

## چرا با واردات خودرو به کشور، قیمت خودروهای داخلی ریزش خواهد کرد؟ خودروهای خارجی کمتر از ۵۰۰ میلیون تومان در بازار جهانی

**اقتصادی-** بعد از سال‌ها که واردات خودرو به داخل کشور ممنوع بود، دولت سیزدهم با واردات خودرو موافقت کرد.

تصویب مصوبه واردات خودرو به کشور باعث شد که قیمت خودرو در بازار داخلی نیز با ریزش مواجه شود. این اقدام دولت سیزدهم نه تنها باعث کاهش قیمت خودرو در بازار می‌شود، بلکه موجب می‌شود تا رقابت‌پذیری در بین تولیدکنندگان داخلی نیز افزایش یافته و بر تنوع خودروها در بازار

افزوده شود. این اقدام تعادل قیمت در بازار را در پی خواهد داشت. البته بررسی قیمتی خودروها در بازه قیمتی کمتر از ۲۰ هزار دلار (بین ۳۰۰ تا ۵۰۰ میلیون تومان) نشان می‌دهد برندهای مطرحی همچون نیسان، کیا، هیوندایی، رنو، ام‌جی، میتسوبیسی و سوزوکی خودروهای مناسبی برای عرضه دارند که ورود آنها به کشور می‌تواند بخشی از التهابات آشفته بازار فعلی را التیام بخشد. اما پیش‌بینی می‌شود عمده

نوع خودرو	مدل	قیمت ارزی	قیمت تومان
سوزوکی دزایر (Dzire)	۲۰۲۲ اتوماتیک با موتور ۱.۲ لیتری و مصرف سوخت ۶ لیتر در هر ۱۰۰ کیلومتر پیمایش	قیمت ۳۶ هزار و ۹۰۰ درهم	حدود ۳۱۰ میلیون تومان
میتسوبیسی اتریج (Attrage)	۲۰۲۲ اتوماتیک با حجم موتور ۱.۲ لیتری	۳۶ هزار و ۹۰۰ درهم	حدود ۳۱۰ میلیون تومان
میتسوبیسی میراژ (Mirage)	اتوماتیک با پیشران ۱.۲ لیتری و مصرف سوخت ۴.۸ لیتر بنزین در هر ۱۰۰ کیلومتر پیمایش	۳۶ هزار و ۹۰۰ درهم	حدود ۳۱۰ میلیون تومان
رنو سیمبل (Symbol)	۲۰۲۲ اتوماتیک با پیشران ۱.۶ لیتری	۳۷ هزار و ۳۰۰ درهم	معادل ۳۱۳ میلیون تومان
کیا پگاس (Pegas)	۲۰۲۲ اتوماتیک با حجم موتور ۱.۴ لیتری و مصرف سوخت ۶.۱ لیتر در هر ۱۰۰ کیلومتر پیمایش	۴۵ هزار درهم	معادل ۳۷۸ میلیون تومان
هیوندایی گرند (Grand)	۲۰۲۲ اتوماتیک با حجم موتور ۱.۲ لیتری	۳۹ هزار و ۹۹۹ درهم	معادل ۳۳۶ میلیون تومان
کیا پیکانتو (Picanto)	۲۰۲۲ اتوماتیک با پیشران ۱.۲ لیتری	۴۳ هزار درهم	معادل ۳۶۱ میلیون تومان
(MG5)	۲۰۲۲ اتوماتیک با حجم موتور ۱.۵ لیتری و گیربکس CVT	۵۷ هزار و ۶۴۵ درهم	معادل ۴۸۴ میلیون تومان
نیسان سانی (Sunny)	۲۰۲۲ اتوماتیک با پیشران ۱.۶ لیتری و مجهز به گیربکس CVT	۵۷ هزار و ۹۰۰ درهم	۴۸۶ میلیون تومان
رنو داستر (Duster)	۲۰۲۲ اتوماتیک با حجم موتور ۲ لیتری	۵۶ هزار و ۹۰۰ درهم	۴۷۸ میلیون تومان
کیا ریو (Rio)	هاچ‌بک مدل ۲۰۲۲ اتوماتیک با حجم موتور ۱.۴ لیتری	۵۳ هزار درهم	۴۴۵ میلیون تومان
هیوندایی اکست (Accent)	۲۰۲۲ اتوماتیک با حجم موتور ۱.۶ لیتری و مصرف سوخت ۶.۴ لیتر در هر ۱۰۰ کیلومتر پیمایش	۵۲ هزار و ۹۹۹ درهم	۴۴۵ میلیون تومان
کیا سراتو (Cerato)	مدل ۲۰۲۲ اتوماتیک با پیشران ۱.۶ لیتری و مصرف سوخت ۶.۷ لیتر در هر ۱۰۰ کیلومتر پیمایش	۶۶ هزار درهم	۵۵۴ میلیون تومان
نیسان کیکز (Kicks)	۲۰۲۲ اتوماتیک با حجم موتور ۱.۶ لیتری	۶۱ هزار و ۹۰۰ درهم	۵۲۰ میلیون تومان

## با پایان شایعه ممنوعیت واردات آیفون آرامش به بازار تلفن همراه بازگشت

**فناوری/** با انتشار گزارش‌هایی درباره قرار گرفتن گوشی‌های آیفون در گروه ۲۷ و در نتیجه، عدم ثبت سفارش و تأمین آن، بسیاری این موضوع را به توقف واردات آیفون به کشور تعبیر کردند؛ موضوعی که قویاً توسط دولت رد شد و مدیرکل دفتر مقررات صادرات و واردات سازمان توسعه تجارت، این موضوع را تنها در نتیجه اختلالات پیش آمده، پیرو به‌روزرسانی برخی گروه‌های کالایی و برخی اولویت‌بندی‌ها برای تأمین کالاهای اساسی دانست.

به نظر می‌رسد این اختلالات زمینه‌ساز حضور واسطه‌ها و دلالان در بازار موبایل شده و تنها با عنوان شدن احتمال محدودیت ورود آیفون به کشور، قیمت برخی انواع گوشی‌های این برند تا ۱۰ میلیون تومان افزایش داشت که البته این روند بر بازار دیگر برندها نیز تأثیرگذار بود.

### ■ اسرگرفتن ثبت سفارش آیفون

سعید عباسپور مدیرکل دفتر مقررات صادرات و واردات سازمان توسعه تجارت با اشاره به برخی اخبار برای ممنوعیت واردات موبایل برخی نشان‌های تجاری، گفت: ثبت سفارش موبایل برای کلیه نشان‌های تجاری (برندها) هیچ محدودیتی نداشته و پیرو به‌روزرسانی برخی گروه‌های کالایی و برخی اولویت‌بندی‌ها برای تأمین کالاهای اساسی، برخی اولویت‌بندی‌های کالایی مقطعی یا برخی اختلالات پیش می‌آید که امری طبیعی است. لذا با رفع این اختلالات و تعیین اولویت‌بندی‌های جدید، ثبت سفارش این کالا از سرگرفته می‌شود.

عباسپور افزود: سازمان توسعه تجارت هیچ ابلاغیه و مقرراتی دال بر ممنوعیت ثبت سفارش واردات موبایل با برندهای خاص به بانک مرکزی و گمرک ابلاغ نکرده است و تنها در دو ماه ابتدایی امسال بیش از ۶ میلیارد دلار ثبت سفارش واردات گوشی تلفن همراه صورت گرفته که از نظر ارزش دلاری، سهم بالایی در ثبت سفارش‌های سال جاری دارد. مدیرکل دفتر مقررات صادرات و واردات

سازمان توسعه تجارت ایران همچنین تأکید کرد: امسال با توجه به افزایش میزان ثبت سفارش گوشی تلفن همراه، کمکان اولویت‌بندی گروه‌های کالایی برای واردات کالا برقرار بوده و رویه‌های تخصیص و تأمین ارز بر اساس مقررات و اولویت‌بندی‌های کالایی صورت می‌پذیرد.

### ■ اپل چهارمین برند پرطرفدار در ایران

اما برند اپل چه سهمی از بازار تلفن همراه را در ایران به خود اختصاص داده است؟ بر اساس آخرین آمار منتشر شده از سوی اتحادیه واردکنندگان تلفن همراه، از ۱۸ میلیون و ۳۰۰ هزار دستگاه تلفن همراه که در بازه یک ساله (اسفند ۹۹ تا اسفند ۱۴۰۰) وارد کشور شده، سهم مدل آیفون از برند اپل حدود ۶ درصد بوده است. امیر اسحاقی دبیر انجمن واردکنندگان تلفن همراه در این باره به «ایران» گفت: در کل سال ۹۹ در زمینه برند اپل حدود ۵۰۰ میلیون دلار واردات داشته‌ایم که این رقم در کل سال ۱۴۰۰ به ۱،۴ میلیارد دلار رسیده است. وی دلیل افزایش این آرزیری را نیز نوسانات

دبیر انجمن واردکنندگان تلفن همراه همچنین یادآور شد حالا دیگر گوشی‌های آیفون همچون خودرو به یک کالای سرمایه‌ای تبدیل شده است و برخلاف برندهای دیگر، حتی مدل‌های قدیمی گوشی‌های برند اپل نیز فروش دارد و هنوز هم خرید و فروش می‌شود، شاید افزایش میزان خرید این گوشی توسط کاربران هم به این موضوع نیز بازگردد. گفتنی است طبق اعلام اتحادیه واردکنندگان تلفن همراه گزارش (اسفند ۹۹ تا اسفند ۱۴۰۰)، سهم برند سامسونگ از بازار، ۴۸ درصد است و برند شیائومی با کسب سهم ۲۸ درصدی از بازار تلفن همراه، رتبه دوم را به خود اختصاص داده است. رتبه بعدی به برند نوکیا تعلق دارد و رتبه چهارم سهم بازار به برند اپل اختصاص یافته است.

«شرکت سینتا تمایزیک آرمان» محصولات خود را با نشان تجاری بُرنس در بازار عرضه می‌کند

# بُرنس فصل جدیدی در صنعت پوشاک

بُرنس پس از ثبت در ایران با توجه به نگرش صادراتی و عرضه توانایی‌های صنعت مد و فشن در خارج از کشور، نام تجاری خود را در ترکیه و اتریش نیز ثبت کرده و با همکاری طراحان مجرب ایرانی و به‌کارگیری نیروهای متعدد و متخصص در زمینه طراحی و تولید و بهره‌گیری از جدیدترین متد روز تولید (تولید برون‌سپاری و تخصصی) و آخرین روش‌های مارکتینگ در قالب پوشاک زنانه شامل شومیز، پیراهن، شلوار، دامن، کت، تاپ، تیشرت و... خلق محصولات خود را به صورت Omni channel در پلتفرم‌های آنلاین و آفلاین و به‌صورت حضوری در تهران و شهرستان‌ها و فروش عمده در سراسر کشور و فروش سازمانی با شرکت‌های بزرگ و ارگان‌های مختلف، عرضه می‌کند. این شرکت در سال ۱۳۹۷ به‌عنوان یک شرکت خلاق زیر نظر معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ثبت گردید؛ اکنون محصولات شرکت در بخش‌های آنلاین در پلتفرم‌های دیجی کالا، تگ موند، تخفیفان، دیجی استایل، اسنپ، کین لند، داپ آپ و مدیسه در بخش‌های آفلاین و در فروشگاه‌های بندهامز و روشا به‌صورت حضوری عرضه می‌شود و دارای بیش از ۲۰۰ مشتری فعال در زمینه فروش عمده است.

### ایده شکل‌گیری

این شرکت از سال ۱۳۹۵ به پشتوانه سابقه کاری مدیران خود که در زمینه IT فعالیت می‌کردند و با بررسی تیم تحقیق و توسعه خود در زمینه بازار مد و فشن به این نتیجه رسیده‌است که این صنعت از نظر تجارت الکترونیک بسیار عقب است.

حمیدرضا شیرازی ها، مدیرعامل شرکت «سینتامایز یک آرمان» درباره نحوه شکل‌گیری این ایده با توجه به گذشته خانواده خود گفت: «بدر بزرگ بنده نیز به نوعی در این صنعت فعالیت داشتند و در صنف علاقه‌مند مشغول به فعالیت بودند؛ ایشان به توزیع

مواد اولیه به صورت عمده جهت تولید پوشاک به کارخانجات مشغول بودند، در ادامه پدرم نیز به فروش عمده پوشاک پرداختند و حالا من و برادرانم با تلفیق تخصص IT و اشراف بر فضای مجازی و تجربه و سابقه خانوادگی خود در پوشاک، برند برنس را به ثبت رساندیم.

### نحوه کار

حمیدرضا شیرازی هادرموردویژگی‌های کاری بُرنس به جام جم گفت: «به جرأت می‌توان گفت نمونه شرکت ما با این نوع نگرش در عرضه صنعت پوشاک با این سبک از فعالیت وجود ندارد چون ما با

## آینده و برنس

برند برنس که خود را با برند فرمال زنان معرفی کرده است در نمایشگاه بین‌المللی ۱۴۰۰ به صورت رسمی مجموعه خود را به پلتفرم تخصصی مد و فشن تبدیل کرد.

برنس در حالی فضای فروش فرمال خود را حفظ خواهد کرد که از سایر برندها و تولیدکنندگانی که در چارچوب‌های تعریف شده سازمان برنس (کیفیت محور) و تخصصی به تولید می‌پردازند دعوت کرده تا با نام خود در صفحه مجازی برند برنس محصولات خود را به فروش برسانند و در حال حاضر نیز در حال همکاری و عقد قرارداد با برندهای دیگر است که این باعث کمک به پیشرفت این صنعت و رضایتمندی مشتریان می‌شود.

ضمناً با توجه به به اشتغال زابودن این صنعت و ارزش افزوده زیاد آن و نگرش صادراتی این مجموعه که قبلاً به آن اشاره شده است مد در حال بررسی پتانسیل‌های برندهای ایرانی و خلق بازارهای منطقه‌ای و فرامنتقه‌ای هستیم که ان شاء... بتوانیم از مزیت‌های نسبی و رقابتی کشورمان در این زمینه نهایت بهره را برده و پس از جمع‌بندی این تحقیقات بتوانیم به عنوان شرکت (Export Management Company) (شتاب‌دهنده) با استفاده از ظرفیت‌های کشور عزیزمان بتوانیم عدم حضور برندهای ایرانی را در بازارهای جهانی جبران کنیم.

ایجاد یک ساختار منسجم در تمامی واحدها از جمله طراحی، تأمین مواد اولیه و اکسسوار، مهندسی محصول تولید (Outsource)، کنترل کیفیت، انبارش، واحد مارکتینگ متمرکز و در نهایت انواع فروش (به صورت Omni channel) و پشتیبانی فروش به‌طور منحصراً به‌فرد عمل می‌کنیم. در صنعت ما بیشتر برندها واحدهای طراحی و تولید ندارند و مهندسی محصول را خود انجام نمی‌دهند و این باعث یونیک نبودن کارها و تولیدات‌شان می‌شود اما ما خودمان محصول را به‌طور کامل در تمام مراحل، مهندسی و آنالیز می‌کنیم.

وی در ادامه گفت: «ما نمونه‌ها را همراه با تمام جزئیات کاری مثل پارچه، زیپ، دکمه و ملحقات دیگر به کارخانه‌ها می‌دهیم و پس از برش‌زدن و کار دوخت به واحد انبار بازگشته و بعد از سپری کردن مراحل مختلف در نهایت در کانال‌های فروش خود توزیع عرضه می‌کنیم.

### ویژگی‌های منحصر به فرد برنس

حمیدرضا شیرازی ها، مدیرعامل برند برنس، در بیان ویژگی‌های منحصر به‌فرد این برند، به جام جم گفت: «به جهت کیفیت محور بودن، در نظر گرفتن تناسب مواد اولیه با طراحی لباس مورد نظر و محل استفاده آن،

تهیه این مواد در واحد خرید مواد اولیه شرکت صورت می‌پذیرد و با توجه به تخصصی بودن تولید پوشاک زنانه و تنوع محصولات این گروه مصرف هر محصول را به همان کارخانه تولیدی تخصصی آن محصول برون‌سپاری می‌کنیم و پس از تولید با در نظر گرفتن چارچوب‌ها و استانداردهای مدنظر واحد طراحی و پیش‌تولید در واحد کنترل کیفیت محصول تولیدی با دقت فراوان بررسی و پس از تایید به واحد انبار ارسال می‌شود.»

وی در ادامه بیان ویژگی‌های خاص برنس افزود: «با توجه به تخصصی بودن صنعت و گستردگی بودن سبک پوشش بانوان، ما مزیت رقابتی برند خود را به‌صورت متمرکز در طراحی و تولید محصولات کلاسیک بانوان تعریف کرد و با توجه به درخواست مشتریان و بسط و گسترش بازارهای بیشتر با همکاری برندهای دیگر که مزیت رقابتی در سبک‌های متفاوت را دارند، برای تأمین نیاز مخاطبان اقدام به همکاری کرده‌ایم. از دیگر ویژگی‌های برتر برنس بررسی و پاسخ مناسب به نیاز هریک از کانال‌های عرضه کالای خود است. مثل فضای مجازی که در آن مشتری محصول را لمس نکرده و از ابعاد خود و محصول اطلاعات کافی ندارد و این مجموعه با تولید محتوای مناسب جهت اطلاع‌رسانی دقیق مثل جدول سایز، عکس واضح و دقیق از محصول در زوایا و رنگ‌های مختلف آن و پشتیبانی فروش سعی بر ایجاد یک حس ناب از خرید آنلاین ایجاد کرده‌است.»

### مشکلات پیش روی برنس

با این‌که ورود مواد اولیه به کشور آزاد است اما با توجه به این‌که این صنعت فصل، ترند سال، بسیار تعیین‌کننده است و عدم هماهنگی گمرک وزارت صنعت و عدم وجود زیر ساخت مناسب لجستیک

باعث می‌شود واردکننده مواد اولیه این صنعت نتواند در وقت مناسب کالاهای خود را به ما برساند. عدم ثبات قیمت ارز و هزینه‌های سازمان عدم تنوع مواد اولیه و ملحقات جانبی که سطح تنوع و زیبایی محصولات را کاهش می‌دهد.

تعمیر پی‌در پی قوانین بالادستی و در تضاد بودن تفکر مسؤولان با هم به دلیل عدم آگاهی و نداشتن تخصص کافی

بالا رفتن مداوم تورم و در پی داشتن مشکلات اجتماعی و فرهنگی در میان نیروی انسانی عدم روحیه همکاری در بین تولیدکنندگان صنعت پوشاک



### راه‌های ارتباط با این شرکت فناوری

www.bornosmode.com	
bornosmode	in
bornosmode	
bornosmode	
bornosmode	
۲۸۱۱۱۱۳۳	
آدرس دفتر مرکزی: تهران خیابان دکتتر شریعتی، بالاتراز دستگردی، کوچه جم پلاک ۲۱ ساختمان مرکزی برنس	