



PARLAR
SOBI PARLAR ASIA INDUSTRIAL CO.

www.parlar.ir



مجدد پور محمدی
مدیر کسب و کار «شرکت صنایع امرسان»
برنامه «امرسان»
برای حضور در فضای
رقابتی و کسب و کار جهانی

صفحه ۶



صمد حاجی زاده مدیرعامل شرکت «سیلوان»
شرکت «سیلوان»
با کیفیت بالا و قیمت مناسب
به برند محبوب مشتریان
تبدیل شده است

صفحه ۴



دکتر جعفر صبحی
مدیرعامل صنایع صبح پار لار آسیا:
«صنایع صبح پار لار آسیا»
بزرگترین تولیدکننده
بردهای الکترونیکی لوازم خانگی
در کشور است

صفحه ۵



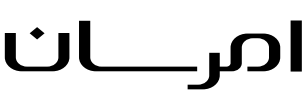

PARLAR
SOBI PARLAR ASIA INDUSTRIAL CO.

شرکت صبح پار لار آسیا - سالن ۳۱۸



تهلپسی

ناسیونال ایران - سالن ۳۸



امرسان

زیبا | پیشرو | مطمئن

امرسان - سالن ۳۸



گلستان

روی خوشی زندگی

کلیدیران - سالن ۳۸



ریمون

لیمون - سالن ۳۸



HQ Hertz LUXEN LOVEN

پندار آفرینان پاسارگاد - سالن ۳۵

www.namayeshgahha.ir

تنها هفته نامه تخصصی صنعت نمایشگاهی ایران

اقتصاد نمایشگاه

هفته نامه بین المللی - سال سیزدهم - دوره جدید - شماره ۳۹۰ - منته چهارم آذر ماه ۱۴۰۰

توزیع رایگان در نمایشگاه

بیست و یکمین نمایشگاه بین المللی

برگزارکننده:

لوازم خانگی ۴

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

با همکاری روابط عمومی
شرکت سهامی نمایشگاه های بین المللی
جمهوری اسلامی ایران

۲۵ تا ۲۸ آبان ۱۴۰۰

مهندس عباس هاشمی دبیر کل انجمن لوازم خانگی ایران در نشست «آینده صنعت لوازم خانگی، چالش ها و راهکارها»:

دولت باید برای چالش سرکوب قیمت لوازم خانگی چاره ای بیاندیشد

مذاکرات یک شرکت فرانسوی با انجمن لوازم خانگی ایران

در حاشیه نمایشگاه بیست و یکم و توسعه همکاری با سازندگان فرانسوی و ایتالیایی

صفحه ۲




DAMANDEH®

شرکت دمنده بزرگترین تولیدکننده انواع
الکترون، هواکش و فن های سرمایشی و گرمایشی

www.damandeh.com damandeh.co 021-35270

محمد جواد قنبری معاون امور نمایشگاهی
شرکت سهامی نمایشگاه های بین المللی ج.ا.ایران:

بازگشت رونق
به صنعت نمایشگاهی
با برگزاری ۷۰ رویداد نمایشگاهی
در سال ۱۴۰۰



صفحه ۳



تورج هدهدی مدیرعامل «شرکت تکتاز بیتا»:

تغییر جهت
«شرکت تکتاز بیتا»
از لوازم پلاستیکی به برقی



صفحه ۱۱



دایا الکترونیک پایا
طراحی و تولید
۵ میلیون برد
در سال



صفحه ۳



بیست و یکمین نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی تهران

۲۵ الی ۲۸ آبان ماه ۱۴۰۰



EMERSUN
BEAUTIFUL | PIONEER | RELIABLE

WWW.EMERSUN.COM

مهندس عباس هاشمی دبیرکل انجمن لوازم خانگی ایران در نشست «آینده صنعت لوازم خانگی، چالش‌ها و راهکارها»:

دولت باید برای چالش سرکوب قیمت لوازم خانگی چاره‌ای بیاندیشد

مذاکرات یک شرکت فرانسوی با انجمن لوازم خانگی ایران در حاشیه نمایشگاه بیست و یکم و توسعه همکاری با سازندگان فرانسوی و ایتالیایی

رشد صادرات، تامین قطعات و بهبود کیفیت از طریق افزایش همکاری با شرکت های فرانسوی، ایتالیایی و اقلیم کردستان عراق

همکاری با نمایندگان اقلیم کردستان عراق در جهت افزایش صادرات ایران به کشورهای منطقه در نشست آینده صنعت لوازم خانگی، چالش‌ها و راهکارها



ایتالیا نسبت به بقیه کشورها متعادل تر است. همچنین در حوزه لوازم خانگی، ایتالیا جایگاه خاصی در تیراژ تولید و تکنولوژی خطوط تولید دارد. هاشمی گفت: به دنبال این هستیم که واردات یک سری قطعاتی که در داخل ساخته نمی شود و یک سری تولیدات تحت لیسانس با برندهای خوب به کشور وارد شود و با ورود تکنولوژی های جدید لوازم خانگی، قالب های جدید خطوط تولید و... از طریق این مذاکرات به توسعه صنعت لوازم خانگی ایران کمک شود. دبیرکل انجمن لوازم خانگی اظهار داشت: به طور متوسط سالیان ۶ تا ۷ میلیارد دلار گردش مالی در صنعت لوازم خانگی داریم. همچنین میزان واردات مواد اولیه و قطعات در سال ۱۴۰۰ یک میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار برآورد شده است. عباس هاشمی، دبیرکل انجمن لوازم خانگی در نشست «آینده صنعت لوازم خانگی، چالش‌ها و راهکارها» در بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی ضمن خوش‌آمدگویی به نمایندگان اقلیم کردستان ابراز امیدواری کرد که این نشست منجر به عقد قرارداد با آنها شود. وی در ادامه در خصوص گردش مالی صنایع لوازم خانگی گفت: به طور متوسط سالیان ۶ تا ۷ میلیارد دلار گردش مالی صنعت لوازم خانگی است. همچنین میزان واردات مواد اولیه و قطعات در ۱۴۰۰ یک میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار برآورد شده است. وی عمده کشورهای مقصد صادرات را عراق، افغانستان، اتحادیه اروپا و شمال آفریقا دانست و بیان کرد: میزان صادرات لوازم خانگی به طور متوسط ۳۰۰ میلیون دلار است که در برخی سال ها این عدد به ۳۴۰ تا

کرد، گفت: الان شاهدیم که کشور سوریه خودروهایی ساخت ایران را پس می‌زند و این درحالیست که استانداردهای ما در صنعت لوازم خانگی بسیار بالاتر از صنعت خودرو است و این یک مزیت رقابتی محسوب می‌شود. خزایی، قاجاق کالا را یکی از موانع موجود در صنعت لوازم خانگی عنوان کرد و در این باره گفت: قاجاق کالا فقط به معنای کولبری نیست؛ بلکه به صورت تله‌نچی از جنوب کشور هم اتفاق می‌افتد. درواقع، قاجاقی حجم عظیمی از بازار ما را شکل می‌دهد که تاثیر ناخوشایندی به دنبال داشته است. هرچند از نبود حمایت‌های لازم صحبت می‌کنیم اما بخشی از مشکل به خود ما برمی‌گردد و اینکه امروز صنعت لوازم خانگی با ۳۰ تا ۴۰ درصد ظرفیت خودش کار می‌کند، رضایت‌بخش نیست. وی ادامه داد: کرونا و نوسانات ارزی هم از دیگر مسائلی هستند که صنعت را تحت تاثیر قرار داده‌اند و در خصوص ارز آنچه اهمیت دارد رسیدن به ثبات اقتصادی است.

«بکارگیری امکانات بخش خصوصی و دولتی همچنین محسن منتظری، به نمایندگی از سوی سازمان توسعه تجارت، با بیان اینکه امیدوارم دستاوردهای خوبی از برگزاری نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی حاصل شود و اتفاقات مثبتی هم در حوزه رفع مشکلات داخلی شرکت‌ها و هم در حوزه صادرات رقم بخورد، گفت: صنعت لوازم خانگی یکی از بزرگ‌ترین صنایع کشور است و به لحاظ ایجاد اشتغال و جایگاهی که در میان مسئولان دارد، صنعت بسیار مهمی محسوب می‌شود. وی با اشاره به اینکه در سال‌های اخیر رشد قابل توجهی به لحاظ تکنولوژی و خودکفایی در صنعت لوازم



منتظری، دبیر میز لوازم خانگی سازمان توسعه تجارت و میهمانیان از اقلیم کردستان برگزار شد. یکی از اهداف برگزاری این نشست، علمی‌تر ساختن صنعت لوازم خانگی و ایجاد همگرایی عنوان شد.

«اصلاح ساختارهای کلان اقتصادی ضرورت است در این سمینار عباس هاشمی، دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، با اشاره به گردش مالی ۷ تا ۶ میلیارد دلاری صنعت لوازم خانگی، گفت: میزان قطعات و مواد اولیه‌ای که برای واردات این صنعت به صورت سالانه پیش‌بینی شده است، چیزی حدود ۱۰۴ تا ۱۰۵ میلیارد دلار است. وی با بیان اینکه صادرات سالانه محصولات لوازم خانگی به طور متوسط حول و حوش ۳۰۰ میلیون دلار است، افزود: عمده صادرات ایران به کشورهای همسایه مثل عراق و افغانستان و کشورهای CIS است. بخشی از صادرات صنعت گازسوز هم به اتحادیه اروپا و همچنین شمال آفریقا انجام می‌شود.

هاشمی با بیان اینکه صنعت لوازم خانگی دارای ظرفیت بالقوه فراوانی است، افزود: سهم صنعت لوازم خانگی در داده‌ها ۱۰۷ درصد از کل صنعت کشور است و این درحالیست که در سندها چیزی حدود ۱۰۵ درصد از سهم کل صنعت را به خود اختصاص می‌دهد. او ادامه داد: این آمار بیانگر این مطلب است که اگر به داد این صنعت ترسیم در حال کوچک‌شدن است و این موضوع سیگنالی به دولت‌مردان است که جهت تسهیل فضای کسب و کار به طور عام و صنعت لوازم خانگی به طور خاص به رفع مهم‌ترین چالش‌ها اقدام کنند. دبیرکل انجمن صنایع لوازم

دستاوردهای بیست و یکمین نمایشگاه صنعت لوازم خانگی که از تاریخ ۲۵ تا ۲۸ با استقبال بالای تولیدکنندگان داخلی برگزار شده و مسوولان سیاسی،

اقتصادی، بازدیدکنندگان تخصصی و علاقه‌مندان به صنعت لوازم خانگی با حضور کم نظیری از آن بازدید کردند نشان می‌دهد که علاوه بر رشد تولید، بهبود کیفیت، ارتقای جایگاه لوازم خانگی ایران در منطقه، افزایش صادرات و تلاش برای جلب رضایت مشتریان، موضوعات دیگری نیز در حاشیه این نمایشگاه مورد توجه قرار گرفته که از جمله می‌توان به موضوع همکاری با شرکت های صاحب برند خارجی، نفوذ در بازارهای منطقه، افزایش شرکت های دانش بنیان در طراحی و توسعه، و همچنین رشد قطعه سازی ها و تامین نیازهای صنعت به مواد اولیه و قطعات در داخل اشاره کرد. همچنین نشست ها و مذاکرات مختلفی نیز بین نمایندگان شرکت ها و کشورهای خارجی برگزار شد که نوید رشد تولید، بهبود کیفیت، افزایش صادرات و بهبود جایگاه صنعت لوازم خانگی ایران در منطقه را می‌دهد. بازدیدکنندگان و علاقه‌مندان به بازار لوازم خانگی، ضمن استقبال از عرضه محصولات جدید و بهبود کیفیت کالاها، ساخت ایران به این نکته اشاره داشتند که با توجه به این که ۹۵ درصد کالاها، عرضه شده و رونمایی از محصولات جدید در این نمایشگاه ساخت ایران است، و همچنین تعداد زیادی از شرکت های لوازم خانگی، تولید کنندگان قطعات، شرکت های دانش بنیان در کل فضای نمایشگاه، محصولات و خدمات خود را به مشتریان و



خانگی ایران با بیان اینکه یکی از مهم‌ترین چالش‌های این صنعت، بحث سرکوب قیمتی است، گفت: متأسفانه سرکوب قیمتی در کشور حاکم است و این درحالی است که واحدهای تولیدی و تشکلهای مربوطه تذکره‌های لازم را داده‌اند. هاشمی تأکید کرد: ایران با جمعیت ۸۵ میلیونی، موقعیت سوق‌الجیشی و بازار ۲۸-۳۷ میلیاردی همسایگان و با توجه به تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان، استارت‌آپ‌ها، مراکز نوآوری و ترکیب جمعیتی جوان از ظرفیت‌های بسیار بالایی برخوردار است و وظیفه بخش خصوصی و دولتی این است که دست به دست هم دهند و این ظرفیت بالقوه را به ظرفیت بالفعل تبدیل کنند. هاشمی با تأکید بر اصلاح شاخص های کلان اقتصادی، گفت: اگر قرار است تراز تجاری صنعت لوازم خانگی مثبت باشد؛ باید برنامه‌ریزی منظمی صورت بگیرد که بخشی از طریق تعمیق ساخت داخل، تامین قطعات از داخل، توسعه شبکه تامین قطعات و بخشی از هم به واسطه افزایش صادرات محقق می‌شود.

«استفاده از قابلیت‌های منطقه‌ای برای رشد صادرات

سعید خزایی، قائم مقام شرکت بلاتنون و استاد دانشگاه نیز در این سمینار، با بیان اینکه یکی از مشکلاتی که در صنعت لوازم خانگی احساس می‌شود؛ نبود تشکل قدرتمند است، گفت: صنعت لوازم خانگی نیروی پیشران اقتصاد و صنعت در کل دنیاست و در ایران هم به لحاظ ایجاد اشتغال بعد از دو صنعت نفت و خودروسازی از جایگاه بسیار ویژه‌ای برخوردار است. وی با اشاره به اینکه برگزاری نشست‌های این چنینی با نمایندگانی از کشورهای همسایه به روشن تر کردن مسیر آینده صنعت کمک می‌رساند، گفت: باید به این مهم توجه داشته باشیم که دنیا در حال حرکت به سمت منطقه‌ای شدن است. همچنین، پاندمی کووید ۱۹ و مسائلی شبیه به این مساله، گرایش به منطقه‌ای شدن را قوی‌تر کرده‌اند.

او ادامه داد: ایران با ۱۵ کشور دارای مرز مشترک است، وجود روابط حسنه که از قدیم شکل گرفته می‌تواند به فراهم‌سازی بازارهای بسیار خوب برای طرفین کمک رساند و همچنین از قابلیت‌های منطقه‌ای می‌توان برای افزایش صادرات بهره برد. قائم مقام شرکت بلاتنون با بیان اینکه نمی‌توان صنعت لوازم خانگی را با صنعت خودرو مقایسه



بازدیدکنندگان به نمایش گذاشته‌اند، می‌توان به این ارزیابی رسید که آینده صنعت لوازم خانگی ایران با شکوفایی، بهبود کیفیت و رشد جایگاه ایران در بازار جهانی لوازم خانگی مواجه خواهد شد و این موضوع نه تنها رضایت مردم و مصرف کنندگان و مشتریان ایرانی را به صورت نسبی به همراه دارد، بلکه در آینده موجب رشد صادرات کالاها، ساخت ایران خواهد شد. آقای مجید محرمی از بازدیدکنندگان این نمایشگاه به خبرنگار اقتصاد و نمایشگاه گفت: هدف از برگزاری این گونه نمایشگاه‌ها در ظاهر معرفی کالاها و ارتباط با مشتریان و تولید کنندگان و همکاران و متخصصان است، اما در نمایشگاه لوازم خانگی، چند موضوع دیگر نیز مشاهده می‌شود. صنعت نمایشگاهی و تولید و صنعت کشور به رونق برگشته و رکود دو سه سال اخیر به تدریج کاهش یافته و شاهد تعداد بیشتری از شرکت ها، تعداد دانش‌بنیان، نمایشگاه های صنعتی، افزایش حضور مدیران و متخصصان در نمایشگاه ها هستیم. برندهای بسیاری قدرت گرفته‌اند و در زمینه های مختلف قطعه سازی و برندسازی و بهبود کیفیت مورد توجه بوده است. خانم سانا امینی از بازدیدکنندگان تخصصی نیز

در گفت وگو با اقتصاد و نمایشگاه گفت: حضور تعداد قابل توجه شرکت های لوازم خانگی در این نمایشگاه نشان می‌دهد که صنعت کشور و لوازم خانگی از فرصت تحریم، کرونا، افزایش نرخ ارز و تورم و رشد هزینه ها، در جهت رشد بهره وری، کاهش هزینه ها، بهبود کیفیت، طراحی و تحقیق و توسعه، حضور تعداد قطعه سازان و شرکت های دانش بنیان بهره برده و به تدریج جایگاه صنعتی کشور با رشد بهره وری و کارایی بهتر می‌شود. البته اثرگذاری سیاست های پولی و بانکی و صنعتی کشور باید بهتر شود تا از صنعت و تولید کشور حمایت شود. تولید کنندگان ایرانی اکنون یک فرصت تاریخی دارند که از آن بهره ببرند تا کیفیت و تولید را افزایش داده و تنوع تولید و طراحی و توسعه را انجام دهند.

«نشست آینده صنعت لوازم خانگی، چالش‌ها و راهکارها

در دومین روز از بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی، سیمیناری به میزبانی برند بلاتنون با حضور عباس هاشمی، دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، سعید خزایی، قائم مقام شرکت بلاتنون و استاد دانشگاه؛ محسن

معاون استاندار تهران:

نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی

تمام ایرانی‌ها بر گزار شد



معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار تهران گفت: با تأکیدات مقام معظم رهبری در خصوص ممنوعیت و کاهش واردات محصولات لوازم خانگی و حمایت از: تولیدات داخلی نمایشگاه امسال با طیف وسیع و متنوعی از محصولات به صورت صددرصد داخلی برگزار شد. به گزارش استانداری تهران، حشمت اله عسگری در حاشیه بازدید از نمایشگاه لوازم خانگی افزود: حمایت دولت و بازار مطمئنی که تولیدکنندگان صنایع فلزی به آن دست پیدا کرده‌اند، منجر شد که تولید در داخل کشور از عمق بیشتری برخوردار شود. محصولات متعدد و متنوعی در نمایشگاه امسال ارائه شود. وی با اشاره به تفاوت عمده نمایشگاه لوازم خانگی از حیث تعداد و گستره و تنوع محصولات با برند های داخلی با سالهای گذشته گفت: حمایت های همه جانبه و رفع موانع تولید در بخش صنایع فلزی و لوازم خانگی منجر به نتایج بهتر و ارائه محصولات باکیفیت داخلی شده است. بیست و یکمین نمایشگاه بین الملل لوازم خانگی با حضور ۴۱۱ واحد تولیدی داخلی و ۷ شرکت خارجی در محل دائمی نمایشگاه بین المللی تا ۲۸ آبان دایر است.

انسبه خزعلی معاون رئیس جمهوری در امور زنان و خانواده:

ضرورت راه‌اندازی پویش «چپیزیه فقط ایرانی»

برای حمایت از تولید داخلی

معاون رئیس جمهوری در امور زنان و خانواده به ضرورت راه اندازی پویش «چپیزیه فقط ایرانی» در جهت پشتیبانی از تولیدات داخلی تأکید کرد.

انسبه خزعلی در حاشیه افتتاح و بازدید از نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی تأکید کرد: چقدر خوب است که برای پشتیبانی از تولیدات داخلی، بانوان پویش چپیزیه فقط ایرانی راه بیاندازند.

معاون رئیس جمهوری ادامه داد: اگر می‌خواهیم اقبال به کالای ایرانی زیاد شود، باید در زمینه کیفیت، قیمت، همچنین پشتیبانی ها و خدمات پس از فروش، سرمایه گذاری بیشتری کنیم.

وی در حاشیه بازدید از این نمایشگاه، از نزدیک با برخی تولیدکنندگان لوازم خانگی ایرانی به گفت و گو پرداخت.

تولیدکنندگان نیز برخی دغدغه ها و چالش های خود از قبیل مشکلات موجود برای به دست آوردن بازار کار در ایران و کشورهای خارجی، تنوع تولیدات جدید و مزیت های نسبی کالاها، ایرانی نسبت به خارجی را با معاون رئیس جمهور در میان گذاشتند.

در ادامه برای انجام هماهنگی های لازم در زمینه افزایش مشارکت در برگزاری نمایشگاه‌های فصلی، دائمی و مرزی با مسئولان مربوط بحث و تبادل نظر شد.

بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی (2021 Hamex) با شعار «تجلی دانایی و توانایی ایرانی در خدمت توسعه ملی» برگزار شده که در آن، ۳۹۴ شرکت داخلی و ۶ شرکت خارجی در فضایی به وسعت ۳۵ مترمربع در ۱۸ سالن، آخرین محصولات و دستاوردهای خود را در معرض دید عموم گذاشته‌اند.

فاطمه محمدبیگی نماینده مردم قزوین، آیک و البرز:

صنایع لوازم خانگی قزوین از تولید کنندگان موفق کشور است

نماینده مردم قزوین، آیک و البرز در مجلس شورای اسلامی گفت: صنایع لوازم خانگی قزوین در کشور در بین دیگر تولیدکنندگان لوازم خانگی موفق است و در عرصه تولید مواد اولیه، قطعات و تکنولوژی‌های این صنعت حرفی برای گفتن دارد.

فاطمه محمدبیگی در گفت‌وگو با ایسنا ضمن اشاره به بازدید از نمایشگاه صنایع عمده لوازم خانگی و رویداد بهمرسانای نوآوری‌ها و چالش‌های فناوری صنعت لوازم خانگی در کشور

گفت: در این نمایشگاه شاهد مشارکت خوب شرکت‌های شهرک صنعتی قزوین و صنایع کوچک استان بودیم.

وی بیان کرد: در رویداد بهمرسانای نوآوری‌ها و چالش‌های فناوری صنعت لوازم خانگی نیز استان قزوین به عنوان دبیر برگزاری این رویداد کشوری، در راستای فرمایشات مقام معظم رهبری برای استفاده از کالای تولید داخل و حمایت و پشتیبانی در حوزه تولیدات لوازم خانگی پیشتان شده است.

این مسئول خاطرنشان کرد: صنایع لوازم خانگی قزوین در کشور در بین دیگر تولیدکنندگان لوازم خانگی موفق است و در عرصه تولید مواد اولیه، قطعات و تکنولوژی‌های این صنعت حرفی برای گفتن دارد.

وی تصریح کرد: در رویداد بهمرسانای نوآوری‌ها و چالش‌های فناوری صنعت لوازم خانگی، تلاش شده شرکت‌های دانش بنیان و فناوری، نیازهای صنایع خانگی را متناسب با علم و فناوری روز این صنعت در جهان به کار گیرند تا شرکت‌هایی که نیازمند فناوری‌های دانش‌بنیان هستند دور هم جمع شده و قطعات مورد نیازشان را از داخل تهیه کنند.



اقتصادنیابتنگاه

شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران

هفته نامه بین‌المللی نمایشگاه‌های ایران

صاحب امتیاز، مدیرمسئول و سردبیر: بهزاد زرین پور

با همکاری:

روابط عمومی و امور بین‌الملل

شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران

دفتر نشریه: اشرفی اصفهانی، بعد از نیایش، ابتدای خیابان طالقانی، خیابان شهید سوری، پلاک ۲۹، طبقه اول، تلفن: ۴۴۸۰۲۰۴۱

www.namayeshghahha.ir - چاپ: هنر سرزمین سبز

محمد جواد قنبری معاون امور نمایشگاهی شرکت سهامی نمایشگاه های بین المللی ج.ا.ایران:

بازگشت رونق به صنعت نمایشگاهی بابرگزاری ۷۰ رویداد نمایشگاهی

سال ۱۴۰۰ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران

رعایت پروتکل های بهداشتی، گسترش واکسیناسیون و تمهیدات مسوولان

عامل افزایش تعداد رویدادهای نمایشگاهی بوده است



شده، تعداد ۷۰ عنوان نمایشگاه تخصصی در محل دائمی نمایشگاه‌های تهران تا پایان سال برگزار می‌شود. خاطرنشان کرد: در ادامه برگزاری رویدادهای نمایشگاهی در سال جاری، شاهد برگزاری نمایشگاه‌های بزرگ صنعت فولاد، ایران پلاست، مبلمان و سایر عناوین نمایشگاهی خواهیم بود.

قبري با بيان اينكه در حال حاضر شاهد برگراري
نمايشگاه مهم صنعت لوازم خانگي هستيم اظهار داشت:
اين نمايشگاه با استقبال چشمگيري روبرو شده است و
كل سايت نمايشگاه بين المللي تهران را پوشش داده است
كه نويد خوبي براي بازگشت به روز هاي اوج صنعت
نمايشگاهي است.

وی افزود: در سال جاری شاهد حمایت مقامات ارشد کشور از صنعت لوازم خانگی و ممنوعیت واردات در راستای حمایت از تولید ملی بودیم به همین خاطر نمایشگاه لوازم خانگی تبدیل به رویداد ویژه ای شد و تقریباً بالغ بر ۹۵ درصد محصولات عرضه شده در نمایشگاه ساخت داخل است و بیش از ۴۰۰ شرکت داخلی در زمینه های مختلف حوزه لوازم خانگی در این نمایشگاه حضور پیدا کرده اند و از آخرین تولیدات محصولات و دستاوردهای خود رونمایی کردند.

قبري در ادامه با بيان اينكه شاهد عرضه محصولات با كيفيت و نوآورانه در نمايشگاه لوازم خانگي بوديم گفت: براي بازديدكنندگان از نمايشگاه لوازم خانگي، مشاهده توانمندی هاي توليدكنندگان ايراني و عرضه محصولات داخلي متنوع و شيك، قابل رقايت با محصولات خارجي بسيار جالب است.

محمد جواد قنبری معاون امور نمایشگاهی شرکت
سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران در گفت و گو
با خبرنگار اخبار نمایشگاه‌ها گفت: امسال اگرچه همچون
سال گذشته شاهد ادامه یافتن روند همه‌گیری بیماری
کوید ۱۹ در دنیا بودیم و صنعت نمایشگاهی نیز متاثر از
این بیماری با چالش‌های عمده‌ای دست و پنجه نرم
کرد، اما از طریق رعایت پروتکل‌های بهداشتی، گسترش
ایستاسیون و بهبود شرایط برگزاری نمایشگاه‌ها، نسبت
به سال قبل شاهد افزایش تعداد رویدادهای نمایشگاهی
هستیم.

قتبری با بیان اینکه در ۶ ماهه اول سال ۱۴۰۰ رکود بر صنعت نمایشگاهی کشور سایه انداخته بود، اظهار داشت: صنعت نمایشگاهی در ۶ ماهه اول سال با شرایط خاصی مواجه بود و با توجه به شیوع موج پنجم کرونا و سخت گیری دستگاه های نظارتی شامل ستاد ملی کرونا، وزارت کشور، بخش های امنیتی و دستگاه های امنیتی تنها ۱۰ نمایشگاه تخصصی در نیمه اول سال جاری برگزار شد.

وی افزود: البته تلاش ما و شرکت سهامی نمایشگاه بین‌المللی و در رأس همه مدیر عامل نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران، این بوده که صنعت نمایشگاهی را از یک رونق خارج کنیم. بر همین اساس با سعی و کوشش دکتر حسن زمانی مدیر عامل نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران و با حضور در نشست‌های تخصصی و کارشناسی ستاد ملی کرونا، به عنوان نماینده صنعت نمایشگاهی تلاش کرده ایم که دیدگاه‌های اعضای ستاد کرونا نسبت به برگزاری نمایشگاه‌ها را تغییر کرده و شرایط برگزاری نمایشگاه‌ها و رعایت پروتکل‌های بهداشتی و بازدید تخصصی از نمایشگاه‌ها فراهم شود. برای اساس همزمان با واکنش‌نویسان گسترده در کشور، برای ۶ ماه دوم سال، برگزاری عناوین نمایشگاهی متعددی برنامه ریزی شده است و تعداد نمایشگاه‌های برگزار شده نسبت به شش ماه اول افزایش داشته است.

محمد جواد قنبری معاون امور نمایشگاهی شرکت سهامی نمایشگاه های بین المللی ج.ا.ایران افزود: در همین بازه دو ماهه شاهد برگزاری نمایشگاه های بزرگ صنعت ساختمان، آگروود، برق و لوازم خانگی بودیم که با استقبال چشمگیری از سوی شرکت ها و تولیدکنندگان ایرانی مواجه شد و استقبال به حدی زیاد بوده که حتی با کرمود فضا مواجه شدیم.

وی با بیان اینکه بر اساس برنامه ریزی های انجام

دایا الکترونیک پایا طراحی و تولید ۵ میلیون برد در سال



همکاری و مشاوره به مشتریان جهت تسهیل در ارتقاء و بهبود مصرف انرژی محصولات

همکاری و مشاوره به مشتریان جهت تسهیل در اخذ گواهینامه محصولات دانش‌بنیان
کاهش چشمگیر و قابل ملاحظه ضایعات محصولات مشتریان در حوزه قطعات الکترونیک

« طراحی و تامین تولید:

شرکت دایا الکترونیک با بهره برداری
از دانش پیشرو در زمینه طراحی، با
عایت استانداردهای بین المللی، ایده

«مزایای دایا الکترونیک:

استفاده از تکنولوژی طراحی و تولید برد
از کشور کره جنوبی
استفاده از قطعات استاندارد و
شناسنامه‌دار مورد تایید کشور کره جنوبی
موتور: بردهای الکترونیکی به صورت
مکاینزه و در سالن‌های **Clean Room**
استفاده از قلع بدون سرب با خلوص
۹۹/۹ درصد (محصول کره جنوبی)
انجام فرآیند کنترل کیفیت در صد
درصد محصولات تولیدی
کاهش خواب سرمایه مشتریان در تامین
بردهای الکترونیکی محصولات خود



سعید خزایی استاد دانشگاه و عضو فرهنگستان علوم و آینده پژوه در نشست آینده صنعت لوازم خانگی:

استاندارد لوازم خانگی داخلی از خودرو بالاتر است



خودروهای ما را نمی‌خرد و پس می‌فرستد اما لوازم خانگی ما را می‌پذیرد زیرا استاندارد لوازم خانگی ما بالاتر از خودرو است.

خرزایی قاجاق کالا، استفاده از حدود ۳۰ درصد ظرفیت و سهم نیم درصدی صادرات را از مشکلات عمده صنایع لوازم خانگی دانست و گفت: باید رویکردها از تجارت به تولید تغییر کند و تیراژ تولید را بالا ببریم و مالیات بر ارزش افزوده کاهش پیدا کند. شیوه رفتار سازمان تامین اجتماعی با تولیدکنندگان لوازم خانگی باید تغییر کند و همچنین ما به یک وحدت صنفی و وحدت رویه و افزایش منابع تزریق بانکی در این صنعت نیاز داریم.

وی قیمت پایین، افزایش کیفیت و استفاده از فناوری‌های هوشمند را عوامل موثر بر محصولات داخلی دانست و افزود: کیفیت بالاتر، لوکس بودن، قیمت مناسب از جمله دلایل گرایش مشتریان به محصولات خارجی است. به همین دلیل ما باید صنایع داخلی را تقویت کنیم و حداکثر بتوانیم ۶ برند ملی در حوزه لوازم خانگی را معرفی کنیم که قابل رقابت باشد.

خرزایی عدم به کارگیری فناوری‌ها و نوآوری‌های مناسب، بالا بودن هزینه تولید، عدم اطمینان از کیفیت قطعات، عدم خلاقیت در طراحی، عدم توجه به روش‌های نوین بازاریابی، عدم بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، نبود خدمات پس از فروش نامناسب و بهای تمام شده بالا را از دلایل پایین بودن کیفیت محصولات داخلی دانست و افزود: اولویت مصرف کننده، کیفیت محصول، ظاهر مناسب، قیمت پایین و خدمات پس از فروش و گارانتی خوب است و لذا صنایع داخلی باید به این موارد توجه کنند.

خرزایی با اشاره به اینکه قطعا برجام در دولت جدید پذیرفته می‌شود، گفت: امروز گفت‌وگوهایی در جریان است تا با اصل عزت و حکمت و استقلال کشور برجام را بپذیریم و من پیش بینی می‌کنم که این اتفاق بیفتد زیرا ما وقتی با عربستان مذاکره و توافق می‌کنیم یعنی اینکه بسیاری از شروط فراتر از برجام را پذیرفته‌ایم. اگر برجام پذیرفته شد باید بلد باشیم که از فرصت‌های آن استفاده کنیم. متأسفانه در دوره قبل که برجام به امضا رسید، شرکت‌های تجاری نتوانستند از این فرصت استفاده کنند و حتی برخی از آنها توانایی باز کردن یک ال سی را در بانک نداشتند.

استاد دانشگاه و عضو فرهنگستان علوم اظهار داشت: امروز سوره خودروهای تولید داخل را پس می‌فرستد اما لوازم خانگی ما را می‌خرد زیرا استاندارد لوازم خانگی تولید داخل از خودروی تولید داخل بالاتر است.

سعید خزایی استاد دانشگاه و عضو فرهنگستان علوم و آینده پژوه در حوزه اقتصاد در نشست آینده صنعت لوازم خانگی، چالش‌ها و راهکارها که در بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی برگزار شد با اشاره به وضعیت امروز صنایع در کشور گفت: یکی از مشکلات اساسی صنایع ما نبود یک تشکل قدرتمند است که باعث شده نگاه آینده پژوهانه به صنایع وجود نداشته باشد. ما این مسئله را درباره صنایع مختلف مانند کیف و کفش کاملاً شاهد هستیم.

وی با اشاره به اینکه صنعت لوازم خانگی یازدهمین صنعت پیش‌ران در دنیا است گفت: صنعت لوازم خانگی بعد از نفت و خودروسازی جایگاه مهمی در اقتصاد دنیا دارد و ما نیز باید نقش خود را در این جایگاه پررنگ کنیم. امروز از لحاظ اقتصادی، دنیا به سمت منطقه‌ای شدن حرکت می‌کند و این مسئله در صادرات و واردات کاملاً مهم است.

خرزایی با اشاره به رشد صنایع لوازم خانگی بعد از ممنوعیت ورود محصولات خارجی به کشور گفت: صنایع لوازم خانگی در سال ۹۹، حدود ۱۴ میلیون دستگاه تولید کرده و پیش بینی می‌شود در اقی ۱۴۰۴ میزان تولیدات به ۲۵ میلیون دستگاه برسد در حالی که تا قبل از این ممنوعیت و در زمان تحریم‌ها ۶۰ درصد بازار در دست محصولات خارجی به خصوص کره جنوبی بود و میزان تولیدات در سال ۹۸ حدود ۹ میلیون بود. بحران کرونا تاثیر بسیار مخربی بر روی اقتصاد جهان گذاشته و ۳ برابر رکود تورمی وال استریت به اقتصاد و صنعت ضربه زده است به همین دلیل بعد از گسترش این بیماری، کارکردها تغییر پیدا کرده است.

وی با انتقاد از رفتار برخی حاکمان در منطقه گفت: رفتارهای فاشیستی افرادی همچون رجب طیب اردوغان مشکلاتی را در منطقه به وجود آورده است. از سندسازي بر روی ارس تا مسائل دیگر باعث شده بر محیط زیست و قدرت اقتصادی و خرید مردم گذاشته و باعث بیکاری شده است لذا ما باید همکاری‌های خود را در منطقه تقویت کنیم.

وی با اشاره به لزوم حمایت دولت از صنایع داخلی گفت: دولت باید تعرفه خود را برای لوازم خانگی در کشور کاهش بدهد و همچنین به این صنایع توجه جدی کند زیرا ما وقتی مثلاً می‌گوییم یک میلیون خانه می‌خواهیم بسازیم و یا جوانان را تشویق به ازدواج بکنیم قطعاً نیاز بعدی آنها خرید لوازم خانگی است.

وی با تأکید بر اینکه امروز لوازم خانگی را با صنعت خودروسازی مقایسه می‌کنند، گفت: مثلاً کشوری مانند سوئیه دیگر

صمد حاجی زاده مدیرعامل شرکت «سیلوان»:

شرکت سیلوان با کیفیت بالا و قیمت مناسب به برند محبوب مشتریان تبدیل شده است



شرکت سیلوان فعالیت خود را در سال ۵۷ با تولید انواع پلوپز در تبریز آغاز کرد و با کیفیت بالای محصولات و کادری مجرب تبدیل به یکی از مهمترین تولیدکنندگان لوازم خانگی در تبریز شده است. این شرکت در سالهای ۶۷ و ۶۶ موفق به تولید اجاق گازهای کابین دار شد و اولین واحد تولیدکننده با نشان استاندارد در شمالغرب کشور بود. تولید انواع بخاری گازسوز و کولر آبی محصولات بعدی این شرکت در سال ۷۵ بودند که همزمان با آن پروژه تحقیقات ساخت و تولید آبگرمکن دیواری در دستور کار شرکت قرار گرفت که حاصل این فعالیت به تولید انواع آبگرمکن های دیواری با ظرفیت های مختلف در سال ۷۹ انجامید.

هم اکنون مجموعه تولیدات شرکت شامل یخچال و یخچال فریزر، کولر آبی، آبگرمکن دیواری و زمینی می باشد که از سال ۸۵ با نام تجاری سیلوان ارائه می شود و بدلیل استاندارد بالای کیفیت محصولات بخشی از این محصولات در بازار داخلی عرضه گردیده و قسمتی از تولیدات نیز به کشورهای همسایه صادر می شود.

صمد حاجی زاده مدیرعامل این شرکت در بیست و یکمین نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی در گفت و گو با خبرنگار اقتصاد و نمایشگاه گفت: شرکت سیلوان یکی از شرکت های موفق در زمینه ساخت انواع محصولات لوازم خانگی است و کارخانه ما که در تبریز واقع شده از لحاظ میزان تولیدات رتبه دوم را در بین شرکت های صنعتی دارد. در حال حاضر به دلیل کیفیت بالای محصولات همراه با قیمت مناسب، یکی از برندهای مورد علاقه مشتریان است که محصولات ما مورد توجه فروشندگان، توزیع کنندگان و مصرف کنندگان قرار گرفته است.

وی با اشاره به طرح های توسعه ای شرکت سیلوان افزود: واحد R&D ما در این زمینه برنامه ریزی کرده و چند طرح توسعه ای را در دستور کار دارد و توسعه فعالیت های شرکت یکی از مهمترین برنامه های ما است.

مدیرعامل شرکت سیلوان با بیان اینکه سعی کرده ایم در محصولات مان از آخرین تکنولوژی های روز استفاده کنیم تأکید

کرد: تکنولوژی های به کار رفته در محصولات ما با برندهای برتر خارجی برابری می کند. از سوی دیگر همراه با کیفیت بالاتر، قیمت کمتر محصولات ما نسبت به نمونه های خارجی، استفاده از محصولات ما را برای مشتریان مقرون به صرفه تر کرده است در نتیجه مشتریان به کیفیت، نوآوری و فناوری به کار رفته در محصولات و قیمت متناسب با قدرت خرید خانوار ایرانی توجه دارند و همین موضوع باعث افزایش استقبال از محصولات سیلوان شده است.

صمد حاجی زاده با اشاره به افتخارات و دست آورد های شرکت سیلوان اظهار داشت: ما لوح تقدیر استاندارد را در سالهای ۹۵، ۹۶ و ۹۸ گرفتیم و استانداردهای روز داخلی، منطقه ای و اروپایی را در تولیدات خود رعایت کرده ایم و بارها به خاطر محصولات کیفی مورد تشویق قرار گرفته ایم.

وی تأمین مواد اولیه را یکی از مشکلات اساسی صنعتگران داخلی دانست و تصریح کرد: در برخی موارد صنایع با چالش هایی مواجه هستند و به خصوص در تأمین مواد اولیه و قیمت روبه رشد آن با مشکل مواجه هستیم. اگر مواد اولیه خوب داشته باشیم این موضوع به رشد اشتغال و تولید کمک می کند اما با این اوضاع تولیدکنندگان لوازم خانگی با مشکلات جدی مواجه هستند.

مدیرعامل شرکت سیلوان با اشاره به راهکارهای پیشنهادی خود برای رفع مشکلات واحدهای تولیدی و صنعتی اظهار داشت: تأمین و در دسترس بودن مواد اولیه با کیفیت و مقرون به صرفه، ارائه تسهیلات بانکی و نقدینگی و حمایت بیشتر از تولیدکنندگان توسط نهادهای مسئول ضمن رفع مشکلات باعث بهبود تولید و اشتغال خواهد شد.

صمد حاجی زاده در ادامه با اشاره بحث صادرات در شرکت سیلوان عنوان کرد: ما به آذربایجان صادرات داریم آب گرمکن گازی به عراق صادر می‌کنیم و به زودی صادرات به افغانستان را شروع می‌کنیم هرچند الان صادرات کم شده است به خاطر کرونا کشور های اطراف جنس نمیخواهند اما با بهبود شرایط صادرات را افزایش می‌دهیم.



**دفتر مرکزی: تبریز - خیابان علامه طباطبایی (چایکنار جنوبی) - نرسیده به زیر گذر آبرسان
برج ارک طبقه ۵ - واحد ۲**

تلفن: ۰۲- ۴۱ ۳۳۲۵۴۴۵۱ (+۹۸) فکس: ۴۱ ۳۳۲۵۴۲۳۶ (+۹۸)

www.silwano.com

صنعت لوازم خانگی؛ حمایت‌ها، توانمندی‌ها و مخاطرات



این صنعت به تولیدکننده قوی قطعات تبدیل شویم، نیازمند سرمایه‌گذاری و تامین مالی هستیم، این در حالی است که بانک‌ها قواعد و قوانین دست و پاگیری دارند.

وی افزود: به‌تازگی که قوه قضائیه با اطلاعیه جدید بانکها از یک مصدرة سرک‌ها با خراجیات دیدگار با‌داشتنه، شاهدهیه بانک‌هاهیج شرکت با محل طرچی را برای پ‌رخواست تسهیلات و عتای سرمای در گردش ترهین نه‌کنند و به‌جای آن درخواست تسهیلهای خارج از طرچ از جمله در عمل امکان‌پذیر نیست. تابش با تاکید بر اینکه باید سیاست‌ها و نگرش‌ها عوض شوند، ادامه‌داد: چ‌را باید کارآفرینی و تولید دیدگار، درگیر مشکلات دست و پاگیر روزمره باشند، اما برخی دیگر با حضور در بازار دلای بورس، ملک، ارز، سکه و طلا به سودهای آن چنانی برسند؟

وی با بیان اینکه با گذشت حدود هشت ماه از سال نتوانسته همچون سال گذشته به تحقق جهش تولید در مجموعه خود بپردازد، اظهار داشت: از ابتدای امسال تاکنون پنج بار برای واردات مواد اولیه و تجهیزات مورد نیاز تولید اقدام کردیم و در حالی که ثبت سفارش ما به صورت وزنی بوده، ترخیص کالاهای مربوط به به‌ارزمانگنی به صورت تعدادی می‌باشد.

این تولیدکننده ماشین لباس‌سویی و کولر گازی اضافه کرد: این مساله منجر به درج «کسری در تخلیه بار» از سوی گمرک برای ما می‌شود که در نتیجه ترخیص کالاهایمان رابه تاخیر می‌اندازد، در حالی که یک مشکل نرم‌افزاری است و هنوز برای آن چاره‌اندیشی نشده است.

خدمات پس از فروش یکی از شرکت‌های لوازم خانگی به تصمیم حزب وزارت صنعت برای ممنوعیت واردات لوازم خانگی خارجی اشاره کرد که به حال تولیدکنندگان داخلی بسیار مفید است، اما در عین حال خاطر نشان کرد: اگر واحدها غافل شده و به‌خصوص در یک ارتقای فناوری نرود، می‌تواند ریسک انحلال را به دنبال داشته باشد. وی یادآوری کرد: تولیدکنندگان شاخص و بزرگ لوازم خانگی در کشور انگشت شمارند و هواره گسترش سهم بازارشان را دنبال می‌کنند، اگر یک بازار دست چند تولیدکننده باشد، شرکت‌های کوچک کنار زده شده و همان بلایی که سر خودروسازی آمد بر سر همین صنعت خواهد آمد. دولتی بیان داشت: خروج خارجی‌ها از بازار کشورمان در سال‌های گذشته فرصت بسیار خوبی برای شرکت‌های ایرانی بود، اما به دلایلی همچون تحریم‌ها و همچنین ترس دیگر شرکت‌ها از تحریم‌های آمریکایی نوسان استیم آن‌طور که باید به‌ویژه در بحث تجهیزات الکترونیک از استفاده کنیم.

این فعال صنعت لوازم خانگی گفت: گرانی و کمبود ارز و در عین حال بی‌ثباتی نرخ آن، یکی از چالش‌های بخش تولید است که قدرت برنامه‌ریزی را از شرکت‌ها سلب می‌کند.

«لزوم تغییر سیاست‌ها و رویکردها
در این زمینه، یک تولیدکننده لوازم خانگی حاضر در نمایشگاه گفت: برای رفع مشکلات این صنعت و ایجاد تحول، نیازمند تغییر سیاست‌ها و رویکردها هستیم، نه اینکه فقط جابه‌جایی مدیران را شاهد باشیم.

«حبیب تابش» با اشاره به اهمیت بالای تامین نقدینگی، بیان داشت: برای اینکه در

گرچه حمایت مجموعه حاکمیت از شرکت‌های داخلی و ممنوعیت واردات در موضوع لوازم خانگی، فرصتی برای ارتقای تولید داخل است، اما کارشناسان و دست‌اندرکاران امر معتقدند باید با بهره‌گیری از فرصت‌ها، مانع از ایجاد شرایط گلخانه‌ای در این صنعت و انحصار شد.

مهرماه امسال بود که در پی نامه جمعی از تولیدکنندگان لوازم خانگی به محضر رهبر معظم انقلاب و تقاضای جلوگیری از واردات محصولات خانگی کره‌ای، معظم‌له در دستوری به رئیس جمهوری، ممنوعیت واردات این کالاها را خواستار شدند.

بصورتی که با حمایت‌های یادشده تولیدکنندگان نیز وظایفی در قبال بازار و ارتقای تحقیقات و توسعه (R&D) دارند. بهبود کیفیت، ارتقای فناوری، و تعدیل و کاهش هزینه‌ها، منطقی کردن قیمت‌ها، تأمین مستمر کالاها، و بازآزمایی گسترده با دیگر شرکتهای بازار، دانشگاه‌ها، مراکز نوآوری و دانشگاه‌ها، و تعقیب ساخت داخل محصولات از جمله وظایف تولیدکنندگان داخلی است و اگر واحدهای تولیدکننده بخواهند حاضر شوند، استفاده از این حمایت‌ها برده و به نفع خود کشور عمل کنند، باید به شرکت‌های مذکور تشویق بیشتری داد. همچنین، یکسانسازی قوانین، بستن شکاف بین آموخته‌های بین‌المللی و لوازم خانگی (Hamz۲۰۲۱) سه‌شنبه گذشته (۲۵ آبان‌ماه) با حضور معاون امور زنان و خانواده رئیس‌جمهوری و معاون امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت از بهار کرد.

در این دوره از نمایشگاه که با شعار «تجلی دانایی و توانایی ایرانی در خدمت توسعه ملی» برگزار شده، ۳۹۴ شرکت داخلی و ۶ شرکت خارجی در فضایی به وسعت ۳۵ مترمربع در ۱۸ سالن، آخرین محصولات و دستاوردهای خود را در معرض دید عموم گذاشته‌اند.

در جریان برگزاری این نمایشگاه، با تنی چند از شرکت کنندگان، تولیدکنندگان و فعالان این صنعت در خصوص آخرین وضعیت تولید، حمایت‌ها و مشکلات به گفت‌وگو نشستیم.

« خطر انحصار در صنعت
لوازم خانگی

«امیر حسین دولتی» مدیر عامل واحد

ی)، اجاق گاز فر توکار، لباسشویی و... حضور
نمگیری داریم و در حوزه ی خودرو هم بخشی
بازار خودرو را تامین می کنیم.

«چه برنامه ای برای گسترش فعالیت های دستان در ایران دارید؟»

«صادرات هم دارد؟»

صادرات داریم اما به دلیل شرایط ناشی از اپیدمی و صادرات نیز محدود شد با توجه به اینکه شرایط حال بهبود است قطعا صادرات محصولات صنایع حج پارا آسیا افزایش خواهد یافت.

ما از سال ۸۸ ایزو های مدیریت تضمین کیفیت
خذ کردیم، یکی از مهمترین اولویت های مجموعه

بهترین تکنولوژی های روز اخیراً هم که در زمینه خودرو وارد شدیم موفق به کسب استاندارد

IAI در زمینه تولید و طراحی از DQS آلمان
 بدیم و سعی می کنیم که در همه ی حوزه ها
 اساس استانداردهای جهانی عمل نماییم.

در زمینه اشتغالزایی چه اقداماتی انجام داده اید؟

یکی از نقاط قوت مجموعه در اختیار داشتن نیروی مجرب و متخصص است با توجه به طرح توسعه ای و گسترش فعالیت های شرکت در دهنده نیروهای جدیدی را جذب خواهیم کرد و در سال حاضر ۵۶۰ نفر در مجموعه مشغول به فعالیت هستند

برای سؤال آخر، لطفا بفرمایید با چه هدف و مکتوبی در نمایشگاه بیست و یکم لوازم خانگی شرکت کردید و از چه محصول جدیدی رونمایی کنید؟

ما هر سال ۲۰ تا ۲۵ عدد محصول جدید اِراحی می‌کنیم، و قطعاً در این نمایشگاه ۱۰ سال‌های گذشته محصولات جدیدی را معروض دید بازدیدکنندگان قرار می‌دهیم. من اینکه این نمایشگاه فرصت خوبی برای بازدید دیدار با همکاران و مشتریان قدیمی و نو قراردادهای جدید است.

دکتر جعفر صبحی مدیر عامل صنایع صبح پارلار آسیا:

«صنایع صبح پارلار آسیا» بزرگترین تولید کننده بردهای الکترونیکی لوازم خانگی در کشور است



سی دانشگاه تبریز در گروه الکترونیک گفت و
ی انجام داده است که می خوانید:

« برای سوال اول لطفا تاریخچه ای از
لیست های شرکت صنایع صبح بار لار آسپارا

ی مخاطبان ما تشریح کنید؟

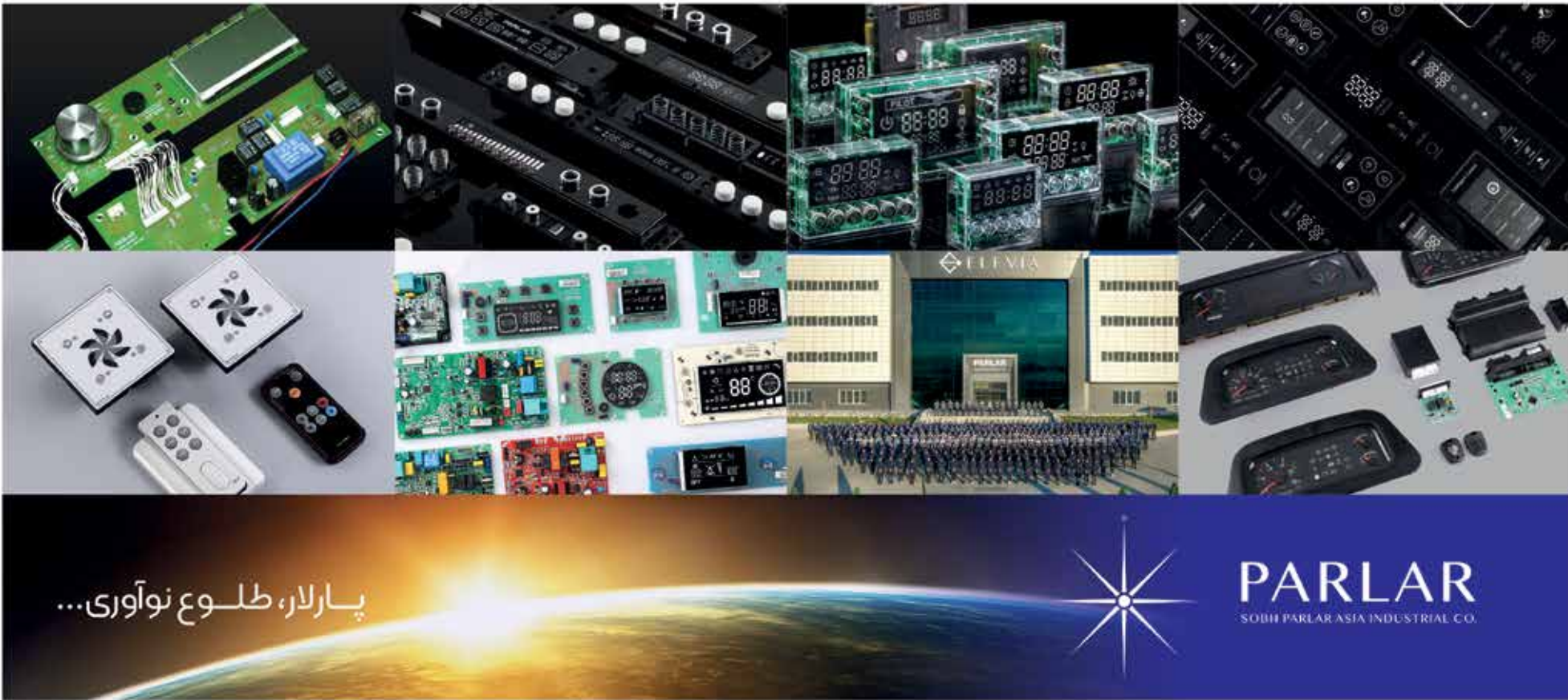
شرکت صنایع صبح پارا لار آسیا تولید کننده ی
های الکتریکی در صنعت لوازم خانگی ایران است
و موفق شده است در طی فعالیت خود سهم عمده
از بازار را به دست آورد و بخش عمده ایی از برد
تامین نماید.

صنایع صبح پارلار آسیا، در سال ۱۳۷۹ در زمینه

بزرگترین شهرهای صنعتی کشور، شهر تبریز، تأسیس شد، اولین سیستم اتوماسیون تولیدی که تا امروز به صورت یک دستگاه تست انتهای خط تولید پچال بود که در سال ۱۳۷۹ طراحی و تولید شد و شرکت بنام کلید کولر کنترل از راه دور، طراحی و سبب به تولید انبوه رسید؛ این امر زمینه ساز تولید محصولات شرکت در سالهای متعددی شده

«اشاره کردید که سهم عمده ای از بازار به دست آوردید، میزان تولیدات شما چقدر است و با چه شرکت هایی همکاری می کنید؟»

ما روزانه حدود ۲۵۰۰۰ عدد برد تولید می‌کنیم. بخش عمده‌ای از بخش‌های صنعت لوازم‌گی از یخچال، پکیج گرمایشی، کولر (آبی و



آدرس: پلیس راه تبریز - تهران، جاده باسمنج، شهرک صنعتی سهند - آذران

تلفن: ۰۲۱۵۱۹۱۰۰۰۰ فکس: ۰۲۱۵۱۹۱۲۱۲ کد پستی: ۵۴۹۵۱۴۹۳۵۴

info@parlar.ir www.parlar.ir

۲۸۵۲۵ آبان ماه ۱۴۰۰
محل دائمی نمایشگاه بین المللی تهران، سالن میلاد

هابزرگترین تولید کننده بردهای الکترونیکی لوازم خانگی در منطقه هستیم.

مجید پور محمدی مدیر کسب و کار «شرکت صنایع امرسان»:

برنامه «امرسان» برای حضور در فضای رقابتی و کسب و کار جهانی



ممنوعیت واردات کالای کره ای یک بحث منطقه ای یا محلی نیست و یک بحث جهانی است که فراتر از بازار ایران است و من نمی توانم بگویم مخالف هستم یا موافق، ولی در بلند مدت حتماً هیچ نوع تحریمی خوب نیست چون همانطور که تحریم برای ما بد است برای بقیه هم بد است و همکاری ها را کاهش می دهد و همکاری در زمینه انتقال دانش فنی و همچنین رشد رقابت پذیری صنایع کاهش می یابد. در نتیجه ممنوعیت واردات یک موضوع محدود و موقتی است و در آینده به سمت رفع شدن و آزادسازی نسبی واردات و صادرات حرکت خواهد کرد و ما در یک فضای آزاد تجاری و رقابتی بهتر می توانیم صنعت را بالنده و پویا ببینیم.

قطعا در بلند مدت انحصار برای خود شرکت های داخلی هم مضر خواهد بود؛ هیچ وقت این تحریم یا انحصار یا ممنوعیت با درخواست تولید کننده داخلی آغاز نشده است. مشکل تأمین ارز یک دلیل اصلی برای ممنوع شدن واردات بوده است و همینطور شرکت های خارجی که خروج کردند و گزینه هیچ شرکت داخلی تمایل یا درخواستی بابت این ها نداشت. ما سال ها با حضور این ها کار می کردیم ما شرکتهای هستیم که ۴۰ سال است با این شرکت ها رقابت می کنیم و رقابت سالمی هم داریم.

نداریم، آن جا را باید اصلاح و یا حذف کنیم. مهم ترین چشم انداز ما حضور در بازار جهانی و تبدیل شدن به یکی از برندهای منطقه ای است. لذا در این مسیر باید به اصلاح فضای کسب و کار و تولید، بهبود روش ها و کاهش اتکا به حمایت های یارانه ای توجه کنیم تا قادر به رقابت و ادامه تولید باشیم و بهره وری را افزایش داده و هزینه ها را کم کنیم.

«در زمینه صادرات، آیا علاوه بر کشورهای منطقه ای، به کشورهای دیگر هم صادرات دارید؟»

در بخش یخچال یکی از لیدرهای بازار هستیم، ولی چون در حوزه ی یخچال توانستیم در بازارها حضور پیدا کنیم توانستیم برخی از کالاهای دیگر را هم در کنار آن به بازارهای منطقه صادر کنیم. و در این راستا خط تولید مشترک با یک شرکت در عراق و یک شرکت در تاجیکستان ایجاد شده است. اخیراً هم تفاهم نامه ای داریم با یک شرکت در سوریه تا به صادرات و تولید مشغول شویم. در این کشورها شاید از نظر کیفیت تولید جهانی به نسبت از بقیه کشورها پایین تر باشند ولی از نظر قیمتی تفاوت زیادی ندارند؛ یعنی رقابت قیمتی را در آن جا داریم. چون دسترسی به بازارهای چین و بازارهای ارزان دارند و در حقیقت برای ما آزموننی است که قیمت هایمان را ارزیابی کنیم. ولی حضور در بازارهایی مثل آذربایجان، ترکیه و اروپا، مناطقی است که ما کیفیت خودمان را راستی آزمایی می کنیم.

«لطفاً از چالش ها و مشکلات پیش روی صنعت بگویید و چه راهکاری را برای رفع آن پیشنهاد می کنید.»

الان یکی از مشکلات عمده و نقد شرکت ها این است که به خاطر تورم با مشکلات نقدینگی مواجه می شوند. چون از یک فضای تورمی وارد یک فضای رکودی می شوند یعنی رشد هزینه ها و افزایش قیمت ها موجب کاهش تولید و کاهش تقاضا در بازار می شود،

جدید ترین محصولات خود در کنار سایر محصولات خود از جمله یخچال، لوازم پخت و پز، کولر و... رونمایی کرده است. در حاشیه این نمایشگاه با مجید پورمحمدی مدیر بازرگانی «شرکت صنایع امرسان» گفت وگویی انجام داده ایم که می خوانید:



در بخش یخچال یکی از لیدرهای بازار هستیم، ولی چون در حوزه ی یخچال توانستیم برخی از کالاهای دیگر را هم در کنار آن به بازارهای منطقه صادر کنیم. و در این راستا خط تولید مشترک با یک شرکت در عراق و یک شرکت در تاجیکستان ایجاد شده است. اخیراً هم تفاهم نامه ای داریم با یک شرکت در سوریه تا به صادرات و تولید مشغول شویم. در این کشورها شاید از نظر کیفیت تولید جهانی به نسبت از بقیه کشورها پایین تر باشند ولی از نظر قیمتی تفاوت زیادی ندارند؛ یعنی رقابت قیمتی را در آن جا داریم. چون دسترسی به بازارهای چین و بازارهای ارزان دارند و در حقیقت برای ما آزموننی است که قیمت هایمان را ارزیابی کنیم. ولی حضور در بازارهایی مثل آذربایجان، ترکیه و اروپا، مناطقی است که ما کیفیت خودمان را راستی آزمایی می کنیم.

«لطفاً از چالش ها و مشکلات پیش روی صنعت بگویید و چه راهکاری را برای رفع آن پیشنهاد می کنید.»

الان یکی از مشکلات عمده و نقد شرکت ها این است که به خاطر تورم با مشکلات نقدینگی مواجه می شوند. چون از یک فضای تورمی وارد یک فضای رکودی می شوند یعنی رشد هزینه ها و افزایش قیمت ها موجب کاهش تولید و کاهش تقاضا در بازار می شود،

هدف بزرگتری تعریف نکنند؛ ولی با توجه به فضای کسب و کار و وضعیت بازار و همچنین تأمین مواد اولیه، باید به سمت جهانی سازی حرکت کنیم تا دانش فنی، بهبود کیفیت مواد، بازارهای جدید، توجه به سلیقه مشتری، رعایت استانداردها، کاهش مصرف انرژی و موضوعات جهانی و منطقه ای و تغییر سلیقه ها مورد توجه قرار گیرد. در کنار این موضوعات، فضای کلان اقتصاد از جمله نرخ دلار، قیمت برق و انرژی و موضوعاتی از این دست، واقعیت محتوم کشور ما خواهد بود که باید مورد توجه قرار گیرد و بدون توجه به آنها نمی توان تولید کرد و در بازار جایگاه داشت و افزایش صادرات را تحقق بخشید.

در آینده فضای یارانه ای انرژی و مواد اولیه و انرژی ارزان و سایر حمایت ها تغییر خواهد کرد و تقریباً تمام مباد و خدمات از حمایت یارانه ای خارج خواهد شد. در نتیجه قیمت ها به سمت جهانی شدن می رود؛ شما وقتی مدتی را با انرژی یارانه ای یا مواد یارانه ای یا حقوق یارانه ای یا خدمات یارانه ای و حمایت های دولتی به تولید و کسب و کار مشغول باشید، سخت می توانید به سمت فضای آزاد تجارت جهانی حرکت کنید و در بازار باقی بمانید زیرا بهره وری و کارایی رشد نکرده و از استانداردها فاصله خواهید گرفت. اگر بتوانید در بازار ایزوله ای حضور داشته باشید، نمی تواند ادامه دار باشد.

بنا بر این ما پس از شوک سه چهارسال اخیر در مورد نرخ ارز، به این نتیجه رسیدیم که تمام فرآیندها را باید متناسب با قیمت های جهانی بازبینی کنیم و هر جا که محصولی با قدرت جهانی و محصولی با کیفیت جهانی قابل ارائه

نمایشگاه هم مصرف کنندگان حضور دارند و هم کانال های توزیع می توانند برنامه های خود را داشته باشند، محل مناسبی هم برای تقویم شرکت های لوازم خانگی ایران است که آن جا جدیدترین محصولاتشان را عرضه می کنند و نظر مصرف کننده و کانال های توزیع در مورد محصولات را ارزیابی می کنند. لذا به عنوان عرضه اولیه محصولاتی که می خواهند عرضه کنند این نمایشگاه جای خوبی است زیرا هم می توانند از مصرف کننده بازخورد بگیرند و هم از کانال های توزیع نظرخواهی می کنند. ما از دو کالا در محصول یخچال رونمایی کرده ایم. یک یخچال دوقلو با یخ ساز اتومات، و یک محصول کلاسیک عرضه کرده ایم. بقیه محصولات کلاسیک را داریم که سید محصول و طیف رنگ محصولات ما را تکمیل می کند، همچنین یک پنل جدید در کولر گازی را رونمایی کرده ایم و محصولات پخت و پز نیز که سبدش تکمیل شده بود را با چند محصول در این نمایشگاه عرضه کرده ایم.

«طرح های توسعه شرکت در چارچوب برنامه چشم انداز چگونه خواهد بود و از نظر ظرفیت تولید، تنوع تولید و افزایش صادرات و حضور در بازارهای منطقه چه برنامه ای دارید؟»

ما به این نتیجه رسیده ایم که هیچ کسب و کاری بدون هدف گذاری در بازارهای جهانی نمی تواند از آینده ی خودش مطمئن باشد. این یک واقعیتی است که هر سازمان اقتصادی با آن رو به رو می شود. بعضی از شرکت ها ممکن است با ترغندها یا برنامه های موقت و روزمره خودشان را نسبت به بازارهای ایزوله ی منطقه ای یا داخلی راضی نگه دارند و

«لطفاً ضمن معرفی خود، به سوابق و فعالیت های شرکت امرسان و برنامه های توسعه شرکت



اشاره فرمایید

مجید پورمحمدی مدیر کسب و کار شرکت صنایع امرسان هستم. ما در انتهای دهه ۹۰ بعد از آزمون بازارهای صادراتی به این نتیجه رسیدیم که از نظر محصول و قیمت امکان حضور چشم گیر و فراگیر در بازار منطقه را داریم. بنا بر این در دهه ۱۴۰۰ تمرکز ویژه داریم در بحث صادرات و حضور در منطقه، تا به عنوان یک برند منطقه ای به جایگاه ویژه ای دست یابیم. بدین منظور توسعه سبد لوازم خانگی و توانمندسازی در حوزه ی دیجیتال و فضای مجازی و بازاریابی و نوآوری در فضای خدمات پس از فروش، در برنامه توسعه شرکت قرار دارد و جزو اهداف پیش رو و برنامه های یک الی دو سال آینده ی ما خواهد بود و با هدف حضور در بازارهای منطقه ای، برنامه ریزی کرده ایم.

«با چه رویکردی در نمایشگاه لوازم خانگی شرکت کردید؟ و از چه محصول و خدماتی رو نمایی کرده اید و نظر شما در مورد نمایشگاه امسال چیست؟»

نمایشگاه تهران نسبت به نمایشگاه های دیگر متفاوت است. در نمایشگاه های دیگر با هدف B2B شرکت می کنیم یا با هدف B2C. بعضی از نمایشگاه ها را برای مشتریان و مصرف کنندگان استفاده می کنیم و بعضی از نمایشگاه ها برای خریداران عمده ی خودمان و کانال های توزیع برگزار شده است. اما نمایشگاه تهران هر دو مزیت را دارد و در این

www.venus-plastic.com
venusplastic
@venusplastic

خط تولید پنکه سقفی

Arshia®

احسان فدایی کارشناس لوازم خانگی:

کاهش وابستگی به واردات در صنعت لوازم خانگی

تولید نشدن همه قطعات در داخل ضعف محسوب نمی‌شود



افزایش قیمت‌هایی حساب و کتاب نبوده است، اما معتقدم با توجه به موضوع ممنوعیت واردات برندهای کرای، این افزایش قیمت‌ها توسط ۱۳ شرکت کاملاً در زمانی نامناسب انجام شده است. ببینید وقتی مسئولان ما از خودکفایی در تولید لوازم خانگی می‌گویند اما قیمت لوازم خانگی افزایش می‌یابد، مردم خواهان طرح دلایل این افزایش قیمت‌ها هستند، در این شرایط تولیدکنندگان در پاسخ می‌گویند که ما برخی از قطعات را وارد می‌کنیم و با توجه به نوسانات نرخ ارز مجبور به افزایش قیمت تمام شده کالا شده‌ایم، بنابراین در این شرایط مردم تصور می‌کنند که به آنها دروغ گفته شده است و این سوال در ذهن آنها ایجاد می‌شود که اگر خودکفا هستیم چرا قیمت‌ها گران می‌شود و چرا وقتی که می‌پرسم به چه دلیل قیمت‌ها گران می‌شود می‌گویند به این دلیل که برخی قطعات وارداتی است و تغییرات قیمت ارز موجب افزایش قیمت تمام شده کالا می‌شود.

بنابراین اگر قطعات مورد نیاز تولید لوازم خانگی وارد می‌شود باید با مردم شفاف بود و بگوییم که به دلیل ارزبری و نوسانات قیمت ارز، ممکن است قیمت تمام شده کالا افزایش یابد، باید به مردم توضیح داده شود که ما در تولید لوازم خانگی توانسته‌ایم در قطعاتی که برای ما صرفه اقتصادی دارد تولید کننده باشیم اما تولید برخی قطعات هم صرفه اقتصادی ندارد و وارد می‌کنیم اما این به معنای ضعف نیست و در اقتصاد جهانی نیز ثابت شده است که تولید کننده برای تولید یک محصول با قیمت‌باین‌تر و مزیت رقابتی مجبور است با شرکت‌های مختلف داخلی و خارجی کار کند و برخی از قطعات مورد نیاز تولید را از آنها خریداری کند.

استفاده می‌کنند، بنابراین خودکفایی در تولید لوازم خانگی و اینکه همه قطعات از صفر تا صد در داخل تولید شود، هیچگاه حتی در کشورهای آمریکایی و اروپایی نیز به صورت ۱۰۰ درصدی نیست. زمانی که صحبت از خودکفایی در صنعت لوازم خانگی می‌شود مانند کلمه مونتاژ که تعریف مشخصی از آن در این صنعت ارائه نشده در ذهن مخاطب این کلمه این طور معنا می‌شود که صفر تا صد لوازم خانگی در داخل کشور تولید می‌شود، این در حالی است که وقتی من از مسئولان می‌پرسم که منظور شما از خودکفایی چیست می‌گویند مثلاً ما یک قطعه خاص را می‌توانیم تولید کنیم، بنابراین وقتی گفته می‌شود که در صنعت لوازم خانگی به خودکفایی رسیدیم مردم نیز این توقع را دارند که با توجه به داخلی سازی قیمت‌ها کاهش یابد و این در حالی است که با توجه به توضیحاتی که ارائه شد و با توجه به عدم صرفه اقتصادی امکان تولید همه قطعات یک محصول لوازم خانگی، در داخل وجود ندارد و تولیدکنندگان لوازم خانگی در تمام دنیا ناچارند برخی قطعات مورد نیاز برای تولید نهایی را وارد کنند. البته مشکل دیگری نیز که با شکل گیری این ذهنیت برای مصرف کننده و بازار پیش می‌آید این است که در پی شنیدن واژه خودکفایی منتظر کاهش قیمت چشمگیری در محصولات عرضه شده به بازار است.

«افزایش قیمت لوازم خانگی توسط ۱۳ شرکت تولیدکننده»

۱۳ شرکت تولید کننده لوازم خانگی داخلی بین ۵ تا ۱۰ درصد قیمت تولیداتشان را افزایش داده‌اند، در دو سال گذشته نیز قیمت برخی کالاها تا ۱۰ برابر افزایش یافته است. البته این

هزینه مجدد و دائم برای تغییر خطوط تولید و به روز رسانی آنها ممکن نیست، بنابراین از آنجا که این تغییرات برای شرکت‌ها صرفه اقتصادی ندارند، شرکت‌های تولید کننده لوازم خانگی ساخت قطعات مورد نیاز خطوط تولید را به پیمانکاران داخلی یا بین‌المللی می‌سپارند. بنابراین نه تنها در ایران بلکه در اغلب کشورهای دنیا، تولید به معنایی تولید همه قطعات از صفر تا صد صنعت لوازم خانگی در داخل انجام نمی‌شود؛ تولید نشدن همه قطعات مورد نیاز این صنعت در داخل کشور نیز اصلاً به معنای نقطه ضعف در تولید نیست، البته ممکن است در برخی از کشورها نظیر چین، صفر تا صد قطعات مورد نیاز تولید لوازم خانگی در داخل انجام شود اما این در مورد سایر کشورهای تولید کننده صدق نمی‌کند.

با توجه به لزوم به‌روزرسانی خطوط تولید لوازم خانگی، تولید همه قطعات برای تولیدکنندگان صرفه اقتصادی ندارد و بنابراین لازم است تا تولیدکنندگان بخشی از قطعات مورد نیاز را وارد کنند و بیشتر شرکت‌های فعال صنعت لوازم خانگی در جهان با این موضوع مواجه هستند، بنابراین آنچه که در زمینه تولید لوازم خانگی اتفاق می‌افتد، کلاً بهم گذاشتن و به عبارتی مونتاژ قطعات است که این قطعات ممکن است توسط پیمانکاران متعدد داخلی و خارجی تولید شده باشد و در نهایت محصول نهایی با مونتاژ این قطعات از خط خارج می‌شود بنابراین واژه مونتاژ در بخش تولیدات لوازم خانگی نباید تاثیر منفی یا بار منفی در ذهن مخاطب داشته باشد بلکه در صنعت لوازم خانگی به معنای اتصال قطعاتی است که توسط پیمانکاران داخلی یا خارجی تولید شده است و با وصل کردن آنها در یک مسیر و فرایند عملیاتی، محصول نهایی از خط تولید خارج می‌شود.

«کشورهای آمریکایی و اروپایی نیز در تولید لوازم خانگی ۱۰۰ درصد خودکفایی نیستند»

تلویزیون یک صنعت‌های تک (تکنولوژی بالا) است و مهمترین قسمت تلویزیون نیز پنل آن است که ۸۰ درصد از قیمت تمام شده تلویزیون را تشکیل می‌دهد، دو کشور کره و ژاپن در گذشته کشورهای صاحب تکنولوژی تولید پنل تلویزیون به شمار می‌رفتند و این پنل‌ها توسط شرکت‌های توشیبا، سونی، سامسونگ و ال جی تولید می‌شد اما خود این شرکت‌ها به علت عدم صرفه اقتصادی اکنون پنل تلویزیون تولید نمی‌کنند و لذا تولید آن را به شرکت‌های چینی واگذار کرده‌اند و شرکت‌های چینی نیز با در اختیار داشتن نیروی کار ارزان و بهرمندی از برخی از مشوق‌های تولیدی بازار پنل تلویزیون دنیا را به انحصار خود در آورده‌اند و در مقابل نیز شرکت‌های تولید کننده تلویزیون از این تکنولوژی

و در حالی که به ما بدهکار هستند برای ما تعیین تکلیف کنند که بدهی ما را چگونه پرداخت کنند. کشورهایی که با ما مرادوات تجاری دارند باید بدانند که نباید باوجود تعهدات فی‌مابین، به بهانه سیاسی فضا را خالی کنند؛ در مورد دو برند لوازم خانگی کرای، سال‌ها پیش شرکت‌های داخلی سرمایه‌گذاری‌های برای راه‌اندازی خطوط تولید لوازم خانگی انجام دادند و پیرو این اقدام از شرکت‌های لوازم خانگی کرای برای همکاری دعوت کردند، لذا این خطوط تولید با هزینه‌های هنگفت راه‌اندازی شد و به دنبال آن نیز لوازم خانگی این دو برند در داخل کشور تولید می‌شد، اما بعد از تشدید تحریم‌های ظالمانه آمریکا در سال ۹۷ این دو برند تولید کننده لوازم خانگی کرای بدون توجه به تعهداتشان، به یکباره ایران را ترک کردند و با این کار لطمات زیادی را به تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران ما وارد کردند.

«بعد از ترک بازار ایران توسط کرای‌ها چه شد البته بعد از تشدید تحریم‌های آمریکا در سال ۹۷ این اتفاق در مورد خودرو هم رخ داد و دقیقاً در حوزه خودروسازی همین رفتار با تولیدکنندگان ما بروز داده شد به طوری که دو برند خودروساز رنو و پژو که سالی‌ها با خودروسازان بزرگ ما فعالیت مشترک داشتند بدون توجه به تعهداتشان ایران را ترک کردند و از این ناحیه نیز آسیب و لطمات زیادی به حوزه خودروسازی وارد شد، اما تفاوت ترک بازار خودرو ایران توسط خودروسازان و ترک بازار لوازم خانگی ایران توسط سازندگان لوازم خانگی کرای در این مساله بود که خودروسازان ما دولتی هستند و از پشتوانه و اعتبار مالی دولتی استفاده می‌کنند بنابراین آسیب کمتری از عدم پایداری به تعهد خودروسازان خارجی متوجه آنها شد، اما تولیدکنندگان لوازم خانگی از بخش خصوصی هستند که ۱۰۰ درصد سرمایه‌گذاری توسط همین بخش تامین شده و بنابراین خروج شرک‌های تجاری تولید کننده لوازم خانگی کرای از نظر اقتصادی آسیبی به آنها وارد کرد.

تولید نشدن همه قطعات مورد نیاز صنعت لوازم خانگی در کشور ضعف محسوب نمی‌شود. صنعت لوازم خانگی در دنیا یک صنعت لوکس و حتی لاکچری محسوب می‌شود بنابراین تولیدات در این حوزه دائماً با تغییرات تکنولوژی در حال به روز شدن و ارتقا سطح کیفیت و تکنولوژی است بنابراین نمی‌توان از تکنولوژی یک محصول مثلاً برای ۲۰ سال استفاده کرد و سپس آن را تغییر داد بلکه در این حوزه دائماً تکنولوژی در حال تغییر است و به تناسب آن نیز خطوط تولید باید تغییر یابد؛ این کارها، اقداماتی هزینه‌بر است که در بسیاری موارد برای شرکت‌های تولید کننده صرف

یک کارشناس صنعت لوازم خانگی با تأکید بر اینکه تولید نشدن همه قطعات مورد نیاز این صنعت در کشور ضعف محسوب نمی‌شود، گفت: در سال‌های اخیر در خصوص واردات لوازم خانگی کاهش وابستگی به واردات داشته‌ایم همچنین تنوع تولید کننده اجازه نمی‌دهد انحصار در لوازم خانگی داخلی رخ دهد. احسان فدایی کارشناس لوازم خانگی تأکید کرد: تولید نشدن همه قطعات مورد نیاز صنعت لوازم خانگی در کشور ضعف محسوب نمی‌شود. در سال‌های اخیر در خصوص واردات لوازم خانگی کاهش وابستگی به واردات داشته‌ایم. تنوع تولید کننده اجازه نمی‌دهد انحصار در لوازم خانگی داخلی رخ دهد. انحصار در صنعت لوازم خانگی به شکلی که در خودرو وجود دارد ایجاد نمی‌شود و تولیدکنندگان لوازم خانگی باید اعتماد مردم را جلب کنند.

با خروج دو برند کرای لوازم خانگی از ایران بعد از تحریم‌های آمریکا در سال ۹۷، بازار لوازم خانگی دچار تلاطماتی شد به طوری که نه تنها قیمت لوازم خانگی در این بازار به شدت افزایش یافت بلکه برخی کالاها در بازار لوازم خانگی کمیاب و حتی نایاب شدند. این شرایط تولیدکنندگان لوازم خانگی داخلی بلافاصله سعی کردند تا با افزایش تولید، وابستگی ۶۰ تا ۷۰ درصدی به واردات را کاهش دهند و از شوک وارد شده به این بازار بکاهند؛ بنابراین با اقدامات انجام شده در خصوص تولید لوازم خانگی تولیدکنندگان این بخش از صنعت کشور به موفقیت‌های قابل توجهی دست یافتند به طوری که اکنون در این بازار هیچ‌گونه کمبودی وجود ندارد و حتی مسئولان وزارت صمت این ادعا را دارند که در بازار لوازم خانگی به خودکفایی دست یافته‌ایم.

اما نکته قابل توجه در خصوص بازار لوازم خانگی آن است که باوجود موفقیت‌های به دست آمده در این صنعت، هنوز بخشی از قطعات مورد نیاز تولید لوازم خانگی از طریق واردات تامین می‌شود و بخشی از کالاها موجود در بازار نیز از محل واردات غیر رسمی یعنی همان قاچاق تامین می‌شود.

ممنوعیت واردات لوازم خانگی به صورت محصول کامل از سال ۹۷ بوده است و موضوع ممنوعیت واردات مساله جدیدی نیست، اما اینکه واردات دو برند لوازم خانگی کرای ممنوع می‌شود در کنار حمایت از تولید داخل، درواقع به نوعی پاسخ در قبال رفتن آن‌ها در سال ۹۷ از ایران و همچنین اعلام موضع قدرت ایران در مقابل کشور کره است تا بدانند کشورهای دیگر حق ندارند که هر طور که خواستند با ما رفتار کنند و باوجود تعهدی که تولیدکنندگان دو برند لوازم خانگی کرای به ما داشته‌اند به تعهدشان پایبند نباشند



لیمون

لوازم خانه و آشپزخانه

سالن A ۳۸

Hall No.38A

مقدم بازدید کنندگان محترم را گرامی می داریم.



GLASS CONTAINER

Homeware And Kitchenware
Manufacturer .

Top Quality Design And
Durable Goods With Best
Colors .

www.limonware.com



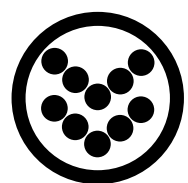
limon
KITCHENWARE



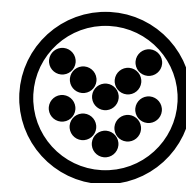
2.1 Liter

@limonware





بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی به روایت تصویر



سیلوان - سالن ۳۸



دمنده - سالن ۶



امرسان - سالن ۳۸



پارس کوهرسان - سالن ۶



شرکت صبح پارلار آسیا - سالن ۳۱۸



ارشیا الکتریک - سالن ۳۸



لیمون - سالن ۳۸۸



دیبوینت - سالن ۳۸



یزد گل - سالن ۹ و ۸



امپرلند - سالن ۱۱ و ۱



پندار آفریتان پاسارگاد - سالن ۳۵



میلان گاز - سالن ۳۱ B



گلدکیش - سالن ۴۰



تک تاز بیتا - سالن ۹ و ۸



یخساران - سالن ۳۵

بازپس‌گیری ۷۰ درصد بازار ایران از برندهای خارجی لوازم خانگی به لطف تحریم

۷۰ تا ۹۰ درصد صنعت لوازم خانگی ایرانی شد



خاموشی، کم‌آبی، بحران‌های ارزی و تورم‌های لجام‌گسیخته سالیان اخیر دوام آورد.

تولیدکنندگان لوازم خانگی معتقدند: ما اقتصاد بدون نفت را تجربه کرده‌ایم و نباید در آینده با گشایش‌های بین‌المللی روال اشتباه وابستگی به درآمد‌های نفتی تکرار شود. امروز دشمنان کشور صنایع استراتژیک از جمله صنعت لوازم خانگی را هدف‌گذاری کرده‌اند تا با آسیب دیدن آنها اقتصاد با مشکل روبه‌رو شود. در زمان حاضر ۱۵۰۰ واحد تولیدی در بخش لوازم خانگی مشغول فعالیت هستند که این پتانسیل نشان می‌دهد تولیدکننده ایرانی توانمندی لازم را دارد و نباید مورد بی‌مهری قرار گیرد. در همین ارتباط کیوان گردان به‌عنوان مدیرکل صنایع برق، فلزی و لوازم خانگی وزارت صنعت معتقد است: صادرات ۱۴۰ میلیون دلاری لوازم خانگی در سال گذشته نشان داد کشوری که خود واردکننده بوده، امروز به یک صادرکننده مهم در منطقه تبدیل شده است. وی با بیان اینکه ظرفیت بازار واردات لوازم خانگی کشورهای همسایه ۳۷ میلیارد دلار است، اضافه کرد: این بازار هم برای صادرات قطعات لوازم خانگی و هم خود لوازم خانگی بسیار حائز اهمیت است.

به‌گفته گردان، صنعت لوازم خانگی در تنگنای تحریم و فشارهای بین‌المللی به بلوغ و خودباوری ملی رسید که این خودباوری با استفاده از توان نیروهای علمی، متخصصان داخلی و حمایت‌های دولت و وزارت صنعت محقق شد. وی با بیان اینکه در ابتدای سال ۹۷ حدود ۶۰ درصد بازار لوازم خانگی در اختیار محصولات خارجی بوده است، تصریح کرد: با داخلی‌سازی انواع لوازم خانگی میلیون‌ها دلار ارز صرفه‌جویی شد به‌نحوی که اگر داخلی‌سازی انجام نمی‌شد، بیش از چهار میلیارد دلار ارز برای تأمین آن تعداد لوازم خانگی مورد نیاز کشور باید هزینه می‌شد. گردان با اعلام اینکه برای تأمین اجزا و قطعات حوزه تولید لوازم خانگی دو سال پیش بیش از ۲ میلیارد دلار هزینه ارزی می‌شد، اضافه کرد: با تحقق خودکفایی و افزایش ۷۰ درصدی عمق ساخت داخل، این رقم به ۱۴۰ میلیارد دلار رسید و به‌لحاظ ارزی ۳۰ درصد کاهش ارزی در تأمین قطعات و اجزای تولید حاصل شد. در زمان حاضر بیش از ۲۰۰ شرکت قطعه‌ساز داخلی در حوزه لوازم خانگی فعالیت می‌کنند که این شرکت‌ها در قالب انجمنی پویا و صنایع پایین‌دستی ذیل آن شکل گرفته‌اند.

امروز صنعت لوازم خانگی در شرایطی به رشد بیش از ۸۰ درصدی پس از تحریم دست یافته است که کمترین استفاده را از منابع طبیعی کشور به‌نسبت صنایعی همچون فولاد، پتروشیمی و سیمان داشته و تولید خود را مبتنی بر ارتقای بهره‌وری ناشی از سرمایه‌گذاری قرار داده است.

چند سالی است که صنایع کشور با مشکلات متعددی از جمله تشدید تحریم‌های بین‌المللی و موانع داخلی دست و پنجه نرم می‌کنند اما یکی از حوزه‌هایی که نشان داد علی‌رغم تحریم‌ها و اتفاقا به‌دلیل وجود همین تحریم‌ها توانسته است تا حد زیادی جهش تولید را محقق و بخشی عمده از تحریم‌ها را بی‌اثر کند و به شکست بکشد، صنعت لوازم خانگی است که طی چند سال اخیر به‌رکت تحریم تحولی گسترده را به خود دیده است.

وضعیت اقتصادی کشور و کاهش درآمد‌های نفتی بیش از هر زمان دیگری لزوم توجه به توسعه تولیدات غیرنفتی را آشکار کرده است، در همین زمینه صنعت لوازم خانگی یکی از صنایعی است که با تنوع محصولات و پتانسیل بالایی تولید پس از نفت، بزرگترین صنعت سودآور کشور محسوب می‌شود. اگرچه طبق آمار و ارقام صنعت لوازم خانگی در جایگاه سوم صنایع کشور و بعد از صنعت خودرو قرار دارد، اما این دو صنعت به‌لحاظ ساختاری تفاوت‌های زیادی با یکدیگر دارند. صنعت خودرو، یک صنعت حمایت‌شده با سپر تعرفه‌ای بسیار بالاست که سطح بهره‌وری و کیفیت محصولات آن قابل قیاس با روند جهانی نیست اما بسیاری از تولیدکنندگان صنایع لوازم خانگی حتی در بدترین شرایط نیز تا حد مناسبی خود را با استانداردهای جهانی انطباق داده‌اند.

پس از تشدید تحریم‌ها و ممنوعیت واردات لوازم خانگی فضای مناسبی برای ارتقای توانمندی تولیدکننده داخلی فراهم شده است و تولیدکنندگان این صنعت می‌گویند، در صورت حمایت دولت، میزان داخلی‌سازی مواد اولیه و قطعات در این بخش افزایش خواهد یافت و در آینده تولیدکننده ایرانی حتی در جایگاهی ویژه در سطح دنیا قرار خواهد گرفت. در صنعت لوازم خانگی به‌طور میانگین ۳۵ درصد اقلام وارداتی است و مابقی ۶۵ تا ۹۵ درصد بسته به پلتفرم واحدهای تولیدی، بومی‌سازی شده است.

بیان این نکته ضروری است که لوازم خانگی ایران به‌عنوان صنعت پیشران کشور توانسته است بیش از ۳۰۰ هزار اشتغال مستقیم و حدود یک میلیون نفر اشتغال غیرمستقیم ایجاد کند و گردش مالی معادل حدود ۶۰ میلیارد دلار در سال داشته است. همچنین میزان نیاز ارزی سالانه این صنعت حدود ۱۲ میلیارد دلار، افزایش ۴۰ درصدی تولید لوازم خانگی را در سال جاری به خود اختصاص داده است.

مقایسه عملکرد صنعت لوازم خانگی با ۵ صنعت مهم کشور که پشتوانه سال‌ها حمایت دولت را در کارنامه دارند، نشان می‌دهد بخش خصوصی قادر است حتی در بدترین شرایط که صنایع اصلی و دولتی در آن قادر به ادامه مسیر رشد‌های بزرگ نیستند، دوام آورد و رشد مطلوبی را تجربه کند. تاب‌آوری (Resilience) بالای این صنعت ناشی از نرخ بهره‌وری بالاتری است که موجب شده است در مقابله با

تورج هددهی مدیرعامل «شرکت تکتاز بیتا»:

تغییر جهت «شرکت تکتاز بیتا» از لوازم پلاستیکی به برقی

در این زمینه فعالیت می‌کنیم.

«لطفاً تاریخچه تأسیس و فعالیت شرکت را برای مخاطبان نشریه شرح دهید؟ چه کالا و خدماتی ارائه می‌دهد؟»

ما از سال ۷۰ حدود سی سال است که در زمینه تولید لوازم خانگی آشپزخانه به‌صورت پلاستیکی فعالیت می‌کنیم، از سال ۷۰ مجموعه ما شرکت نبوده و به صورت شخصی حقیقی بوده است. سال ۹۴ شرکت شدیم و در بازار هم در قالب لوازم خانگی پلاستیکی آشپزخانه از قبیل ظروف فریزری، فلاسک و کفگیر ملاقه‌ها، در بحث آشپزخانه فعالیت داشتیم.

«محصولات شرکت شما چه ویژگی‌های منحصر به فردی دارد؟ و در عرصه تولید و صادرات تاکنون چه دستاوردهایی داشته اید؟»

ببینید ما محصولاتمان مثل سایر شرکت‌ها به این شکل نیست که کپی باشد. یعنی از ایده، طراحی، ساخت قالب‌ها و تولید محصول ما همواره در تمام این مدت هدفمان این بوده است که کالاها را طبق فرهنگ همین کشور طراحی کنیم. خدمت شما عرض کنم که مثلاً ما در سال ۷۶ یک آلبیوگیری را طراحی کردیم که نمونه خارجی نداشت، و از سال ۷۶ به بعد هم در فصل لیمو آن را تولید می‌کنیم.

سال ۷۷ هم یک سبزی‌خوردکن را طراحی کردیم که وجود خارجی نداشت، و تولید آن را شروع کردیم. تقریباً در اواسط دهه ۸۰ یک مسافرتی که البته خارجی آن بود، اما کامل نبود و نسبت به فرهنگ جامعه ما جور نبود، ما آن محصول را تغییراتی دادیم و خیلی هم موفق بودیم و خیلی



شرکت صنعت پلاستیک تکتاز بیتا فعالیت خود را از سال ۱۳۷۰ با ساخت قالب‌های پلاستیک آغاز کرد. از سال ۱۳۷۲ با تولید اولین محصول خود وارد عرصه تولید لوازم خانگی و آشپزخانه و مسافرتی شد. از ابتدا طراحی محصولات جدید، رعایت و حفظ کیفیت، بسته‌بندی مناسب و زیبا و همچنین ارائه محصولات با قیمت مناسب از اهداف این شرکت بوده است و همچنان این مسیر ادامه دارد.

به مناسبت برگزاری نمایشگاه صنایع لوازم خانگی با جناب آقای تورج هددهی مدیرعامل «شرکت تکتاز بیتا» گفت و گویی داشته ایم که در ادامه می‌خوانید:

«لطفاً خودتان را معرفی کرده، سوابق اجرایی و مدیریتی تان را شرح دهید؟»

من تورج هددهی هستم، و فعالیت این مجموعه را از سال ۷۰ شروع کردیم البته به صورت یک کارگاه کوچک و فقط در بحث قالب‌سازی فعالیت داشتیم؛ از سال ۷۲ به بعد دیگر کم‌کم وارد بحث تولید برای خودمان شدیم، که تا الان هم می‌شود گفت که نزدیک به ۳۰ سال است که








WWW.bitaplastic.com



bitaplastic.co



استقبال گسترده بازدیدکنندگان از نشریه رسمی نمایشگاه در بیست و یکمین نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی به روایت تصویر



گروه تولیدی و بازرگانی پندار آفرینان پاسارگاد (پاپ)

تولید کننده انواع لباسشویی، جاروبرقی، کولرهای گازی و تلویزیون های LED
اولین تولیدکننده لباسشویی های دیواری و کولرهای گازی خورشیدی در ایران و خاورمیانه
سالن ۳۵ غرفه ۵

HQ Hertz LUXEN LOVEN



www.pap-holding.ir

www.luxen.ir

www.namayeshgahha.ir

تنها هفته نامه تخصصی صنعت نمایشگاهی ایران

اقتصاد و زندگی

سال سیزدهم - دوره جدید - شماره ۳۹۰ - هفته چهارم آذر ماه ۱۴۰۰

هفته نامه بین المللی

توزیع رایگان در نمایشگاه

لوازم خانگی

بیت ویکمین نمایشگاه بین المللی

برگزار کننده:

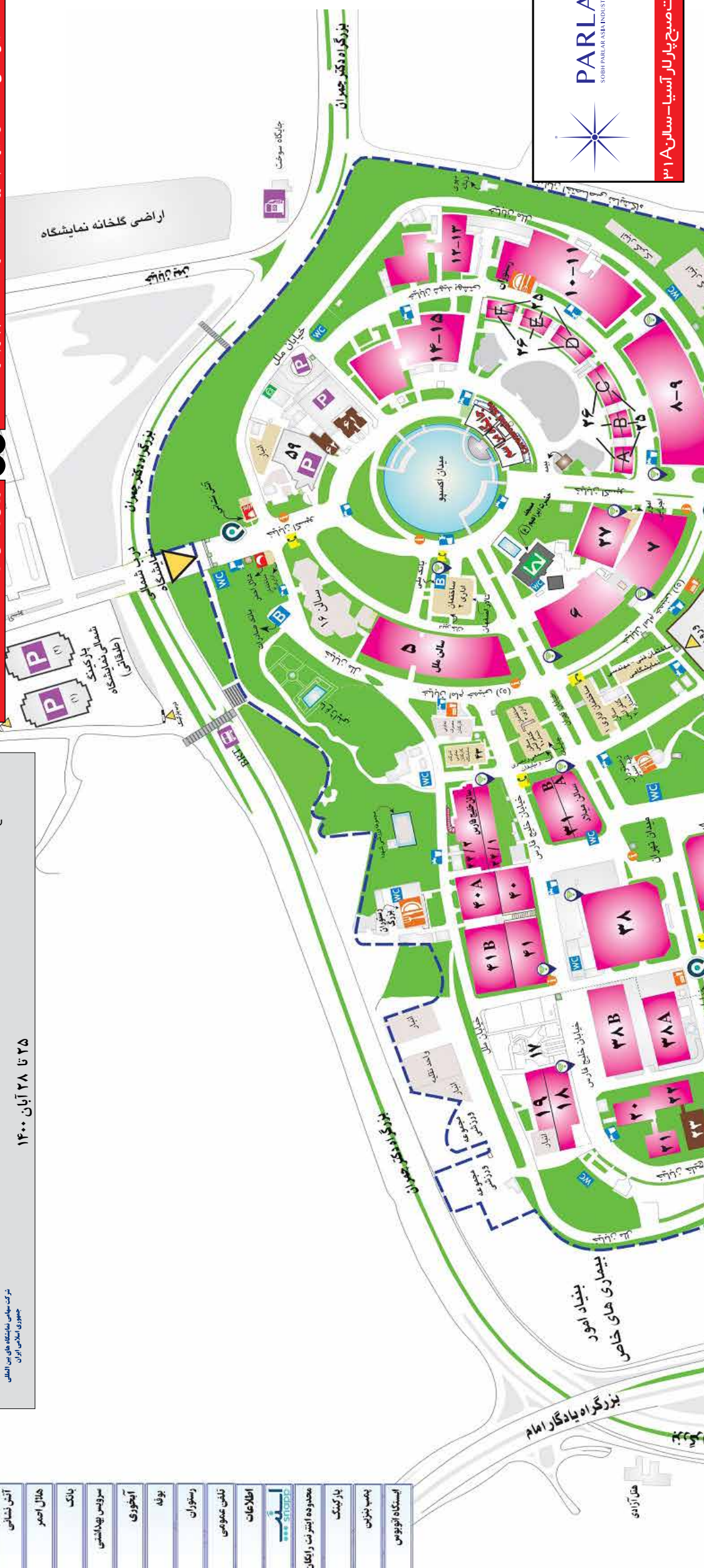


انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

۲۵ تا ۲۸ آبان ۱۴۰۰

با همکاری روابط عمومی
شرکت ملی نمایشگاه‌های بین‌المللی
جمهوری اسلامی ایران

مسجد	پلیس	آتش نشانی	هلال احمر	بانک	سرویس بهداشتی	آبخوری	یوفه	رستوران	تلفن عمومی	اطلاعات	ایستگاه	محدوده اینترنت رایگان	پارکینگ	بیمب بزرگی	ایستگاه اتوبوس



دایا الکترونیک پایا - سالن ۶؟

دایا الکترونیک پایا

DAVA ELECTRONICS

میلان گز آمل - سالن B ۳۱

MILAN

پارس گهر سان - سالن ۶؟

پارس گهر سان

پارس گهر سان

پندار آوریان پاسارگاد - سالن ۳۵

HQ Hertz LUXEN LOVEN

امپرلند - سالن ۱ و ۱۱

امپرلند

لوازم خانه و آشپزخانه

دمند - سالن ۶؟

دامند

DAAMAN DEH

ونوس پلاستیک - سالن ۸ و ۹

Venus plastic

تک تاز بیتا - سالن ۸ و ۹

Bita

ارشیا الکتریک - سالن ۳۸

Arshia

لوازم خانگی ارشیا

سیلوان - سالن ۳۸

SILVAN

ناسیونال ایران - سالن ۳۸

تهلیپس

امرسان - سالن ۳۸

امرسان

زینبا | پیشرو | مطمئن

گلدران - سالن ۳۸

گلدران

روی خوش زندگی

لیمون - سالن ۳۸

لیمون

شرکت صبح پارلار آسیا - سالن ۳۱

PARLAR

SORU PARLARA SANAYI SAN. VE TIC. AS.



رعایت پروتکل های بهداشتی در بیست و یکمین نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی به روایت تصویر



تولید کننده لوازم خانه و آشپزخانه بلور و پلاستیک با کیفیت،
شیک و مناسب تمام سلیقه ها

IMPERIAL
home and kitchen

امچرند
لوازم خانه و آشپزخانه



imperlandplast

www.imperlandplast.com

۰۲۶-۳۲۳۱۸۱۹۰



دهمین نمایشگاه بین المللی آسانسور

۲۶-۲۹ تیرماه ۱۴۰۰

پله برقی، بالابر ها، نقاله ها
 قطعات و تجهیزات جانبی



10th INTERNATIONAL EXHIBITION OF ELEVATORS & ESCALATORS ELEVATING CONVEYORS & ACCESSORIES

Organizer: Iran Chamber of Cooperatives
17-20 July 2021
 Tehran Int'l Permanent Fairground

برگزار کننده
اتاق تعاون ایران
 محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران

با رعایت کامل پروتکل های بهداشتی ستاد ملی کرونا
 بازدید کننده مشخص - مجازی



هجدهمین نمایشگاه بین المللی متالورژی

ایران متافو

The 18th INTERNATIONAL EXHIBITION OF METAFO

STEELXPNOFEREXPOTHERMEXPMINEXP

فولاد - صنایع معدنی - فلزات غیر آهنی - سی، آلومینیوم - روی - ... - ریخته گری
 قالب سازی - ماشین کاری - آهنگری - نسوزها - کوره های صنعتی و عملیات حرارتی



برگزار کننده
نمانگر
 NAMA NEGAR

۱۴-۱۷ آذر ۱۴۰۰
 محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران

05 - 08 Dec. 2021
 Tehran International Permanent Fairground

EXHIBITION

تلفن : ۰۲۱-۸۸۲۰۳۰۲۰
 www.iranmetafo.com sales@iranmetafo.com





MILAN
 PROFESSIONAL PERFECT ELEGANCE

کیفیت بالاتر محصولات متنوع تر

jamshidabad Industrial Town.Amol.Iran
 +98 11 43182020-43183881-43183337
 +98 11 43183882
 mgaco.amol@yahoo.com
 Milangasco.com
 Milangas_amol

آمل. کمر بندی هزار سنگر به محمود آباد
 شهرک صنعتی جمشید آباد



limon
KITCHENWARE



Hall No.38A

مقدم بازدید کنندگان محترم را گرامی می داریم. سالن A ۳۸



**GLASS
CONTAINER**
serving & storage

@limonware www.limonware.com

مایشگاه دائمی: میدان شوش - خیابان صابونیان - خیابان کاخ جوانان - پاساژ الغدير - طبقه پنجم - واحد ۵ تلفن: ۰۲۱-۵۵۰۴۴۲۲۰

تلفن دفتر فروش: ۰۲۱-۵۱۰۴۴۰۰۰ سامانه پیام کوتاه (SMS) شرکت برای دریافت پیشنهادات و انتقادات شما ۳۰۰۰۲۲۲۱