

مقایسه صنعت مبلمان ایران و بازار جهانی با بهترین پارچه های رومبلی

مبلمان از جمله کالاهای لوکسی است که در سالهای اخیر میزان استفاده مردم ایران از این محصولات بیشتر شده است. در این مقاله ما قصد داریم به مقایسه صنعت مبلمان ایران و بازار جهانی با بهترین پارچه های رومبلی پرداخته و با چشم انداز ورود به تجارت و بازارهای جهانی آشنا شویم.

در خرید مبلمان اولین تصویری که مورد توجه مشتری قرار می گیرد پارچه و یا روکش اصلی مبلمان است؛ در واقع انتخاب پارچه از مهم ترین بخشهای تصمیم گیری در خرید مبل راحتی است.

مقایسه صنعت مبلمان ایران

بعد از انقلاب حضور محصولات ترکیه در صنعت مبلمان ایران برتری داشت و با بررسی و مقایسه این بازار متوجه می شویم که بیشترین پارچه مبلی مربوط به کشور ترکیه بود تا اینکه چند کارخانه نساجی در ایران تولیدات خود را به عنوان رقیبی برای پارچه مبلی ترکیه در بازار ایران نشان دادند.

تولیدات ایران بسیار متنوع و در درجات مختلفی از کیفیت تولید می شود؛ قیمت های داخلی در سال ۱۴۰۱ از مبلغ ۱۱۰ هزار تومان بر اساس کیفیت و طرح شروع شد و تا متری ۲ میلیون تومان در بازار موجود می باشد.

در این میان شاید پارچه های گران تری نیز موجود باشد که سفارشی محسوب می شوند.

سالانه بیش از ۳۰ میلیون متر مربع پارچه مبلی به کشور وارد می شود؛ ۶۰ درصد این میزان پارچه مبلی از ترکیه و مابقی از چین، ایتالیا، هندوستان، ژاپن، کره و تایوان وارد می گردد.

ذکر انواع پارچه های مبلی به دلیل تنوع زیاد مشکل است، اما از لحاظ جنس و به طور کلی، می توان انواع پارچه مبلی را به ۳ دسته تقسیم کرد:

۱. پارچه مبلی طبیعی که شامل پنبه ای، نخی، پشمی، کتان و ابریشمی می باشد.

۲. پارچه مبلی مصنوعی شامل نایلون، پلی استر و ویسکوز است.

۳. پارچه مبلی ترکیبی

برخی زیر مجموعه های این تقسیم بندی بدین شرح است؛ پارچه مبلی تولید ایران شامل پارچه مبلی پورشه، مسکو، جاسمین، مازراتی، دیاموند، پارچه مبلی هنری، بالاسی، پارچه مبلی مکث، ملیتا، لیون، لاوانته، هانزو، پارچه مبلی سیتی، مایا، ساتن، پارچه مبلی ونالیا، پارچه مبلی مارماریت، پارچه مبلی پفکی، تالوس، پارچه مبلی لی لی، آدرین، سیلویا و پارچه مبلی سافت می باشد.

پارچه مبلی ZX : متأسفانه به دلیل برند شدن نام پارچه ترک در ایران، تعدادی از تولید کنندگان پارچه مبلی ایرانی محصولات تولیدی خود را به کشورهای چو ترکیه صادر می کنند.

این نوع پارچه ها در داخل کشور تحت نام تولید ترکیه و یا ژاپنی فروخته می شوند؛ استان یزد تولید کننده بهترین پارچه برای مبلهای استیل می باشد که بسیاری از فروشندگان به دلیل عدم شناخت این صنعت، این نوع از پارچه ها را به عنوان پارچه ترکیه معرفی می کنند.

بیش از ۱۷۵ واحد تولیدی کوچک و بزرگ در استانهای تهران، یزد، خراسان رضوی، گیلان، اصفهان، زنجان، البرز، آذربایجان غربی و شرقی، گلستان و قزوین در تولید پارچه مبلی با ظرفیت بیش از ۸۰ میلیون متر مربع فعالیت دارند.

در پایان سال ۱۴۰۰ این واحدها نتوانسته اند با تمام ظرفیت خود کار کنند و ۶۳ میلیون متر مربع پارچه مبلی تولید کرده اند که بیش از ۲۰ درصد آن صادر و مابقی در کشور به فروش رفته است.

از مزایای تولیدات ایران می توان به تنوع رنگ، مزیت ۴۰ درصدی قیمت، دسترسی آسان و مدت زمان کوتاه دستیابی به انواع پارچه مورد نیاز مشتریان اشاره کرد.

بزرگ ترین صادر کنندگان پارچه مبلی جهان در سال ۲۰۲۰ عبارت اند از: چین با ۸۶۲ میلیون دلار، ترکیه با ۱۵۸ میلیون دلار، ایتالیا ۱۲۵ میلیون دلار، بلژیک با ۹۱,۵ میلیون دلار و آلمان با ۸۹,۲ میلیون دلار.

بزرگ ترین وارد کنندگان پارچه های مبلی در سال ۲۰۲۰ عبارت اند از: ایالات متحده با ۱۶۴ میلیون دلار، ویتنام با ۱۵۹ میلیون دلار، بریتانیا ۱۳۶ میلیون دلار، لهستان ۱۱۴ میلیون دلار و آلمان با ۸۳,۹ میلیون دلار.

طی سالهای ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۰ صادرات پارچه های مبلی تولید ایران عمدتاً به کشورهای عراق، روسیه و ترکیه بوده است.

این سه کشور ۵۹ درصد پارچه های صادراتی ایران را به خود اختصاص داده اند؛ ارزش صادرات پارچه های مبلی ایران در سال ۱۳۹۷ به میزان ۸۹ میلیون دلار رسید که به دلایل تحریمها در سال ۱۴۰۰ به ۵۷ میلیون دلار کاهش یافت.

دیگر بازارهای هدف ایران کشورهای ثروتمند حوزه خلیج فارس بوده است که ۱۸ درصد از سهم صادرات ایران را به خود اختصاص داده اند.

کشورهایی چون افغانستان، ترکمنستان، قرقیزستان، گرجستان، ازبکستان، قزاقستان و ارمنستان نیز از بازارهای هدف جمهوری اسلامی ایران در زمینه صادرات پارچه مبلی بوده اند.

اسپانیا دهمین صادر کننده بزرگ با ارزش ۲۰,۲۰ میلیارد دلار است؛ تجارت و نساجی اسپانیا، آن را به یک منطقه برتر برای مد تبدیل کرده است و پیوسته در حال حرکت رو به جلو برای رسیدن به درجات جدید در دنیای نساجی و مد می باشد.

بازار جهانی صنعت مبلمان

در بازار جهانی اسپانیا یکی از رقبای ایران در صنعت مبلمان است؛ نساجی و تولید ماشین آلات آن یکی از بزرگ ترین صنایع اسپانیا می باشد.

هنگ کنگ چین نیز در صنعت نساجی به دلیل پارچه های رنگی و چاپ شده مشهور است.

این کشور یکی از بزرگ ترین تولید کنندگان و صادر کنندگان نخ ریزی، جین بافی، بافتنی پانل به شکل بافتنی و بافندگی پنبه ای ریز است.

هنگ کنگ با ارزش صادراتی ۲۰,۴۳ میلیارد دلار، نهمین صادر کننده بزرگ نساجی و پوشاک در جهان است.

هنگ کنگ با تولید کننده طراحی اصلی (ODM) و تولید کننده تجهیزات اصلی (OEM) در حال حرکت به سمت بالا مقیاس ارزش بازار است که مطابق با خواسته های بازار داخلی و بین المللی است.

ایالات متحده نیز تولید کننده و صادر کننده مواد خام نساجی، پارچه، نخ، پوشاک، اثاثیه منزل و سایر محصولات نساجی است.

ایالات متحده با ارزش صادرات ۲۷,۱۴ میلیارد دلار، هشتمین صادر کننده بزرگ منسوجات می باشد؛ قدرت نساجی ایالات متحده در پارچه های غیر بافته، تخصصی و صنعتی، منسوجات پزشکی و پوشاک محافظ نهفته است.

از نظر فنی در بخش نساجی و پوشاک بسیار پیشرفت کرده است که باعث می شود شرکتها در بازار نساجی ایالات متحده سرمایه گذاری کنند.

صنعت نساجی و پوشاک ترکیه با قابلیت رعایت استانداردهای بالا و طیف وسیعی از محصولات، نقش مهمی در تجارت جهانی نساجی دارد.

تولید و صادرات ترکیه از کالاهای با ارزش افزوده پایین به اقلام تولیدی با ارزش افزوده بالا و کالاهای مد روز تغییر یافته است.

ارزش صادرات صنعت نساجی ترکیه به ارزش ۲۷,۵۶ میلیارد دلار است؛ ترکیه با ظرفیت طراحی شگفت انگیز، راه حل های پیشرفته، ظرفیت تولید پویا و انعطاف پذیر، نگرانی در مورد کیفیت، سلامت و محیط زیست، صنعت نساجی و پوشاک را شکوفا می کند.

صنعت نساجی ایتالیا در دنیای پوشاک و مد پیشتاز است؛ ایتالیا طیف وسیعی از الیاف را با پنبه، کتان، ابریشم و پشم پوشش می دهد.

صنعت نساجی ایتالیا با ارزش صادرات ۳۶,۵۷ میلیارد دلار به شدت صادرات محور است؛ صنعت ساختار تولید مستحکم تری را با فناوریهای نوآورانه نشان می دهد.

نوآوری محصول ایتالیا به طور کامل بر عملکرد فنی پارچه ها و نخها متمرکز است تا زمینه های کاربرد را گسترش دهد.

ایتالیا طیف وسیعی از نساجی الکترونیکی را با فناوریهای جدید تولید می کند تا مزایایی را برای مصرف کننده فراهم کند.

هند یکی دیگر از تولید کنندگان و صادر کنندگان بزرگ صنعت نساجی و پوشاک است.

صنعت نساجی هند به طور کلی به دو بخش طبقه بندی می شود: بخش اول شامل: بافندگی، صنایع دستی و نوغان سازی است که در مقیاس کوچک با استفاده از ابزارها و روشهای سنتی کار می کنند.

بخش دوم قسمت سازمان یافته ای است که از ماشین آلات و تکنیکهای مدرن مانند صرفه جویی در مقیاس استفاده می کند.

محصولات گران قیمت به زنجیره ارزش فشار می آورند و صادرات نخ، پارچه و پوشاک را کمتر رقابتی می کنند.

هند با گردش مالی ۳۷,۱۱ میلیارد دلاری در رتبه پنجم کشورهای بزرگ قرار دارد؛ این کشور از فناوری فشرده برای تولید انبوه محصولات نساجی و ریسندگی، بافندگی، فرآوری و پوشاک استفاده می کند.

صنعت نساجی ویتنام با هزینه های پایین نیروی کار و تمرکز صنعت بر تخصصی سازی، مدرن سازی و افزایش ارزش افزوده به تولید کنندگان و خریداران کمک کرده است که زنجیره های تامین خود را متنوع کنند.

ویتنام با گردش مالی ۳۷,۹۳ میلیارد دلاری، چهارمین صادر کننده برتر جهانی است؛ تمرکز عمده این کشور بر تولید اقلام با رقابت پذیری بالا در بازار جهانی و بهبود زنجیره تامین پوشاک و منسوجات است، نساجی و پوشاک ویتنام در بازار داخلی و جهانی نفوذ عمیق تری دارد.

بنگلادش نیز در دهه های اخیر به عنوان یک نیروگاه برای تولید پوشاک ظاهر شده است؛ نقاط قوت این کشور هزینه کم نیروی کار و گسترده بودن نیروی کار است.

تکنولوژی پیشرفته و محصولات باکیفیت بالا بسیاری از برندهای عمده خرده فروشی جهانی را به بنگلادش جذب کرده است؛ این کشور با گردش مالی ۳۸,۷۳ میلیارد دلاری یکی از صادر کنندگان پیشرو در نساجی است.

ظرفیتهای بنگلادش به برندهای جهانی کمک می کند تا از شفافیت و هماهنگی بیشتری در زنجیره تامین خود اطمینان حاصل کنند.

صنعت نساجی بنگلادش با سفارش عمده اقلام و ارزش افزوده برندهای بزرگ جهانی به سرعت در حال رشد است. صنعت نساجی و پوشاک آلمان سابقه ای طولانی در تولید، نوآوری و انعطاف پذیری دارد؛ آلمان نیز یکی از بزرگ ترین صادر کنندگان پوشاک بافتنی، الیاف دست ساز، نخ مصنوعی و ماشین آلات است.

ارزش صادراتی این کشور در صنعت نساجی ۳۸,۹۹ میلیارد دلار می باشد به همین جهت دومین صادر کننده بزرگ منسوجات در جهان است و به دلیل کیفیت بالای محصولات و لوازم جانبی منسوجات و پوشاک در جهان شناخته شده است.

چین نیز با گردش مالی ۲۶۶,۴۱ میلیارد دلاری بزرگ ترین تولید کننده و صادر کننده صنعت نساجی در جهان است.

عوامل محرک این صنعت عبارت اند از: تولید کم هزینه، کیفیت مواد خام، ساختار صنعتی، ماشین آلات مدرن با تکنولوژی بالا، توسعه برچسب و فرآیند کار برای مصرف کننده داخلی و بازار جهانی.

شش صنعت فرعی نساجی در چین شامل پنبه، الیاف شیمیایی، نساجی پشمی و صنعت تکمیل رنگرزی، نساجی و صنعت تکمیلی چاپ و رنگرزی، نساجی کتان، نساجی ابریشم و صنعت تکمیلی، تولید محصولات نساجی نهایی و همچنین بافتنی است.

حجم تولید صنعت نساجی چین بیشتر نیمی از بازار جهانی را به خود اختصاص داده است.

کشورهای ذکر شده محرک بازار نساجی و پوشاک و در واقع بازیگران اصلی ایجاد تحول در صنعت نساجی و پوشاک هستند؛ این کشورها با نوآوری و فناوری پیشرفته، دنیای نساجی و پوشاک را شکل می دهند.

پارچه روبلی ایران

کشورهای ترکیه، ژاپن، کره، چین، تایوان، هندوستان رقبای اصلی پارچه مبلی ایران در بازارهای جهانی هستند.

کشور ترکیه برخلاف اینکه خود بزرگ ترین صادر کننده پارچه مبلی جهان است اما به دلیل قیمت مناسب و کیفیت برابر پارچه مبلی ایران با تولیدات ترکیه مبادرت به واردات از ایران نموده و کالا را صادرات مجدد کرده و با استفاده از برند ترکیه ارزش افزوده مناسبی را ایجاد می کند.

تفاوت قیمت حداقل ۴۰ درصدی پارچه مبلی ایران و تولیدات ترکیه دلیل اصلی این موضوع می باشد.

ترکیه محصولی تقریباً غیر قابل رقابت دارد که پارچه مبلی نانو می باشد؛ این محصول از فناوری نانو است که دارای خاصیت ضد لک، ضد آب، آنتی باکتریال و ضد حریق می باشد و در طرحهای ساده و گلدار به بازار ایران وارد می شود.

با وجود سهم ترکیه در بازار جهانی پارچه مبلی، اختلاف قیمتی با ایران سبب شده تا خود کشور ترکیه وارد کننده از ایران باشد؛ لذا این مسئله نمی تواند تهدیدی جدی برای پارچه مبلی های ایرانی باشد.

در سال ۲۰۲۰ ارزش صادرات کل صنایع نساجی ترکیه ۱۳ میلیارد دلار بوده که میزان ۱,۵۱ میلیارد دلار آن پوشاک و انواع پارچه خام اختصاص داشته و ۴۴۰ میلیون دلار هم مختص پارچه مبلمان بوده؛ این عملکرد ترکیه را بعد از چین در رده دوم جهان قرار می دهد.

از ابتدای سال ۱۳۹۹ رشد تقاضای پارچه مبلی ایران از سوی کشورهای آفریقایی چشمگیر بوده به حدی که در فروردین سال ۱۴۰۰ به ۱۸ درصد رسیده است.

در حال حاضر مصر، کنیا، سودان، آفریقای جنوبی، تونس، مغرب، موزامبیک، تانزانیا، جیبوتی و سومالی پرتقاضا ترین کشورها برای صادرات پارچه مبلی ایران می باشند.

دلایل موفقیت کشورهای مختلف در بازار جهانی:

- هزینه های حمل و نقل در بازار هدف
- دخالت اتوماسیون در روشهای توزیع
- فواصل جغرافیایی گردش کالا در کانال توزیع بازار هدف
- عهده گرفتن بخشی از ریسکهای مربوط به کانالهای توزیع
- تهیه انبارهای لازم به منظور انبار کردن و نقل و انتقال کالاهای فیزیکی
- میزان اطمینان و اتکا به تامین منابع در مدتی معقول و حفظ موجودی کالا
- روش استفاده از کانال توزیع اینترنتی
- روش استفاده از ارسال فیزیکی مستقیم
- بازاریابی از طریق توزیع کنندگان فعلی
- بازاریابی از طریق به کارگیری توزیع کنندگان جدید
- امکان شناسایی انواع واسطه ها در هر یک از سطوح کانال
- امکان سفارش گیری از مشتریان عمده و سفارش دادن به شرکتهای تولید کننده

بازیگران اصلی در صحنه تجارت بین المللی پارچه مبلمان عبارت اند از:

- مجموعه صنعتی مبلمان اشلی Ashley Furniture Industries
- مبلمان سنچوری Century Furniture با مسئولیت محدود LLC
- شرکت مبلمان دورهام Durham Furniture Inc
- گروه تولیدی مبلمان هریتیج هوم Heritage Home Group با مسئولیت محدود LLC
- گروه هرمان میلر Herman Miller، گروه ایکیا IKEA
- شرکت مبلمان ال. جی. جی استیکلی L. & J. G. Stickley
- شرکت ماسکو Masco Corporation
- شرکت اوکامورا Okamura Corporation
- شرکت مبلمان ریمورس Raymours Furniture Company
- شرکت استیل کیس Steelcase
- شرکت ویلیامز سونوما Williams - Sonoma