

# بولتن اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران



زمستان ۱۴۰۳



پیشگامان صنعت مبلمان پرشیا (فیبکو)  
Persia Furniture Industry Pioneers



اتحادیه تولید کنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران  
Iran Furniture Manufacturers & Exporters Union





شرکت دانش بنیان  
بسپار فوم غرب  
(سهامی خاص)



- تولید کننده انواع فوم سرد مبلمان
- تولید فوم سرد صندلی خودرو
- تولید اسفنج در دانسیته های مختلف
- تولید فوم تشک خواب
- تولید تشک خواب در سایز های در خواستی
- تولید کننده مواد اولیه فوم پلی یورتان (Flexible/Rigid)

**BASPAR FOAM GHARB**



آدرس کارخانه:

استان مرکزی، شهرستان زرنندیه  
شهرک صنعتی مامونیه، بلوار صنعت  
خیابان چهارم، پلاک ۴۱۷۶، واحد B۳۰۶  
کدپستی: ۳۹۴۱۸۹۴۱۷۶  
تلفن: ۵-۴۵۲۵۳۶۹۱ (+۹۸۲۱)

دفتر مرکزی:

تهران، منطقه ۲۲، شهرک راه آهن،  
بلوار جنگلبن، خیابان قائم دوازدهم  
پلاک ۹۷، کدپستی: ۱۴۹۴۹۹۴۸۸۴  
تلفن: ۴۴۷۱۴۱۲۲ (+۹۸۲۱)  
فکس: ۴۴۷۶۳۲۹۴ (+۹۸۲۱)



# بولتن اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران

زمستان ۱۴۰۳

صاحب امتیاز: اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران

مدیر مسئول: حسن احمدیان

سردبیر: علی خادمزاده

طراحی گرافیک: استودیوکارگاه

مدیر طراحی: پیمان پورحسین

طراحی: فریناز عالم، نیلوفر روحافزا

همکاران این شماره:

حسین نوروزی؛ کتابیون اسکندری کیا؛ مرجان احرابی فرد؛ مهرداد زواره محمدی؛ سپهر مهردادفر؛

امیر احمدی نسب؛ شاهین فاطمی؛ علی رسولزاده

نشانی:

تهران، خیابان سید جمال الدین اسدآبادی، نبش کوچه ۵۶،

پلاک ۱۱۴، طبقه اول، واحد ۲، اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران

تلفن: ۸۸۶۱۵۷۹۷

نمابر: ۸۸۰۶۴۹۸۹

صندوق پستی: ۱۴۱۵۵-۳۴۹۱

«مجله در پذیرش یا رد و ویرایش مطالب آزاد است.»

«استفاده از مطالب این نشریه صرفاً با ذکر منبع مجاز است و با اهداف اقتصادی و انتفاعی مجاز نیست.»

«از تمامی علاقه‌مندان و صاحب‌نظران دعوت می‌شود جهت همکاری با نشریه و ارسال مطالب

از طریق پست الکترونیکی (ایمیل) [Info@furniran.com](mailto:Info@furniran.com) و یا در واتساپ با تلفن ۰۹۱۲۵۲۷۰۵۱۱ با ما در ارتباط باشند.»

## فهرست

نگاهی به بازارهای جهانی صنعت مبلمان و صنایع وابسته، قسمت اول-مبلمان	۲۳	سخن سردبیر	۲
باد   بادبان اقایق سرگردان	۲۶	مصاحبه حسن احمدیان - ریاست اتحادیه	۳
تقویم نمایشگاه‌های بین‌المللی صنعت چوب، مبلمان و دکوراسیون	۲۸	گزارش سی‌وسومین نمایشگاه بین‌المللی صنعت مبلمان	۴
زندگی به مثابه یک تئاتر	۳۱	چرا هفته دیزاین تهران؟	۱۲
دال بر تراریختگی	۳۲	نگاهی به بازار جهانی صنعت مبلمان و صنایع وابسته - امارات متحده عربی و عمان	۱۶
گذری بر صنعت تخته فشرده و روکش‌های مصنوعی با محوریت ام‌دی‌اف	۳۵	هفته دیزاین تهران از دریچه نگاه معماران	۱۹
		اخبار و رویدادها	۲۲

## به بهانه برگزاری هفته دیزاین تهران ۱۴۰۳

در گرو مبلمان و صندلی‌هایی است که طراحی کرده‌اند تا ساختمان‌هایشان.

از آن جمله می‌توان به صندلی آبی و قرمز اثر معمار شهیر هلندی گریت ریت‌ولت Gerrit Rietveld و یا سه پایه معروف آلوار آلتو Alvar Aalto معمار فنلاندی اشاره کرد. در ایران نیز اگر چه دیزاین حلقه مفقوده پیشرفت صنعت مبلمان به شمار می‌آید ولی در سال‌های اخیر شرکت‌های پیشرو در این صنعت با به‌کارگیری جوانان خلاق در این حوزه، به دستاوردهای با ارزشی حتی در سطح بین‌المللی دست یافته‌اند.

در این شماره از نشریه به بهانه برگزاری هفته دیزاین تهران هم‌زمان با نمایشگاه مبلمان تهران تلاش شده بر ارزش‌های این حلقه مفقوده هرچه بیشتر صحنه گذارده شود.



دیزاین و صنعت مبلمان به‌عنوان دو حلقه لاینفک در این حوزه، نقش اساسی در پیشرفت و تسخیر بازارهای جهانی توسط فعالان این رشته دارند. مبلمان به‌عنوان تجلی فیزیکی دیزاین عمل می‌کند و دیزاین به مبلمان؛ معنا، هویت و کارکرد می‌بخشد و این معنا چنان پراهمیت است که بسیاری از نشان‌های بین‌المللی تجاری پیشرو (برندها)، با به‌کارگیری طراحان صاحب‌نام و هزینه‌های گزاف در این حوزه، گوی رقابت را از رقیبان می‌ربایند و چه بسیار معماران صاحب‌نامی که در عرصه بین‌المللی شهرتشان بیشتر

## علی خادمزاده

عضو هیئت مدیره و رئیس کمیسیون

آموزش و تحقیقات اتحادیه

تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان



اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران  
Iran Furniture Manufacturers & Exporters Union



پیشگامان صنعت مبلمان پرشیا (فیکو)  
Persia Furniture Industry Pioneers





اتحادیه تولید کنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران  
Iran Furniture Manufacturers & Exporters Union

**رئیس اتحادیه تولید کنندگان و صادرکنندگان مبلمان:** رشد و توسعه صنعت مبلمان منوط به داشتن برنامه‌ای جامع و شناخت از نیاز امروز بازار است.

حسن احمدیان رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران بیش از ۲۵ سال است که از فعالان این حوزه در کشور است. او عضویت هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران، نایب‌رئیس کنفدراسیون صادرات ایران، نایب رئیس شورای ملی مبلمان ایران و صنایع وابسته، عضویت در هیئت موسس جمعیت خبرگان صنعت مبلمان و دکوراسیون و ... را در کارنامه کاری خود دارد.

احمدیان در گفت‌وگو با ما، رشد و توسعه صنعت مبلمان در کشور را قبل از هر چیز منوط به داشتن برنامه‌ای جامع و مدون جهت شناخت و آگاهی از نیاز امروز بازار دانست. او صنعت مبلمان در ایران را جزو صنایع بسیار زودبازده دانست که از ارزش افزوده بسیار بالایی برخوردار است لذا ضرورت دارد افق دید خود را گسترش داده و با شناخت بیشتری برای رسیدن به بازارهای هدف قدم برداریم.

حسن احمدیان گفت: حدود ۸،۷ سال پیش، ما به اتفاق همکاران در اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان، تحقیقاتی را آغاز کردیم که سه سال به طول انجامید. در این مدت ما در تمامی نمایشگاه‌های این صنعت در خارج از کشور شرکت کرده و امکانات و توانمندی‌های تولید و نگاه، ذوق و سلیقه هر کشور را جداگانه بررسی کردیم. بر اساس داده‌های به دست آمده در طی سال و با توجه به محصولاتی که در ایران عرضه می‌شود، ما یک سری کشور مانند: قزاقستان، تاجیکستان، ارمنستان، عراق، قطر، عمان و حتی روسیه و چند کشور آفریقایی را به عنوان کشورهای هدف خود شناسایی کردیم.

وی افزود: تا چند سال پیش، طبق اسناد به ثبت رسیده، هر ساله بالغ بر ۵۰۰ میلیون دلار به اشکال مختلف در

این حوزه واردات داشته ایم. هر چند در حال حاضر به جرئت می‌توان گفت واردات ما بسیار کمتر و حتی نزدیک به صفر شده است. در عوض طی چند سال گذشته، با وجود مشکلات و موانع بسیار در امر تولید و نیز صادرات، رقمی در حدود ۸۰ تا ۱۰۰ میلیون دلار به کشورهای منطقه صادرات داشته ایم.

رئیس اتحادیه تولید کنندگان و صادرکنندگان مبلمان در ادامه گفت: سه سال گذشته ما با مطالعاتی که انجام دادیم متوجه سه حلقه اصلی در این رابطه شدیم: اول جامعه و مردم، دوم طراحان، معماران و دانشگاهیان و سوم کارخانه‌ها و تولیدکنندگان. در این میان؛ طراح، معمار، هنرمند و جامعه دانشگاهی به‌عنوان حلقه میانی موظف است، نگاه، نیاز و علایق جامعه خود را شناسایی کرده و آنها را در قالب یک طرح منسجم، جهت تولید محصول به شکل صنعتی و انبوه، در اختیار کارخانه‌داران و تولیدکنندگان قرار دهد.

وی افزود: در راستای اتصال این سه حلقه به یکدیگر بود که ما با کمک و همکاری کارگروه معماری داخلی و طراحی اتحادیه تولید کنندگان و صادرکنندگان مبلمان، برای اولین بار هفته دیزاین تهران را برگزار کردیم. هفته دیزاین تهران این قابلیت را فراهم کرد تا بعنوان حلقه میانی و واسط بین دو حلقه دیگر عمل کند.

او همچنین با ذکر این نکته که رشد و توسعه صنعت مبلمان، می‌تواند راه را برای توسعه دیگر صنایع وابسته در این زمینه نیز هموار کند، افزود: این مسیری است که از طریق آن، نه تنها محصولات و کالاهای ایرانی، بلکه فرهنگ و هنر ایرانی را می‌توان به دنیا عرضه کرد و امروز برای ما که خواهان پیشرفت ایران هستیم، این یک امر بایسته محسوب می‌شود.

رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران در پایان گفت‌وگویش با ما افزود: امروز ما بر این باور هستیم که هنر- صنعت مبلمان و صنایع وابسته در جهت پیشبرد اهداف بلند مدت این اتحادیه که ارتقای سطح کیفی تولیدات جهت صادرات است، گام‌های موثری برداشته و علی‌رغم تحریم‌ها و دست‌اندازه‌های موجود بر سر راه تولید، توانسته صادرات قابل قبولی به منطقه و دیگر کشورها داشته باشد که البته امکان افزایش آن با رفع موانع تولید میسر است. همچنین توانسته ایم با امضای تفاهم‌نامه‌های مختلف با دانشگاه‌های معتبر داخلی مانند دانشگاه تهران و شهید رجایی و ایجاد کارگروه‌های تخصصی در بدنه اتحادیه و همچنین شرکت در جلسه‌های وزارتخانه‌ها، اتاق بازرگانی ایران، تهران و کارگروه‌های تخصصی دیگر؛ شرایط لازم جهت پیوند صنعت، دانشگاه و نهادهای دولتی را ایجاد کنیم.

## گزارش سی و سومین نمایشگاه بین‌المللی تخصصی صادراتی صنعت مبلمان



عمان، بوسنی، صربستان، الجزایر، ترکیه، روسیه و اقلیم کردستان شرکت کردند. نقطه قوت رویداد سی و سوم، علاوه بر حضور کشورهای مختلف در این نمایشگاه که باعث بین‌المللی شدن آن شده بود؛ برگزاری هفته دیزاین در کنار این نمایشگاه بود. از این نمایشگاه، علاوه بر علاقه‌مندان به صنعت مبلمان؛ مسئولین کشوری (وقت) از جمله معاون صنایع عمومی وزارت صمت، آقای محمود نجفی عرب رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران، احمدرضا طباطبائی مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران، مدیرکل صنایع سلولزی، چاپ و نوشت افزار وزارت صمت و برخی دیگر از مدیران و مسئولین بازدید کردند.

سی و سومین نمایشگاه بین‌المللی تخصصی صادراتی صنعت مبلمان ایران سال ۱۴۰۳؛ از نهم تا دوازدهم مرداد ماه به همت شرکت پیشگامان صنعت مبلمان پرشیا (فیپیکو) و با حمایت اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران به عنوان متولی برگزار شد. در این نمایشگاه، گروه‌های کالایی منزل از جمله مبلمان کلاسیک، مبلمان مدرن، میز ناهارخوری، مبلمان کودک و نوجوان، سرویس خواب کودک و بزرگسال، تختخواب شو، تشک و گروه‌های کالایی اداری مانند میز و فایلینگ اداری، پارتیشن، گیشه، کانتر، صندلی و مبلمان اداری به نمایش گذاشته شد.

در سی و سومین نمایشگاه بین‌المللی تخصصی صادراتی صنعت مبلمان ایران؛ ۱۲ هیئت تجاری از کشورهای: عراق، افغانستان، ارمنستان، بلاروس، آذربایجان،





### هفته دیزاین تهران :

از نظر سابقه؛ رویداد طراحی مبلمان تهران به همت کارگروه معماری و طراحی داخلی اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران شکل گرفته و با برگزاری سه دوره این رویداد، اتحادیه توانست فضای گفت‌وگو را بین صنعتگر و دیزاینرها برقرار کند.

در این تجربه سه حلقه: جامعه و مردم؛ طراحان، معماران و دانشگاهیان و کارخانه‌ها و تولیدکنندگان؛ به هم متصل شده و طراحان، معماران، هنرمندان و جامعه دانشگاهی به عنوان حلقه میانی موظف شدند نگاه، نیاز و علایق جامعه را شناسایی کرده و آنها را در قالب یک طرح اصیل، جهت تولید محصول به شکل صنعتی و انبوه، در اختیار کارخانه‌داران و تولیدکنندگان قرار دهند.

با توجه به اهمیت و استقبال خوب تولیدکنندگان و نیز دانشگاهیان از بحث طراحی و دیزاین؛ از سال ۱۴۰۲ تصمیم گرفته شد، وسعت این رویداد بیشتر شود از این رو ایده برگزاری هفته دیزاین تهران با الگو گرفتن از هفته‌های دیزاین دنیا و نمونه‌های بین‌المللی شکل گرفت.

### برگزاری نمایشگاه

سابقه برگزاری نمایشگاه مبلمان و صنایع وابسته به دهه ۷۰ برمی‌گردد و تا سال ۱۴۰۳ سی‌وسه دوره آن در دو بخش مبلمان خانگی، مبلمان اداری، دکوراسیون و صنایع وابسته برگزار شده است.

هدف از برگزاری نمایشگاه سی‌وسوم؛ حمایت از تولیدکننده داخلی، ساماندهی واردات و صادرات مبلمان، حمایت از صنعت مبلمان کشور، ایجاد بازار در داخل و خارج از کشور و فضایی برای رقابت سالم بین تولیدکنندگان مبلمان، ایجاد بستری مناسب برای فعالان صنعت چوب و پیراق‌آلات و شناساندن توانمندی‌های دست‌اندرکاران صنعت مبلمان به عموم مردم و کشورهای دیگر بود.



در سال ۱۴۰۳ این نمایشگاه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران و در دو بخش گروه‌های کالایی نمایشگاه منزل شامل: مبلمان کلاسیک، مبلمان مدرن، میز ناهارخوری، مبلمان کودک و نوجوان، سرویس خواب کودک و بزرگسال، تخت‌خواب‌شو، تشک و گروه‌های کالایی نمایشگاه اداری شامل میز و فایلینگ اداری، پارتیشن، گیشه، کانتر، صندلی و مبلمان اداری با حضور ۲۱۷ صنعتگر داخلی در فضایی به وسعت ۵۵۰۰۰ متر مربع فضای سرپوشیده و ۱۴۵۹ متر فضای باز برگزار شد.



همچنین این رویداد در بخش شهری نیز به مدت هفت روز با محوریت مرکز شهر تهران برگزار شد که شامل عمارت‌ها، خانه‌های تاریخی، مکان‌های نمادین، گالری‌ها و کافه‌های مختلف بود. در بحث رویداد شهری در یک بخش، آثار طراحان در تعدادی عمارت و خانه تاریخی به نمایش گذاشته شد و در بخشی دیگر نیز شرکت‌ها و برندهای دارای صاحب طراحی اورجینال حضور داشتند. این رویداد با هدف ایجاد فضای گفت‌وگو بین دیزاینر و صنعتگر در شهر تهران مدل‌سازی و اجرا شد.

البته امسال (۱۴۰۳) به دلایل مختلف، از جمله نداشتن فرصت کافی تا برگزاری نمایشگاه فراخوان و دعوت از همه دست‌اندرکاران حوزه دیزاین در حوزه‌های مختلف امکان‌پذیر نبود و توفیق اینکه همه دست‌اندرکاران صنعت دیزاین در این رویداد باشند، میسر نگردید. به همین دلیل سال ۱۴۰۳، سال صفر عنوان گرفت تا در سال آینده با بهره‌گیری از پتانسیل حوزه‌های مختلف، این رویداد با قدرت بیشتری برگزار شود.



این رویداد در بخش نمایشگاهی شاهد حضور برندهایی بود که دارای دیزاینرهای ایرانی بودند. این برندها از محصولات و آثار جدید خود که از طراحی اورجینال سود می‌برند، رونمایی کردند. از طرفی طراحان فریلنس نیز حضور داشتند و فرصتی فراهم شد تا کارهای خود را به معرض نمایش بگذارند. در این چهار روز، فضایی برای پنل‌های علمی با محوریت دیزاین در فضاهای شهری فراهم شد و هم‌زمان شاهد مسابقه دیزاین برتر نیز بودیم.



بولتن اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران، زمستان ۱۴۰۳





موضوع دیزاین نیز اشاره کرد و گفت: در چند سال گذشته، اتحادیه ضمن برگزاری نمایشگاه بین‌المللی مبلمان، با کمک کارگروه معماری و طراحی، هم‌زمان رویدادهایی را نیز بر مبنای طراحی در دستور کار داشته و امسال نیز رویداد بسیار بزرگ و مهمی با عنوان هفته دیزاین تهران برگزار شد که نقش و جایگاه چنین رویدادی در پیشبرد صنعت طراحی ایران، در سال‌های آینده، خود را بیش از پیش نمایان خواهد کرد.

البته برگزاری چنین رویدادی در دنیا مرسوم بوده و کشورهایمانند ایتالیا، فرانسه، آمریکا، امارات متحده عربی، ترکیه و... همگی یک چنین هفته دیزاینی را برگزار می‌کنند.



### حسین نوروزی مدیر عامل شرکت پیشگامان مبلمان پرشیا (فیکو) و دبیر اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران:

ایجاد بسترهای صادراتی از اهداف برگزاری نمایشگاه است حسین نوروزی ضمن بیان اینکه شرکت فیکو بازوی اجرایی اتحادیه است، گفت: از جمله اهداف و سیاست‌های اتحادیه مبلمان جهت رشد و توسعه صنعت مبلمان می‌توان به برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی اشاره کرد که هر ساله توسط شرکت پرشیا فیکو به بهترین شکل اجرا می‌شوند.

وی هدف نهایی از برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی را ایجاد بسترهای صادراتی عنوان و در ادامه افزود: به همین منظور شرکت فیکو هر سال با دعوت از هیئت‌های تجاری، عمدتاً از کشورهای هدف صادراتی، زمینه را برای ارائه توانمندی‌ها و پتانسیل‌های موجود در صنعت مبل ایران به بازارهای هدف منطقه فراهم می‌کند.

او در ادامه به این نکته اشاره کرد که هدف از برپایی این نمایشگاه‌ها این نیست که برای رویدادهای خود، توریست‌های صنعتی جذب کنیم، بلکه بیشتر خواهان نشان دادن واقعیت‌های صنعت مبلمان ایران بوده و از طرفی هیئت‌های تجاری ما نیز با سفر به کشورهای هدف، بازار را رصد می‌کنند و در دل این نمایشگاه‌ها نیز مراداتی را با صنعتگران مبل در دیگر کشورهای دنیا برقرار کرده و به تبادل تجربه با آنها می‌پردازند. به یقین این رفت‌وآمدها و مرادوات تجاری در نهایت منجر به بهبود وضعیت تولید و صادرات در صنعت مبلمان کشور خواهد شد.

دبیر اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان به



بازدیدکنندگان و علاقه‌مندان به صنعت مبلمان از سوی و فعالان صنعت مبلمان، دولت و مسئولین دولتی از سوی دیگر شکل گرفت.

خانم اسکندری‌کیا به شاخص‌های تعیین امتیاز جانمایی دیزاینرها و محصولاتشان در نمایشگاه ۱۴۰۳ نیز اشاره کرد و گفت: برای شرکت در بخش نمایشگاهی دیزاین، استقبال خوبی شده بود و ما برای کیفیت بخشی به تولیدات ارائه شده و نیز به دلیل ابعاد (متراژ) سالنی که به ما اختصاص داده بودند؛ پنج شاخص مهم: عضویت معتبر در اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران؛ واحد تولیدی دارای پروانه بهره‌برداری از وزارت صنایع و یا جواز تولیدی صنفی؛ صادرکننده مستقیم محصولات مبلمان؛ حضور در نمایشگاه‌های Hofex, Office Expo

کتایون اسکندری‌کیا مدیر اجرایی شرکت فیکو و اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران: ارتباط نسبتاً خوبی میان طراحان، صنعتگران و بازدیدکنندگان برقرار شد

کتایون اسکندری‌کیا مدیر اجرایی نمایشگاه نیز در این گفت‌وگو به برگزاری هفته دیزاین هم‌زمان با برگزاری سی‌وسومین نمایشگاه مبلمان به عنوان بخشی نو و مهم از این رویداد اشاره کرد و گفت: امسال با کمک و همکاری کارگروه معماری داخلی و طراحی اتحادیه، برای اولین بار هفته دیزاین تهران را برگزار کردیم.

وی در ادامه با اشاره به اینکه این برای اولین بار بود که موضوع دیزاین، طراحی و هنر-صنعت مبلمان به سطح شهر برده می‌شد، افزود: در این میان ابعاد فرهنگی، هنری و تاریخی شهر تهران به عنوان یک عنصر جذاب و مهم مدنظر قرار گرفت و به این منظور کارگروه‌هایی از مدیران و شرکت‌های مختلف تشکیل و در نهایت مناطقی از تهران که از بافت فرهنگی خاصی برخوردار بودند، به عنوان مکان‌هایی برای دیدار، بحث و گفت‌وگو بین معماران، طراحان، هنرمندان و همه افرادی که به صنعت مبلمان، طراحی و دکوراسیون علاقه دارند، برگزیده شد. مکان‌هایی همچون عمارت مسعودیه، خانه اتحادیه، خانه سرهنگ، کارخانه آرگو، موزه اسباب‌بازی، شهرکتاب ایرانشهر، کافه وست و تعدادی از گالری‌ها و بوتیک هتل‌ها.

همچنین به موازات هفته دیزاین تهران در بخش شهری، بخش نمایشگاهی رویداد هفته دیزاین تهران برگزار و هم‌زمان پنل‌های گوناگونی حول محور طراحی، تدارک دیده شد و ارتباط نسبتاً خوبی میان طراحان، صنعتگران،







اسکندری کیا همچنین به زمان برگزاری نمایشگاه (مرداد ماه) اشاره کرد و گفت: بر اساس تقویم نمایشگاهی و محدودیت‌های ترافیک شهری که در این زمینه وجود دارد، شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران، مرداد ماه را به نمایشگاه مبلمان و صنایع وابسته اختصاص داده بود که با توجه به گرمای هوا، تعطیلی دانشگاه‌ها که در بحث دیزاین و طراحی با ما تبادل فکر و اندیشه دارند؛ زمان مناسبی نیست و انتظار می‌رود با توجه به اهمیت نمایشگاه مبلمان به عنوان یکی از سکوها و درگاه‌های مهم صادرات کشور؛ زمان بهتری به این نمایشگاه اختصاص داده شود.

#### نظر تعدادی از بازدیدکنندگان:

محمود بازاری مدیرکل دفتر ترویج تجارت سازمان توسعه تجارت ضمن بازدید از سی و سومین نمایشگاه بین‌المللی



دو دوره گذشته و برگزیده مسابقات ارزیابی محصولات برتر از نمایشگاه‌های Hofex, Office Expo دو دوره گذشته بودن را؛ ملاک ارزیابی خود برای جانمایی دیزاینرها و محصولاتشان در نمایشگاه قرار دادیم. وی به مشکلات موجود در نمایشگاه امسال مانند عدم استاندارد سالن‌ها، قطعی برق، تهویه سالن‌ها و ساعت برگزاری نیز اشاره کرد و از مسئولین نمایشگاه بین‌المللی تهران خواست برای نمایشگاه سال ۱۴۰۴ وضعیت بهتری را برای این رویداد مهم فراهم کنند.



بولتن اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران، زمستان ۱۴۰۳



بزرگی که امسال دوستان ما در اتحادیه و شرکت فیپکو رقم زدند، همین برگزاری هفته دیزاین تهران بود. از آنجا که در زمینه دیزاین و طراحی ما با مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو هستیم و صنعت ما از طرفی به این طراحی نیاز مبرم دارد، لذا نقش اتحادیه در ایجاد یک ساختار اساسی جهت سازماندهی و استفاده از طراحان در صنعت مبلمان کشور بسیار حائز اهمیت است.

**عبدالرضا محسنی** مهندس معماری و معماری داخلی ضمن حضور در سالن ۲۷ نمایشگاه بین‌المللی و بازدید از هفته دیزاین تهران؛ این چنین نقطه‌نظر خود را بیان کرد: هفته دیزاینی که در سالن ۲۷ با عنوان سال صفر اتفاق افتاد در واقع یک مشق بود، به این خاطر که در سال آینده خیلی بهتر و قوی‌تر در این مسیر گام برداریم. در این رویداد من به شخصه با توانمندی‌های بسیار خوبی در عرصه طراحی روبه‌رو شدم که جای بسی خوشحالی دارد.

تخصصی صادراتی صنعت مبلمان درباره ارزیابی خود از این نمایشگاه گفت: با توجه به توسعه صنعت مبلمان در حوزه تولید و تجارت در سال‌های اخیر، طبیعتاً در حوزه نمایشگاهی هم، به خصوص بعد از دوران کرونا، شاهد یک شتاب بسیار خوبی بوده‌ایم. نمایشگاه به عنوان یک ابزار بسیار مهم برای معرفی توانمندی‌ها و ظرفیت‌های این صنعت امسال به لحاظ کمی و کیفی شرایط بهتری نسبت به سال‌های گذشته داشت.



وی پیرامون رویداد هفته دیزاین تهران به عنوان بستری برای معرفی صنعت مبلمان ایران در حوزه بین‌المللی نیز گفت: این رویداد که در نمایشگاه امسال برگزار شد، به نظر من از برنامه‌ای هدفمند سود می‌برد و امید است با کمک مدیریت و تشکل‌های مربوطه با استفاده از برنامه‌های میان‌مدت و بلندمدت، توسعه بیشتری پیدا کند. قطعاً این بخش نوآورانه در نمایشگاه می‌تواند فرصتی فراهم کند تا ما توانمندی‌های خود را در حوزه طراحی، شناسایی و معرفی کرده و در کنار صادرات کالاها و محصولات حوزه مبلمان، هم‌زمان در زمینه خدمات مهندسی و طراحی نیز با یک ارزش افزوده بسیار بالاتر، بتوانیم در بخش تجارت و صادرات کشور کمک کنیم.

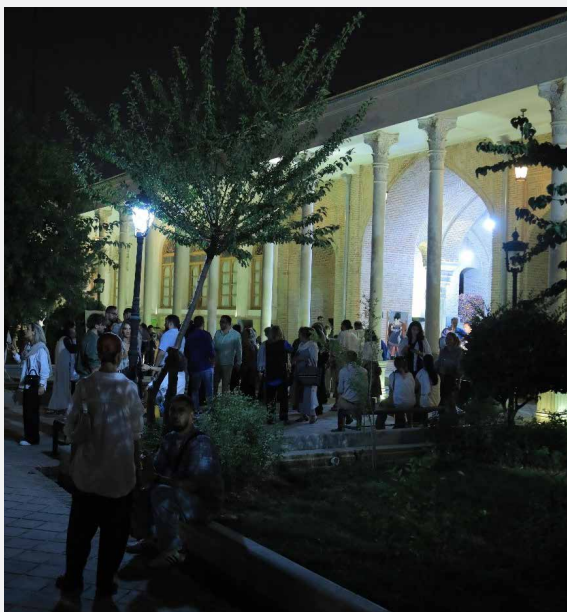
**علیرضا عباسی** پیشکسوت صنعت مبلمان در مورد برگزاری رویداد هفته دیزاین تهران گفت: اتفاق بسیار







آنها، پنل‌های برگزار شده در هفته دیزاین تهران را با کیفیت و در حد پنل‌های آنجا دیدم که به این خاطر است که معماران و پنلیست‌هایی که ما داریم کاملاً به دستاوردهای نوین بین‌المللی در این حوزه‌ها اشراف دارند. وی در پایان اذعان کرد: من فکر می‌کنم ما از نظر منابع انسانی و خلاقیت؛ از توانمندی‌های لازم در کشور برخوردار هستیم، اما در بحث بسترسازی، توجه و اعتماد به این توانمندی‌ها در فضای کشور هنوز جای کار داریم. من به شخصه از این بستری که به همت اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان به وجود آمده، بسیار خوشحالم و یقین دارم که در سال‌های آینده این رویداد مهم از کیفیت بیشتری برخوردار خواهد بود.



وی افزود: نمایشگاه امسال نسبت به سال‌های گذشته بسیار متفاوت برگزار شد و علت آن یکی حضور جوان‌های به غایت خلاق و مستعد در این رویداد و دیگری درایت و هوشمندی در تقسیم‌بندی فضای سالن بود که باعث هم‌پوشانی و رؤیت اجراهای متفاوت در فضاهای مختلف شده بود. استقبال بی‌نظیر مردم نیز شور، حال و انرژی زیادی به این نمایشگاه بخشیده بود.

**سیاوش صوفی‌نژاد** طراح و تولیدکننده آجکت‌های مبلمان در پاسخ به وضعیت صنعت، طراحی و تولید در ایران بیان کرد: اینکه صنفی با این توانمندی و دانش فنی در ایران فعالیت کرده و تلاش می‌کند تا در حوزه طراحی در دنیا حرفی برای گفتن داشته باشد، واقعاً باعث افتخار است. این همه خلاقیت و نوآوری، علی‌رغم تمام تحریم‌ها و عدم ارتباط با بازارهای جهانی، نشان از ارزش‌های این خاک و سرزمین دارد. روزی که درهای ورود به بازارهای جهانی باز شوند، به جای نگرانی از ورود برندهای خارجی و گرفتن جای تولیدات داخلی ما، این ما هستیم که از این مرزها عبور کرده و سهم خود را از بازارهای جهانی خواهیم گرفت.

**فاطمه تولابی** فارغ‌التحصیل معماری از دانشگاه تهران نیز در بازدید از سالن ۲۷ نمایشگاه و حضور در پنل گفت‌وگو با موضوع دیزاین و فناوری‌ها، عنوان کرد: مسئله دیزاین و فناوری‌ها در کل یک موضوع جدید در جهان محسوب می‌شود، ولی اینکه ما به این سمت رفتیم و در مورد آن گفت‌وگو می‌کنیم، خیلی امیدوارکننده و جای بسی خوشحالی است. من با توجه به تجربه حضور در هفته دیزاین دبی، لندن و شرکت در برخی از پنل‌های

# Tehran Design Week



## چرا هفته دیزاین تهران؟

**مرجان احرابی فرد**

معمار داخلی

رئیس کارگروه معماری و طراحی داخلی  
اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان  
مبلمان ایران

برگزاری هفته دیزاین تهران به دلیل وجود چالش‌ها و کمبودهایی که در صنعت طراحی ایران وجود دارد، ضروری به نظر می‌رسید. برخی از مهم‌ترین این چالش‌ها عبارتند از: عدم آگاهی عمومی از نقش طراحی در ارتقای کیفیت زندگی.

نبود دانش بومی در حوزه دیزاین.

کمبود دیزاین اوریجینال.

فقدان بستر مناسب برای معرفی طراحی‌های اوریجینال ایرانی.

نبود اعتماد به طراحان داخلی.

تمرکز بر تولید به جای طراحی.

فاصله بین صنعت و دانشگاه.

نبود شبکه‌های ارتباطی قوی در صنعت دیزاین ایران.

ضعف زیرساخت‌های حمایتی از دیزاین.

عدم برندسازی جهانی برای طراحی ایرانی.

فقدان سهم ایران در بازار بین‌المللی دیزاین.

از آنجایی که سال‌ها آرزوی داشتن رویدادی بزرگ در حوزه دیزاین در ایران را داشتیم و نتایج درخشانی که از این چنین رویدادهایی در کشورهای مختلف در صنعت مبلمان به دست می‌آید، با در نظر گرفتن کمبودها در داخل کشور و مطالعه و بررسی نمونه‌های موفق و برگزار شده در کشورهای همسایه؛ طرحی آماده و به اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ارائه شد.

کارگروه معماری و طراحی داخلی، فعالیت جدیدش را از سال ۱۳۹۸ در بستر اتحادیه و با حمایت شرکت فیپکو با هدف ایجاد فضای گفت‌وگو بین صنعت و دانشگاه شروع کرد و سه دوره رویداد طراحی مبلمان تهران را هر سال هم‌زمان با نمایشگاه بین‌المللی مبلمان برگزار کرد و با توجه به نتایج رضایت بخشی که برگزاری این رویداد به همراه داشت، پیشنهاد برگزاری هفته دیزاین تهران را به جناب آقای دکتر حسن احمدیان ریاست اتحادیه و جناب آقای مهندس حسین نوروزی مدیر عامل شرکت فیپکو دادیم و پس از مطالعه همه جانبه‌ای که در این زمینه داشتیم، مقدمات برگزاری هفته دیزاین فراهم و در نهایت به رویداد هفته دیزاین تهران هم‌زمان با نمایشگاه بین‌المللی مبلمان تهران منجر شد.



بولتن اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران، زمستان ۱۴۰۳



در این طرح ارائه شده موارد ذیل بیان شد:

« اهمیت دیزاین و نقش آن در زندگی:

دیزاین، فراتر از یک هنر، زبانی جهانی است که کیفیت زندگی را بهبود می بخشد و ارتباطی معنادار بین فرهنگ، صنعت و خلاقیت ایجاد می کند. در سراسر جهان، رویدادهایی مانند هفته های دیزاین، بستری برای نمایش نوآوری ها و تبادل ایده ها فراهم می کنند.



## تاریخچه ای از هفته های دیزاین در جهان

« هفته دیزاین دبی (Dubai Design Week):

دبی به عنوان یکی از مراکز مهم طراحی در منطقه، هر ساله میزبان طراحان و دیزاینرها در هفته دیزاین دبی است. این رویداد، بزرگ ترین جشنواره خلاقیت در منطقه است که جایگاه دبی را به عنوان پایتخت طراحی خاورمیانه تقویت می کند. این رویداد ۶ روزه، با هدف نمایش نوآوری ها در زمینه های مختلف طراحی؛ از جمله طراحی صنعتی، معماری و هنرهای تجسمی برگزار می شود. حضور طراحان بین المللی و برگزاری کارگاه ها و سمینارهای تخصصی در هفته دیزاین دبی، فرصتی مغتنم را برای تبادل دانش و تجربه دیزاینرها فراهم می کند.

« هفته دیزاین استانبول (Istanbul Design Week):

استانبول با تاریخچه ای غنی و موقعیت جغرافیایی منحصر به فرد، هر ساله هفته دیزاین خود را برگزار می کند. این رویداد با تمرکز بر طراحی معاصر و ارتباط آن با فرهنگ و هنر ترکیه، بستری برای معرفی طراحان محلی و بین المللی فراهم می سازد. برگزاری نمایشگاه ها، پنل های گفت و گو و کارگاه های آموزشی؛ از جمله برنامه های این هفته است.

« هفته دیزاین میلان (Milan Design Week):

یکی از برجسته ترین این رویدادها، هفته دیزاین میلان است که ریشه آن به سال ۱۹۱۸ بازمی گردد. زمانی که نمایشگاهی از مبلمان و دکوراسیون داخلی برای اولین بار در این شهر برگزار شد. این رویداد به سرعت به موفقیتی چشمگیر دست یافته و به سکوی پرتابی برای طراحان ایتالیایی نوظهور مانند Gio Ponti و Carlo Mollino تبدیل شد. در دهه های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰، هفته دیزاین میلان به مرکزی برای جنبش طراحی رادیکال ایتالیا تبدیل و میزبان چهره های برجسته ای مانند Achille و Ettore Sottsass و Castiglioni بود. این رویداد در دهه های بعد به رشد و تکامل خود ادامه داد و به عنوان پلتفرمی بین المللی برای نمایش بهترین های طراحی از سراسر جهان معرفی شد.

« هفته دیزاین پاریس (Paris Design Week):

یکی از مهم ترین رویدادهای طراحی در جهان است که هر سال یک بار برگزار می شود. این رویداد در هماهنگی با نمایشگاه Maison & Objet برگزار می شود. هدف این هفته، ایجاد فضایی برای طراحان نوظهور و خلاقان مستقل است تا آثار خود را در گالری ها، استودیوها، و نمایشگاه های سطح شهر پاریس به نمایش بگذارند.

# نیاز به برگزاری هفته دیزاین در تهران

با توجه به پیشینه موفق این‌گونه رویدادها در جهان و برگزاری موفق سه دوره رویداد طراحی مبلمان تهران در بستر اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان؛ هفته دیزاین تهران هم‌زمان با نمایشگاه بین‌المللی مبلمان تهران در جهت دستیابی به اهداف ذیل برگزار شد:

- ایجاد بستری برای معرفی دیزاین اورجینال ایرانی؛
- فرصتی برای طراحان داخلی فراهم می‌شود تا آثار خود را به نمایش بگذارند و با جامعه بین‌المللی ارتباط برقرار کنند.
- پل ارتباطی بین صنعت و دانشگاه؛ با ایجاد تعامل بین طراحان، دانشگاهیان و صنعتگران، فاصله موجود کاهش یافته و زمینه برای تولید محصولات باکیفیت و نوآورانه فراهم می‌شود.

حضور در بازار جهانی دیزاین: با معرفی دیزاین ایرانی در سطح بین‌المللی، امکان ورود به بازارهای جهانی و رقابت با برندهای معتبر فراهم می‌شود.

ترویج فرهنگ طراحی باکیفیت و کاربردی: افزایش آگاهی عمومی نسبت به اهمیت دیزاین در زندگی روزمره و تأثیر آن بر کیفیت زندگی.

جلوگیری از مهاجرت دیزاینرها و ایجاد فضا برای صادرات دیزاین: جلوگیری از مهاجرت دیزاینرهای ایرانی و کمک به شکل‌گیری جامعه دیزاین در داخل کشور.





## اهداف و برنامه های هفته دیزاین (تهران)



این رویداد در دو بخش اصلی برگزار می شود:

۱. بخش نمایشگاهی:

برگزاری نمایشگاه هایی با حضور دیزاینرهای مستقل و شرکت هایی که در طراحی و تولید دیزاین اورجینال فعالیت می کنند. این بخش فرصتی مغتنم را برای نمایش آخرین دستاوردها و ایجاد ارتباط بین طراحان و صنعتگران (هم زمان با نمایشگاه بین المللی مبلمان) فراهم می کند.

۲. بخش شهری:

برگزاری رویدادها در خانه ها و عمارت های تاریخی، موزه ها، گالری ها، دفاتر معماری و دیزاین، شرکت ها و... که بستری برای نمایش آثار دیزاینرها، هنرمندان و برگزاری پنل های گفت و گو در حوزه دیزاین را فراهم می سازد.

## چشم انداز آینده

برگزاری هفته دیزاین تهران می تواند به تبدیل شدن این شهر به قطب دیزاین منطقه کمک کرده و با ایجاد فرصت های بی شمار برای طراحان و تولیدکنندگان؛ نقش مؤثری در رشد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور ایفا نماید. در این رویداد؛ از تمامی طراحان، صنعتگران، دانشگاه ها و علاقه مندان دعوت می شود با مشارکت در این رویداد، به توسعه و ترویج دیزاین اورجینال ایرانی کمک کرده و در شکل دهی آینده ای بهتر سهیم باشند.

We DESIGN TEHRAN

Open office @paadirancompany



@paadirancompany

تهران  
دیزاین  
هفته

WE DESIGN TEHRAN

### ◀ امارات متحده عربی ◀ عمان



#### مقدمه:

توانسته روند روبه رشد اقتصادی خود را ادامه دهد و امروز این کشور از نظر میزان تجارت، جذب سرمایه گذار خارجی و ریسک پایین برای فعالیت اقتصادی؛ بهترین آمارها را در این منطقه دارد. بر اساس تازه ترین گزارش های منتشر شده توسط CSIL که به بررسی چشم انداز جهانی مبلمان (۲۰۲۳ - ۲۰۲۴) در میان ۱۰۰ کشور مطرح پرداخته، امارات متحده عربی در جایگاه سی و یکم این رده بندی قرار گرفته است.

طی سال های اخیر این کشور علاوه بر واردات و رفع نیاز داخلی، اقدام به صادرات مجدد این محصول (مبلمان) به کشورهای دیگر کرده است. آمارها نشان می دهد که در سال ۲۰۲۲، امارات متحده عربی بیش از ۲ میلیارد دلار مبلمان از منابع مختلف بین المللی وارد و موقعیت خود را به عنوان هجدهمین واردکننده بزرگ مبلمان در جهان تثبیت کرده است.

#### رشد صادرات مبلمان به امارات متحده عربی

امروزه امارات متحده عربی نقشی حیاتی در خاورمیانه و مناطقی از قاره آفریقا ایفا می کند. این اهمیت از موقعیت جغرافیایی راهبردی آن ناشی می شود و این کشور را در

امروزه صنعت مبلمان و صنایع وابسته به آن در کشورهای مختلف دنیا از اهمیت ویژه ای برخوردار شده است به نحوی که بعضی از کشورها که از تولید ناخالص ملی بسیار زیادی برخوردار بوده و بازارهای گوناگون جهان از صنعت خودرو گرفته تا صنایع نظامی و ... را در اختیار دارند به صنعت مبلمان به عنوان یک صنعت ارزآور و پیشران در جریان اقتصاد خود نگاه می کنند. کشورهای نوظهور اقتصادی یا در حال توسعه نیز به اهمیت صنعت مبلمان و صنایع وابسته به آن پی برده و سعی در کسب سهمیه عمده از تولید و صادرات این محصول در اقتصاد خود دارند.

در این شماره از نشریه، وضعیت دو کشور امارات متحده عربی و عمان را که به صنعت مبلمان اعم از تولید، واردات و حتی صادرات آن توجه ویژه ای دارند؛ مورد بررسی قرار می دهیم.

#### امارات متحده عربی

امارات متحده عربی در طول چند دهه گذشته جزو معدود کشورهای منطقه خاورمیانه و حاشیه خلیج فارس بوده که



زمره یک مرکز تجارت بین‌المللی برجسته قرار می‌دهد. چین که عمدتاً امارات متحده عربی و دیگر بازارهای انبوه منطقه‌ای را هدف قرار می‌دهد، بزرگترین صادرکننده مبلمان به این کشور محسوب می‌شود. شرکت‌های ترکیه‌ای نیز در عرضه زنجیره بزرگ مبلمان محلی و در حال گسترش در بازار امارات حضور دارند و بسیار فعال عمل کرده‌اند.

جمعیت مرفه ساکن امارات متحده عربی، دیگر تاجرهای خارجی را نیز جذب کرده‌اند. لازم به ذکر است علاقه مجددی از سوی تولیدکنندگان مبلمان گران‌قیمت در اتحادیه اروپا به وجود آمده که به بازار مبلمان مسکونی و گران‌قیمت امارات متحده عربی برگردند.

این بازار در حال حاضر توسط حدود ۲۰ هزار فرد، با ارزش خالص بسیار بالا، تغذیه می‌شود. گفتنی است که ایتالیا نقش مهمی در این بخش دارد و برندهای بزرگ مبلمان ایتالیا حضور خود را در این کشور از طریق نمایشگاه‌های مجلل تثبیت کرده‌اند. این هجوم بازیگران بین‌المللی، بر ماهیت پویای صنعت مبلمان امارات تاکید کرده و آن را به مرکزی برای سبک‌ها، طرح‌ها و ارائه‌های با کیفیت و متنوع مبلمان تبدیل کرده است.

تجارت مبلمان یکی از مشاغل مهمی است که توسط بخش املاک و مستغلات امارات رشد یافته است. افزایش فعالیت‌های ساخت‌وساز هم در فضاهای مسکونی و هم در فضای تجاری املاک، رشد شهرنشینی و افزایش درآمد قابل تصرف؛ برخی از عوامل اصلی رشد بازار مبلمان در این کشور محسوب می‌شوند. علاوه بر این، در امارات، مردم هزینه‌های خود را برای بازسازی خانه، مانند اتاق نشیمن و آشپزخانه، افزایش داده و روی محصولات با کیفیت بالاتر سرمایه‌گذاری می‌کنند که این امر باعث افزایش بیشتر تقاضا برای محصولات مبلمان در امارات متحده عربی شده است.

امارات همچنین دارای جمعیت زیادی از مهاجران است که علائق مختلفی در نوع، شکل، طراحی و مواد اولیه مبلمان دارند. این عامل نیز باعث افزایش بیشتر تقاضا برای مبلمان در این کشور شده است.

این کشور بخش عمده‌ای از تقاضای مبلمان، به‌ویژه مبلمان چوبی را از طریق واردات، عمدتاً از کشورهایمانند چین، ایتالیا، آلمان، لهستان، ترکیه، مالزی و ویتنام تأمین می‌کند. امارات متحده عربی همچنین به‌عنوان قطب صادرات مجدد در میان کشورهای شورای همکاری خلیج فارس در حال ظهور است. این کشور، محصولات مبلمان وارداتی را به دیگر کشورها مانند عربستان، کویت، عمان، هندوستان، قطر، کنیا و لبنان صادر می‌کند. در حال حاضر امارات متحده عربی شاهد افزایش

ضریب نفوذ اینترنت و شبکه‌های اجتماعی است که فرصت‌های فروش آنلاین محصولات مبلمان را در این کشور افزایش می‌دهد. تجارت الکترونیک به آرامی در این کشور شتاب گرفته و مبلمان و لوازم خانگی نزدیک به ۳۵ درصد از کل فروش آنلاین در آن را تشکیل می‌دهند. به طور کلی، چشم‌انداز بازار مبلمان امارات متحده عربی برای سال‌های آینده به‌ویژه در مقایسه با وضعیت چالش برانگیزی که در اروپا و سایر مناطق جهان وجود دارد، مثبت ارزیابی می‌شود. پویایی تجارت پررونق به گسترش مستمر این کشور در صنعت کمک کرده است و موقعیت آن را به‌عنوان یک بازیگر کلیدی در چشم‌انداز مبلمان منطقه‌ای تایید کرده و به طور مداوم علاقه تأمین‌کنندگان بین‌المللی مبلمان را به خود جلب می‌کند.

### صادرات مبلمان ایران به امارات متحده عربی

مبلمان یکی از کالاهای صادراتی ایران است به طوری که رشد صادرات این حوزه به توسعه صادرات محصولات غیر نفتی ایران کمک زیادی می‌کند.

بازارهای هدف صادرات مبلمان ایران کشورهای امارات، گرجستان، آذربایجان، قزاقستان، ارمنستان و عراق می‌باشند که البته ایتالیا نیز به این کشورها صادرات مبلمان انجام می‌دهد و رقیب ایران به‌شمار می‌رود. همچنین کشورهای ترکیه، چین، آمریکا و آلمان با حضور در پنج کشور از بازارهای هدف، از رقبای ایران در بازار صادراتی مبلمان محسوب می‌شوند.

امارات با داشتن مهم‌ترین شهر تجاری جهان محلی برای عرضه مبلمان ایران است و در کنار این فرصت شرایط بهتری را برای تاجران ایرانی به‌وجود می‌آورد تا بتوانند علاوه بر صادرات به این کشور، مبلمان ایرانی را به واسطه آن به کشورهای دیگر صادر کنند.

### عمان

آیا عمان کشوری صرفاً مصرف‌کننده است یا کارخانه‌های تولیدی نیز دارد؟ باید بدانیم که عمان کشور واردکننده صرف نیست. بسیاری از کالاهای مصرفی و صنعتی این کشور در خود عمان تولید می‌شوند و این روند در حال رشد است.

در بخش مبلمان و خدمات وابسته، عمانی‌ها دارای کارخانه‌هایی برای تولید این محصولات هستند ولی این تولیدات پاسخگوی نیاز داخلی عمان نیست و واردات گسترده‌ای نیز دارند. واردات مبلمان عمان بیشتر از کشورهایمانند چین، ترکیه، امارات، ایتالیا و هند بوده که بخش عمده‌ای از این بازار را در دست دارند. مبلمان، تختخواب، میز و صندلی، کفپوش و پارکت مصرف بالایی

مبل‌های باکیفیت و با قیمت مناسب تولید کنید.  
از مواد اولیه مرغوب استفاده کنید.  
محصولات خود را در نمایشگاه‌های مبل عمان به نمایش بگذارید.  
از طریق تبلیغات و بازاریابی، محصولات خود را به مردم معرفی کنید.

### مزایای صادرات به عمان:

ثبات سیاسی و اقتصادی موجود در این کشور.  
برقراری روابط تجاری خوب با تمام کشورهای دنیا.  
تبدیل شدن به یک منطقه امن برای صادرات کالاهای مختلف و سرمایه‌گذاری.  
نرخ تورم کاملاً ثابت.  
صادرات و کسب‌وکار مبل‌سازی در عمان می‌تواند یک فرصت تجاری عالی برای افرادی باشد که به دنبال راه‌اندازی کسب‌وکار سودآور هستند. با این حال شما باید با بازار مبل عمان آشنایی کامل داشته و بتوانید مبل‌های باکیفیت و با قیمت مناسب تولید و به این کشور صادر کنید.

در خانه عمانی‌ها داشته و پروژه‌های جدید این کشور همگی به این دسته از خدمات نیازمند هستند.  
اگر به نمایشگاه‌های مبل عمان سر بزنید ممکن است از قیمت فروش مبل تعجب کنید، اما این فقط ظاهر امر است و در عمل نباید قیمت تمام شده خود را با قیمت فروش در شهر مسقط مقایسه کنید. قیمت‌گذاری درست با توجه به برآورد دقیق هزینه‌های ساخت و تولید، حمل‌ونقل، گمرک، فروش عمده، نحوه و مدت زمان دریافت پول، اجاره مغازه همگی از فاکتورهایی هستند که باید به قیمت تمام شده خود اضافه کنید تا بتوانید برآورد مناسبی داشته باشید. اگر قصد ورود به این بخش از کشور عمان را دارید، پیش از اجاره شوروم و تحمل هزینه‌های سنگین، بررسی دقیق‌تری از رقبا، مشتریان و تنوع محصولات داشته باشید، مشتریان خود را پیدا کنید و در نظر داشته باشید که باید به صورت بلندمدت به این تجارت بیندیشید.

### بازار مبل عمان

بازار مبل عمان به دو بخش اصلی تقسیم می‌شود:  
**مبل‌های لوکس و وارداتی:** این بخش از بازار در اختیار مبل‌های لوکس و وارداتی از اروپا و آمریکا است. این مبل‌ها بسیار گران‌قیمت هستند و عمدتاً توسط افراد ثروتمند عمان خریداری می‌شوند.

**مبل‌های داخلی:** این بخش از بازار در اختیار مبل‌های داخلی است که با استفاده از مواد اولیه وارداتی تولید می‌شوند. مبل‌های داخلی عمان از نظر کیفیت و طراحی بسیار متنوع هستند و در قیمت‌های مختلفی به فروش می‌رسند.  
درآمد کسب‌وکار مبل‌سازی و یا صادرات مبل به عمان به عوامل مختلفی مانند نوع مبل‌هایی که تولید می‌کنید، کیفیت مبل‌های شما، قیمت مبل‌هایتان و رقابت‌پذیری با دیگر کشورهای تولیدکننده و یا صادرکننده مبل به این کشور دارد.

اگر مبل‌های لوکس و وارداتی تولید می‌کنید، می‌توانید درآمد بالایی کسب کنید. زیرا این مبل‌ها با قیمت‌های بسیار بالایی در عمان به فروش می‌رسند. اما اگر نه؛ درآمد شما از صادرات یا ساخت مبل در عمان به کیفیت و قیمت مبل‌های شما بستگی دارد. اگر بتوانید مبل‌های باکیفیت و با قیمت مناسب تولید کنید، می‌توانید درآمد خوبی کسب کنید.

### نکاتی برای راه‌اندازی کسب‌وکار مبل (ساخت و صادرات) در عمان:

با بازار مبل عمان آشنایی کامل داشته باشید و بدانید که چه نوع مبل‌هایی در این کشور محبوب هستند.

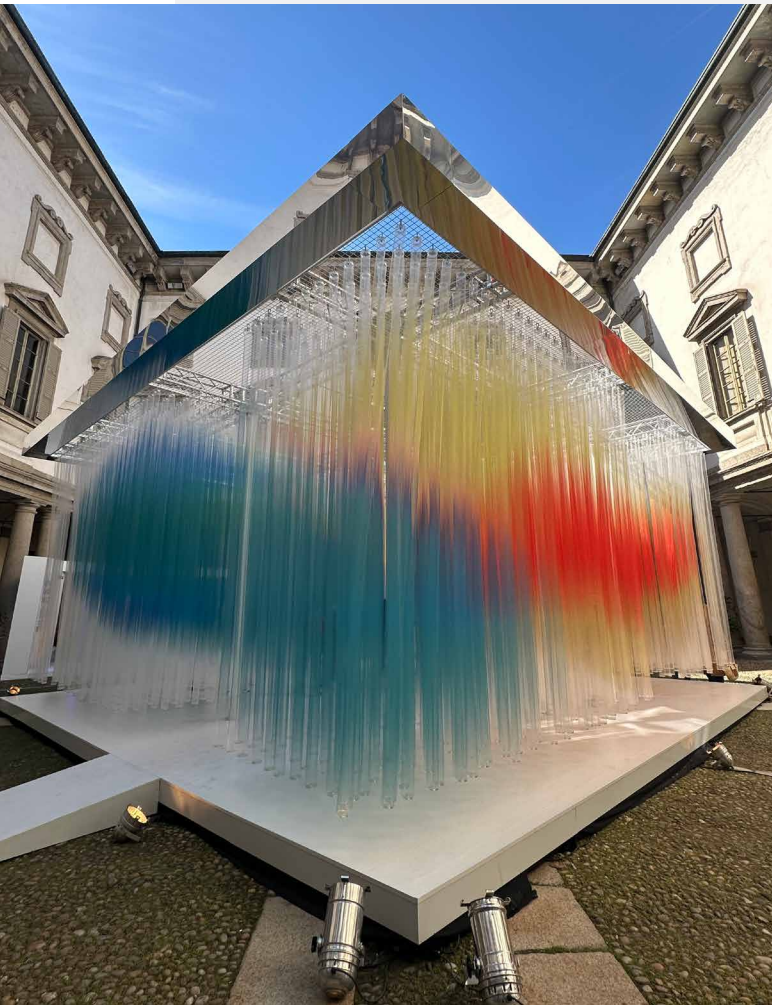
### منابع:

[ftcenter.ir](http://ftcenter.ir)  
[omantrade.ir](http://omantrade.ir)  
[omanmohajerat.ir](http://omanmohajerat.ir)  
[fa.anbar.asia](http://fa.anbar.asia)  
[aradbranding.com](http://aradbranding.com)



## مهرداد زواره محمدی

معمار و مدرس دانشگاه  
عضو کارگروه معماری داخلی و طراحی  
اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان  
مبلمان ایران



اینستالیشن Straordinaria با الهام از سبکی ابرها اثر هنرمند ژاپنی توشیا هایاشی

و استقبال قرار می‌گیرد و تأثیرات عمده‌ای بر رشد صنعت طراحی، معماری و فرهنگ خلاقانه در سراسر جهان دارد. ماموریت world design week به‌عنوان نهاد مرجع هفته‌های دیزاین در دنیا که از سال ۲۰۱۶ برای هفته‌های دیزاین دنیا و فستیوال‌های مرتبط در سراسر دنیا به صورت شبکه‌ای ایجاد شده و تاکنون بیش از ۴۴ هفته دیزاین را در شبکه خود ثبت کرده؛ ارتقای همکاری در زمینه‌های مرتبط با طراحی و توسعه اقتصاد در حوزه‌های خلاقانه است. این نهاد به دنبال اتحاد همه اهالی و خانواده دیزاین و به اشتراک گذاشتن دانش، منابع و بهترین راه‌حل‌هاست تا تبادل ایده‌ها، استعدادها و محصولات را به همراه داشته باشد.

این رویدادها به توسعه اقتصاد خلاق، معرفی برندها و محصولات جدید و همچنین افزایش آگاهی عمومی

رویای خانواده دیزاین ایران در مرداد ماه سال ۱۴۰۳ در تهران با برگزاری سال صفر "هفته دیزاین تهران" محقق شد و در طول هفت روز برگزاری در نمایشگاه بین‌المللی تهران هم‌زمان با نمایشگاه مبلمان و همچنین در محله‌های مرکزی و تاریخی شهر تهران، باعث شور و شغف و صفناشدنی مردم، علاقمندان، هنرمندان، دیزاینرها و همه اهالی خانواده دیزاین شد و چهره‌ای جدید و تاکنون نادیده از شهر تهران به‌ویژه در محله‌های مرکزی را با مشارکت مردم با هدف ترویج فرهنگ گفت‌وگو، فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی با محوریت دیزاین به مخاطبان نمایش داد.

هفته‌های دیزاین در دنیای مدرن، رویدادهایی هستند که در آن نه تنها طراحی و دیزاین بلکه تأثیرات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مرتبط با دیزاین نیز در آن مورد توجه

البته برخی نیز نگاه انتقادی به حضور معماران یا دیگر صنوف مرتبط با دیزاین در رویداد هفته دیزاین در دنیا دارند و به باور آنها دیزاین تفاوت‌های بنیادین با معماری دارد که در این رابطه باید گفت معماری و دیزاین هر دو مفاهیمی گسترده و پیچیده هستند که شباهت‌ها و تفاوت‌هایی دارند. پاسخ به این سوال که "آیا معماری دیزاین است؟" بستگی به نحوه تعریف دیزاین و معماری دارد که با توجه به فرایند خلاقانه شامل: خلق، برنامه‌ریزی و شکل‌دهی به ایده‌هاست یا تمرکز بر عملکرد و زیبایی‌شناسی در بین هر دو موضوع دیزاین و معماری و البته انسان‌محوری هر دو حوزه و تولید آنها بر اساس نیازهای انسان، (در معماری، این نیازها شامل امنیت، آسایش و تعامل اجتماعی است و در دیزاین نیز نیازهای عملکردی و احساسی کاربر در اولویت هستند) می‌توان گفت که معماری را باید به‌عنوان شاخه‌ای از دیزاین در نظر گرفت که در مقیاس بزرگ‌تر و با تأثیرگذاری بیشتر بر محیط ساخته شده و طبیعی فعالیت می‌کند و البته باید گفت که معماری تنها دیزاین نیست و ابعاد بیشتری را در بر می‌گیرد که آن را از دیزاین متمایز می‌کند.



اینستالیشن "پیاده‌روی شگفت‌انگیز" اثر دفتر معماری MAD در هفته دیزاین میلان، ۲۰۲۴

این تفاوت‌ها، شامل ملاحظات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و حتی فلسفی است که فراتر از دیزاین محصول یا گرافیک است. به عبارت دیگر، معماری و دیزاین بخشی از یک طیف خلاقانه هستند. معماری در ذات خود دیزاین را شامل می‌شود، اما به دلیل مقیاس، پیچیدگی و تأثیرگذاری‌اش، دامنه‌ای فراتر از دیزاین معمول دارد. به بیان دیگر "هرگونه معماری، دیزاین است، اما هر دیزاینی معماری نیست."

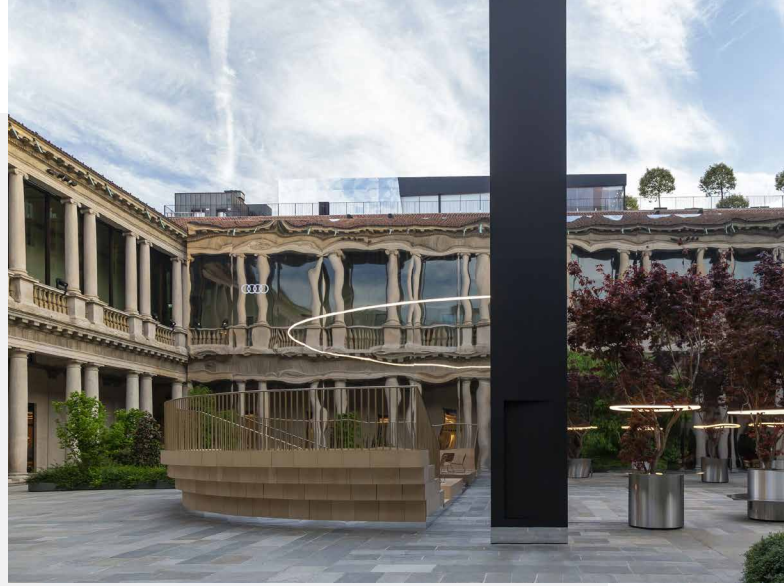
با این توضیح باید گفت صنف معماران می‌توانند نقش کلیدی در برجسته کردن اهمیت طراحی در زندگی روزمره ایفا کنند. طراحی غرفه‌ها و فضاهای نمایشگاهی (استفاده از متریاال‌های نوآورانه و پایدار یا طراحی فضاهای تعاملی)، نمایش پروژه‌های معماری مفهومی (پروژه‌های مفهومی و آینده‌نگر با معماری پایدار در مقیاس شهری یا روستایی یا تلفیق هنر و معماری برای

نسبت به اهمیت طراحی و دیزاین در نزد مردم و تمام گروه‌های جامعه؛ کمک شایانی کرده است. این مسئله و تأثیرات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی هفته‌های دیزاین در دنیا از سال ۱۹۶۱ در قدیمی‌ترین و معتبرترین رویداد دیزاین دنیا در شهر میلان ایتالیا با تمرکز بر طراحی داخلی، مبلمان، و دیزاین صنعتی تا گسترش این رویداد در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ میلادی در شهرهای لندن، نیویورک، توکیو و پاریس با تمرکز بر جنبه‌های مختلف طراحی مانند طراحی صنعتی، طراحی داخلی، مد یا فناوری و پس از سال ۲۰۰۰ میلادی در شهرهایی مثل دبی و شانگهای با پرداختن به طراحی صنعتی و فناوری؛ نمود چشمگیری داشته است. هفته‌های دیزاین در دنیا ویژگی‌های مشترکی دارند از جمله: برگزاری نمایشگاه‌ها و گالری‌ها که در آن، آثار طراحان داخلی و بین‌المللی به نمایش گذاشته می‌شود، جلسه‌های شبکه‌سازی که فرصتی برای ملاقات دیزاینرها و تبادل ایده‌ها در آن فراهم می‌شود، کارگاه‌های آموزشی برای آموزش مهارت‌ها و تکنیک‌های جدید به طراحان، دانشجویان و علاقه‌مندان، پنل‌ها و کنفرانس‌ها که در آن گفت‌وگوهای درباره موضوعات روز دنیای طراحی، مانند طراحی پایدار، فناوری و تأثیرات فرهنگی دیزاین را رقم می‌زند و برخی رویکردهای کلیدی مانند تمرکز بر طراحی پایدار، جذب مخاطبان جهانی، پیشبرد خلاقیت و نوآوری و نمایشگاه‌های تعاملی با هوش مصنوعی و ...؛ که همگی این فعالیت‌ها با محوریت دیزاین و برای ارتقای جایگاه دیزاین در جامعه برنامه‌ریزی می‌شود.

هفته‌های دیزاین فرصتی فوق‌العاده برای گرد هم آمدن افراد و صنایع خلاق با محوریت دیزاین است تا نوآوری‌ها، ایده‌ها و دستاوردهای خود را به نمایش بگذارند. صنف‌ها و حوزه‌های متنوعی می‌توانند در این رویداد مشارکت داشته و از آن بهره‌مند شوند. صنوف و تخصص‌هایی مانند معماری، طراحی داخلی، مبلمان، طراحی صنعتی، هنر، طراحی، گرافیک، مد و طراحی لباس، فناوری و طراحی دیجیتال، صنایع دستی و هنرهای سنتی، تولیدکنندگان مواد و متریاال‌های نوآورانه، صنعت چاپ سه‌بعدی، طراحی جواهر، صنایع غذایی خلاق، تبلیغات، بازاریابی و برندینگ و ... که با شبکه‌سازی و فراهم کردن فرصت همکاری با سایر متخصصین و صنف‌ها، افزایش و ارتقای ذائقه عمومی با تقویت تصویر برند و ارائه نوآوری‌ها و نمایش محصولات خلاقانه به عموم؛ مفهوم دیزاین و زندگی خلاقانه را به مردم نمایش می‌دهند.

از جمله کلیدی‌ترین صنوف در هفته‌های دیزاین در دنیا، معماران و طراحان داخلی هستند که فرصت بسیار ارزشمندی برای نمایش خلاقیت، نوآوری و توانایی‌های آنها در طراحی فضاهای کاربردی و اثربخش فراهم می‌شود.





اینستالییشن انعکاس اثر معمار معروف دانمارکی بیارک اینگلز در هفته دیزاین میلان سال ۲۰۲۴، جمله الهام بخش اثر این است: اقدامات ما در جهان منعکس کننده ماهیت وجود ما است.

ایجاد فضاهای خلاقانه مانند پروژه "زها حدید" در هفته دیزاین میلان، طراحی داخلی فضاهای عمومی یا خاص (با طراحی فضاهای نوآورانه در هتل‌ها، کافه‌ها، یا موزه‌های مرتبط با رویداد، تجربه‌ای جدید برای بازدیدکنندگان خلق کنند)، حضور در کارگاه‌ها و سخنرانی‌ها (مانند سخنرانی "بیارک اینگلز" و "تام دیکسن" در هفته‌های دیزاین میلان و کپنهاگ با موضوعات طراحی پایدار در معماری یا کارگاه‌های آموزشی درباره معماری پایدار توسط "Shigeru Ban" (معمار معروف ژاپنی)، نمایش همکاری و هم‌افزایی با سایر صنف‌ها (پروژه‌هایی مانند "Mini Living" که زندگی شهری آینده را در هفته دیزاین میلان به تصویر کشید) یا پروژه‌های معماری زیستی "Biophilic Architecture" که توسط معمارانی مانند "Stefano Boeri" طراحی شده‌اند، همکاری "Frank Gehry" با طراحان مد برای ایجاد فضاهای نمایشگاهی خاص، مشارکت معماران در طراحی صحنه برای تأثیرات رویدادهای زنده، همکاری با برنده‌های مختلف مرتبط با دیزاین (همکاری نورمن فاستر با برند Lumina برای طراحی سیستم‌های نورپردازی، طراحی مبلمان مفهومی توسط ژان نوول برای برنده‌های معروف در نمایشگاه‌های دیزاین)، برجسته کردن معماری پایدار، طراحی آرت‌ورک و اینستالییشن‌های فضایی و کاربردی در فضاهای نمایشگاهی و شهری و بافت‌های تاریخی (مانند ایستالییشن گروه معماری MAD یا کنگوکوما در هفته دیزاین میلان و حتی طراحی اتاق فکر در هفته دیزاین میلان با هنرنمایی "دیوید لینچ" هنرمند و کارگردان معروف آمریکایی، بازطراحی خیابان‌ها، پیاده‌روها و میدان‌های میلان برای نمایشگاه "Fuorisalone"، پروژه‌های تعاملی شهری توسط OMA در رویدادهای طراحی پاریس، نمایش نوآوری و خلاقیت در متریال (نمایش استفاده از بُتن شفاف توسط Herzog & de Meuron) استفاده از مواد بازیافتی

در غرفه‌های نمایشگاهی توسط "Kengo Kum"، تلفیق فناوری با معماری (معماران از فناوری‌های پیشرفته مانند واقعیت افزوده (AR)، واقعیت مجازی (VR)، یا چاپ سه‌بعدی در پروژه‌های خود استفاده می‌کنند تا تجربه‌ای جدید به بازدیدکنندگان و علاقه‌مندان ارائه دهند مانند پروژه "Digital Grotesque" توسط Michael Hansmeyer و استفاده از چاپ سه‌بعدی برای طراحی فضاهای مفهومی توسط "Zaha Hadid Architects" مشارکت معماران در هفته‌های دیزاین، یکی از جذاب‌ترین جنبه‌های این رویداد است، زیرا معماری به‌عنوان یک هنر کاربردی، بستری را فراهم می‌کند که در آن طراحی، خلاقیت و فناوری بیش از سایر حوزه‌ها، به نمایش گذاشته می‌شوند. در این راستا معماران با ایجاد تجربه‌های فضایی بکر، خلاقانه و تولید فضاهای تعاملی و مفهومی، دیزاین را با همراه تجربه جدید فضایی به مخاطب ارائه می‌کنند یا با مفاهیم نوین پایداری، زندگی شهری آینده را در ترکیب با فناوری و رویکردهای آشتی با طبیعت و هم‌زیستی زیست‌محیطی به نمایش می‌گذارند. حضور و مشارکت معماران در هفته‌های دیزاین با توجه به روحیه و رویکرد بین‌رشته‌ای آنها با ایجاد الهام و هم‌افزایی ذهنی برای طراحان دیگر رشته‌ها و تقویت ارتباطات میان رشته‌ای و هم‌افزایی خلاقیت همراه خواهد شد، با توجه به ارتباط تنگاتنگ کالبدی و فضایی با ترکیب نور، رنگ، بافت، حرکت و ارتباط بصری و ... تاثیر کیفی بیشتری بر مخاطب خواهد گذاشت و نحوه تعامل کاربر با فضا و انتقال مفاهیم دیزاین را سریع‌تر و راحت‌تر انجام خواهد داد.

در سال صفر هفته دیزاین تهران، معماران در برنامه‌ریزی و طراحی رویدادهای مختلف از جمله طراحی فضاهای داخلی و حضور در پنل‌های تخصصی و موضوعی مختلف با محوریت دیزاین مانند دیزاین و معماری، دیزاین و هویت، دیزاین و مالکیت فکری، دیزاین و معماری داخلی و ... برگزاری روایت‌های تخصصی معماری در گالری "وست" با موضوع معماری و جامعه که به چالش‌های طراحی فضاهایی پرداخت که نیازهای متنوع یک جمعیت شهری معاصر را برآورده می‌کند؛ نقش پررنگ و تاثیرگذاری داشتند که امید است با برنامه‌ریزی بهتر و با مشارکت بیشتر جامعه تخصصی معماری، طراحی داخلی، طراحی شهری و ... و هم‌افزایی ایشان با دیگر اهالی مرتبط با دیزاین، سال اول هفته دیزاین تهران در سال ۱۴۰۴ اثربخش‌تر برگزار شود و جشن و فستیوال بزرگی برای مردم ایران در شهر تهران با مأموریت ارتقای جایگاه دیزاین در زندگی با تفاهم، گفت‌وگو، آموزش انجام و محرکی برای افزایش حس تعلق مردم به سرزمین و وطن از طریق هنر و فرهنگ باشد.

**مدیرگروه صنایع مبلمان دانشگاه ملی ملایر:  
گام‌های نخست را برای استانداردسازی در صنعت  
مبلمان برداشته‌ایم**

محمد بشیرگنبد با تاکید بر اینکه استانداردسازی یکی از ضروری‌ترین نیازهای هنر صنعت مبلمان منبت برای ورود به بازارهای رقابتی است، گفت: در این زمینه با کمک علم و تشکیل کارگروه ویژه، گام‌های نخست را با همراهی صنعتگران و استادان برگزیده ایران برداشته‌ایم.

مدیرگروه صنایع مبلمان دانشگاه ملی ملایر افزود: به همین منظور نخستین نشست خوشه مبلمان و منبت ملایر را در قالب سلسله نشست‌های مسئولیت اجتماعی با حضور اعضای هیئت علمی دانشگاه تهران، ملایر، صنعتگران و اعضای اتحادیه مبلمان مُنَبَّت برگزار کردیم.

وی استانداردسازی، برندسازی و صادرات را محورهای اصلی نخستین نشست خوشه مبلمان و مُنَبَّت ملایر عنوان کرد و افزود: با توجه به تاکید وزیر علوم، تحقیقات و فناوری مبنی بر ایفای نقش مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها و از طرفی درآمدزایی صنعت مبلمان در ملایر و وابسته بودن اشتغال بسیاری از خانوارها به طور مستقیم و غیرمستقیم به این صنعت؛ احصای نیازهای این صنعت مبلمان را در دستور کار قرار داده‌ایم.

بشیرگنبد بیان کرد: رشته صنایع مبلمان در مقطع کارشناسی جزو رشته‌های نیاز محور است و با توجه به بهره‌وری صنعت مبلمان، مجوز این رشته برای دانشگاه ملی ملایر اخذ شده و امیدواریم با جذب هیئت علمی متخصص بتوانیم گام‌های اساسی و راهبردی را در این حوزه برداریم.

**منبع:**

[irna.ir](http://irna.ir)

**مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی قم:**

**زیست‌بوم شهرک صنعتی چوب و مبلمان ثامن  
تکمیل می‌شود**

وحید آشتیانی گفت: با توجه به جایگاه صنعت مبلمان

در استان قم، تلاش می‌کنیم با مشارکت بخش خصوصی زیست‌بوم شهرک صنعتی چوب و مبلمان ثامن هرچه زودتر توسعه یافته و تکمیل شود.

مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی قم ضمن اشاره به تلاش‌های انجام شده برای تکمیل زنجیره ارزش هنر صنعت چوب در استان قم، تأکید کرد: تولیدکنندگان با ایجاد نمایشگاه عرضه محصولات در کنار تولید، می‌توانند به معرفی و ارتقای محصولات و افزایش رضایت مشتریان کمک کنند.

وی گفت: با توجه به ظرفیت‌های بالای شهرک‌های صنعتی و اهمیت تولید در استان قم، به دنبال راه‌اندازی یک نمایشگاه دائمی در کنار فعالیت‌های تولیدی هستیم تا فرصتی برای معرفی توانمندی‌ها و محصولات تولیدکنندگان فراهم شود.

**منبع:**

[irna.ir](http://irna.ir)

**رئیس انجمن صنفی صنایع چوب و مبلمان شهر اصفهان:**

**بازارسازی و بازاریابی برای مبلمان از حلقه‌های مفقوده  
این بازار است**

فریدمنش گفت: بازارسازی برای مبلمان و برگزاری نمایشگاه مبلمان در کشورهای دیگر از حلقه‌های مفقوده این بازار محسوب می‌شود.

رئیس انجمن صنفی صنایع چوب و مبلمان شهر اصفهان با اشاره به اینکه نیازمند تولیدات قوی و برندسازی در بازار رقابت خارجی مبلمان هستیم، گفت: باید در کنار فعالیت‌های تخصصی در زمینه بازارسازی، کیفیت را نیز بالا ببریم تا در رقابت با بازار جهانی موفق عمل کنیم.

وی با اشاره به اینکه بازارسازی برای مبلمان و برگزاری نمایشگاه مبلمان در کشورهای دیگر؛ از حلقه‌های مفقوده این بازار محسوب می‌شود، افزود: تورم، گرانی و کمبود مواد اولیه بر مشکلات می‌افزاید.

**منبع:**

[khabarfarsi.com](http://khabarfarsi.com)



**مقدمه:**

بدون شک صنعت مبلمان و صنایع وابسته به آن، جایگاه مهمی در بازارهای جهانی داشته و در آینده نیز این جایگاه بیشتر نمود پیدا خواهد کرد. هرچند که به اعتقاد برخی کارشناسان اقتصادی "معیار اهمیت و مزیت نسبی تولید یک کالا"، مهم‌ترین فاکتور برای جذب سرمایه‌گذاری جهت تولید آن کالا است، اما در کشورهای در حال توسعه این معیار به تنهایی نمی‌تواند بدون دخیل کردن شرایط خاص اجتماعی این کشورها، مبنای کاملی برای اولویت‌بندی بخش‌های مختلف صنعت یک کشور جهت سرمایه‌گذاری را به نمایش بگذارد. در این راستا صنعت مبلمان یا تولید مصنوعات چوبی از دهه‌های گذشته همواره به‌عنوان یکی از مصادیق صنایع زنجیره‌ای زودبازده که می‌تواند منجر به توسعه اقتصادی کشورها شود، از سوی نهادهای اقتصادی کشورهای مختلف مهم انگاشته شده و حتی از سوی نهادهای اقتصادی وابسته به سازمان ملل متحد به کشورهای در حال توسعه نیز پیشنهاد شده و طی یک دهه اخیر نتایج معجزه‌آسای این پیشنهاد در کشورهایی مانند چین، مکزیک، مالزی، اندونزی و اخیراً فیلیپین و ویتنام دیده شده است.

**۱۰ کشور برتر صادرکننده مبلمان در جهان**

طبق مطالعه انجام‌شده توسط مرکز مطالعات صنعتی، بخش عمده تجارت بین‌المللی مبلمان در سال‌های اخیر از چین، آلمان، ایتالیا، لهستان و ویتنام سرچشمه می‌گیرد و به ایالات متحده، آلمان، بریتانیا، فرانسه و کانادا می‌رود. البته امروزه کشورهای دیگری نیز وارد این عرصه شده و دیگر صرفاً واردکننده و مصرف‌کننده مبلمان نیستند.

چین، در صدر فهرست قرار دارد و طبیعی است که با ظرفیت فوق‌العاده بالای تولید انبوه، بیش از ۳۰ درصد بازار صادرات مبلمان جهان را در دست بگیرد. هرچند با وجود سهم چشمگیر چین در بازار بین‌المللی، دستیابی به جایگاه این کشور غیرممکن به نظر می‌رسد؛ اما محققان به این واقعیت بارها



اشاره کرده‌اند که با ورود بازیگران جدید در عرصه تولید و صادرات مبلمان، این پتانسیل (صادرات مبلمان چین) کاهش یافته و دچار دستخوش شده است.

ایالات متحده آمریکا نیز بیش از ۱۵ درصد بازار صادرات جهانی مبلمان را در دست دارد. هرچند آمریکا از این منظر فاصله زیادی با چین دارد اما در زمینه توسعه پایدار و توجه به جایگزینی جنگل‌ها و مراتع؛ بسیار موفق عمل کرده و همین امر باعث شده بخش صادرات مبلمان در آمریکا همواره در حال رشد باشد. از این جهت، شاید بتوان گفت یکی از کشورهای تولیدکننده و صادرکننده مبلمان در جهان که موفقیت و چشم‌انداز طولانی‌مدت برای پیشبرد صنعت چوب و مبلمان خود ترسیم کرده، آمریکا است.

طبق تحقیقات انجام شده در سال ۲۰۱۸، ایتالیا چهار درصد از سهم بازار جهانی مبلمان را به خود اختصاص داده بود. اما ایتالیایی‌ها با افزودن سبک خاص خودشان به دنیای مبلمان یعنی طراحی لوکس، مدرن و گاهی سبک قدیمی و قرون وسطایی، به خوبی در حال جذب مصرف‌کنندگان به تولیدات خودشان هستند. به همین دلیل اگر بگوییم پتانسیل صادرات ایتالیا بسیار بالاست، حرفی به‌گزارف نگفته‌ایم! آلمان نیز رقابتی تنگاتنگ با ایتالیا در حوزه صادرات مبلمان دارد.

هند نیز در میان تولیدکنندگان مبلمان، سری در بین سرهای این صنعت در دنیا دارد. مبلمان هندی در نوع خودش واقعاً بی‌نظیر است و جای تعجب نیست که سهم خوبی را از سهم بازار صادرات مبلمان به دست آورده و به دنبال سهم‌خواهی بیشتر در این صنعت باشد.

تولیدکننده‌های مبلمان هندی، سنت‌های باستانی خود یعنی کنده‌کاری و منبت‌کاری روی چوب را به خوبی در راستای طراحی مبلمان خاص خودشان به کار گرفته‌اند و به همین دلیل به خوبی در بازار جهانی رشد کرده‌اند.

در بین کشورهای اروپایی، لهستان نیز پس از ایتالیا و آلمان نقش مهمی در این صنعت در اروپا دارد. یکی از نکات مهم و قابل توجه درباره لهستان این است که این کشور با سرمایه‌گذاری در حوزه اقتصاد چوبی خود، تعداد و بازدهی نیروی کارش را افزایش داده و به همین دلیل یکی از سریع‌ترین اقتصادهای در حال رشد در حوزه مبلمان در جهان است.

و اما ژاپن یکی از کشورهای تولیدکننده و صادرکننده مبلمان در جهان است که با توجه به قلمرو کوچک این کشور، این امر یک دستاورد مهم برای ژاپن محسوب می‌شود. نقطه قوت ژاپنی‌ها، تلاش مضاعف آنها برای گسترش تجارت تولید مبلمان محلی در سطح جهانی است. ژاپنی‌ها، در راستای این هدف، روی تبلیغات صنعت

عوامل مختلفی همچون خروج انگلیس از اتحادیه اروپا، جنگ بین اوکراین و روسیه، منازعات خاورمیانه و رشد چشمگیر چین در بازار مبلمان قرار بگیرد. با این وجود انتظار می‌رود بازار جهانی مبلمان از سال ۲۰۲۴ تا ۲۰۲۸ سالانه بیش از پنج درصد رشد را رقم بزند. طبق گزارش‌های جهانی انتظار می‌رود صنعت مبلمان در سال جاری میلادی درآمدی بالغ بر ۷۶۶ میلیارد دلار را رقم بزند و در این میان بیشترین سهم را مبلمان اتاق نشیمن با حدود ۲۲۸ میلیارد دلار به خود اختصاص دهد.



### رکود صنعت جهانی مبلمان در ۲۰۲۳ و کاهش تقاضای اروپا در ۲۰۲۴

طبق گزارش‌های جهانی منتشر شده، در سال ۲۰۲۳ صنعت مبلمان جهانی رکود بود با این وجود برآورد می‌شود که این بازار در سال‌های ۲۰۲۴ و ۲۰۲۵ بهبود تدریجی داشته باشد. نکته قابل تأمل اینکه براساس برآوردهای انجام شده توسط موسسه تحقیقاتی CSIL، در سال ۲۰۲۴، کاهش اعتماد مصرف‌کننده و تضعیف تقاضای مبلمان، به‌ویژه در اروپا و آمریکای شمالی؛ این صنعت را دچار تلاطم کرده است.

از سوی دیگر هنگام مقایسه درآمد در مقیاس جهانی، ایالات متحده آمریکا با درآمد ۲۵۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۴ پیش‌تاز است. ضمن اینکه این گزارش حاکی از آن است که بازار مبلمان در چین به دلیل شهرنشینی و افزایش درآمد قابل تصرف جمعیت آن، با افزایش تقاضا مواجه است.

### تجزیه و تحلیل صنعت تولید مبلمان در آسیا تا سال ۲۰۳۰ میلادی

در سال‌های اخیر، افزایش سطح کیفیت زندگی در کشورهای آسیایی به دلیل افزایش شهرنشینی، افزایش تقاضا برای اثاثیه لوکس، رشد بخش املاک و مستغلات و افزایش فعالیت استارت‌آپ‌ها در سراسر آسیا از عوامل اصلی افزایش تقاضا برای خرید مبلمان و در نتیجه بهبود وضعیت صنعت مبلمان در آسیا بوده است. معمولاً تولید مبلمان برای کاربردهای مسکونی مانند میز، صندلی، مبلمان اتاق نشیمن و ... بیشتر از تولید مبلمان تجاری مانند میز کار، صندلی و مبل چرم برای دفتر کار است.

مبلمان تمرکز کرده‌اند و در انجمن توسعه صنعت مبلمان ژاپن (IFA) مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها را برگزار می‌کنند تا به خوبی نیاز مشتری را درک و در جهت رفع آن تلاش کنند. ویتنام هم سهمی دو درصدی در بازار مبلمان دنیا داشته و یکی از کشورهای است که در تجارت و صادرات مبلمان جهانی ورود کرده است. دستمزد کارگران ویتنامی که در تولید مبلمان مشغول به کار هستند در مقایسه با میانگین دستمزد در این بخش در چندین کشور آسیایی دیگر بسیار کمتر است و این یک مزیت بزرگ برای آنها در راستای تولید محصولاتی با قیمت مناسب برای ورود به بازارهای جهانی ایجاد کرده است. با این حال، دولت ویتنام با امضای چندین قرارداد تجاری دوجانبه و چندجانبه برای حل مشکلات صنعت چوب خود تلاش می‌کند و امیدوار است نیروی کار خود را با انگیزه و هدفمند نگه دارد.

بریتانیا هم برای کسب درصدی از بازار صادرات مبلمان جهانی، تلاش‌ها و برنامه‌ریزی‌های عظیمی داشته است. اما موانعی همچون خروج از اتحادیه اروپا و ... را پیش رو دارد. کانادا هم سهم اندکی از بازار صادرات مبلمان داشته و خود را در فهرست کشورهای صادرکننده مبلمان قرار داده است.

### بررسی چشم‌انداز صنعت مبلمان

بررسی آمارهای جهانی مبلمان در زمینه تولید، مصرف، واردات و صادرات مبلمان در جهان توسط CSIL (مرکز مطالعات و تحقیقات صنعتی ایتالیا) نشان می‌دهد که تجارت جهانی مبلمان با رشد نسبتاً خوبی همراه خواهد بود. بر اساس آمارهای ثبت شده توسط این نهاد، کشورهای حاضر در منطقه آسیا-پاسیفیک بیشترین میزان رشد در این بخش را نصیب خود کرده‌اند.

تازه‌ترین آمارهای ارائه شده توسط مرکز مطالعات و تحقیقات صنعتی ایتالیا که به بررسی وضعیت صنایع مبلمان در یکصد کشور پرداخته، نشان می‌دهد که بیش از ۹۰ درصد از جمعیت دنیا در این کشورها حضور داشته و بیش از ۹۵ درصد تولید ناخالص جهان را در اختیار دارند و بر اساس آمارهای ثبت شده؛ مجموع تولیدات مبلمان اعم از مبلمان راحتی، آشپزخانه، خانگی و اداری برای این کشورها رقمی بسیار قابل توجه است. از این یکصد کشور؛ ۴۰ کشور از بخش اروپا، ۲۱ کشور از بخش آسیا پاسیفیک، ۲۱ کشور از بخش خاورمیانه و آفریقا، سه کشور از آمریکای شمالی و ۱۵ کشور از بخش‌های مرکزی آمریکای جنوبی مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

در سال‌های اخیر، اروپا توانسته با بهبود وضعیت بازار صنایع مبلمان خود، رشد خوبی را به ثبت برساند اما پیش‌بینی می‌شود که این میزان رشد تحت تأثیر



مواد اولیه تولید مبلمان نیز معمولاً چوب، فلز، پلاستیک و چرم است که در این میان مبلمان چوبی به دلیل به صرفه بودن، نحوه نگهداری آسان و ماندگاری بالا؛ ۴۴ درصد سهم بازار را به خود اختصاص داده است. البته بخش مبلمان فلزی هم به دلیل استحکام بالا به تازگی در کاربردهای تجاری بسیار محبوب شده است.

پیش‌بینی می‌شود ارزش تولید مبلمان در آسیا تا سال ۲۰۳۰ با رشد تقریباً ۷٫۵ درصدی به ۱۴۸۰۳ میلیون دلار برسد. با این حال، محدودیت‌هایی مانند افزایش هزینه‌های مواد اولیه، به‌ویژه چوب و چرم، ممکن است مانع از گسترش بازار مبلمان آسیا و اقیانوسیه شود.

البته نباید نادیده گرفت چین سال‌هاست که بیشترین سهم تولید مبلمان در بازار آسیا را در اختیار دارد و پیش‌بینی می‌شود این کشور تا سال ۲۰۳۰ سهم قابل توجهی از بازار به میزان ۳۲/۷ درصد را به خود اختصاص داده و به ارزش بازار ۱۷۲۵ میلیون دلاری دست یابد.

علاوه بر این، هند نیز با سرعت بیشتری در حال رشد است. پیش‌بینی می‌شود که این کشور بین سال‌های ۲۰۲۳ و ۲۰۳۰ به ارزش بازار ۱۶۵۷ میلیون دلاری دست یابد. بر اساس پیش‌بینی‌ها، پس از هند، ژاپن تا سال ۲۰۳۰ سهم ۲۸٫۶۳ درصدی بازار را به خود اختصاص خواهد داد و به ارزش بازار ۱۱۳۶ میلیون دلاری خواهد رسید.

## واما ایران

به اعتقاد کارشناسان، ایران امروز در شرایط اجتماعی خاصی به سر می‌برد که از آن به "دهه انفجار جمعیت فعال جویای کار" یاد می‌شود، در چنین شرایطی مهم‌ترین معضل اجتماعی کشور که نمی‌تواند و نباید از پیش چشمان مسئولان کشور دور بماند، بحث بنیادین "ایجاد اشتغال مولد" برای جمعیت چندین میلیونی جوانان در کشور است. این کارشناسان معتقدند، تعیین صنایعی در کشور که ضمن تضمین دستیابی به ارزش افزوده مناسب در کوتاه‌مدت، بالاترین بازده اشتغال‌زایی به نسبت میزان و مدت زمان سرمایه‌گذاری یعنی همان صنایعی که به‌عنوان "صنایع زنجیره‌ای زود بازده" نام‌گذاری می‌شود به همراه داشته باشد؛ باید مورد توجه مسئولان قرار گیرد. امروزه باید دولت‌مردان اقتصادی فراموش نکنند که صنعت چوب و مبلمان ایران با دارا بودن ده‌ها هزار واحد صنعتی و کارگاهی که از نظر تعداد و نه از نظر بازده تولید با واحدهای مشابه در بسیاری از کشور مهم دنیا مانند چین برابری می‌کند؛ می‌تواند با تولید مبلمان با کیفیت و قیمت قابل رقابت در بازارهای جهانی این کالا؛ به بازارهای چند میلیارد دلاری خارجی دست یابد.

این صنعت ضمن تحقق بخش مهمی از راهبردهای

توسعه صادرات غیرنفتی و ارزآوری به نحو چشمگیری، می‌تواند دولت را در رفع مهم‌ترین مشکل کنونی جامعه یعنی "اشتغال مولد برای جوانان جویای کار"، یاری کند.

نکته مهم دیگری که باید به آن توجه کرد و مورد توجه کارشناسان نیز قرار گرفته است، اطلاع‌رسانی در زمینه شناساندن محصولات تولیدی از جمله مبلمان و صنایع وابسته به دیگر کشورهاست که از اهمیت بسیاری برخوردار است. در این خصوص کارشناس امور بازرگانی سفارت اسپانیا در تهران معتقد است که اطلاع‌رسانی در مورد صنعت مبلمان ایران به‌ویژه در خارج از ایران، ضعیف است و باید تقویت شود.

"یاگو فرناندز باریا" که برای بازدید از محصولات ارائه شده در نمایشگاه مبلمان به محل دائمی نمایشگاه بین‌المللی تهران آمده بود، افزود: صنعت مبلمان ایران از توانمندی‌های بالایی برای همکاری بین‌المللی برخوردار است که این امر، نیازمند تقویت بیشتر است.

یک کارشناس ارشد معماری داخلی نیز در این خصوص گفت: استفاده نکردن از طراحان داخلی از دیگر مشکلات این بخش است و کارگزاران صنعت چوب داخلی باید از طراحان متخصص ایرانی استفاده کنند. کارگزاران صنعت چوب بیشتر از طرح‌های فرنگی الگوبرداری می‌کنند، در حالی که طراحان داخلی ما بسیار ماهر هستند.

یک تولیدکننده آلمانی صنعت مبلمان نیز گفت: آینده صنعت چوب و مبلمان در ایران روشن و شکوفاست.

"لوتار هرزوگ" شرکت‌کننده در نمایشگاه بین‌المللی مبلمان اداری و منزل افزود: اگرچه در ایران هنوز کیفیت برخی محصولات تولیدی به روز نیست، اما سرمایه‌گذاری در صنعت چوب ایران چشم‌انداز روشنی دارد.

یک ایتالیایی تولیدکننده صنایع چوبی نیز گفت: با وجود پتانسیل‌های زیاد در صنعت چوب ایران، متأسفانه این صنعت در دنیا ناشناخته است.

"سزار تولینو" شرکت‌کننده در نمایشگاه بین‌المللی مبلمان اداری و منزل، اظهار داشت: ایران برای پیشبرد فناوری مبلمان خود باید بیش از پیش سرمایه‌گذاری کند. در شماره بعدی این مطلب؛ صنایع وابسته مبلمان مانند چوب، پارچه و یراق‌آلات را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

## منبع:

خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران (اینا)

خبرگزاری پانا

پایگاه خبری تولید و تأمین ابزار و یراق‌آلات مبلمان

[moblodecor.com](http://moblodecor.com)

[fa.anbar.asia](http://fa.anbar.asia)

[harfeto.com](http://harfeto.com)

**سپهر مهردادفر**

معمار و طراح مبلمان

عضو کارگروه معماری داخلی و طراحی

اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان

مبلمان ایران



در چند سطر پیش رو سعی می‌کنم تا اهمیت حضور دیزاین در صنعت مبلمان را با نگاهی به رویدادها و بازارهای جهانی در موقعیت‌هایی آشنا و قابل لمس شرح دهم.

## باد: جریان‌های سازنده

در چند سال اخیر در ایران شاهد نوسانات شدید اقتصادی و تغییرات بزرگی هم در شکل و ساختار بازار مبلمان و هم در شیوه انتخاب جامعه هدف بوده‌ایم که نوعی از ابهام و شاید بی‌انگیزی را برای تولیدکنندگان و واردکنندگان به دنبال داشته است اما در بازارهای جهانی این‌گونه نیست. تنها مشاهده چند رویداد مثل هفته‌های طراحی در پاریس، دبی و میلان کافی است تا متوجه بازاری متفاوت در مقیاس بین‌المللی شویم.

## بازاری وسیع، پویا، هیجان‌انگیز و پُر از فرصت

احتمالاً در گوشه‌گوشه این بازار بزرگ پُر است از امیدها و فرصت‌ها. حضور، تعامل، دادوستد و حتی رقابت که در این جریان مانند «باد» عمل خواهند کرد و قایقی را به حرکت درآورده و در مسیر رشد، به آن نیرو و سرعت خواهند بخشید. اما نکته اینجاست که قرارگیری در مسیر «باد» شاید شرط لازم اما قطعاً کافی نیست. برای بهره از باد حتماً «بادبانی افراشته» لازم است.



## در پُرانتز: از تهران تا میلان

من معمارم، چند سالی است که به طراحی مبلمان و روشنایی مشغولم. از سال ۱۳۹۶ طراحی مبلمان برای من تبدیل به یکی از موضوعات و خیلی زود موضوع اصلی شد. مدتی صرفاً طراحی می‌کردم، مدتی بعد طراحی می‌کردم و تعدادی را می‌ساختم تا به صرافت نمایش ساخته‌ها افتادم. تمام طرح‌ها ساخته می‌شد. مدتی بعد هم برای مسابقه محصولات برتر، تندیس «کاو» را طراحی و ارائه کردم. مدتی بعد وارد مسابقات بین‌المللی شدم و چند مدال از ایتالیا دریافت کردم. گزارش طرح‌ها در چند نشریه معتبر بین‌المللی منتشر شد. در آخرین مرحله در هفته طراحی تهران شرکت کردم. بعد از تهران در هفته طراحی پاریس حاضر بودم و بعد از پاریس مشغول نمایشی در هفته طراحی دبی شدم و اکنون در حال برنامه‌ریزی برای نمایش ایده‌هایم در هفته طراحی میلان هستم.



### بادبان: دیزاین «امکان» می‌سازد

در مروری اجمالی بر رویدادهای بین‌المللی، صحبت از جریان‌های سازنده شد و گفتم برای بهره‌مندی از آنها نیازمند «بادبان» هستیم. دیزاین موضوعی است که امکان حضور و تعامل در صحنه‌های بین‌المللی و بهره‌مندی از فرصت‌های موجود در این موقعیت‌ها را فراهم خواهد کرد. حضور در مجامع حرفه‌ای و رویدادهای تخصصی مبلمان، روشنایی و دکوراسیون بدون «دیزاین» ممکن نیست. چرا که تمام این موقعیت‌ها برای تعامل و تبادل در حوزه دیزاین برنامه‌ریزی و اجرا می‌شوند. اصالت در این حوزه نقشی اساسی دارد و کیفیت در تولید امکان موفقیت را به طرز چشمگیری بالا خواهد برد. در هفته طراحی پاریس از نزدیک به این تجربه رسیدم که در صورت رعایت و تحقق استانداردهای لازم، فرصت‌های بی‌شماری قابل استفاده و تحقق‌پذیر هستند. اما همان‌طور که گفته شد برای بهره‌مندی از نیروی «باد» نیاز به «بادبان» خواهیم داشت.

### قایق: صنعت، بدون تفکر دیزاین سرگردان می‌شود

همان‌طور که در ابتدا اشاره کردم شاید این سال‌ها به واسطه اتفاق‌های غیر قابل پیش‌بینی همگی درگیر نوعی «ابهام» و در پی آن «یأس» شده باشیم. پر واضح است که در دوره‌ای پر فشار کار و زندگی می‌کنیم و شاید چاره‌ای جز «نواندیشی» نداشته باشیم. در این مقوله سعی کردم اهمیت حضور دیزاین در موقعیت‌های بین‌المللی را توضیح دهم. در این متن بیشتر به بازارها، رویدادها و فرصت‌های خارج از ایران معطوف بودم چرا که به واسطه پویایی بیشتر و ساختار صحیح‌تر می‌توانند به‌عنوان الگوهای موجود تلقی شده و گواهی بر اهمیت و ضرورت حضور دیزاین در صنعت «باشند». در پایان می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که: «صنعت بدون توجه به دیزاین به قایقی سرگردان می‌ماند که بدون بادبان از وزیدن باد بی‌بهره است».



## مبلمان، صنایع وابسته و گردشگری

عنوان	محل برگزاری	تاریخ برگزاری	آدرس سایت
نمایشگاه بین‌المللی چوب و مبلمان	پاکستان-کراچی	۴ تا ۶ دی ۱۴۰۳	<a href="http://ecgateway.net">ecgateway.net</a> <a href="http://furnitureasia.com">furnitureasia.com</a>
نمایشگاه مبلمان استانبول	ترکیه-استانبول، مرکز نمایشگاهی بین‌المللی	۲ تا ۶ بهمن ۱۴۰۳	<a href="http://istanbulfurniturefair.com">istanbulfurniturefair.com</a>
نمایشگاه بین‌المللی چوب، مواد اولیه، ماشین‌آلات، یراق، تجهیزات مبلمان و صنایع وابسته	ایران-تهران، محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی	۳ تا ۶ بهمن ۱۴۰۳	<a href="http://calendar.iranfair.com">calendar.iranfair.com</a>
نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی، مبلمان و فرش	افغانستان-کابل	۱۹ تا ۲۲ بهمن ۱۴۰۴	—
نمایشگاه مبلمان، طراحی داخلی و دکوراسیون عمان	عمان-مسقط، محل دائمی نمایشگاه‌های مسقط	۲۲ تا ۲۴ بهمن ۱۴۰۳	<a href="http://idfoman.com">idfoman.com</a>



عنوان	محل برگزاری	تاریخ برگزاری	آدرس سایت
نمایشگاه طراحی و دکوراسیون داخلی	اتریش-وین	۲۲ تا ۲۶ اسفند ۱۴۰۳	wohnen-interieur.at
نمایشگاه بین‌المللی مبلمان	چین-گوانگژو محل نمایشگاهی	۲۸ اسفند ۱۴۰۳ تا ۱ فروردین ۱۴۰۴	cfte.com
نمایشگاه بین‌المللی خانه، آشپزخانه، لوازم خانگی، تزئینی و دکوری	روسیه-مسکو، محل نمایشگاه بین‌المللی	۲۸ تا ۳۰ اسفند ۱۴۰۳	expocentr.ru
نمایشگاه بین‌المللی مبلمان و طراحی داخلی گوانجو	چین-گوانجو، محل نمایشگاهی گوانجو	۲۸ اسفند ۱۴۰۳ تا ۱ فروردین ۱۴۰۴	furniture-china.cn
نمایشگاه بین‌المللی تجهیزات تولید مبلمان و ماشین‌آلات نجاری	چین-گوانجو، محل نمایشگاهی کانتون	۸ تا ۱۱ فروردین ۱۴۰۴	interzum.tonggao.info
نمایشگاه مبل میلان	ایتالیا-میلان	۱۹ تا ۲۴ فروردین ۱۴۰۴	salonemilano.it
نمایشگاه بین‌المللی چوب و ماشین‌آلات وابسته	امارات-دبی محل نمایشگاهی دبی	۲۵ تا ۲۷ فروردین ۱۴۰۴	dubaiwoodshow.com
نمایشگاه بین‌المللی مبلمان	پاکستان-لاهور، نمایشگاه بین‌المللی لاهور	۲۰ تا ۲۲ اردیبهشت ۱۴۰۴	pakexcel.com
نمایشگاه بین‌المللی ساختمان، دکوراسیون و هفته دیزاین	عمان-مسقط، محل دائمی نمایشگاه‌های مسقط	۲۹ تا ۳۱ اردیبهشت ۱۴۰۴	ilikevents.com omandesignandbuildweek.com
نمایشگاه بین‌المللی یراق‌آلات و تجهیزات ساخت مبلمان	ایتالیا-میلان	۳۱ اردیبهشت تا ۳ خرداد ۱۴۰۴	salonemilano.it
نمایشگاه بین‌المللی دکوراسیون داخلی	امارات-دبی محل نمایشگاهی دبی	۶ تا ۸ خرداد ۱۴۰۴	indexexhibition.com
نمایشگاه بین‌المللی طراحی داخلی	امارات-دبی محل نمایشگاهی دبی	۶ تا ۸ خرداد ۱۴۰۴	ilikevents.com expostandzone.com

عنوان	محل برگزاری	تاریخ برگزاری	آدرس سایت
نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی و دکوراسیون داخلی چین	چین- شانگهای مرکز نمایشگاهی SINSE	۲۰ تا ۲۲ تیر ۱۴۰۴	<a href="http://eventro.ir">eventro.ir</a> <a href="http://chinaluxehome.com">chinaluxehome.com</a>
نمایشگاه بین‌المللی تخصصی صادرات صنعت مبلمان	ایران- تهران نمایشگاه بین‌المللی	۸ تا ۱۱ مرداد ۱۴۰۴	<a href="http://persiafipco.com">persiafipco.com</a>
نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانه و آشپزخانه	ترکیه- استانبول مرکز نمایشگاهی توپاپ	۲۰ تا ۲۳ شهریور ۱۴۰۴	<a href="http://tuyap.com.tr">tuyap.com.tr</a>
نمایشگاه بین‌المللی مبلمان و طراحی داخلی ریاض عربستان (INDEX)	عربستان- ریاض محل نمایشگاهی ریاض	۲۵ تا ۲۷ شهریور ۱۴۰۴	<a href="http://eventro.ir">eventro.ir</a> <a href="http://index-saudi.com">index-saudi.com</a>
نمایشگاه طراحی مبلمان استانبول	ترکیه- استانبول	۲۷ تا ۲۹ شهریور ۱۴۰۴	<a href="http://istanbulfurniturefair.com">istanbulfurniturefair.com</a> <a href="http://ifm.com.tr">ifm.com.tr</a>
نمایشگاه بین‌المللی یراق آلات و تجهیزات مبلمان استانبول	ترکیه- استانبول مرکز نمایشگاهی توپاپ	۳ تا ۶ مهر ۱۴۰۴	<a href="http://exhibitionmakers.com">exhibitionmakers.com</a> <a href="http://tuyap.com.tr">tuyap.com.tr</a>
نمایشگاه چوب و ماشین‌آلات استانبول	ترکیه- استانبول مرکز نمایشگاهی توپاپ	۱۹ تا ۲۳ مهر ۱۴۰۴	<a href="http://exhibitionmakers.com">exhibitionmakers.com</a> <a href="http://tuyap.com.tr">tuyap.com.tr</a>
نمایشگاه بین‌المللی طراحی و دکوراسیون داخلی دوحه (INDEX)	قطر- دوحه محل نمایشگاهی دوحه	۲۰ تا ۲۲ مهر ۱۴۰۴	<a href="http://exhibitionmakers.com">exhibitionmakers.com</a> <a href="http://index-qatar.com">index-qatar.com</a>
نمایشگاه بین‌المللی مبلمان و دکوراسیون داخلی روسیه	روسیه- مسکو، محل نمایشگاه بین‌المللی	۳ تا ۶ آذر ۱۴۰۴	<a href="http://meb-expo.ru">meb-expo.ru</a>
نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی، فرش، منسوجات و مبلمان منزل	عراق- اربیل	۲۱ تا ۲۴ آذر ۱۴۰۴	<a href="http://exhibitionmakers.com">exhibitionmakers.com</a>



## سناریونویسی در طراحی مبلمان و تأثیر آن بر تجربه زیست

امیر احمدی نسب

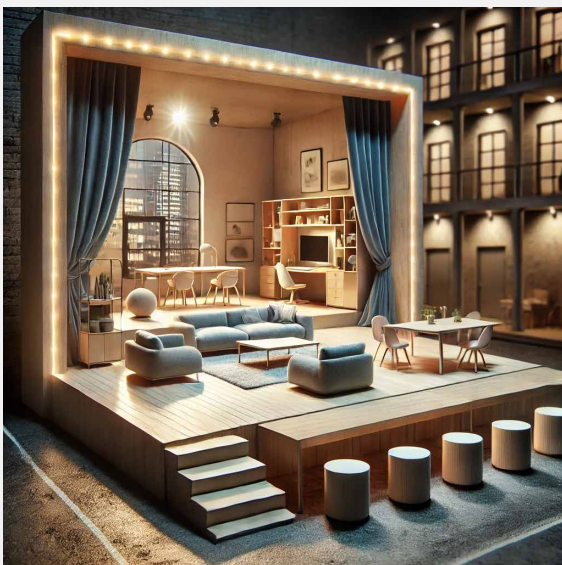
مهندس معمار، مدرس دانشگاه،  
پژوهشگر حوزه مبلمان



برآورده کند اما کاملاً همه‌شمول! برعکس، هر قطعه مبلمان -در طراحی سناریومحور- باید نه تنها مشکلی را حل کند بلکه شیوه‌ای خاص از تجربه زندگی کاملاً شخصی را امکان‌پذیر سازد. پس از نوشتن این روایت‌ها، مرحله طراحی آغاز می‌شود. در این مرحله، محصولات به‌گونه‌ای طراحی می‌شوند که سناریوها را تسهیل کرده و تجربه کاربر را بهبود دهند. این مبلمان ممکن است دارای قابلیت‌های چندمنظوره، انعطاف‌پذیری بالا یا حتی جنبه‌هایی از شخصی‌سازی باشند تا با سبک زندگی کاربر هماهنگ شوند.

### عصرذهن آگاهی؛ راوی داستان کدام است؟

طراحی مبلمان بر اساس سناریو از ما دعوت می‌کند تا به زندگی روزمره نه به‌عنوان یک سری فعالیت‌های پراکنده، بلکه به‌عنوان یک تئاتر یکپارچه نگاه کنیم. همان‌طور که در تئاتر، هر عنصر برای روایت داستان لازم است، در زندگی نیز هر قطعه مبلمان باید نه‌تنها عملکرد داشته باشد، بلکه لازم است به نحوی روایتگر داستان باشد. "چیدمان یک فضا، داستانی است که بدن انسان آن را روایت می‌کند." پس طراحی، زبانی فراتر از اشیاء را در بر می‌گیرد؛ زبانی که به زندگی جان می‌بخشد و صحنه‌هایی را می‌سازد که کاربر در آنها نقش اصلی را بازی می‌کند. این همان چهره آینده طراحی مبلمان است: طراحی با محوریت روایت‌هایی که زندگی ما را غنی‌تر و انسانی‌تر می‌کنند.



طراحی صنعتی، به‌ویژه در حوزه مبلمان، امروزه بیش از هر زمان دیگری به سوی فرآیندهای مبتنی بر سناریو سوق پیدا کرده است. این رویکرد که ابتدا با مفهوم‌پردازی از زندگی روزمره آغاز می‌شود، طراحان را قادر می‌سازد تا محصولات کاربردی و جذابی را ارائه دهند که مستقیماً با نیازهای انسانی و شرایط خاص آنها در ارتباط است. با الهام از زیرعنوان "زندگی یک تئاتر است"، می‌توان گفت طراحی مبلمان از همان اصولی بهره می‌برد که نمایشنامه‌نویسان در خلق شخصیت‌ها و روایت‌ها به‌کار می‌گیرند: درک دقیق داستان، شخصیت‌ها و صحنه‌ها.

### از سناریو به محصول؛ گام‌های طراحی مبتنی بر روایت

فرآیند طراحی بر پایه سناریو با بررسی دقیق زندگی کاربران آغاز می‌شود. نخست، طراح به دقت رفتارها و الگوهای زندگی روزمره را مشاهده می‌کند و روایتی از زندگی در یک زمینه خاص می‌نویسد. این سناریوها ممکن است شامل جزئیاتی مانند نحوه استفاده از فضا، زمان انجام فعالیت‌ها، تعامل با سایر افراد و حتی چالش‌ها و نیازهایی باشد که کاربران با آنها مواجه هستند. سناریوها چیزی فراتر از طرح‌ریزی عملکرد یک محصول هستند. در نگاه لوکوروبوزیه، "خانه، ماشینی است برای زندگی". مبلمان به ابزاری تبدیل می‌شود که می‌تواند نیازهای روان‌شناختی، اجتماعی و جسمانی کاربران را

## شاهین فاطمی

## بنیان‌گذار گروه درسا و توسعه‌دهنده دال



وقتی که بیشتر خانواده‌ها در سرپناه‌های موقت جمع شدند، هنوز هم در صحبت‌هایشان از اثاث خانه‌اشان می‌گفتند. جزئیات اهمیت داشت. چطور یک قطعه اثاثیه انتخاب شده بود، چه کسی آن را ساخته بود، چه مدت در خانواده بوده است. نشستن روی یک صندلی خاص یا تکیه دادن به یک کوسن خاص، به ریتم زندگی روزمره‌اشان، به آیین‌های کوچک و بزرگ زندگی‌اشان گره خورده بود. یادته اون کمد چوبی قدیمی گوشه اتاق رو؟ یکی از بازماندگان به همسایه‌اش گفت: پدرم با دست خودش ساخته بودش، سال‌ها پیش. خیلی تجملی نبود، ولی محکم بود، مثل خود پدرم. احساس می‌کنم هنوز هم اونجاست، حتی اگه دیگه نیست.

در این لحظات، اشیا -اون مبل‌ها، میزها، تخت‌ها و کمد‌ها- معنای جدیدی پیدا می‌کردند. دیگر فقط تکه‌های چوب، پارچه یا فلز نبودند. آنها نگهدارنده‌های هویت، داستان‌ها و مرکز احساسی زندگی یک نفر بودند. صحبت از خانه بدون صحبت از اثاثیه، به معنای کنار گذاشتن جوهره آنچه که انسان‌ها بودند، می‌بود. این درک به تدریج شکل گرفت که در بسیاری از مواقع، خانه‌های ما تنها دیوارهایی که اطراف ما را احاطه کرده‌اند، نیستند بلکه اشیایی هستند که آنها را پر می‌کنند. اثاثیه، در تمام آشکالش، تبدیل به آینه‌ای از زندگی‌مان می‌شود که میراث فرهنگ و لحظات ما هستند و آن را بازتاب می‌دهند. وقتی که همه چیز دیگر فرو ریخته بود، همین قطعات -همین اشیای آشنا- به نمادی از امید برای آینده و پیوندی با گذشته تبدیل شدند.

پس از آن، نمایشگاهی از آثار نقاشی کودکان زلزله‌زده، برگزار شد که در آن، کودکان احساسات و تجربیات خود را به تصویر کشیده بودند. این نقاشی‌ها نشان‌دهنده عمق تعلق خاطر کودکان با خانه و جز جز اشیای آن و تلاش آنها برای بازسازی هویت و خاطرات خود پس از فاجعه زلزله بم بود.



نقاشی کودکان پس از زلزله

در سال ۱۳۸۲ زمانی که گرد و غبار فرو نشست و ویرانی‌های شهر نمایان شد، مردم خود را در میان خرابه‌های خانه‌هایشان پیدا کردند. خانه‌هایی که روزگاری پر از گرما و زندگی بودند، اکنون چیزی جز تلی از آوار و خاک نداشتند. اما در میان این آشوب و از دست دادن عمیق، چیزی جالب در گفت‌وگوهایشان پدیدار شد؛ وقتی از خانه‌هایشان حرف می‌زدند، اولین چیزی که به یاد می‌آوردند، نه دیوارها و سقف‌ها بود، بلکه در میان ویرانه‌ها، ساکنان نمی‌توانستند بدون اشاره به مبلمانی که در آن، خانواده‌ها کنار هم می‌نشستند، کمدهایی که از نسل‌ها به ارث رسیده بودند -اینها نمادهایی از زندگی‌ای بودند که ساخته و یادهایی که خلق کرده بودند- صحبت کنند.

یک زن به نام لیللا، در میان ویرانه‌های خانه سابقش ایستاده بود و به تکه‌های شکسته مبلمان‌ش نگاه می‌کرد. «مبل چوبی مادرم» با صدای آرام گفت: «سال‌ها استفاده شده بود، اما مال او بود. بوی او، گرمای او را داشت. بچه‌هایم وقتی کوچک بودند، همیشه روی آن می‌نشستند و کتاب می‌خواندند. حالا از بین رفته و با آن گویی بخشی از من نیز از میان رفته است.»

در روزهای ابتدایی پس از زلزله بم، بسیاری از مردم در گفت‌وگوهایشان نه از دست دادن سقفی بر سرشان، بلکه از اشیای آشنا و مورد علاقه‌شان صحبت می‌کردند. برای برخی، قالیچه‌های دستباف ارزشمندی بودند که زمین خانه‌اشان را تزئین می‌کردند و هر نخ آن یادآور میراث فرهنگی‌اشان بود. برای دیگران، این میز ناهارخوری بود که سال‌ها میزبان وعده‌های مشترک، بحث‌ها، خنده‌ها و آشتی‌ها بود.



اجتماعی و فرهنگی بود. اما با تأثیر مدرنیته، جهانی‌سازی و ظهور رسانه‌های اجتماعی، تأکید بر فردیت و نمایش هویت شخصی به شدت افزایش یافته است. برای مثال، در جوامع سنتی افراد گاهی لباس‌های یکسانی بر تن می‌کردند که این امر نشان از وضعیت اجتماعی قبیله‌ای یا مذهبی افراد بود. اما امروزه افراد به جای پیروی از یک سبک واحد، تمایل دارند متعلقاتی را انتخاب کنند که بازتاب شخصیت، ارزش‌ها و احساسات درونی‌شان باشد.



مجموعه محصولات الموت

مارکوس کلیر کوپر، از پیشگامان حوزه ارتباط مسائل اجتماعی با محیط ساخته‌شده، در مطالعاتی مطرح می‌کند که کودکان نیز برای بیان و ابراز هویت خود به شخصی‌سازی محیط فیزیکی پیرامونشان تمایل دارند. این رفتار بخشی از نیاز طبیعی آنها برای ساختن فضایی امن و آشناست که در آن احساس مالکیت، امنیت و هویت را تجربه می‌کنند. زمانی که به کودکان اجازه می‌دهیم دیوارهای اتاقشان را با نقاشی‌ها، عکس‌ها یا اشیای مورد علاقه‌شان تزئین کنند، در واقع به آنها این فرصت را می‌دهیم که محیط اطرافشان را به بازتابی از شخصیت و علایق خود تبدیل کنند. این اعمال به آنها اجازه می‌دهد به یاد ماندنی‌ترین مکان‌های کودکی‌شان را شکل دهند.

"طراحی تجربه" تلاش می‌کند با درک نیازها و خواسته‌های مخاطبان، طرح‌هایی خلق کند که نه تنها از نظر زیبایی‌شناسی جذاب باشند، بلکه احساس راحتی و تعلق را نیز برای مخاطبان فراهم کنند. این رویکرد نشان‌دهنده تغییر از الگوهای استاندارد شده به سمت طراحی‌هایی است که در آن هر شی یک اثر هنری منحصر به فرد و داستانی از هویت مخاطب باشد.

در "طراحی تجربه" تلاش می‌شود به تمامی جزئیات با دقت توجه و تک‌تک جزئیات طراحی شوند. در دنیای امروز، انسان‌ها اساس و محور تصمیمات هستند از این رو دقت در جزئیات و شخصی‌سازی مطابق با نیازهایشان این احساس را ایجاد می‌کند که آنها عزیز شمرده شده و به آنها توجه شده است.

"ژان بودریار"، فیلسوف معاصر، جهان را باغی می‌داند که انسان در آن با اشیاء چون آینه‌هایی روبه‌روست؛ آینه‌هایی که تصویری از هویت او را باز می‌تابانند. اشیاء دیگر تنها ابزار نیستند؛ هر کدام داستانی در خود نهفته دارند و بخشی از نقشه‌ی رازآلود هویت او را آشکار می‌کنند. هر شیء، ردپایی از آرزوها، باورها و رویاهای اوست و هویتش چون بخشی از این نشانه‌ها شکل می‌گیرد. در نهایت، این اشیاء هستند که با زمزمه‌های خاموششان، او را تعریف می‌کنند و مرز میان بودن و داشتن را در هاله‌ای از ابهام فرو می‌برند. در این راستا، در طراحی تجربه با سه مفهوم کلیدی «خاطره»، «شخصی‌سازی» و «لذت» مواجه می‌شویم، سه واژه‌ای که ارتباطی عمیق و درهم‌تنیده دارند و نقشی اساسی در خلق تجربیات معنادار و به‌یادماندنی ایفا می‌کنند. خاطره‌سازی به توانایی طراحی برای برانگیختن احساسات و ثبت لحظات در ذهن مخاطب اشاره دارد؛ لحظاتی که از تجربه‌ای گذرا به روایتی ماندگار در حافظه تبدیل می‌شوند. شخصی‌سازی، بُعد دیگری از طراحی تجربه است که با در نظر گرفتن نیازها، علایق و ویژگی‌های منحصربه‌فرد افراد، امکان خلق تجربه‌هایی کاملاً اختصاصی را فراهم و حس تعلق و ارتباط عمیق‌تری را ایجاد می‌نماید. در کنار این دو، لذت به‌عنوان عنصری حسی و عاطفی، جوهره تجربه را شکل می‌دهد و آن را از حالت صرفاً کاربردی به تجربه‌ای غنی و لذت‌بخش ارتقا می‌بخشد.

مسیر طراحی تجربه؛ با شناخت و آگاهی از زندگی، خاطرات و تعلقات خاطر مخاطب شروع می‌شود پس از آن سعی بر این است تا به وسیله برخی ارجاعات بصری دقیق و حساب‌شده مانند استفاده از رنگ، خط و موتیف‌هایی الهام بخش از گذشته‌ای ریشه‌دار در فرهنگ که نمادی از قدمت، اصالت و هویت است؛ به شکلی ناخودآگاه خاطره‌ای را در ذهن بیننده زنده و نقشه‌های ذهنی مخاطب را فعال کند. نشانه‌هایی که برای ما و دیگر فرهنگ‌ها، تداعی‌گر حفظ میراث ارزشمند اجدادمان و پلی میان گذشته و حال است که در تاروپود آن داستان‌های بی‌شماری نهفته است. جایی که خاطرات در قالبی نو بازتاب می‌یابند و تجربه‌ای ماندگار را برای مخاطب رقم می‌زنند. با گنجاندن این موتیف‌ها در طراحی یک محصول نه تنها یک اثر طراحی‌شده، بلکه سفری به عمق تاریخ و فرهنگ طی شده که با هر بار مواجهه با اثر، لایه‌ای جدید از معنا و احساس را به تجربه کاربر می‌افزاید.

موضوع شخصی‌سازی از مباحث مهم در دنیای امروز است. تأکید بر فردیت و رفاه شخصی از دغدغه‌های روز افراد در جوامع مختلف می‌باشد. گاهی برخلاف گذشته که هویت افراد غالباً در چارچوب‌های مشترک فرهنگی و اجتماعی تعریف می‌شد و بسیاری از جنبه‌های زندگی، از جمله انتخاب پوشاک، تابع هنجارهای جمعی، نقش‌های



طراحی جواهرات

برای خلق تجربه‌های شخصی لذت‌بخش، عنصر شگفتی، بسیار ارزشمند است. این شگفتی اغلب در جزئیات کوچک و پیش‌بینی‌نشده نهفته است. مثال ساده‌ای از این لذت، زمانی است که کتاب قدیمی‌تان را ورق می‌زنید و ناگهان بین صفحات آن، یک یادداشت یا عکس قدیمی پیدا می‌کنید که خاطره‌ای فراموش‌شده را زنده می‌کند، درست زمانی که توقع آن را نداشتید. از این دست لذت‌ها در طراحی، زمانی که دستبندتان را از دست باز می‌کنید و پشت آن برای شما یک جمله منحصر به فرد نوشته شده است، زمانی که کیف دستی‌تان را باز می‌کنید و داخل آن یک کیف کوچک برای یک وسیله شخصی‌تان الحاق شده است، وقتی کفش‌تان را از پا در می‌آورید و کف آن با پارچه منحصر به فردی پوشیده شده یا کشوی اتاق خواب را باز می‌کنید و پارچه نرم با رنگ مورد علاقه‌تان کف آن را پوشانده؛ برای شما حاصل می‌شود.



طراحی جزئیات داخلی، طراحی تجربه

طراحی، زمانی که فراتر از زیبایی‌شناسی و عملکرد صرف حرکت کند، قادر است تجربه‌ای عاطفی و شخصی برای کاربران ایجاد کند و ارتباط عمیق‌تری میان آنها و اشیای زندگی‌شان برقرار سازد.

طراحی، قدرت پرورش و تجلیل از هویت را در هر آنچه خلق می‌کند، در خود نهفته دارد از فضاهایی که ساخته می‌شوند،

خطوطی که ترسیم می‌گردند، رنگ‌هایی که برگزیده می‌شوند و جزئیاتی که در کنار هم قرار می‌گیرند، هر تصمیم طراحی بخشی از داستان ما را روایت می‌کند. طراحی نه تنها بر آنچه می‌بینیم و احساس می‌کنیم اثر می‌گذارد، بلکه به شکل‌گیری هویت فردی و جمعی ما کمک می‌کند. همه اینها به شکل دادن به اینکه چه کسی هستیم؟ چگونه زندگی می‌کنیم؟ و چگونه با تاریخچه شخصی و جمعی خود ارتباط برقرار می‌کنیم؟ کمک می‌کند.

در رویداد هفته دیزاین تهران تمامی افراد در تلاش بودند با طراحی در جهت ارتقای کیفیت و سطح سلیقه جمعی گام بردارند. همه باور داریم طراحی مسیری فراهم می‌کند تا محصولاتی معنادار، خاطره‌ساز و منطبق با ارزش‌های انسانی خلق شود. در دنیای طراحی، جایی که هر خط و هر رنگ حامل پیامی است، فهم آرمان و آرزو به‌عنوان نیروی محرک، طراحان را به سوی خلق آثاری سوق می‌دهد که فراتر از نیازهای روزمره، به ایده‌آل‌ها و آرزوهای انسانی پاسخ می‌دهند. طراحی، تلاشی است برای تجسم و تحقق دنیایی بهتر، جایی که زیبایی، کارایی و معنا در هم تنیده می‌شوند تا تجربه‌ای بی‌نظیر و الهام‌بخش برای کاربران فراهم آورد.

رویدادهای هفته دیزاین در سراسر جهان، به‌عنوان بسترهایی پویا و الهام‌بخش، نقشی کلیدی در تقویت این رویکرد آرمان‌گرایانه ایفا می‌کنند. این گردهمایی‌ها با ارائه جدیدترین نوآوری‌ها و مفاهیم طراحی، طراحان را ترغیب می‌کنند تا مرزهای خلاقیت خود را گسترش داده و به سوی ایده‌هایی بلندپروازانه‌تر حرکت کنند. حضور در این رویدادها، طراحان را به سفری درونی دعوت می‌کند؛ سفری که در آن با بازنگری در ارزش‌ها و باورهای خود، به درکی عمیق‌تر از نقش و مسئولیت‌شان در جامعه دست می‌یابند. این خودآگاهی، ما را قادر می‌سازد تا با خلق آثاری که تجلی‌گر تجربه‌هایی منحصر به فرد در طراحی است، تأثیری ماندگار و تحول‌آفرین بر زندگی کاربران و جامعه پیرامون خود بگذاریم.



درساخانه

# گذری بر صنعت تخته فشرده و روکش‌های مصنوعی با محوریت ام‌دی‌اف

**علی رسول زاده درآباد**  
نایب رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و  
صادرکنندگان مبلمان ایران



## وضعیت صنعت ام‌دی‌اف در جهان

### ۱. روند رشد بازار جهانی

بر اساس آمارهای بین‌المللی، بازار جهانی ام‌دی‌اف تا سال ۲۰۲۵ رشد سالانه حدود ۶ درصد را تجربه خواهد کرد. کشورهای چین، هند، برزیل و ترکیه از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان این محصول هستند. چین به‌عنوان بزرگ‌ترین تولیدکننده، بیش از ۵۰ درصد از تولید جهانی را در اختیار دارد.

### ۲. فناوری‌های نوین در تولید ام‌دی‌اف

تحولات فناورانه نظیر استفاده از چسب‌های بدون فرمالدهید، فناوری‌های بهینه‌سازی مصرف انرژی و تولید ام‌دی‌اف ضدآب و مقاوم در برابر حریق؛ از مهم‌ترین پیشرفت‌های این صنعت در سال‌های اخیر بوده‌اند.

### ۳. چالش‌های جهانی صنعت ام‌دی‌اف

«افزایش هزینه‌های مواد اولیه، خصوصاً تأمین چوب که این موضوع در کشور ما بسیار سخت‌تر از بقیه نقاط جهان می‌باشد.

«محدودیت‌های زیست‌محیطی و قوانین سخت‌گیرانه در زمینه انتشار گازهای آلاینده.

«رقابت فزاینده میان تولیدکنندگان و تغییرات قیمت در بازار جهانی.

## وضعیت صنعت ام‌دی‌اف در ایران

### ظرفیت تولید و میزان مصرف

ایران یکی از کشورهای پیشرو در تولید ام‌دی‌اف در منطقه خاورمیانه است. در سال‌های اخیر، باراه‌اندازی کارخانه‌های متعدد، ظرفیت تولید داخلی افزایش یافته و ایران به یکی از صادرکنندگان بالقوه این صنعت تبدیل شده است البته مشروط به تأمین چوب کافی.

در حال حاضر نیاز مصرف ام‌دی‌اف در ایران حدود ۲/۵ میلیون متر مکعب تخمین زده شده است که از این میزان ۱/۵ میلیون متر مکعب تولید داخل و یک میلیون متر مکعب آن نیز از طریق واردات تأمین می‌شود.

صنعت تخته فیبر با چگالی متوسط (MDF) یکی از بخش‌های کلیدی در صنعت چوب و محصولات فشرده چوبی است که طی دو دهه اخیر رشد چشمگیری داشته است. ام‌دی‌اف به دلیل خواص فیزیکی مناسب، هزینه تولید پایین و کاربردهای گسترده در صنایع مبلمان، دکوراسیون داخلی و ساختمان‌سازی؛ جایگاه ویژه‌ای در بازار جهانی دارد. این مقاله به بررسی وضعیت صنعت ام‌دی‌اف در ایران و جهان پرداخته و روندهای توسعه، چالش‌های پیش‌روی تولیدکنندگان و فرصت‌های سرمایه‌گذاری را تحلیل می‌کند. با افزایش تقاضا برای محصولات چوبی و کاهش منابع چوب طبیعی، استفاده از محصولات چوب فشرده همچون ام‌دی‌اف به‌عنوان جایگزینی پایدار مورد توجه قرار گرفته است. این صنعت نه تنها در کشورهای پیشرفته، بلکه در کشورهای در حال توسعه نیز رواج یافته و ظرفیت‌های تولیدی آن در بسیاری از نقاط جهان افزایش یافته است.

بولتن اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران، زمستان ۱۴۰۳



# ARSHIN

TEXTILE

## HEAD OFFICE & SHOWROOM

25B3 Hall, IranWood industries Improvement  
Complex, Ahmadabad Mostofi, IRAN

(+98) 2166296513

(+98) 9128154270

[info@arshintextile.com](mailto:info@arshintextile.com)

[Arshin\\_textile](https://www.instagram.com/Arshin_textile)

[www.arshintextile.com](http://www.arshintextile.com)







# تات نساج ایرانیان

تولید کننده انواع پارچه های  
مبلی گونی بافت و اسپرت

sofa fabric



هفته دیزاین تهران  
نمایشگاه  
بین المللی تهران  
۸ تا ۱۱ مردادماه ۱۴۰۴  
مرکز شهر تهران  
۸ تا ۱۱ مردادماه ۱۴۰۴

Tehran Design Week  
Tehran Intl. Permanent  
Fairground  
30 July - 2 August 2025  
Central Tehran  
30 July - 5 August 2025

همزمان با  
سی و چهارمین  
نمایشگاه بین المللی  
تخصصی صادراتی  
صنعت مبلمان

In parallel with  
34<sup>th</sup> International  
Specialized-Export  
Exhibition of  
Furniture Industry



انجمن تولید کنندگان و صادرکنندگان مبلمان ایران  
Iran Furniture Manufacturers & Exporters Union



پیشگامان صنعت مبلمان پریشیا (فیکو)  
Persia Furniture Industry Pioneers

# هفته دیزاین تهران دیزاین پریشیا نمایشگاه بین المللی تخصصی صادراتی صنعت مبلمان