

# سنگ نامه

انجمن  
توسعه‌ی  
صادرات  
سنگ‌های  
تزیینی  
کرمان

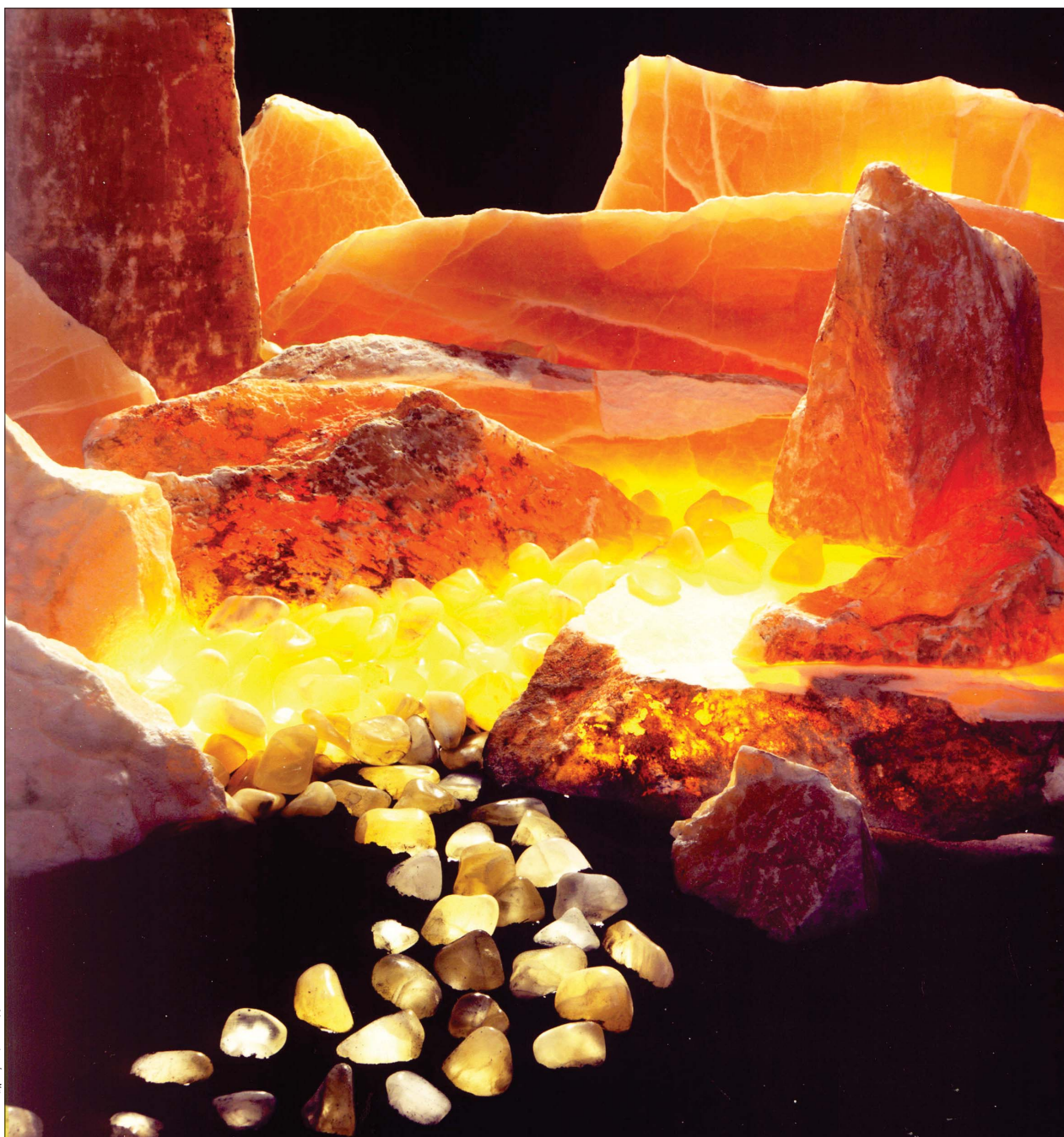
«محسن جلال پور»؛ نایب‌رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران:

بخشی از آینده‌ی استان کرمان وابسته به کاری است

که توسط انجمن سنگ صورت می‌گیرد

۳۳۳ ۳۳۳ ۳۳۳ ۳۳۳

سال اول / شماره‌ی یک / خرداد ۱۳۹۱ / ۸ صفحه / Number 1 / June 2012 / 8 Pages



۷ صفحه‌ی / شماره‌ی یک / خرداد ۱۳۹۱

## در این شماره:

- ۶ پیشنهاد صنعت سنگ کرمان
- ۳ فعالان صنعت سنگ کرمان
- ۷ قطب‌های سنگ استان کرمان
- ۳ برندهای برتر صنعت سنگ جهان
- ۷ آشنایی با انواع سنگ تزیینی
- ۲ شرحی بر سنگ‌های قیمتی و نیمه‌قیمتی



«سنگ‌نامه» در تلاش خواهد بود همراه با طرح موضوعات مهم صنفی، اطلاعاتی از بازارهای داخلی و خارجی و برخی مباحث ضروری مرتبط با فرآیندهای زنجیره‌ای ارزش صنعت سنگ در اختیار علاقه‌مندان قرار دهد.

## سخن مدیرمسئول

# حزرم بخش خصوصی پروای تحول شمرکز و جهت‌دار



عبدالرضا تحسینی  
مدیرمسئول  
عضو هیات نمایندگان اتاق کرمان  
و دبیر انجمن

## سخن سردبیر

# پاسداشت یادگار پیشینیان



امید امینابادی  
سردبیر  
و عضو انجمن

سنگ به‌عنوان عنصری طبیعی و زیبا و علی‌رغم تنوع و حجم میلیون‌تنی آن در ایران، نقش و جایگاه مناسبی در معماری و صنعت ساختمان فعلی کشور ندارد. بخشی از این مسأله، ناشی از کالاهای جایگزینی نظیر سرامیک، چوب، آلومینیوم، شیشه و نظایر آن، چه در معماری داخلی و چه نمای ساختمان‌هاست. اما بخشی دیگر از این عدم استقبال با وجود تلاش شبانه‌روزی معدن‌کاران و کارخانه‌های سنگبری، ناشی از عدم ایجاد تنوع در محصول و بعضاً قیمت‌های غیرقابل‌توانی است. بهره‌مند ساختن مصرف‌کنندگان از مزایای محصولات طبیعی و به‌کارگیری طرح‌ها و رنگ‌هایی که به‌دلیل منشاء گرفتن از طبیعت، با روح بشر سازگاری بیش‌تر دارند و همچنین حفظ میراث چندین‌هزارساله‌ی معماری بومی و حتی معماری مدرن با استفاده از مصالح سنتی و طبیعی، دینی بر گردن معماران و طراحان در پاسداشت یادگاری پیشینیان است.

پیشینه و جایگاه سنگ در کرمان آن‌چنان است که هر هنرمند، صنعتگر، معمار، اهل اقتصاد و دولتمردی لاجرم آن را در ذهن داشته و در فعالیت‌های جاری خود آن را از ذهن می‌گذراند. از وزنه‌های سنگی تمدن چندین‌هزارساله‌ی جیرفت تا مرمریت‌های مسجد جامع مظفری کرمان تا مرمرهای حرم شاه‌نعمت‌الله ولی و حمام گنجعلی‌خان تا آثار مرحوم استاد صنعتی می‌توان توجه ویژه‌ی معماران و هنرمندان را در طول تاریخ این استان به سنگ دریافت. از سویی ورود جدی بخش خصوصی از دهه‌های ۴۰ و ۵۰ تاکنون و انتقال سرمایه‌ی حاصل از دیگر بخش‌ها به بخش معدن و سرمایه‌گذاری در آن، نشان از توجیه‌پذیری این سرمایه‌گذاری دارد. از آن‌جا که اشتغال‌زایی در تمام مناطق جغرافیایی استان نیز راه‌حلی موثر برای یکی از اصلی‌ترین دغدغه‌های دولتمردان طی دهه‌های اخیر محسوب گردیده، همواره صنعت سنگ به عنوان یکی از سرفصل‌ها در پژوهش‌ها و سمینارها مطرح بوده است. مهم‌ترین اقدام اجرایی در ایجاد نگرش جدید و دمیدن

## شرحی بر سنگ‌های قیمتی و نیمه‌قیمتی

آمریکا و ژیمباوه.

### شفابخشی آکوامارین

برونشیت، بیماری‌های ریوی

این سنگ به رنگ آبی است. عنصری که به این سنگ رنگ می‌دهد، آهن است. این سنگ کانی مهم و خاص سنگ‌های آتشفشانی است که در کشورهای برزیل، ماداگاسکار و اورال و سیبری یافت می‌شود.

**تأثیر بر بدن:** این سنگ مخصوص بیماری‌های مجرای تنفسی، برونشیت، ریه‌ها و ناراحتی‌های ناحیه‌ی گردن است. ما را در برابر سرماخوردگی و التهاب حنجره حمایت می‌کند و تارهای صوتی را تقویت می‌کند. آکوامارین باعث تقویت قلب می‌شود و از امفاکتوس عضله‌های قلبی جلوگیری می‌کند. همچنین سیستم دفاعی در بدن و غده‌ی تیموس را قوت می‌بخشد. این سنگ برای آلرژی‌ها و حساسیت‌هایی که باعث ریزش اشک در چشم‌ها می‌شوند موثر است و همین‌طور برای اعصاب، غده‌ی تیروئید، لنف و بیماری‌های خونی استفاده می‌شود.

**اثر بر روح و روان:** آکوامارین قدرت بیان و هوش را افزایش می‌دهد و بسیار برای هنرپیشگان و موسیقی‌دانان ... موثر می‌باشد و آن‌ها را در کارشان همراهی می‌کند. **طبقة‌ی چاکرا:** این سنگ برای به‌کار بردن در چاکراهای گردن و حلق سفارش شده است.

**خصوصیت:** اگر شما از حساسیت‌های پوستی رنج می‌برید، باید آکوامارین را در یک لیوان که در آن ۱/۳ آب گوارا ریخته شده قرار دهید و بعد بگذارید پوست شما در طی یک شب با این آب خیس بماند. می‌توانید در روز چند بار این عمل را تکرار کنید، اما لازم است که روی محل‌های حساس و عفونی را به هیچ عنوان مالش ندهید.

### فروش و نگاهداری

این سنگ در بازار فروش به شکل‌های نتراشیده، صیقلی، گردن‌بند و جواهر یافت می‌شود. اگر شما از آن برای شست‌وشو استفاده می‌کنید، بهتر است هر روز آن را تخلیه کنید. اگر به صورت گردن‌بند از آن استفاده می‌کنید فقط کافی است هر چهار روز یک‌بار آن را بشویید. برای آکوامارین اشعه‌ی خورشید نیز لازم است و این به خاطر آن است که شما شارژ دوباره‌ی سنگ را فراموش نکنید.

### آکوامارین

ویژگی‌های زمین‌شناسی و توصیفی

نام آکوامارین از دو واژه‌ی لاتین Aqua به معنی آب و mare به معنی دریا گرفته شده است که مربوط به رنگ سبز و آبی است که در این سنگ قیمتی وجود دارد. کانی بریل برخی وقت‌ها به شکل بلوری مات، کدر و گول‌پیکر که رشد غیرمترافی دارد و درازی‌شان به ۶۰ پا می‌رسد استخراج می‌شود.



### تاریخچه

آکوامارین کمرنگ در دوره‌ی رنسانس در میان بلورهای قیمتی، به عنوان بلوری ممتاز و برتر مورد توجه قرار می‌گرفت. باور بر این بود که رنگ آبی کمرنگ نشانه‌ی رنگ ماه است. بنابراین این سنگ ارزشمند در ارتباط با اثرات ماه بود. به نظر می‌رسید زمانی که ماه کامل است این کرات کوچک در اوج گرانش و قدرت هستند و چون آکوامارین به معنی آب دریاست، جای تعجب نیست که مردم تصور کنند که اثر آن مشابه اثر گرانش ماه است.

### آکوامارین در عقاید ملل جهان

گذشتگان بر این باور بودند که این سنگ می‌تواند بیماری ترس از آب و دریا را درمان کند. همچنین اعتقاد بر این بود که چنانچه فردی در خواب آکوامارین ببیند، به‌زودی دوست جدیدی را ملاقات خواهد کرد. آکوامارین از سال‌های دور نشانه‌ی جوانی و سلامتی بوده است. این سنگ نماد پایداری عشق است.

### پراکندگی جهانی

بهترین ناحیه برای یافتن آکوامارین در برزیل، جایی که کریستال‌ها از هوازدگی پگماتیت‌ها و رسوبات آلویال در یک لایه از گراول قهوه‌ای به نام کاسکالهو به وجود می‌آیند، می‌باشد. اورال روسیه نیز بهترین آکوامارین‌ها را داراست. آکوامارین در جزیره‌ی ماداگاسکار به‌وفور یافت می‌شود. دیگر مناطق حضور آکوامارین عبارتند از: برمه، آرزانتین، چین، هند، نامیبیا، ایرلند شمالی، نروژ، تانزانیا،

## سنگ‌ها



با تامل در سیر تکاملی تمدن‌ها متوجه می‌شویم که انسان‌ها در ادوار مختلف همواره متناسب با سطح فرهنگ خود به دنبال زیبایی و تزیینات بوده و برای ایجاد این تزیینات از طبیعت و محیط اطراف بهره گرفته‌اند. پس از ورود اسلام به ایران، هنر جواهرسازی تحت تأثیر کانون‌های هنر اسلامی قرار گرفت و بدین‌ترتیب تغییراتی در این هنر ایجاد شد. همچنین استفاده از سنگ‌های قیمتی و نیمه‌قیمتی و میناکاری افزایش یافت. در دو دهه‌ی اول پس از اسلام، طرح‌های کلاسیک روم شرقی متداول شد، اما در قرن‌های ۹ تا ۱۲ مدل‌های اسلامی آمیخته‌ای از طبیعت و اشکال هندسی بود. در قرن‌های بعدی ایرانیان از طلا، نقره و برنز در ساخت زیورآلات استفاده می‌کردند و همچنین ساخت طلسم و استفاده از طرح‌های سمبلیک متداول شد.

سرانجام از قرن نوزدهم با نفوذ اروپاییان به ایران، بسیاری از تکنیک‌ها و سبک‌های ایرانی کمرنگ و کمرنگ‌تر شدند و فرهنگ نادرست غرب‌پرستی دامن‌گیر صنعت جواهرسازی نیز شد، به‌گونه‌ای که بسیاری از طرح‌های ایرانی در این صنعت رو به فراموشی رفته است. اکنون زمان آن فرا رسیده است که با تجدید نظر در طرح‌ها و فرهنگ‌سازی، مانع پیشرفت این سیر نزولی شویم و آفرینش سبکی خاص را جایگزین تقلید از سبک‌های غربی نموده و فرهنگ ایرانی را از فراموشی حفظ نماییم.

### سنگ‌های قیمتی و نیمه‌قیمتی

سنگ‌های قیمتی و نیمه‌قیمتی بر اساس گروه‌ها به گروه‌های زیر تقسیم می‌شود:

بریل، کزندوم، گارنت، کوارتز، فلدسپات، شیشه‌های طبیعی، آلی، الماس و سایر گوهرها

### گروه بریل

تنوع گسترده‌ی سنگ‌های زیرمجموعه‌ی گروه بریل با اضافه شدن عناصر شیمیایی به عنوان عوامل تولیدکننده‌ی رنگ، ایجاد می‌شوند. به عنوان مثال کرم و واندیوم برای تولید رنگ سبز در زمرد و یا آهن برای تولید رنگ آبی در آکوامارین.

سنگ‌های زیرمجموعه‌ی گروه بریل شامل:

آکوامارین، زمرد، مورگانیت، هلیدور



سال اول  
شماره‌ی ۱  
خردادماه ۱۳۹۱



اکنون زمان آن فرارسیده است که با تجدید نظر در طرح‌ها و فرهنگ‌سازی، مانع پیشرفت این سیر نزولی شویم و آفرینش سبکی خاص را جایگزین تقلید از سبک‌های غربی نموده و فرهنگ ایرانی را از فراموشی حفظ نماییم.

## شرکت تولیدی نقش حجر



همکاری  
نزدیک با  
قطب‌های  
علمی و  
دانشگاه‌های  
مطرح کشور  
از اهداف  
عالیه‌ی این  
شرکت بوده  
و همواره از  
انجام تحقیقات  
علمی در  
زمینه‌ی صنعت  
سنگ استقبال  
می‌نماید.



«کیفیت اتفاقی نیست، ما علم، فن‌آوری، تجربه و هنر را با هم به‌کار گرفته‌ایم.»

این شعار شرکت تولیدی «نقش حجر» است که در سال ۸۱ جهت فراوری سنگ‌های تزئینی در شهرک صنعتی خضراء کرمان در زمینی به مساحت پانزدههزار مترمربع با خرید ماشین‌آلات بسیار دقیق فراوری سنگ‌های ساختمانی از کارخانه‌ی برتون ایتالیا به دو منظور ذیل تاسیس شد:

۱. فراوری سنگ ساختمانی مطابق استاندارد تعریف‌شده‌ی جهانی و صادرات به کشورهای حوزه‌ی خلیج فارس و همسایگان غربی و اروپا.  
۲. ایجاد انگیزه برای سرمایه‌گذاری در معادن و کارخانه‌های پیش‌تر در استان با هدف ایجاد بازار بورس سنگ در جنوب شرقی ایران.  
خوشبختانه این شرکت توانست با تکیه بر دانش مدیران خود و آموزش نیروی متخصص در مدت کوتاهی در کارخانه‌ی شرکت، ضمن ارتقای دانش فراوری سنگ و ایجاد واحد کنترل کیفیت و تحقیق و توسعه (R&D) روندی را آغاز نماید تا همیشه روحیه‌ی آموزش، یادگیری و تحقیق و خردورزی ملکه‌ی ذهن هر نیروی مشغول به کار در شرکت تولیدی نقش حجر گردد.

این کارخانه محصولات خود را با توجه به بهره‌گیری از ماشین‌آلات دقیق و اپراتوری مناسب و اجرای کنترل کیفیت جامع (TQM) با سبب دقیق و تلورانس مجاز در ابعاد و ضخامت حداکثر عرض ۶۰۰ میلی‌متر و حداقل ضخامت ۱۰ میلی‌متر به بازار عرضه می‌نماید، مدیران تولید و واحد کنترل کیفیت (QC) در جهت بهره‌وری و حفظ سرمایه‌ی ملی حداکثر تلاش خود را می‌نمایند.  
همکاری نزدیک با قطب‌های علمی و دانشگاه‌های مطرح

کشور و به‌خصوص استان کرمان از اهداف عالی‌ه شرکت بوده و همواره از انجام تحقیقات علمی در زمینه‌ی صنعت سنگ استقبال می‌نماید.  
پیاده‌سازی سیستم‌های پیشرفته‌ی تولید و تلاش در جهت استقرار سیستم تعالی سازمانی (EFQM) آینده‌ی روشنی را برای این شرکت رقم خواهد زد.  
مدیریت این شرکت ضمن رفع مشکلات، از طریق هم‌افزایی صنفی، مطالعه و تحقیق در مورد زنجیره‌ی ارزش از معدن تا

## برندهای برتر صنعت سنگ جهان (۱)



روح جدید، دیدگاه‌های جدید و استراتژی‌های نو را به دنبال داشت. مشارکت در معادن جدید در کشورهای دیگر از جمله برزیل و هند ایجاد کارخانه‌های مشارکتی در بازارهای هدف و مهم‌تر از همه، پیشگامی در عرصه‌ی محصولات جدید و منحصربه‌فرد به عنوان ماموریت شرکت شناخته شد که «Stone Boutique» (بوتیک سنگ) به عنوان ثمره‌ی این نگرش به مهم‌ترین نوآوری در صنعت سنگ و تلفیق سنگ با هنر و طراحی طی پنجاه سال اخیر گردید.  
سرانجام در سال ۲۰۰۲ لوییجی آنتولینی بنیان‌گذار شرکت درگذشت اما درخت تنومندی که وی نهال آن را غرس نمود با عرضه‌ی ایده‌ی «Stone Gallery» واداشت تا پیشگامی Antolini را در عرصه‌ی جهانی صحنه بگذارد.

در نهایت «بوتیک سنگ» و «تالار سنگ» به Stone Fashion Show منتهی شدند و همچنان مشعل صنعت سنگ در دستان آنتولینی‌ها باقی مانده است.

به طور خلاصه می‌توان دلایل موفقیت آنتولینی را به این شرح دسته‌بندی کرد:

۱. تداوم و پشتکار در طول خانواده
۲. توجه به افق و دیدگاه‌های جدید و توجه به خلاقیت
۳. اتخاذ استراتژی نوآوری و تلفیق صنعت با هنر
۴. اتخاذ استراتژی پیشگامی
۵. توجه به بهره‌گیری از منابع، شرکا و تکنولوژی‌های نو برای برآوردن نیازهای مشتریان خاص

گرانیت به صورت اسلب به مهم‌ترین بازیگر این عرصه تبدیل شد و توسعه‌ی بازار خویش را با حضور در دیگر نقاط اروپا از جمله انجام پروژه‌های بزرگ در اروپای شرقی در سال‌های ابتدایی دهه‌ی ۷۰ میلادی تداوم داد.

دیگر نقطه‌ی عطف مهم در سیر فعالیت‌های این شرکت، حضور در بازار ایالات متحده به عنوان بزرگ‌ترین مصرف‌کننده‌ی سنگ جهان و کسب بزرگ‌ترین سهم آن بازار ضمن ترویج مصرف سنگ در این کشور بود.



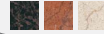
اتخاذ سیاست حضور در بازارهای بین‌المللی موثرترین استراتژی اتخاذشده از سوی آنتولینی بود که در مرحله‌ی بعد به استراتژی تامین مواد اولیه (سنگ خام) جدید از سایر کشورها به منظور تنوع‌بخشی به محصولات و تامین هرچه بیش‌تر خواسته‌ها و نیازهای معماران و مصرف‌کنندگان مبدل شد.

از ابتدای دهه‌ی نود، نسل سوم خانواده (Alessandro & Francesco) ریاست و نایب‌رئیس هیات‌مدیره‌ی شرکت را پذیرفتند و این

در جهت آشنایی با پیشگامان و برندهای برتر صنعت سنگ جهان، تلاش خواهد شد در هر شماره، یکی از این برندها و ترجیحاً از کشورهای مختلف معرفی گردند تا با اطلاع از استراتژی‌های آنان و مسیری که طی نموده‌اند، الگوهایی در اختیار علاقه‌مندان قرار داده شود. در این شماره به بزرگ‌ترین و مطرح‌ترین برند سنگ جهان از ایتالیا پرداخته‌ایم.

بدون شک مشهورترین و قوی‌ترین شرکت بین‌المللی در عرصه‌ی سنگ‌های تزئینی و اخیراً سنگ‌های زینتی در جهان شرکت خانوادگی Antolini است. خانواده‌ی آنتولینی (دو برادر) فعالیت خود را از یک کارگاه کوچک برش سنگ‌های نرم (مرمریت و چینی) در سال ۱۹۲۰ در نزدیکی ورونا آغاز نمود و پس از دوره‌ی کوتاهی به‌منظور توسعه‌ی فعالیت، اقدام به تملک معادنی در جوار کارخانه نمود. این فعالیت تا زمان جنگ دوم جهانی ادامه داشت. پس از پایان جنگ، Luigi جوان از نسل دوم پس از تحصیل در زمینه‌ی بازاریابی و فروش به پدر و عموی خود پیوست و موجب رونق بیش از پیش کسب و کار خانوادگی شد. از سال ۱۹۶۰ لوییجی به اتفاق خواهرش به دلیل داشتن دیدگاه‌های جدید از عمو و عموزاده‌ها جدا شد و کمپانی Antolini Luigi را با اجاره‌ی یک کارگاه کوچک آغاز نمود.

وی با نگاه به بازار (و نه نگاه به تولید) رشد بسیار سریع کمپانی را موجب گردید. اولین صادرات شرکت به آلمان به عنوان بزرگ‌ترین موفقیت در سال ۱۹۶۵ اتفاق افتاد که ایجاد انبار و کارگاهی در آلمان را به دنبال داشت. پس از آن لوییجی توانست به عنوان مجری طرح بازسازی کلیساها بر نفوذ و شهرت شرکت بیافزاید. آنتولینی به عنوان یکی از پیشگامان، با درک نیاز بازار به سنگ‌های جدید با راه‌اندازی خط تولید



گفت‌وگو با «محسن جلال پور»؛ نایب‌رییس اتاق

# بخشی از آینده وابسته به کاری است که توسط

پسته و یا همین حدود ارزآوری از محصولات دیگر باشد.

**به نظر شما چه بازارهایی در خارج از کشور با توجه به موقعیت سیاسی ایران در حال حاضر می‌تواند برای سنگ مطلوب باشد؟**

این که طی سال‌های گذشته توانسته‌ایم در انجمن سنگ یک برند را به ثبت رسانده و برای این محصولات در بعضی کشورهای عربی از جمله عراق، قطر و عمان جایگاهی به دست آوریم، ابتدای کار است و معتقدیم که باید آمادگی داشته باشیم به محض باز شدن فضای سیاسی کشور و برقراری روابط و تعامل بین‌المللی، یک حرکت رو به جلوی جدی و جهشی برای صادرات سنگ به همه کشورهای از جمله اروپایی، امریکای جنوبی و خاور دور داشته باشیم.

تقریباً در تمام سفرهایی که با گروه‌های اقتصادی داشته‌ام، احساس می‌کنم جای سنگ کرمان و دستاوردهایی که این محصول می‌تواند داشته باشد خالی است و این نیاز کاملاً محسوس است.

**مزایای سرمایه‌گذاری در بخش سنگ استان و تشویق به سرمایه‌گذاری در این بخش را چگونه ارزیابی می‌کنید؟**

با داشتن معادن فراوان در استان کرمان و کشور، باید انگیزه و شرایط حضور سرمایه‌گذاران در استان و این صنعت که از ملزومات است، فراهم شود و در این زمینه نیاز است که تضمین لازم را به سرمایه‌گذار بدهیم. سرمایه‌گذاری در معادن، کار درازمدتی است، کار کوتاه‌مدت با برداشت فوری نیست و سرمایه‌گذار باید بداند در مدت سرمایه‌گذاری می‌تواند روی قوانین، حمایت‌ها و همه‌ی مواردی که برای این کار لازم است، حساب کند که این امر باید در قوانین کشور و پشتیبانی‌های استان لحاظ شود و البته جزو برنامه‌های اتاق، به عنوان پوشش‌دهنده‌ی همه‌ی شکل‌ها، قرار دارد.

مسأله‌ی دیگر این است که باید نقدینگی لازم را برای سرمایه‌گذار فراهم کنیم و این امر توسط اتاق بازرگانی در برنامه‌ی قانون پنجم توسعه و بودجه‌ی ۹۱ دنبال شد تا بتوانیم تسهیلات بلندمدت با بهره‌ی قابل قبول را ارائه کنیم.

باید در مجموعه‌ی استان کرمان فضایی را ایجاد کنیم که تمام کشور و دنیا از وجود ظرفیت‌های استان مطلع شوند و اگر به‌عنوان مثال، صنعتی مانند سنگ و دیگر ظرفیت‌ها، به دنیا معرفی شود، چه‌بسا سرمایه‌گذاری‌های فراوانی در داخل و خارج از کشور امکان حضور داشته باشند که در این زمینه باید اطلاع‌رسانی و تبیین فضای صنعت و معدن استان در دستور کار قرار گیرد.

**از روند صادرات سنگ راضی هستید یا خبر و آیا در جهت بهبود این مسأله راهکار یا پیشنهادی دارید؟**

موفقیت توسعه‌ی صادرات این است که در بخش‌های معدنی، امکان واردات ماشین‌آلات و تجهیز کردن معادن به بهترین و به‌روزترین ماشین‌آلات داده شود و این کار را از طریق وزارت صنعت، معدن و تجارت دنبال می‌کنیم. مسأله‌ی دیگر که باید مورد توجه واقع شود، تغییر نحوه‌ی واگذاری معادن است، زیرا سیستمی که امروز هست، پروسه‌ی زمان‌بر و بی‌نتیجه‌ای بوده که این مورد

پرسنل اتاق نهایت همکاری را داشته باشند، چنان‌که تاکنون همین‌گونه بوده است.

**با توجه به این‌که خشکسالی، صادرات محصولات کشاورزی را تهدید می‌کند، فکر می‌کنید سنگ و مواد معدنی این پتانسیل را دارد که جایگزین این محصولات شود؟**

استان کرمان پیشینه‌ی کشاورزی دارد، اما برآوردهای دو دهه‌ی گذشته نشان می‌دهد که درصدی از اشتغال و تولید ناخالص در این بخش، کم و به بخش خدمات اضافه شده که با توجه به این روند، آینده‌ی استان نمی‌تواند به کشاورزی وابسته باشد.

از جمله ظرفیت‌ها و توانمندی‌های استان کرمان، معادن و از جمله‌ی آن‌ها معادن سنگ است که در این بخش، سنگ‌های تزئینی دارای تنوع زیادی بوده و با بیش از ۴۰ نوع یا بیشتر، ظرفیت بالایی را برای استان به‌وجود آورده است.

انجمن سنگ استان کرمان که فعالیت خود را از چند سال گذشته آغاز کرده، باید با این نگاه دیده شود که بخشی از آینده‌ی استان وابسته به کاری است که توسط این انجمن صورت می‌گیرد و مسلماً با توجه به تحلیل منابع کشاورزی در آینده، معادن و از جمله سنگ‌های تزئینی می‌تواند جایگزین یک‌ونیم میلیارد دلار ارزآوری



انجمن سنگ استان

کرمان که فعالیت

خود را از چند

سال گذشته آغاز

کرده، باید با این

نگاه دیده شود که

بخشی از آینده‌ی

استان وابسته به

کاری است که

توسط این انجمن

صورت می‌گیرد

و مسلماً با توجه

به تحلیل منابع

کشاورزی در آینده،

معادن و از جمله

سنگ‌های تزئینی

می‌توانند جایگزین

یک‌ونیم میلیارد

دلار ارزآوری

پسته و یا همین

حدود ارزآوری از

محصولات دیگر

باشد.

اشاره: استان کرمان از پتانسیل‌ها و ذخایر معدنی ممتازی در زمینه‌ی سنگ‌های تزئینی، سنگ آهن، مس و زغالسنگ برخوردار است و در حال حاضر با وجود مشکلات مبتلابه بخش کشاورزی و پراکندگی معادن در تمام سطح استان، شرایط برای رشد در بخش صنعت و معدن فراهم شده است. در این راستا انجمن توسعه‌ی صادرات سنگ‌های تزئینی استان کرمان به عنوان یکی از تشکلهای صادراتی جوان اما پرتحرک و قوی اتاق بازرگانی کرمان در کم‌تر از چهار سال از عمر خود، اقدام به برنامه‌ریزی و اجرای پروژه‌هایی در داخل و خارج از کشور نموده است و قادر است افق روشنی در برابر سرمایه‌گذاران بگشاید.

در این زمینه با آقای «محسن جلال پور» نایب‌رییس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران و رییس اتاق بازرگانی کرمان به گفت‌وگو نشستیم.

**جایگاه انجمن توسعه‌ی صادرات سنگ‌های تزئینی در اتاق بازرگانی کرمان و چشم‌انداز اتاق در مورد این انجمن را چگونه ارزیابی می‌کنید؟**

اتاق بازرگانی در دور جدید فعالیت خود طی سال‌های اخیر در راستای ارتقای جایگاه بخش خصوصی، راه‌اندازی تشکلهای خاص صنایع مختلف در بخش‌های اقتصادی را در پیش گرفته است. در این راستا اگر تشکلی در زمینه‌های مختلف پسته، خرما، محصولات گلخانه‌ای و... فعالیت می‌کند، می‌تواند برآیند کار خود را به کمیسیون کشاورزی، صنعت و... بیاورد و در نهایت این کمیسیون‌ها آن‌ها را پشتیبانی می‌کنند و این روند خوبی برای رسیدن به اهداف و برنامه‌های اقتصادی استان و همچنین برنامه‌هایی که اتاق سیاست‌گذاری می‌کند، است.

هیات‌رییسی اتاق بازرگانی نمی‌تواند جزء به جزء وارد بخش‌های کشاورزی، صنعتی و معدنی و همچنین زیرمجموعه‌های این حوزه‌ها شود و این کار عملی نیست، اما اگر هریک از این گروه‌ها کار خودشان را انجام داده و جمع‌بندی را در کمیسیون‌ها مطرح کنند، هیات‌رییسی اتاق می‌تواند سیاست‌گذاری کرده و برای حل مشکلات این بخش متناسب با آن‌چه در توان دارد، وارد شود.

در این راستا نظر دور جدید اتاق بازرگانی با هیات‌رییسه و هیات نمایندگان جدید، بیش‌تر بر تشکل‌گرایی بوده و خوش‌بختانه تا امروز در استان کرمان تشکلهای خوبی راه‌اندازی شده که بعضی از آن‌ها جنبه‌ی ملی پیدا کرده و کارهای بزرگی انجام داده‌اند.

از جمله تشکلهای جدید اتاق بازرگانی که در سال‌های گذشته در کرمان راه‌اندازی شده، انجمن سنگ است که در ابتدا توقع چنین رشد سریع و احساس چنین نیازی به آن مشهود نبود، ولی این تشکل در مدتی کوتاه، فعالیت‌های زیادی انجام داده است.

به اعتقاد بنده انجمن سنگ استان کرمان کارهای خوبی انجام داده و باید کارها و برنامه‌های بیش‌تری برای توسعه‌ی این بخش از ظرفیت‌های استان در پیش رو داشته باشد، با توجه به ظرفیت‌ها و توان استان، وجود متخصصان قابل، علاقه و انگیزه و همچنین اجباری که به حرکت از بخش کشاورزی به معادن داریم، همه‌چیز برای ارتقای انجمن سنگ و توسعه‌ی صادرات سنگ فراهم است و اتاق بازرگانی در این زمینه خود را موظف و مسئول می‌داند که باید همه‌ی مسئولان، اعضا و



سال اول  
شماره ۱  
خردادماه ۱۳۹۱

از طریق نماینده تام‌الاختیار اتاق بازرگانی در وزارت صنعت، معدن و تجارت در حال پی‌گیری است که با تغییر این پروسه، معادن به کسانی واگذار می‌شود که توانایی، ظرفیت و علاقه‌ی همکاری برای سرمایه‌گذاری را دارند.

باید از بی‌قانونی‌ها و بعضی تحمیل‌ها مثل مورد اخیر که برای صادرات سنگ وضع شد، جلوگیری کرده و نباید امروز مطلبی را بگوییم و روز بعد پشیمان شویم که این امر سرمایه‌گذار را دچار اخلاص می‌کند.

پیشنهاد ما این است که هم‌زمان با صادرات سنگ، این امکان به وجود آید که بخشی از پول صادرات به فرآوری برگردد، این امر مقبول‌تر است که از این طریق هم صادرات صورت گرفته و هم از نظر ورود ماشین‌آلات و امکانات وارد شده، صنعت ما توسعه پیدا کرده است.

اگر امروز صادرات را ممنوع کرده و فرآوری هم انجام ندهیم، ۱۰ سال دیگر در همین وضعیت هستیم، اما اگر صنایع را مشروط کنیم به این‌که در کنار صادرات، برای فرآوری هزینه کنند، در آینده صنایعی را که در این زمینه نیاز است، خواهند داشت.

با توجه به این‌که در شرایط کنونی با کمبود نقدینگی، امکان سرمایه‌گذاری نیست، اگر صادرات نیز متوقف شود، در آینده با وجود بازارها و شرایط جدید دنیا، امکان این‌که از ظرفیت‌های کشور استفاده کنیم، نخواهد بود و در این راستا باید با تدبیر و آینده‌نگری و دقت کار کنیم و در صورتی که در آینده با خلائی در بخش‌های مختلف کشاورزی و خدمات در استان مواجه شدیم، بتوانیم با اتکا به معادن و صنایع مرتبط و همچنین برنامه‌ریزی مناسب، آینده‌ی خوبی پیش رو داشته باشیم.

### مطابق تجربیات حضرت‌عالی در انجمن‌های پسته و دیگر انجمن‌های مشابه، چه فعالیت‌های دیگری باید در انجمن سنگ انجام شود تا طبق الگوی فعلی توسعه یابد؟

یکی از عوامل موثر در موفقیت تشکله‌ها هم‌گرایی و حضور همه‌جانبه‌ی ذی‌نفعان است، تشکلی که گروهی را جدا کرده و کنار بگذارد، موفق نخواهد بود.

کار علمی و کارشناسی عامل مهم دیگری است که باید در هر تشکلی، گروه‌های تحقیقاتی و مشاوران، کار علمی و کارشناسی انجام دهند و باید کمیته‌های مختلف از جمله تولید، بازاریابی و فرآوری را تشکیل داده و همه‌ی جهات صنعت را ببینند.

کمیته‌های تشکل باید کار علمی، تخصصی و به‌روز انجام داده و بعد از این کار، نگاه اصلی آن‌ها باید به خارج از کشور و بازارهای صادراتی باشد که اگر با این نگاه وارد شویم که چگونه می‌توانیم محصولات را صادر کنیم، در این صورت بازار داخلی را نیز به دست می‌آوریم.

نگاه ما باید به صادرات و بازارهای بین‌المللی باشد و هر تشکلی باید مانند انجمن سنگ برای رفع مشکلات پیش‌قدم شده و دعوت به همکاری کند تا نواقص رفع شود.

### نظر شما درباره‌ی تعرفه‌ی گمرکی صادرات سنگ خام چیست؟

به اعتقاد بنده، تعرفه‌ی چه در صادرات و چه در واردات، راه‌حل مسائل نیست، در زمینه‌ی سنگ نیز پیشنهاد ما به وزیر صنعت، معدن و تجارت این بود که در جاهایی



با داشتن معادن فراوان در استان کرمان و کشور، باید انگیزه و شرایط حضور سرمایه‌گذاران در استان و این صنعت که از ملزومات است، فراهم شود و در این زمینه نیاز است که تضمین لازم را به سرمایه‌گذار بدهیم.

سرمایه‌گذاری در معادن، کار درازمدتی است، کار کوتاه‌مدت با برداشت فوری نیست و سرمایه‌گذار باید بداند در مدت سرمایه‌گذاری می‌تواند روی قوانین، حمایت‌ها و همه‌ی مواردی که برای این کار لازم است، حساب کند.

امکان فرآوری و استفاده از سنگ استخراج‌شده وجود دارد، می‌توانید شرایط را به قدری رقابتی کنید که صادرات امکان‌پذیر نباشد و نیازی به تعرفه‌گذاری نیست. می‌توان با شرایط و قیمت بهتری این محصول را برای مجموع فرآوری داخلی خریداری کرده و در واقع فضا را برای تولید داخل فراهم کنیم و این‌که از یک‌طرف مثلاً سنگ آهن را برای شرکت‌های فولاد زیر قیمت خریداری و برای صادرات تعرفه‌گذاری کنیم، ما را رقابتی نخواهد کرد و در بازار جهانی جای پیدا نمی‌کنیم.

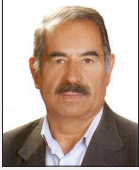
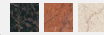
تولید و صنعتی موفق است که با نگاه برون‌گرا و رقابتی کار خود را پیش ببرد و در زمینه‌ی تعرفه، ابتدا باید شرایط فرآوری را مهیا کنیم و اگر فکر می‌کنیم مواد خامی که صادر می‌شود، باید در کشور سرمایه‌گذاری شود، صادرکننده را موظف کنیم به این‌که مقداری از ارزش حاصل از صادرات را در فرآوری سرمایه‌گذاری کند و مهم‌تر از این، باید فضا را به گونه‌ای یکنواخت و عادی کنیم که امکان حضور برنامه‌ی اجباری و از بیرون تزریق‌شده به مجموعه وجود نداشته باشد.

اگر هر زمان بخواهیم با یکسری ممانعت‌ها، تحمیل‌ها، پشتیبانی و رانت‌ها در بعضی بخش‌ها کار انجام دهیم، همواره درگیر فضایی غیررقابتی و ناسالم خواهیم بود. باید فضای بازار را یکنواخت کرده و رانت و تحمیل را برداریم تا شرایط عادی در بازار اتفاق افتد و عرضه، تقاضا، صادرات و واردات را خودش تعیین کند.

### تاثیر فعالیت‌های انجمن بر بازار فعلی و آینده‌ی سنگ استان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

ما به معادن و صنایع استان کرمان از جمله سنگ بسیار امیدوار هستیم و باید روی آن‌ها سرمایه‌گذاری بیش‌تری کرده و فضای بهتری برای حضور سرمایه‌گذار فراهم کنیم.

استان ما به‌ناچار و الزاماً طی ۱۰ سال آینده باید به سوی معادن و صنایع معدنی از جمله سنگ‌های تزئینی برود و من جایگزین وضعیت فعلی استان در صادرات محصولات کشاورزی را تنها صادرات محصولات معدنی و به‌ویژه سنگ‌های تزئینی می‌دانم.



## پیشکسوتان صنعت سنگ کرمان (۱)

## تلاشگر خلاق آقای علی باقری

عرصه‌ی سنگ استان شدم. نهایتاً در سال ۵۶ با احداث کارخانه‌ی سنگبری در انتهای خیابان جهاد فعلی، شاخه‌ی جدیدی به فعالیت‌هایم افزوده شد و پس از آن تاکنون به کمک فرزندانم چندین معدن را فعال نموده‌ام، از آن جمله:

۱. سنگ مرمریت کرم باقری جاده‌ی زرن
۲. مرمر ده‌پشته
۳. مرمر گروه راین
۴. مرمر گدار سیاه
۵. مرمر قلعه حسنعلی
۶. مرمر بادامستان
۷. مرمر رشکان
۸. چینی بافت
۹. مرمریت قرمز سنگستان
۱۰. پیمانکاری شرکت تعاونی معدنی روپاز (سنگ قرمز خاتم)
۱۱. مرمریت کرم عمران سنگ

و در طی این مدت با حضور در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی در امر صادرات نیز فعال بوده‌ام و همه‌ی تلاش‌م را مصروف بهبود وضعیت این صنعت و رونق بیش‌تر آن در استان نموده‌ام.

به نظر خودم بهترین پاداش برای فعالیت بیش از ۴۰ ساله‌ام در این عرصه، توفیق تامین سنگ بازسازی عتبات عالیات در عراق بوده، که امیدوارم مقبول درگاه الهی واقع شود.



معدن مرمریت سنگستان

منظور بهبود کار، دستگاه‌هایی برای برش لاشه و نظایر آن به کارخانه‌ام افزودم، سنگ مورد نیاز را در ابتدا از معدن کرمان و راین تامین کردم و سپس با اجاره‌ی سینه‌کار از شرکت کل معدن در منطقه‌ی سعیدی وارد

اینجانب فعالیت خود را در دهه‌ی ۴۰ با احداث موزاییک‌سازی و تولید موزاییک‌های حاوی قطعات مرمر آغاز نمودم و آشنایی‌ام با صنعت سنگ با خرید قطعات کوچک مرمر و مرمریت و دانه‌بندی آن بود. به مرور به

## اخبار برگزیده

## پیشرفت ۶۰ درصدی ۶۰ مصوبه‌ی استانی در بخش اکتشاف مواد معدنی

به گفته‌ی رییس سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی کشور، انگیزه و علاقه‌ی کافی برای ورود و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی به اکتشافات معدنی وجود دارد و طی ۴ دوره‌ی سفرهای استانی هیات دولت، پیشرفت ۱۰۰ درصدی برای ۶۰ مصوبه‌ی استانی در بخش اکتشافی به دست آمده است. (پایگاه خبری سایت سازمان زمین‌شناسی کشور)

**حضور اتاق بازرگانی در ۱۶۰ مرجع اقتصادی تصمیم‌گیر**  
نایب‌رییس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران گفت: امروز اتاق بازرگانی ایران در ۱۶۰ شورا و مرجع اقتصادی تصمیم‌گیر در کشور به عنوان عضو اصلی حضور دارد و این حضور برای اتاق الزام‌آور است. به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی استان کرمان، محسن جلال‌پور در نشست مشترک با مشاوران اتاق کرمان، مشاوران را یکی از چهار پایه‌ی اصلی اتاق ایران عنوان کرد و اظهار داشت: تشکل‌ها، اتاق‌های استان‌ها و کمیسیون‌ها از دیگر عناصر اصلی اتاق ایران هستند. وی ارائه مشاوره به اعضای اتاق را تنها بخشی از شرح وظیفه مشاوران اتاق دانست و تصریح کرد: امروز مشاوران اتاق باید در ارائه نقطه‌نظر خود در خصوص مسائل مربوط به قوانین موجود در بخش‌های مختلف به اتاق اعلام و در این زمینه فعالانه عمل کنند. (ماخذ: فارس)

## ناهماهنگی در لغو عوارض صادرات سنگ

یک صادرکننده‌ی سنگ از ادامه‌ی ناهماهنگی بین دستگاه‌های مختلف در خصوص مصوبه‌ی لغو عوارض ۷۰ درصدی صادرات سنگ‌های ساختمانی فرآوری‌نشده خبر داده و از تأثیرات آن بر بازارهای صادراتی کشور انتقاد کرد. مجید تجار اظهار کرد: در یک‌ماه اخیر در نحوه‌ی ابلاغ مصوبه‌ی هیات دولت به گمرک‌های کشور در خصوص لغو عوارض ۷۰ درصدی صادرات سنگ‌های نما و ساختمانی مشکلی وجود داشت، به‌گونه‌ای که هنوز این مصوبه در گمرکات اجرایی نشده است. (شبکه‌ی اطلاع‌رسانی ساختمانی ایران)

## گزارش

## نمایشگاه بین‌المللی صنعت ساختمان، مصالح ساختمانی، ماشین‌آلات و تکنولوژی و محیط زیست Project Qatar 2012



مذکور مستقر شده بود و ضمن غرفه‌آرایی خوب از تمامی سنگ‌های معدن فعال کرمان- ایران، جاذبه‌ی بسیار مناسبی را برای بازدیدکنندگان قطری و مصرف‌کنندگان و پیمانکاران و حتی صاحبان غرفه‌های مجاور اعم از اروپایی و اسپانیایی ایجاد نموده و توانست از فرصت به‌وجود آمده در جهت رسیدن به هدف تجارت با کشور قطر به‌خوبی استفاده نماید.  
این نمایشگاه فرصت کافی را برای شناسایی مصرف‌کنندگان خرده و پیمانکاران کلان به‌وجود آورده که شرکت Mafco. M&G امیدوار است بر پایه‌ی اطلاعات اخذشده، مشتریان مناسب و قابل قبولی را برای عرضه‌ی سنگ تزئینی و دیگر مصالح ساختمانی جذب و ارتباط تجاری خوبی را با آن‌ها برقرار نماید.

نمایشگاه مذکور به وسعت ۶۲۰۰۰ مترمربع در مرکز نمایشگاه بین‌المللی قطر با شرکت ۲۰۸۳ شرکت از ۴۷ کشور جهان در شهر دوحه‌ی قطر از تاریخ ۲۰ April تا ۳ May برگزار گردید.

با توجه به رشد اقتصادی، درآمد سرانه‌ی بالای کشور قطر و حجم ساخت و ساز با کاربری‌های مختلف، همه‌ی تولیدکنندگان کشورهای جهان اعم از صنعت ساختمان، مصالح ساختمانی، انواع سنگ ساختمانی و ماشین‌آلات و تکنولوژی‌های «High-tech» شرکت کرده بودند. شرکت Mafco. M&G نماینده‌ی شرکت بازرگانی نقش کریمان در کشور قطر، تحت برند Mafco Stone در نمایشگاه مذکور در غرفه‌ای به مساحت ۴۲ مترمربع در سالن Stone Tech و در موقعیتی مناسب از سایت

## قطب‌های سنگ استان (۱)

### بافت



اهمیت شهرستان بافت از جنبه‌ی معدنی بر کسی پوشیده نیست؛ خصوصاً ذخایر کرومیت و سنگ چینی، بافت را به یکی از قطب‌های این مواد معدنی بدل نموده است. این پتانسیل معدنی از ویژگی‌های زون زمین‌شناسی سهند - سیرجان است که تاثیر بسزایی بر کانسازسازی در استان کرمان بر جای گذارده است.

شرایط تکتونیکی پیچیده و نفوذ توده‌های آذرین و انجام فرآیندهای دگرگونی موجب ایجاد حجم بزرگی (که کم‌تر مشابه دارد) از یک نوع ماده‌ی معدنی در منطقه شده اما متاسفانه بدون توجه به خصوصیات زمین‌شناسی، استخراج از ذخایر سنگ چینی صورت گرفته و می‌گیرد که این بی‌توجهی خود زمینه‌ساز بالارفتن هزینه‌های استخراج، ضایعات زیاد و در نهایت بالارفتن قیمت تمام‌شده و عدم توجیه اقتصادی و رقابت‌پذیری شده است. از مجموع بیش از ۳۰ معدن سنگ چینی که در دهه ۷۰ فعال بوده‌اند، در حال حاضر ۱۵ معدن فعال و یا نیمه‌فعال هستند که برآورد استخراج سالانه‌ی آن‌ها یکصد و بیست‌هزار تن سنگ چینی مرغوب و متوسط است. ۴ واحد سنگبری نیز در شهرستان بافت فعالیت می‌کنند که عمدتاً به برش سنگ چینی اشتغال دارند که بنا بر نیاز بازار، مرمریت نیز در ردیف تولیدات آن‌ها قرار می‌گیرد.

وفور مواد اولیه و فاصله‌ی ناچیز بین معادن و کارخانه‌ها، فرصت مناسبی برای تولید انبوه و ارزان سنگ چینی و عرضه به بازار استان و استان‌های هم‌جوار فراهم آورده است اما متاسفانه به دلایلی که ذیلاً به برخی از آن‌ها اشاره

می‌شود، این امر محقق نگردیده است.

۱. راه ارتباطی معادن موجود در منطقه بسیار نامناسب است و موجب گردیده است تا اولاً صاحبان خودروهایی حمل‌کننده‌ی سنگ، تمایلی به حمل سنگ منطقه نداشته باشند و ثانیاً هزینه‌ی حمل سنگ افزایش یافته و گاهی برای مسافت‌های طولانی با بهای سنگ برابری می‌کند و در نتیجه، مصرف‌کنندگان اصلی که سنگبری‌های شهرهایی نظیر کرمان، یزد و اصفهان هستند خرید سنگ از بافت را فاقد توجیه اقتصادی می‌دانند.

۲. از سال‌های دور مشکلات حادث‌شده بین اهالی محل و صاحبان معادن یا پیمانکاران آن‌ها یکی از دلایل اصلی تعطیلی یا توقف متناوب معادن بوده است که این وقفه‌ها علاوه بر ایجاد خسارت برای معدنکاران، موجب نوسان در عرضه‌ی سنگ بر بازار شده و مصرف‌کنندگان را نسبت به تامین مواد اولیه از بافت مردد ساخته و بازار سنگ بافت را نسبت به سایر مناطق کشور تضعیف نموده است.

۳. مشکل نقدینگی و فقدان سرمایه در گردش سنگبری‌ها و معادن، یکی از عمده‌ترین دلایل رکود صنعت سنگ بافت محسوب می‌شود.

در پایان راهکارهای زیر برای برون‌رفت از وضعیت

موجود که قابل اجرا به نظر می‌رسد پیشنهاد می‌گردد:

۱. اجرای عملیات اکتشافی عمیق توسط افراد صاحب صلاحیت در منطقه، جهت شناسایی ذخایر سنگ چینی و سایر ذخایر سنگ تزئینی.

۲. سرمایه‌گذاری جهت احداث جاده‌ی دسترسی معادن.

۳. از سال‌ها پیش ۴ واحد سنگبری مستقر در بافت که زمین کارخانه‌ی خود را از شهرداری خریداری نمودند، به دلیل عدم تفاهم بین شهرداری بافت و شرکت شهرک‌های صنعتی استان با وجود مجاورت شهرک صنعتی از مزایای آن محروم هستند که به نظر می‌رسد با عنایت دست‌اندرکاران در استان، مساله به راحتی به نفع صنعتگران منطقه پایان خواهد یافت.

۴. توجه به سایر محصولات قابل تولید از سنگ چینی.

۵. برنامه‌ریزی برای تخصیص تسهیلات با بهره‌ی کم برای تکمیل ماشین‌آلات و تامین مواد اولیه و پیش‌خرید سنگ مورد نیاز پروژه‌های بزرگ در سطح استان از سنگبری‌های بافت.

۶. تشویق و تبلیغ استفاده از سنگ در فضاهای شهری (جدول، سنگفرش) در سطح شهرها و روستاهای منطقه.

## سنگ تزئینی

## آشنایی با انواع سنگ تزئینی (سنگ‌های ساختمانی)

### ۱. سنگ‌های آهکی کربناته ۱-۱ مرمر (ONYX)

سنگ‌های طبیعی بخش جدایی‌ناپذیر از تاریخ زندگی انسان از نظر کاربردهای ساخت‌وساز و تزئینات می‌باشند. کشور ما نیز با تاریخچه‌ی کهن خود، آوردگاه بناهای منحصر به فرد تاریخی همچون ستون‌های سنگی برافراشته و حجاری‌های برجای‌مانده از پیشینیان است که هویت فرهنگی و هنری اعصار گذشته‌ی ما را به نمایش می‌گذارد و دلیلی بر سابقه‌ی دیرینه‌ی اقوام ایرانی در شناخت و بهره‌گیری سنگ‌های طبیعی محسوب می‌شود.

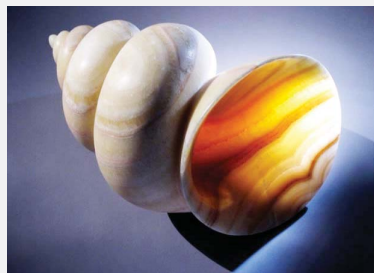
سنگ مرمر (ONYX) یکی از زیباترین مواد کشف‌شده توسط انسان است و نماد زیبایی و عظمت در بناهای بزرگ به‌جای‌مانده از سلاطین و امپراطوران بوده است. استفاده‌ی ماهرانه‌ی سنگ مرمر در تزئین دیوارها، پنجره‌ها، محراب و منبر اوج به‌کارگیری این معجزه‌ی طبیعت در دست ساخته‌های بشری است که به دلیل زیبایی خیره‌کننده، تقدس و ایجاد آرامش خاص عمدتاً در عبادتگاه‌ها و اماکن با کاربری معنوی مورد استفاده قرار گرفته است. امروزه به دلیل ظرافت و دوام، انتخاب اول برای کاربردهای متعدد و متنوع محسوب می‌شود، با این حال، سه اصل استفاده از سنگ مرمر، ساخت‌وساز، دکوراسیون داخلی و مجسمه‌سازی می‌باشد.

در گذشته به دلیل خاصیت معجزه‌آسای این سنگ جهت درمان بیماری‌های روحی و روانی استفاده می‌شده است.

در تعریف سنگ‌های تزئینی در ایران عموماً اختلاطی بین عنوان مرمر، مرمریت و چینی اتفاق می‌افتد که از ترجمه‌ی غیردقیق کلمه‌ی Marble ناشی می‌شود. ماربل عنوانی برای سنگ‌های کربناته (آهکی) رسوبی، کمی دگرگون شده است که در طرح‌ها و رنگ‌های متفاوت یافت می‌شود و در صنعت سنگ ایران معادل مرمریت و چینی‌های سفید و

خاکستری در نظر گرفته می‌شود.

اما مرمرها (onyxes) سنگ‌های کربناته رسوبی حاصل از چشمه‌های آب ناشی از فعالیت‌های آتشفشانی و ماگمایی هستند که به‌دلیل شرایط خاص ته‌نشینی و رسوب به‌صورت شفاف (Transparent) با یا بدون رگه و در رنگ‌های متفاوت و بسیار زیبا یافت می‌شوند.



مرمرها به‌دلیل ذخایر محدود و کم که ناشی از شرایط تشکیل آن‌هاست بسیار ارزشمندتر و پرهیزتر از سایر سنگ‌ها هستند. از آن‌جا که چشمه‌های آب گرم (هیدروترمال) حاوی کانی‌های فلزی متفاوت هستند، وجود هریک از این رنگدانه‌ها در محلول، مرمر سفید و روشن را به رنگ خاصی تغییر می‌دهد. از این رو این سنگ در رنگ‌های متفاوت سبز، قرمز، سیاه، صورتی، زرد و... یافت می‌شود، اما ویژگی همگی آن‌ها نورگذری (Transparency) و شفافیت است که دلیل اصلی زیبایی و جذابیت و طرفداران بی‌شمار آن است. رنگ‌های ملایم و جذاب مرمرها خصوصاً رنگ سبز از سویی و کمیابی آن‌ها موجب شده علاقه‌مندان آن را به عنوان تحفه‌ی گران‌بها و یا اماکن مقدس و یا قصرهای سلاطین اهدا کنند و هنرمندان سنگ‌تراش از این ویژگی در خلق

آثار جلودان و ماندگار بهره‌گیرند.

علاوه بر گرانی، دلایل دیگری موجب شده است مرمرها کم‌تر در کارهای عمومی و فعالیت‌های ساختمانی مرسوم و متداول به‌کار گرفته شوند. مرمرها به‌دلیل شرایط تشکیل خاص از درجه‌ی سختی پایین‌تری نسبت به مرمریت‌ها و چینی‌ها برخوردارند. در نتیجه‌ی مقاومت و سایش پایین در اماکن عمومی و خصوصاً در کف ساختمان‌های پُرفرفت‌وآمد (با کفش) به‌سرعت کیفیت و جلای خود را از دست داده و در اثر خراشیدگی سطح، منظره‌ی نامناسبی پیدا می‌کنند. از طرفی شرایط محیطی مانند نور مستقیم خورشید، سرما و گرمای محیط و بارندگی در مناطق شهری به‌سرعت به آن لطمه زده و موجب فرسایش و تغییر رنگ آن می‌شود. لذا بهترین کارایی و دوام آن در فضاهای داخلی و بر دیواره‌ی ساختمان‌هاست، اگرچه در اماکن مقدس که معمولاً تردد بدون کفش صورت می‌گیرد، به‌کارگیری آن در کف نیز بلامانع است. استفاده از مواد پاک‌کننده‌ی شیمیایی نیز موجب تغییر در جلوه و کیفیت سنگ می‌شود که لازم است در هنگام طراحی، نصب و سپس در نگهداری بدان توجه داشت. اما مرمرها آن‌چنان جذاب و زیبا هستند که این نقاط ضعف نیز از ارزش آن‌ها و آرامش حاصل از نظاره‌ی آن‌ها نمی‌کاهد.

استان کرمان قطب مرمر کشور و ایران قطب مرمر دنیاست. مرمر در انواع رنگ، طرح و بافت در سراسر استان کرمان یافت می‌شود. ذخایر متعدد مرمر سبز راین و بم و سیرجان، سفید رفسنجان و جیرفت و شهربابک، صورتی و سفید بردسیر، سیاه رفسنجان و عسلی سیرجان از دیرباز در داخل و خارج استان و کشور شناخته‌شده و مورد مصرف بوده‌اند. حمام گنجعلیخان، آرامگاه شاه نعمت‌الله ولی، کاخ‌های سلطنتی در تهران و عتبات عالیات در عراق گواهی بر این مدعاست که کرمان نگین انگشتی مرمر جهان است.

## اخبار نمایشگاه

### نمایشگاه سنگ ورونا

نمایشگاه سنگ ورونا که از ۳۰ شهریور تا ۲ مهر برگزار می شود محل ملاقات اجتناب ناپذیر دست اندرکاران سنگ مرمر، تولیدکنندگان ماشین آلات و ابزار سنگ، دست اندرکاران بخش ساختمان، طراحان و آرشیتکتها از سراسر جهان می باشد. به لطف استقرار سیستم یکپارچه خدماتی در این نمایشگاه، تولیدکنندگان و خریداران به راحتی یکدیگر را یافته و هیات های متعدد خارجی قادرند به راحتی از تمامی نوآوری های تکنیکی و خدماتی بازدید به عمل آورند. از ویژگی های جالب این نمایشگاه حضور بیش از ۱۵۰۰ غرفه دار از ۵۶ کشور جهان، بیش از ۵۶۰۰۰ بازدیدکننده حرفه ای از ۱۳۳ کشور جهان و حضور بیش از ۱۳۰۰ آرشیتکت و طراح در آن است.

### نهمین نمایشگاه بین المللی سنگ

نهمین نمایشگاه بین المللی مرمر، بخش تولید و فراوری سنگ های طبیعی ۲۷ الی ۳۰ مهر ۱۳۹۱ در استانبول ترکیه و در محل نمایشگاه بین المللی سی ان آراکسیو برگزار می شود. جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره: ۰۰۹۰۲۱۲۴۶۵۷۴۷۵ داخلی (۲۵۶۰) تماس حاصل نمایید.

### نمایشگاه صنعت

### ساخت و ساز، راه، ابنیه، مصالح و تجهیزات و سنگ سلیمانیه

نمایشگاه صنعت ساخت و ساز، راه، ابنیه، مصالح و تجهیزات و سنگ سلیمانیه از ۳ الی ۶ مهرماه ۱۳۹۱ در شهر سلیمانیه عراق برگزار خواهد شد. جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره های ۷۷۴۸۳۷۲۶ (۰۲۱) و ۷۷۵۱۶۶۱۳ و ۷۷۵۱۶۶۱۴ تماس حاصل نمایید.

### نمایشگاه توانمندی های تجاری و صنعتی در گرگان برگزار شد

نمایشگاه توانمندی های تجاری و صنعتی از تاریخ ۲ تا ۵ خردادماه با حضور مهمانان شرکت کننده در سیزدهمین شورای همکاری های بین المللی اتاق های بازرگانی و تجاری در گرگان برگزار گردید. در این نمایشگاه که ۷۰ غرفه در آن برپا و محصولات تجاری، مواد غذایی و توانمندی های صنعتی و بازرگانی شرکت های مختلف عرضه شد، نمایندگان از قزاقستان و روسیه، گلستان، کرمان، بجنورد و دیگر مناطق حضور داشتند. به گزارش روابط عمومی اتاق کرمان، غرفه ای اتاق در این نمایشگاه با همکاری انجمن های چهارگانه ای اتاق کرمان برپا شد و در طول برگزاری این نمایشگاه، بازدیدکنندگان با توانمندی های صادراتی استان کرمان در بخش های پسته، خرما، گردو و سنگ تزئینی آشنا شدند.

### اولین نمایشگاه تخصصی سازه ها، نمای پوششی ساختمان و ابنیه

زمان برگزاری  
تاریخ شروع: جمعه  
۱۳۹۱-۰۷-۱۴  
۲۰ اکتبر ۲۰۱۲  
تاریخ پایان: دوشنبه  
۱۳۹۱-۰۷-۱۷  
۰۸ اکتبر ۲۰۱۲  
مجری  
نام: شرکت تعاونی کارکنان  
نمایشگاه های ج.ا.

### دهمین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات و مصالح ساختمانی، معدن و سنگ های تزئینی

### (Iran Con Min ۲۰۱۲)

زمان برگزاری  
تاریخ شروع: جمعه  
۱۳۹۱-۰۸-۰۵  
۲۶ اکتبر ۲۰۱۲  
تاریخ پایان: دوشنبه  
۱۳۹۱-۰۸-۰۸  
۲۹ اکتبر ۲۰۱۲  
نام مجری: شرکت پالار سامانه  
تلفن: ۰۲۱-۸۸۷۹۸۷۳۸۹-۸۸۷۹۹۳۳۴  
محل برگزاری: شرکت سهامی  
نمایشگاه های بین المللی  
تهران

### سومین نمایشگاه بین المللی معماری داخلی، خانه و مدرن و دکوراسیون

زمان برگزاری  
تاریخ شروع: یکشنبه  
۱۳۹۱-۱۱-۲۹  
۱۷ فوریه ۲۰۱۳  
تاریخ پایان: چهارشنبه  
۱۳۹۱-۱۲-۱۳  
۲۰ فوریه ۲۰۱۳  
مجری  
نام: شرکت نماتگر  
محل برگزاری: شرکت سهامی  
نمایشگاه های بین المللی  
تهران  
تلفن:  
۰۲۱-۸۸۲۰۸۴۲۳  
- ۸۸۸۷۳۲۸۳

## فراخوان

### انجمن توسعه صادرات سنگ های تزئینی کرمان

از کلیه فعالان صنعت سنگ و معدن جهت ارائه خبر، مقاله، آمار، اطلاعات و نقطه نظرات در خبرنامه ای انجمن دعوت به همکاری می نماید.  
جهت کسب اطلاعات بیشتر  
با شماره ۰۳۴۱-۲۴۴۶۳۴۴ تماس حاصل فرمایید.

## کارخانه «کرمان حجیر»

آدرس: کرمان، جاده جویبار، شهرک صنعتی شماره یک، بلوار افرا،  
خیابان داوودی، پلاک ۳، کارخانه «کرمان حجیر»  
شماره تلفن: ۰۳۴۱-۳۲۱۲۲۲۶  
شماره نمابر: ۰۳۴۱-۳۲۱۲۲۲۶  
ایمیل: azizzadehahmad@gmail.com

## شرکت معدنی ذر سنگ کرمان

سنگ ساختمان خود را در معدن انتخاب کنید

آدرس معدن:  
کرمان کلومتر ۴ جاده کومیکه، بعد از سرای سالمندان، شرکت ذر سنگ کرمان  
Tel: +98 341 351108 Tel: +98 341 3510881