



www.namayeshghahha.ir

هفته نامه بین المللی - سال سیزدهم - دوره جدید - شماره ۴۱۹ - هفتم آذر ماه ۱۴۰۱ توزیع رایگان در نمایشگاه

تیتیر خبر



پیام دکتر رازدار مدیر عامل شرکت سهامی نمایشگاه های بین المللی

نمایشگاه بین المللی فرصتی برای معرفی توانمندی های صنعت لوازم خانگی است



شاهین علیمحمدی رئیس هیئت مدیره ناسیونال ایران

همکاری ناسیونال ایران با برند سوزوکی در تولید محصولات لوازم خانگی



مهندسین کفلی مدیر عامل صنایع تولیدی عروس تفلون

محصولات عروس تفلون در کلاس جهانی تولید می شود

۱۲

بیست و دومین نمایشگاه بین المللی

لوازم خانگی

۲۹ آذر الی ۲ دی ماه ۱۴۰۱

برگزار کننده:



انجمن صنایع لوازم خانگی ایران



با همکاری روابط عمومی مرکز نمایشگاهی ایران



در نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی، علاوه بر حضور بیش از ۵۱۷ شرکت داخلی و خارجی در ۳۹ هزار متر مربع فضای نمایشگاهی، دعوت از هیات های خارجی کشورهای هدف صادراتی ایران، تمرکز بر بازار کشورهای اورآسیا و اقلیم کردستان، رویداد تجلیل و تقدیر از پیشگسوتان لوازم خانگی نیز انجام خواهد شد

عکس: علی بنکسور / انتشارات نمایشگاه

مهندس عباس هاشمی، دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی در گفت و گو با اقتصاد و نمایشگاه:

برگزاری بیست و دومین نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی با حضور ۵۱۷ شرکت داخلی و خارجی



بزرگترین رویداد صنعت لوازم خانگی ایران با حضور صنعتگران و کارآفرینان داخلی و شرکت های خارجی فعال در این صنعت در قالب بیست و دومین نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی (HAMEX2022) از ۲۹ آذر تا ۲ دی ماه ۱۴۰۱ در محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران برگزار می شود.

در نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی، علاوه بر حضور بیش از ۵۱۷ شرکت داخلی و خارجی در ۳۹ هزار متر مربع فضای نمایشگاهی، دعوت از هیات های خارجی کشورهای هدف صادراتی ایران، تمرکز بر بازار کشورهای اورآسیا و اقلیم کردستان، رویداد تجلیل و تقدیر از پیشگسوتان لوازم خانگی نیز انجام خواهد شد

صفحه ۲

تیتیر خبر



محسن شکراللهی مدیر کل دفتر صنایع لوازم خانگی و اداری وزارت صمت:

از تولید کننده تا مصرف کننده لوازم خانگی، هم سرنوشت و یک خانواده هستند



علیرضا آرمون مدیر عامل شرکت امپرنلند پلاست:

حضور چشمگیر شرکت امپرنلند پلاست در بازارهای صادراتی

عضای کمیسیون صنعت و معدن اتاق بازرگانی تهران نگذاریم فرصت اورآسیا هم از دست برود

صفحه ۲

امیر حسین الهامی دکترای مدیریت سیاست گذاری بازار گاتی:

مسیر توسعه صنعت لوازم خانگی از صادرات گذر می کند



شرکت نیکان تجارت اوستا - سالن ۳۵



ناسیونال - سالن ۳۸



لیمون - سالن ۷



دمنده - سالن ۴۱



امپرنلند - سالن ۱۱۰۱

از دیروز تا امروز با طراحی به روز



رمدان



تهلیپس ناسیونال ایران

صنایع الکتریکی ناسیونال ایران
www.neico-electric.com



مهندس عباس هاشمی

بزرگترین رویداد صنعت لوازم خانگی ایران با حضور صنعتگران و کارآفرینان داخلی و شرکت‌های خارجی فعال در این صنعت در قالب بیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی (HAMEX2022) از ۹ تا ۲ دی‌ماه ۱۴۰۱ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار می‌شود.

مهندس عباس هاشمی، دبیر کل انجمن صنایع لوازم خانگی در گفت‌وگو با اقتصاد و نمایشگاه:

برگزاری بیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی با حضور ۵۱۷ شرکت داخلی و خارجی



در نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی، علاوه بر حضور بیش از ۵۱۷ شرکت داخلی و خارجی در ۳۹ هزار متر مربع فضای نمایشگاهی، دعوت از هیات‌های خارجی کشورهای هدف صادراتی ایران، تمرکز بر بازار کشورهای اوراسیا و اقلیم کردستان، رویداد تجلیل و تقدیر از پیشکسوتان لوازم خانگی نیز انجام خواهد شد.

تنها با تفاهم‌نامه‌های ترجیحی، صادرات ایران به روسیه و بازار اوراسیا از ۲۵ میلیارد به ۵ میلیارد دلار افزایش یافته است. در نتیجه می‌توان انتظار داشت که با تفاهم‌نامه تجارت آزاد، صادرات محصولات از افزایش بیشتر ریلی ایران را شاهد باشیم.

پلکانی تعرفه‌ها کاهش می‌یافت اما در تجارت‌نامه آزاد قرار است که بیش از ۷۵۰۰ ردیف تعرفه کالا به صورت تعرفه صفر برقرار شود و کشورهای روسیه، ایران، ارمنستان، آذربایجان، قرقیزستان و بلاروس در تجارت اوراسیا می‌تواند بهترین اهداف صادراتی برای تولیدکنندگان ایران باشد.

بازار اوراسیا بیش از ۳۰۰ میلیارد دلار بازار صادراتی دارد که بیش از ۲۷۰ میلیارد دلار آن بازار روسیه به تنهایی است که با توجه به تحریم‌های روسیه و جنگ اوکراین، حداقل برای دو سال آینده می‌تواند بازار مناسبی برای صادرات محصولات ایران باشد. بهترین فرصت برای خدمات فنی و مهندسی، تولیدکنندگان، صنعتگران، قطعه‌سازان و مجموعه‌سازان ایرانی است و برندهای ایرانی در روسیه و کشورهای منطقه به خوبی شناسایی شده است و می‌تواند در آینده از این فرصت صادراتی بهره‌برداری کند و حتی رقبای ترک و آلمانی را از بازار خارج کند. وی افزود: تنها با تفاهم‌نامه‌های ترجیحی، صادرات ایران به روسیه و بازار اوراسیا از ۲۵ میلیارد به ۵ میلیارد دلار افزایش یافته است. در نتیجه می‌توان انتظار داشت که با تفاهم‌نامه تجارت آزاد، صادرات محصولات و تجارت بیشتر ایران را شاهد باشیم.

الزامات افزایش صادرات در حال آماده شدن است و اگرچه زیرساخت‌های حمل و نقل ریلی و دریایی آماده نیست اما نباید منتظر ایجاد زیرساخت‌ها باشیم و با افزایش رشد صادرات، قطعا تعداد کشتی‌ها و وسایل حمل و نقل جاده‌ای و دریایی و ریلی بهتر خواهد شد. راه‌آهن رشت ازلی نیز می‌تواند کمک زیادی کند.

تسهیلات تراکنش‌های بانکی

برای صادرات ایران هاشمی با اشاره به زمینه‌سازی برای تراکنش‌های مالی بین ایران و روسیه گفت: اخیرا بانک مرکزی ایران با همکاری بانک ملی ایران و کشور روسیه، با ایجاد میربیزنس بنک اقدام‌هایی انجام داده است. شرکت سهامی «میربیزنس بانک» برای انجام عملیات بانکی مجوز را از بانک مرکزی قدراسیون روسیه دریافت کرده است.

برای انجام عملیات بانکی با روبل و ارزهای خارجی (همراه با حق سپرده‌پذیری از اشخاص حقیقی به پول نقد) و سپرده‌پذیری و نگهداری فلزات گران بها از بانک مرکزی روسیه مجوز دریافت کرده است. شرکت سهامی «میربیزنس بانک» یک بانک روسی با سرمایه خارجی است، که فعالیت و عملکرد آن را بانک مرکزی روسیه تنظیم می‌کند. تنها سهامدار این بانک «بانک ملی ایران» است که ۱۰۰ درصد از سهام آن را در اختیار دارد.

از سوی دیگر، صادرات به صورت ریالی از ایران انجام می‌شود و از طرف روسیه روبل دریافت خواهد شد. فعلا امکان گشایش آل سی به خاطر تحریم‌های ایران و روسیه فراهم نیست اما سایر ابزارهای مالی از جمله میربیزنس بانک را داریم.

رویداد تجلیل از پیشکسوتان لوازم خانگی

هاشمی در مورد رویدادهای نمایشگاه نیز گفت: در حاشیه نمایشگاه لوازم خانگی، رویداد تجلیل و تقدیر از پیشکسوتان لوازم خانگی را خواهیم داشت. مراسم یادبود درگذشتگان فعال در صنعت لوازم خانگی، برگزار خواهد شد.

کرده ایم و مختصات نمایشگاه را به اطلاع مقامات اتاق‌های بازرگانی و سازمان‌های تجاری کشورهای مختلف رسانده ایم تا با شرکت خود در نمایشگاه لوازم خانگی ایران، در جریان فعالیت‌ها و همکاری‌های تجاری و صنعتی بین کشورها قرار گیرند.

هاشمی اظهار داشت: در بین کشورهای مختلف، علاقه‌مند هستیم که به کشورهای هدف صادراتی توجه کنیم. به نظر می‌

تلاش می‌کنیم که این هیات‌ها از بین اهداف صادراتی لوازم خانگی ایران انتخاب شوند.

رونمایی از نمایشگاه در شبکه‌های خارجی

مهندس عباس هاشمی، گفت: حدود ۲۰ روز پیش در نشست خبری مفصل با شبکه‌های تصویری حاضر در ایران که مجاز به فعالیت بوده‌اند، از برگزاری نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی ایران رونمایی کردیم و سه شبکه از ترکیه، و شبکه‌های دیگر از چین، روسیه، عراق، آذربایجان، اقلیم کردستان عراق، در جلسه حاضر شدند و اخبار برگزاری نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی را در کشورهای خود و شبکه‌های بین‌المللی منتشر کردند و در حال حاضر، فعالان صنعتی در این کشورها در جریان برگزاری نمایشگاه لوازم خانگی ایران هستند. از این طریق، انجمن‌های متناظر و شرکت‌های تولیدی مختلف فعال در



در نمایشگاه لوازم خانگی بر نفوذ در بازار کشورهای اوراسیا، نیز تمرکز خواهیم شد. زیرا قرار است تفاهم‌نامه‌های تجارت‌نامه ترجیحی به تفاهم‌نامه‌های تجارت آزاد تبدیل شود. یعنی قبلا حدود ۵۰۰ قلم کالا به صورت پلکانی تعرفه‌ها کاهش می‌یافت اما در تجارت‌نامه آزاد قرار است که بیش از ۷۵۰۰ ردیف تعرفه کالا به صورت تعرفه صفر برقرار شود و کشورهای روسیه، ایران، ارمنستان، آذربایجان، قرقیزستان و بلاروس در تجارت اوراسیا می‌تواند بهترین اهداف صادراتی برای تولیدکنندگان ایران باشد.

این کشورها، می‌توانند از امکانات موجود در پلت‌فرم نمایشگاهی ایران، جهت معرفی توانایی‌های خود و همچنین ارتباط با شرکت‌های داخل ایران و ارتباط با بازارهای ایران و بازارهای منطقه استفاده کنند و با حضور آنها در نمایشگاه لوازم خانگی ایران، همکاری‌های تجاری و صنعتی دو طرف گسترش خواهد یافت.

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی افزود: به عبارت دیگر، شناسایی قابلیت‌ها و توانمندی‌های صنعت لوازم خانگی کشور در بخش قطعه‌سازی، محصول نهایی، و مجموعه‌سازها، به کشورهای منطقه را افزایش خواهیم داد.

تمرکز بر بازار کشورهای اوراسیا عباس هاشمی با اشاره به فرصت مناسب نفوذ در بازار اوراسیا گفت: در نمایشگاه لوازم خانگی بر نفوذ در بازار کشورهای اوراسیا، نیز تمرکز خواهیم شد. زیرا قرار است تفاهم‌نامه‌های تجارت‌نامه ترجیحی به تفاهم‌نامه‌های تجارت آزاد تبدیل شود. یعنی قبلا حدود ۵۰۰ قلم کالا به صورت

مهندس عباس هاشمی، دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی در گفت‌وگو با اقتصاد و نمایشگاه با اشاره به برگزاری بیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی با

بزرگترین رویداد صنعت لوازم خانگی ایران با حضور صنعتگران و کارآفرینان داخلی و شرکت‌های خارجی فعال در این صنعت در قالب بیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی (HAMEX2022) از ۹ تا ۲ دی‌ماه ۱۴۰۱ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار می‌شود. علاوه بر حضور بیش از ۵۱۷ شرکت داخلی و خارجی در ۳۹ هزار متر مربع فضای نمایشگاهی، دعوت از هیات‌های خارجی کشورهای اوراسیا و اقلیم کردستان، رویداد تجلیل و تقدیر از پیشکسوتان لوازم خانگی نیز انجام خواهد شد. دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی در گفت‌وگو با اقتصاد و نمایشگاه با اشاره به برگزاری بیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی با

بزرگترین رویداد صنعت لوازم خانگی ایران با حضور صنعتگران و کارآفرینان داخلی و شرکت‌های خارجی فعال در این صنعت در قالب بیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی (HAMEX2022) از ۹ تا ۲ دی‌ماه ۱۴۰۱ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار می‌شود.

در نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی، علاوه بر حضور بیش از ۵۱۷ شرکت داخلی و خارجی در ۳۹ هزار متر مربع فضای نمایشگاهی، دعوت از هیات‌های خارجی کشورهای هدف صادراتی ایران، تمرکز بر بازار کشورهای اوراسیا و اقلیم کردستان، رویداد تجلیل و تقدیر از پیشکسوتان لوازم خانگی نیز انجام خواهد شد.

مهندس عباس هاشمی، دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی در گفت‌وگو با اقتصاد و نمایشگاه با اشاره به برگزاری بیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی با

وی افزود: ثبت نام قطعی حضور شرکت‌های داخلی و خارجی در نمایشگاه لوازم خانگی نشان می‌دهد که در بخش تولید داخلی، حضور تعداد ۴۴۷ شرکت در ۳۶۷۰۰ متر مربع تاکنون قطعی شده است. در بخش فضای باز نمایشگاه نیز حضور ۳۰ شرکت داخلی در فضای ۱۷۰۰ متر مربع حضور خواهند داشت. همچنین در بخش شرکت‌های خارجی، برندهای بین‌المللی با ۷ شرکت در ۲۳۰ متر مربع حضور دارند و پابوین شرکت چین نیز به صورت اختصاصی با حضور ۷ شرکت در ۱۱۸ متر فضای نمایشگاهی قطعی شده است.

وی با اشاره به تقاضای نزدیک به ۷۱ هزار مترمربع فضای نمایشگاهی لوازم خانگی حجیم برقی، لوازم خانگی برقی، کوچک، فلزی، پلاستیکی و چوبی و... که درخواست حضور داشته‌اند، افزود: تلاش کرده‌ایم که جامایی‌هایی به صورت تخصصی و متمرکز در رابطه با هر رشته از فعالیت‌ها داشته باشیم تا بازدیدکننده راحت‌تر باشد و سالن‌ها به صورت تخصصی و متمرکز باشد تا بازدیدکننده برای مراجعه به شرکت‌های تولیدکننده لوازم خانگی برقی، حجیم، یخچال و فریزر، صوتی و تصویری و... به سالن‌های مرتبط با آنها مراجعه کنند. به عبارت دیگر، بازدیدکننده به صورت هدفمند به سالن صوت و تصویر، لوازم خانگی کوچک، سبک کالایی یخچال، فریزر، لباسشویی، لوازم خانگی گاز سوز و... به صورت حرفه‌ای و تخصصی مراجعه می‌کند و مثلث طلایی قطعه‌سازان، مجموعه سازان و تولیدکننده نهایی نیز رعایت شده و این فعالیت‌ها نزدیک به هم در سالن‌های نمایشگاهی جامایی شده‌اند تا ارتباط نزدیک‌تری داشته باشند.

وی با اشاره به توجه به گرید+A نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی گفت: برای رعایت شاخص‌ها حتما باید چند رویداد علمی، و حضور هیات‌های تجاری خارجی را داشته باشیم. سال قبل از لبنان، هندوستان و اقلیم کردستان سه هیات تجاری حضور داشتند و امسال نیز از چند کشور هیات‌های تجاری خواهیم داشت.

پیام

پیام دکتر رازدار
مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران
نمایشگاه بین‌المللی فرصتی برای معرفی توانمندی‌های صنعت لوازم خانگی است



صنعت لوازم خانگی یکی از صنایع دیرپا در ایران است که از دهه ۷۰ شمسی تاکنون با فراز و فرودهایی روند رو به رشد خود را طی کرده و دچار تحولات چشمگیر شده است. تبدیل سریع صنایع بزرگ و سخت‌افزاری به صنایع نرم افزاری مدرن، محصولات لوازم خانگی را با دنیای دیجیتال امروز مرتبط کرده است. شرکت‌های پیشرو دنیا، با آگاهی نسبت به بازار مورد نظر، برای موفقیت‌های مستمر برنامه ریزی می‌کنند. با تقسیم‌بندی درست و منطقی بازار هدف محصول و شناخت کافی از هریک از اجزای بازار هدف و تحولات آن می‌توان به آینده برنامه ریزی‌ها و اقدامات امیدوار بود. در بین انبوه ضروریات زندگی، لوازم خانگی به لحاظ گستردگی و ضرورت استفاده از آنها توسط اقشار گوناگون جامعه از اهمیت و حساسیت خاصی برخوردار است.

در همین راستا نقش نمایشگاه‌ها برای ایجاد فرصت‌های انتقال تکنولوژی و اطلاعات، بازاریابی، برندسازی و شبکه‌سازی بسیار حائز اهمیت است و بیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی بعنوان فضایی برای ایجاد تعامل و همکاری میان تولیدکنندگان و صاحبان صنایع با شرکتهای دانش‌بنیان، متخصصان و بازرگانان کشور خواهد شد.

سیاست شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران در سال جاری، حمایت هر چه گسترده‌تر از کلیه فعالان، خدماتی و تجاری در کشور است که در نهایت به رونق اقتصادی کشور کمک خواهد کرد. همچنین با توجه به منویات مقام معظم رهبری مدظله‌العالی، برگزاری نمایشگاه‌های تقاضا محور و ارائه نیازهای فناوری دستگاه‌های بزرگ صنعتی و اجرایی کشور به جامعه دانشگاهی و دانش‌بنیان داخلی در دستور کار این شرکت قرار گرفته است. سیاست دیگر شرکت، کمک به حضور فعال و گسترده کسب و کارهای نوپا و شرکتهای دانش‌بنیان در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی است که بیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی با برنامه‌های متنوع خود، این سیاست‌ها را بخوبی دنبال می‌کند.

در همین راستا بیست و دومین دوره این نمایشگاه با توجه به رشد تعداد مشارکت‌کنندگان و افزایش متراژ نمایشگاه با اهداف: معرفی توانمندی‌های صنعت لوازم خانگی به جامعه، ارائه نوآوری‌ها و ابتکارات در چرخه تولید لوازم خانگی، ایجاد فضایی برای تحقیق و ارزیابی صنعتگران، متخصصان، کارشناسان و دانش‌پژوهان از صنعت لوازم خانگی، شناسایی نظرات مردم از محصولات ارائه شده براساس اصول مشتری‌گرایی، توسعه و تعمیق ارتباط بین تولیدکنندگان محصولات نهایی و قطعه‌سازان، برگزار می‌گردد.

شرکت سهامی نمایشگاه‌های جمهوری اسلامی ایران ضمن ابراز خرسندی از تداوم برگزاری این نمایشگاه توسط انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، مراتب سیاست‌گذاری خود را از انجمن‌ها، شرکت‌ها و نهادهای دولتی و خصوصی که با مشارکت در این نمایشگاه‌ها عرضه تولیدات و خدمات خود امکان برپایی این رویداد را فراهم نموده‌اند، اعلام می‌دارد.



شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران

اقتصاد و سیاست

هفته‌نامه بین‌المللی نمایشگاه‌های ایران

صاحب امتیاز: مدیرمسئول و سردبیر: بهزاد زرین‌پور

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: ۴۸۰۲۰۴۱

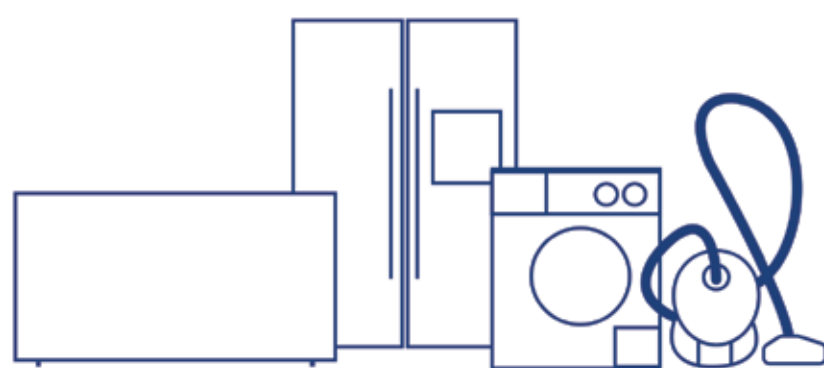
www.namayeshgahha.ir - چاپ: هنر سرزمین سبز





شرکت نیکان تجارت اوستا

هلدینگ لوازم خانگی



www.nikan-ta.com

تلفن: ۶۶ - ۶۳ - ۴۵ ۴۴ ۴۲ - ۴۱
فکس: ۸۲ ۴۵ ۴۴ ۴۲ - ۴۱
خدمات مرکزی: ۵۱۳۳ - ۴۱



شاهین
علیمحمدی

محمدحسن کاظمی مدیرعامل صنایع تولیدی عروس تفلون:

محصولات عروس تفلون در کلاس جهانی تولید می‌شود

مجموعه تولید عروس تفلون در راستای سیاست گسترش تولیدات داخلی و رقابت با محصولات خارجی در حوزه لوازم خانگی بالاخص ظروف پخت‌وپز در سال ۱۳۷۳ تأسیس شد. این شرکت با نزدیک به ۳ دهه فعالیت و تولید محصولات با کیفیت و مطابق با استانداردهای روز دنیا، جزو پرندهای خوشنام صنعت لوازم خانگی ایران شناخته می‌شود. تنوع محصولات صنایع عروس یکی از نقاط قوت فعالیت‌های این شرکت تولیدی محسوب می‌شود و در حال حاضر در حال حاضر ۲۵۹ محصول با بیش از ۲۰ نوع تنوع رنگی، در گروه محصولات کششی، فورج و دایکاست را تولید می‌نماید. نشریه اقتصاد و نمایشگاه به مناسبت برگزاری بیستمین و دومین نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی با محمدحسن کاظمی مدیرعامل صنایع تولیدی عروس تفلون گفت و گویی انجام داده است:



و دایکاست در سبب تولیدات ما قرار دارد. از سوی دیگر، تولید کارتن سازی، ریخته گری، ظروف دایکاست و دسته ساز از دیگر فعالیت‌های مجموعه تولیدی صنایع عروس است. مدیرعامل صنایع تولیدی عروس تفلون با اشاره به طرح‌های توسعه شرکت تصریح کرد: ظروف فورج جدیدترین محصول تولیدی صنایع عروس، است. پرس فورج ۵ هزار تنی با تنوع بالای طرح و قالب در راستای تکمیل سبب محصولات صنایع تولیدی عروس در دستور کار قرار داده شده است. همچنین در آینده‌ای نزدیک خط تولید تزریق دایکاست افتتاح می‌شود که کمک شایانی به تکمیل زنجیره تولیدات محصولات صنایع عروس خواهد کرد.

محمدحسن کاظمی با اشاره به تحریم‌های فعلی و محدودیت‌های موجود در بازارهای منطقه عنوان کرد: علیرغم این محدودیت‌ها، محصولات صنایع عروس به بیش از ۱۰ کشور منطقه صادر می‌شود و بیش از نیمی از این کشورها به عنوان بازارهای متصل صادراتی در دستور کار ما قرار دارند. از سوی دیگر، حضور در این بازارهای صادراتی، نیازمند اخذ مجوزهای استاندارد و گواهینامه‌های

محمدحسن

کاظمی:

علیرغم تحریم‌ها و محدودیت‌ها، محصولات صنایع عروس به بیش از ۱۰ کشور منطقه صادر می‌شود و بیش از نیمی از این کشورها به عنوان بازارهای متصل صادراتی در دستور کار ما قرار دارند.

شاهین علیمحمدی رئیس هیئت مدیره شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران:

همکاری ناسیونال ایران با برند سوزوکی در تولید محصولات لوازم خانگی

شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران با بیش از نیم قرن فعالیت با تولید محصولات باکیفیت و متنوع یکی از شرکت‌ها خوشنام صنعت لوازم خانگی ایران شناخته می‌شود و دارای بیشترین رکورد و افتخارات در عرصه تولید است. این شرکت تاکنون برای بیش از ۲۲ هزار نفر بطور مستقیم اشتغال زایی و بیش از ۷ میلیون دستگاه لوازم خانگی کوچک تولید نموده است. نشریه اقتصاد و نمایشگاه به مناسبت برگزاری بیست و دومین نمایشگاه بین المللی صنعت لوازم خانگی ایران با شاهین علیمحمدی رئیس هیئت مدیره شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران درباره فعالیت‌ها و برنامه‌های آینده این شرکت گفت و گویی انجام داده است:



رئیس هیئت مدیره شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران با اشاره به تاریخچه فعالیت این شرکت اظهار داشت: ناسیونال ایران از بدو تأسیس در سال ۱۳۴۶ با سرمایه گذاری مشترک ماتسوشیتا زاین (پاناسونیک) با هدف تولید محصول با کیفیت زاینی، انتقال تکنولوژی و اشتغال زایی در استان اصفهان در زمینی به مساحت بیش از ۶۰٫۰۰۰ متر مربع و ۱۲ سوله تولیدی واقع شده است.

ناسیونال ایران تا به امروز بیش از ۲۲٫۰۰۰ نفر بطور مستقیم اشتغال زایی و بیش از ۷ میلیون دستگاه لوازم خانگی کوچک تولید نموده است. شاهین علیمحمدی با اعلام این مطلب گفت: این شرکت محصولاتی مانند جارو برقی، چرخ گوشت، پلوپز، آب میوه گیری، انواع فر برقی، پنکه و غیره تولید نموده است که در بعضی از محصولات از جمله پلوپز دارای رکورد تولید در سطح خاورمیانه می‌باشیم. وی افزود: از سال ۱۳۹۷ و همزمان با اوج گیری تحریم‌های کشورهای غربی و سایر اختلافات در زمینه افزایش بومی سازی و انتقال تکنولوژی به ایران، سهامدار خارجی ایران را ترک نموده و ما بعنوان سهامدار ایرانی اقدام به خرید سهم نمودیم و به همت مهندسین و جوانان ایرانی راه نیم قرن را با برند تولیپس و افزایش سبب محصولات ادامه دادیم به‌طوری‌که از ۱۲ محصول در زمان مشارکت زاین، امروز به بیش از تولید ۶۰ محصول دست یافته‌ایم. او با اشاره به طرح‌های توسعه‌ای شرکت ناسیونال ایران اظهار داشت: توجه ویژه به بحث خدمات پس از

فروش به صورتی که در سال ۱۴۰۲ قطعاً عنوان بهترین شبکه خدمات پس از فروش لوازم خانگی کوچک یکی از اهداف اصلی ما است. در حال حاضر با بیش از ۳۰۰ مرکز خدمات پس از فروش در کشور فعال هستیم که امیدوارم شاهد رشد کمی و کیفی ۵۰٪ برای سال آینده باشیم. بحث دوم و بسیار مهم با همکاری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری بحث محصولات دانش بنیان و هوشمند سازی محصولات را داریم به گونه‌ای که بیش از ۴۰٪ محصولات ما به‌صورت اینترنتی و از راه دور در یک طرح نوع آفرانه فعالیت دارد. توسعه محصول بر اساس نیاز مشتریان و با تکیه بر آخرین تکنولوژی هم قطعاً از اهداف ما است و راه اندازی خط مایکروویو و کولر گازی از جمله این اهداف است. شاهین علیمحمدی تأکید کرد: در عرصه تولید و کیفیت شاید بتوان با قدرت بیان کرد که ناسیونال ایران دارای بیشترین رکورد و افتخارات در ۵۶ سال است. از تولید کننده برتر استانی و کشوری تا بالاترین نشان‌های استاندارد در طول دهه‌های مختلف اما به‌صورت خلاصه اشاره‌ای به دو سال گذشته است که این شرکت دارای گواهی ایزو ۹۰۰۱-۲۰۱۵ در زمینه سیستم‌های مدیریت کیفی / ایزو ۱۴۰۰۱-۲۰۱۵ سیستم‌های مدیریت محیط زیست و... به همین ترتیب این شرکت به‌عنوان ۱۰۰ شرکت برتر کشور در سال ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰، مدیر برتر کشور، واحد صنعتی نمونه کشور و غیره انتخاب گردیده است. یکی از مهمترین افتخارات ما در سال ۱۴۰۱ در رقابت لوح زرین برند محبوب ایرانی از همایش برند محبوب مصرف کننده به میزبانی انجمن حمایت از مصرف کنندگان بوده است.

از دیگر افتخارات ما می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود: نشان لیاقت مدیریت ایران سال ۱۴۰۰ از وزارت صمت نشان واحد شایسته سال ۱۴۰۰ از اداره استاندارد ایران. نشان زرین سال ۱۴۰۰-وزارت صمت نشان واحد شایسته سال ۱۴۰۰-وزارت صمت نشان واحد شایسته سال ۱۴۰۰-استاندارد ایران نشان واحد شایسته تقدیر سال ۱۴۰۱ انجمن حمایت

شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران با بیش از نیم قرن فعالیت با تولید محصولات باکیفیت و متنوع یکی از شرکت‌ها خوشنام صنعت لوازم خانگی ایران شناخته می‌شود و دارای بیشترین رکورد و افتخارات در عرصه تولید است. این شرکت تاکنون برای بیش از ۲۲ هزار نفر بطور مستقیم اشتغال زایی و بیش از ۷ میلیون دستگاه لوازم خانگی کوچک تولید نموده است. نشریه اقتصاد و نمایشگاه به مناسبت برگزاری بیست و دومین نمایشگاه بین المللی صنعت لوازم خانگی ایران با شاهین علیمحمدی رئیس هیئت مدیره شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران درباره فعالیت‌ها و برنامه‌های آینده این شرکت گفت و گویی انجام داده است.

از مصرف کنندگان نشان واحد شایسته سال ۱۴۰۱ واحد برتر گروه صنایع لوازم خانگی و اداری سال ۱۴۰۱-وزارت صمت چهره‌های نامی-صنعت و معدن و اقتصاد مورخ ۲۳ آذرماه ۱۴۰۱

وی در ادامه خاطرنشان ساخت: در عرصه صادرات، ما از سال ۱۳۹۹ صادراتی داشته‌ایم که با توجه به شرایط سیاست خارجی متأسفانه در نوسان و بسیار سخت بوده است. از سوی دیگر، قراردادی با ارمنستان جهت تولید و صدور محصولات و قطعات با حضور وزیر محترم جناب آقای قاضی امضاء گردیده است.

رئیس هیئت مدیره شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران مشکل نقدینگی و دسترسی بودن قیمت‌ها و عدم همکاری بانک‌ها در تأمین نقدینگی را از جمله بزرگترین مشکلات صنعت لوازم خانگی برشمرد و افزود: با تورم بیش از ۴۰٪ در رشد پرشتاب قیمت دلار قطعاً همه شرکت‌ها نیاز به نقدینگی بیشتر دارند که متأسفانه این مهم علیرغم پیگیری‌های فراوان به علت مشکل کلی که در کشور وجود دارد، توسط بانک‌ها بی‌نتیجه مانده و دستور العمل‌های روزانه بانک مرکزی هم فقط شرایط را بدتر می‌کند. سایر موارد دیگر مانند تحریم، قاچاق، رکود حاکم بر بازار هم مواردی هست که فکر می‌کنم برای همه منابع و صف‌ها یکسان هستند همه به امید روزهای بهتری هستیم.

نسل دوم تلویزیون‌های تولیپس، سری جدید آب میوه گیری‌های تمام دیجیتال با برنامه‌های مختلف. نسل جدید فرهای برقی سری جدید پنکه‌های تولیپس و در حدود ۱۵ محصول جدید در این نمایشگاه رونمایی شده است. شاهین علیمحمدی با اعلام این مطلب گفت: نوید دیگر ما این است که علی‌رغم کلیه مسایل و تحریم‌های موجود، برند بین‌المللی سوزوکی بزودی با مجموعه ناسیونال جهت عرضه کالا در بازار داخلی و خارجی شروع به تولید خواهد کرد.

AROOS
Cookware Manufacturer
کیفیت راز زندگی کنید

دفتر مرکزی: تهران، خیابان بهشتی، خیابان
سرافراز، کوچه پنجم، پلاک ۱۷، واحد ۳
تلفن: ۸۸۷۳۵۴۴۴، فکس: ۸۸۷۳۱۳۷۲
www.aroos.co.ir

منتظر دیدارتان هستیم
سالن ۶، صنایع تولیدی عروس

CE

امپرلند

تولید کننده لوازم خانه و آشپزخانه

مناسب تمام سلیقه‌ها

سالن ۱۰ و ۱۱ - غرفه ۳۳

RIVAN CONTAINERS



IN 6 SIZES

جا حبوبات و ادویه چهارگوش شیشه‌ای درب چوبی



INSTAGRAM : imperlandplast
WEBSITE: imperlandplast.com

IMPER LAND
home and kitchen

هم اکنون محصولات باکیفیت امپرلند پلاست در دسترس تمام مصرف‌کنندگان ایرانی و برون مرزی قرار دارد و این برند توانسته است با صادرات محصولات باکیفیت، جایگاه محصولات ایرانی را در سطح بین‌المللی بیش از پیش تقویت نماید

علیرضا آزمون مدیر عامل شرکت امیرلند یلاست:

حضور چشمگیر شرکت امپرلند پلاست در بازارهای صادراتی

بزرگ‌ترین رویداد صنعت لوازم خانگی ایران با حضور صنعتگران، کارآفرینان داخلی و شرکت‌های خارجی فعال در این صنعت در قالب بیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی (HAMEX2022)، از ۲۹ اردیبهشت تا ۳۰ اردیبهشت ۱۴۰۱ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران در حال برگزاری است. شرکت‌های فعال در زمینه تولید لوازم خانده و آشپزخانه در این رویداد حضور دارند. یکی از شرکت‌های مطرح در این حوزه، شرکت امپیرلند پلاست است که با رونمایی از آخرین محصولات و تقاضای خود، دیدگاه‌های نو و نوآوری‌های خود را به نمایش گذاشته است.

شرکت امپرلند پلاست تولیدکننده لوازم خانۀ و آشپزخانه با به کارگیری دانش فنی روز و رعایت استانداردهای لازم فعالیت خود را اتداوم بخشیده و در تولیدات خود زیبایی، ظرافت، استحکام، تنوع رنگ و طرح را مورد توجه قرار داده تا علاوه بر رفع نیاز بازار داخلی در بازارهای صادراتی نیز حضور داشته باشد.

نشریه اقتصاد و نمایندگان به مناسب بر گزارى نمایشگاه لوازم خانگى با علیرضا آزمون مدیرعامل شرکت امپرلند پلاست درباره فعالیتها و برنامۀ هاى این شرکت گفت و گو کرد. نتایج اتجام دادۀ این گفت و گوهاى تاقى

های امپرلند می توان به افزایش سطح رضایت مصرف

کنندگان از محصولات
امپرنلند اشاره نمود. علیرضا
آزمون با بیان این مطلب
اعلام کرد: موفق شده ایم
با افزایش مستمر کیفیت
محصولات تولیدی شرکت،
حضور خود را در بازار
کشورهای منطقه خاورمیانه
گسترش دهیم. محصولات
ما به کشورهای از جمله

تاجیکستان، ازبکستان، عراق، پاکستان و امارات متحده عربی صادر می‌شود.

وی در پایان با اشاره به مشارکت شرکت امپرلند پلاست در نمایشگاه لوازم خانگی اظهار داشت: در این رویداد مهم صنعت لوازم خانگی از آخرین محصولات خود از جمله، جا حبوبت چهارگوش، درب چوبی، ست های بهداشتی، جا ادویه های استندارد و... رونمایی می کنیم.

تمام تولیدات خود قرار دهد.

وی افزود: هم اکنون محصولات باکیفیت امپلرند پلاست در دسترس تمام مصرف‌کنندگان ایرانی و برون مرزی قرار دارد و این برند توانسته است با صادرات محصولات باکیفیت، جایگاه محصولات ایرانی را در سطح بین المللی بیش از پیش تقویت نماید.

مدیرعامل شرکت امپرلند
پلاست با اشاره به طرح‌های
توسعه‌ای این شرکت تصریح
کرد: امروزه اهداف پیش
روی امپرلند پلاست در
ابتدا گسترش خط تولید به
همراه بالا بردن بیش از پیش
کیفیت محصولات، افزایش
رضایت مصرف کنندگان
گرامی و همچنین کمک به
توسعه و پیشبرد صنعت لوازم
آشپزخانه ایران در سطح بین
المللی است.

از مهم ترین دستاوردها



علیرضا آزمون:

اهداف پیش روی
امپرنده پلاست
در ابتدا گسترش
خط تولید به همراه
بالا بردن کیفیت
محصولات، افزایش
رضایت مصرف
کنندگان گرمی و
همچنین کمک به
توسعه و پیشبرد
صنعت لوازم
آشپزخانه ایران در
سطح بین المللی
است.

مدیرعامل شرکت امپرنلند
پلاست با اشاره به فعالیت
های این شرکت اظهار داشت:
امپرنلند پلاست توانسته است
با سال ها تجربه فعالیت در
عرصه تولید لوازم خانه و
اشپزخانه با توجه به سلیقه
مشتری و ادغام کردن آن
با استانداردهای روز، سطح
کیفیتی محصولات تولیدی
خود را افزایش دهد و در
جهت رعایت حقوق مصرف
کنندگان، استفاده از مواد
اولیه بهداشتی و مرغوب
همراه با چاشنی خلایقیت
در طراحی را سرلوحه

نادر ریوندی رئیس هیئت مدیره شرکت ساتر صنعت الکترونیک باراد:

طراحی و تولید بردهای کنترل هوشمند لوازم خانگی
در شرکت سائر صنعت الکترونیک باراد

با پیشرفت چشمگیری تکنولوژی و استفاده روزافزون از دستگاه‌های الکترونیکی، اهمیت طراحی و تولید محصولات الکترونیکی با کیفیت بالا و عملکرد مطلوب بیش از پیش مورد نیاز است. بر الکترونیک لوازم خانگی با توجه به نیاز روزافزون صنایع به بردهای الکترونیکی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. شرکت دانش بنیان سار صنعت الکترونیک یار، یکی از دام‌های شاخص در زمینه تولید بردهای لوازم خانگی است. این شرکت در پیست و دومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی ایران که از ۲۹ آذر تا ۲۵ دی ماه سال جاری در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران بر گزار می‌شود، حضور چشمگیری دارد. با همین مناسبت تشیع به اقتصاد و نمایشگاه‌ها نادر، پودشی، ریاس مدیریت صنعت سار شرکت دانش بنیان سار صنعت الکترونیک یار، در باره فعالیت این شرکت گفت و گفت: «ما در ادامه دادیم»

رئیس هیئت
مدیره شرکت سائر

باراد با اشاره به تاریخچه فعالیت های این شرکت به خبرنگار ما گفت: شرکت ساتر صنعت الکترونیک باراد فعالیت خود را از سال ۱۳۹۷ در زمینه تولید بردهای کنترلی هوشمند لوازم خانگی آغاز

کرد و در اولین محصول خود را تحت عنوان برد همه کاره ماشین لباسشویی وارد عرصه بازار نمود و در حال حاضر این شرکت قادر به طراحی و تولید هر نوع برده برای محصولات صنعت لوازم خانگی می باشد. همچنین شرکت ساتر صنعت الکترونیک باراد از سال ۱۳۹۸ به عنوان یک شرکت دانش بنیان فعالیت خود را زیر نظر پارت علم و فناوری شهرستان تبرک حیدریه ادامه می دهد.

وی افزود: شرکت ساتر صنعت الکترونیک باراد در حال حاضر بردهای ماشین های ظرفشویی، دیفراست یخچال را نیز تولید می نماید. رئیس هیئت مدیره شرکت

ساتر صنعت الکترونیک باراد
با اشاره به طرح های توسعه
ای این شرکت اظهار داشت:
این شرکت در راستای اجرای
طرح های توسعه ای خود
به دنبال طراحی و تولید
بردهای اینورتر مخصوص
کولر آبی، کولر گازی،
پکیچ و موتورهای صنعتی
است.

وی در بخش دیگری از صحبت های خود در پاسخ به استانداردهای مورد نیاز در بردهای لوازم خانگی تصریح کرد: استاندارد به محصولی کاملی که می گیرد و یک برد، قسمتی از یک محصول است. بنابراین استاندارد اجباری وجود ندارد و استانداردهای مرتبط با برد دارای گواهینامه های اختیاری هستند. البته بنا به درخواست شرکت ها ما می توانیم استانداردها و گواهی های لازم از جمله EMC و آزمایش های شرایط محیطی را برای مشتریان انجام دهیم.

نادر ریوندی با بیان اینکه در
بیست و دومین نمایشگاه بین



نادر ریوندی:

مادر این نماینده
 از دوبر جدید
 ماشین لباسشویی
 شامل برد اینورتر
 و تسه ای و برد
 اینورتر دایرکت
 دایرو رومایی می
 کنیم، همچنین
 ما بر دی تحت نام
 القتراد پر که
 قابل نصب بر روی
 تمام ماشین های
 لباسشویی زغالی
 است و همچنین
 قابلیت کنترل از
 راه دور از طریق
 اپلیکیشن اندروید
 دارد و طراحی و
 تولید کرده ایم

المللی صنعت لوازم خانگی
برنامه های ویژه ای تدارک
دیده ایم. اظهار داشت: ما در
این نمایشگاه از دو برد جدید
ماشین لباسشویی شامل
برد اینورتر تسمه ای و برد
اینورتر دایرکت درایو رونمایی
می کنیم. همچنین ما بردی
تحت نام الکترا د پرو که قابل
نصب بر روی تمامی ماشین
های لباسشویی زغالی است
و همچنین قابلیت کنترل از
راه دور از طریق اپلیکیشن
اندروید دارد را طراحی و تولید
کرده ایم که امیدواریم مورد
استقبال قرار گیرد.

یا دمنده نفس بکشید



♦ بنک ♦
♦ Haleh Table Fan



♦ فن کانوکسن ♦
♦ Convection fan



♦ فن تانژانت ♦
♦ Fan tangent



♦ بلوور پکیج ♦
♦ Blower package



دمنده
DAMANDEH

www.damandeh.com
sale@damandeh.com
+9821 35207

CE ISO 9001

دمنده



BEHSA POLYMER

Masterbatch, Additive & Compound

<http://www.behsaco.ir>



شکراللهی محسن

در نمایشگاه باید به یادگیری های جدید و روشهای جدید تولید و فروش و صادرات توجه شود. چرخه یادگیری و برنامه ریزی باید از استراتژی جایگزینی واردات به سمت استراتژی توسعه صادرات و روش های تولید با همکاری های مشترک و ارتقای دانش فنی حرکت کند. ما به دنبال بازار تصادفی و صادرات به صورت تصادفی نیستیم بلکه باید به دنبال بازار سازی و نفوذ در بازارها و ثبات حضور خود در بازارهای منطقه باشیم و مزیت های نسبی خود را تقویت کنیم و به خصوص مزیت های ایران در ارتباط با بازار عراق و اقلیم کردستان تقویت شود.

محسن شکراللهی مدیر کل دفتر صنایع لوازم خانگی واداری وزارت صنعت، معدن و تجارت اعلام کرد

از تولید کننده تا مصرف کننده لوازم خانگی هم سر نوشت و یک خانواده هستند

آنتون رای در کنار ده ها عامل فروش، ۴۲ نماینده رسمی این شرکت در اقصی نقاط کشور، و با ارائه یک گارانتی فوق العاده از سال ۱۳۹۹ وارد بازار های صادراتی شده و در حال حاضر چراغ های

گواهی نامه ها و اعتبار نامه های متعددی از جمله ایزوها و استاندارد ایران و اروپا CE را دریافت کرده است

خانواده هستیم و مصرف کنندگان باید از تولید کننده حمایت کرده و تولید کننده باید رضایت مصرف کننده را جلب کند. زیرا این اقدام باعث دلگرمی و نشاط اعضای جامعه می شود و تولید کننده و مصرف کننده از آن سود خواهند برد.

شکراللهی با اشاره به برنامه های وزارت صمت گفت: وزارت صمت و دفتر تخصصی لوازم خانگی وزارت صنعت، معدن و تجارت، به دنبال تحول در حوزه های مختلف صنعت لوازم خانگی است و برنامه های متعددی را برای تحقق آن در نظر دارد تا روش های جدید در تولید، تامین مالی، فروش و خدمات پس از فروش در همه زمینه ها ارتقا یابد.

با کمک خود تولید کنندگان، باید از بازی های کوچک و واگرا فاصله گرفته و به سمت بازی های بزرگ و همگرا حرکت کنیم.

شکراللهی تاکید کرد: مردم و مصرف کنندگان چه در بازار منطقه و چه در بازار داخلی محصولات باکیفیت را می شناسند و محصولات با کیفیت و برند های معتبر را حمایت می کنند بر این اساس در نظر داریم که با مشارکت خانوارهای ایرانی نسبت به بهبود بهره وری صنایع لوازم خانگی و تشویق برندهای معتبر و تنوع محصولات و شرکت هایی که کالای با کیفیت و با قیمت مناسب ارائه می دهند، اقدام کرده و با رتبه بندی فعالین صنعت و نام ها و نشان های مطرح در صنعت لوازم خانگی بهبود کیفیت و رضایت مردم را افزایش دهیم.

وی ادامه داد: در کنار تولید کنندگان نسبت به بهبود کیفی و کمی محصولات اقدام کرده و رضایت مصرف کنندگان را ارتقا می دهیم و در مقابل با خرید و حمایت مصرف کنندگان، شرکت های تولید کننده حمایت می ششوند. زیرا معتقدیم که ما هم سرنوشت هستیم و یک

خریداری نمایند و از محصولات عادی تا محصولات کیفی و با شاخص های مختلف را در بازار مشاهده کنند و براین اساس، برخورداری صنعت لوازم خانگی از تنوع محصول و قیمت ها و کیفیت مناسب، موجب می شود تا خانوار ایرانی از امکانات و رفاه عمومی متناسب برخوردار شود. همچنین در بازارهای خارجی و منطقه نیز، محصولات با کیفیت ایرانی مورد استقبال مردم کشورهای مختلف قرار می گیرد. اقتصاد و جامعه نیز از اشتغال، گردش مالی، درآمد و سود موجود در این صنعت بهره مند خواهد شد و جنبه های مختلف سرمایه اجتماعی، رفاه عمومی و منافع ملی و اقتصاد ایران از آن سود خواهد برد.

وی افزود: از این رو ما بپا یک نگاه اجتماعی به صنعت لوازم خانگی نگاه می کنیم و ارتقای کیفی صنعت لوازم خانگی، منجر به جلب رضایت مردم، تقویت سرمایه اجتماعی و حمایت از تولید ملی می شود و برعکس آن، در صورتی که به کیفیت در لوازم خانگی توجه نکنیم موجب از دست رفتن فرصت های اجتماعی و سرمایه انسانی خواهد شد. لذا حرکت صنعت لوازم خانگی باید در لبه دانش و فناوری برای تامین رضایت مصرف کننده، خانوار ایرانی، و بازار داخلی باشد و همچنین منجر به حضور پررنگ در بازار منطقه ای شود. زیرا بهبود رضایت مردم و افزایش کیفیت راهی جز شتاب صادرات لوازم خانگی و ایجاد تحول در تولید ندارد و در صورتی که صنایع و شرکت های ایرانی بتوانند صادرات به کشورهای منطقه داشته باشند در آن صورت از مقیاس تولید مناسب و به صرفه اقتصادی استفاده خواهند کرد و تولید باکیفیت افزایش خواهد یافت.

به عبارت دیگر تولید با کیفیت نیازمند نوآوری و به روز شدن تولید، بهبود فناوری و تولید در مقیاس به صرفه اقتصادی است و بدون افزایش کمی تولید، نمی توان انتظار تحقیق و توسعه، طراحی مناسب، تنوع محصول تولید عالی و با کیفیت را داشت. لذا باید تولید کنندگان تشویق شوند که صادرات خود را افزایش دهند تا تیراژ تولید بیشتر شود و از این طریق امکان توسعه محصولات و بهبود کیفیت را داشته باشند. زیرا با تیراژ اندک و بازار کوچک نمی توان انتظار تولید محصولات با کیفیت بالا را داشت.



بررسی و ارزیابی کارشناسان قرار گیرد.

وی ادامه داد: در نمایشگاه باید به یادگیری های جدید و روشهای جدید تولید و فروش و صادرات توجه شود. چرخه یادگیری و برنامه ریزی باید از استراتژی جایگزینی واردات به سمت استراتژی توسعه صادرات و روش های تولید با همکاری های مشترک و ارتقای دانش فنی حرکت کند. ما به دنبال بازار تصادفی و صادرات به صورت تصادفی نیستیم بلکه باید به دنبال بازار سازی و نفوذ در بازارها و ثبات حضور خود در بازارهای منطقه باشیم و مزیت های نسبی خود را تقویت کنیم و به خصوص مزیت های ایران در ارتباط با بازار عراق و اقلیم کردستان تقویت شود.

مدیر کل دفتر صنایع لوازم خانگی و اداری وزارت صنعت، معدن و تجارت تصریح کرد: از نگاه وزارت صمت، صنایع لوازم خانگی صنایع زیستنی و مرتبط با معیشت مردم، رفاه خانوار و متن زندگی در جامعه است و هر نوع توسعه، یشرفت و جهش فوق العاده در سطح صنعت لوازم خانگی، در مجموع موجب بهبود و ارتقای سطح زندگی مردم، قدرت خرید و رفاه خانوارها می شود و مردم با هر سطح قدرت خرید و درآمدی، می توانند محصولات مورد نظر را

مهندس محسن شکراللهی مدیر کل دفتر صنایع لوازم خانگی و اداری وزارت صنعت، معدن و تجارت در گفت و گو با نشریه اقتصاد و نمایشگاه، با اشاره به مزیت های برگزاری نمایشگاه لوازم خانگی گفت: نمایشگاه لوازم خانگی فرصت خوبی برای واحدهای تولیدی و شرکت های لوازم خانگی است تا از آخرین توانمندی ها، دستاوردها و ابتکارات خود جهت بازدید عمومی رونمایی کنند و مردم عزیز، نخبگان و متخصصان از آخرین دستاوردهای صنعت لوازم خانگی بازدید نمایند و بازار کالاها و لوازم خانگی با آخرین فناوری ها و محصولات تولید شده و به روز دنیا و ساخت داخل آشنا شود.

وی افزود: یکی از مزیت های نمایشگاه لوازم خانگی، فرصت تعامل و گفتگوهای دوجانبه و چندجانبه بین صنعتگران و اشتراک گذاری تجربه های موفق و همچنین تجارب ناموفق صنعتگران در طی سال های اخیر است. این گفت و گوها موجب می شود که محیط هم افزا کننده برای پیشبرد عمومی صنعت در حوزه های مختلف تقویت شود و روشهای تولید، آسیب شناسی روش ها، سیاست گذاری ها، تنظیم گری و اقدامات مختلف در پروژه های اجرایی مورد

وزارت صمت و دفتر تخصصی لوازم خانگی وزارت صنعت، معدن و تجارت، به دنبال تحول در حوزه های مختلف صنعت لوازم خانگی است و برنامه های متعددی را برای تحقق آن در نظر دارد تا روش های جدید در تولید، تامین مالی، فروش و خدمات پس از فروش در همه زمینه ها ارتقا یابد. با کمک خود تولید کنندگان، باید از بازی های کوچک و واگرا فاصله گرفته و به سمت بازی های بزرگ و همگرا حرکت کنیم.

از افزایش تولید تا افزایش کیفیت

تحلیلی بر صنعت لوازم خانگی ایرانی

ارتقای کیفی و بهره وری صنعت لوازم خانگی، خطر تسخیر دوباره بازار لوازم خانگی توسط محصولات خارجی دور از ذهن نیست. عدم رضایت مصرف کننده از لوازم خانگی داخلی، تثبیت نسبی نرخ ارز به رغم تورم بالا (که موجب نزدیک شدن قیمت لوازم خانگی داخلی با رقبای خارجی می شود) و تسهیل واردات (در صورت بهبود ذخایر ارزی) از مهم ترین تهدیدات لوازم خانگی داخلی به شمار می رود. در چنین شرایطی نهادهای متولی می توانند به جای تمرکز بر کنترل قیمت و ایفای نقش تعزیراتی، به توسعه و ارتقای کیفیت تولیدات داخل کمک کنند. با کاهش قدرت خرید مردم پس از بحران ارزی سال ۹۷، رویکرد کلی هر دو دولت دوازدهم و سیزدهم، مداخلات قیمتی و کنترلی در سمت عرضه بوده است. رویکردی که به ضرر و زیان تولید کنندگان انجامیده و به یکی از موانع توسعه بخش صنعت مبدل شده است. این یادداشت با برجسته کردن مشکل اصلی یعنی کاهش قدرت خرید مردم، دو دسته سیاست را برای تغییر رویکرد اقتصادی دولت توصیه می کند. دسته اول مربوط به سیاست های حمایت از مصرف کننده می شود که بر دو مساله تسهیل خرید اعتباری و نظارت بر کیفیت و خدمات پس از فروش کالا متمرکز است. دسته دوم مربوط به سیاست های حمایت از تولید می شود که در سه جنبه سیاست تجاری، سیاست ارزی و سیاست های حمایت از یادگیری خلاصه می شود.

نکته مهم و پایانی این است که با توجه به تمایل دولت به تثبیت نرخ ارز و همچنین تورم بالا و افزایش حقوق ها، پنجره فرصت برای حمایت از صنایع داخلی در حال بسته شدن است و هرچه زودتر باید نسبت به تدوین و اجرای سیاست های تهاجمی حمایت از تولید بخصوص در راستای حمایت از یادگیری و انتقال فناوری در صنعت لوازم خانگی همت گمارد. در صورت ادامه وضع موجود و با توجه به شاخص های اقتصادی، هیچ بعید نیست که در صورت عدم حمایت جدی از صنایع داخلی، در انتهای سال ۱۴۰۱ صنعت لوازم خانگی داخلی رقابت پذیری خود را به طور کامل نسبت به محصولات خارجی از دست دهد.

خانگی ایرانی از بازار داخلی ۳۰ درصد بود، این سهم در سال ۱۴۰۰ به ۷۰ درصد رسید. همان طور که در نمودار آمار تولید ماشین لباس شویی و یخچال و فریزر مشاهده می کنید، تولید ماشین لباس شویی از نیم میلیون در سال ۱۳۹۷ به یک و نیم میلیون در سال ۱۴۰۰ و تولید یخچال و فریزر از کمتر از یک میلیون در سال ۱۳۹۷ به بیش از ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار در سال ۱۴۰۰ رسید. این اتفاق در لوازم خانگی کوچک هم تقریباً به همین نسبت رخ داده است.

در این برهه، برخی از برندهای بزرگ تولید کننده لوازم خانگی سعی کردند با افزایش کیفیت، بهبود طراحی و در نظر گرفتن خدمات پس از فروش مناسب، نظر مصرف کنندگان داخلی را جلب کنند. با این حال کاستی های بسیاری چه از حیث کیفیت محصول و چه از حیث خدمات پس از فروش در صنعت لوازم خانگی ایرانی به چشم می خورد. نکته اینجاست که دولت بیشتر از اینکه دغدغه بهبود کیفیت محصولات تولیدی را داشته باشد، به فکر کنترل قیمت محصولات است. در صورتی که کنترل دسترسی قیمت ها خود به دلیلی برای کم فروشی و کاستن از کیفیت محصول می شود. از طرف دیگر مداخلات دولتی مانع سودآوری صنعت می شود و دست تولید کننده را برای سرمایه گذاری برای ارتقای کیفیت محصول می بندد.

نکته دیگر فقدان سیاست های حامی یادگیری است. به دلایل مختلف بخش خصوصی انگیزه کافی برای سرمایه گذاری در یادگیری ندارد. اقتصاددانان از این پدیده به عنوان شکست قرارداد یادگیری یاد می کنند. برای مثال بنگاه ها از ترس از دست دادن نیروی آموزش دیده معمولاً سرمایه گذاری چندان در ارتقای تخصص نیروی انسانی نمی کنند. از این رو جا دارد تا سیاستگذار برای انتقال دانش و تربیت نیروی انسانی متخصص تدابیری در نظر بگیرد. ولی متأسفانه در کشور سیاست حمایتی در اختصاص وام ارزان قیمت خلاصه شده و تلاشی برای حمایت از ارتقای قابلیت های بنگاه های تولیدی دیده به چشم نمی خورد.

در فقدان سیاست های حامی یادگیری و عدم



برزین جعفر تاش امیری

از نظر اقتصاد ساختارگرایی جدید، در اغلب موارد سیاست های صنعتی به علت اشتباه استراتژیک در انتخاب اهداف ناسازگار با سطح توسعه یافتگی کشور و ساختار برخورداری از عوامل تولید شکست می خورند. به زبان ساده یعنی تلاش برای صنایع پیچیده ای که نسبتی با سطح توسعه یافتگی اقتصاد ندارد و خطر شکست را بالا می برد. با توجه به درس هایی که از تجربه انتخاب اهداف غیرواقع گرایانه به دست آمده، استراتژی های اقتصادی ای توصیه می شود که با مزیت نسبی کشور (تعیین شده توسط ساختار برخورداری از عوامل تولید در لحظه طراحی استراتژی) سازگار باشند. این گزاره سنگ بنای اقتصاد ساختارگرایی جدید است.

بر این اساس صنعت لوازم خانگی یک صنعت میان رده محسوب می شود. به این معنی که از

منظر فناوری نه آن چنان پیچیده است که تولید آن نسبتی با قابلیت های تولیدی کشور نداشته باشند (مانند تجهیزات الکترونیکی و تا حدی خودرو سازی) و نه آن قدر ساده است که ارزش افزوده چندان در پی نداشته باشد (مانند تولید پوشاک ارزان قیمت). از این رو صنعت لوازم خانگی برای کشورهای در حال توسعه با درآمد متوسط بسیار جذاب است. از طرفی این صنعت در کشور ما سابقه طولانی داشته و انباشت دانش قابل توجهی در بخش های مختلف زنجیره تولید لوازم خانگی در این سال ها انباشت شده است. به عبارت دیگر قابلیت های خوبی در بخش های فلزکاری، تراش، قالب سازی، تزریق پلاستیک، قطعات الکترونیکی، رنگ و تکمیل در کشور وجود دارد که امکان موفقیت این صنعت را بیشتر می کند.

از سال ۹۷ دو عامل جهش نرخ ارز و تحدید واردات شرایط جدیدی را برای صنعت لوازم

از سال ۹۷ دو عامل جهش نرخ ارز و تحدید واردات شرایط جدیدی را برای صنعت لوازم خانگی داخلی پدید آورد. از یک طرف جهش نرخ ارز موجب گران شدن محصولات خارجی شد و همچنین محدودیت واردات فروش رسمی و خدمات پس از فروش کالای داخلی را مختل کرد؛ ولی از طرفی کاهش قدرت خرید مردم هم باعث شد تا لوازم خانگی خارجی از دسترس بسیاری از مردم خارج شود

لیمون

لوازم خانه و آشپزخانه
سالن 7



**KNIT
DESIGN**

نمایشگاه 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 ۳۰۰۰۲۲۴۱



www.limonware.com

Mosque	مسجد
Police	پلیس
Fire station	ایستگاه آتش‌نشانی
Red Crescent	نیمه ماه قرمز
Bank	بانک
Toilets	توالت
Drinking Fountain	چشمه آب آشامیدنی
Buffet	رستوران
Restaurant	رستوران
Public Phone	تلفن عمومی
Information	اطلاعات
Parking Lot	محل پارکینگ
Gas Station	ایستگاه گاز
Bus Stop	ایستگاه اتوبوس



ناسیونال - سالن ۳۸



نداء ارتباطات آسیا - سالن ۳۵



شرکت نیکان تجارت اوستا - سالن ۳۵



ساتر صنعت الکترونیک باراد - سالن ۴۱



امپیرلند - سالن ۱۱۰۱



بهسا پلیمر پارس - سالن ۱۱۰۱



پارس گوم سنان - سالن ۴۰



دمنده - سالن ۴۱



شفق دانش کارو - سالن ۱۲



عروس تغلوس - سالن ۶



فرادید افزار گستر - سالن ۴۱



لیمون - سالن ۷

گزارش تصویری

و گو و مذاکره با مدیران شرکت ها، قراردادهای مختلفی برای خرید و توزیع و فروش محصولات به امضا رسانده و زمینه همکاری شرکت های بزرگ تولیدی با نمایندگان فروش در سراسر کشور و همچنین خریداران خارجی فراهم شده است.

در حاشیه نمایشگاه همچنین نشست های تخصصی در مورد محورهای اصلی نمایشگاه و صنعت برگزار شده و متخصصان در مورد محورهای مورد نظر، مسائل و مشکلات و چالش های صنعت، به بحث و تبادل نظر پرداخته و آخرین دستاوردها، برنامه های دولت و سازمان همجوار تولید در این زمینه مورد بررسی قرار گرفته است.

همچنین در این نمایشگاه، نشریه اقتصاد و نمایشگاه به صورت تخصصی در گفت و گو با مدیران شرکت های حاضر در نمایشگاه، مخاطبان را از آخرین اخبار و تحولات نمایشگاهی و دستاوردهای شرکت های تولیدی با خبر ساخته و به صورت رایگان در روزهای برگزاری نمایشگاه از طریق سالن های محل برگزاری نمایشگاه در اختیار بازدیدکنندگان و غرفه داران قرار می گیرد.

در بیست و دومین نمایشگاه لوازم خانگی، شرکت های داخلی و نمایندگان شرکت های خارجی، از آخرین دستاوردهای فناوری، تولیدی، کسب و حمایت مشتریان، بازاریابی، تنوع تولید و بسته بندی خود رونمایی کرده و آخرین محصولات تولیدی خود را به مشتریان خود معرفی کرده اند.

علاوه بر حضور مسوولان شرکت سهامی نمایشگاه های کشور، مسوولان اقتصادی، وزرا، معاونان وزیر، مدیران مرتبط با نمایشگاه در وزارتخانه های اقتصادی و زیربنایی، جمع بزرگی از متخصصان، علاقه مندان به آشنایی با آخرین دستاوردهای فناوری و تولید و بازاریابی و مشتریان حرفه ای شرکت ها در سراسر کشور به همراه متخصصان و کارشناسان، مسوولان اتحادیه ها و تشکلهای صنعتی مرتبط نیز از نمایشگاه بازدید کرده اند.

در حاشیه این نمایشگاه، تعدادی از مهمانان خارجی، نمایندگی ها و فروشگاه های سراسر کشور، بازار پایان و متخصصان فروش در سراسر کشور، ضمن گفت

www.namayeshgahha.ir



اقتصاد و نمایشگاه
گزارش تصویری





قاچاق کالا یکی از عمده‌ترین و اساسی‌ترین مشکلات این بخش است و همان طور که پیش از این اشاره شد یک‌سوم کالاهای موجود در بازارهای کشور را به خود اختصاص می‌دهد. همین اتفاق باعث شده که تولیدات ملی به شکل‌های مختلف آسیب ببینند. این در حالی است که با خروج برندهای خارجی از کشور بعد از اعمال تحریم‌ها، تولیدکنندگان داخلی به سرعت خلا ایجاد شده در بازار را پر کرده و کیفیت تولیدات را نیز بالاتر بردند

عوامل تضعیف جایگاه صنعت لوازم خانگی

حمید رحیمی / روزنامه نگار

صنعت لوازم خانگی ایران دست کم در طول یک دهه اخیر پیشرفت‌های قابل ملاحظه‌ای داشته و توانسته با افزایش تولید ملی، بخش زیادی از نیاز مصرف‌کنندگان داخلی را تأمین کند. این در حالی است که طبق برخی آمارهای منتشر شده از سوی وزارتخانه صمت، کارخانه‌ها و واحدهای تولیدی داخل در سال ۱۴۰۰ تنها در بخش لوازم خانگی بزرگ شامل تلویزیون، یخچال و فریزر، ماشین لباسشویی و کولر آبی، موفق به تولید بیش از ۲/۶ میلیون دستگاه شدند.



این صنعت که اشتغال‌زایی بالایی در کشور به خود اختصاص داده و برخی آمارها حکایت از این دارد که بیش از ۳۰۰ هزار نفر به صورت مستقیم در آن مشغول به کار هستند یکی از صنایع مولد و اثرگذار در جهان است. گردش مالی این صنعت در ایران سالانه به ۶ میلیارد دلار می‌رسد که تقریباً یک‌سوم آن از طریق قاچاق وارد بازارهای کشور می‌شود. اما به موازات همین پیشرفت‌ها و تولیداتی که حالا باعث شده بخش زیادی از بازار در اختیار تولیدکنندگان داخلی باشد، این صنعت خصوصاً طی سال‌های اخیر با مشکلات متعددی مواجه شده که در مجموع باعث شده این بازار بزرگ در ماه‌های اخیر وارد رکود شود. در ادامه سه مشکل عمده این صنعت یعنی قاچاق، قیمت‌گذاری دستوری و رکود که اثرات نامطلوبی برای آن در پی داشته بررسی می‌شود.

قاچاق کالا یکی از عمده‌ترین و اساسی‌ترین مشکلات این بخش است و همان طور که پیش از این اشاره شد یک‌سوم کالاهای موجود در بازارهای کشور را به خود اختصاص می‌دهد. همین اتفاق باعث شده که تولیدات ملی به شکل‌های مختلف آسیب ببینند. این در حالی است که با خروج برندهای خارجی از کشور بعد از اعمال تحریم‌ها، تولیدکنندگان داخلی به سرعت خلا ایجاد شده در بازار را پر کرده و کیفیت تولیدات را نیز بالاتر بردند.

با این حال ورود لوازم قاچاق به دلیل اینکه قیمت پایین‌تری دارند بازهم بخش زیادی از بازار فروش لوازم خانگی را تسخیر کرد. عجیب اینکه برخی از همین کالاهای قاچاق توسط برخی از شرکت‌های بی‌نام و نشان

و بی‌اعتبار داخلی مورد ضمانت و گارانتی قرار می‌گیرند. ضمانتی که از دید بسیاری از مسئولان و کارشناسان این بازار اعتباری برای خریدار نداشته و کمکی به آنها نمی‌کند. گفته می‌شود عمده این کالاهای قاچاق از کشورهای حوزه خلیج فارس وارد بنادر شده و به عنوان کالای ته‌لنجی وارد بازارهای کشور می‌شوند. بخشی دیگر از این کالاهای قاچاق توسط قاچاقچی‌ها به مرزهای کشور رسیده و توسط افرادی که برای این کار دستمزد می‌گیرند حمل شده و وارد کشور می‌شوند. به اعتقاد کارشناسان این قبیل کالاهای قاچاق تولید داخل را کم می‌کند و هم اینکه با ورود کالاهای تقلبی یا بی‌کیفیت سبب افزایش بی‌اعتمادی مردم و مصرف‌کننده در این خصوص خواهند شد.

در حالی شاهد این اتفاق‌ها هستیم که از سال ۹۸ بارها موضوع مبارزه با قاچاق در سطح کلان مطرح شده اما همچنان به نظر می‌رسد عزم جدی برای این موضوع وجود ندارد. نکته جالب توجه این بوده که طبق

قانون باید کلیه اجناس موجود در کشور دارای شناسه مخصوصی باشند، تا امکان اصالت کالا فراهم شود. براین‌اساس مطابق آیین‌نامه اجرایی شناسه‌های کالا و رهگیری کالا موضوع ماده (۱۳) قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز، وزارت صمت با همکاری گمرک باید اقداماتی را در این زمینه انجام دهد، به بیانی دیگر کلیه تولیدکنندگان داخلی در کنار کلیه کالاهای وارداتی باید دارای شناسه مخصوصی باشند و فروشندگان نیز مجاز به فروش کالای فاقد شناسه نیستند. معضل بعدی که بسیاری از تولیدات و به‌خصوص صنعت لوازم خانگی ایران را گرفتار کرده، شیوه قیمت‌گذاری است که این مورد در برخی مواقع به روش «قیمت‌گذاری دستوری» ختم می‌شود. این در حالی است که اقتصاد کشور باید صرفاً براساس تئوری‌های علمی اقتصاد حرکت کند و نظام قیمت‌گذاری بر اساس مولفه‌هایی مثل رقابت، کیفیت تولید یا عرضه و تقاضا مشخص شود.

ابراهیم رحیم زادگان مدیر عامل شرکت ندا ارتباطات آسیا:

عرضه محصولات شرکت ندا ارتباطات آسیا

با بالاترین کیفیت و استاندارد در بازارهای داخلی

شرکت ندا ارتباطات آسیا توجه به نیازهای داخلی در زمینه تهویه مطبوع، فعالیت خود را در زمینه تولید انواع کولرهای گازی با برندهای مبلون و کولبران آغاز کرد و محصولات خود را با بالاترین کیفیت و استاندارد، قابل رقابت با برترین نمونه‌های خارجی، تحت نام این برند ها به بازار عرضه و رضایت کامل مشتریان را جلب کرده است. این شرکت اخیراً در راستای توسعه فعالیت‌های خود اقدام به تولید سبد متنوعی از محصولات لوازم خانگی کرده است. نشریه اقتصاد و نمایشگاه با ابراهیم رحیم زادگان مدیر عامل شرکت ندا ارتباطات آسیا گفت و گویی انجام داده است که در ادامه می‌خوانید:



ابراهیم رحیم

زادگان:

نمایشگاه

تأثیر مهمی

بر روی عرضه

محصولات در

بازار داخلی دارد

وبازدیدکنندگان

می‌توانند با

انواع محصولات

ودستاوردها و

توانمندی‌های

صنعت آشنا شوند

واز نزدیک در

جریان فعالیت‌های

شرکت‌ها قرار

گیرند.

گفت: صنعت لوازم خانگی ایران، سابقه‌ای چندده‌ساله دارد و توانسته در انبوه مشکلات داخلی و خارجی، روی پای خود بایستد، تولیدات صنعت لوازم خانگی در سطح کشور به طور دائم در حال پیشرفت و توسعه است و شاهد ورود برند های جدیدی به بازار هستیم. با توجه به رشد نیاز مصرف کنندگان داخلی و برنامه توسعه صادرات محصولات ایرانی به کشور های منطقه، در آینده شاهد پیشرفت و ترقی بیشتر این صنعت خواهیم بود، خوشبختانه در حال حاضر برند های مطرحی در سطح کشور در حال تولید و عرضه محصولات با کیفیت به بازار های داخلی و هم خارجی هستند و می‌توان برای این صنعت چشم‌انداز مثبتی را متصور شد.

وی با بیان اینکه نمایشگاه لوازم خانگی نقش مهمی در توسعه برندینگ شرکت های این صنعت ایفا می‌کند؛ خاطرنشان ساخت: نمایشگاه تأثیر مهمی بر روی عرضه محصولات در بازار داخلی دارد و بازدیدکنندگان می‌توانند با انواع محصولات و دستاوردها و توانمندی‌های صنعت آشنا شوند و از نزدیک در جریان فعالیت شرکت‌ها قرار گیرند.

ابراهیم رحیم زادگان در پایان از برنامه‌های گسترده این شرکت در بیست دومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت لوازم خانگی خبر داد و گفت: ما در این نمایشگاه محصولات جدید شرکت ارتباطات ندا آسیا را در معرض دید بازدیدکنندگان و مخاطبان قرار می‌دهیم.

مدیر عامل شرکت ندا ارتباطات آسیا با اشاره به تاریخچه فعالیت‌های این شرکت اظهار داشت: فعالیت‌ها از سال ۱۳۹۵ با تولید انواع کولرهای گازی تحت نام برند های مبلون و کولبران آغاز شد و در طی این سال‌ها موفق شده ایم محصولات خود را با بالاترین کیفیت تحت نام این برند ها به بازار عرضه نماییم و رضایت کامل مشتریان را جلب نماییم.

وی افزود: در حال حاضر به دنبال تولید انواع محصولات لوازم خانگی با برند اکازو هستیم. برندهای شرکت ندا ارتباطات آسیا در سطح کشور شناخته شده است و محصولات آن از جایگاه مناسبی در بازار لوازم خانگی برخوردار است.

در ابتدای فعالیت شرکت ارتباطات ندا آسیا بالغ بر پنجاه نیروی متخصص در مجموعه مشغول به فعالیت شدند؛ ابراهیم رحیم زادگان با بیان این مطلب اعلام کرد: با اجرای برنامه‌های توسعه‌ای شرکت ارتباطات ندا آسیا به دنبال ایجاد اشتغال‌زایی برای بالغ بر صد نیروی جدید است.

ابراهیم رحیم زادگان با اشاره به وضعیت صنعت لوازم خانگی ایران

Ebkazö
Good Sense of Life

4 in 1 Power Juicer
FJ-1214



www

www.ebkazo.ir



FARA DID AFZAR®
Since 2002

www.faradid.org

info@fda.ir

Social Networks : +98 933 0015600

Tel : +98 21 22 85 0002 - 7

Fax : +98 21 22 85 0008

Electronics
Design & Mass Production



Inspire the future ...

شرکت مهندسی فرارنگ

دارای گرید A و بیش از یک دهه تجربه سازی نمایشگاهی

- طراحی و ساخت غرفه های نمایشگاهی لوکس در سراسر کشور
- طراحی و ساخت دکوراسیون داخلی
- ساخت تیزر های تبلیغاتی با مجوز پخش تلویزیونی

سهروردی شمالی - نبش کوچه مهاجر - ساختمان اردیبهشت - طبقه دوم

۸۸۵۱۳۰۵۹ - ۸۸۷۵۴۷۹۵ - ۰۹۱۲۲۱۱۵۰۱۸

www.fararangco.com



واردات روسیه بیش از ۲۵۰ میلیارد دلار برآورد می‌شود که در گذشته ۵۰ درصد آن از اروپا تامین می‌شد و اکنون به دلیل تحریم‌ها سهم اروپا از واردات روسیه کاهش یافته و بنابر این فرصت خوبی برای ایران مهیا شده است. تکمیل راه‌آهن رشت – انزلی و راه‌اندازی شرکت‌های صادرات محور برای ساماندهی صادرات به اتحادیه اوراسیا از اقدامات ضروری است

اعضای کمیسیون صنعت و معدن اتاق بازرگانی تهران

نگذاریم فرصت اوراسیا هم از دست برود



اعضای کمیسیون صنعت و معدن اتاق بازرگانی تهران در بیست‌وپنجمین گردهمایی خود، ضمن بازدید از واحد خدمات پس از فروش مجموعه صنعتی گلدیران، فرصت‌های حضور در بازار کشورهای اوراسیا و آخرین تحولات موافقت‌نامه ترجیحی و تجارت آزاد با این اتحادیه را مورد بررسی قرار دادند.

«رشد صنعت لوازم خانگی به رغم تحریم‌ها

در این رویداد که با حضور عباس هاشمی، دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی همراه بود، حسین تنهایی، قائم مقام شرکت گلدیران ضمن اشاره به دستاوردهای این شرکت در حوزه تولید لوازم خانگی گفت: به‌رغم تشدید تحریم‌ها تولید در این مجموعه رشد پیدا کرده و علاوه بر تنوع‌بخشی به محصولات، کیفیت نیز ارتقا یافته است. البته این تنها دستاورد مجموعه صنعتی گلدیران نبوده و همزمان با رشد تولید، خدمات پس از فروش نیز توسعه پیدا کرده است.

«جزئیاتی از مذاکره برای تجارت آزاد با اوراسیا

پس از توضیحات توضیحات قائم مقام گلدیران، مشاور امور بین‌الملل سازمان توسعه تجارت و مذاکره‌کننده توافق ایران و اوراسیا، به تشریح پتانسیل‌های این توافق‌نامه و روند دستیابی به تجارت آزاد با این اتحادیه پرداخت.

میرهادی سیدی با اشاره به حدود به چهار سال مذاکرات صورت گرفته با اتحادیه اقتصادی اوراسیا، گفت: این اتحادیه متشکل از پنج کشور، در سال ۲۰۱۵ شکل نهایی به خود گرفت و یک سال بعد از آن مذاکره برای الحاق ایران به آن آغاز شد. حدود دو سال و نیم بعد از آغاز مذاکرات، یک موافقت‌نامه ترجیحی با این اتحادیه منعقد شد که به موجب آن ۴۰۰ قلم کالا از هر دو طرف برای اعمال تعرفه ترجیحی مورد پذیرش قرار گرفت.

سیدی با بیان اینکه این موافقت‌نامه از سال ۱۳۹۸ اجرایی شده است، ادامه داد: در مرحله بعد تلاش کردیم که سطح این موافقت‌نامه را از تجارت ترجیحی به تجار آزاد ارتقا دهیم که به موجب آن، حدود ۸۰ درصد از کدهای تعرفه به تدریج صفر خواهد شد. مذاکرات این بخش نیز حدود یک سال و نیم به طول انجامید و در هفته آینده، آخرین دور مذاکرات برگزار می‌شود و سپس از آن، متن موافقت‌نامه برای امضای مقامات آماده خواهد شد.

محمدرضا نجفی‌منش در ادامه گفت: واردات روسیه بیش از ۲۵۰ میلیارد دلار برآورد می‌شود که در گذشته ۵۰ درصد آن از اروپا تامین می‌شد و اکنون به دلیل تحریم‌ها سهم اروپا از واردات روسیه کاهش یافته و بنابر این فرصت خوبی برای ایران مهیا شده است. تکمیل راه‌آهن رشت – انزلی و راه‌اندازی شرکت‌های صادرات محور برای ساماندهی صادرات به اتحادیه اوراسیا از اقدامات ضروری است.

«اوراسیا و شروط افزایش صادرات لوازم خانگی

اخیرا رئیس سازمان توسعه تجارت گفته بود که با دریافت مصوبه سران قوا، ممنوعیت‌های واردات ایران در رابطه با کشورهای اوراسیا، لغو خواهد شد. در رابطه با تاثیر این موضوع بر واردات و صادرات لوازم خانگی، عباس هاشمی اظهار کرد: این موضوع در حوزه لوازم خانگی

هم مطرح شده، اما قرار است به شکل تهاوت و تعرفه‌های ترجیحی بین کشورها انجام شود. برای تجارت با اوراسیا قرار است تعرفه‌ها در برخی موارد صفر شود. وی افزود: با توجه به اینکه کشورهای اوراسیا در حوزه لوازم خانگی و به خصوص اجزا و قطعات خیلی صاحب نام نیستند، این توافق نامه به نفع کشور خواهد بود. به عبارت دقیق‌تر صفر شدن تعرفه‌های ترجیحی با کشورهای اوراسیا در قطعات لوازم خانگی می‌تواند منجر به افزایش صادرات شود. همچنین به گفته دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به دلیل تحریم‌های غرب، خیلی از برندهای معتبر لوازم خانگی از این کشورها خارج شدند و با توجه به این جای خالی، می‌توان در کشورهای اوراسیا نفوذ و طی دو تا سه سال برنامه ریزی جا خوش کرد. بنابراین در حوزه لوازم خانگی امکان کاهش یا صفر شدن تعرفه‌ها وجود دارد.

«باید بر اصالت کالا نظارت شود

هاشمی در پاسخ به اینکه آیا با این توافق احتمال واردات لوازم خانگی برندهای معروف از کشورهای اوراسیا به ایران وجود دارد؟ تصریح کرد: یکی از اصول مورد توافق در حوزه تعرفه ترجیحی این است که اصالت کالا باید برای کشور طرف قرارداد باشد. باید هوشمندانه بر این موضوع نظارت کرد و اجازه نداد حتی که کالایی اصالت آن در کشور طرف قرارداد هست، از کشور دیگری وارد شده باشد. وی همچنین در پاسخ به اینکه این توافق‌نامه چقدر ظرفیت افزایش صادرات برای کشور ایجاد خواهد کرد؟ گفت: بازار اوراسیا بازار بزرگی است. با توجه به جمعیت، بازار منطقه میلیاردها دلار امکان صادرات دارد. حاکمیت و سازمان توسعه تجارت باید برنامه‌ریزی درستی داشته باشد و کمک کنند تا هوشمندانه بهره‌برداری کنیم. در این شرایط ایران می‌تواند حضور موثری در حوزه لوازم خانگی داشته باشد.



صنعت نمایشگاهی

گردهمایی متخصصان و بهره‌برداران بخش کشاورزی در اصفهان



این نمایشگاه با حضور ۹۰ شرکت فعال در حوزه صنایع ماشین‌آسیون، آبیاری، راعمت و باغبانی طی چهار روز برگزاری میزبان کارشناسان، صنعت‌گران، متخصصان بخش‌های مختلف صنعت کشاورزی و کشاورزان خواهد بود. در بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی جامع کشاورزی استان‌های تهران، قزوین، خراسان رضوی، گلستان، مازندران، آذربایجان شرقی، استان مرکزی، قم، گوزستان و فارس به عنوان میزبان کنندگان این رویداد نمایشگاهی حضور دارند. این نمایشگاه در فضایی با مساحت ۱۸ هزار متر مربع از روز چهارشنبه ۳۰ اردیبهشت تا سوم دی‌ماه در محل برگزاری نمایشگاه بین‌المللی اصفهان با حضور مقامات کشوری، استانی و صنعت‌گران کشاورزی آغاز به کار خواهد کرد. توجه به برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته و برگزاری جلسات هم‌اندیشی با فعالان صنعت کشاورزی و مدیران جهاد کشاورزی استان، هماهنگی جهت بازدید ۲ هزار نفر از کشاورزان نمونه استان اصفهان از این رویداد نمایشگاهی در طول چهار روز برگزاری نمایشگاه کشاورزی برنامه‌ریزی شده است. همچنین در این نمایشگاه و در جهت افزایش کیفیت ترویج آموزش‌های کاربردی برای کشاورزان، نشست‌های تخصصی و آموزشی با حضور اساتید دانشگاه و کارشناسان این حوزه به عنوان برنامه‌های جنبی برنامه‌ریزی شده است. بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی جامع کشاورزی از روز ۳۰ آذر تا ۳ دی‌ماه و ساعت ۱۵ تا ۲۱ واقع در کمربندی شرق، روبروی منطقه روشن‌دشت، نمایشگاه بین‌المللی اصفهان میزبان کشاورزان، تولید کنندگان تجهیزات کشاورزی، گلخانه‌داران، کارشناسان صنایع مکانیزاسیون، آبیاری، زراعت، باغبانی و عموم شهروندان خواهد بود. این نمایشگاه صنعت خودرو از فردا در اوازه برپا می‌شود.

پیش‌بینی بازیابی ۹۷ درصدی صنعت نمایشگاهی تا سال ۲۰۲۴



گذشته، بازگشته است. از سوی دیگر، کشورهایی مانند آلمان و کشورهای جنوب شرقی آسیا نیز از سال ۲۰۲۱، به شدت در حال بازسازی خود هستند.

آتان سیاہ (Athian Siah)، یکی از سردبیران **Globox**، ۲۰۲۲، گفت: «انتظار داریم که در سال ۲۰۲۲، وضعیت مایشگاه‌ها تا حد زیادی بهبود یابد؛ زیرا بسیاری از مایشگاه‌های بزرگ دنیا مانند اروپای غربی و آمریکا، دیگر محدودیت‌های کربونی ندارند و رویدادهای می‌توانند در سال‌های سابق بر گزار شوند. البته با توجه به میزان اثرگذاری کربن بر اقتصاد کشورها شرایط برای برگزاری مایشگاه‌ها در کشورهای مختلف، متفاوت است و این موضوع به عواملی مانند محدودیت در سفرهای بین‌المللی، پیشرفت اکسایشیون و شرایط اقتصادی آن کشور نیز وابسته است. برخی از کشورها مانند آمریکا و انگلستان، شرایط برای رعایت مایشگاه‌های بین‌المللی، و داخلی، به روز، عالی است».

بر اساس پیش‌بینی **AMR Globex** تا سال ۲۰۲۴، بازار نمایشگاه‌های جهانی، نزدیک به ۹۷ درصد از اندازه‌ی خود در سال ۲۰۱۹ را باز یابی خواهد کرد.

با توجه به چشم‌انداز جهانی صنعت نمایشگاهی و علیرغم اینکه دنیا همچنان درگیر پاندمی کرونا است و صنعت نمایشگاهی همچنان کمرورق است، پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۴، بازار نمایشگاه‌های جهانی، در حدود ۹۷ درصد از اندازه‌ی خود در سال ۲۰۱۹، باز یابد.

بازار سازماندهی نمایشگاه‌های جهانی (Globex)، در چهاردهمین سالگرد خود، ارزیابی‌ها و پیش‌بینی‌هایی در خصوص شرایط رشد نمایشگاه‌ها تا سال ۲۰۲۴ مطرح کرد. لازم به ذکر است که Globex، یک منبع اطلاعاتی قابل اعتماد است که توسط برگزارکنندگان نمایشگاه‌ها و سرمایه‌گذاران، و با هدف تعیین استراتژی و بهبود کیفیت عملکرد نمایشگاه‌ها، اداره می‌شود. پیش‌بینی‌های AMR Globex در سال گذشته، چشم‌انداز مثبتی را برای نمایشگاه‌های جهانی نشان داد. از آن زمان تاکنون، اتفاقات زیادی افتاده است؛ مانند حمله‌ی روسیه به اوکراین که موجب افزایش قیمت انرژی و ایجاد مشکل در زنجیره تأمین آن در اروپا شد. در این بازه زمانی نیز در بسیاری کشورها، میزان اشتغال اقتصادی دو برابر شد و چین هم‌چنان به دنبال سیاست‌های خود برای مقابله با کرونا است. دولت چین اخیراً از سیاست کووید صفر عقب نشینی کرده است- در مجموع، به دلیل بروز این شرایط دشوار و همچنین عدم اطمینان به وضعیت اقتصادی، روند بهبود و برگزاری برخی از نمایشگاه‌های بزرگ، با مشکل مواجه شده است.

نکات مهم در مورد تحلیل Globex

اگرچه هر کشور، به‌طور متفاوتی به همه‌گیری کرونا واکنش نشان داده است، اما Globex، بازارهایی را شناسایی کرده که انتظار می‌رود، در آینده، مشارکت داشته باشند:

انتظار می‌رود تا سال ۲۰۲۴، بازارهای انگلستان، آمریکا و فرانسه، از اندازه‌ی خود در سال ۲۰۱۹ فزاینده و رشد ۱۰ تا ۱۱ درصدی را نسبت به بالاترین حد خود قبل از کرونا، تجربه نمایند. با توجه به تورم ایجاد شده در این کشورها، بخش عمده‌ای از رشد بازارها، قیمت‌محور خواهد بود.

- پیش‌بینی می‌شود که بازارهای نوظهوری مانند برزیل و مکزیک نیز بهبودی چشمگیر شامل رشد ۱۰۵ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۹ را تا سال آینده تجربه کنند. این رشد، ترکیبی از بهبود حجم بازار و روز تورم در این کشورهاست. - پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۴، بازارهای چین و هنگ کنگ، به ۹۰ درصد از اندازه‌ی خود در سال ۲۰۱۹ برسند؛ البته تحقق این امر، به میزان شیوع مجدد کرونا در آینده و واکنش دولت چین به آن بستگی دارد.

AMR Globex پیش‌بینی می‌کند که روسیه، کمترین رشد را در بازارهای مالی و نمایشگاهی خود تجربه نماید و تا سال ۲۰۲۴، تنها به ۷۰ درصد از اندازه‌ی خود در سال ۲۰۱۹ و پیش از کرونا برسد. رشد کم بازارهای روسیه، ناشی از تأثیرات جنگ در اوکراین و تحریم‌های بین‌المللی است.

برگزاری هجدهمین نمایشگاه تخصصی خودرو، قطعات و مجموعه خودرویی اهواز

کرمان، اصفهان و فارس در اهواز در محل دائمی برگزاری نمایشگاه‌های استان خوزستان برگزار می‌شود.

کالاهایی که در نمایشگاه تخصصی خودرو عرضه می‌شوند، در زمینه قطعات، لوازم بدکی و تجهیزات تعمیر گاهی است.

همدهمین نمایشگاه تخصصی خودرو با حضور شرکت‌های خودرویی گروه بهمن، مدیران خودرو، خودروسازی فردا، کرمان موتور، شایان دیزل، ایران کاور، اسپیا، ایران خودرو و ایساتو برگزار می‌شود.

برگزاری هجدهمین نمایشگاه خودرو، قطعات و مجموعه خودرویی اهواز از ۲۹ آذرماه آغاز به کار می کند و تا ۲۱ ماه نامه دارد. از اهداف برگزاری این نمایشگاه می توان به ایجاد بستری مناسب جهت ارتباط بین تولیدکننده و مصرف کننده همچنین ارائه آخرین دستاوردها در زمینه تولیدات خودرو و طاعت یکی از آخرین اشاره کرد. این نمایشگاه دارای ۷۰ غرفه است که با حضور ۱۰ استان کشور شامل تهران، اهواز، خراسان رضوی، خراسان جنوبی، البرز، قزوین، مازندران، خراسان رضوی،



شرکت ساتر صنعت الکترونیک باراد

تولید کننده انواع بردهای لوازم خانگی برودتی و حرارتی و شوینده ها ماشین لباسشویی اینورتر، یونیورسال و روتاری ماشین های ظرفشویی و دیفر است یخچال فریزر

الکترا پرو >

دارای WiFi و اپلیکیشن اندروید
1- پشتیبانی از موتورهای ژاپنی، یونیورسال
2- دارای 4 کلید فشاری بر روی پنل نمایشگر
3- 4- کلید شوینده مطابق با ماشین لباسشویی LG
5- دارای نمایشگر دوزیم فارسی و انگلیسی
6- قابلیت تنظیم دما (50-90) برجه
7- قابلیت تنظیم میزان آبگیری
8- سیم کشی و نصب آسان
9- منبع تغذیه سوئیچینگ
10- دارای فنل کوکوت

دارای ضمانت و گارانتی کتبی معتبر
و خدمات پس از فروش (پشتیبانی 24 ساعته)
72 ساعت ضمانت بازگشت کالا

< رله الکترا

دارای ضمانت و گارانتی کتبی معتبر
و خدمات پس از فروش (پشتیبانی 24 ساعته)
72 ساعت ضمانت بازگشت کالا

1- پشتیبانی از موتورهای ژاپنی، یونیورسال
2- دارای 4 کلید فشاری بر روی پنل نمایشگر
3- 4- کلید شوینده مطابق با ماشین لباسشویی LG
5- دارای نمایشگر دوزیم فارسی و انگلیسی
6- قابلیت تنظیم دما (50-90) برجه
7- تنظیم میزان آبگیری به صورت نوب افزای
8- سیم کشی و نصب آسان
9- منبع تغذیه سوئیچینگ
10- دارای فنل کوکوت

> دایرکت درایو BLDC

1- پشتیبانی از ماشین لباسشویی پاکشوما و میشل با موتور BLDC
2- الگو شستشو مطابق با ماشین لباسشویی LG
3- دارای 4 کلید فشاری بر روی پنل نمایشگر
4- دارای تنظیمات پیشرفته
5- دارای 9 برنامه شستشو
6- منبع تغذیه سوئیچینگ
7- محافظت در برابر نوسانات برق

دارای ضمانت و گارانتی کتبی معتبر
و خدمات پس از فروش (پشتیبانی 24 ساعته)
72 ساعت ضمانت بازگشت کالا

> اینورتر <

1- پشتیبانی از موتورهای اینورتر تسمه ای تاخودار (تاکو)
2- الگو شستشو مطابق با ماشین لباسشویی LG
3- دارای 4 کلید فشاری بر روی پنل نمایشگر
4- دارای تنظیمات پیشرفته
5- دارای 9 برنامه شستشو
6- منبع تغذیه سوئیچینگ
7- محافظت شده در برابر نوسانات برق

دارای ضمانت و گارانتی کتبی معتبر
و خدمات پس از فروش (پشتیبانی 24 ساعته)
72 ساعت ضمانت بازگشت کالا



7 سالن **KNIT**
Hall No.7 DESIGN

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

تلفن دفتر فروش: ۰۲۱-۵۱۰۴۴۰۰۰ سامانه پیام کوتاه (SMS) شرکت برای دریافت پیشنهادات و انتقادات شما ۳۰۰۰۲۲۴۱