



# فرم طرح توجیهی نمایشگاه های داخلی

**عنوان نمایشگاه:** نمایشگاه بین المللی حمل و نقل، لجستیک و صنایع وابسته

**دوره نمایشگاه:** هفتمین

**نام متقاضی:** شرکت نمایشگاهی میلاد نور

**کد شناسه شرکت:** ۱۰۱۰۲۵۱۹۸۲۹

**تاریخ تنظیم فرم:** ۱۴۰۴/۰۹/۱۷

**دفتر خدمات اطلاعات تجاری**

**دبیرخانه کارگروه برنامه ریزی و نظارت بر رویدادهای تجاری**

## بسمه تعالی

### ۱- عنوان نمایشگاه:

نمایشگاه بین‌المللی حمل و نقل، لجستیک و صنایع وابسته	الف) فارسی:
International Exhibition of Transportation, Logistics and Related Industries	ب) انگلیسی:
هفتمین	ج) دوره برگزاری:

### ۲- نوع نمایشگاه:

<input checked="" type="checkbox"/> تخصصی - بین‌المللی	<input type="checkbox"/> تخصصی - داخلی
<input type="checkbox"/> سایر ...	<input type="checkbox"/> فرهنگی

### ۳- سایت محل برگزاری:

<input checked="" type="checkbox"/> محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران	<input type="checkbox"/> مرکز نمایشگاهی شهر آفتاب
<input type="checkbox"/> بوستان گفتگو	<input type="checkbox"/> سایر ...

### ۴- زمان تقریبی برای برگزاری:

الف) شمسی	ماه: آذر	سال: ۱۴۰۵
ب) میلادی	ماه: November	سال: 2026

### ۵- مدت زمان تقریبی برگزاری:

الف) ۴ روز <input checked="" type="checkbox"/>	ب) سایر <input type="checkbox"/> ... روز
--	--

### ۶- متراژ مورد درخواست:

کل متراژ ارزی: ۳۰۰ متر مربع	کل متراژ ریالی: ۲۰۰۰۰ متر مربع
-----------------------------	--------------------------------

## ۷- گروه‌های کالایی نمایشگاه:

Logistics & Supply Chain Management	لجستیک و مدیریت زنجیره تأمین
Integrated Logistics Services	خدمات لجستیک یکپارچه
3PL & 4PL Logistics Services	لجستیک طرف سوم و چهارم
Logistics Centers & Warehousing	مراکز لجستیکی، انبارداری و دپو
Cold Chain Logistics	لجستیک سرد و دمایی
Logistics Parks & Terminals	پارک‌ها و پایانه‌های لجستیکی
SCM & ERP Solutions	مدیریت زنجیره تأمین و ERP
Road Transport & Transit Operations	حمل‌ونقل جاده‌ای و ترانزیت
Road Freight Carriers	شرکت‌های حمل‌ونقل جاده‌ای کالا
Intermodal & Multimodal Transport	حمل‌ونقل ترکیبی (جاده-ریلی-دریایی)
International Transit Services	خدمات ترانزیت بین‌المللی
Intelligent Transport Systems (ITS)	سیستم‌های هوشمند حمل‌ونقل جاده‌ای
Rail Transport & Railway Logistics	حمل‌ونقل ریلی
Rail Freight Operators	اپراتورهای ریلی بار
Rail Equipment & Rolling Stock	تجهیزات ریلی، واگن و لکوموتیو
Rail Traffic Management Systems	سیستم‌های مدیریت سیر و حرکت
Rail-Port & Rail-Dry Port Logistics	حمل ترکیبی ریلی-بندری/خشکی
Maritime Transport, Shipping & Port Logistics	حمل‌ونقل دریایی، بندری و کشتیرانی
Shipping Lines	خطوط کشتیرانی
Port & Terminal Operators	اپراتورهای بندری و ترمینال‌های کانتینری
Maritime Logistics & Forwarding	لجستیک دریایی و فورواردری
Port Handling Equipment	تجهیزات بندری و جرثقیل‌ها
Air Cargo & Airport Logistics	حمل‌ونقل هوایی و لجستیک فرودگاهی
Air Cargo Operators	شرکت‌های حمل‌ونقل هوایی بار
Air Cargo Terminals	پایانه‌های بار هوایی
Airport Operation Systems	سیستم‌های مدیریت عملیات هوایی
Free Trade Zones & Special Economic Zones	مناطق آزاد و ویژه اقتصادی
Logistics Investment Opportunities	ظرفیت‌های لجستیکی و سرمایه‌گذاری
FTZ Trade & Transit Services	خدمات تجاری و ترانزیتی
Logistics Infrastructure Projects	پروژه‌های زیرساختی لجستیکی
Transport & Logistics Innovation & Technologies	فناوری و نوآوری لجستیک
IoT in Logistics	اینترنت اشیا در لجستیک

AI & Big Data in Transport	هوش مصنوعی و کلان داده
Transport Management Systems	سیستم‌های مدیریت حمل و نقل (TMS)
Smart Tracking & Telematics	سیستم‌های ردیابی هوشمند
Digital Supply Chain Solutions	زنجیره تأمین دیجیتال
Drones, Robotics & Autonomous Vehicles	پهپادها، رباتیک و خودروهای خودران
<b>Logistics Equipment, Machinery &amp; Vehicles</b>	<b>تجهیزات، ماشین‌آلات و خودروهای لجستیک</b>
Forklifts & Warehouse Equipment	لیفتراک و تجهیزات انبارداری
Commercial Vehicles	خودروهای حمل و نقل تجاری
Container & Handling Equipment	تجهیزات بارگیری و تخلیه
Packaging & Loading Systems	تجهیزات بسته‌بندی و باربندی
<b>Trade, Inspection, Insurance &amp; Financial Services</b>	<b>خدمات بازرگانی، بازرسی، بیمه و مالی لجستیک</b>
Transport & Cargo Insurance	بیمه تخصصی حمل و نقل
Financial & Investment Services	خدمات مالی و سرمایه‌گذاری
Cargo Inspection & Compliance	بازرسی کالا و استاندارد
Freight Forwarding & Customs Clearance	فورواردری و ترخیص کالا
<b>Universities &amp; Research Centers</b>	<b>دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی</b>
Professional Training Programs	دوره‌های آموزشی تخصصی
Industry–Academia R&D Cooperation	همکاری‌های تحقیق و توسعه
Transport Research Projects	پروژه‌های پژوهشی حمل و نقل
<b>Government Bodies &amp; Infrastructure Organizations</b>	<b>نهادهای دولتی و سازمان‌های سیاست‌گذار</b>
National Transport Authorities	وزارتخانه‌ها و سازمان‌های حمل و نقل
State-Owned Holding Companies	شرکت‌های مادر تخصصی
Policy & Advisory Bodies	شوراها و کارگروه‌های تخصصی
<b>Urban Transport &amp; Urban Logistics</b>	<b>حمل و نقل شهری و لجستیک شهری</b>
Urban Public Transport (Bus, Metro, BRT)	حمل و نقل عمومی شهری (اتوبوس، مترو، BRT)
Smart Urban Mobility Management	مدیریت حمل و نقل هوشمند شهری
Integrated Urban Transport Systems	سامانه‌های یکپارچه حمل و نقل شهری
Electric & Clean Urban Transport Fleets	ناوگان حمل و نقل پاک و برقی
Urban Logistics & Last-Mile Delivery	لجستیک شهری و توزیع آخرین مایل
Urban Logistics Hubs & Distribution Centers	مراکز لجستیک شهری و پارک‌های توزیع
Urban Mobility Platforms	پلتفرم‌های حمل و نقل شهری
Shared Mobility Solutions	اشتراک‌گذاری سفر و ناوگان
Traffic Management Technologies	تجهیزات و فناوری‌های مدیریت ترافیک

۸- در صورت سابقه برگزاری نمایشگاه در تهران جدول زیر را تکمیل نمایید. (به ترتیب دو دوره آخر)

سال	فضای مفید			تعداد شرکت‌ها			محل برگزاری	عنوان نمایشگاه	برگزار کننده
	ریالی	ارزی	کل	داخلی	خارجی	کل			
۱۴۰۴	۳۶۴۸۵,۵	۶۱۴۰	۴۲۶۲۵,۵	۳۷۵	۲۷۰	۶۴۵	نمایشگاه بین‌المللی تهران	بیستمین نمایشگاه بین‌المللی، قطعات لوازم و مجموعه‌های خودرو	شرکت نمایشگاهی میلاد نور
۱۴۰۴	۱۰۸۲۴,۵	۴۰	۱۰۸۷۴,۰۵	۷۲	۰	۷۲	نمایشگاه بین‌المللی تهران	ششمین نمایشگاه بین‌المللی حمل و نقل، لجستیک و صنایع وابسته	شرکت نمایشگاهی میلاد نور
۱۴۰۳	۹۱۶۹	۰	۹۱۶۹	۱۲۷	۰	۱۲۷	نمایشگاه بین‌المللی تهران	بیست و پنجمین نمایشگاه دستاوردهای پژوهش فناوری و فن‌بازار	شرکت نمایشگاهی میلاد نور
۱۴۰۳	۶۹۹۳,۵	۱۶۵	۷۱۵۸,۵	۷۰	۰	۷۰	نمایشگاه بین‌المللی تهران	یازدهمین نمایشگاه بین‌المللی حمل و نقل ریلی، صنایع تجهیزات و خدمات وابسته	شرکت نمایشگاهی میلاد نور
۱۴۰۳	۵۷۸۰,۲۵	۱۰۲	۵۸۸۲,۲۵	۸۰	۲	۸۲	نمایشگاه بین‌المللی تهران	بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی ورزش و تجهیزات ورزشی	شرکت نمایشگاهی میلاد نور
۱۴۰۳	۳۳۹۲,۵	۰	۳۳۹۲,۵	۹۵	۰	۹۵	نمایشگاه بین‌المللی تهران	چهاردهمین نمایشگاه مادر و نوزاد و کودک	شرکت نمایشگاهی میلاد نور

۹- نام نهادها، اتحادیه‌ها و تشکل‌های تولیدی و صادراتی مرتبط با موضوع نمایشگاه درخواستی:

نام تشکل/دستگاه اجرایی	نام و نام خانوادگی مدیر عامل	شماره تماس	آدرس وب سایت
انجمن صنفی شرکت‌های حمل و نقل ریلی و خدمات وابسته	سیدعلیرضا سیدوکیلی	۰۹۱۲۳۷۵۰۰۶۵	۰۰۰۰.۰۰۰۰۰۰۰۰.۰۰۰۰
اتحادیه مالکان کشتی ایران	آقای محمدرضا طباطبایی	۰۹۱۲۱۴۶۰۷۷۵	۰۰۰۰.۰۰۰۰۰۰.۰۰۰۰
انجمن مهندسی حمل و نقل ریلی ایران	سیدابوالفضل بهره دار	۰۹۱۲۶۳۹۱۲۶۴	/۰۰۰۰۰۰۰.//۰۰۰۰۰۰۰۰.۰۰۰۰
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران	محمد معظمی گودرزی	۰۹۱۲۳۰۳۷۲۴۲	۰۰۰۰.۰۰۰۰۰۰.۰۰
اندیشکده خودرو	جناب آقای فرهادی	۰۹۱۲۲۰۷۱۹۸۱	/۰۰۰۰۰۰.//۰۰۰۰۰۰۰۰.۰۰
انجمن سازندگان قطعات و مجموعه های خودرو کشور	جناب آقای بیگلو	۰۲۱۸۶۱۹۵۰۷۹	/۰۰۰۰۰۰.//۰۰۰۰۰۰۰.۰۰

# ۱۰- مشخصات و اطلاعات مربوط به سه نمایشگاه مشابه خارجی با عنوان پیشنهادی:

عنوان نمایشگاه	زمان برگزاری نمایشگاه	نام کشور	آدرس وب سایت
Transport Logistic	26 - 29 April 2027	آلمان	<a href="https://transportlogistic.de">/https://transportlogistic.de</a>
International Transport and Logistics Exhibition	31 - 02 April 2026	فرانسه	<a href="https://www.sitl.eu/">https://www.sitl.eu/</a>
LogiMAT	24 - 26 March 2026	آلمان	<a href="https://www.logimat-messe.de">/https://www.logimat-messe.de</a>
سایر اطلاعات مورد نیاز:			

## ۱۱- نحوه ثبت نام متقاضیان اخذ غرفه:

<input checked="" type="checkbox"/> وب سایت	آدرس وب سایت: <a href="http://miladfair.com">miladfair.com</a>
<input type="checkbox"/> سایر	توضیح دهید:

## ۱۲- تشریح دلایل توجیهی برگزاری نمایشگاه از جنبه های مثبت آن برای صنعت، اقتصاد و تجارت کشور (دقیق و بدون کلی گویی):

نمایشگاه بین المللی حمل و نقل، لجستیک و صنایع وابسته به عنوان یک رویداد تخصصی دارای کارکرد راهبردی، با هدف ارتقاء جایگاه جمهوری اسلامی ایران در زنجیره ارزش لجستیک منطقه ای و بین المللی طراحی شده و نقش مؤثری در توسعه زیر ساخت های حمل و نقل، بهبود بهره وری اقتصادی و افزایش توان رقابت پذیری کشور ایفا می نماید. این نمایشگاه، نه صرفاً یک رویداد معرفی توانمندی ها، بلکه به عنوان سکوی سیاست گذاری اجرایی، هم افزایی نهادی و تجاری سازی خدمات لجستیکی کشور تعریف شده است.

نمایشگاه در قالب یک برنامه چهار ساله (۱۴۰۵ تا ۱۴۰۸) طراحی گردیده که هدف آن توسعه تدریجی زیست بوم لجستیک کشور، اتصال به شبکه های منطقه ای ترانزیت و ارتقاء سطح فناوری در کسب و کارهای لجستیکی است.

برنامه چهار ساله تحول محور

- ۱۴۰۴ بنیانگذاری و انسجام بخشی
  - ۱۴۰۵ سرمایه گذاری برای تولید لجستیک
  - ۱۴۰۶ تحول دیجیتال و بین المللی سازی
- بر همین اساس، در خواست مجوز بلندمدت برگزاری نمایشگاه، مبتنی بر منطق توسعه زیر ساختی، استانداردهای بین المللی برندسازی نمایشگاهی و تجربه جهانی طراحی رویدادهای لجستیکی چندساله ارائه گردیده است.
- توجیهات کلیدی برگزاری نمایشگاه در سال ۱۴۰۵

۱. نقش پیشران در توسعه زیرساخت لجستیکی کشور و کاهش هزینه های مبادله
  - این نمایشگاه با گردهم آوردن شرکت های حمل و نقل، لجستیک، انبارداری، اپراتورها، شرکت های زیرساختی و ارائه دهندگان خدمات فناورانه، بستری برای تحلیل گلوگاه های لجستیکی کشور و ارائه راهکارهای عملی برای کاهش هزینه های حمل و نقل فراهم می سازد.
  - نمایشگاه در راستای تحقق اهداف «کاهش هزینه مبادله»، «افزایش بهره وری اقتصادی» و «بهبود فضای کسب و کار» مطابق برنامه هفتم توسعه کشور طراحی شده است.
۲. بسترسازی برای تحول فناورانه و لجستیک هوشمند

- این نمایشگاه بستری برای معرفی فناوری‌های نوین حوزه حمل‌ونقل هوشمند، مدیریت زنجیره تأمین، سامانه‌های رهگیری، هوش مصنوعی در لجستیک و راهکارهای دیجیتال می‌باشد.
  - راه‌اندازی بخش تخصصی لجستیک نوآورانه، سالن فناوری‌های هوشمند و مرکز تعاملات کسب‌وکار (B2B)، به تسریع فرآیند تحول دیجیتال در این صنعت کمک می‌کند.
  - ۳. بازیگری مستقیم در توسعه تجارت کشور از مسیر لجستیک
    - صنعت لجستیک نه صرفاً یک حوزه خدماتی، بلکه ستون فقرات تجارت داخلی و خارجی است.
    - نمایشگاه با اتصال صاحبان کالا، اپراتورها، شرکت‌های ترخیص کالا، شرکت‌های حمل‌ونقل و پلتفرم‌های لجستیکی، جریان واقعی تجارت را تسهیل کرده و زنجیره ارزش تجارت خارجی را کوتاه‌تر و شفاف‌تر می‌نماید.
  - ۴. تقویت نقش ایران در کریدورهای بین‌المللی ترانزیت
    - نمایشگاه، ابزار اجرایی برای دیپلماسی ترانزیتی کشور محسوب شده و بستری برای تعامل با کشورهای مسیر کریدورها از جمله:
      - شمال-جنوب
      - شرق-غرب
      - کمر بند و جاده چین
      - فراهم می‌آورد.
    - تعاملات B2B و B2C در حاشیه نمایشگاه منجر به توسعه تفاهم‌نامه‌ها، سرمایه‌گذاری مشترک و بهبود هماهنگی بین دولت‌ها خواهد شد.
  - ۵. تقویت اقتصاد لجستیک و اشتغال پایدار
    - صنعت لجستیک یکی از پیشران‌های اشتغال غیرمستقیم و مستقیم در اقتصاد است.
    - نمایشگاه با توسعه بازار خدمات لجستیکی:
      - اشتغال تخصصی ایجاد می‌کند
      - بهره‌وری بنگاه‌ها را افزایش می‌دهد
      - زمینه توسعه شرکت‌های متوسط و دانش‌بنیان لجستیکی را فراهم می‌سازد.
  - ۶. ارتقاء حکمرانی لجستیک با مشارکت حاکمیت و بخش خصوصی
    - مشارکت نهادهای حاکمیتی، تشکل‌های صنفی، انجمن‌های تخصصی و اتاق‌های بازرگانی، امکان هم‌راستاسازی سیاست‌های اجرایی با نیازهای بازار واقعی را فراهم می‌آورد.
  - ۷. انتقال دانش و مهارت‌های تخصصی لجستیکی
    - برگزاری:
      - پنل‌های تخصصی
      - کارگاه‌های مهارتی
      - مشاوره‌های حقوقی، گمرکی و قراردادی
- به افزایش سرمایه انسانی صنعت حمل‌ونقل کمک می‌کند و موجب افزایش بلوغ حرفه‌ای فعالان این حوزه می‌شود.
- نمایشگاه بین‌المللی حمل‌ونقل و لجستیک نه یک رویداد تبلیغاتی، بلکه:
- ابزاری واقعی برای افزایش بهره‌وری اقتصادی کشور، محور توسعه ترانزیت منطقه‌ای، پیشران تحول دیجیتال لجستیک، تسهیل‌گر تجارت خارجی محسوب می‌گردد.

## ۱۳- جهت بازاریابی و ترغیب شرکت‌ها برای حضور در نمایشگاه، چه راه کارهایی را اندیشیده اید؟ به ۳ مورد مهم آن اشاره نمایید. (Why Exhibit)

به منظور افزایش اثربخشی نمایشگاه و ترغیب فعالان حوزه حمل و نقل و لجستیک به حضور هدفمند، راهکارهای ذیل بر اساس مدل‌های موفق بین‌المللی نمایشگاه‌های لجستیک طراحی شده است:

### ۱. تعریف نقش روشن برای کلیه بازیگران زنجیره ارزش لجستیک

ساختار نمایشگاه به گونه‌ای طراحی شده که تمامی اجزای زنجیره ارزش لجستیک و حمل و نقل کشور را پوشش دهد، از جمله:

- اپراتورهای حمل و نقل جاده‌ای، ریلی، هوایی و دریایی
- شرکت‌های لجستیک شخص ثالث 3PL و چهارم شخص 4PL
- پایانه‌ها، بنادر، مراکز لجستیکی و انبارداری
- شرکت‌های فناوری اطلاعات لجستیکی
- پلتفرم‌های هوشمند حمل ، ،
- ارائه‌دهندگان خدمات گمرکی و ترخیص کالا
- شرکت‌های بیمه، تأمین مالی و زنجیره سرد
- استارت‌آپ‌های لجستیکی و شرکت‌های دانش‌بنیان
- صاحبان کالا، برندهای صادراتی و شرکت‌های بازرگانی

با این رویکرد، نمایشگاه به سکوی هم‌افزایی فعالان لجستیک کشور بدل شده و هر شرکت می‌تواند جایگاه خود را در نظام لجستیکی کشور تثبیت کرده و مسیر توسعه همکاری‌های خود را هدفمند نماید.

### ۲. ایجاد مرکز تعاملات تجاری ترانزیت و لجستیک (B2B )

راه‌اندازی فضای تخصصی مذاکرات تجاری میان:

- اپراتورها
  - صاحبان بار
  - شرکت‌های فناوری
  - سرمایه‌گذاران
  - دستگاه‌های اجرایی مرتبط
- با برنامه زمان‌بندی شده جلسات ۲۰ و ۲۰۰

این مرکز بستری رسمی برای:

- انعقاد تفاهم‌نامه‌ها
- قراردادهای همکاری
- جذب سرمایه‌گذاری
- راه‌اندازی پروژه‌های مشترک لجستیک‌فراهم می‌سازد و نمایشگاه را از سطح معرفی به سطح عملیات تجاری واقعی ارتقاء می‌دهد.

### ۳. طراحی بسته‌های حمایتی هدفمند و برنامه‌های محتوایی مسئله‌محور

به منظور تسهیل مشارکت حداکثری شرکت‌ها، بسته‌های حمایتی ویژه برای ارائه:

- تخفیف برای تشکلهای صنفی
- حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان
- مشارکت سازمان‌های توسعه‌ای

جذب هیئت‌های خارجی



همچنین طراحی:

- کارگاه‌های تخصصی لجستیک
- نشست‌های سیاستی با نهادهای حاکمیتی
- ارائه راهکارهای صادرات خدمات
- پنل‌های تحلیل کریدورهای ترانزیت

این بسته‌ها انگیزه مشارکت اقتصادی واقعی برای شرکت‌ها ایجاد کرده و نمایشگاه را به ابزار توسعه بازار فعالان لجستیکی تبدیل می‌کند.

### در نتیجه:

شرکت‌ها در این نمایشگاه:

- فقط غرفه نمی‌گیرند
- بازار می‌سازند
- شریک می‌یابند
- قرارداد امضا می‌کنند
- برند خود را منطقه‌ای می‌کنند

و نمایشگاه برای آن‌ها:

«هزینه تبلیغات نیست، سرمایه‌گذاری تجاری است.»

## ۱۴- آیا از خدمات بازاریابان بین‌المللی برای فروش غرفه به شرکت‌های خارجی در نمایشگاه‌ها استفاده می‌نمایید؟ برای نمایشگاه پیشنهادی،

نحوه همکاری را تشریح نموده و مستندات مربوطه را ضمیمه نمایید.

بله. در نمایشگاه بین‌المللی حمل‌ونقل، لجستیک و صنایع وابسته، جذب مشارکت‌کنندگان خارجی از طریق شبکه بازاریابان و ایجنت‌های بین‌المللی تخصصی این حوزه انجام می‌شود. بر اساس تجربه‌های پیشین در مدیریت نمایشگاه‌های بین‌المللی و حضور در رویدادهای معتبر لجستیکی جهان، بانک اطلاعاتی به‌روزی از ایجنت‌ها و شرکت‌های خارجی فعال در حوزه حمل‌ونقل، ترانزیت و لجستیک ایجاد شده است.

در سال ۱۴۰۵، سیاست همکاری با ایجنت‌های خارجی بر پایه اصول زیر پیگیری خواهد شد:

- انتخاب ایجنت‌های تخصصی حوزه لجستیک و حمل‌ونقل
- تمرکز بر جذب اپراتورها، شرکت‌های فناور و سرمایه‌گذاران خارجی مرتبط
- عقد قرارداد رسمی و استقرار نظام ارزیابی عملکرد ایجنت‌ها
- توسعه شبکه نمایندگان فروش در چین، اروپا، روسیه، ترکیه، کشورهای منطقه و سایر بازارهای هدف

## ۱۵- معیارهای مورد نظر برای ثبت نام متقاضیان چیست؟

ثبت نام و پذیرش مشارکت کنندگان در نمایشگاه بر پایه معیارهای تخصصی و راهبردی زیر انجام خواهد شد:

- فعالیت در زنجیره ارزش حمل و نقل و لجستیک و صنایع وابسته شامل اپراتورهای حمل و نقل جاده‌ای، ریلی، دریایی و هوایی، شرکت‌های لجستیک و ترانزیت، انبارداری و پایانه‌ها، شرکت‌های فناوری لجستیک، گمرک و خدمات ترخیص، بیمه و مالی، زنجیره سرد و ارائه‌دهندگان راهکارهای تخصصی مرتبط؛
- دارا بودن مجوزهای قانونی فعالیت از مراجع ذیصلاح برای شرکت‌های داخلی و ثبت رسمی معتبر برای شرکت‌های خارجی؛
- ارائه خدمات، فناوری یا راهکارهای نوآورانه یا اثربخش در حوزه‌هایی مانند لجستیک هوشمند، مدیریت زنجیره تأمین، رهگیری محموله، بهینه‌سازی ناوگان، لجستیک دیجیتال یا لجستیک پایدار؛
- انطباق خدمات و محصولات با نیازهای راهبردی کشور در حوزه ترانزیت، توسعه کریدورهای بین‌المللی، زیرساخت‌های لجستیکی و افزایش بهره‌وری شبکه حمل و نقل؛
- توانمندی در ایجاد همکاری‌های تجاری و پروژه‌های مشترک از جمله مشارکت در طرح‌های توسعه‌ای، سرمایه‌گذاری مشترک و انتقال فناوری؛
- سابقه یا ظرفیت فعالیت بین‌المللی به‌ویژه در حوزه ترانزیت، لجستیک صادراتی و بازارهای منطقه‌ای؛
- اولویت با برندهای معتبر، اپراتورها و شرکت‌های صاحب‌نام به منظور ارتقاء سطح تخصصی نمایشگاه و افزایش جذابیت برای بازدیدکنندگان داخلی و خارجی.

## ۱۶- چه خدماتی به غرفه داران ارائه خواهید نمود؟

<input checked="" type="checkbox"/> خدمات فضای غرفه	<input type="checkbox"/> فضای رایگان	<input checked="" type="checkbox"/> وسایل جانبی
<input checked="" type="checkbox"/> غرفه سازی	<input type="checkbox"/> اینترنت	سایر <input type="checkbox"/> ...

توضیحات:

امکان استفاده از سالن کنفرانس و فضای B2B برای جلسات تخصصی و مذاکرات تجاری؛

امکان مشارکت و حضور در پنل‌های تخصصی

امکان بهره‌مندی از مشاوره تخصصی در زمینه‌های صادرات، حقوقی، مالیاتی و بیمه‌ای از طریق غرفه‌های مشاوره رایگان در نمایشگاه؛

## ۱۷- پذیرش هیات‌های تجاری (میزبانی هیئت‌های خارجی): تعداد ۵۰۰ نفر از تعداد ۹۰۰۰ کشور شامل:

روسیه	تعداد اعضا: ۶ نفر	ازبکستان	تعداد اعضا: ۴ نفر	افغانستان	تعداد اعضا: ۶ نفر
هند	تعداد اعضا: ۴ نفر	عراق	تعداد اعضا: ۶ نفر	پاکستان	تعداد اعضا: ۶ نفر
چین	تعداد اعضا: ۸				

توضیحات:

فرآیند دعوت و پذیرش هیات‌های تجاری خارجی با همکاری سازمان توسعه تجارت ایران و با بهره‌گیری از ظرفیت ریزان اقتصادی جمهوری اسلامی ایران در کشورهای هدف انجام می‌گیرد. انتخاب کشورها بر اساس موقعیت آن‌ها در کریدورهای منطقه‌ای حمل و نقل، سطح تعاملات ترانزیتی و ظرفیت توسعه همکاری‌های لجستیکی انجام شده است.

دعوت از هیأت‌ها بر پایه:

- تحلیل نیازهای بازار لجستیک کشور
- ظرفیت‌های صادرات خدمات ترانزیتی
- زیرساخت‌های حمل‌ونقل منطقه‌ای
- فرصت‌های سرمایه‌گذاری مشترک

طراحی شده تا حضور هیأت‌ها کاملاً هدفمند و مبتنی بر منافع ملی باشد.

تجربه سال گذشته:

در دوره قبل نمایشگاه، به دلیل وقوع جنگ ۱۲ روزه در منطقه، عملاً امکان حضور هیأت‌های خارجی و مشارکت بین‌المللی فراهم نگردید و نمایشگاه بدون بازدیدکننده خارجی برگزار شد.

برنامه سال جاری:

در سال جاری، با توجه به اینکه نمایشگاه برای دومین سال متوالی به صورت جامع در حوزه حمل‌ونقل و لجستیک برگزار می‌شود، سیاست بر آن است که:

- اطلاع‌رسانی هدفمند به کشورهای منطقه از وجود نمایشگاه به عنوان مرجع لجستیک ایران آغاز شود؛
- تمرکز اولیه بر معرفی ظرفیت‌های ترانزیتی کشور باشد؛
- برقرار شدن ارتباط رسمی با اتاق‌های بازرگانی و اپراتورهای لجستیکی کشورهای هدف پیگیری گردد؛
- مقدمات حضور رسمی هیأت‌ها در دوره‌های آتی فراهم شود.

هدف راهبردی این مرحله، برندسازی بین‌المللی نمایشگاه ایران در حوزه لجستیک و ایجاد بستر پایدار برای مشارکت خارجی در سال‌های آینده است.

## ۱۸- چه برنامه‌هایی برای جذب گروه‌های مهم و تاثیر گذار داخلی برای بازدید از نمایشگاه دارید؟

<input checked="" type="checkbox"/> پرداخت هزینه‌های ترانسفر	<input checked="" type="checkbox"/> اختصاص فضای رایگان	<input checked="" type="checkbox"/> برگزاری مسابقه
<input checked="" type="checkbox"/> سخنران همایش	<input checked="" type="checkbox"/> برگزاری همایش‌ها / کارگاه‌های آموزشی	<input type="checkbox"/> سایر ...

توضیحات:

به منظور افزایش کیفیت بازدید تخصصی و جذب مؤثر گروه‌های مرجع، تصمیم ساز و اثرگذار داخلی، برنامه جذب بازدیدکننده نمایشگاه حمل‌ونقل و لجستیک به صورت هدفمند و چندلایه طراحی شده که اهم آن به شرح زیر است:

۱. هماهنگی با نهادهای ملی و تشکلهای تخصصی حوزه حمل‌ونقل و لجستیک

- دعوت رسمی از وزارت راه و شهرسازی، وزارت صمت، سازمان بنادر و دریانوردی، راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران، گمرک، سازمان راهداری، مناطق آزاد و ویژه اقتصادی، اتاق‌های بازرگانی و انجمن‌های تخصصی لجستیک و حمل‌ونقل.
- اختصاص فضای رایگان یا تخفیف‌دار برای معرفی خدمات حاکمیتی، پروژه‌های ملی و فرصت‌های سرمایه‌گذاری.

۲. برگزاری نشست‌ها و پنل‌های سیاستی و تخصصی با حضور تصمیم‌سازان

- دعوت از مدیران ارشد دولتی و مدیران عامل شرکت‌های بزرگ لجستیکی به عنوان سخنران کلیدی.
- طرح مسائل راهبردی همچون توسعه کریدورها، لجستیک هوشمند، سرمایه‌گذاری زیرساختی و اصلاح نظام حمل‌ونقل.

۳. کارگاه‌های آموزشی و نشست‌های انتقال تجربه

- برگزاری کارگاه‌های کاربردی در حوزه‌هایی نظیر:
  - مدیریت زنجیره تأمین

- ترانزیت و حمل بین‌الملل
- مقررات گمرکی
- لجستیک دیجیتال
- تأمین مالی پروژه‌های لجستیکی
- ویژه مدیران، کارشناسان و فعالان صنعتی.

#### ۴. دعوت‌نامه‌های رسمی و تبلیغات هدفمند

- ارسال دعوت‌نامه رسمی به:
  - شرکت‌های لجستیکی
  - صاحبان کالا
  - شرکت‌های حمل‌ونقل
  - شرکت‌های فناوری
- استفاده از رسانه‌های تخصصی، شبکه‌های اجتماعی صنفی، ایمیل‌های هدفمند و اطلاع‌رسانی از طریق تشکل‌ها.

#### ۵. ساماندهی بازدیدهای گروهی از استان‌ها و قطب‌های لجستیکی

- هماهنگی با:
  - استانداری‌ها
  - بنادر
  - شهرک‌های صنعتی
  - مناطق لجستیکی
  - پارک‌های علم و فناوری
  - برای اعزام سازمان‌یافته هیأت‌های تخصصی

#### ۶. خدمات و برنامه‌های ویژه بازدیدکنندگان

- ارائه بسته‌های تخصصی اطلاعاتی.
- برنامه‌ریزی جلسات B2B برای بازدیدکنندگان کلیدی.
- خدمات ترانسفر سازمان‌یافته.
- اعطای گواهی شرکت در کارگاه‌های آموزشی منتخب.
- اجرای مسابقات تخصصی و جوایز انگیزشی جهت افزایش مشارکت فعال.

#### ۷. جذب، شناسایی و حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و فناوری

- شناسایی شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه حمل‌ونقل و لجستیک با همکاری معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری.
- هماهنگی با پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد و شتابدهنده‌ها برای معرفی شرکت‌های واجد شرایط.
- ارائه تخفیف‌های ترجیحی در هزینه غرفه برای شرکت‌های دانش‌بنیان منتخب.
- اختصاص جایگاه مناسب و پرتدد در سالن‌های نمایشگاهی به شرکت‌های فناوری جهت افزایش دیده‌شدن.
- استقرار شرکت‌های دانش‌بنیان در قالب پلویون نوآوری لجستیک.

## ۱۹- لیست تشکلهای صنفی یا سازمان های دولتی حامی نمایشگاه و نوع حمایت آنها: (مستندات ضمیمه شود)

ردیف	نام سازمان /تشکل	نوع حمایت	پیوست	
			دارد	ندارد
۱	وزارت راه و شهرسازی	دعوت از حضور نهادها و سازمان های دولتی و رئیس شورای سیاستگذاری		
۱	ستاد توسعه فناوری های حوزه فضایی و حمل و نقل پیشرفته معاونت علمی ریاست جمهوری	تسهیل حضور شرکت های دانش بنیان فناوری و عضویت در شورای سیاستگذاری		
	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران	تسهیل حضور شرکت ها و عضویت در شورای سیاستگذاری		
	وزارت کشور	تسهیل حضور نهادها و سازمان ها بخصوص از شهرهای مختلف و عضویت در شورای سیاستگذاری		
	انجمن صنفی شرکت های حمل و نقل ریلی و خدمات وابسته	تسهیل حضور شرکت ها و عضویت در شورای سیاستگذاری		
۲	کمیسیون تخصصی حمل و نقل اتاق اصناف ایران	تسهیل حضور شرکت ها و عضویت در شورای سیاستگذاری		
۳	انجمن مهندسی حمل و نقل ریلی ایران	تسهیل حضور شرکت ها و عضویت در شورای سیاستگذاری		

## ۲۰- برنامه کامل تبلیغاتی در داخل و خارج از کشور به همراه جزئیات بودجه پیش بینی شده:

نوع رسانه	حجم یا سطح تبلیغ	هزینه پیش بینی شده	توضیحات
رسانه های عمومی داخلی	پوشش در خبرگزاری ها، روزنامه های کثیرالانتشار	۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	انعکاس اخبار نمایشگاه در رسانه های عمومی با رویکرد ترویجی و اطلاع رسانی
رسانه های تخصصی صنعت خودرو	مصاحبه ها، مقالات و تبلیغات بنری	۱,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	شامل رسانه های آنلاین و چاپی مرتبط با صنعت حمل و نقل و لجستیک
صدا و سیما	تیزر تبلیغاتی، گفتگوهای خبری، گزارش ویژه	۲,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	پخش در شبکه های تخصصی و عمومی صدا و سیما پیش و حین برگزاری نمایشگاه
مکاتبات رسمی و دعوت نامه ها	نامه نگاری با بیش از ۴۰۰ نهاد و شرکت هدف	۱,۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰	شامل مکاتبات رسمی با نهادهای صنعتی، دولتی، تشکلهای و شرکت های بزرگ
پیامک و تماس مستقیم	بیش از ۵۰ هزار شماره از بانک داده فعال صنعت	۱,۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰	استفاده از پنل پیامکی، تماس و پیگیری تلفنی با مخاطبین کلیدی
تبلیغات محیطی (بیلبورد و...)	تهران، شهرهای صنعتی و مسیرهای پرتردد	۴۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	نصب بیلبوردها و تابلوهای تبلیغاتی در نقاط پررفت و آمد و مراکز صنعتی
تبلیغات بین المللی	در کشورهای هدف از جمله چین، هند، روسیه، ترکیه	۳,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	ارسال کاتالوگ، ایمیل مارکتینگ، درج در رسانه های تخصصی، بانک های اطلاعاتی نمایشگاهی
همکاری با سفارتخانه ها	ارسال دعوت نامه و بروشور از طریق رایزنان بازرگانی	۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	همه پندگی با سفارتخانه های ایران در کشورهای هدف جهت اطلاع رسانی نمایشگاه
تبلیغ در شبکه های اجتماعی	اینستاگرام، لینکدین، گوگل ادز، تبلیغات ویدیویی	۲,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	تبلیغات در پلتفرم های اجتماعی پرمخاطب مرتبط با صنعت و نوآوری
سایر	طراحی و چاپ اقلام تبلیغاتی چاپی	۴,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	بروشور، پوستر، کارت دعوت، بسته اطلاع رسانی غرفه داران

## ۲۱- همایش‌های تخصصی/ کارگاه‌های آموزشی پیش‌بینی شده همزمان با برگزاری نمایشگاه (کاربردی):

ردیف	عنوان همایش/ کارگاه آموزشی	مشخصات مدرسان	ساعت دوره	پیوست		توضیحات
				دارد	ندارد	

### توضیحات:

در راستای ارتقاء محتوای نمایشگاه و تحقق اهداف کلان سیاست‌گذاری، فناوریانه و تجاری در حوزه حمل‌ونقل، لجستیک و صنایع وابسته، برنامه‌ریزی گسترده‌ای جهت برگزاری همایش‌ها، نشست‌های تخصصی و کارگاه‌های آموزشی به‌صورت همزمان با نمایشگاه صورت گرفته است.

### تجربه دوره قبل (نمایشگاه ۱۴۰۴)

در دوره پیشین، علیرغم اینکه نمایشگاه برای نخستین بار به‌صورت «جامع» در حوزه حمل‌ونقل و لجستیک برگزار گردید، مجموعه‌ای از کارگاه‌های آموزشی تخصصی با همکاری دانشکده حمل‌ونقل و لجستیک و همچنین نشست‌های سیاست‌گذاری و تخصصی با مشارکت اتاق بازرگانی تهران و شرکت‌های بزرگ لجستیکی و بازرگانی برگزار شد.

### این تجربیات زمینه‌ساز:

- ارتقاء سطح علمی نمایشگاه
  - جذب مدیران ارشد و سیاست‌گذاران
  - ایجاد پیوند مؤثر میان دانشگاه، صنعت و بازار
- گردید و بازخورد مثبتی از سوی مشارکت‌کنندگان تخصصی دریافت شد.

### رویکرد دوره پیش‌رو (نمایشگاه ۱۴۰۵)

در دوره پیش‌رو، رویدادهای محتوایی نمایشگاه در سه سطح سیاست‌گذارانه، تجاری و فناوریانه طراحی و اجرا خواهند شد:

۱. رویدادهای سیاست‌گذارانه: با حضور نمایندگان دولت، مجلس، دستگاه‌های اجرایی مرتبط، نهادهای بالادستی و اتاق بازرگانی
۲. رویدادهای تجاری و توسعه بازار: با محوریت ترانزیت، صادرات خدمات لجستیکی، سرمایه‌گذاری و زنجیره تأمین
۳. رویدادهای فناوریانه و نوآرانه: با تمرکز بر شرکت‌های دانش‌بنیان، لجستیک هوشمند، تحول دیجیتال و بهینه‌سازی

### فرآیندها

### مبانی طراحی محتوا:

- نیازسنجی مستقیم از فعالان صنعت لجستیک و تشکلهای مرتبط
- تحلیل اسناد بالادستی شامل برنامه هفتم توسعه، قانون جهش تولید دانش‌بنیان، اسناد تحول دولت و اسناد همکاری‌های بین‌المللی
- تمرکز بر اولویتهای راهبردی کشور در حوزه ترانزیت و لجستیک

### شیوه اجرا:

- دعوت از مدرسین و سخنرانان برجسته حوزه حمل‌ونقل، تجارت و فناوری
- طراحی نظام‌مند جلسات با ساختار ارزیابی و کنترل کیفیت
- مستندسازی کامل و انتشار محتوای جلسات در پلتفرم نمایشگاه
- استفاده از نتایج نشست‌ها برای تدوین گزارش سیاستی نمایشگاه

### جمع‌بندی:

در صورت اخذ مجوز نهایی، فهرست کامل عناوین رویدادها، نام مدرسین و جزئیات اجرایی به‌صورت رسمی به مرجع صدور مجوز ارائه خواهد شد.

## ۲۲- قرارداد تهاتر فضای نمایشگاهی با سایر نمایشگاههای خارجی: (مستندات ضمیمه شود)

متراژ قابل تهاتر	عنوان نمایشگاه	نام طرف مقابل	کشور	توضیحات

## ۲۳- برپایی پاوایون جمهوری اسلامی ایران در کشورهای هدف:

عنوان رویداد	زمان	کشور	متراژ پیشنهادی	توضیحات
CeMAT Asia 2026 (International Trade Fair for Logistics & Supply Chain)	در انتظار اعلام رسمی	چین	۲۰۰ متر	بزرگترین نمایشگاه لجستیک و زنجیره تأمین آسیا

### توضیحات:

#### ۱. بازار چین و آسیا در حوزه لجستیک

- چین بزرگترین شبکه لجستیکی و ترانزیتی آسیا را در اختیار دارد و محور اصلی ابتکار «کمربند-جاده» است.
- حضور در     به معنای اتصال مستقیم به شبکه اپراتورها، شرکت های لجستیکی، پلتفرم های دیجیتال لجستیک و مراکز توزیع منطقه ای است.
- شانگهای به عنوان قطب بندری و تجاری، دروازه ورود به بازارهای جنوب شرق آسیا، روسیه و آسیای میانه محسوب می شود

#### ۲. جایگاه نمایشگاه CeMAT Asia

- معتبرترین نمایشگاه تخصصی لجستیک در آسیا و مرجع نوآوری های لجستیکی.
- حضور سالانه هزاران شرکت و بازدیدکننده حرفه ای از اپراتورها، شرکت های فناور، سرمایه گذاران و مدیران زنجیره تأمین.
- پوشش کامل حوزه ها: لجستیک دیجیتال، انبارداری هوشمند، اتوماسیون، لجستیک سبز، رهگیری و تحلیل داده.

#### ۳. اهمیت راهبردی برای جمهوری اسلامی ایران

- همسو با برنامه هفتم توسعه در حوزه توسعه ترانزیت و صادرات خدمات لجستیکی.
- منطبق با سند همکاری های راهبردی ایران و چین در بخش زیرساخت و لجستیک.
- فرصت معرفی توانمندی های شرکت های دانش بنیان لجستیکی ایران ذیل قانون جهش تولید دانش بنیان.
- فراهم سازی بستر جذب سرمایه گذاری خارجی و انتقال فناوری در چارچوب سیاست های اصل ۴۴.

#### ۴. مزیت های اقتصادی و دیپلماسی لجستیک

- پاوایون ایران به عنوان «مرکز تعاملات تجاری لجستیک» و تسهیل مذاکرات B2B و B2G با اپراتورها و سرمایه گذاران.
- ایفای نقش فعال در دیپلماسی لجستیک و معرفی ایران به عنوان هاب منطقه ای ترانزیت.
- توسعه بازار صادرات خدمات لجستیکی و تقویت برند لجستیک ایران در آسیا.

### جمع بندی:

حضور ایران در CeMAT Asia 2026 یک اقدام راهبردی برای تثبیت جایگاه کشور در زنجیره ارزش لجستیک منطقه ای و بین المللی و بستر ساز توسعه پایدار ترانزیت و سرمایه گذاری در زیرساخت های لجستیکی خواهد بود.

## ۲۴- برنامه ارزیابی و تقدیر از مشارکت کنندگان و بودجه تخصیص یافته:

نوع برنامه	تعداد	هزینه پیش بینی شده	توضیحات
لوح تندیش به کلیه مشارکت کنندگان	۷۰۰ شرکت	۴,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	به رسم یادبود و تقدیر حضور به همه مشارکت کنندگان نمایشگاه اهدا می گردد
انتخاب بهترین طراحی غرفه	۳ شرکت برتر	۱,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	به سه طراح برتر غرفه ساز در نمایشگاه جایزه نقدی پرداخت می شود
برترین نوآوری های عرضه شده در نمایشگاه	۳ شرکت برتر	۱,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	به سه شرکت دانش بنیان، فناور و استارتاپی که بهترین نوآوری را ارائه کرده باشند تعلق می گیرد.
جایزه برترین تعاملات تجاری	۱ شرکت برتر	۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	به شرکتی که بیشترین تعاملات تجاری را در جریان ۴ روز نمایشگاه داشته است تعلق می گیرد.
گزارش رسمی و معرفی برترین ها	۷	۱,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	انتشار فهرست برترین ها در رسانه ها و وبسایت های بین المللی نمایشگاه.

## ۲۵- سایر برنامه های تکمیلی برای جذابیت و غنای بیشتر نمایشگاه:

### ۱. استیج نوآوری لجستیک (Logistics Innovation Stage)

- برگزاری ارائه های کوتاه (۱۵ دقیقه) توسط شرکت های دانش بنیان، استارتاپ ها و شرکت های فناور لجستیکی.
- معرفی آخرین دستاوردها در حوزه لجستیک هوشمند، رهگیری دیجیتال، اتوماسیون انبار، لجستیک سرد و لجستیک سبز.
- الگوبرداری از مدل های موفق در نمایشگاه های و. وبسایت های بین المللی نمایشگاه.

### ۲. منطقه تجربه لجستیکی (Logistics Experience Zone)

- نمایش کاربردی فناوری ها و تجهیزات واقعی حمل و نقل و انبارداری در محیط شبیه سازی شده.
- تجربه عملی مدیریت ناوگان، رهگیری محموله و لجستیک هوشمند توسط بازدیدکنندگان.
- افزایش اثربخشی ارتباط فناوری با بازار.

### ۳. برنامه B2G - دیالوگ سیاستی حمل و نقل

- نشست مستقیم فعالان لجستیک با مدیران ارشد دولتی و نهادهای تنظیم گر.
- طرح چالش های واقعی صنعت و دریافت بازخورد سیاستی.
- الهام از مدل های موفق در نمایشگاه شانگهای.

### ۴. نمایشگاه مجازی موازی (Virtual Logistics Expo)

ایجاد نسخه دیجیتال نمایشگاه شامل:

- غرفه های مجازی
- جلسات آنلاین
- کاتالوگ دیجیتال
- تسهیل دسترسی شرکت های خارجی و مناطق دورافتاده.

### ۵. تورهای تخصصی بازدید صنعتی (Logistics Site Visits)

برنامه ریزی بازدید هیأت های خارجی از:

- بنادر، پایانه ها، مراکز لجستیکی، شرکت های بزرگ لجستیکی



#### ۶. مرکز رسانه و پوشش زنده (Logistics Media Center)

- تولید محتوای زنده و رسانه‌ای تخصصی.
- انتشار نشست‌ها، مذاکرات و معرفی فناوری‌ها.
- ایفای نقش در برندینگ لجستیک ایران و دیپلماسی اقتصادی.

#### ۷. مرکز پروژه‌های ملی لجستیک ایران

- معرفی پروژه‌های زیرساختی کشور برای جذب سرمایه‌گذاری.
- اتصال سرمایه‌گذاران به مجریان پروژه‌ها.
- فضای ارائه توجیه فنی-اقتصادی پروژه‌ها.

#### نتیجه:

این بسته برنامه‌های مکمل، نمایشگاه را از یک رویداد صرفاً نمایشگاهی به: «سکوی ملی سیاست‌گذاری، سرمایه‌گذاری و نوآوری لجستیک» تبدیل خواهد کرد.

اینجانب علی محتشم امیری مدیر عامل شرکت نمایشگاهی میلاد نور صحت اطلاعات و مدارک ارائه

شده را تأیید می‌نمایم.



مهر شرکت

امضاء مدیر عامل  
Amir