، اما همچنان چند نقطه قوت مهم در آن دیده می‌شد که جایگاه این نمایشگاه را در تقویم رویدادهای تخصصی صنعت نساجی حفظ می‌کند.

این نقاط قوت، بیش از آنکه صرفاً به وسعت نمایشگاه مربوط باشند، به کیفیت ارتباطات، جایگاه جغرافیایی استانبول و ماهیت تخصصی رویداد بازمی‌گردند.

موقعیت جغرافیایی ممتاز استانبول

یکی از مهم‌ترین مزیت‌های ITM، محل برگزاری آن است. استانبول از نظر جغرافیایی و تجاری، نقطه اتصال اروپا، آسیا، خاورمیانه، آسیای مرکزی و شمال آفریقا محسوب می‌شود. همین موقعیت باعث شده این نمایشگاه برای طیف وسیعی از فعالان صنعت نساجی قابل دسترس باشد.

برای بسیاری از تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران منطقه، حضور در استانبول ساده‌تر و کم‌هزینه‌تر از شرکت در نمایشگاه‌های اروپای غربی است.

مسیرهای پروازی گسترده، زیرساخت مناسب نمایشگاهی، نزدیکی فرهنگی و تجاری با کشورهای منطقه، و جایگاه ترکیه در صنعت نساجی، همگی به تقویت نقش ITM کمک کرده‌اند.

به همین دلیل، ITM فقط یک نمایشگاه ترکیه‌ای نیست؛ بلکه به نوعی محل ملاقات فعالان نساجی

دنبال بهبود عملکرد تجهیزات فعلی خود هستند.

در این زمینه، راهکارهایی مانند افزودن سیستم‌های کنترل دیجیتال، نصب حسگرهای جدید، به‌روزرسانی سیستم‌های کنترل کیفیت، کاهش مصرف انرژی در ماشین‌های موجود، ارتقای نرم‌افزارهای مدیریت تولید، بهبود سیستم‌های تغذیه، کشش، خشک‌کن یا کنترل دما و مشاوره جهت استقرار سیستم‌های تولید ناب و بهره‌وری دیده شد و مورد توجه قرار گرفتند. این رویکرد نشان می‌دهد که بازار بیش از گذشته به سمت سرمایه‌گذاری مرحله‌ای و هدفمند حرکت کرده است، یعنی کارخانه‌ها به‌جای نوسازی کامل، ابتدا نقاط گلوگاهی تولید را شناسایی و همان بخش‌ها را ارتقا می‌دهند.

در مجموع، فناوری‌های برجسته ITM ۲۰۲۶ نشان دادند که مسیر آینده صنعت نساجی بر پایه چند مفهوم کلیدی شکل می‌گیرد: به‌روزی بالاتر، مصرف انرژی کمتر، کاهش ضایعات، کنترل کیفیت آنلاین، تولید داده‌محور، پایداری زیست‌محیطی، انعطاف‌پذیری در تولید، بازگشت سریع‌تر سرمایه.

ITM ۲۰۲۶ بیش از آنکه نمایشگاهی برای معرفی ماشین‌آلات پرسرعت‌تر باشد، ویتربینی از فناوری‌هایی بود که می‌خواهند تولید نساجی را اقتصادی‌تر، قابل کنترل‌تر و سازگارتر با الزامات آینده کنند.

به بیان دیگر، پیام فناوری‌های این دوره روشن بود، در صنعت نساجی آینده، برند موفق و برنده کسی نیست که فقط بیشتر تولید کند، برند موفق و برنده کسی است که هوشمندتر، کم‌هزینه‌تر و پایداری‌تر تولید کند.

ترکیب جغرافیایی مشارکت‌کنندگان

ITM همچنان میزبان شرکت‌هایی از اروپا (به‌ویژه آلمان، ایتالیا، سوئیس)، شرق آسیا (چین، هند، کره جنوبی)، کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا، برخی کشورهای آسیای میانه.

با این حال، تنوع جغرافیایی نسبت به دوره‌های اوج کمی محدودتر به نظر می‌رسد و تمرکز بیشتری بر بازارهای منطقه‌ای دیده می‌شد.

جای خالی ایران، غیبت محسوس در سطح غرفه‌داری در بررسی میدانی نمایشگاه، حضور شرکت‌کنندگان ایرانی در سطح غرفه‌داری بسیار محدود و در برخی

نقش ترکیه به عنوان بازار و پل صنعتی

یکی دیگر از نقاط قوت ITM، پیوند آن با صنعت نساجی قدرتمند ترکیه است.

ترکیه خود یکی از تولیدکنندگان مهم منسوجات، پوشاک، منسوجات خانگی و فرش ماشینی در جهان است. بنابراین نمایشگاه در کشوری برگزار می‌شود که فقط میزبان نیست، بلکه خود یکی از مصرف‌کنندگان و کاربران جدی فناوری‌های نساجی به شمار می‌رود. این موضوع به نمایشگاه اعتبار عملی می‌دهد. بسیاری از فناوری‌هایی که در ITM ارائه می‌شوند، برای بازاری عرضه می‌شوند که نیاز واقعی، تجربه صنعتی و توان مقایسه فنی دارد. علاوه بر آن، ترکیه برای شرکت‌های خارجی دروازه ورود به بازارهای منطقه‌ای نیز محسوب می‌شود.

در نتیجه، ITM همزمان دو کارکرد دارد از یک سو بازار داخلی و صنعتی ترکیه را پوشش می‌دهد، و از سوی دیگر بستری برای ارتباط با خریداران کشورهای همسایه و منطقه فراهم می‌کند.

امکان رصد روندهای آینده صنعت

از دیگر نقاط قوت ITM، قابلیت آن در نمایش جهت‌گیری‌های آینده صنعت است.

حتی اگر همه فناوری‌های ارائه‌شده در نمایشگاه بلافاصله وارد خطوط تولید نشوند، مشاهده آن‌ها به فعالان صنعت کمک می‌کند مسیر تحولات را بهتر درک کنند.

در ITM ۲۰۲۶، روندهایی مانند اتوماسیون، دیجیتال سازی، کاهش مصرف انرژی، کنترل کیفیت آنلاین، چاپ دیجیتال، کاهش مصرف آب و حرکت به سمت تولید پایدار به وضوح قابل مشاهده بود.

این روندها نشان می‌دهند که رقابت آینده در صنعت نساجی فقط بر پایه حجم تولید نخواهد بود، بلکه بر پایه بهرهوری، کیفیت پایدار و سازگاری با الزامات زیست‌محیطی شکل خواهد گرفت. برای مدیران صنعتی، چنین شناختی اهمیت راهبردی دارد؛ زیرا به آن‌ها کمک می‌کند تصمیم‌های سرمایه‌گذاری خود را نه فقط بر اساس نیاز امروز، بلکه بر اساس مسیر آینده بازار تنظیم کنند.

در مجموع، نقطه قوت اصلی ITM ۲۰۲۶ در

راهکارهای کاربردی بود.

بسیاری از شرکت‌ها تلاش داشتند مزیت‌های فنی محصولات خود را با زبان اقتصادی توضیح دهند؛ یعنی نشان دهند که یک ماشین یا سیستم جدید چگونه می‌تواند مصرف انرژی را کاهش دهد، کیفیت را پایدارتر کند، ضایعات را کم کند یا زمان توقف خط را پایین بیاورد.

این رویکرد با نیازهای واقعی بازار هماهنگ بود. در شرایطی که بسیاری از کارخانه‌ها با فشار هزینه‌ها، نوسان قیمت مواد اولیه و محدودیت سرمایه‌گذاری روبه‌رو هستند، فناوری زمانی جذاب است که اثر عملی و قابل اندازه‌گیری بر تولید داشته باشد. از این منظر، ITM ۲۰۲۶ برای مدیران فنی و صاحبان صنایع فرصتی بود تا راهکارهایی را بررسی کنند که الزاماً به سرمایه‌گذاری‌های عظیم نیاز ندارند، اما می‌توانند بهرهوری خطوط موجود را افزایش دهند.

بستر مناسب برای مذاکرات B2B

ITM همواره یکی از نمایشگاه‌هایی بوده که فضای مناسبی برای مذاکرات مستقیم تجاری فراهم می‌کند. در دوره ۲۰۲۶ نیز این ویژگی حفظ شده بود. بسیاری از غرفه‌ها نه فقط محل نمایش ماشین‌آلات، بلکه محل گفت‌وگوهای جدی درباره قیمت، شرایط پرداخت، زمان تحویل، خدمات نصب، آموزش اپراتور، تأمین قطعات و پشتیبانی فنی بودند.

چنین فضایی برای صنعت نساجی اهمیت زیادی دارد؛ زیرا خرید ماشین‌آلات یک تصمیم ساده و کوتاه‌مدت نیست.

این تصمیم معمولاً به سرمایه‌گذاری سنگین، بررسی فنی، محاسبه بازگشت سرمایه و اطمینان از خدمات پس از فروش نیاز دارد.

ITM این امکان را فراهم می‌کند که خریداران در مدت کوتاه، با چندین تأمین‌کننده مذاکره و گزینه‌های مختلف را مقایسه کنند.

به‌ویژه برای شرکت‌هایی که از کشورهای منطقه به نمایشگاه آمده بودند، این مذاکرات می‌توانست نقطه شروع همکاری‌های جدید یا تکمیل پروژه‌های نوسازی خطوط تولید باشد.



حضور برندهای معتبر و فناوری‌های متنوع

هرچند سطح حضور بین‌المللی در این دوره نسبت به برخی دوره‌های پیشین محتاط‌تر به نظر می‌رسید، اما ITM همچنان توانست مجموعه‌ای از برندها و شرکت‌های مهم فعال در حوزه ماشین‌آلات و فناوری‌های نساجی را گرد هم آورد.

تنوع حوزه‌های ارائه‌شده در نمایشگاه، یکی از مزیت‌های اصلی آن بود.

بازدیدکننده می‌توانست در یک فضای متمرکز، فناوری‌های مرتبط با بخش‌های مختلف زنجیره تولید را مشاهده کند؛ از ریسندگی، بافندگی و تریکو گرفته تا رنگرزی، تکمیل، چاپ، اتوماسیون، کنترل کیفیت، تجهیزات جانبی، قطعات یدکی و نرم‌افزارهای مدیریت تولید.

این جامعیت به بازدیدکنندگان کمک می‌کند تصویر نسبتاً کاملی از مسیرهای نوسازی و ارتقای کارخانه خود به دست آورند. برای بسیاری از مدیران صنعتی، چنین مقایسه مستقیمی میان برندها، فناوری‌ها و سطوح قیمتی مختلف، ارزش بالایی دارد.

تمرکز بر فناوری‌های کاربردی و قابل اجر

یکی از نقاط قوت مهم ITM ۲۰۲۶، فاصله گرفتن نسبی از نمایش‌های صرفاً تبلیغاتی و تمرکز بیشتر بر



رسمی بود.

در مورد ایران نیز، حضور شرکت‌های ایرانی در سطح غرفه‌گذاری بسیار محدود یا نامشهود به نظر می‌رسید؛ موضوعی که با توجه به سابقه ارتباط صنعت نساجی ایران با بازار ترکیه، قابل توجه است. این غیبت یا حضور کمرنگ، می‌تواند پیام‌های مختلفی داشته باشد. از یک سو، محدودیت‌های ارزی، مشکلات نقل و انتقال مالی، دشواری‌های سرمایه‌گذاری خارجی و شرایط اقتصادی داخلی ممکن است مانع حضور رسمی شرکت‌ها شده باشد. از سوی دیگر، ممکن است برخی فعالان ایرانی ترجیح داده باشند به جای غرفه‌داری، صرفاً در قالب بازدیدکننده یا مذاکره‌کننده در نمایشگاه حضور پیدا کنند.

در هر صورت، نبود حضور پررنگ ایران در چنین رویدادی، به‌ویژه برای صنعتی که نیازمند نوسازی فناوری و ارتباط با بازارهای جهانی است، نکته‌ای قابل تأمل به شمار می‌رود.

فاصله میان فناوری‌های ارائه‌شده و توان

جذب بازار

بخش مهمی از فناوری‌های عرضه‌شده در ITM ۲۰۲۶ بر اتوماسیون، دیجیتالی‌سازی، کاهش مصرف انرژی و پایداری متمرکز بود. اما پرسش مهم این

فضای محتاطانه در تصمیم‌های سرمایه‌گذاری

از دیگر نکات قابل تأمل، فضای محتاطانه‌تر مذاکرات تجاری بود.

در بسیاری از گفت‌وگوها، خریداران بالقوه بیشتر از گذشته به بازگشت سرمایه، هزینه بهره‌برداری، خدمات پس از فروش و امکان تأمین قطعات توجه داشتند.

این نشان می‌دهد که بازار دیگر با شتاب دوره‌های رونق تصمیم‌گیری نمی‌کند. در گذشته، برخی کارخانه‌ها با هدف افزایش ظرفیت تولید، به خرید ماشین‌آلات جدید یا راه‌اندازی خطوط کامل فکر می‌کردند؛ اما در این دوره، تمرکز بیشتری بر ارتقای خطوط موجود، کاهش مصرف انرژی و بهینه‌سازی فرآیند دیده می‌شد.

این تغییر رویکرد نشان‌دهنده بلوغ بیشتر تصمیم‌گیری صنعتی است، اما در عین حال از محدودیت منابع مالی و کاهش جسارت سرمایه‌گذاری نیز حکایت دارد. به بیان دیگر، نمایشگاه امسال بیش از آنکه صحنه تصمیم‌های سریع و بزرگ باشد، محل بررسی، مقایسه و مذاکره مرحله‌ای بود.

کاهش جلوه‌های نمایشی و تبلیغاتی در برخی بخش‌ها در برخی سالن‌ها، فضای تبلیغاتی و نمایشی نسبت به دوره‌های پررونق گذشته کمرنگ‌تر به نظر می‌رسید. برخی شرکت‌ها با غرفه‌هایی متمرکزتر، محدودتر و فنی‌تر حضور داشتند و کمتر به نمایش‌های پرهزینه یا چیدمان‌های بزرگ تبلیغاتی تکیه کرده بودند.

این موضوع را می‌توان از دو زاویه تحلیل کرد. از یک سو، کاهش جلوه‌های نمایشی می‌تواند نشانه تمرکز بیشتر بر محتوای فنی و مذاکرات جدی باشد. از سوی دیگر، ممکن است نشان‌دهنده احتیاط شرکت‌ها در هزینه‌کرد تبلیغاتی و نمایشگاهی باشد. در هر دو حالت، فضای کلی نمایشگاه نسبت به دوره‌های اوج، آرام‌تر و اقتصادی‌تر به نظر می‌رسید.

حضور کمرنگ برخی کشورها و بازارهای منطقه‌ای

یکی دیگر از نکات قابل تأمل، کمرنگ بودن حضور برخی کشورها در سطح غرفه‌داری یا هیئت‌های

این بود که با وجود فضای محتاطانه بازار، همچنان توانست نقش خود را به‌عنوان یک رویداد تخصصی، منطقه‌ای و اثرگذار حفظ کند.

این نمایشگاه شاید از نظر هیجان عمومی یا گستردگی بین‌المللی به اندازه برخی دوره‌های پیشین پررنگ نبود، اما برای مخاطب حرفه‌ای صنعت، همچنان ارزش بازدید، مذاکره و رصد فناوری را داشت.

ITM ۲۰۲۶ نشان داد که اعتبار یک نمایشگاه فقط به بزرگی عددی آن نیست؛ بلکه به کیفیت ارتباطات، سطح تخصصی بازدیدکنندگان، تنوع فناوری‌ها و توانایی آن در بازتاب دادن مسیر آینده صنعت بستگی دارد. از این منظر، ITM همچنان یکی از مهم‌ترین پنجره‌های منطقه برای مشاهده تحولات صنعت ماشین‌آلات نساجی باقی مانده است.

نقاط قابل تأمل ITM ۲۰۲۶

در کنار نقاط قوت، ITM ۲۰۲۶ با چند نکته قابل تأمل نیز همراه بود؛ نکاتی که اگرچه از اعتبار کلی نمایشگاه نمی‌کاهند، اما برای تحلیل دقیق‌تر وضعیت بازار جهانی ماشین‌آلات نساجی اهمیت دارند.

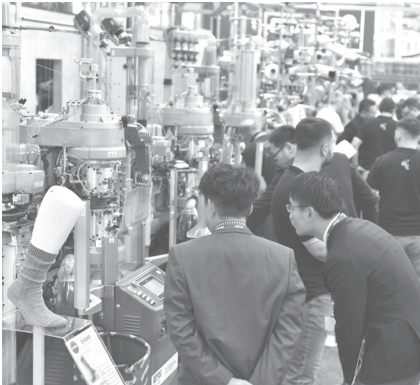
این موارد نشان می‌دهند که صنعت نساجی در شرایط فعلی با احتیاط بیشتری حرکت می‌کند و تصمیم‌های سرمایه‌گذاری نسبت به گذشته پیچیده‌تر شده‌اند.

کاهش نسبی دامنه بین‌المللی نمایشگاه

یکی از نکات قابل توجه در ITM ۲۰۲۶، کاهش نسبی دامنه حضور بین‌المللی نسبت به دوره بسیار پررونق ۲۰۲۴ بود. که در مطالب پیشین به آن اشاره شد. این اعداد همچنان نشان‌دهنده مقیاس قابل توجه نمایشگاه هستند، اما مقایسه آن‌ها با دوره قبل، نشانه‌هایی از کاهش گستره مشارکت بین‌المللی را نشان می‌دهد.

البته این کاهش را نباید صرفاً به‌عنوان افت نمایشگاه تفسیر کرد؛ بلکه می‌توان آن را بازتابی از شرایط کلی بازار جهانی دانست.

در بسیاری از کشورها، تولیدکنندگان نساجی با افزایش هزینه انرژی، محدودیت نقدینگی، نوسانات ارزی و فشار رقابت مواجه‌اند و همین عوامل بر تصمیم شرکت‌ها برای حضور نمایشگاهی اثر می‌گذارد.



تردیدها و دغدغه‌های واقعی صنعت نساجی را نیز آشکار کرد. آنچه در ۲۰۲۶ ITM بیش از هر چیز در بخش فناوری‌ها به چشم می‌آمد، تغییر معیارهای رقابت در صنعت ماشین‌آلات نساجی بود.

اگر در دوره‌های گذشته سرعت بالاتر، ظرفیت بیشتر و توسعه خطوط تولید مهم‌ترین شاخص‌های برتری محسوب می‌شدند، امروز معیارهای تازه‌ای در مرکز توجه قرار گرفته‌اند: مصرف انرژی کمتر، کنترل دقیق‌تر فرآیند، کاهش ضایعات، پایداری زیست‌محیطی و امکان مدیریت داده‌محور تولید.

این تغییر نشان می‌دهد که صنعت نساجی وارد مرحله‌ای واقع‌گرایانه‌تر شده است، مرحله‌ای که در آن فناوری باید نه فقط نوآورانه، بلکه از نظر اقتصادی قابل دفاع باشد. خریداران ماشین‌آلات دیگر تنها به برند یا توان تولید اسمی توجه نمی‌کنند، بلکه به این می‌اندیشند که یک فناوری جدید در عمل چه اثری بر هزینه تمام‌شده، کیفیت محصول، زمان توقف خط و بازگشت سرمایه خواهد داشت.

از همین منظر، ۲۰۲۶ ITM را می‌توان ویتروینی از نسل جدید راهکارهای صنعتی دانست، راهکارهایی که می‌کوشند میان سه نیاز اصلی تولیدکنندگان تعادل ایجاد کنند: افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه و پاسخ‌گویی به الزامات پایداری. این سه محور، آینده تصمیم‌گیری در کارخانه‌های نساجی را شکل خواهند داد.

در نهایت، پیام فناوری‌های این دوره روشن بود: مسیر آینده صنعت نساجی صرفاً از مسیر خرید ماشین‌آلات جدید نمی‌گذرد، بلکه از مسیر هوشمندتر کردن تولید، بهینه‌سازی منابع و تصمیم‌گیری دقیق‌تر بر پایه داده عبور می‌کند. کارخانه‌هایی که بتوانند این تغییر را زودتر درک کنند، در رقابت سال‌های آینده موقعیت مستحکم‌تری خواهند داشت.

در بلندمدت اثر زیادی بر سودآوری کارخانه داشته باشد. بنابراین اگر شرکتی نتواند شبکه خدماتی قابل اطمینانی در منطقه ارائه کند، حتی فناوری پیشرفته آن نیز ممکن است برای خریدار جذابیت کافی نداشته باشد. این مسئله به‌ویژه برای بازارهایی مانند ایران، عراق، آسیای مرکزی و شمال آفریقا اهمیت بیشتری دارد.

❁ رقابت شدید میان برندهای اروپایی و آسیایی

یکی از نکات قابل مشاهده در ۲۰۲۶ ITM، رقابت جدی‌تر میان برندهای اروپایی و آسیایی بود. برندهای اروپایی همچنان بر کیفیت، دوام، دقت فنی و استانداردهای بالاتر تأکید داشتند، در حالی که بسیاری از برندهای آسیایی با قیمت رقابتی‌تر، انعطاف در شرایط فروش و توسعه سریع فناوری وارد میدان شده‌اند.

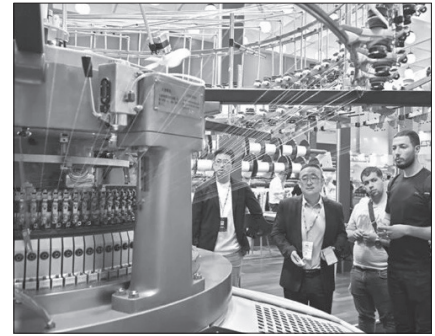
این رقابت برای خریداران فرصت ایجاد می‌کند، اما تصمیم‌گیری را نیز پیچیده‌تر می‌سازد. کارخانه‌دار باید میان کیفیت بلندمدت، قیمت اولیه، هزینه نگهداری، خدمات فنی، دسترسی به قطعات و بازده اقتصادی تعادل برقرار کند. به همین دلیل، انتخاب ماشین‌آلات دیگر صرفاً انتخاب میان گران و ارزان نیست؛ بلکه تصمیمی چندبعدی و راهبردی است.

در مجموع، نقاط قابل تأمل ۲۰۲۶ ITM بیشتر از آنکه ضعف مستقیم نمایشگاه باشند، بازتاب شرایط واقعی صنعت نساجی جهان هستند.

کاهش نسبی دامنه‌بین‌المللی، احتیاط‌در سرمایه‌گذاری، حساسیت بیشتر نسبت به هزینه‌ها، اهمیت خدمات پس از فروش و فاصله میان فناوری‌های پیشرفته و توان جذب برخی بازارها، همگی نشان می‌دهند که صنعت وارد مرحله‌ای حسابگرانه‌تر شده است. ۲۰۲۶ ITM همچنان نمایشگاهی معتبر و اثرگذار بود، اما دیگر نمی‌توان آن را فقط با معیارهایی مانند تعداد غرفه‌ها یا وسعت سالن‌ها ارزیابی کرد.

ارزش این دوره بیشتر در نشان دادن واقعیت‌های امروز بازار بود؛ بازاری که هنوز به فناوری نیاز دارد، اما آن را با دقت، وسواس و محاسبه بیشتری انتخاب می‌کند.

به بیان کوتاه، ۲۰۲۶ ITM نمایشگاهی بود که نه تنها دستاوردهای فناوری را نشان داد، بلکه محدودیت‌ها،



است که چه میزان از این فناوری‌ها در کوتاه‌مدت توسط بازارهای منطقه‌ای قابل جذب است؟ برای بسیاری از کارخانه‌ها، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، چالش اصلی تنها شناخت فناوری نیست؛ بلکه تأمین مالی، آموزش نیروی انسانی، خدمات فنی، دسترسی به قطعات و محاسبه بازگشت سرمایه است. بنابراین ممکن است بخشی از فناوری‌های پیشرفته ارائه‌شده در نمایشگاه، برای برخی بازارها همچنان دور از دسترس یا نیازمند زمان بیشتری برای پذیرش باشند. این فاصله میان عرضه فناوری و توان جذب صنعتی یکی از مهم‌ترین موضوعاتی است که باید در تحلیل نمایشگاه مورد توجه قرار گیرد.

❁ اهمیت فزاینده خدمات پس از فروش

در این دوره، خدمات پس از فروش و پشتیبانی فنی بیش از گذشته به یکی از محورهای اصلی تصمیم‌گیری خریداران تبدیل شده بود.

این موضوع در ظاهر یک نکته مثبت است، اما از زاویه تحلیلی می‌تواند نشان‌دهنده نگرانی خریداران نسبت به ریسک‌های پس از خرید نیز باشد.

خرید ماشین‌آلات نساجی، به‌ویژه در حوزه‌هایی مانند رنگرزی، تکمیل، ریسندگی یا چاپ دیجیتال، تنها به قیمت دستگاه محدود نمی‌شود.

هزینه‌های نگهداری، توقف خط، قطعات مصرفی، آموزش اپراتور و سرعت پاسخ‌گویی تیم فنی، می‌تواند