



وزارت صنعت، معدن، تجارت

سازمان توسعه تجارت ایران

معاونت توسعه صادرات کالا و خدمات

# شناسنامه پوشاک



دفتر توسعه صادرات محصولات صنعتی و معدنی

مینزنجابی، پوشاک، فرش و صنایع دستی

دبیرمیز: سمیرا کیانپاش  
کارشناس: فاطمه انصاری

بهار ۹۷

# فهرست

صفحه	عنوان
۳	تعریف کالا .....
۳	وضعیت تولید محصول و جغرافیای تولید .....
۳	مشکلات موجود در تولید .....
۴	صادرات جهانی پوشاک ( ۲۰۱۶-۲۰۱۷).....
۵	واردات جهانی پوشاک ( ۲۰۱۶-۲۰۱۷) .....
۶	صادرات پوشاک ایران طی سالهای ۱۳۹۱-۱۳۹۶ .....
۷	کشورهای عمده هدف صادراتی.....
۸	کشورهای بالقوه هدف صادراتی.....
۹	شرکتهای مرتبط با صنعت .....
۹	تشکلهای تخصصی و غیر تخصصی مرتبط .....
۱۰	نمایشگاههای بین المللی مرتبط با صنعت .....
۱۱	مشکلات و راهکارها.....
۱۲	فرصت های سرمایه گذاری.....

## گروه کالایی: نساجی

## نام محصول: پوشاک

## تعریف محصول

هر پوششی که جزئی از فیزیک بدن انسان را بپوشاند. لباس از نموده‌های عینی فرهنگ هر جامعه ای به شمار می رود. امروزه با صنعتی شدن شیوه های تولید، تغییرات فرم پوشاک تحت تبعیت مد قرار گرفته و تصمیم گیری برای لباس در مراکز مد انجام می پذیرد. مد با تکیه بر ذوق زیباشناختی و استفاده از تمایل طبیعی بشر به تنوع و تحول چرخه تولید لباس را همواره پویا نگاه می دارد. تمدن ایران در طول ادوار تاریخی مختلف، دارای سبکی از پوشاک است که حتی امروزه با وجود تاثیرات قابل توجه از سبک های غربی همچنان خصلت متمایز خود را حفظ نموده است، این الگوی پوشش بر پایه فرهنگ، هنر، جهان بینی، زیست بوم، شیوه معیشت و اوضاع سیاسی و روابط این سرزمین با سایر فرهنگ ها و تمدن ها و اقوام شکل گرفته و همواره متضمن درون مایه ای است که آن را به عنوان پوشش ایرانی، هویت می بخشد.

## جغرافیای محصول

در خصوص تولید پوشاک می توان به استان های تهران، همدان، خوزستان، خراسان رضوی، گیلان اشاره کرد

## میزان تولید:

سال	۱۳۸۵	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵
وزن (هزار تن)	۲۸۳	۲۹۲	۲۸۰	۲۷۵	۲۷۲	۲۹۴	۳۰۰	۳۰۰	۳۰۰	۳۰۰	۳۰۰

## مشکلات تولید محصول

- پایین بودن راندمان و بهره وری
- کمبود طراحی و مد و دانش
- کوچک بودن مقیاس تولید

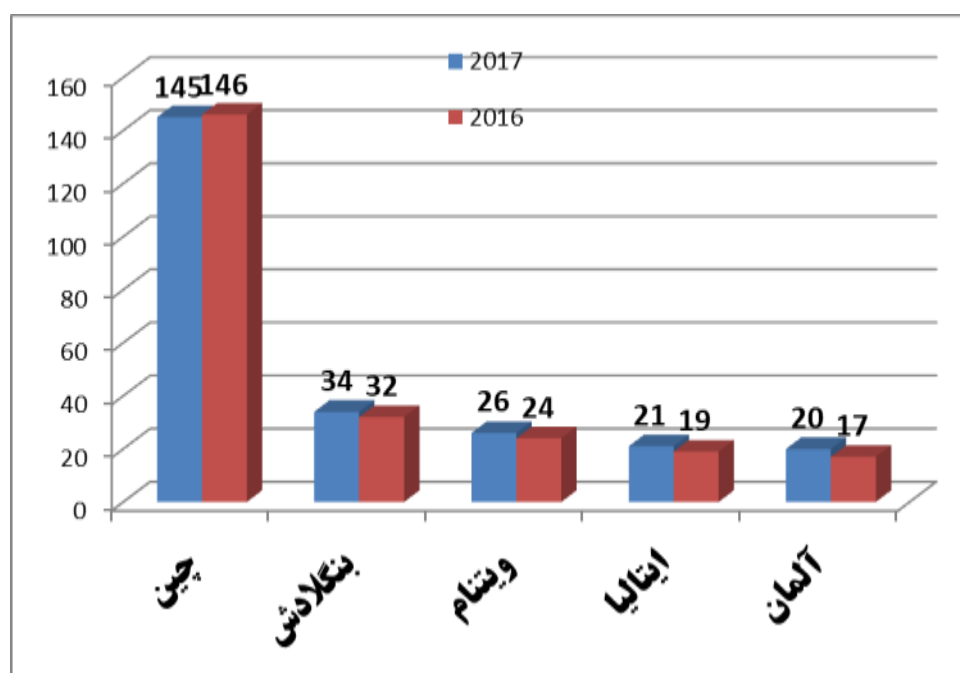
## کشورهای عمده صادرکننده

ارزش: میلیارد دلار

رتبه	کشورهای عمده (پوشاک)	سال ۲۰۱۷		سال ۲۰۱۶	
		ارزش	سهم از کل (%)	ارزش	سهم از کل (%)
۱	چین	۱۴۵	۳۲	۱۴۶	۳۳,۷
۲	بنگلادش	۳۴	۷,۵	۳۲	۷,۵
۳	ویتنام	۲۶	۵,۹	۲۴	۵,۷
۴	ایتالیا	۲۱	۴,۷	۱۹	۴,۶
۵	آلمان	۲۰	۴,۶	۱۶	۳,۹

ماخذ: ITC

## نمودار ارزش صادرات کشورهای عمده صادرکننده محصول در سال ۲۰۱۶-۲۰۱۷



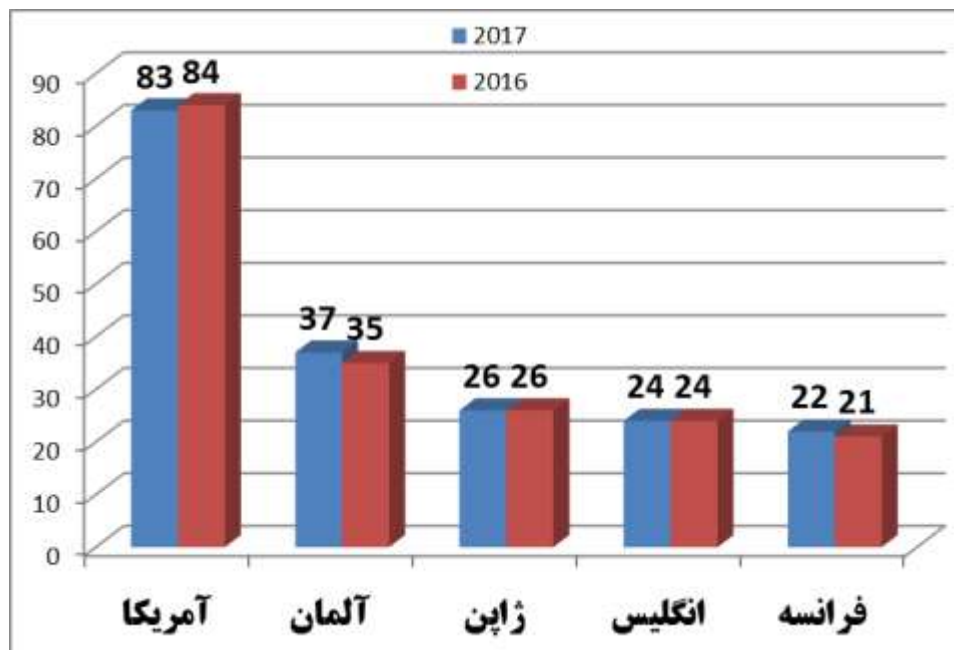
## کشورهای عمده واردکننده

ارزش: میلیارد دلار

سال ۲۰۱۶		سال ۲۰۱۷		کشورهای عمده	رتبه
سهم از کل (%)	ارزش	سهم از کل (%)	ارزش		
۲۰,۹	۸۴	۲۰,۵	۸۳	آمریکا	۱
۸,۸	۳۵	۹,۲	۳۷	آلمان	۲
۶,۵	۲۶	۶,۵	۲۶	ژاپن	۳
۶,۱	۲۴	۵,۹	۲۴	انگلیس	۴
۵,۴	۲۱	۵,۵	۲۲	فرانسه	۵
	۰,۸		۰,۰۰۶	ایران	

ماخذ: ITC

## نمودار ارزش واردات کشورهای عمده واردکننده محصول در سال ۲۰۱۶-۲۰۱۷



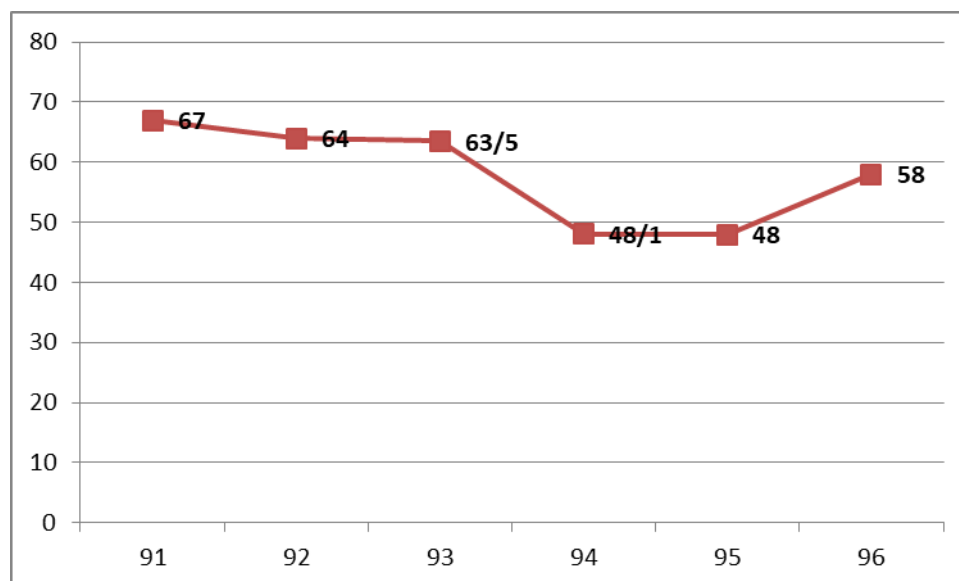
## ارزش و روند رشد صادرات

ارزش: میلیون دلار

ردیف	سال	ارزش	رشد(درصد)
۱	۱۳۹۱	۶۷	-۱۱
۲	۱۳۹۲	۶۴	-۴,۴
۳	۱۳۹۳	۶۳,۵	-۰,۷
۴	۱۳۹۴	۴۸	-۲۴
۵	۱۳۹۵	۴۸	۰
۶	۱۳۹۶	۵۸	۲۱

ماخذ: گمرک ج.ا.ا.

## نمودار روند رشد صادرات محصول طی سالهای ۱۳۹۱-۱۳۹۶



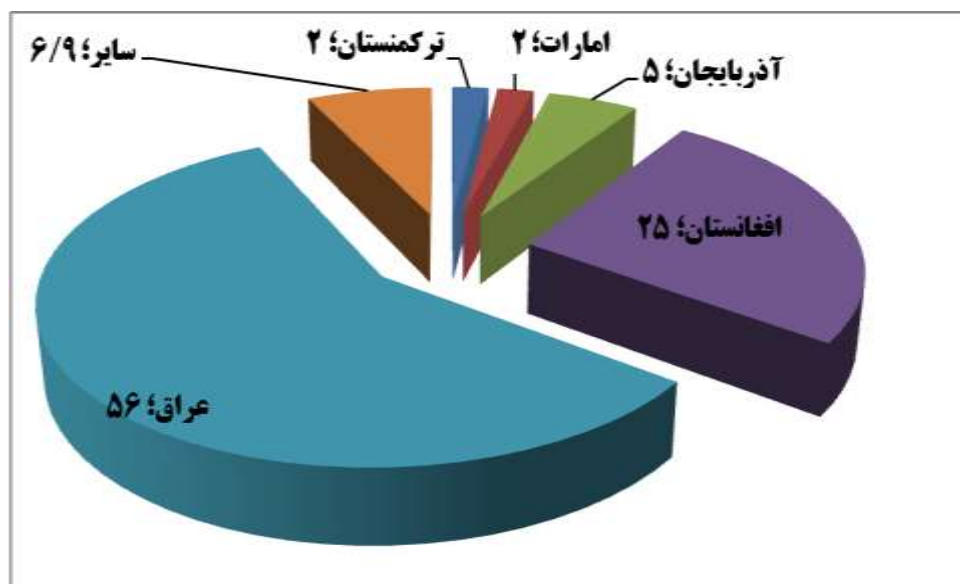
## کشورهای عمده هدف صادراتی

ارزش: میلیون دلار

سال ۱۳۹۵		سال ۱۳۹۶		کشورهای عمده	رتبه
سهم از کل (%)	ارزش	سهم از کل (%)	ارزش		
۶۰	۲۹,۱	۵۶	۳۳	عراق	۱
۲۲	۱۰,۴	۲۵	۱۵	افغانستان	۲
۲	۱	۵	۳	آذربایجان	۳
۱	۰,۹	۲	۱,۶	امارات	۴
۲	۱,۴	۲	۱,۵	ترکمنستان	۵
۱۳	۵,۲	۱۰	۶,۹	سایر	۶
۸۷	۴۸	۹۰	۵۸	جمع کل	

ماخذ: گمرک ج.ا.ا.

## نمودار بازارهای اصلی محصول در سال ۹۶



تجارت محصول

تجارت محصول در ایران

کشورهای بالقوه صادراتی در منطقه

ارزش: میلیارد دلار

واردات در سال ۲۰۱۷		کشورهای عمده	رتبه
ارزش	سهم از کل (%)		
۷	۱,۷	امارات	۱
۶	۱,۶	روسیه	۲
۳	۰,۸	عربستان سعودی	۳
۲	۰,۶	ترکیه	۴
۱,۷	۰,۴	عراق	۵
۱,۷	۰,۴	یونان	۶
۱	۰,۳	کویت	۷
۰,۵	۰,۱	هند	۸
۰,۵	۰,۱	اندونزی	۹
۰,۵	۰,۱	لبنان	۱۰
۴۰,۸	۶,۱	کل واردات جهانی محصول	

ماخذ: ITC



## شرکتهای اصلی صادراتی

رتبه	شرکتهای برتر
۱	شرکت بازرگانی خسروی
۲	نوین بافان پرنگ —
۳	فخ ريسان سبز شاهين —
۴	صنایع نساجی ستاره روشن آسیا —

ماخذ: گمرک ج.ا.ا.

## تشکل های اصلی ذیربط

شماره تماس تشکل	نام مدیر عامل	عنوان تشکل
۸۸۹۲۱۴۹۳	آقای قدیری	انجمن تولید کنندگان و صادر کنندگان نساجی و پوشاک ایران
۶۶۷۰۵۷۷۰	آقای رئیس زاده	انجمن صنایع نساجی ایران

## مهمترین نمایشگاههای خارجی مرتبط

ردیف	عنوان نمایشگاه	کشور برگزار کننده	تاریخ برگزاری
۱	نمایشگاه نساجی (Texworld Paris)	فرانسه	۱۸-۲۱ سپتامبر
۲	نمایشگاه پوشاک (CPM)	روسیه	۲۰۱۸/۸/۳۰- ۲۰۱۸/۹/۲
۳	نمایشگاه مد استانبول (IMOD)	استانبول	۵-۸ آوریل

## مشکلات اصلی صادرات و راه کارها

### مشکلات:

- نبود طراحی و مد
- پایین بودن بهره وری
- وجود تعرفه های ترجیحی در بازارهای صادراتی ایران برای رقبا
- ظرفیت پایین شرکتهای تولیدی و کوچک بودن آنها

### راهکارها:

- ایجاد زیرساختهای لازم در این زمینه
- کاهش ضایعات و افزایش راندمان ماشین و به روز شدن آنها
- ایجاد تعرفه های ترجیحی با کشورهای آسیای میانه
- تجمیع کارخانه ها و افزایش ظرفیت تولید

## مهمترین فرصتهای سرمایه گذاری

۱- سرمایه گذاری مشترک و پیوستن به زنجیره جهانی تولید در تولید بخشی از کالاهای شناخته شده با برند جهانی

۲- سرمایه گذاری در زمینه طراحی و مد

۳- سرمایه گذاری در ایجاد برند و برند سازی

## منابع و ماخذ

[۱]. World Trade Organization, International trade Statistics ۲۰۱۷.

[۲]. [www.irica.gov.ir](http://www.irica.gov.ir)

[۳]. The Road Map to ۲۰۲۵, textile & apparel sector, reported by Wazir.

[۴]. بانک مرکزی ج.ا.ا.