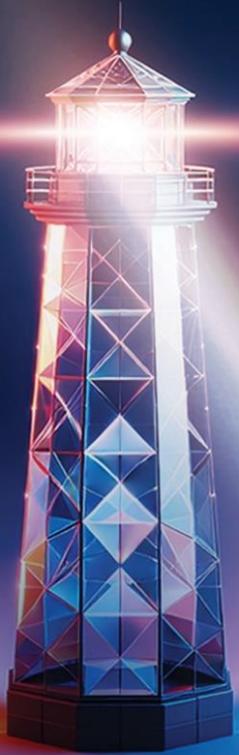


صنعت سنج صادرات ۴

گزارش صنعت لوازم خانگی ایران

آمارها و روندهای کلی صنعت، صادرات و بازیگران برتر



ILIA&

IRAN
EXPO

6th IRAN
EXPO
2024

ششمین دوره‌ی ایران اکسپو

اردیبهشت ۱۴۰۳



شرکت ایلپا: تهران، سال ۱۴۰۳.
این گزارش توسط شرکت مشاوره مدیریت ایلپا در ایران تهیه شده و کلیه حقوق آن متعلق به شرکت ایلپا است. برای همین استفاده از چهارچوب، محتوا و طراحی این گزارش بدون کسب مجوز از این شرکت خلاف قوانین تجاری جمهوری اسلامی ایران است.
شرکت ایلپا: تهران، ایران.

صنعت‌سنج، سنج‌های برای عملکرد صنایع ایران

تدوین گزارش‌های صنعت از اوایل قرن بیستم توسط تشکل‌ها، شرکت‌های تحقیقاتی و انجمن‌های صنوف مختلف تجاری در دنیا شروع شد. این گزارش‌ها با گرد هم آوردن داده‌های معتبر و ارائه‌ی رهیافت‌های مبتنی بر داده، به عنوان رکن اصلی **تصمیم‌گیری آگاهانه کسب‌وکارها** عمل کرده‌اند. این گزارش‌های اولیه، که اغلب بر آمار تولید و روندهای بازار متمرکز بودند، زیربنایی را برای تحلیل‌های جامع امروزی بنا نهادند.

با گذشت زمان، کارکرد گزارش‌های صنعت به طور قابل توجهی تکامل یافته است. **شرکت‌های مشاوره مدیریت پیشگام** مانند مکنزی (McKinsey)، گروه مشاوره بوستون (BCG) و بین (Bain) به عنوان رهبران این حوزه ظهور کردند. گزارش‌های این شرکت‌ها که به خاطر مراجعه‌های متعدد و متنوع بازیگران اصلی هر صنعت به آن‌ها تهیه می‌شود، مبتنی بر **داده‌های دقیق و تجربه‌های عملیاتی** هستند و به نحوی نبض هر صنعت را به دقت نشان می‌دهند و پویایی‌های پیچیده بازار را برای مخاطب عرضه می‌کنند.

در کنار این سه غول صنعت مشاوره مدیریت، شرکت‌های مشاوره مدیریت کوچک‌تر (boutique consultancies) نیز در زمینه‌ی تولید این گزارش‌ها فعالند. این شرکت‌ها که عمدتاً بر تعداد محدودتری صنعت متمرکزند، دیدگاه‌ها و تجربه‌های عمیق و کاربردی خود را در قالب گزارش صنایع تخصصی‌شان ارائه می‌کنند؛ مثل Avalere Health در صنعت بهداشت، Gartner در فناوری، Wood Mackenzie در نفت و گاز و Celent در امور مالی. گزارش‌های آن‌ها به دور از تحلیل‌های سطحی، عمیقاً به **جزئیات پیچیده هر صنعت** می‌پردازند. این تمرکز عمیق، به آن‌ها امکان می‌دهد تا بینش‌های هدفمند و توصیه‌های عملی ارائه دهند که **متناسب** با چالش‌ها و فرصت‌های خاص با کسب‌وکارهای درون صنعت تخصصی آن‌ها باشد.

مجموعه حاضر از گزارش‌های صنعت، تحت عنوان **صنعت‌سنج**، فصل جدیدی را در **توانمندسازی کسب‌وکارهای ایرانی و تقویت تصمیم‌گیری آگاهانه** برای سرمایه‌گذاران و شرکت‌های بین‌المللی رقم می‌زند. **صنعت‌سنج** را که توسط شرکت مشاوره مدیریت ایلیا تدوین شده، می‌توان **تجمیعی** از داده‌های هر صنعت از **مراکز اصلی انتشار داده‌های** مربوط به آن صنعت دانست.

صنعت‌سنج صادرات اولین سری از این گزارش‌هاست که همزمان با **ششمین نمایشگاه ایران-اکسپو** در سال ۱۴۰۳ منتشر می‌شود. این سری به ارائه‌ی اجمالی **هفت صنعت** کلیدی ایران به دو زبان فارسی و انگلیسی می‌پردازد و شامل چهار بخش اصلی است: (۱) نگاهی به **اقتصاد کلان** ایران، (۲) **آمارها و روندهای کلی صنعت**، (۳) **آمار صادرات** و (۴) **بازیگران برتر**.

ما بر این باوریم که این سری به عنوان **سکوئی برای نسخه‌های آینده** عمل خواهد کرد، که با جزئیات و تحقیقات عمیق‌تر همراه خواهند بود و می‌تواند شامل مواردی چون موضوعات زیر باشد:

- **بینش‌های عمیق:** اگرچه این نسخه اولیه، نمای کلی ارزشمندی از هفت صنعت کلیدی ایران ارائه می‌دهد، اما محدودیت‌هایی دارد که عمدتاً ناشی از زمان محدود در تهیه و تدوین این سری بوده است. ایلیا علاقمند است برای ارائه سری‌های آتی **صنعت‌سنج**، با کیفیتی بالاتر و رهیافت‌هایی عملیاتی‌تر، با **بازیگران پیشرو** هر صنعت همکاری کند. طبعاً چنین همکاری ارزشمندی، بر عمق و غنای سری‌های بعدی این گزارش‌ها خواهد افزود.
- **مزیت ترازبایی (Benchmarking):** مقایسه‌های محلی و جهانی با تمرکز بر معیارهای مشخص عملکرد، یکی از ارکان اصلی ارزش‌آفرینی سری‌های بعدی **صنعت‌سنج** خواهد بود. این مورد باعث می‌شود کسب‌وکارهای ایرانی، با دانش عمیق‌تری نسبت به **همتاان** منطقه‌ای و جهانی به رقابت بپردازند.
- **عملکرد در بازارهای مالی:** در حال حاضر، اکثر گزارش‌های موجود در بازار عمدتاً به بررسی عملکرد مالی شرکت‌های بورسی فعال در هر صنعت می‌پردازند که این سری از **صنعت‌سنج** به این عنوان نمی‌پردازد و می‌تواند بخش مهمی از گزارش‌های آتی صنعت‌سنج باشد.

خوشحال می‌شویم که **نظرات و پیشنهادات** شما را دریافت کنیم و از آن‌ها برای بهبود گزارش‌های آتی استفاده کنیم.

ما در ایلیا از طریق **صنعت‌سنج**، به دنبال پر کردن شکاف بین داده‌ها و رهیافت‌های عملیاتی برای کاربر در دنیای واقعی هستیم. **صنعت‌سنج** در بهینه‌ترین حالت، مرجعی خواهد بود برای **کسب‌وکارهای ایرانی** تا درک واضحی از **فضای کلان صنایع** خود در **ایران و منطقه** و **جهان** به دست آورند. هم‌چنین این گزارش می‌تواند به عنوان منبع جامعی برای **سرمایه‌گذاران و شرکت‌های خارجی** باشد تا با نهمتگی‌های اقتصاد ایران و نقش کلیدی که می‌تواند در بازار جهانی ایفا کند، آشنا شوند.

امیدواریم **صنعت‌سنج** بتواند بازتاب‌دهنده‌ی خوبی از اقتصاد ایران و راهنمای قابل اعتمادی برای فعالین و پژوهشگران و علاقمندان باشد.

صنعت سنج صادرات همزمان با ششمین دوره ایران اکسپو برای هفت صنعت تهیه شده است



خلاصه مدیریتی

این گزارش، **صنعت‌سنج لوازم خانگی** است که به بررسی اجمالی صنعت لوازم خانگی ایران در **چهار بخش کلی** می‌پردازد:

بخش یک - نگاهی به اقتصاد کلان ایران

- در میان بخش‌های اصلی تولید ناخالص داخلی، بین سال‌های ۱۴۰۱-۱۳۹۰، بیشترین نرخ رشد مرکب سالانه به ترتیب مربوط به خدمات (۴٪)، کشاورزی (۲٪)، صنعت و معدن (۱٪) بوده و نفت و گاز با نرخ ۴٪ افت داشته است

بخش دو - آمارها و روندهای کلی لوازم خانگی

- در سال ۱۳۹۹، صنعت لوازم خانگی ایران ۱/۱٪ از کل **بنگاه‌های صنعتی**، ۱/۶٪ از **نیروی کار صنعتی** و ۱/۱٪ **ارزش تولید** کارگاه‌های صنعتی را به خود اختصاص داده است
- بر خلاف روند باثبات تعداد کارگاه‌ها، ارزش تولید و ارزش افزوده، **سرمایه‌گذاری** در لوازم خانگی از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹، با نرخ رشد مرکب سالانه ۱۱٪ افزایش یافته و **۲/۵ برابر** شده است
- از سال ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱، **حجم تولید** لوازم خانگی اصلی در ایران افزایش یافته و به ۷/۶ میلیون واحد رسیده و از میان لوازم خانگی اصلی، یخچال و فریزر و ماشین لباسشویی، بالاترین رشد را تجربه کرده‌اند
- تولید لوازم خانگی برقی اصلی** از جمله تلویزیون، یخچال و فریزر، ماشین لباسشویی و کولرهای آبی، در سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱ **رشد قابل توجهی** داشته؛ در این مدت، تولید تلویزیون ۱۳۸٪، تولید یخچال و فریزر ۱۰۸٪، تولید ماشین لباسشویی ۲۰۰٪ و تولید کولر آبی ۱۱٪ افزایش یافته است

بخش سه - صادرات لوازم خانگی

- ارزش صادرات** لوازم خانگی ایرانی از سال ۱۳۹۷ با افزایش چشمگیری مواجه شده، اما با توجه به **جهش بزرگ‌تر در حجم صادرات**، می‌توان نتیجه گرفت که ارزش واحد صادراتی لوازم خانگی به نسبت کاهش داشته است
- مقصد اصلی صادرات لوازم خانگی ایران، **عراق** است که بیش از ۵۰٪ از کل **ارزش صادرات** را به خود اختصاص داده؛ علاوه بر این، سهم صادرات به کشورهایمانند **ترکیه، امارات متحده عربی و آذربایجان** نیز در دوره مذکور افزایش یافته است
- پس از **کاهش ارزش صادرات لوازم خانگی اصلی** (شامل یخچال و فریزر، تلویزیون، لباسشویی و کولر آبی) در سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۳۹۹، رشدی معادل ۸۸٪ در سال‌های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ ثبت شده، درحالی که حجم صادرات این گروه تنها ۵۳٪ افزایش یافته است

بخش چهار - بازیکنان برتر لوازم خانگی

- بر اساس رتبه بندی IMI-۵۰۰ (نسخه ۱۴۰۱)، شرکت‌های (۱) انتخاب الکترونیک، (۲) پارس توشه، (۳) مادیران از جمله تولیدکنندگان لوازم خانگی در ایران هستند که در این گزارش انتخاب و تحلیل شده اند

صادرات لوازم خانگی

بخش

۳

آمارها و روندهای کلی
لوازم خانگی

بخش

۲

نگاهی به اقتصاد کلان
ایران

بخش

۱

پیوستها

بخش

۶

درباره‌ی ایران اکسپو و
ایلیا

بخش

۵

بازیگران برتر
لوازم خانگی

بخش

۴

نگاهی به اقتصاد کلان ایران



ایران با حدود ۸۶ میلیون جمعیت، در طول سالیان اخیر با نرخ رشد پایین و نرخ تورم و بیکاری به نسبت بالایی مواجه بوده است

قیمت‌ها (۱۴۰۲) 

تورم نقطه به نقطه
اسفند ۱۴۰۲
شاخص
مصرف‌کننده **۴۰/۷%**

تورم سالانه
(۱۳۹۰-۱۴۰۲)
شاخص
مصرف‌کننده **۲۷/۲%**

تورم نقطه به نقطه
اسفند ۱۴۰۲
شاخص
تولیدکننده **۴۳/۸%**

تورم سالانه
(۱۳۹۰-۱۴۰۲)
شاخص
تولیدکننده **۲۸/۸%**

تولید ناخالص داخلی^{۱،۲} 

۴۸۷/۵ (به قیمت ثابت ۱۳۹۴)
میلیارد دلار

۱/۶% نرخ رشد مرکب سالانه
(۱۳۹۰-۱۴۰۱)

جمعیت 

۸۵/۶ میلیون نفر

۳۴ سال میانگین سن جمعیت

(۱۴۰۲)

بازار کار 

۸/۶% نرخ بیکاری

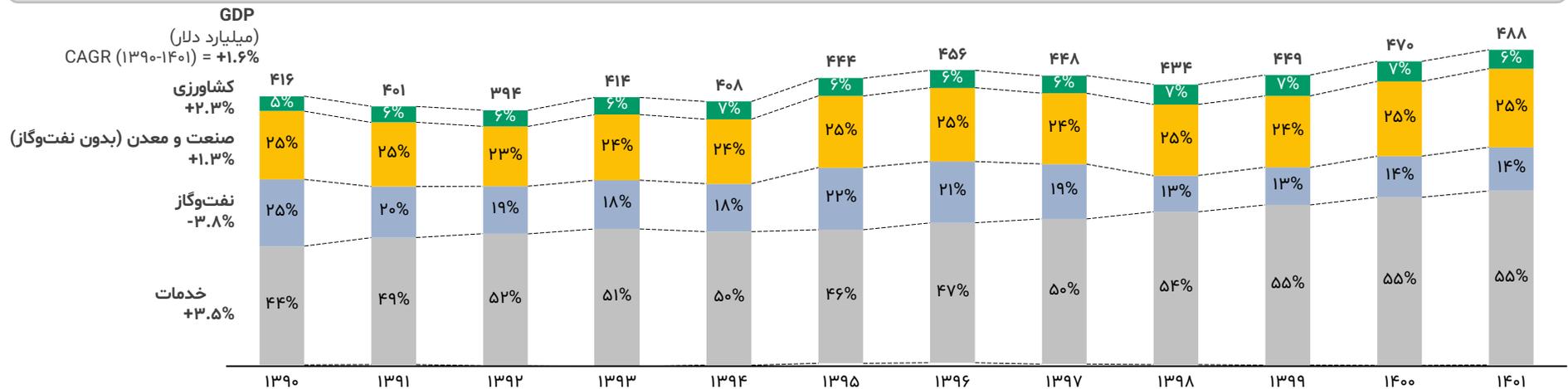
۴۱/۵% نرخ مشارکت نیروی کار

(۱۴۰۲)

- برای واقعی کردن ارقام، ما عمدتاً از نرخ نیما برای تبدیل استفاده کرده‌ایم که به نرخ‌های تولیدکنندگان و صاحبان کسب‌وکار با آن کار می‌کنند نزدیک‌تر است (لطفاً به پیوست مراجعه فرمایید)
- در طول گزارش تا جایی که امکان مقایسه از بین نرود، سعی کرده‌ایم اعداد را گرد کنیم
- با وجود تفاوت، برای انسجام و سادگی، در تمام گزارش‌ها یک سال شمسی را معادل یک سال میلادی در نظر گرفته‌ایم (به عنوان مثال ۱۴۰۲ = ۲۰۲۳)

سهم بخش خدمات از کل تولید ناخالص داخلی ایران با حدود ۱۱٪ افزایش بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۱، به ۵۵٪ در سال ۱۴۰۱ رسیده که این ناشی از کاهش سهم نفت و گاز در همین دوره بوده است

سهم بخش‌های اصلی تولید ناخالص داخلی ایران بین سال‌های ۱۳۹۰-۱۴۰۱



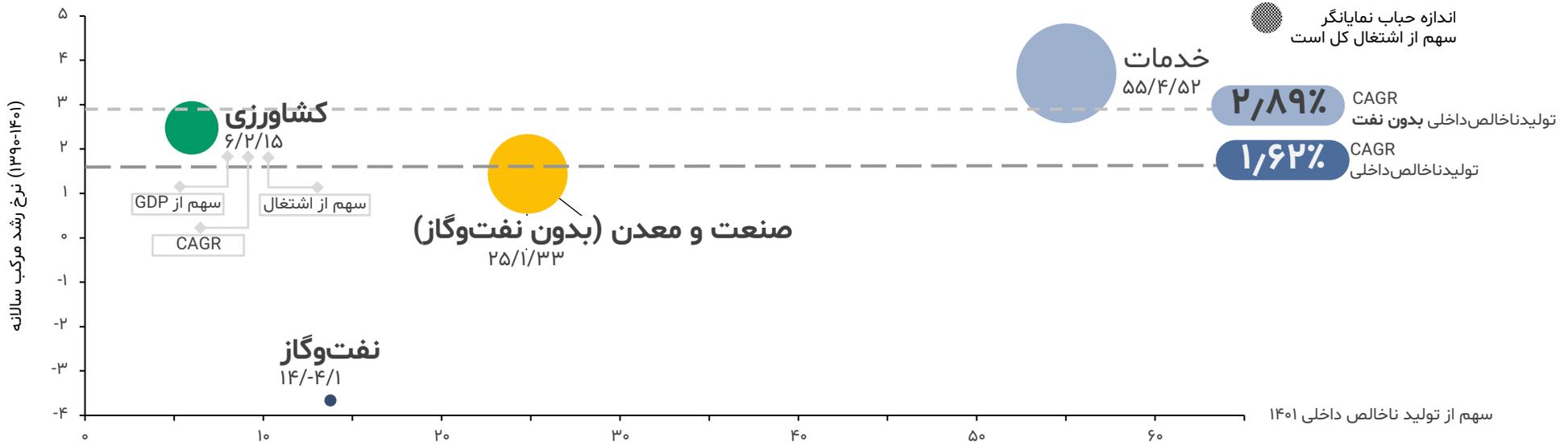
نکات

- با توجه به پیچیدگی‌های مربوط به انتخاب نرخ ارز برای تبدیل GDP و برای آن‌که بتوانیم یک نمای کلی از اقتصاد ایران به دست آوریم، نمودار فوق را از ترکیب داده‌های دو منبع به دست آورده‌ایم:
- **مرکز آمار ایران:** سهم هر بخش از تولید ناخالص داخلی اعلام شده توسط مرکز آمار به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۹۰
- **بانک جهانی:** تولید ناخالص داخلی به قیمت‌های ثابت سال ۲۰۱۵
- **سهم بخش کشاورزی و صنایع (به جز نفت و گاز)** از تولید ناخالص داخلی طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۱ به ترتیب در حدود ۶٪ و ۲۵٪ ثابت باقی مانده است
- در همین دوره، بخش **خدمات** ایران با نرخ رشد مرکب سالانه (CAGR) ۳/۵٪ افزایش یافت، در حالی که **نفت و گاز** با نرخ رشد مرکب سالانه ۳/۸٪ کاهش یافت و خدمات را به **نیمی از تولید ناخالص داخلی** تبدیل کرد
- پس از سال ۱۳۹۹، اقتصاد ایران توانست پس از افتی که از سال ۹۶ تا ۹۸ اتفاق افتاد، اندکی رشد یابد
- بار اصلی این رشد (۶۲٪) مربوط به رشد در **بخش خدمات** بوده است

(۱) مرکز آمار ایران، تولید ناخالص ملی به قیمت‌های ثابت ۱۳۹۰ (۲) بانک جهانی

در میان بخش‌های اصلی تولید ناخالص داخلی، بین سال‌های ۱۳۹۰-۱۴۰۱، بیشترین نرخ رشد مرکب سالانه به ترتیب مربوط به خدمات (۴٪)، کشاورزی (۲٪)، صنعت و معدن (۱٪) بوده و نفت و گاز با نرخ -۴٪ افت داشته است

نرخ رشد مرکب سالانه و سهم بخش‌های مختلف تولید ناخالص داخلی سال‌های ۱۳۹۰-۱۴۰۱^۱



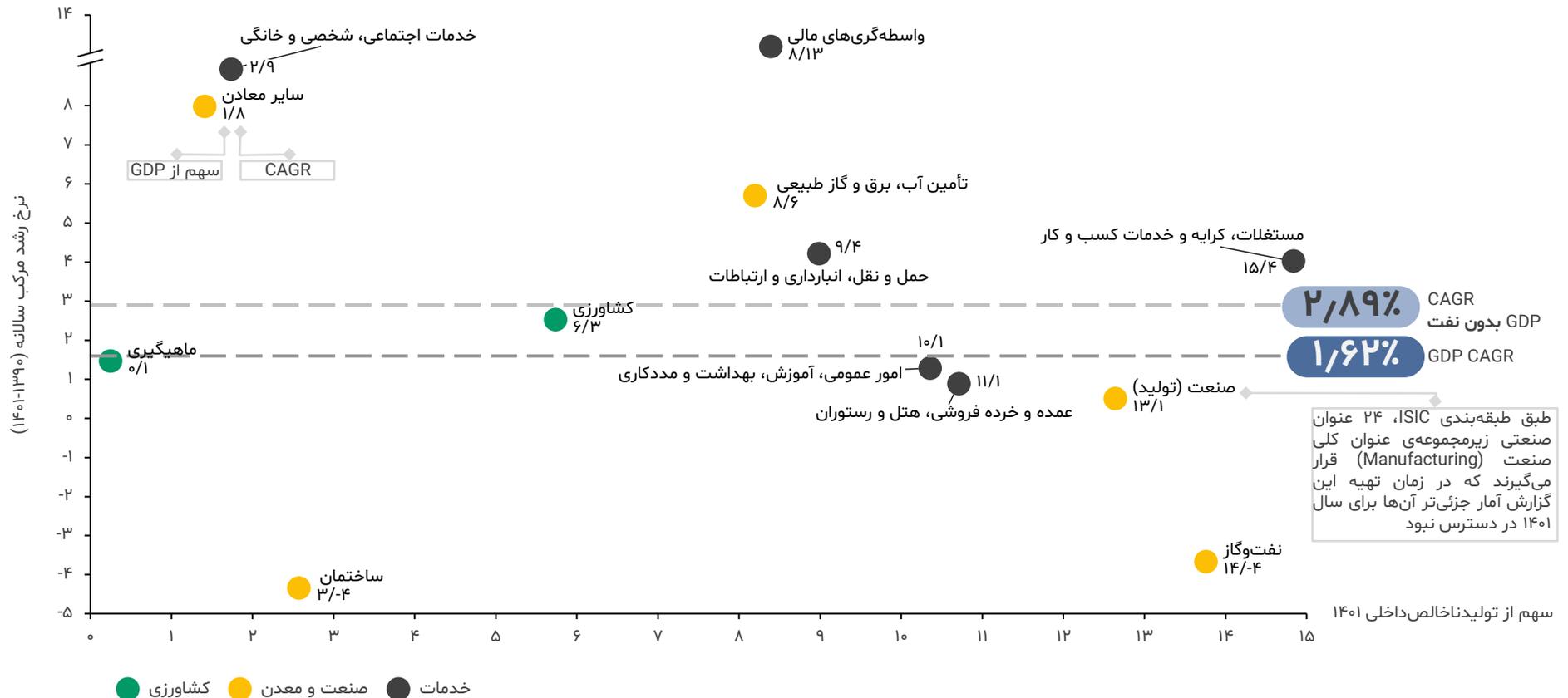
نکات

- این نمودار حسابی، چهار بخش اصلی تولید ناخالص داخلی ایران را بر اساس نرخ رشد سالانه مرکب ۱۰ ساله، سهم از تولید ناخالص داخلی و سهم اشتغال نشان می‌دهد
- به عنوان مثال، بخش کشاورزی ۶٪ از تولید ناخالص داخلی در سال ۱۴۰۱ را تشکیل می‌دهد، در دوره ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۱ با نرخ رشد سالانه مرکب ۶٪ رشد کرده و ۱۵٪ از کل اشتغال را در سال ۱۴۰۱ به خود اختصاص داده است
- تولید ناخالص داخلی ایران با نفت و بدون نفت به ترتیب با ۱/۶۲٪ CAGR و ۲/۸۹٪ بین ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۱ رشد کرده است
- گروه خدمات، نیمی از تولید ناخالص داخلی و اشتغال را تشکیل می‌دهد و با ۴٪ CAGR بین ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۱ رشد کرده است
- گروه صنعت و معدن، بیش از یک سوم تولید ناخالص داخلی و اشتغال را شکل می‌دهد و با ۱٪ CAGR بین ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۱ مواجه بوده است

(۱) مرکز آمار ایران، تولید ناخالص ملی به قیمت‌های ثابت ۱۳۹۰

واسطه‌گری‌های مالی، حمل‌ونقل و مستغلات پیش‌برنده‌های اصلی رشد بخش خدمات بوده‌اند که به احتمال زیاد به دلیل در امان بودن از نوسانات بین‌المللی و همچنین رشد بالای اقتصاد دیجیتال بوده است

زیربخش‌های مختلف تولید ناخالص داخلی با توجه به نرخ رشد مرکب سالانه و سهم از کل طی سال‌های ۱۳۹۰-۱۴۰۱^۱

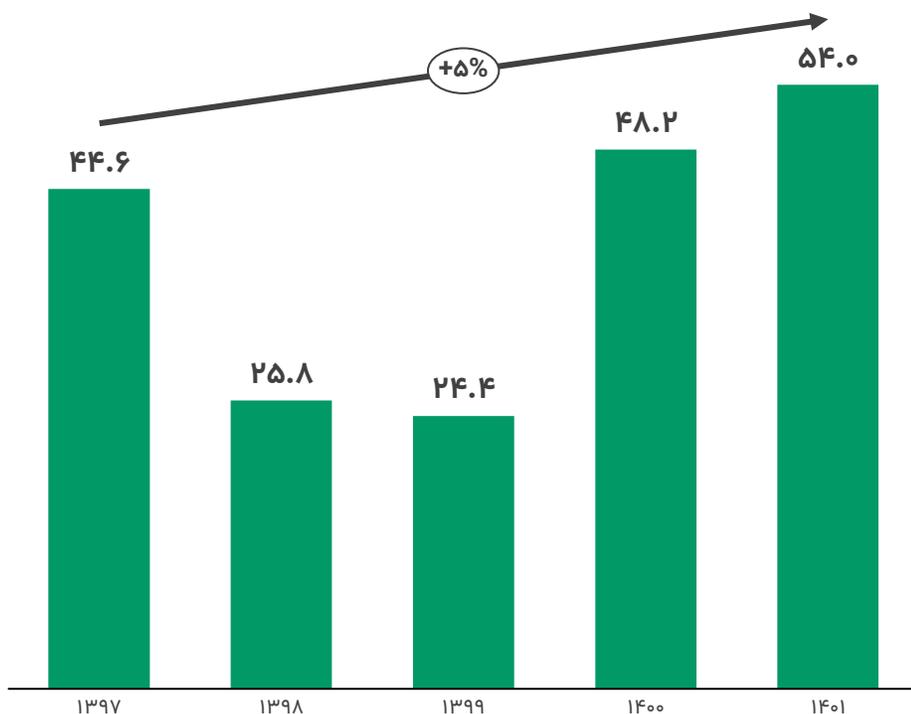


(۱) مرکز آمار ایران، تولید ناخالص ملی به قیمت‌های ثابت ۱۳۹۰ (عناوین طبق طبقه‌بندی ISIC و منطبق با ترجمه ارائه‌شده توسط مرکز آمار است)

بین سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱، حجم کل صادرات غیرنفتی ایران با نرخ رشد مرکب سالانه ۱٪ افزایش یافته ولی در همین زمان ارزش کل صادرات با نرخ ۵٪ رشد کرده است

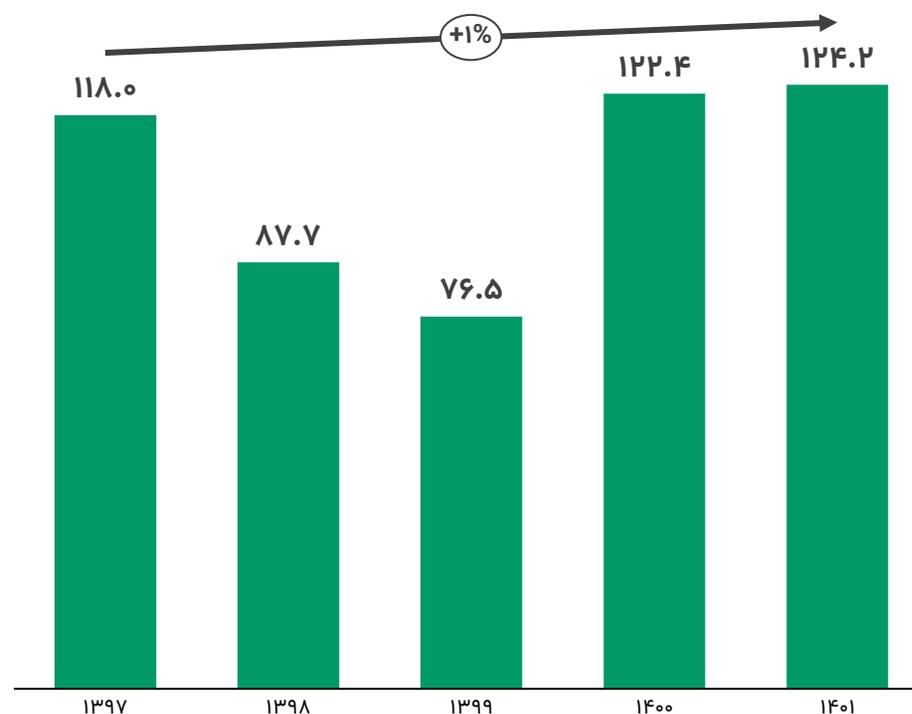
ارزش کل صادرات
میلیارد دلار

CAGR نرخ رشد مرکب سالانه
(۱۳۹۷-۱۴۰۱)



حجم کل صادرات
میلیون تن

CAGR نرخ رشد مرکب سالانه
(۱۳۹۷-۱۴۰۱)



(۱) گمرک جمهوری اسلامی ایران (irica.ir) - شامل صادرات غیرنفتی که میعانات و برق را در نظر نمی‌گیرد

آمارها و روندهای کلی لوازم خانگی



در سال ۱۳۹۹، بیش از ۳۰ هزار کارگاه صنعتی با حدود ۱/۹ میلیون کارکن، بیش از ۱۴۱ میلیارد دلار تولید و ۴۴ میلیارد دلار ارزش افزوده ایجاد کرده‌اند

یادداشت

- یکی از اصلی‌ترین منابع داده برای این سری از گزارش‌ها، گزارش‌های «کارگاه‌های صنعتی با ده نفر کارکن و بیش‌تر» است که سالانه توسط مرکز آمار ایران ارائه می‌شود
- این گزارش عمدتاً مربوط به زیربخش‌های عنوان «صنعت (تولید)» از زیرعنوان‌های «صنایع و معادن» است که یکی از سه رکن اصلی تولید ناخالص داخلی است
- توجه کنید که «صنعت (تولید)» شامل هیچ‌کدام از زیربخش‌های مربوط به نفت و گاز و معدن نمی‌شود
- برای آشنایی دقیق‌تر با «کارگاه‌های صنعتی با ده نفر کارکن و بیش‌تر» به اسلاید معرفی آن در پیوست مراجعه فرمایید
- در زمان تهیه این مستند، آخرین سری در دسترس از این گزارش مربوط به سال ۱۳۹۹ بود
- در سال ۱۳۹۹، کارگاه‌های صنعتی با ده نفر کارکن و بیش‌تر شامل ۳۰ هزار کارگاه با مجموع ۱.۹ میلیون کارکن و ۱۶ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری است که نهایتاً منجر به ۱۴۱ میلیارد دلار تولید و ۴۴ میلیارد دلار ارزش افزوده شده است
- برای تبدیل به دلار از نرخ ارزهای مندرج در پیوست استفاده شده که ممکن است باعث اختلاف‌هایی در اعداد گزارش‌شده در بخش‌های دیگر گزارش شده باشد

کارگاه‌های صنعتی ۱۳۹۹ در یک نگاه

تعداد کارگاه‌ها ۱۳۹۹	۳۰/۴ هزار	۱/۱% CAGR ده ساله
تعداد کارکنان ۱۳۹۹	۱/۹ میلیون نفر	۱/۵% CAGR ده ساله
سرمایه‌گذاری ۱۳۹۹	۱۶/۴ میلیارد دلار	۰/۸% CAGR ده ساله
ارزش تولید ۱۳۹۹	۱۴۱ میلیارد دلار	-۴/۹% CAGR ده ساله
ارزش افزوده ۱۳۹۹	۴۴/۹ میلیارد دلار	-۲/۷% CAGR ده ساله

در سال ۱۳۹۹، صنعت لوازم خانگی ایران ۱/۱٪ از کل بنگاه‌های صنعتی، ۱/۶٪ از نیروی کار صنعتی و ۱/۱٪ ارزش تولید کارگاه‌های صنعتی را به خود اختصاص داده است

تعداد کارگاه‌های صنعتی^۲
(۱۳۹۹)



۳۴۹

واحد صنعتی

۱/۱٪

سهم از شرکت‌های صنعتی

تعداد کارکنان
(۱۳۹۹)



۳۰

هزار نفر

۱/۶٪

سهم از نیروی کار صنعتی

ارزش تولید
(۱۳۹۹)



۱,۶۵۰

میلیون دلار

۱/۱٪

سهم از کل تولید صنعتی

سرمایه‌گذاری^۱
(۱۳۹۹)



۱۷۰

میلیون دلار

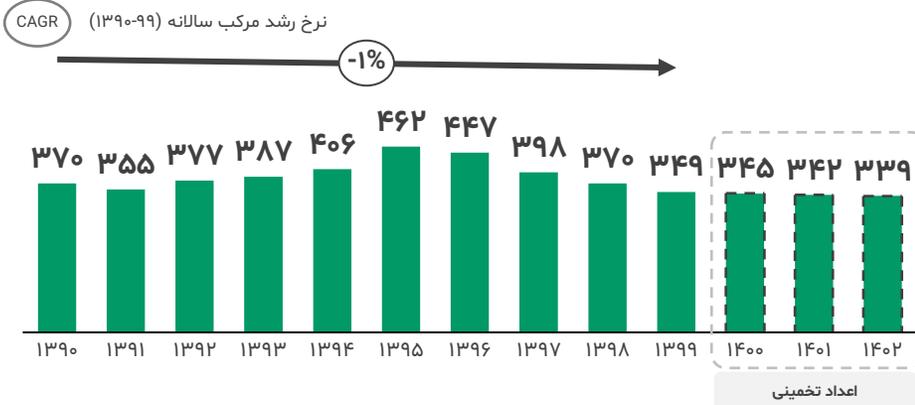
۸/۲٪

سهم از سرمایه‌گذاری صنعتی

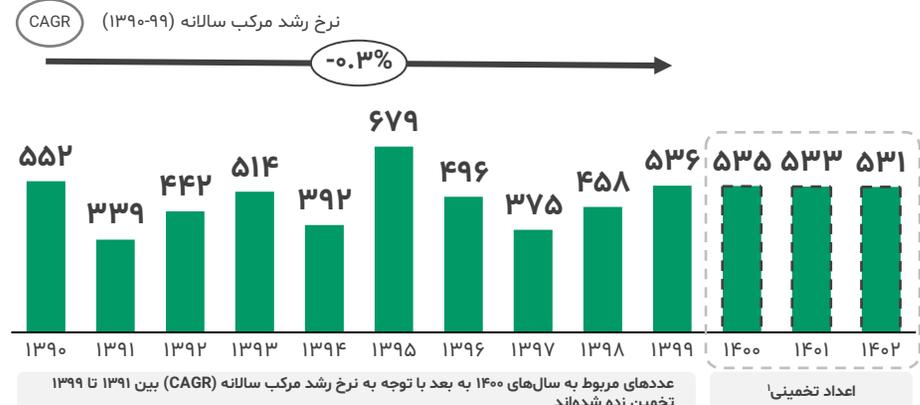
(۱) مرکز آمار ایران (۲) اغلب شرکت‌ها را می‌توان به عنوان شرکت‌های کوچک و متوسط (SME) در نظر گرفت.

بر خلاف روند باثبات تعداد کارگاه‌ها، ارزش تولید و ارزش افزوده، سرمایه‌گذاری در لوازم خانگی از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹، با نرخ رشد مرکب سالانه ۱۱٪ افزایش یافته و ۲/۵ برابر شده است

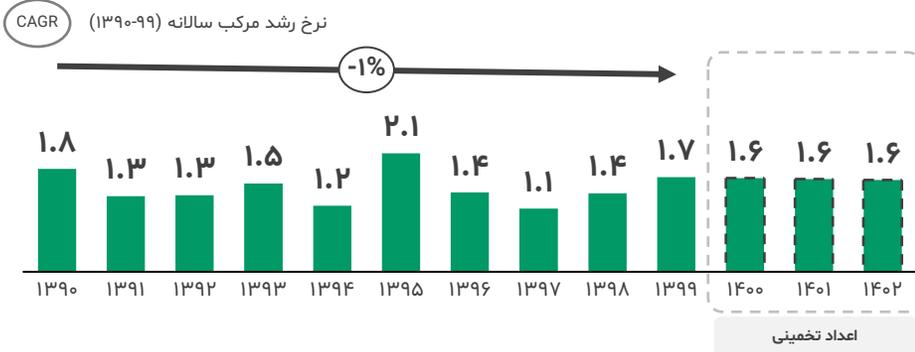
کارگاه‌های صنعتی



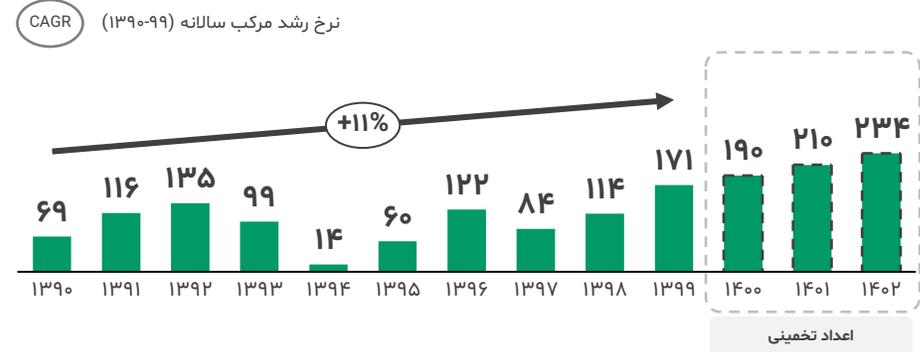
ارزش افزوده



ارزش تولید



سرمایه‌گذاری



به لحاظ تعداد لوازم خانگی تولید شده، یخچال و فریزر با سهم ۳۲٪ از تولید کل لوازم خانگی در سال ۱۴۰۱، بالاترین میزان را به خود اختصاص داده است

لوازم خانگی اصلی^{۱،۲}



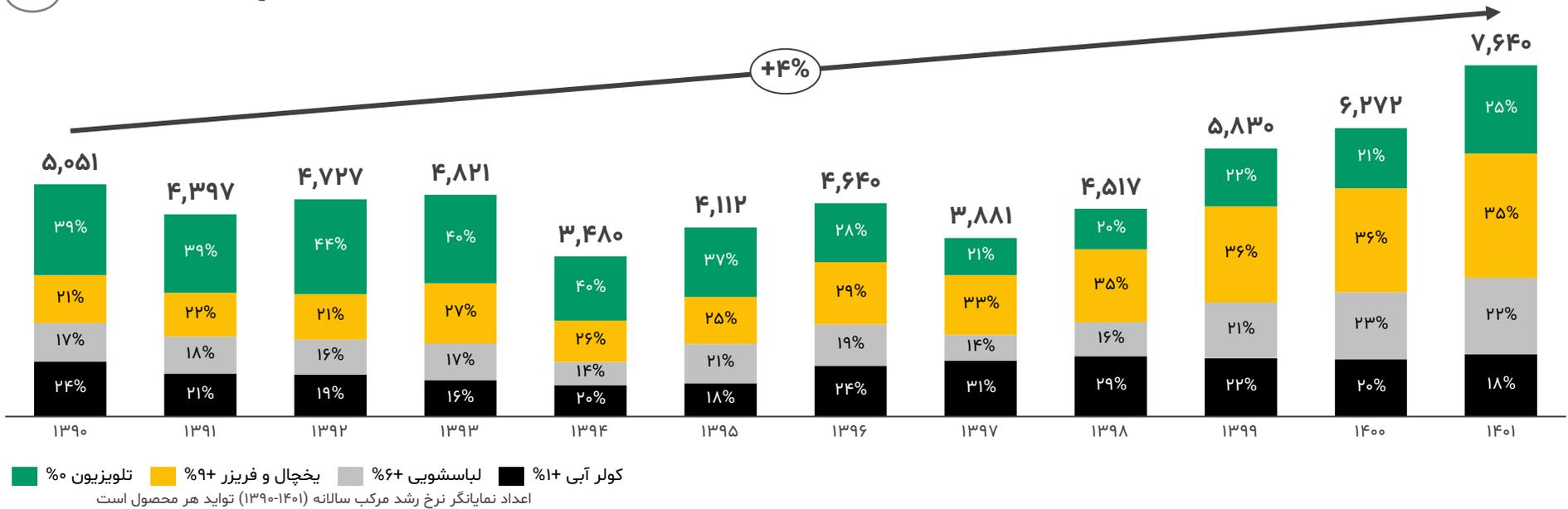
(۱) وزارت صنعت، معدن، تجارت ایران (۲) به دلیل گرد کردن، جمع اعداد ۱۰۰٪ نمی‌شود

از سال ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱، حجم تولید لوازم خانگی اصلی در ایران افزایش یافته و به ۷,۶ میلیون واحد رسیده و از میان لوازم خانگی اصلی، یخچال و فریزر و ماشین لباسشویی، بالاترین رشد را تجربه کرده‌اند

تولید سالانه لوازم خانگی اصلی

هزار واحد

CAGR (۱۳۹۰-۱۴۰۱) نرخ رشد مرکب سالانه



یادداشت

- تولید داخلی لوازم خانگی از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۷ روند ثابتی نداشته است
- واردات کالاهای خانگی به کشور از سال ۱۳۹۷ ممنوع شده و تولید از همین سال رشد داشته است
- **یخچال و فریزر و ماشین لباسشویی** با نرخ رشد مرکب سالانه به ترتیب ۹٪ و ۶٪ بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۱، **بالاترین رشد** را در میان لوازم خانگی تجربه کرده‌اند
- برای بررسی دقیق‌تر روند تولید هر کدام از لوازم خانگی اصلی و همچنین ظروف به پیوست مراجعه فرمایید

صادرات لوازم خانگی ایران



۳

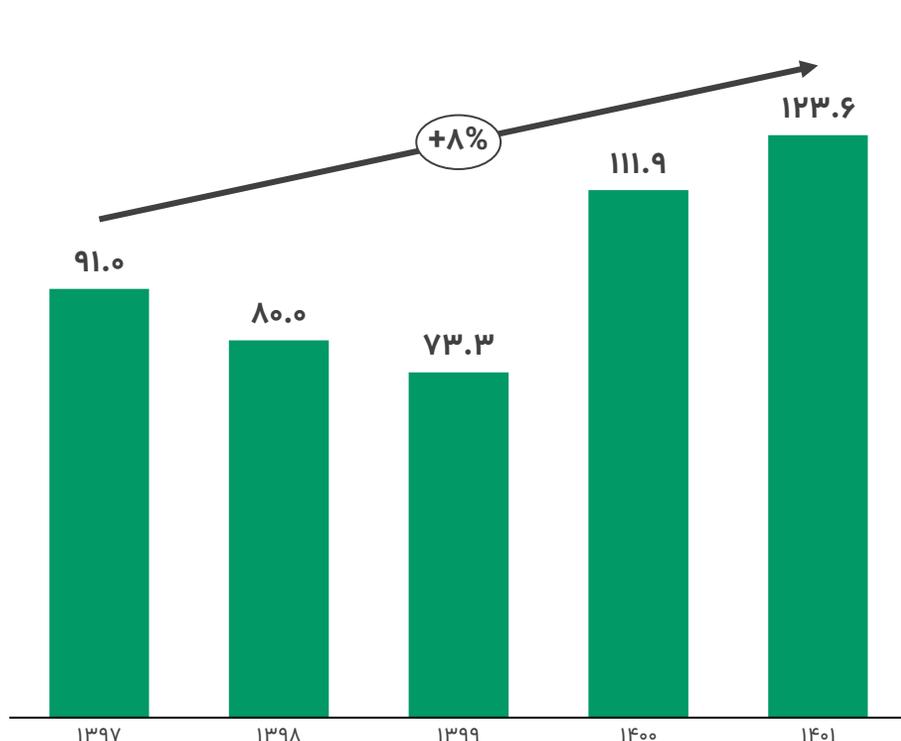


ارزش صادرات لوازم خانگی ایرانی از سال ۱۳۹۷ با افزایش چشمگیری مواجه شده، اما با توجه به جهش بزرگتر در حجم صادرات، می‌توان نتیجه گرفت که ارزش واحد صادراتی لوازم خانگی به نسبت کاهش داشته است

ارزش صادرات لوازم خانگی

میلیون دلار

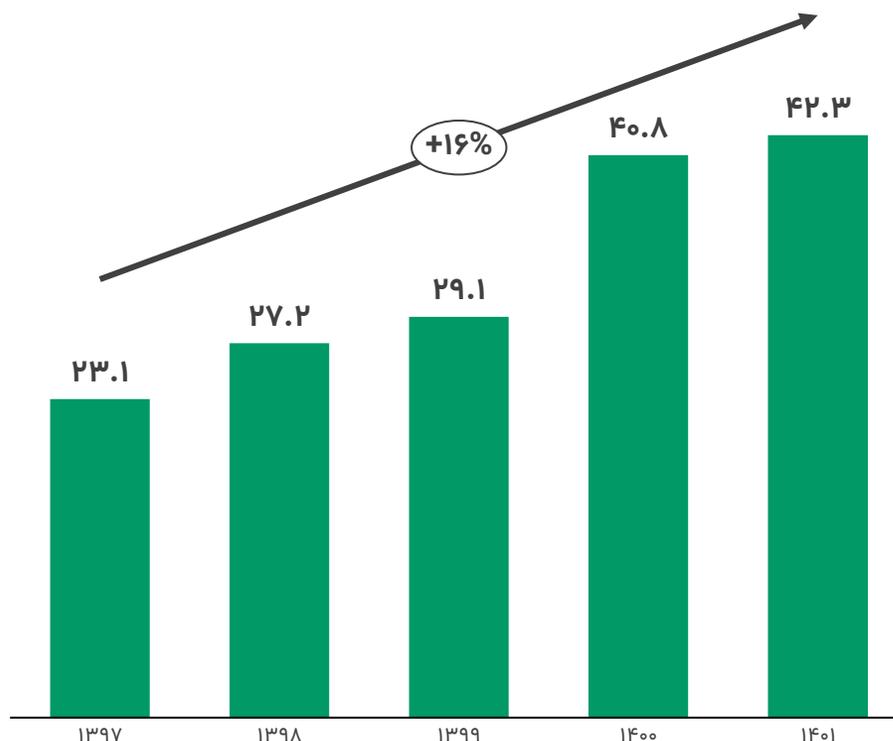
نرخ رشد مرکب سالانه
(۱۳۹۷-۱۴۰۱)
CAGR



حجم صادرات لوازم خانگی

هزار تن

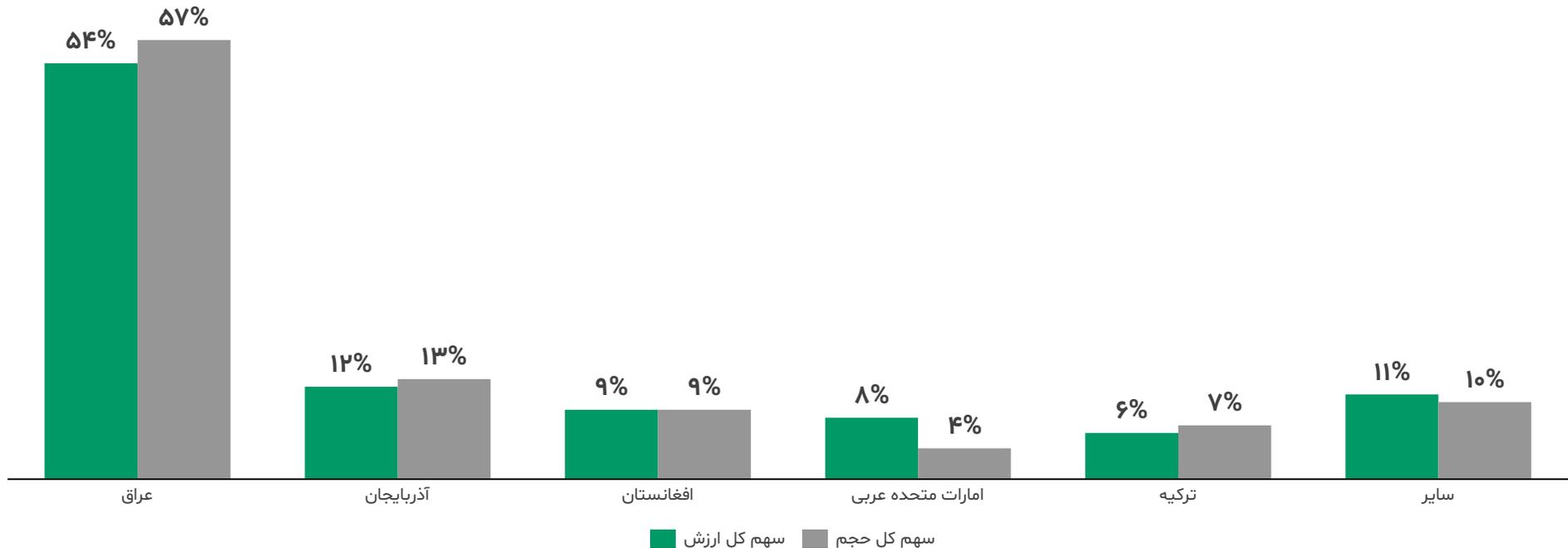
نرخ رشد مرکب سالانه
(۱۳۹۷-۱۴۰۱)
CAGR



پنج کشور مقصد ۸۹٪ از کل ارزش صادرات لوازم خانگی ایران و ۹۰٪ از حجم صادرات محصولات را در سال ۱۴۰۱ به خود اختصاص داده‌اند که در میان آن‌ها عراق به عنوان اصلی‌ترین مقصد، نیمی از صادرات ایران را شکل می‌دهد

مقاصد اصلی صادرات لوازم خانگی در سال ۱۴۰۱

% سهم از کل صادرات



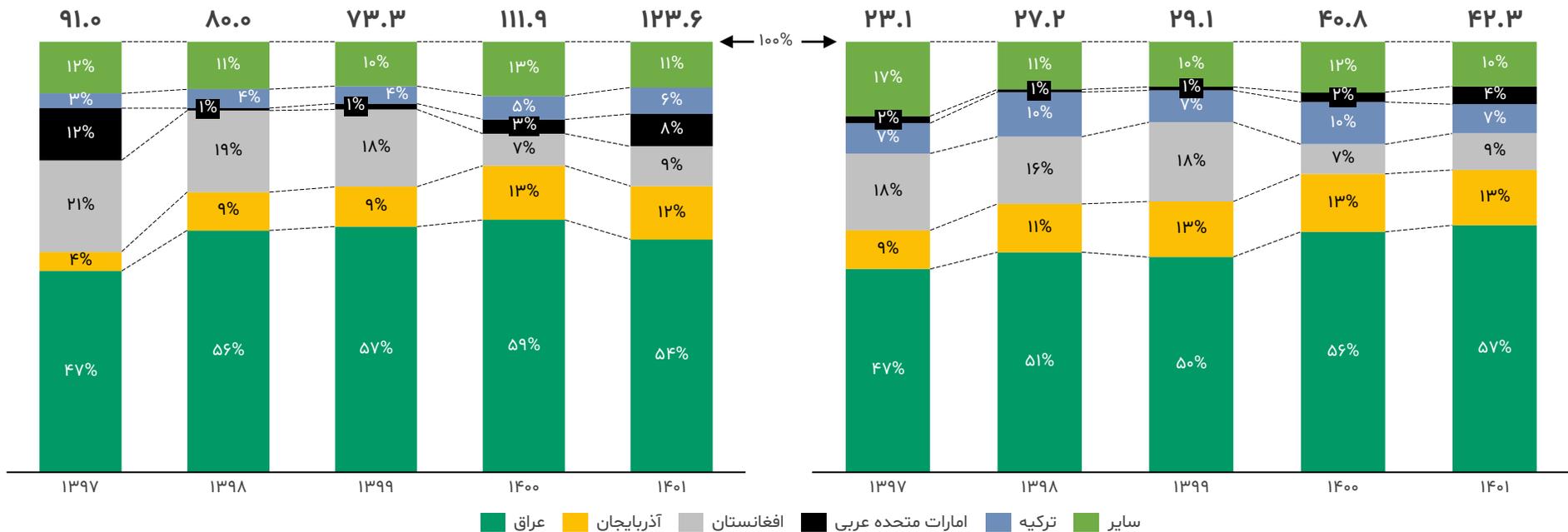
نکات

- در سال ۱۴۰۱، عراق با خرید ۵۷٪ از کل حجم صادرات لوازم خانگی ایران، مقصد اصلی صادرات این محصولات به شمار می‌رود
- با این حال، سهم عراق از ارزش کل صادرات تنها ۵۴٪ بود که نشان‌دهنده ارزش نسبتاً پایین کالاهای صادراتی لوازم خانگی ایران به این کشور است

در حالی که در طول دوره ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱، عراق سهم خود را از صادرات لوازم خانگی ایران تثبیت کرده، کشورهایی از جمله آذربایجان، امارات متحده عربی و ترکیه سهم خود را در این بازار افزایش داده‌اند

ارزش صادرات لوازم خانگی به تفکیک مقصد
میلیون دلار

حجم صادرات لوازم خانگی به تفکیک مقصد
هزار تن



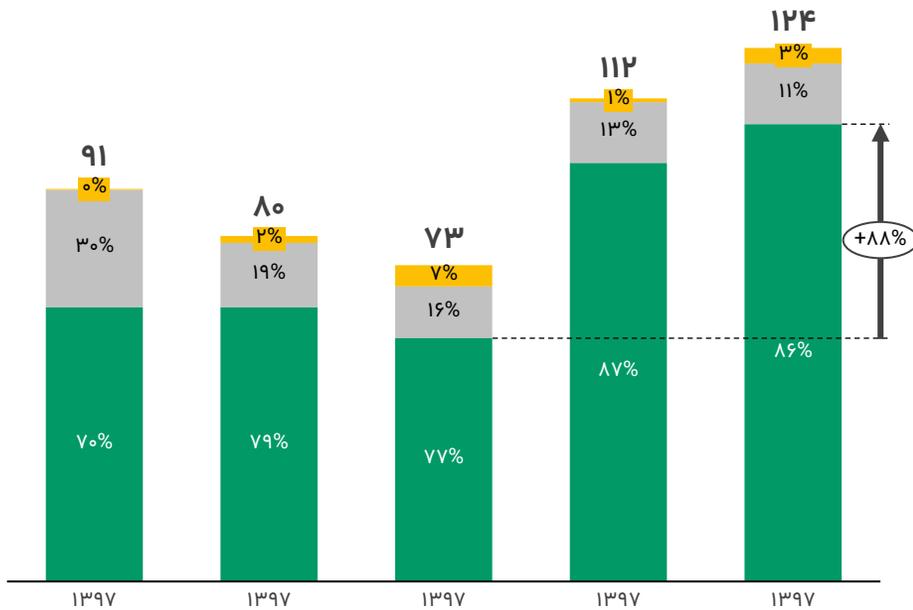
یادداشت

- در سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱ حجم و ارزش صادرات لوازم خانگی به عراق رشد داشته است، از ۴۲/۵ میلیون دلار و ۱۰/۹ هزار تن در سال ۱۳۹۷ به ۶۶/۸ میلیون دلار و ۲۴/۳ هزار تن در سال ۱۴۰۱ افزایش یافته است
- حجم صادرات به کشورهای آذربایجان، امارات متحده عربی و ترکیه به ترتیب با ۴۵٪، ۶۱۹٪ و ۳۴٪ افزایش یافته، درحالی‌که ارزش صادرات به این کشورها به ترتیب با ۱۲۶٪، ۸۶۴٪ و ۱۵۳٪ رشد کرده که حکایت از گران‌تر شدن واحد اقلام صادراتی لوازم خانگی ایران دارد

پس از کاهش ارزش صادرات لوازم خانگی اصلی در سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۳۹۹، رشدی معادل ۸۸٪ در سال‌های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ ثبت شده، درحالی که حجم صادرات این گروه تنها ۵۳٪ افزایش یافته است

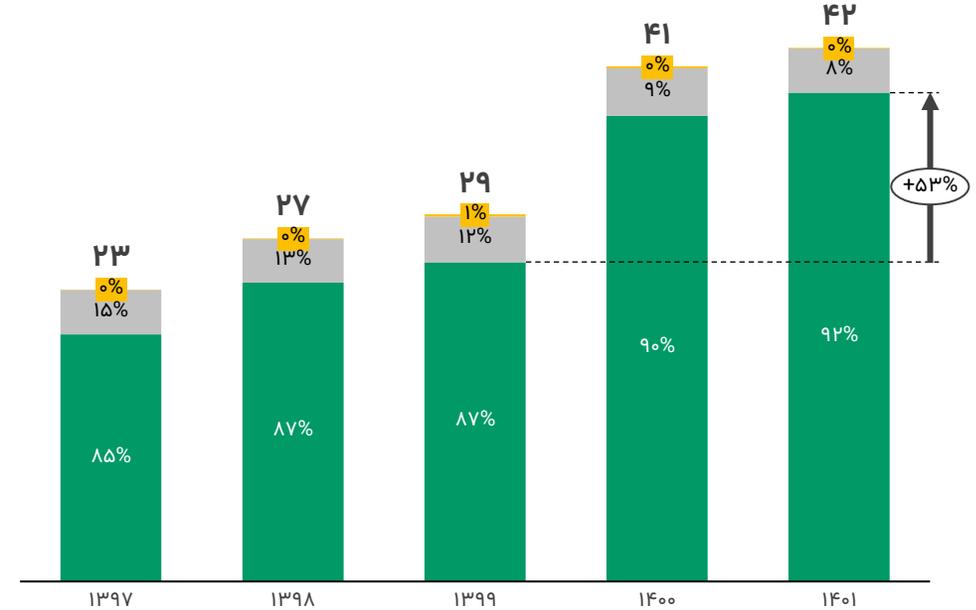
ارزش صادرات لوازم خانگی به تفکیک نوع کالا

میلیون دلار



حجم صادرات لوازم خانگی به تفکیک نوع کالا

هزار تن



لوازم الکترونیکی لوازم خانگی اصلی لوازم خانگی کوچک

یادداشت

- ارزش صادرات لوازم خانگی کوچک از سال ۱۳۹۷ تا ۱۳۹۹ با کاهش ۵۶ درصدی روبرو شد، در حالی که حجم صادرات آن در این دوره ۳٪ افزایش یافته است؛ این امر نشان‌دهنده کاهش قابل توجه قیمت لوازم خانگی کوچک صادراتی ایران است
- لوازم الکترونیکی با دارا بودن سهم بیشتری از ارزش صادرات در مقایسه با سهم حجم صادرات، بیانگر ارزش بالای صادرات این گروه است

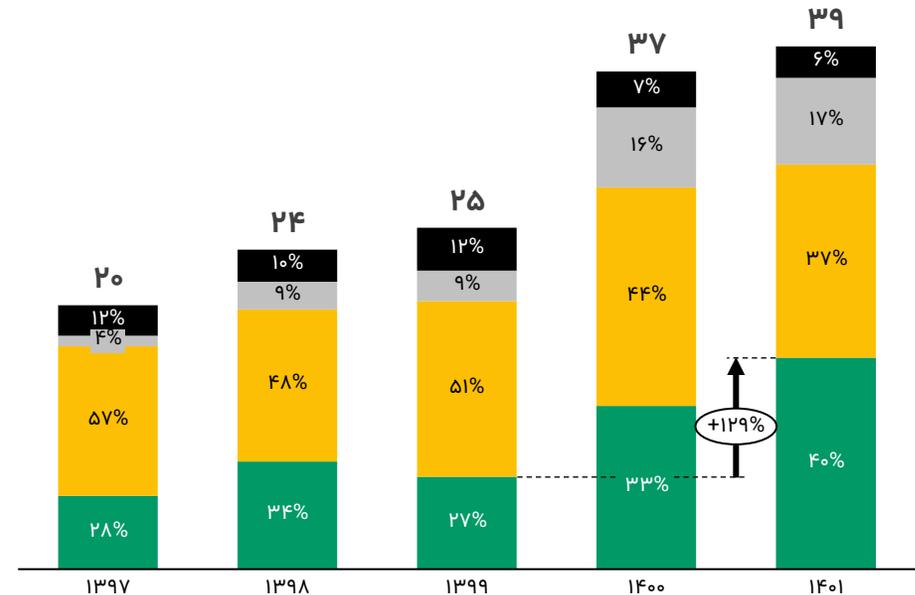
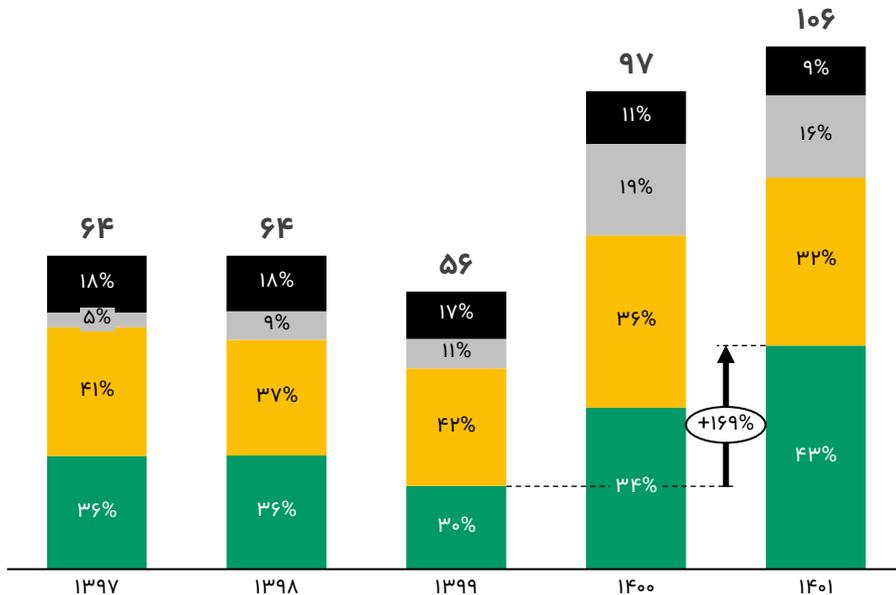
صادرات یخچال و فریزر از سال ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۰ با جهش ۱۶۹٪ در ارزش و ۱۲۹٪ در حجم صادرات، به عنوان بزرگترین بخش صادرات لوازم خانگی اصلی بوده است

ارزش صادرات لوازم خانگی اصلی به تفکیک نوع کالا

میلیون دلار

حجم صادرات لوازم خانگی اصلی به تفکیک نوع کالا

هزار تن



■ فریزر و یخچال ■ اجاق گاز ■ لباسشویی ■ سایر

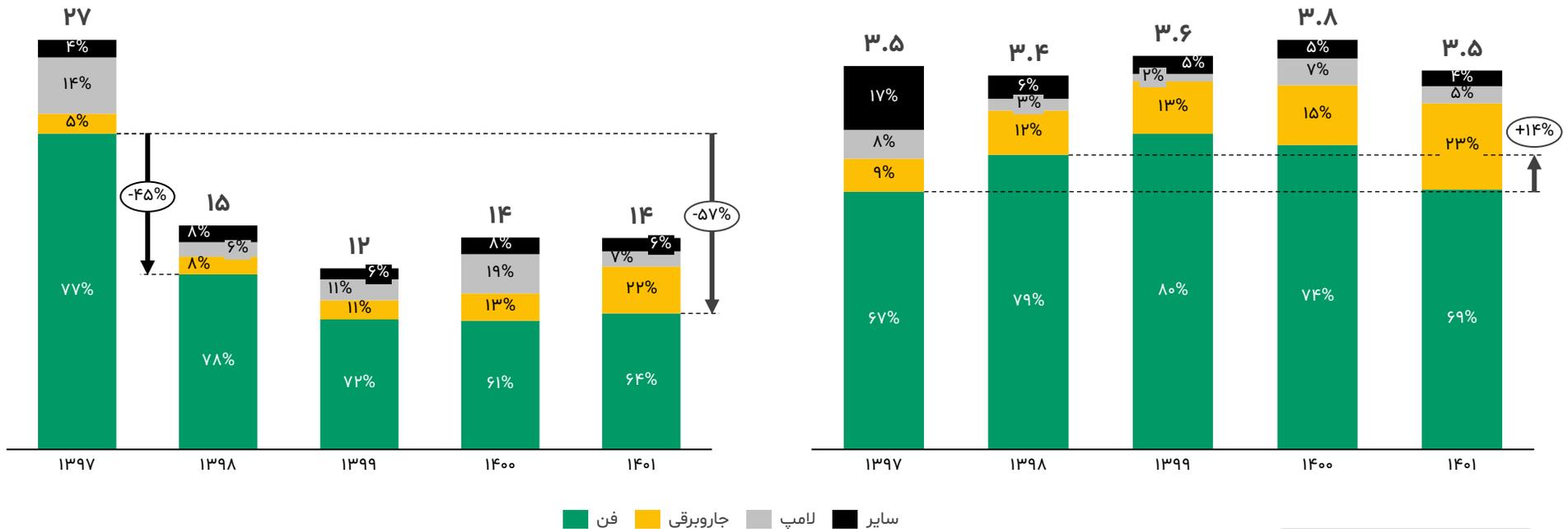
یادداشت

- ماشین لباسشویی با رشد قابل توجه ۵۴٪ در ارزش و حدود ۷٪ در حجم صادرات به صورت سالانه، بیشترین میزان رشد در صادرات لوازم خانگی اصلی ایران دارد؛ ماشین لباسشویی در سال ۱۴۰۰ سومین کالای با ارزش صادرات در میان لوازم خانگی اصلی شد
- ارزش صادرات اجاق گاز در سالهای ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱ روند ناپایداری داشته، درحالی که حجم صادرات آن به غیر از سال ۱۴۰۱ افزایش داشته است

کاهش ۵۷٪ ارزش صادرات فن در سال ۱۴۰۱ در مقایسه با سال ۱۳۹۷، با وجود عدم تغییرات حجم صادرات، نشان‌دهنده‌ی کاهش چشمگیر قیمت فن‌های صادراتی ایران است

ارزش صادرات لوازم خانگی کوچک به تفکیک نوع کالا
میلیون دلار

حجم صادرات لوازم خانگی کوچک به تفکیک نوع کالا
هزار تن



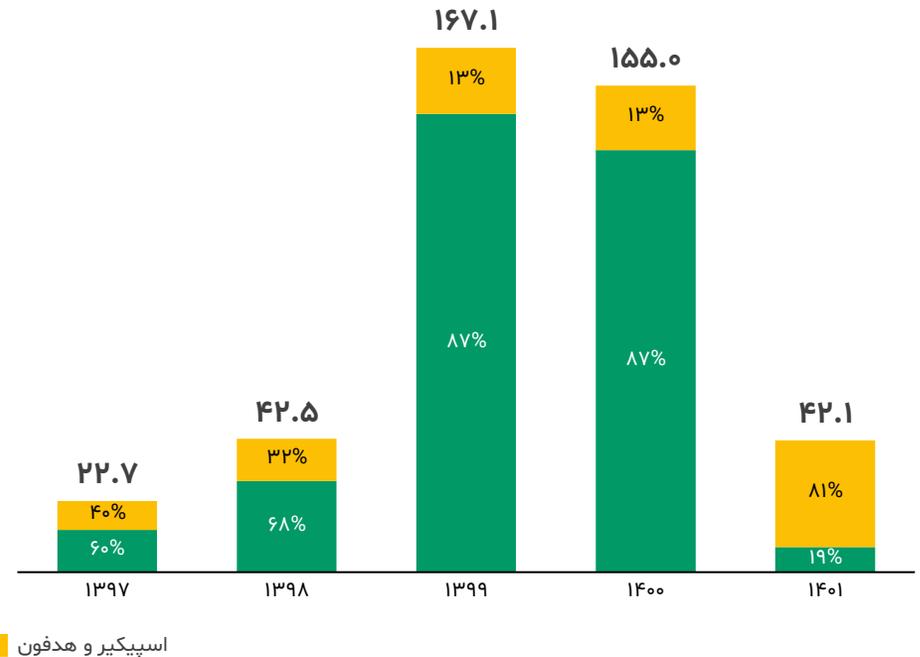
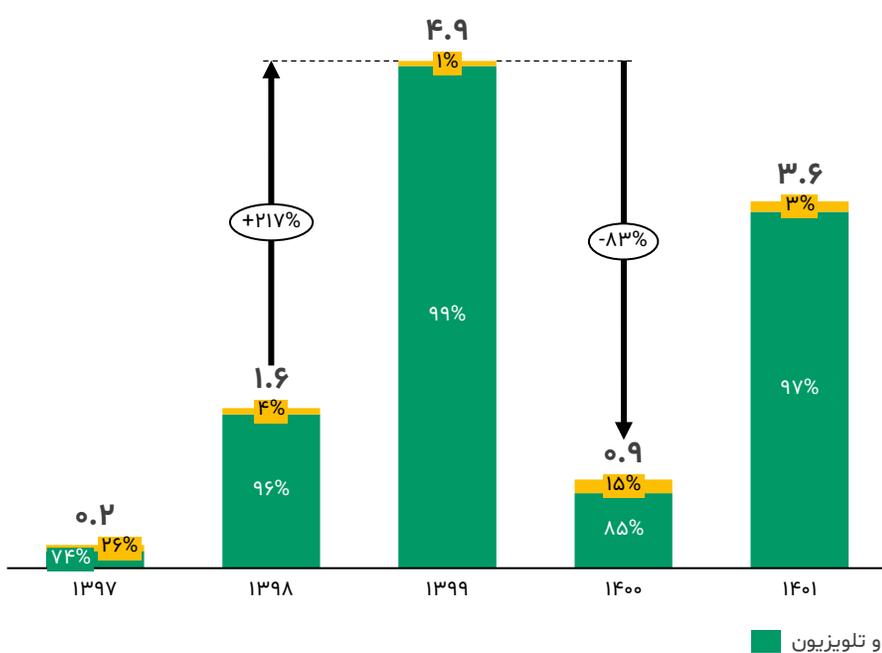
یادداشت

- در سال ۱۳۹۸ ارزش صادرات فن با کاهش ۴۵ درصدی روبرو شد، در حالی که حجم صادرات آن ۱۴٪ افزایش یافت
- پس از کاهش تقریباً ۱۰ درصدی ارزش صادرات جاروبرقی در سال ۱۳۹۸، صادرات این محصول در طی سال‌های ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۱ با رشدی چشمگیر مواجه شده، به طوری که ارزش و حجم صادرات آن به ترتیب ۱۶۳٪ و ۹۵٪ افزایش یافته است

صادرات رادیو و تلویزیون با نوسانات زیادی مواجه بوده، ارزش صادرات به شکل جهشی قابل توجه، در سال ۱۳۹۹ حدود ۲۱۷٪ رشد و در سال ۱۴۰۰، ۸۳٪ کاهش تجربه کرده است

ارزش صادرات لوازم الکترونیکی به تفکیک نوع کالا
میلیون دلار

حجم صادرات لوازم الکترونیکی به تفکیک نوع کالا
تن



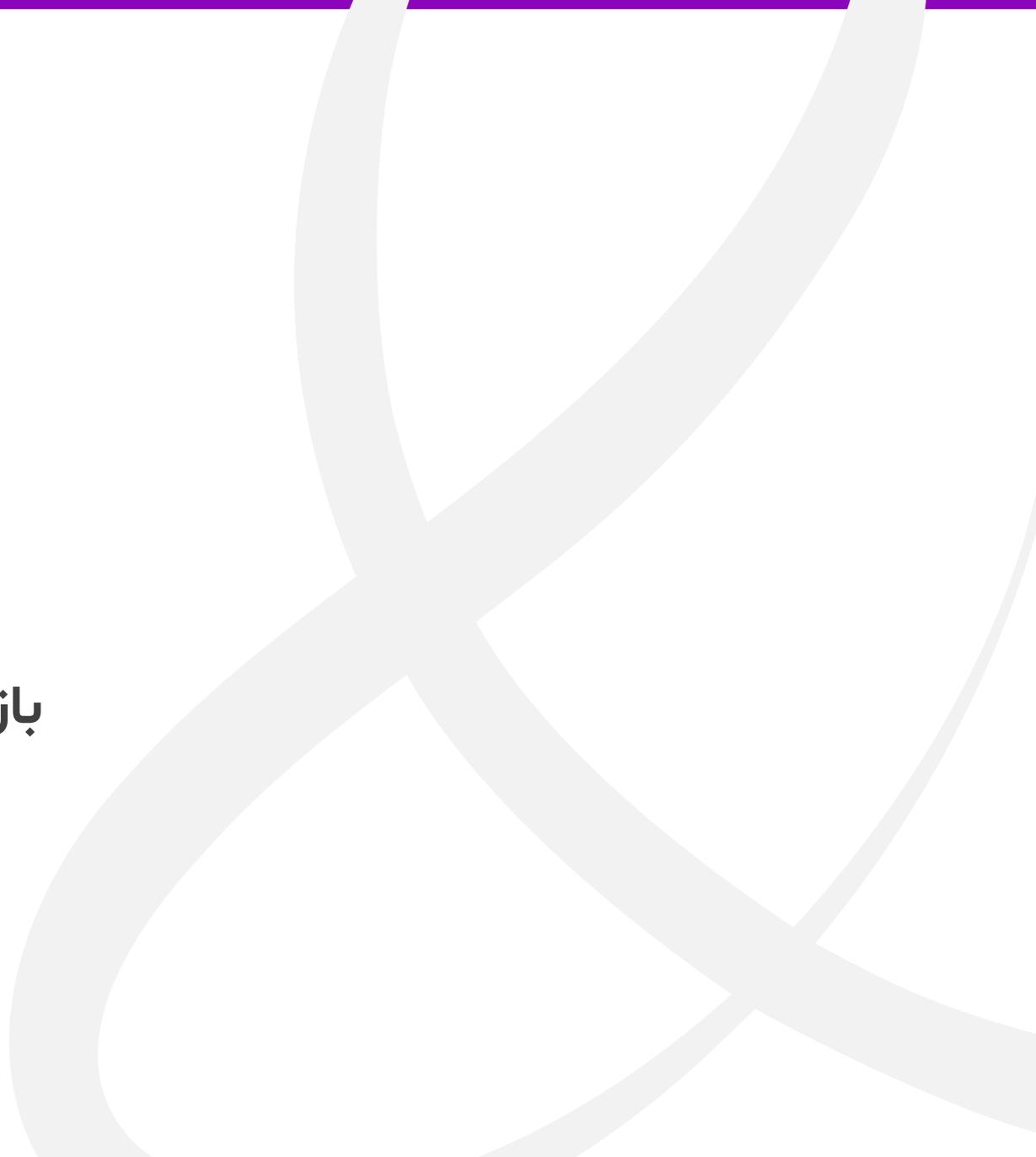
یادداشت

- حجم صادرات رادیو و تلویزیون در سال ۱۴۰۱ به میزان قابل توجهی کاهش یافته، به طوری که با ۹۴٪ افت، از ۱۳۴ تن در سال ۱۴۰۰ به ۸ تن در سال ۱۴۰۱ رسیده است
- در مقابل، صادرات بلندگو و هدفون از سال ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱ رشد داشته که این روند با افزایش صادرات از ۵۹ هزار دلار و ۹/۲ تن در سال ۱۳۹۷ به ۱۰۱ هزار دلار و ۳۴ تن در سال ۱۴۰۱ همراه بوده است

بازیگران برتر لوازم خانگی ایران



۱۴



این بخش به معرفی بازیگران برتر می‌پردازد که مبتنی بر آخرین نسخه‌ی منتشرشده (عملکرد سال ۱۴۰۱) از نتایج رتبه‌بندی سازمان مدیریت صنعتی IMI۵۰۰ است

مقدمه

- **موسسه مدیریت صنعتی (IMI)** رتبه‌بندی شرکت‌های برتر ایران را از سال ۱۳۷۷ آغاز کرده و آخرین نسخه‌ی آن در دی‌ماه ۱۴۰۲ منتشر شده که به عملکرد سال ۱۴۰۱ می‌پردازد

اهداف رتبه‌بندی

- هدف اصلی از تدوین **رتبه‌بندی IMI۵۰۰** تعیین و رتبه‌بندی میزان مشارکت شرکت‌ها در **اقتصاد ملی**، به منظور ارتقای شفافیت و رقابت در محیط کسب‌وکار و به‌طور کلی ارتقای جایگاه بنگاه‌های ایرانی است
- **اثربخشی اقتصادی** فعالیت یک شرکت در سطح ملی با **حجم فروش آن ارتباط مستقیم** دارد
- این مقایسه و رتبه‌بندی بر اساس **اطلاعات مالی** منتشرشده در صورت‌های مالی شرکت‌هاست

شاخص‌های رتبه‌بندی

- IMI-۵۰۰ با در نظر گرفتن **هفت دسته شاخص اصلی**، که هر کدام شامل شاخص‌های دقیق و خاصی هستند، به رتبه‌بندی شرکت‌ها می‌پردازد (لطفاً به جدول زیر مراجعه کنید)



شاخص‌ها	گروه شاخص‌ها
فروش، رشد فروش، فروش سرانه، ارزش افزوده، دارایی، رشد دارایی، تعداد کارکنان، رشد تعداد کارکنان	رشد و اندازه شرکت
سود دهی، رشد سود، برگشت فروش، برگردان دارایی‌ها، بازگشت سرمایه‌گذاری، نسبت مالکیت، سهم دارایی‌های غیرجاری از کل	سوددهی و شاخص‌های عملکرد
بهره‌وری کلی، بهره‌وری نیروی کار، بهره‌وری سرمایه	بهره‌وری
صادرات، صادرات سرانه، رشد صادرات، نسبت صادرات به فروش کل	صادرات
نسبت فعلی نقدینگی، نسبت سرمایه در گردش به فروش، نسبت سرمایه در گردش به سود	نقدینگی
نسبت بدهی، نسبت هزینه‌های مالی به پوشش مالی	بدهی
ارزش بازار، نسبت قیمت به سود، نسبت قیمت به سود خالص	بازار

بر اساس IMI۱۵۰۰ (نسخه ۱۴۰۱) سه شرکت برتر فعال در صنعت لوازم خانگی در میان ۵۰۰ شرکت برتر عبارتند از انتخاب، پارس توشه و مادیران



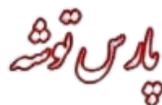
انتخاب الکترونیک
Entekhab Electronic

۴۵

رتبه شرکت در سال ۱۴۰۱

۱,۰۸۳

گروه صنعتی انتخاب الکترونیک آرمان



سرمایه گذاری پارس توشه

۱۵۶

رتبه شرکت در سال ۱۴۰۱

۱۷۱

شرکت سرمایه گذاری پارس توشه



۱۵۹

رتبه شرکت در سال ۱۴۰۱

۱۶۳

شرکت صنایع مادیران

فروش ۱۴۰۱ به میلیون دلار \$

گروه صنعتی انتخاب الکترونیک آرمان - رتبه ۴۵ در IMI۱۵۰۰



تاسیس: ۱۳۷۹

مکان: شهرستان شاهین شهر و میمه، استان اصفهان

۴۶۳ (هزار دستگاه)
محصولات برودتی



+۲۰%
نرخ رشد در مقایسه با
۱۴۰۰



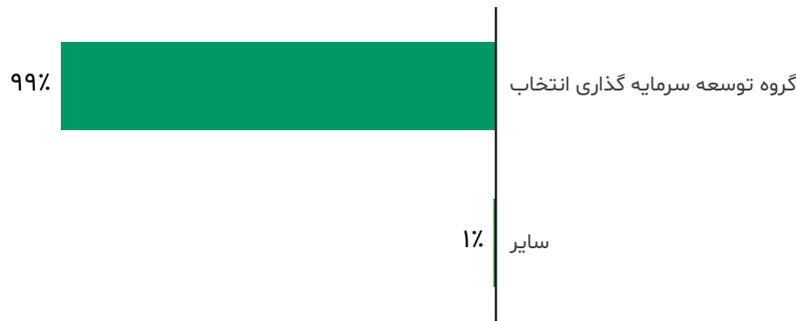
۱۱,۵۳۲
تعداد کارکنان



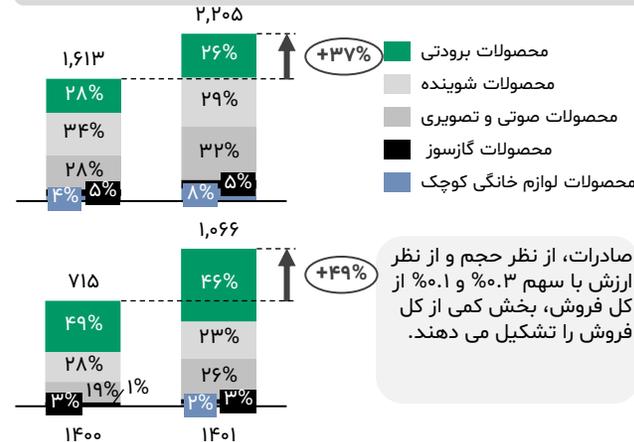
۴۰۹ (میلیون دلار)
دارایی



سهامداران در سال ۱۴۰۱



فروش



حجم
فروش
هزار دستگاه

ارزش
فروش
میلیون دلار

صادرات، از نظر حجم و از نظر ارزش با سهم ۰.۳% و ۰.۱% از کل فروش، بخش کمی از کل فروش را تشکیل می دهند.

شرکت سرمایه‌گذاری پارس توشه - رتبه ۱۵۶ در IM۱۵۰۰



سرمایه‌گذاری پارس توشه

تاسیس: ۱۳۵۷

مکان: استان گیلان، استان تهران



تولیدات لوازم خانگی
۱,۵۰۶ (هزار دستگاه)



-۷%

نرخ رشد در مقایسه با ۱۴۰۰



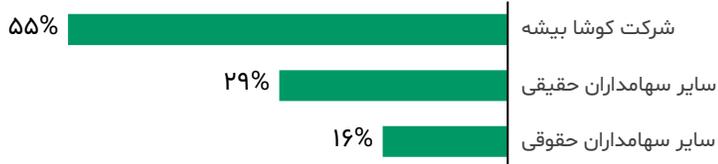
تعداد کارکنان
۲,۲۷۳



دارایی
۲۲۲ (میلیون دلار)



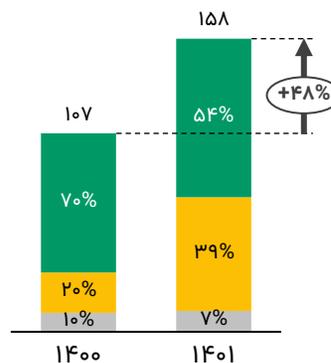
سهامداران در سال ۱۴۰۱



برخی از زیر مجموعه‌ها



فروش



سهم صادرات از کل فروش ۵ درصد است و ۹۹ درصد از این سهم متعلق به گروه مواد شیمیایی است

- گروه لوازم خانگی
- گروه لامپ
- گروه مواد شیمیایی

ارزش فروش
میلیون دلار

شرکت صنایع مادیران - رتبه ۱۵۹ در IMI۱۵۰۰



تاسیس: ۱۳۶۵
مکان: شهر هشتگرد، استان البرز



۲۹۱ (هزار دستگاه)
محصولات الکترونیکی



+۲۰%
نرخ رشد در
مقایسه با ۱۴۰۰



۱,۴۴۹
تعداد کارکنان



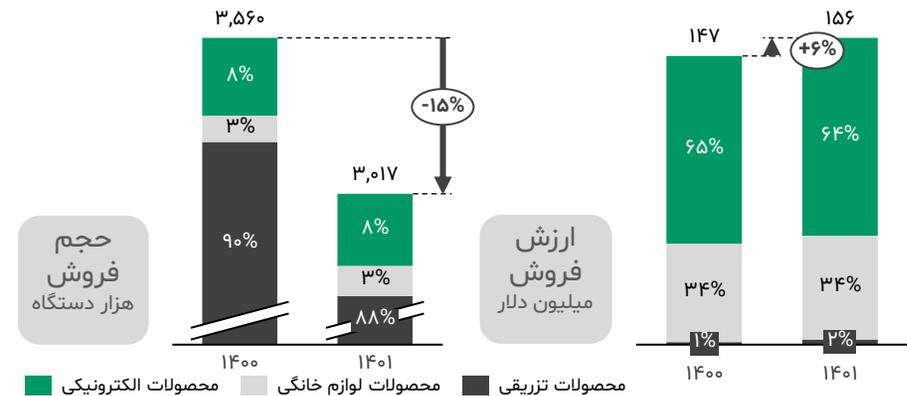
۱۹۹ (میلیون دلار)
دارایی



سهامداران در سال ۱۴۰۱



فروش



گزارش سالانه تلفیقی صنایع مادیران (۱۴۰۱)

درباره ایران اکسپو و ایلپا



اهداف و چشم‌انداز ایلیا

شرکت مشاوره مدیریت ایلیا در سال ۱۳۸۷ (۲۰۰۸) در شهر وین تاسیس شد و از زمان تولد یک رویا در سر داشت:

“Unfolding Potentials, Transforming Lives”

ارزش افزوده اصلی ایلیا برقراری ارتباطات موثر جهت درک مسائل، اتخاذ رویکرد ساختارمند جهت حل مسئله، داشتن روحیه حرفه‌ای و تعهد به بهبود مستمر ایران است.

داستان ایلیا با ارائه خدمات تحقیقات بازار و تدوین استراتژی ورود به بازار برای شرکت‌های بین‌المللی شکل گرفت و تا سال ۱۳۹۶ (۲۰۱۷) عمده فعالیت‌های ایلیا در همین راستا بوده است. همکاری با شرکت‌های پیشگام و معتبر ایرانی و اثرگذاری بر آن‌ها، همکاری با شرکت‌های Big 4 و یکی از شرکت‌های Fortune 500 از جمله افتخارات ایلیا است که با تلاش مستمر برای افزایش کیفیت بدان دست یافته است.

پس از تشدید تحریم‌ها و چالشی‌تر شدن فعالیت فضای بین‌الملل، ایلیا با یک تغییر و تحول درونی تمرکز خود را بر همکاری با شرکت‌های ایرانی و آماده بودن برای فرصت‌های بین‌المللی قرار داده است.

اکنون تیم ایلیا شامل ۶۵+ نفر از افراد مستعد و متخصص است که به صورت تمام‌وقت در حال ارائه خدمات به مشتریان در صنایع مختلف و در حوزه‌های کاری گوناگون هستند.

ماموریت

- ما یاری‌گر پیش‌برندگان هستیم تا برای گسترش خیر جمعی پایدار به شکوفایی آن‌ها کمک کنیم

ارزش‌ها

- ما اهمیت ویژه‌ای برای فرهنگ سازمانی قائل هستیم
- ما مشتریان خود را تحت تأثیر قرار می‌دهیم
- ما به دنبال بهترین برای ایران هستیم

چشم‌انداز

- دستیابی به ۰.۵٪ از سهم بازار مشاوره مدیریت در منطقه شورای همکاری خلیج فارس (P-GCC Market)

خدمت «مشاوره» ایلیا از طریق ارائه‌ی راهکارها و بینش‌های مبتنی بر داده به مشتریان برای تصمیم‌گیری آگاهانه و استفاده از فرصت‌های جدید کمک می‌کند.

خدمت «مشاوره» ایلیا در ۴ بخش ارائه می‌شود:

۱. تحقیقات بازار

- جمع‌آوری اطلاعات
- تحلیل بازار
- تحلیل مشتریان
- تحلیل رقبا
- نیازسنجی
- امکان‌سنجی
- بررسی عوامل خارجی
- تحلیل ذی‌نفعان

۲. استراتژی

- تدوین استراتژی
- تعیین هدف و رویه
- تحلیل محیط
- برنامه‌ریزی عملیاتی
- ارزیابی و بهبود

۳. بازاریابی

- تحلیل مشتری
- تدوین استراتژی بازاریابی
- برنامه‌ریزی تبلیغات
- تحلیل رقابت

۴. مشاوره داده‌محور

- تحلیل داده
- پیش‌بینی و مدل‌سازی
- بهینه‌سازی فرآیندها
- تحلیل رفتار مشتریان
- تحلیل رقابت

خدمات آموزش و توسعه منابع انسانی

خدمت «آموزش و توسعه منابع انسانی» ایلیا با طراحی و اجرای برنامه‌های توسعه رهبری، مهارت‌های نرم، مهارت‌های میان‌فردی و مربی‌گری (Coaching) به کسب‌وکارها کمک می‌کند.

خدمت «آموزش و توسعه منابع انسانی» ایلیا در چهار بخش ارائه می‌شود:

۱. طراحی ارزش‌ها و فرهنگ سازمانی

- بررسی و تدوین اولویت‌های فرهنگی سازمان
- بررسی و تدوین چشم‌انداز منابع انسانی
- تدوین کتابچه‌ی فرهنگ سازمانی

۲. برنامه‌های آموزش سازمانی

- توسعه‌ی مهارت‌های رهبری
- آموزش مهارت‌های بازخورد
- ارتقاء سطح مهارت مدیران
- بهبود ارتباطات سازمانی
- ارتقاء کار تیمی

۳. پرورش مربی و تسهیل‌گر

- تربیت مربی سازمانی (Coach)
- تربیت مدرس سازمانی

۴. برنامه‌ریزی شایستگی و ارزیابی عملکرد

- تعیین شایستگی‌های ضروری برای کارکنان سازمان
- تعیین ملاک‌ها و فرآیندهای جذب افراد جدید
- تعیین ملاک‌ها و فرآیندهای ارزیابی کارکنان

خدمت «تحول» ایلیا به کسب‌وکارها کمک می‌کند تا با توجه به توانایی‌ها، شرایط محیطی، بازار و صنعت، علایق و ارزش‌ها و دارایی‌هایشان، هر جا که نیاز به تغییر باشد، تغییر و تحول لازم را طراحی و اجرا کنند.

خدمت «تحول» ایلیا طی سه مرحله انجام می‌شود:

۱. کشف و ارزیابی سازمان

- ارزیابی همه جانبه ابعاد کسب‌وکار
- شناسایی قابلیت‌ها و نقاط قابل بهبود کسب‌وکار
- نگاشت مدل عملیاتی فعلی
- شناخت عمیق تصمیم‌گیرندگان کلیدی

۲. طراحی استراتژی و توسعه محصول

- کشف انتظارات، خواسته‌ها و علایق ذی‌نفعان اصلی
- هم‌آفرینی نیت و مقصد سازمان از تحول
- تدوین مدل عملیاتی هدف‌گذاری شده
- تعریف استراتژی سازمان برای پیاده‌سازی تحول

۳. پیاده‌سازی تحول

- تعریف استراتژی و محدوده تحول
- طراحی ساختار و سازماندهی تحول
- تشکیل تیم و نقش‌های موردنیاز تیم تحول
- تدوین فعالیت‌ها و فرآیندهای تحول
- انتخاب ابزارها و داده‌های موردنیاز

خدمات کسب‌وکارهای کوچک و متوسط

خدمت «کسب‌وکارهای خرد و متوسط ایلیا» به مشتریان کمک می‌کند تا مسیر توسعه از یک کسب‌وکار سنتی به یک سازمان ساختارمند و چابک را طی کنند.

خدمت «کسب‌وکارهای خرد و متوسط» ایلیا در ۴ بخش ارائه می‌شود:

۱. ساختارمندی

- تدوین استراتژی
- تدوین ساختار سازمانی
- تعریف فرآیندها
- کاهش وابستگی کسب‌وکار به مدیرعامل و موسس

۲. بهبود عملکرد و رشد

- عارضه‌یابی سازمانی
- بهینه‌سازی فرآیندها
- افزایش بهره‌وری

۳. تحول

- تحول عملکرد مالی
- تحول عملیاتی

۴. راه‌اندازی

- راه‌اندازی کسب‌وکار
- طراحی مدل کسب‌وکار
- طراحی و تدوین استراتژی
- تعیین و پیاده‌سازی فرآیند جذب منابع انسانی
- همراهی کسب‌وکار تا رسیدن به نقطه‌ی ایده‌آل

در گام نخست این خدمت، کارکنان سازمان ارزیابی اولیه می‌شوند و با استفاده از چندین شاخص از جمله سن شرکت و بستر فعالیت شرکت، روانشناسانی به سازمان اختصاص می‌یابند.

ارزیابی افراد در یک سیستم اختصاصی انجام می‌شود و افراد در مسائل خلقی، سلامت فردی و روابط بین فردی مورد سنجش قرار می‌گیرند و پس از غربال اولیه، کارکنان بر اساس اولویت، خدمات روانشناسی می‌گیرند.

همچنین با ارائه‌ی گزارش‌های فصلی (با حفظ محرمانگی داده‌های کارکنان) وضعیت سلامت سازمان و تغییرات آن نیز مورد ارزیابی قرار می‌گیرد و مدیران می‌توانند آخرین اطلاعات از حال و هوای کارکنان خود را مشاهده کرده و برای تعریف اقدامات و اهداف خود از آن بهره بگیرند.

آموزش‌های مبتنی بر مدل‌های روانشناختی

در این گروه خدمات، علاوه بر مشاوره‌ی فردی، آموزش‌هایی که به فراخور حال سازمان برای بهبود کلی وضعیت روانی آن لازم تشخیص داده شوند به کارکنان ارائه می‌شود؛ برخی از این کارگاه‌ها عبارتند از:

کارگاه مدیریت هیجان

کارگاه کنترل خشم

کارگاه ارتقای تاب‌آوری

کارگاه مدیریت استرس

خدمات حقوقی ایلیا

ایلیا با هدف گسترش خدماتی که به کسب‌وکارها ارائه می‌کند و نیاز مشتریان خود، اقدام به همکاری با تیم حقوقی **هم‌قلم** نموده است. تیم هم‌قلم، مجموعه‌ای از متخصصان خبره‌ی حقوقی در زمینه‌های مختلفی از جمله: حقوق تجارت بین‌الملل، حقوق تجاری-اقتصادی، حقوق مالکیت فکری، حقوق نفت‌وگاز و ... است. حاصل این همکاری، تیم «هم‌قلم ایلیا» است که همه‌ی خدمات حقوقی که مورد نیاز کسب‌وکارها است را به آن‌ها ارائه می‌کند. در این بخش خدماتی که توسط **هم‌قلم** ارائه می‌شود بیان شده است.

- تنظیم انواع قراردادهای داخلی و بین‌المللی
- ارزیابی سلامت حقوقی شرکت‌ها و ارائه گزارش‌های تفصیلی مرتبط
- ارائه خدمات مشاوره و استراتژی‌های حقوقی مختص به کسب‌وکارها
- مدیریت مذاکرات قراردادی و همراهی در انواع فرآیندهای سرمایه‌گذاری، ادغام و تملیک
- انجام کلیه‌ی دعاوی مرتبط با کسب‌وکارها
- مشاوره در حوزه امور مالکیت فکری و حفاظت از اطلاعات
- تاسیس و ثبت شرکت و انجام فرآیندهای ثبتی مورد نیاز شرکت‌ها

تیم اجرایی



مدیر پروژه
امیر حسینی

معاون شرکت مشاوره مدیریت ایلیا



مهدی کاظمی

تحلیل گر ارشد
شرکت مشاوره مدیریت ایلیا



سعید سلیمی

مشاور
شرکت مشاوره مدیریت ایلیا



حسام الدین میرجلیلی

تحلیل گر
شرکت مشاوره مدیریت ایلیا



مریم زینلی زاده

تحلیل گر
شرکت مشاوره مدیریت ایلیا

تیم راهبری



غلامحسین محمدی

عضو هیئت مدیره شرکت
مشاوره مدیریت ایلیا



احمد ایمانی

دبیر نمایشگاه
ایران اکسیو



مجید تکبیری

رئیس ستاد برگزاری
نمایشگاه ایران اکسیو

این گزارش به سفارش ایران اکسیو و با تلاش شرکت مشاوره مدیریت ایلیا انجام شده است. تدوین سری صنعت سنج صادرات برای هفت صنعت به دو زبان فارسی و انگلیسی، در فاصله بهمن ۱۴۰۲ تا فروردین ۱۴۰۳ انجام شد. لازم است از همراهی و کمک های امیر ابراهیم زاده، محمود عبادی، فرزانه صادقی، امیرحسین کیهانپور، آيسان عطایی، علی پورجلیلی، مهدی محمدی و ثنا علینقیان که در مسیر تکمیل این گزارش ها به ما کمک کردند، تشکر کنیم.

خوشحال می شویم تا برای دریافت گزارش ها و ارائه نظرات ارزشمندتان به درگاه ایلیا مراجعه کنید.



insightry.ilia.co



پیوستها



مرکز آمار ایران به صورت سالانه گزارش‌هایی تحت عنوان «کارگاه‌های صنعتی با ده نفر کارکن و بیش‌تر» منتشر می‌کند و در آن شاخص‌های عملکردی متعددی را (تولید، ارزش‌افزوده، اشتغال، و ...) گزارش می‌کند

مرکز آمار ایران، زیر نظر سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی اداره می‌شود و متولی رسمی گردآوری و انتشار آمارهای رسمی است



کارگاه‌های صنعتی با ده نفر کارکن و بیش‌تر

مرکز آمار ایران هر سال نتایج گزارش «کارگاه‌های صنعتی با ده نفر کارکن و بیش‌تر» را منتشر می‌کند که در آن متغیرهای اصلی مربوط به عملکرد کارگاه‌های صنعتی در سراسر کشور طبق طبقه‌بندی ISIC جمع‌آوری می‌شود. از داده‌هایی که در این گزارش منتشر می‌شود می‌توان به تعداد کارگاه‌ها در هر صنعت، تعداد کارکنان، ارزش تولید و فروش، ارزش داده‌ها و ستانده‌ها، ارزش افزوده هر صنعت و سرمایه‌گذاری اشاره کرد. ما در این سری از گزارش‌های صنعت‌سنج از داده‌های مربوط به عملکرد سال ۱۳۹۹ استفاده کرده‌ایم که در زمان تدوین گزارش، آخرین نسخه‌ی منتشرشده توسط مرکز آمار بود.

ویژگی‌های گزارش‌های کارگاه‌های صنعتی

روش استخراج داده	برای داده‌های مربوط به کارگاه‌های صنعتی با ۱۰ تا ۵۰ نفر کارکن از روش نمونه‌گیری و برای کارگاه‌های بالاتر از ۵۰ نفر کارکن از روش سرشماری استفاده شده است
جمعیت	جمعیت آماری مدنظر این گزارش، کارگاه‌های صنعتی با ده نفر کارکن و بیش‌تر در تمام شهرها و استان‌های ایران است
ناشر	مرکز آمار ایران به عنوان باسابقه‌ترین نهاد رسمی در این زمینه، متولی رسمی انتشار آمارهای کشور به حساب می‌آید و آمارهای آن با روش‌های مشخص از بالاترین دقت و اعتبار برخوردار است
گستره صنایع	این گزارش تمامی صنایع را با توجه به طبقه‌بندی (International Standard Industrial Classification) ISIC ارائه می‌کند که امکان مقایسه فراهم باشد

نرخ ارز مورد استفاده برای فاصله سال‌های ۹۶-۱۳۹۰ نرخ بازار موازی (به نقل از بانک مرکزی ایران) و برای سال‌های ۱۳۹۶ به بعد، میانگین نرخ خرید و فروش حواله نیما بوده است

شمسی	میلادی	نرخ تبدیل
۱۳۹۰	۲۰۱۱	۱۳,۴۵۴
۱۳۹۱	۲۰۱۲	۲۶,۴۹۳
۱۳۹۲	۲۰۱۳	۳۰,۴۱۴
۱۳۹۳	۲۰۱۴	۳۱,۸۱۸
۱۳۹۴	۲۰۱۵	۳۳,۱۹۵
۱۳۹۵	۲۰۱۶	۳۴,۳۹۴
۱۳۹۶	۲۰۱۷	۴۱,۰۶۷
۱۳۹۷	۲۰۱۸	۸۰,۰۵۲
۱۳۹۸	۲۰۱۹	۱۱۱,۷۶۸
۱۳۹۹	۲۰۲۰	۲۰۸,۶۸۲
۱۴۰۰	۲۰۲۱	۲۳۰,۴۸۶
۱۴۰۱	۲۰۲۲	۲۷۵,۸۵۹
۱۴۰۲	۲۰۲۳	۳۷۹,۳۶۳

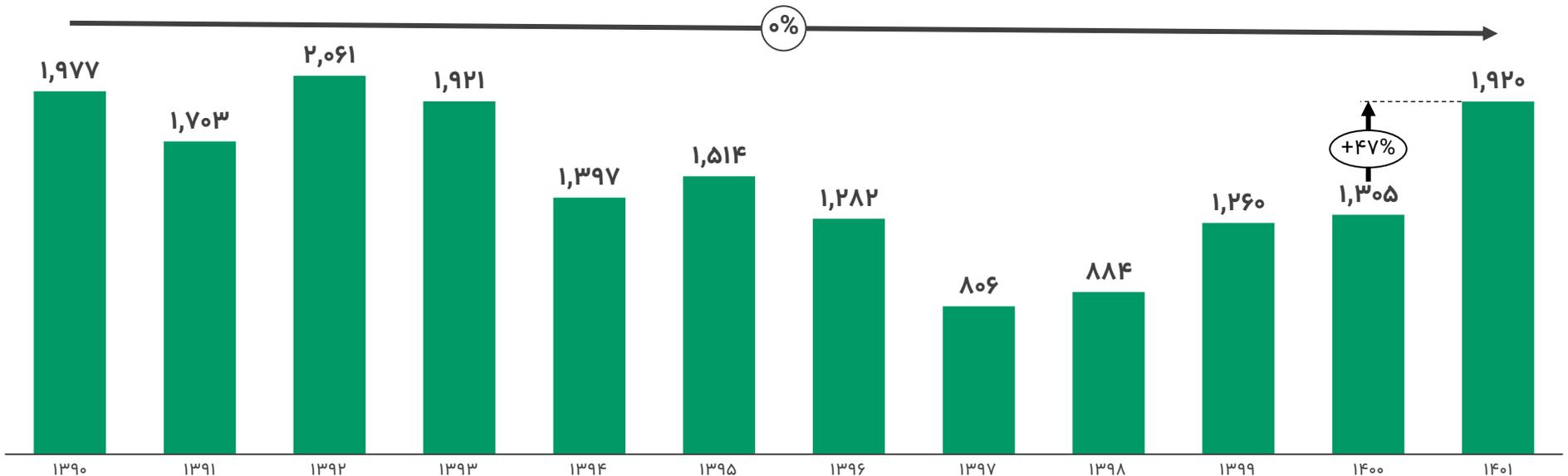
نکته

- برای تبدیل مقادیر به دلار در بازه زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۶، از "نرخ بازار موازی (میانگین نرخ فروش)" با استفاده از داده‌های منتشر شده توسط بانک مرکزی ایران (CBI) استفاده کرده‌ایم
- توجه داشته باشید که در طول سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۶، بین نرخ بازار موازی و قیمت‌های رسمی اعلام شده توسط بانک مرکزی (نرخ‌های بانک مرکزی پایین‌تر از نرخ‌های ارز در بازار موازی است) تفاوت وجود داشت
- از سال ۱۳۹۶ به بعد، برای تبدیل مقادیر از نرخ نیما استفاده کرده‌ایم، زیرا این نرخ ارزی بود که بیشتر توسط صادرکنندگان استفاده می‌شد
- برای محاسبه نرخ ارز از میانگین نرخ خرید و فروش حواله نیما استفاده می‌شود
- لازم به ذکر است که نرخ ارز در ایران از سال ۱۳۹۶ به بعد یکپارچه نشده است و برای اهداف مختلف نرخ‌های متفاوتی وجود داشته است

تولید تلویزیون در سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۷ با کاهش روبرو بوده، اما با افزایش مجدد آن از سال ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱، میزان تولید تقریباً به سال ۱۳۹۰ رسیده است

تولید سالانه تلویزیون هزار واحد

CAGR (نرخ رشد مرکب سالانه) (۱۳۹۰-۱۴۰۱)

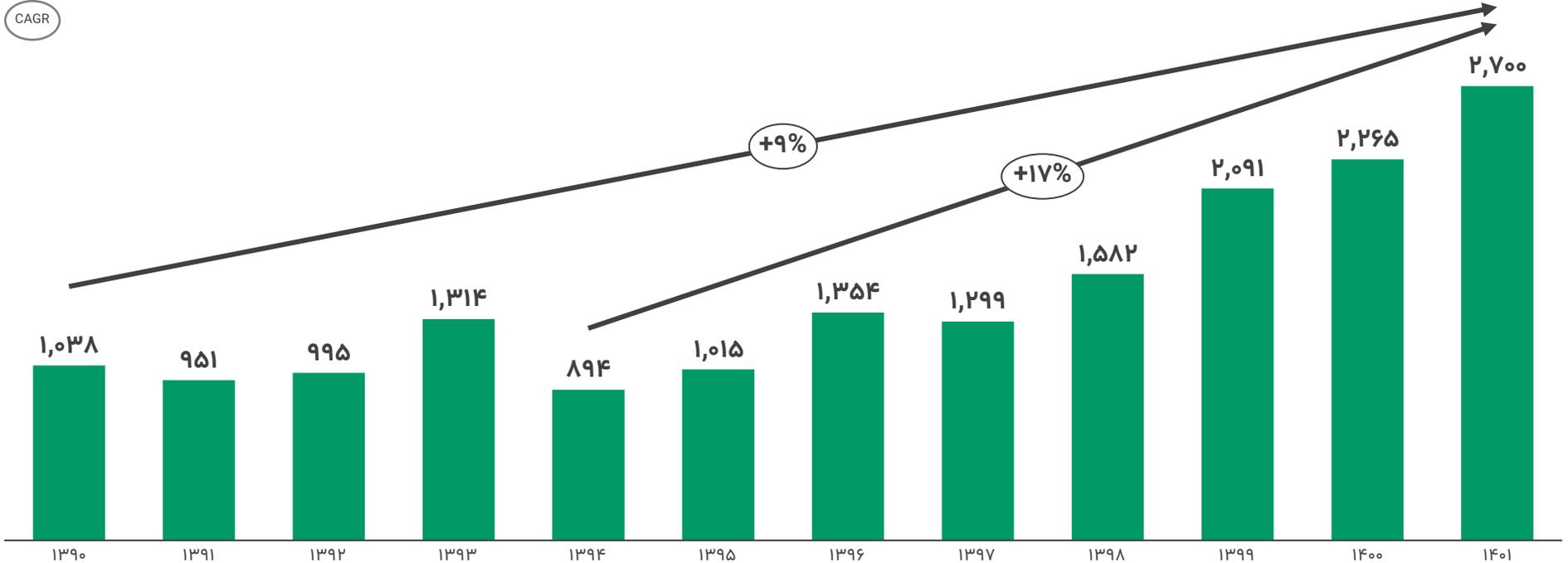


یادداشت

• در سال‌های اخیر، تولید تلویزیون با افزایش قابل توجهی روبرو بوده، به طوری که میزان تولید در سال ۱۴۰۱، ۴۷٪ بیشتر از سال ۱۴۰۰ است

تولید یخچال و فریزر با روند ثابتی با نرخ مرکب سالانه ۱۷٪ از ۸۹۴ هزار واحد در سال ۱۳۹۴ به ۲٫۷ میلیون واحد در سال ۱۴۰۱ افزایش یافته است

تولید سالانه یخچال و فریزر
هزار واحد



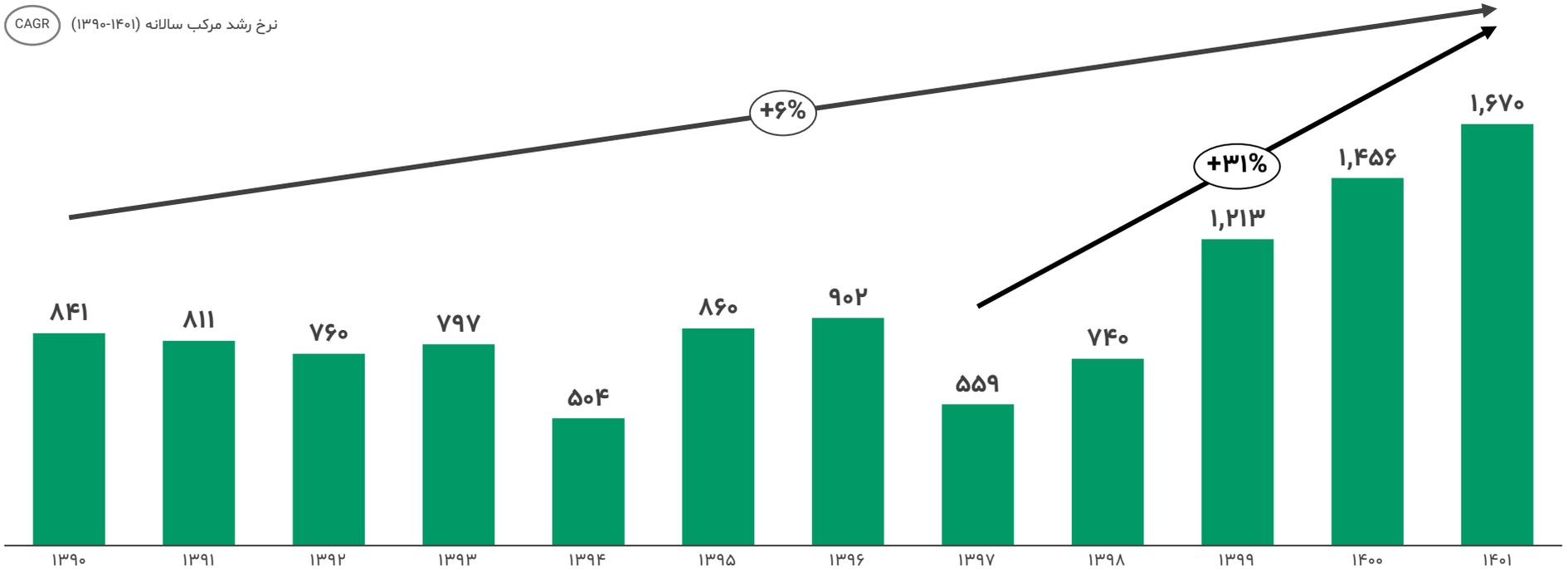
یادداشت

• از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵، تولید یخچال و فریزر با نوسانات جزئی، نسبتاً ثابت باقی مانده است

تولید ماشین لباسشویی پس از کاهش ۶ درصدی از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۷، با نرخ رشد مرکب سالانه ۳۱٪ از سال ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱ افزایش یافته و به ۱٫۷ میلیون واحد رسیده است

تولید سالانه لباسشویی
هزار واحد

CAGR (۱۳۹۰-۱۴۰۱) نرخ رشد مرکب سالانه



یادداشت

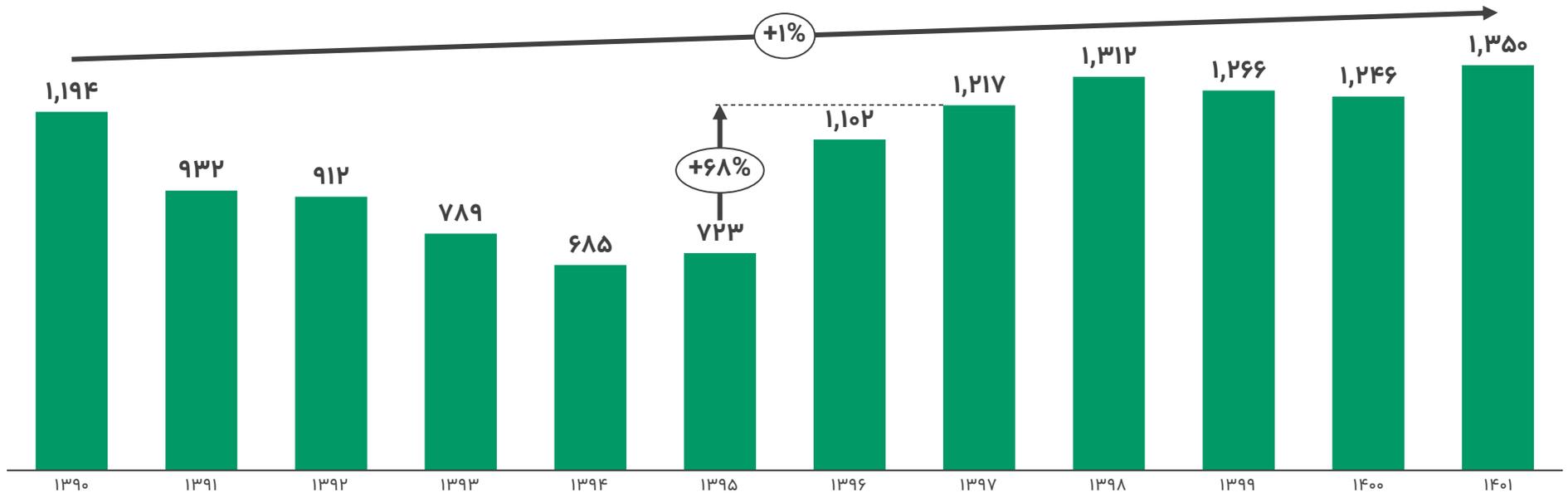
• تولید ماشین لباسشویی از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۶ نسبتاً ثابت ماند، اما افت قابل توجهی در سال ۱۳۹۴ و در سال ۱۳۹۷ داشته است

تولید کولرهای آبی از سال ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۷ با افزایش قابل توجهی معادل ۶۸٪ همراه بوده، و در ادامه سطح تولید از سال ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱ با نرخ مرکب ۳٪ سالانه نسبتاً ثابت مانده است

تولید سالانه کولر آبی

هزار واحد

CAGR (۱۳۹۰-۱۴۰۱) نرخ رشد مرکب سالانه



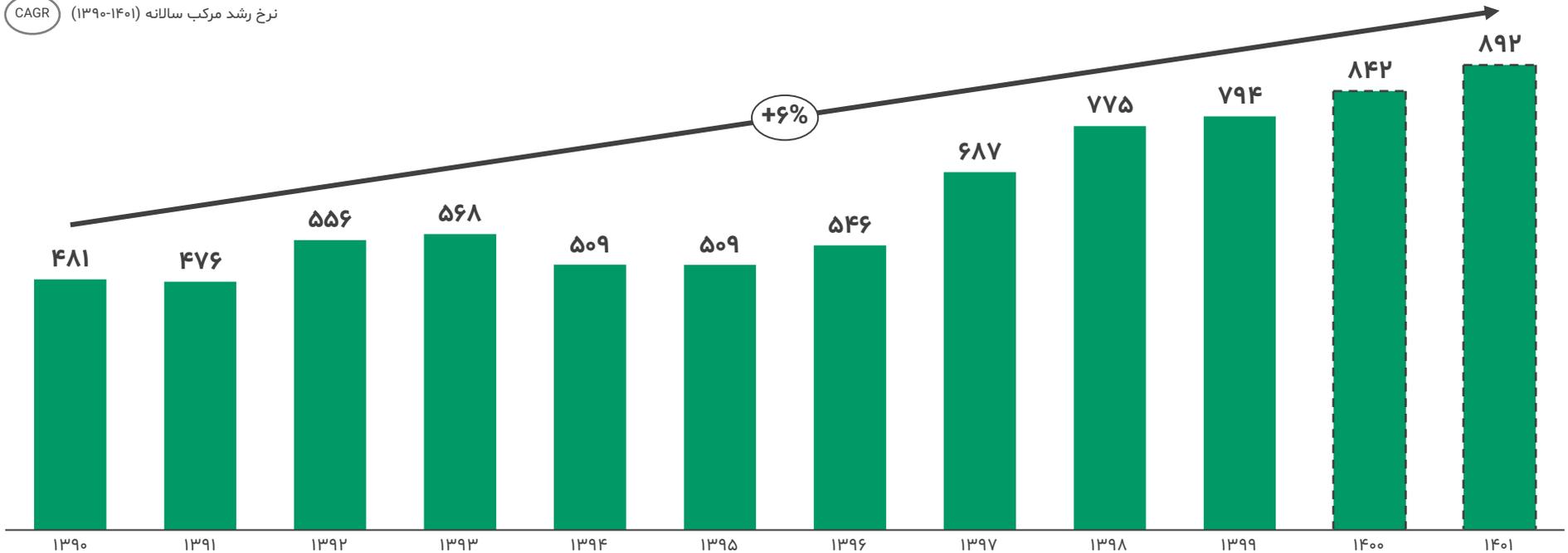
یادداشت

- تولید کولرهای آبی از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴ با یک کاهش مداوم روبرو بوده است

تولید ظروف چینی و بلور از سال ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۱ با سرعت بالاتری افزایش یافته است

تولید سالانه ظروف چینی و بلور
هزار واحد

CAGR (نرخ رشد مرکب سالانه) (۱۳۹۰-۱۴۰۱)



یادداشت

- تولید ظروف چینی و شیشه‌ای از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ تقریباً ثابت باقی ماند





تلفن: +۹۸۲۱۷۷۴۵۸۰۸۶

ایمیل: info@iranexpo.co

وبسایت: iranexpo.co

آدرس: میدان رسالت، خیابان هنگام، پلاک ۱۳۸



Backing the **Vanguards**

تلفن: +۹۸ ۲۱۵۲۱۸۹۹۰۱

ایمیل: office@ilia.co

وبسایت: ilia.co

آدرس: خیابان قائم مقام فراهانی، میدان طومانیان (شعاع)،

خیابان خدری، پلاک پنج، طبقه نهم