

2022

تقرير واقع الاقتصاد الإسلامي العالمي إطلاق العنان للفرص

التمويل / المنتجات الغذائية / الأزياء / خدمات السفر / وسائل الإعلام والترفيه / المستحضرات الدوائية / مستحضرات التجميل



بدعم من:



بالشراكة مع:



إعداد:



لأغراض غير تجارية طالما تمت الإشارة إلى هذا العمل، ويجب أن تذكر الإشارة بوضوح أن التقرير تم إعداده بواسطة شركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث بدعم من دائرة الاقتصاد والسياحة.

تخضع المواد الواردة في هذا التقرير لحقوق التأليف والنشر، ونظراً لتشجيع دائرة الاقتصاد والسياحة وشركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث على نشر هذا التقرير، يجوز إعادة إنتاج هذا العمل، كلياً أو جزئياً.

الملخص التنفيذي

لا يزال العالم يعاني من آثار جائحة كوفيد-19، والذي جعل عام 2020 عاماً استثنائياً بكل معنى الكلمة. ورغم ظهور "الوضع الطبيعي الجديد" في عام 2021، بعد انتشار لقاحات كوفيد-19 في جميع أنحاء العالم، لا سيما في الدول الأكثر تقدماً، إلا أن تداعيات الجائحة ستظل ملموسة لسنوات قادمة. ويتناول الإصدار التاسع من تقرير واقع الاقتصاد الإسلامي العالمي التطورات التي شهدتها العالم منذ منتصف فترة انتشار الجائحة في العام 2020 وحتى منتصف العام 2021.

الأولى هما المملكة المتحدة وكازاخستان، فيما تقدمت تركيا وسنغافورة 7 و8 مراكز لتصل إلى المركزين الخامس والسابع على التوالي، وتراجعت نيجيريا وسريلانكا لتخرج من المراكز الخمسة عشر الأولى. وبعد ثماني سنوات، شهد المؤشر أول تحديد لمنهجية التصنيف، حيث أضاف التمكين التقني لمجموعة المعايير وتعديل نقاط التصنيف لعكس بشكل أكبر التركيز على الصناعات الحلال مقارنة بالتمويل الإسلامي، فيما كان أحد أدسبي بعض التغيرات في ترتيب الدول.

وتقديم الاقتصاد الإسلامي على أجندة العديد من الدول باعتباره جزءاً أساسياً من سياسات التعافي الاقتصادي من الجائحة، وجاء ذلك بعد سياسات الاقتصاد الإسلامي الوطنية التي تم تفزيذها قبل الجائحة، والتي كان أبرزها قانون الحلال الإنلامي في إندونيسيا. كما ركزت المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة ومايلزيا ونيجيريا على تعزيز الاقتصاد الإسلامي، لا سيما في قطاعات الغذاء الحلال والتمويل الإسلامي والتقييمات المالية. أما بالنسبة لقطاع التمويل الإسلامي، فقد أعلنت كل من باكستان وقطر والكويت خططها لوضع تشريعات مركزية جديدة لتعزيز جانب الحكومة.

كان لاضطراب سلسل التوريد الناجمة عن جائحة كوفيد-19، إضافة إلى التغيرات المناخية التي أدت إلى الفيضانات وموحات الحر المفرطة، تأثيراً اقتصادي سلبي على دول منظمة التعاون الإسلامي التي تعتمد على الاستيراد والتي يبلغ عددها 57 دولة. ومع ذلك، وقررت هذه الاضطرابات أيضاً فرصة للتوطين واستيراد المنتجات من الأماكن الأقرب للدولة، مما أثر بشكل إيجابي على إنتاج المستحضرات الدوائية والملابس ومستحضرات التجميل.

وأصبح الأمن الغذائي على رأس الأولويات، حيث أطلقت العديد من الدول المبادرات العامة والخاصة لتعزيز الزراعة وزيادة الإنتاج الزراعي والأغذية المصنعة، بدءاً من الاستثمار في "المزارع الذكية" في الإمارات العربية المتحدة وصولاً إلى إنشاء نيجيريا لأول مركز إلكتروني زراعي في أفريقيا لتطوير الزراعة الذكية مناخياً.

ويواصل قسم الآثار الاجتماعية دوره في تسليط الضوء على المبادرات والاستراتيجيات التي تنفذها الشركات والمؤسسات من أجل تحقيق أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة لعام 2030. وكان أبرز هذه المبادرات مبادرة "إكس برياز إطعام المليار التالي" في أبوظبي بقيمة 15 مليون دولار أمريكي، وإصدار البنك الإسلامي للتنمية صكوكاً للاستدامة بقيمة 2,5 مليار دولار أمريكي، وأصدرت مايلزيا أول

تشير التقديرات الواردة في هذا التقرير إلى أن 1,9 مليار سلم في العالم أنفقوا ما يعادل 2 تريليون دولار أمريكي خلال عام 2021 على المنتجات الغذائية والمستحضرات الدوائية ومستحضرات التجميل والأزياء والسفر ووسائل الإعلام والترفيه وغيرها من المنتجات والخدمات التي تتوافق مع المبادئ والقيم الإسلامية، حيث بلغ معدل الزيادة السنوية 8,9% مقارنة بالعام 2020، فيما وصلت قيمة أصول التمويل الإسلامي إلى 3,6 تريليون دولار أمريكي في العام 2021، بزيادة قدرها 7,8% مقارنة بقيمة أصول التمويل الإسلامي في العام 2020 التي بلغت 3,4 تريليون دولار أمريكي.

وعلى الرغم من استمرار التحديات التي فرضتها الجائحة، من المتوقع أن ينمو الإنفاق الإسلامي العالمي في العام 2022 على قطاعات الاقتصاد الإسلامي التي يشملها هذا التقرير بواقع 9,1%， باستثناء قطاع التمويل الإسلامي. وقد عادت جميع هذه القطاعات، باستثناء قطاع السفر إلى مستويات الإنفاق ما قبل الجائحة بحلول نهاية العام 2021. وتشير التوقعات إلى أن إنفاق المسلمين سيصل إلى 2.8 تريليون دولار أمريكي بحلول عام 2025، أي بزيادة سنوية مركبة قدرها 7.5%.

و رغم الاضطرابات الكبيرة التي تسببت فيها الجائحة للعديد من الشركات، فقد شهد الاقتصاد الإسلامي العديد من التطورات المحظوظة في العام الماضي، كان في مقدمتها تسارع عمليات التحول الرقمي، وزيادة الصفقات التجارية بين دول منظمة التعاون الإسلامي، وتركيز الحكومات بشكل متزايد على الاستثمار في مجالات الأمن الغذائي والرعاية الصحية. وظل الاقتصاد الإسلامي العالمي مدعاً بالعديد من العوامل الأساسية، التي تشمل تعداد المسلمين الكبير الأخذ بالنمو، وتزايد الالتزام بالمبادئ والقيم الإسلامية التي تحكم الاستهلاك، وارتفاع عدد الاستراتيجيات الوطنية التي تبني المنتجات الحلال وتطوير الخدمات.

وبينما تواصل الدول المشمولة في مؤشر الاقتصاد الإسلامي العالمي المحدث هذا العام، وبالرغم من أن عدد الدول، بناءً أنظمة اقتصادية إسلامية أكثر من ثلاثة، فقد بقيت المراكز الأربع الأولى في التصنيف العام للمؤشر دون تغيير، مع احتفاظ مايلزيا بالمركز الأول للعام التاسع على التوالي، تلتها المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة وإندونيسيا. وقد انضمت دولتان جديدتان إلى المراكز الخمسة عشر





RAYMOND KLAVIN/UNSPLASH

ويتضمن هذا الإصدار من التقرير نتائج المائدة المستديرة التي تناولت آراء قادة الاقتصاد العالمي الحال، والتي تلقي الضوء على التوقعات المستقبلية للقطاعات الاقتصادية ومدى الثقة التي تحظى بها، فضلاً عن التحديات والمتطلبات الحالية. بالإضافة إلى ذلك، أبرزت المناقشة الجماعية المركبة التي أجريت عبر الإنترنت وجهات نظر جيل الألفية وجيل زد الذي يليه (مواليد الفترة من 1981 ولغاية أوائل القرن الحادي والعشرين)، كمستهلكين للمنتجات والخدمات عبر قطاعات الاقتصاد الإسلامي، وستساعد وجهات النظر تلك الشركات الرائدة في هذه القطاعات على تقييم متطلبات هذه المجموعة الديمografية المهمة.

ومع تكيف العالم مع "الوضع الطبيعي الجديد" الذيفرضته الجائحة، سيعين على آليات التعافي التغلب على التحديات الأخرى التي يواجهها الكوكب، التي تتضمن عدم المساواة الاجتماعية وتغير المناخ، وبنودي الاقتصاد الإسلامي دوراً كبيراً في إنشاء عالم أكثر إنصافاً، ولكنه يمكن أن يؤدي دوراً أكبر من أجل بناء مستقبل أفضل للمسلمين والبشرية جماعة، ويسلط هذا التقرير الضوء على آخر التطورات في الاقتصاد الإسلامي، ويزرع فرص الحكومات والشركات والمستثمرين لتباع مسار أفضل في هذا العالم المضطرب.

ليرتفع من 65 مليار دولار أمريكي إلى 70 مليار دولار أمريكي، ومن المتوقع أن ينمو بنسبة 7,2% في عام 2022، ليبلغ 75 مليار دولار أمريكي، وأن يصل إلى 93 مليار دولار أمريكي في عام 2025 بمعدل نمو سنوي مركب قدره 7,4%.

حق قطاع الإعلام نسب مشاهدة قياسية خلال العام الأول للجائحة، ويسعى الان لاحتفاظ بالمشاهدين في ظل تخفيف قيود "البقاء في المنزل" في جميع أنحاء العالم. وواصلت المؤسسات الإعلامية توسيع محتواها، فيما وسعت شركات الإعلام الخليجي نطاق انتشارها، لا سيما في أسواق أمريكا الشمالية. كما أطلقت تطبيقات جديدة، في حين زاد استخدام الرموز غير القابلة للاستبدال (NFTs) كوسيلة لشراء المحتوى الفني الرقمي عبر العملات المشفرة، مع إنشاء الإمارات العربية المتحدة لأول وكالة للفنون الإسلامية الرقمية تستخدم الرموز غير القابلة للاستبدال. وحظي المحتوى ذو الطابع الإسلامي المخصص للأطفال بشعبية كبيرة، حيث بلغت مشاهدات البرنامج الماليزي "عمر وفناً" أكثر من 3 مليارات مشاهدة على قنواته على موقع "يوتيوب"، وكذلك تم إطلاق منصة البث الكندية "مسلم كيدز" في "Muslim Kids TV" (Muslim Kids TV) في إندونيسيا وباسستان. وحققت صناعة الألعاب للأجهزة المحمولة نمواً ضخماً، حيث كان الشرق الأوسط سوق الألعاب الأسرع نمواً على مستوى العالم. وزاد إنفاق العالم الإسلامي على وسائل الإعلام والترفيه بنسبة 7,2% في العام 2021، ليارتفاع من 216 مليار دولار أمريكي إلى 231 مليار دولار أمريكي، ومن المتوقع أن ينمو بنسبة 7,5% في العام 2022 ليبلغ 249 مليار دولار أمريكي، وأن يصل إلى 308 مليار دولار أمريكي في العام 2025 بمعدل نمو سنوي مركب قدره 7,5%.

السفر الدولي تماماً، ولكن تواصلت الاستثمارات مع توقيع التعافي خلال السنوات المقبلة، واتخذت دي قراراً جريئاً بإقامة معرض إكسبو 2020، الذي استضافته في عام 2021، بينما واصلت المملكة العربية السعودية الاستثمار في قطاع السياحة ضمن جهود تنويع اقتصادها في إطار استراتيجية "رؤية المملكة 2030". وزاد إنفاق المسلمين على السياحة من 58 مليار دولار أمريكي إلى 102 مليار دولار أمريكي في عام 2021، ومن المتوقع أن ينمو بنسبة 50% في عام 2022 ليبلغ 154 مليار دولار أمريكي وأن يصل إلى 189 مليار دولار أمريكي في عام 2025 بمعدل نمو سنوي مركب قدره 16,5%.

مُرقّع الأزياء المحتشمة، على غرار صناعة الأزياء، بعام صعب، حيث انخفض عدد زوار منفذ البيع بالتجزئة بسبب القيود المفروضة للحد من انتشار الجائحة. ولكن التحول إلى التجارة عبر الإنترن特 والتسويق متعدد القنوات ساعد في إنقاذ المبيعات، وأثبتت الفعاليات عبر الإنترن特 نجاحها بشكل خاص، حيث افتتحت شركة "مودانيسا" التركية العملاقة للأزياء المحتشمة منصة جديدة في مالطا مع عرض أزياء عبر الإنترن特 وأطلقت العلامة التجارية الفاخرة للأزياء المحتشمة "إل بي زو" باستخدام نسخة افتراضية ثلاثة الأبعاد من عارضة أزياء سعودية، وواصلت شركات الأزياء الرائدة إطلاق مجموعاتها الخاصة من الأزياء المحتشمة من خلال الشراكات التعاونية في أغلب الأوقات. وزاد الإنفاق على الأزياء المحتشمة في العالم الإسلامي بنسبة 5,7% في عام 2021، حيث ارتفع من 279 مليار دولار أمريكي إلى 295 مليار دولار أمريكي، ومن المتوقع أن ينمو بنسبة 6% في عام 2022 ليبلغ 313 مليار دولار أمريكي وأن يصل إلى 375 مليار دولار أمريكي في عام 2025 بمعدل نمو سنوي مركب قدره 6,1%.

أُلقت الجائحة باثارها القاسية على قطاع **المستحضرات الدوائية والحلال**، مع تركيز اهتمام العالم على نشر وتوزيع لقاحات كوفيد-19. ورغم أنه لا يوجد حتى الان لاقاح حلال معتمد، فإن ضغوط تحسين الامكانات الذاتي في قطاع المستحضرات الدوائية الواقعة على البلدان النامية العضوة في منظمة التعاون الإسلامي سيشجع على تطوير المكونات الدوائية والأدوية الفعالة المنتجة محلياً، والتي تتضمن الأدوية الحلال المعتمدة، وهناك حاجة ماسة إلى ذلك في دول منظمة التعاون الإسلامي. لقد حفزت الجائحة الابتكار في قطاع الحلال، من خلال تطوير المملكة المتحدة لمجموعة أدوات حلال معتمدة للكشف عن فيروس كوفيد-19، وأضفعة وجه حلال معتمدة في سنغافورة، فيما استمرت الرعاية الوقائية بمثابة محفز رئيسي لمبيعات مقويات المناعة الحلal المعتمدة، ويجذب قطاع الرعاية الصحية عبر الإنترن特 اهتماماً كبيراً في العديد من دول منظمة التعاون الإسلامي من أجل تعزيز استراتيجيات الرعاية الصحية الوطنية وتعزيز حصول المرضى على الرعاية الصحية.

وزاد إنفاق العالم الإسلامي على الأدوية بنسبة 6,5% في عام 2021، ليارتفاع من 93,5 مليار دولار أمريكي إلى 100 مليار دولار أمريكي، ومن المتوقع أن ينمو بنسبة 6,7% في عام 2022، ليبلغ 106 مليار دولار أمريكي، وأن يصل إلى 129 مليار دولار أمريكي في عام 2025 بمعدل نمو سنوي مركب قدره 6,7%.

وبالنسبة لقطاع **مستحضرات التجميل والحلال**، فقد صمد بشكل جيد وسط ظروف التشغيل العصبية، حيث تم إطلاق علامات تجارية جديدة فيما وسعت المزيد من الشركات الرائدة مجموعات منتجاتها، حيث انضمت شركة "وردة" الإندونيسية لمجال مستحضرات التجميل للرجال من خلال مجموعة منتجات "كاف" (Kaff). وعززت منطقة شرق آسيا مكانتها كمركز لمستحضرات التجميل الحلال، مدفوعة بنتائج شركات إندونيسيا ومالزيا، مع نمو المبيعات بشكل أسرع من أي سوق إقليمي آخر، وتواصل الشركات الكورية الجنوبية أيضاً الحصول على شهادات الحلال لمنتجاتها بهدف جذب المشترين المسلمين على شهادات الحلال لممنتجاتها، كما تحقق مبيعات مستحضرات التجميل لمستحضرات التجميل. كما تحقق مبيعات دول مجلس التعاون الخليجي، مع وصول الحلال نمواً أيضاً في أسواق دول مجلس التعاون الخليجي، مع وصول علامات تجارية مثل "شيد إم بيبو" إلى المزيد من العملاء من خلال علاقات الشراكة مع منصات التجارة الإلكترونية ومنافذ البيع بالتجزئة. وجاء بحث المستهلكين عن الشمولية والتتنوع في مستحضرات التجميل في صالح شركات مستحضرات التجميل الحلال. وقد زاد إنفاق العالم الإسلامي على مستحضرات التجميل بنسبة 6,8% في عام 2021،

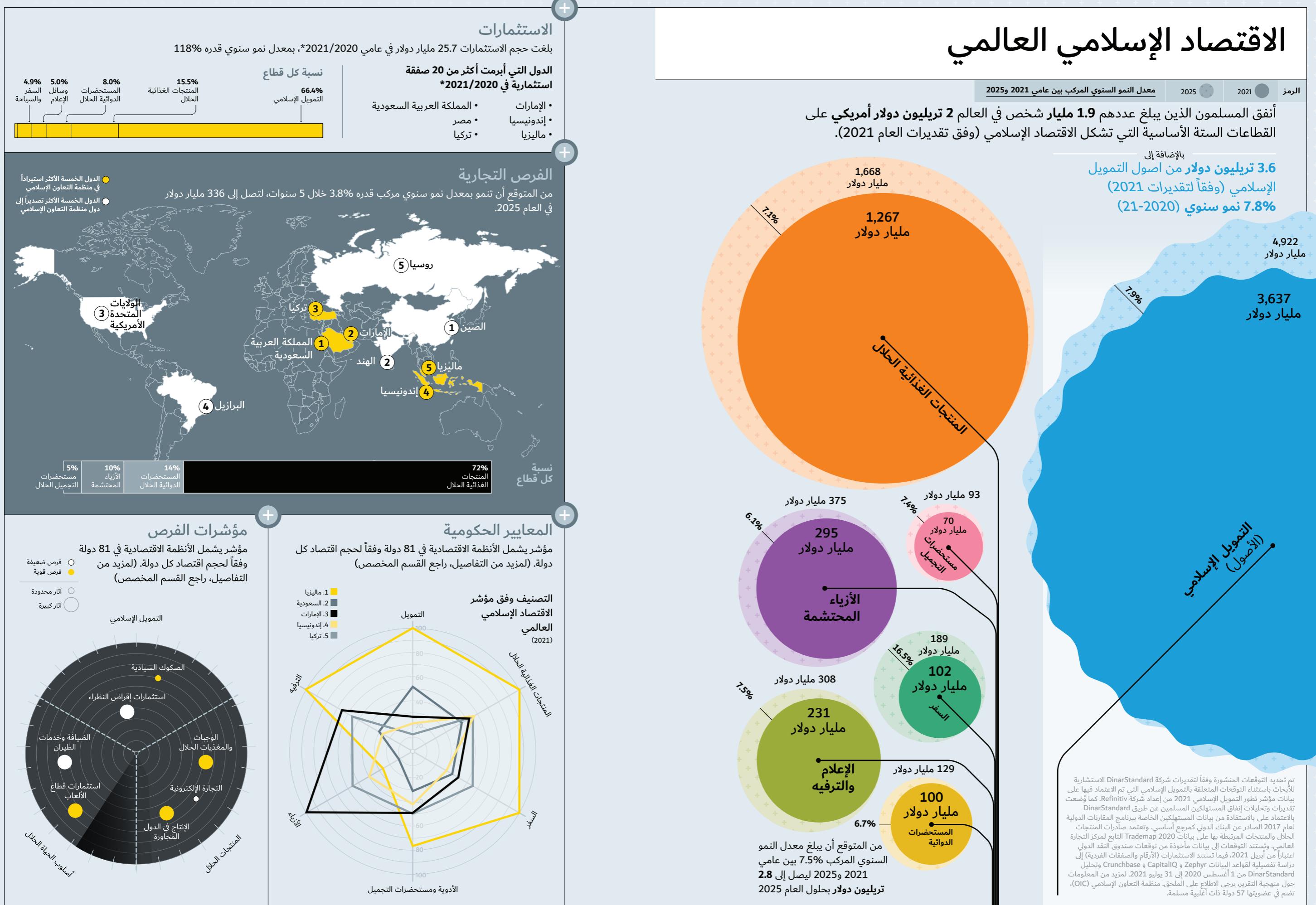
شكوكاً مقومة بالدولار للتمويل الإسلامي للأنشطة المستدامة في العالم. اتعشت الاستثمارات في القطاعات المتعلقة بالاقتصاد الإسلامي في العام 2021 بعد التراجع الذي تسببت فيه جائحة كوفيد-19 على مستوى العالم خلال العام 2020. وقد توسع تقرير هذا العام في تحليل الاستثمارات سعياً لتتبع عمليات الاندماج والاستحواذ والأسهم الخاصة ومعاملات رأس المال الاستثماري عبر أسواق الاقتصاد الإسلامي.

شهدت الاستثمارات في القطاعات المتعلقة بالاقتصاد الإسلامي في أسواق دول منظمة التعاون الإسلامي وأسوق مختارة خارج المنظمة بنسبة 118% لتصل إلى 25,7 مليار دولار أمريكي في عام 2021/2020. وحققت **الإمارات العربية المتحدة وإندونيسيا ومالزيا** تزايداً كبيراً في حجم الاستثمارات، حيث بلغ نصيب الإمارات 16% من إجمالي الصفقات المسجلة، وعلى صعيد القطاعات، شكلت المنتجات الغذائية الحلال والتمويل الإسلامي 15,5% و 66,4% من إجمالي قيمة الصفقات على التوالي.

زاد التركيز على قطاع المنتجات الغذائية الحلال بشكل كبير بسبب الجائحة، حيث أطلقت البلدان العديد من سياسات الأمن الغذائي، تتضمن سياسات تصنيع **المنتجات الغذائية الحلال** وتنمية التجارة فيها. ودعمت منظمة التعاون الإسلامي هذه التطورات بشكل مباشر، حيث تنفذ المنظمة الإسلامية للأمن الغذائي 16 برنامجاً للأمن الغذائي، تشمل إنشاء الجمعية الإسلامية لتجهيز الأغذية، وصندوق الحبوب، واحتياطيات الأمن الغذائي، وحدثت عمليات اندماج وشراء كبيرة بين المؤسسات الكبيرة في مجال المنتجات الغذائية الحلال، بينما توسيع عمليات الرقمنة عبر سلسلة القيمة، بدءاً من المزارع وصولاً إلى المستهلكين. ووجه قطاع تقنيات المنتجات الغذائية اهتماماً كبيراً نحو تحسين الإنتاج وإمكانية تتبع المنتجات الزراعية والخدمات اللوجستية. زاد إنفاق العالم الإسلامي على المنتجات الغذائية بنسبة 6,9% في عام 2021، ليارتفاع من 1,19 تريليون دولار أمريكي إلى 1,27 تريليون دولار أمريكي، ومن المتوقع أن ينمو بنسبة 7% في عام 2022 ليصل إلى 1,67 تريليون دولار أمريكي في عام 2025 بمعدل نمو سنوي مركب قدره 7,1%.

اتعش قطاع **التمويل الإسلامي** بقوة في النصف الأول من عام 2021 بعدما عاش عام عصبياً خلال ذروة الجائحة. وعادت الربحية إلى قطاع البنوك الإسلامية، كما حدثت عمليات اندماج كبيرة، لا سيما في إندونيسيا. وأمنت الاتعاش ليشمل مجال التقنيات المالية الإسلامية، مع وجود 241 شركة في السوق حالياً. ومن المتوقع أن ينمو هذا القطاع من حوالي 49 مليار دولار أمريكي في عام 2020 إلى 128 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2025 (بناءً على حجم المعاملات المقدرة). ورغم كل هذه التحديات، فقد كان عاماً استثنائياً للتمويل الإسلامي، وجمعت الشركات الناشئة في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا أكثر من مليار دولار أمريكي من رأس المال الاستثماري في عام 2020، بينما وصل إصدار الصكوك على مستوى العالم في النصف الأول من عام 2021 إلى مستوى قياسي بلغ 100 مليار دولار أمريكي، ومن المتوقع أن يحط المزيد من الأرقام القياسية بحلول نهاية العام. بلغت قيمة الأصول المالية الإسلامية 3,6 تريليون دولار أمريكي في عام 2021 ومن المتوقع أن ينمو بنسبة 8% في عام 2022 وأن تصل إلى 4,9 تريليون دولار أمريكي في عام 2025 بمعدل نمو سنوي مركب قدره 7,9%. كانت عواقب جائحة كوفيد-19 قاسية للغاية على قطاع **السفر والسياحة العالمية**، حيث مُنِي بالانخفاض بنسبة 70% وتناقص في عدد المسافرين يقدر بـ 1 بليار مسافر في عام 2020. ورغم إقامة الفعاليات المؤجلة من عام 2020 خلال هذا العام، لا سيما الفعاليات الرياضية مثل أولمبياد طوكيو، إلا أنها كانت بطولات ضعيفة بسبب عدم السماح بتواجد الجماهير، وتنسب ذلك في ضربة شديدة للاقتصاد الإسلامي، خاصة لقطاع المنتجات الغذائية الحلال، حيث كانت مطاعم المنتجات الغذائية الحلال تعتمد على ملايين السائحين من الدول الإسلامية وغيرها. إضافة إلى ذلك، تأثر موسم الحج والعمرمة بشدة في عام 2020، وذلك لقصر رحلات الحج والعمرمة في الغالب على السكان المحليين وتنظيمها وفقاً لإجراءات وقائية صارمة في عام 2020. وأيقنت التدخلات الحكومية العديد من شركات السياحة صادمة في ظل توقف رحلات

الاقتصاد الإسلامي العالمي



الم المنتجات الغذائية الحلال



تعرضت سلسلة القيمة للمنتجات الغذائية الحلال على مستوى العالم للتآثيرات السلبية بسبب اضطرابات سلسلة التوريد الناجمة عنجائحة كوفيد-19، ومن ثم أصبح الأمن الغذائي قضية رئيسية في الأسواق الكبرى المستوردة للأغذية الحلال، بالإضافة إلى الآثار المناخية القاسية. وأدى التضخم الذي أصاب قطاع المنتجات الغذائية - ارتفع بنسبة تصل إلى 40% على مستوى العالم - إضافة إلى اضطرابات سلسلة التوريد إلى تفاقم مشاكل الأمن الغذائي.

عانت الدول الأربع الأولى المصدرة للمنتجات الغذائية الحلال من اضطرابات كبيرة في سلسلة التوريد نظراً لقيود التي فرضتها الجائحة، مما أدى إلى حاجة دول منظمة التعاون الإسلامي إلى زيادة الاكتفاء الذاتي وتعزيز التجارة بين دول المنظمة. اتخذت منظمة التعاون الإسلامي إجراءات استباقية لمواجهة هذه التحديات، حيث وضعت المنظمة الإسلامية للأمن الغذائي 16 برنامجاً للأمن الغذائي، تشمل إنشاء الجمعية الإسلامية لتجهيز الأغذية، وصندوق الحبوب، وبنك الجنينات، وبمبادرة احتياطييات الأمن الغذائي.

إضافة إلى ذلك، أقيمت العديد من الاتفاقيات التجارية بين دول منظمة التعاون الإسلامي لتعزيز التعاون من أجل زيادة التجارة في المنتجات الغذائية الحلال. من المتوقع أن تكون الاتفاقيات التجارية الرئيسية، مثل اتفاقية منطقة التجارة الحرة القارية الأفريقية، والتي ستلغى معظم التعريفات الجمركية على الواردات، بمثابة شريان حياة رئيسي لتوزيع المنتجات الغذائية بصورة أكثر إنصافاً. وواصلت الاستثمارات في توسيع إنتاج الغذاء وتنميته السريعة، بفضل التركيز على الزراعة المحلية وعمليات إنتاج وتجهيز الأغذية. وتستثمر شركة المنتجات الغذائية السعودية العملاقة، المراعي، 1,76 مليار دولار أمريكي لمضاعفة حصتها في سوق الدواجن، فيما تستثمر شركة تصنيع اللحوم البرازيلية "بي آر إف" 7,2 مليون دولار أمريكي لتأسيس مشروع جديد في السعودية. وقد استحوذت شركة "تايسون فودز"، التي تتخذ الولايات المتحدة مقراً لها، على 49% من قطاع الدواجن في شركة "ملايان فلاور ميلز" مقابل 104 ملايين دولار أمريكي.

تميزت منطقة الشرق الأوسط ومالزيا بنشاط كبير في قطاع المنتجات الغذائية الحلال، كما شهدت نيجيريا استثمارات كبيرة في هذا القطاع، تضمنت عقد شراكة مع شركة "OneAgrix"، وهي شركة عالمية تقدم الخدمات الزراعية للشركات وأسواق المنتجات الغذائية الحلال.

وتواصل النشاط أيضاً في البلدان ذات الأغلبية غير المسلمة، مع نمو الاستثمارات في شركات الأطعمة الحلال، وشركات تصنيع المكونات الحلال، وسلسل مطاعم الوجبات السريعة الحلال على الصعيد الدولي.

وفي الوقت نفسه، شهدت الاستثمارات في تقنيات الأغذية اهتماماً كبيراً، حيث أطلقت نيجيريا أول مركز إلكتروني زراعي في أفريقيا لتطوير الزراعة الذكية مناخياً، كما أشأت بي "وادي تكنولوجيا الغذاء"، وهي منطقة متخصصة تتضمن منشأة للبحث والتطوير الزراعي، فيما يواصل معرض جلفود تعريف شركات التصنيع بأحدث التطورات التكنولوجية في هذا القطاع.

من جهة أخرى، تُسرّع التقنيات الجديدة ل توفير إمكانية التتبع والخدمات اللوجستية، مع مواصلة انتشار تقنيات مراقبة المحاصيل عبر الأقمار الصناعية، فيما يمثل تطوراً مهمّاً لشركات التكافل (التأمين) التي توّمن المحاصيل. كما أدت الجائحة إلى تعزيز عمليات رقمنة تجارة المواد الغذائية والمطاعم، وبدأ استخدام البلوك تشين أيضاً ضمن مصادر الطعام، ولا سيما اللحوم، بعد عدد من الفضائح في جميع أنحاء العالم. وطُورت منظومة "Malakat" في ماليزيا كأول شبكة للمنتجات الحلال في العالم تعتمد على تقنية بلوك تشين لتبّع أصول لحم البقر المستوردة.

وأصبحت لواچ سلسلة التوريد الغذائية أكثر صرامة وقوّة، كما تم تعزيز

معايير الغذاء الحلال في العديد من البلدان، لا سيما مع إصدار معهد المعاشرات

والمعايير للدول الإسلامية التابع لمنظمة التعاون الإسلامي معياراً دولياً لنظام

إدارة سلسلة توريد المنتجات الغذائية الحلال.

ومع تزايد عدد العمام المستهلكين

الباحثين عن المنتجات الحلال المعتمدة، من المتوقع أن يحافظ قطاع المنتجات

الغذائية الحلال على ريادته في الاقتصاد الإسلامي.

يقدر إنفاق العالم الإسلامي على المنتجات الغذائية الحلال بـ 1,27

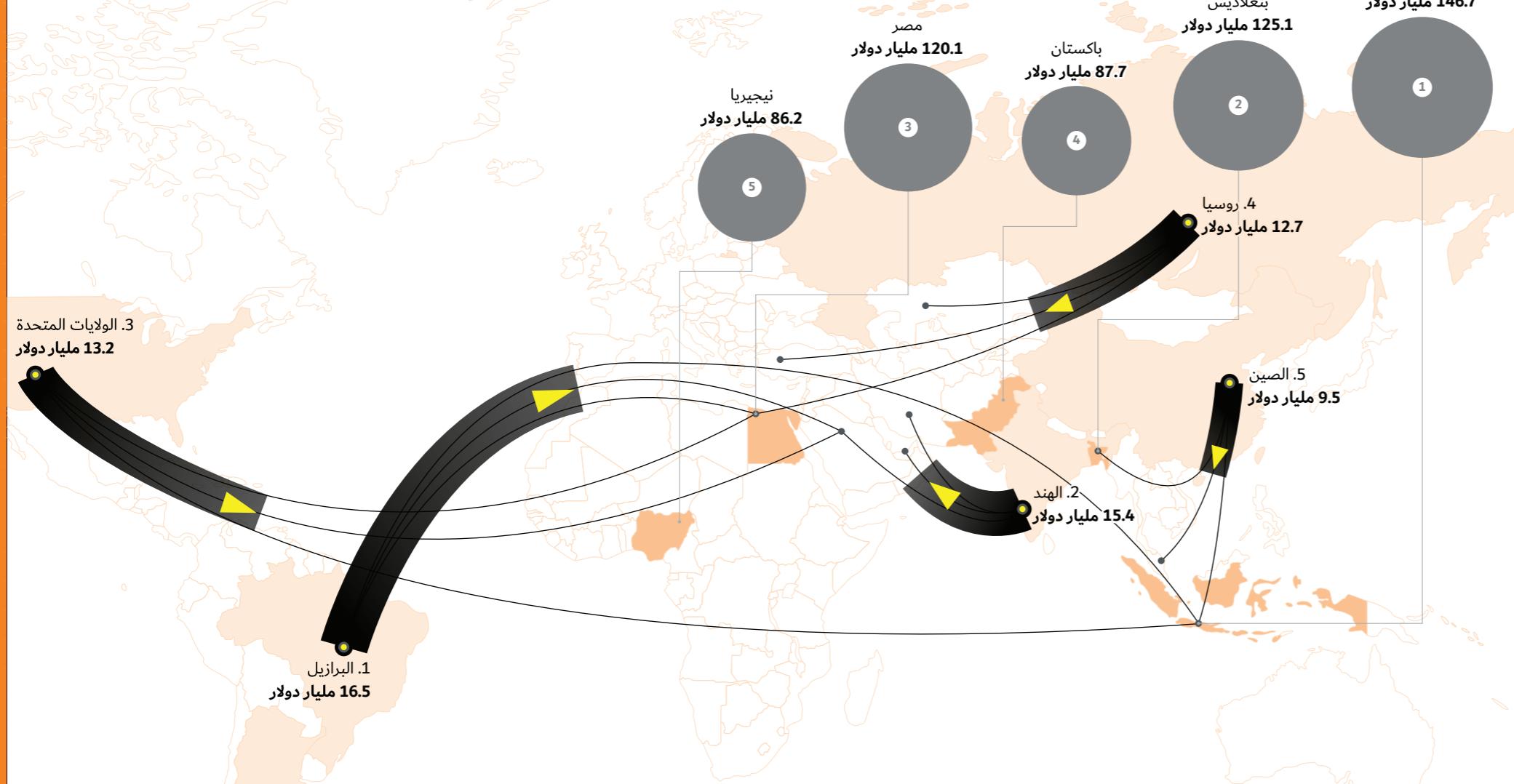
دولار أمريكي في عام 2021، ومن المتوقع أن يصل إلى 1,67 تريليون دولار أمريكي

بحلول عام 2025.

المنتجات الغذائية الحلال



أنفق 1.9 مليار مسلم 1.27 تريليون دولار على المنتجات
الغذائية والمشروبات الحلال (وفقاً لتقديرات عام 2021)



وصل حجم واردات دول منظمة التعاون
الإسلامي* من الأغذية والمشروبات إلى

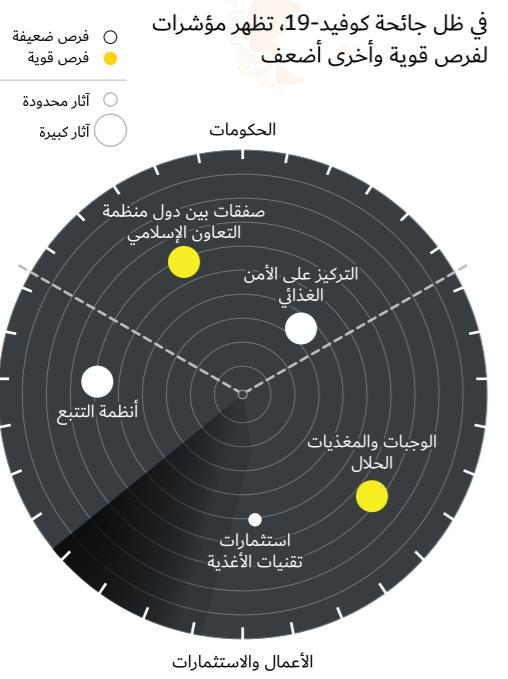
200 مليار دولار
في العام 2020

الأسواق الخمسة الأكثر استهلاكاً
للم المنتجات الغذائية الحلال (2021)

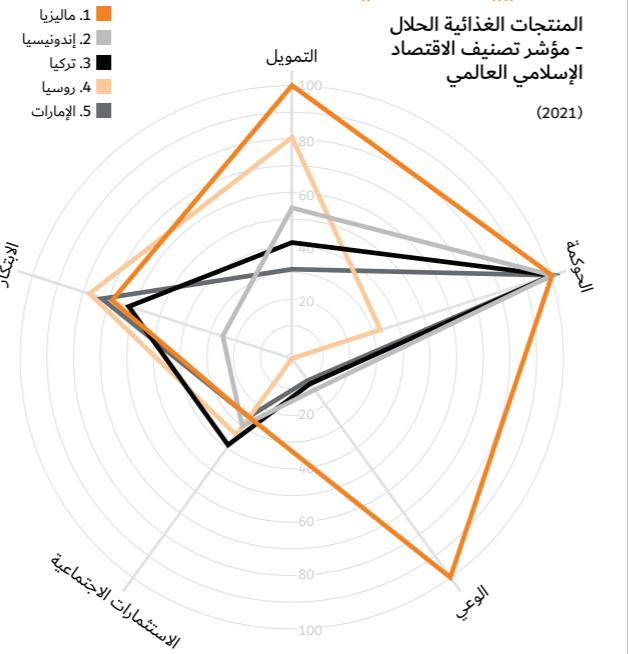
الدول الخمسة الأكثر تصديرها إلى دول
منظمة التعاون الإسلامي (2020)
تناسب سماكة الخط مع حجم إنفاق البلد

*تم تحديد التوقعات المنصوصة وفقاً لتقديرات شركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث. كما وُضعت
تقديرات وتحليلات إنفاق المستهلكين المسلمين عن طريق DinarStandard بالاعتماد على بيانات المستهلكين
ال الخاصة بزيادة المقتنيات الدولية لعام 2017 الصادر عن البنك الدولي كمخرج أساس، وتعتمد صادرات
المنتجات الحلال والمنتجات المرتبطة بها على بياناتTrademap 2020 التابع لمركز التجارة العالمي، وتستند
التوقعات إلى بيانات مأخوذة من توقعات صندوق النقد الدولي اعتباراً من أبريل 2021، فيما تستند الاستثمارات
الإدارية والصفقات الفردية إلى دراسة تفصيلية لقواعد البيانات Zephyr وCrunchbase وCapitalIQ وZephyr وCrunchbase
DinarStandard من 1 أغسطس 2020 إلى 31 يوليو 2021. لمزيد من المعلومات حول منهجية التقدير يرجى
الاطلاع على الملحق منظمة التعاون الإسلامي (OIC)، تضم في عضويتها 57 دولة ذات أغلبية مسلمة.

مؤشرات الفرص



المعايير الحكومية



الاستثمارات

ستستمر المنصات التقنية للمنتجات الغذائية الحلال
(مثل تطبيقات التوصيل عبر الإنترنت والمطابخ السحابية)
في جذب الاستثمارات.

**بلغ حجم الاستثمارات في المنتجات
الغذائية الحلال 3.97 مليار دولار
خلال عامي 2020-2021**

تركيا: تلقت خدمة التوصيل عند الطلب Getir التمويل عبر
سلسلة التمويل «ب» و«ج» و«د» في عام 2021

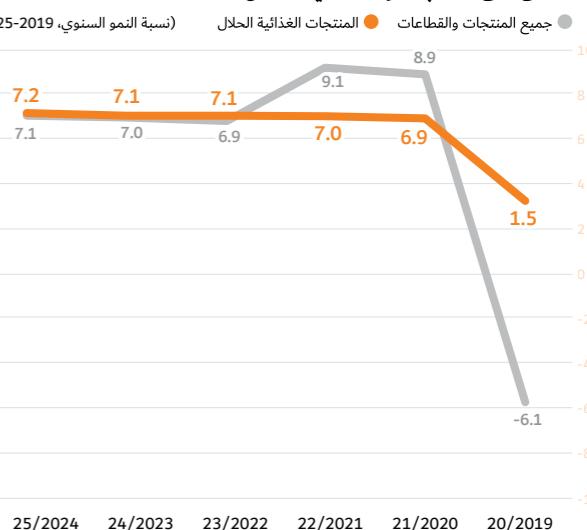
ألمانيا: استحوذت خدمة توصيل الطعام Delivery Hero
على منصة البقالة الإلكترونية الإماراتية «إنستاشوب»

الصفقات
الدول الرائدة في استثمارات المنتجات الغذائية الحلال في
عامي 2020-2021

البلد	نوع آخر	الإجمالي
الإمارات	ـ	11
ماليزيا	ـ	12
إندونيسيا	ـ	14
ـ	ـ	76

توقعات آثار جائحة كوفيد-19
من المتوقع أن يبلغ معدل النمو السنوي المركب للإنفاق 7.1% بين
عامي 2021 و2025 ليصل إلى 1.67 تريليون دولار بحلول عام 2025

النمو المتوقع لإنفاق المسلمين على المنتجات الغذائية الحلال مقارنة مع
الإنفاق على المنتجات ونقط الحياة الحلال



قطاع التمويل الإسلامي



يعتبر قطاع التمويل الإسلامي من آثار الجائحة، بفضل عودة الربحية للبنوك الإسلامية بعد الانخفاض في العام 2020 وإجراء العديد من الاستثمارات الكبرى وانتعاش التقنيات المالية الإسلامية وتمويل منظمة التعاون الإسلامي للشركات الناشئة.

يعتبر انتعاش هذا القطاع ضرورياً للاقتصاد الإسلامي الأوسع، حيث يعتبر التمويل الإسلامي محركاً رئيسياً للمنظومة الاقتصادية الشاملة برمتها، كما يُعد مؤشراً على التزام القطاعين العام والخاص بالمبادئ الإسلامية، مع تفضيل عمليات التمويل والاستثمار والتأمين (التكافل) الإسلامية.

على الرغم من التوقعات، كان العام الماضي أحد أهم أبرز المراحل في تاريخ التمويل الإسلامي، مع وضع معايير جديدة. جمعت الشركات الناشئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا أكثر من مليار دولار أمريكي من رأس المال الاستثماري في العام 2020، بينما وصلت عمليات إصدار الصكوك على مستوى العالم في النصف الأول من العام 2021 إلى مستوى قياسي بلغ 100 مليار دولار أمريكي.

أصبحت الاستثمارات المتواقة مع الشريعة الإسلامية أكثر شيوعاً في جميع دول منظمة التعاون الإسلامي. واستثمر صندوق الحج الإندونيسي، الذي تبلغ قيمته 10 مليارات دولار أمريكي، 300 مليون دولار أمريكي في فنادق في المملكة العربية السعودية. وفي الوقت نفسه، أطلقت "نواة كابيتال"، شركة رأس المال الاستثماري التي يقع مقرها في الرياض، صندوقاً بقيمة 100 مليون دولار أمريكي للاستثمار في شركات التقنية الناشئة في دول منظمة التعاون الإسلامي.

في حين أن هناك معاملات مالية مت坦مية داخل منظمة التعاون الإسلامي، إلا أن هناك سباق مستمر لإنشاء بنوك إسلامية كبيرة، حيث تنافس كل من بريطانيا والخليج وأسيا على أن تكون مركز التمويل الإسلامي. وتبذل باكستان وإندونيسيا وتurkey كأسواق نمو رئيسية، مع زيادة انتشار الخدمات المصرفية الإسلامية مقابل البنوك التقليدية، وبعود الفضل في ذلك جزئياً إلى المبادرات الحكومية.

ثمة تحركات جارية أيضاً لتعزيز الاستثمارات المستدامة، حيث طورت الدول الأعضاء في رابطة دول جنوب شرق آسيا (آسيا) إطار عمل للاستثمارات "الخضراء"، وأصدر البنك الإسلامي للتنمية صكوكاً للاستدامة بقيمة 2,5 مليار دولار أمريكي، وأصدرت ماليزيا أول صكوكاً مقومة بالدولار للتمويل الإسلامي للأنشطة المستدامة في العالم، وأقر البنك الدولي بأن التمويل الإسلامي يدعم أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة.

وفي الوقت نفسه، تُستخدم التقنيات المالية لتحسين الشمول المالي في دول منظمة التعاون الإسلامي، فضلاً عن تعزيز نشر الخدمات المالية الإسلامية في الأسواق. وتوجد حوالي 241 شركة مالية إسلامية بحجم يبلغ حوالي 49 مليار دولار أمريكي في العام 2020. ومن المتوقع أن يصل حجمها إلى 128 مليار دولار أمريكي بحلول العام 2025 (بناءً على حجم المعاملات).

وتواصل مراكز التقنيات المالية الإسلامية تطويرها، مع وجود منافسة شديدة بين دي ولندن ومايلزيا والخليج. وقد جمعت تمار، وهي شركة تقنية مالية للشراء الان والدفع لاحقاً متوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية ومقرها الرياض، 110 ملايين دولار أمريكي في جولة تمويلية بقيادة شركة checkout.com، فيما يمثل دليلاً على اهتمام المستثمرين بهذا القطاع. ويعود ذلك التمويل هو أكبر تمويل تجمعه إحدى شركات التقنيات المالية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. كما بدأ ظهور البنوك الرقمية، على غرار Challenger و Neo Banks، من المملكة المتحدة إلى أستراليا، فيما تهدف شركة MyMoney المالية للتكنولوجيات المالية إلى أن تكون أول بنك Challenger إسلامي مستقل ومرخص من البنك المركزي الماليزي في العالم.

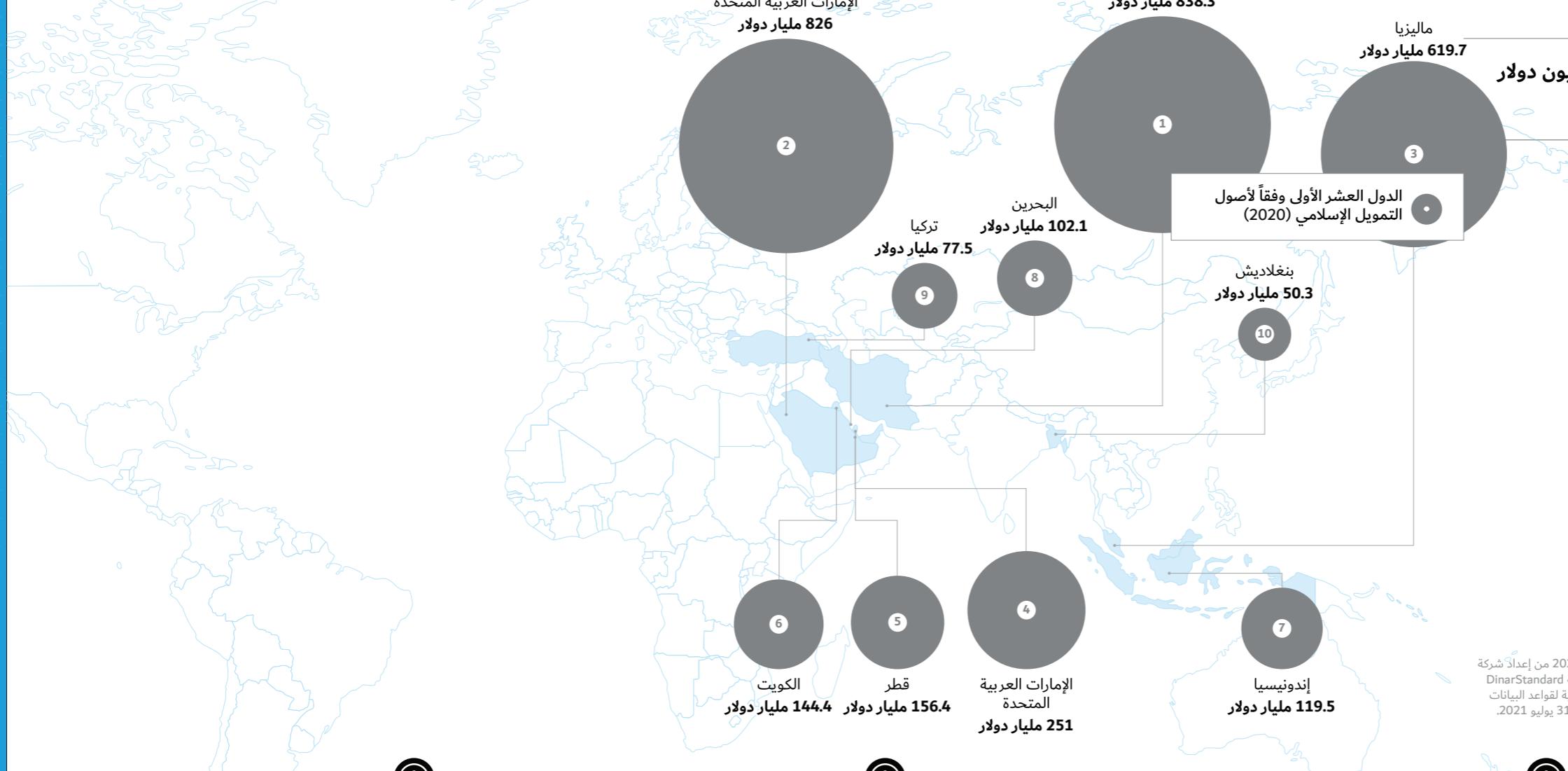
مع ذلك، يتتطور التكافل بشكل أبطأ من بقية القطاع، ولكن يحظى باهتمام متزايد، بدءاً من تطوير تقنيات التكافل المالية إلى عمليات الاستحواذ وإصدار الصكوك الاجتماعية.

قدر أصول التمويل الإسلامي بنحو 3,6 تريليون دولار أمريكي في العام 2021، ومن المتوقع أن تنمو لتصل إلى 4,9 تريليون دولار أمريكي بحلول عام 2025.

التمويل الإسلامي



تبلغ أصول التمويل الإسلامي العالمي 3.6 تريليون دولار (وفقاً لتقديرات العام 2021)

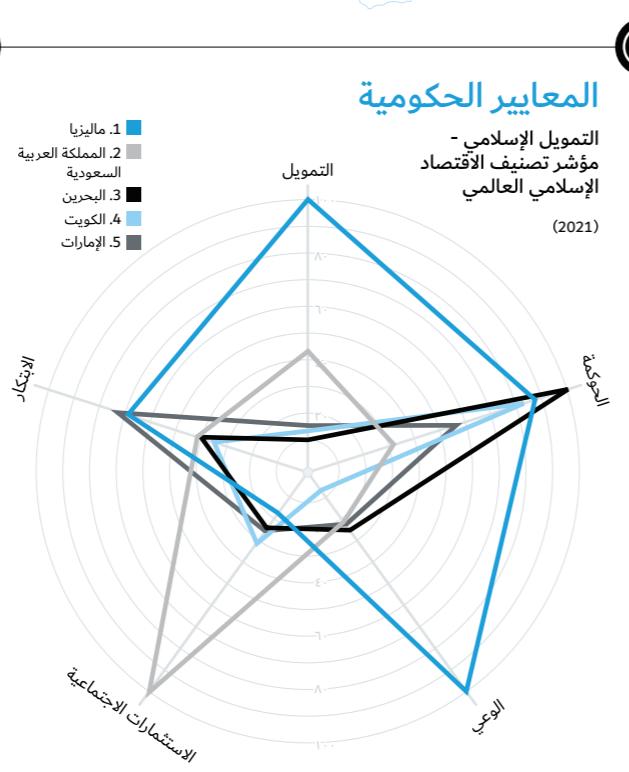
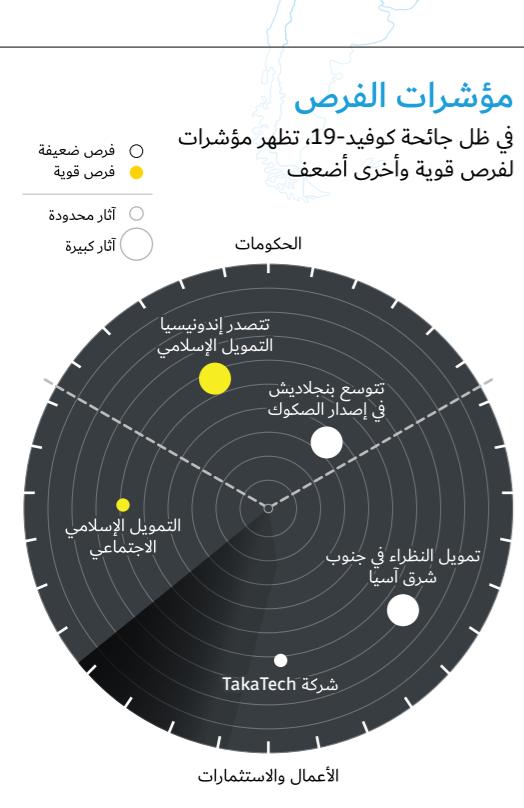


1,553
مؤسسة التمويل الإسلامي
على المستوى العالمي

630 مليار دولار
قيمة السكوك الحالية

174 مليار دولار
قيمة أصول التمويل الإسلامي

تعتمد التوقعات المتعلقة بالتمويل الإسلامي على بيانات مؤشر تطور التمويل الإسلامي 2021 من إعداد شركة Refinitiv. تم تحديد جميع التوقعات الأخرى، بما في ذلك "المؤشرات"، وفقاً لتقديرات شركة DinarStandard لاستثمار الأوراق المالية والصفقات الفردية إلى دراسة تفصيلية لقواعد البيانات Zephyr وCrunchbase وCapitallQ وBukWarang. تمتد من المعلومات حول منهجية التقدير، يرجى الاطلاع على الملحق. لمزيد من المعلومات حول 57 دولة ذات أغلبية مسلمة، انظر إلى تقرير "التمويل الإسلامي في العالم" من المنظمة التعاونية الإسلامية (OIC)، ضمن عضويتها.



الاستثمارات

من المتوقع أن تتواصل استثمارات التقنيات المالية وتوحد المؤسسات المالية من خلال عمليات الاندماج والاستحواذ

بلغ حجم استثمارات التمويل الإسلامي 17 مليار دولار خلال عامي 2019/2020*

السعودية: تأسس البنك الوطني السعودي (الأكبر في البلاد) من خلال اندماج البنك الأهلي التجاري ومجموعة سامبا المالية في صفقة بلغت قيمتها 14 مليار دولار.

إندونيسيا: حصلت شركة BukuWarang الإندونيسية، وهي شركة للتقنيات المالية تركز على الشركات متباينة الصغر وصغر الحجم، على أكبر مبلغ تمويل من سلسلة التمويل "أ" بقيمة 60 مليون دولار.

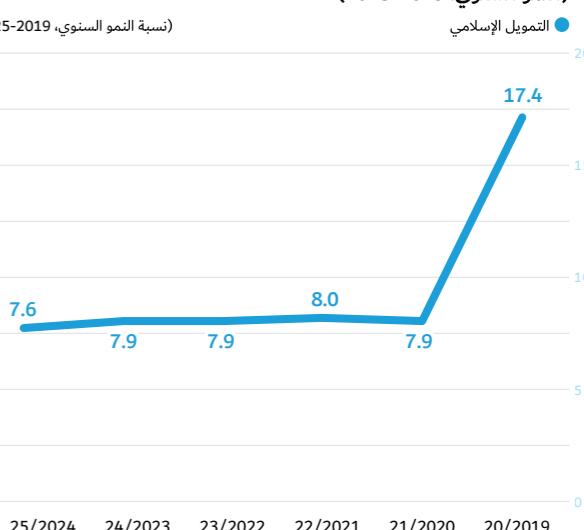
الصفقات: الدول الرائدة في استثمارات المنتجات الغذائية الحلال في عامي 2020/2021

البلد	الحجم
57 الإجمالي	17.4
6 مصر	8.0
9 السعودية	7.6
12 إندونيسيا	7.9

توقعات آثار جائحة كوفيد-19

من المتوقع أن يبلغ معدل النمو السنوي المركب للإنفاق 7.9% بين عامي 2021 و2025 ليصل إلى 4.9 تريليون دولار بحلول عام 2025

النمو المتوقع لأصول التمويل الإسلامي (النمو السنوي، 2019-2025)



خدمات السفر التي تلبي متطلبات المسلمين



شهدت السياحة أسوأ عام لها على الإطلاق خلال 2020، حيث انخفض السفر الدولي بنسبة 75% تقريباً واستقبلت الوجهات عدداً أقل من السياح بمقدار مليار سائح. ولكن ظهر بصيص من النور خلال هذا العام، حيث ساعدت حملات التلقيح ضد فيروس كوفيد-19 في الاقتصادات المتقدمة على انتعاش القطاع، الذي حفزه الطلب المكتوب على قضاء الإجازات.

مع ذلك، فقد تم إدراج العديد من البلدان في "القوائم الحمراء"، مما أبعد عنها السياح الأجانب، في حين أن القيود المفروضة للحد من انتشار الجائحة - من الحجر الصحي إلى جوازات السفر الصحية المرتبطة بتعاطي اللقاح - قد أثرت أيضاً على السفر إلى الخارج، وتأثرت دول منظمة التعاون الإسلامي سلباً، لا سيما المناطق السياحية النشطة مثل مصر وتونس وإندونيسيا وماليزيا من ناحية أخرى، عوضت السياحة المحلية بعض خسائرها، حيث أطلقت الحكومات حملات لتنشيط السياحة الداخلية، فيما ساعدت حزم التحفيز الشركات على الصمود. وقد تواصلت الاستثمارات العامة والخاصة في قطاع السياحة رغم تراجع عائداته، وكان هناك انتعاش للنشاط السياحي في العام 2021.

وعلى الرغم من خسارة مليارات الدولارات من الإيرادات غير المحققة من الحج، بسبب انخفاض أعداد الحجاج والمعتمدين بشكل كبير يستثمر صندوق الاستثمارات العامة في المملكة العربية السعودية في بناء المنتجعات الفاخرة، وإنشاء شركة للطيران، وخط للرحلات البحرية في إطار جهوده لتعزيز السياحة الترفيهية. كما يمكّن صندوق التنمية السياحي بالملكة إنشاء مجمع بقيمة 347 مليون دولار أمريكي بالقرب من المسجد النبوي الشريف في المدينة المنورة، إضافة إلى إطلاق شركة كدانة للتنمية والتطوير وهي شركة بقيمة 270 مليون دولار أمريكي مسؤولة عن تنمية وتطوير منطقة المشاعر المقدسة. ونظراً لتأثير الجائحة على الحج، اكتسبت برامج التوفير من أجل الحج أهمية أكبر في نيجيريا وماليزيا.

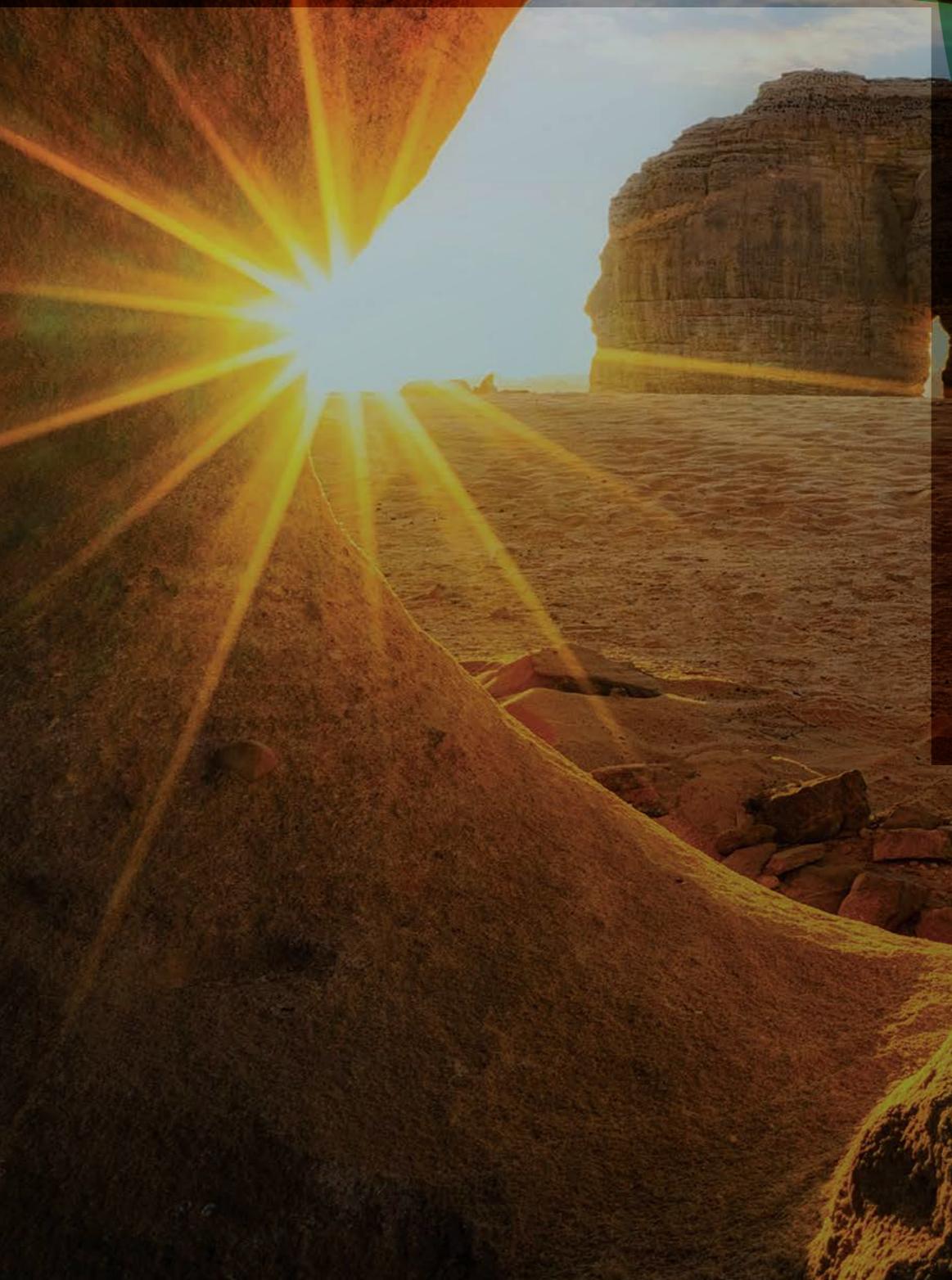
وتعمل العديد من شركات الطيران في الدول التابعة لمنظمة التعاون الإسلامي على توسيع عملياتها، فيما تجذب البنية التحتية للسياحة والنقل استثمارات كبيرة أيضاً، وذلك في إشارة إلى انتعاش المحتمل لقطاع السفر.

ومع ذلك، فقد أثرت الجائحة على الفعاليات الوطنية واسعة النطاق، بما في ذلك أولمبياد طوكيو، مما شكّل ضربة وتسبّب بذلك في ضربة شديدة للاقتصاد الإسلامي، خاصة لقطاع السياحة والمنتجات الغذائية الحلال، حيث كانت مطاعم المنتجات الغذائية الحلال تعتمد على ملايين السائحين من الدول الإسلامية وغيرها. ومع ذلك، أخذت دبي قراراً جريئاً باستضافة معرض إكسبو 2020 في أكتوبر 2021. وجذب هذا المعرض الزوار من جميع أنحاء العالم، ومنح قطاع السياحة دفعة كان في أمس الحاجة إليها. كما تواصل قدر إنشاء مرافق الإقامة والضيافة خلال هذه الفترة التي تسبق تنظيم كأس العالم لكرة القدم في العام 2022.

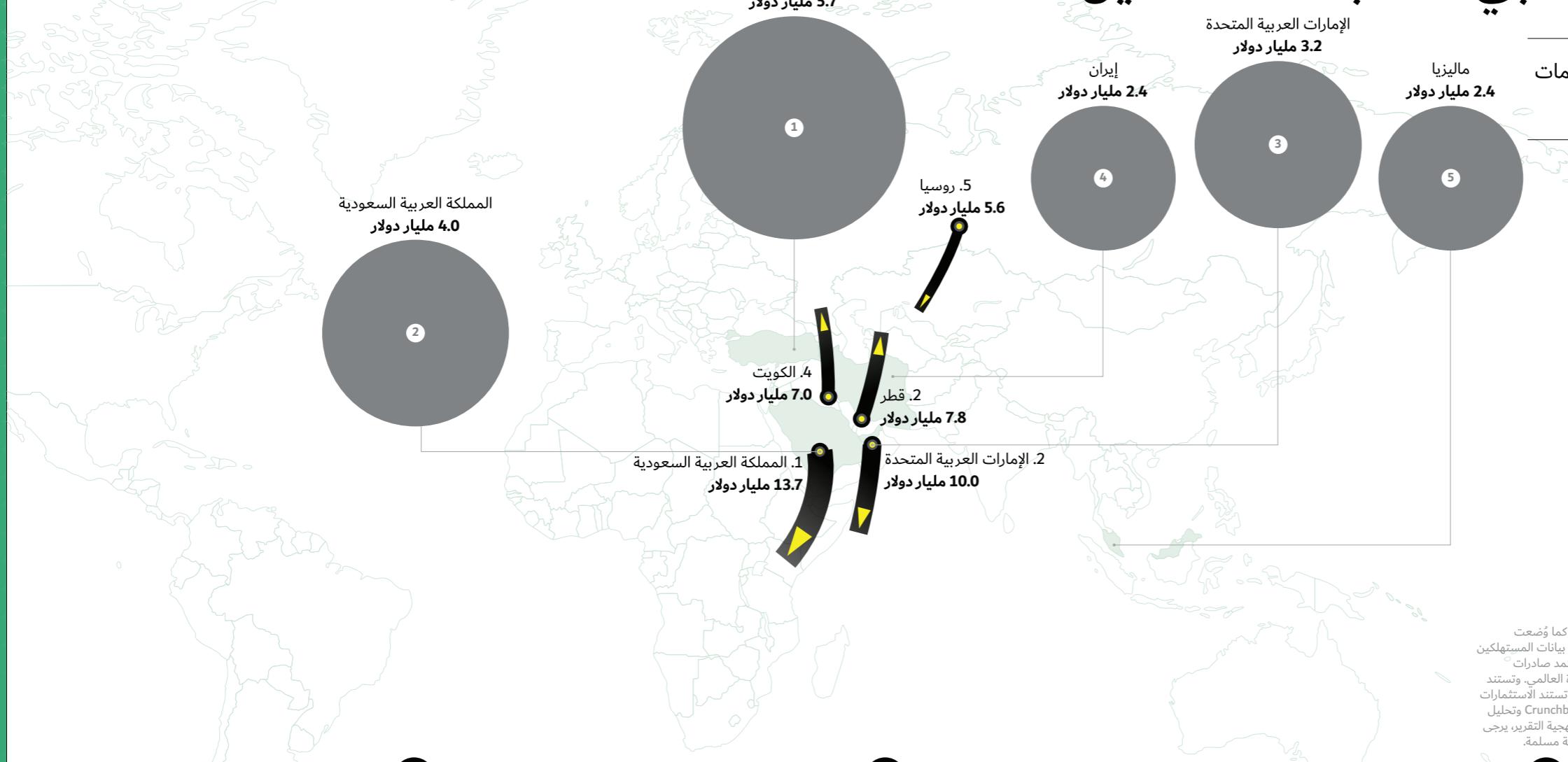
ونشطت عمليات رقمنة خدمات السفر التي تلبي متطلبات المسلمين بشكل خاص، حيث أصبح السفر بدون تلامس شائعاً بشكل متزايد، ونوّعت شركات السفر عروضها من أجل فتح الباب أمام تدفق الإيرادات، من التجارة عبر الإنترنت إلى خدمات توصيل الطعام.

كما كان هناك نشاط استثماري كبير يخص شركة "رافلوكا" التي تتخذ من إندونيسيا مقراً لها بالإضافة إلى موقع Tiket.com، حيث يخطط كلاهما لإجراء عملية اكتتاب عام، وحصل موقع HalalBooking.com على تمويل بقيمة 5 ملايين دولار أمريكي خلال مرحلة ما قبل سلسلة التمويل "B" (pre-Series B) فيما جمعت شركة "فابند ماي أدقشر" (FindMyAdventure) (FindMyAdventure) الباكستانية الناشئة 600 ألف دولار أمريكي.

رغم توقعات تعافي قطاع السياحة في العديد من دول منظمة التعاون الإسلامي، فإن هذا التعافي ليس متوقعاً في بعض الدول الأخرى، حيث مُنيت بعدم الاستقرار السياسي إضافة إلى آثار الجائحة، كما حدث في لبنان وتونس. ومع افتتاح العالم مرة أخرى على السياحة، من المتوقع أن تشهد المنتجعات والفنادق والمطاعم التي تلبي احتياجات المسلمين نمواً كبيراً في السنوات المقبلة. بلغت قيمة إنفاق المسلمين على السفر 102 مليار دولار أمريكي في العام 2021، ومن المتوقع أن يصل هذا الإنفاق إلى 189 مليار دولار أمريكي بحلول العام 2025.

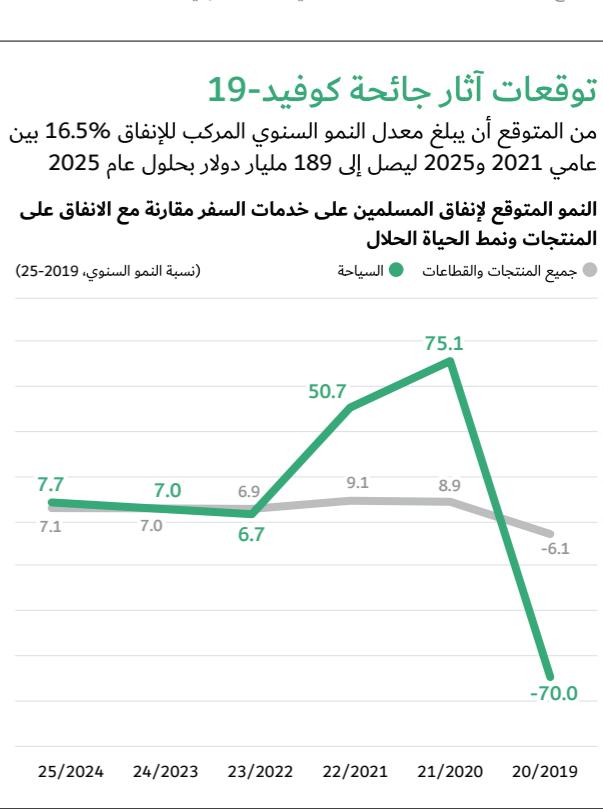
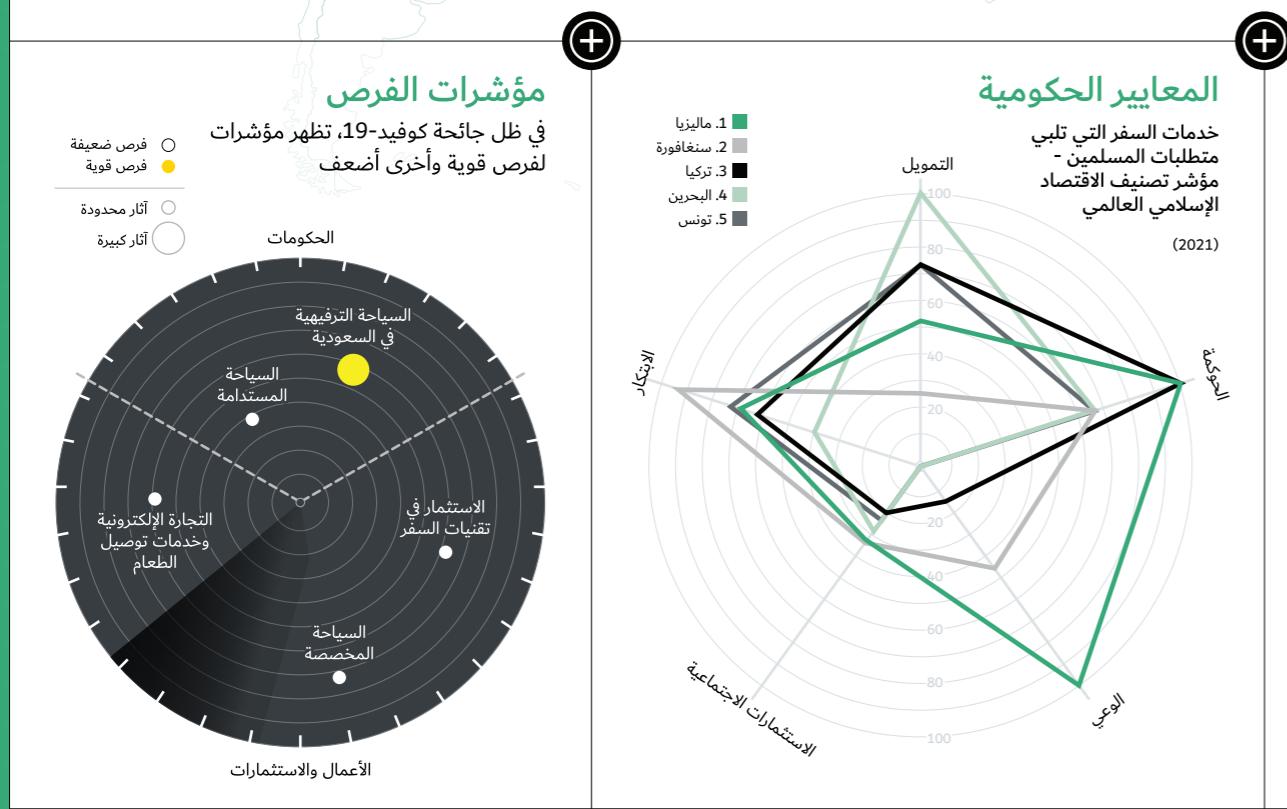


خدمات السفر التي تلبي متطلبات المسلمين



الأسواق الخمسة الأكثر استهلاكاً للأزياء المحشمة (2021)
الدول الخمسة الأكثر تصديراً إلى دول منظمة التعاون الإسلامي (2020)
تناسب سماكة الخط مع حجم إنفاق البلد

*تم تحديد التوقيعات المنصورة وفقاً لتقديرات شركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث. كما وُضعت تقديرات وتحليلات إنفاق المستهلكين المسلمين عن طريق DinarStandard بالاعتماد على بيانات المستهلكين الخاصة ببرنامج المقارنات الدولية عام 2017 الصادر عن البنك الدولي كمجمع أساس، وتعتمد صادرات المنتجات الحلال والمنتجات المرتبطة بها على بيانات 2020 التابع لمركز التجارة العالمي، وستعتمد التوقعات إلى بيانات مأخوذة من توقعات صندوق النقد الدولي اعتباراً من أبريل 2021، فيما تستند الاستثمارات (الأرقام والصفقات الفردية) إلى دراسة تفصيلية لقواعد البيانات Zephyr وCrunchbase وCapitalIQ وDinarStandard من 1 أغسطس 2020 إلى 31 يوليو 2021. لمزيد من المعلومات حول منهجية التقدير، يرجى الاطلاع على الملحق من منظمة التعاون الإسلامي (OIC)، تضم في عضويتها 57 دولة ذات أغلبية مسلمة.



الأزياء المحتشمة



تركَت جائحة كوفيد-19 آثاراً سلبية غير مسبوقة على قطاع الأزياء العالمي الذي يُقدر بـ 1.5 تريليون دولار، حيث انخفضت المبيعات بأكثر من الثلث في العام 2020. وأغلقت العلامات التجارية الكبرى متاجر البيع بالتجزئة، وغلقَت مراكز التسوق أبوابها، وتضاءلت القوى الشرائية للمستهلكين.

لم يكن قطاع الأزياء المحتشمة يمْعِز عن هذا الوضع. كان أداء القطاع جيداً قبل انتشار الجائحة، وظهرت الأزياء المحتشمة بشكل متزايد في متاجر البيع بالتجزئة، وفي الشوارع، وفي عروض الأزياء. ولكن بدأ تعافي القطاع في العام 2021، حيث تكيف مع الوضع الجديد وعززت معدلات التلقيح المرتفعة في البلدان الأكثر تقدماً مبيعات القطاع.

حدث التحول الكبير في التجارة الإلكترونية، مع نمو كبير في المبيعات في أسواق الأزياء المحتشمة الرئيسية في تركيا وإندونيسيا ومالزيا ودول مجلس التعاون الخليجي. واستثمرت الشركات بكثافة في المبيعات عبر الإنترنت والتسويق الرقمي، وأصبحت عروض الأزياء تقام عبر العالم الافتراضي، أدى ذلك في أغلب الأحيان إلى تأثير أكثر إيجابية، حيث حظيت هذه العروض بمشاهدات أكثر من ذي قبل. وجذبت العلامات التجارية الناشئة للأزياء المحتشمة انتباه المستهلكين وأدرجت في أساسيات الموضة الرئيسية.

ويعتبر إطلاق شركة "مودانيسا" التركية العملاقة للأزياء المحتشمة منصة بيع إلكترونية في ماليزيا مع عرض أزياء عبر العالم الافتراضي. وشهدت منصة الشركة في المملكة المتحدة زيادة في المبيعات بنسبة 70% خلال شهر رمضان. تتفق الاستثمارات إلى عمليات الرقمنة، حيث أطلقت شركة "هوت حجاب" (Hot Hijab)، التي تتخذ من الولايات المتحدة مقراً لها، موقعها الإلكتروني في المملكة المتحدة بعد الحصول على تمويل من إحدى شركات رأس المال الاستثماري وأطلقت العلامة التجارية الفاخرة للأزياء المحتشمة "إل بي زو" باستخدام نسخة افتراضية ثلاثة الأبعاد تم إنشاؤها خصيصاً لعرضة الأزياء السعودية شهد سلمان، كما تم إطلاق العديد من التطبيقات الجديدة، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والذكاء الاصطناعي والتواصل مع المستهلك عبر الإنترنت بشكل متزايد لجذب انتباه المستهلكين.

احتفلت المتاجر الفعلية بجاذبيتها، مع افتتاح متاجر أزياء محتشمة جديدة في دول مجلس التعاون الخليجي وشرق آسيا. كما حرصت العلامات التجارية الرائدة على توسيع خطوط الأزياء المحتشمة الخاصة بها من خلال اتفاقيات الشراكة، مع جذب مجموعات الحجاب الجديدة اهتماماً خاصاً بالإضافة إلى الملابس الرياضية المحتشمة الجديدة. وكذلك دخلت العلامات التجارية الماليزية CalaQisya و Mimpikita في شراكة مع "ديزني" لإنتاج مجموعات من الأزياء المحتشمة.

مع تغير سلوك المستهلكين بسبب الجائحة، ضاعفت العلامات التجارية من مبادرات سلاسل التوريد الأخلاقية والمستدامة، وفي الوقت نفسه، أصبحت الشمولية أيضاً محور تركيز رئيسياً. ويأتي ذلك كله في صالح قطاع الأزياء المحتشمة، إضافة إلى الدفعية الإضافية الناتجة عن إطلاق العديد من المنصات الجديدة التي تتفق الناس حول الأزياء المحتشمة.

أدت الحكومات دوراً كبيراً في تحفيز نمو قطاع الأزياء المحتشمة، من دول مجلس التعاون الخليجي إلى شرق آسيا، من خلال دعم عروض الأزياء، ودعم الشركات الناشئة، ومساعدة المنظومة بأكملها على التعافي. ولكن ظهرت بعض المقاومة في البلدان ذات الأغلبية غير المسلمة، حيث تم فرض قوانين لحظر الحجاب والنقاب في العديد من البلدان الأوروبية.

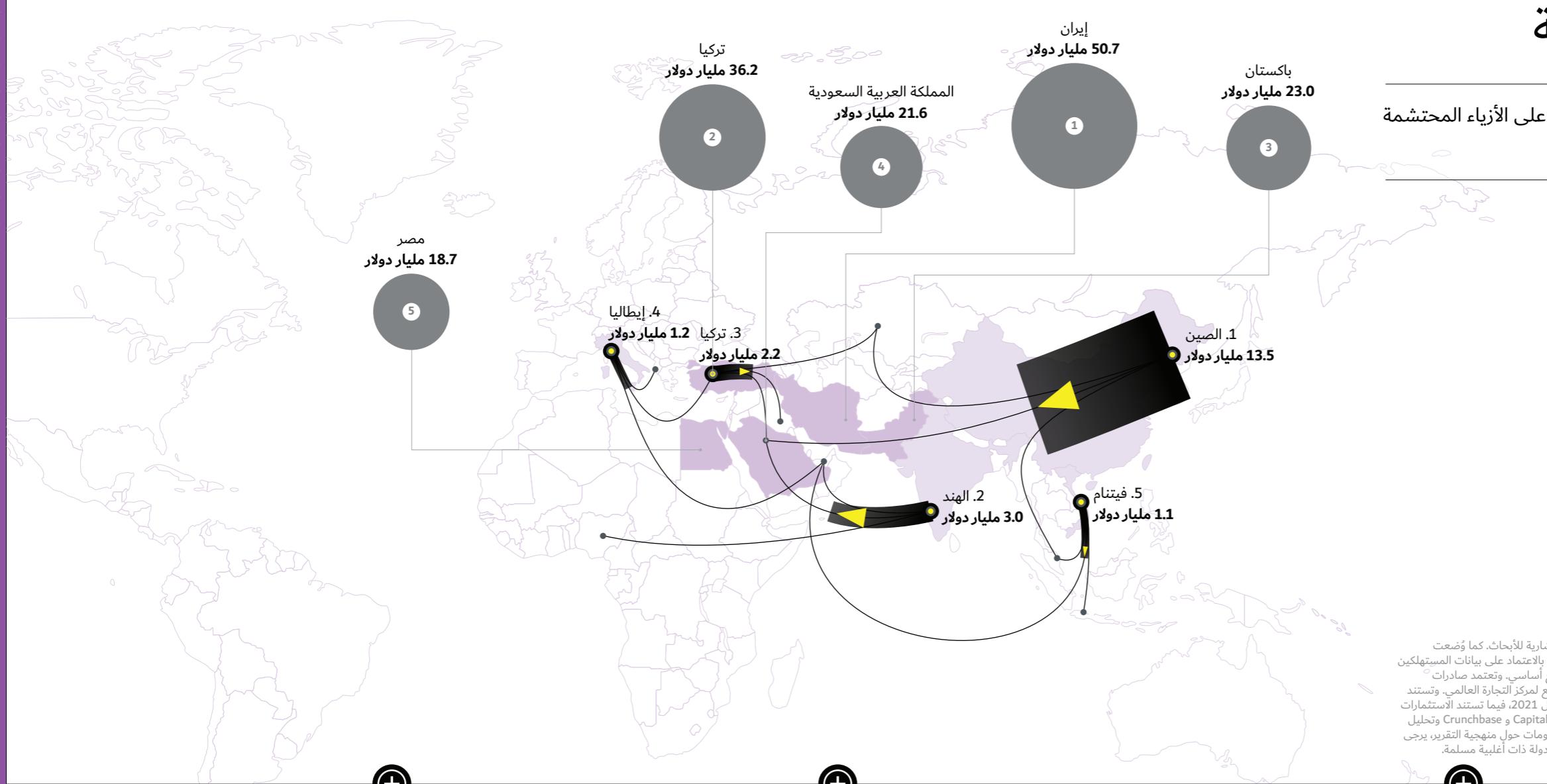
ومع تزايد انتشار الأزياء المحتشمة في عالم الأزياء، يتعافى هذا القطاع من الآثار السلبية التي فرضتها الجائحة ويستعد لتحقيق مزيد من النمو.

بلغ إنفاق المسلمين على الأزياء المحتشمة 295 مليار دولار أمريكي في العام 2021، ومن المتوقع أن يصل إلى 375 مليار دولار أمريكي بحلول العام 2025.

الأزياء المحتشمة



أنفق 1.9 مليار مسلم 295 مليار دولار على الأزياء المحتشمة
(وفقاً لتقديرات عام 2021)



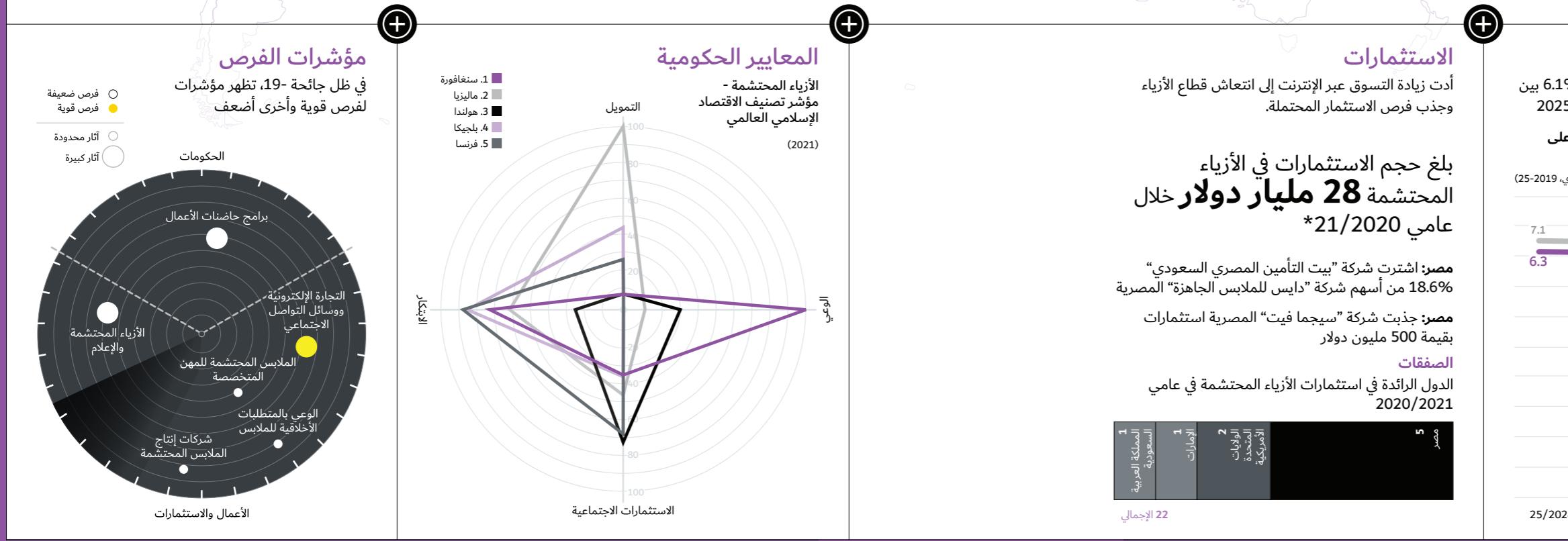
وصل حجم واردات دول منظمة التعاون الإسلامي* من الملابس إلى

27 مليار دولار
في العام 2020

الأسواق الخمسة الأكثر استهلاكاً
لأزياء المحتشمة (2021)

الدول الخمسة الأكثر تصديرها إلى دول
منظمة التعاون الإسلامي (2020)
تناسب سماكة الخط مع حجم إنفاق البلد

*تم تحديد التوقيعات المنصوصة وفقاً لتقديرات شركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث. كما وُضعت تقديرات وتحليلات إنفاق المستهلكين المسلمين عن طريق Dinar Standard بالاعتماد على بيانات المستهلكين الخاصة ببيانات المقارنات الدولية لعام 2017 الصادرة عن البنك الدولي كمجمع أساس. وتعتمد صادرات المنتجات الحلال والمنتجات المرتبطة بها على بيانات 2020Trademap التابع لمركز التجارة العالمي، وستندرج التوقعات إلى بيانات مأخوذة من توقعات صندوق النقد الدولي اعتباراً من أبريل 2021، فيما تستند الاستثمارات (الارتفاع والصفقات الفريدة) إلى دراسة تفصيلية لقواعد البيانات Zephyr و CapitalIQ و Crunchbase. لمزيد من المعلومات حول منهجية التقدير، يرجى الاطلاع على الملحق منظمة التعاون الإسلامي (OIC)، تضم في عضويتها 57 دولة ذات أغلبية مسلمة.



المستحضرات الدوائية الحلال

لا شك أن جائحة كوفيد-19 التي اجتاحت العالم سلطت الضوء على أوجه القصور في نظام توفير الرعاية الصحية، وكان ذلك صارخاً بشكل خاص في بلدان منظمة التعاون الإسلامي الأكثر فقراً، والتي لم تتأثر بالجائحة وحدها، ولكنها تأثرت أيضاً بالتأخير في بدء حملات التلقيح على المستوى الوطني ضد الأمراض الممorteة الأخرى. وحاولت دول منظمة التعاون الإسلامي الأكثر ثراءً سد هذه الفجوة من خلال التبرع بملايين الجرعات من لقاحات كوفيد-19 وتقديم الدعم الإضافي.

مع ذلك، وفرت الجائحة طاقة من النور بالنسبة للبلدان منخفضة الدخل، فمن خلال الاتفاقيات الثنائية، يتم إنتاج المزيد من اللقاحات في دول منظمة التعاون الإسلامي أكثر من السابق، مثل تركيا والإمارات العربية المتحدة ومصر وباكيستان والمملكة العربية السعودية. كما أنه يوجد جانب آخر يتمثل في أن التصنيع المحلي لللقاحات كوفيد-19 سيعزز من تطوير لقاحات أخرى للتصدية، والتي يُحتمل أن تكون لقاحات حلال. وتوجد مبادرات لإنتاج اللقاحات في المغرب والسنغال وأعدتن بشكل خاص للقاراء الأفريقيّة التي اضطرت إلى استيراد 99% من اللقاحات.

على الرغم من أن أخبار الرعاية الصحية ركزت بشكل طبيعي على الجائحة، فقد تغيرت الديناميكيات خلال العام الماضي. في البداية، شهد مجال المغذيات والأفيتامينات والأدوية الوقائية الأخرى نمواً كبيراً متمثلاً في عدد المنتجات التي حصلت على ملصق "حلال"، ولكن تناقص هذا النمو تدريجياً. مع ذلك، ظل الطلب قوياً حيث استمرت رغبة الناس في التمتع بأكبر قدر ممكن من الصحة. ومن المتوقع أن يستمر هذا الاتجاه، ويتصحّر ذلك في إعادة طرح العالمة التجارية لشركة "Duopharma" الماليزية والتسوّيق القوي للمعدّيات الحلال المعتمدة التي تتوجّها.

وحفز الوباء أيضاً الابتكار في قطاع الأدوات الطبية الحلال، فقد طرحت مجموعة أدوات حلال معتمدة للكشف عن فيروس كوفيد-19 في المملكة المتحدة، وكذلك قناع وجه حلال معتمد في سنغافورة.

لا توجد معايير للمنتجات الحلال معتمدة عالمياً، مما أعاد تطوير لقاح كوفيد-19 حلال معتمد، على الرغم من أن شركات الأدوية تسعى إلى إنتاج لقاح حلال في أقرب وقت ممكن. وواصلت ماليزيا المضي قدماً في طرح المعايير لتصنيع الأدوية الحلال، والتي تضمنت معايير للأجهزة الطبية طرحت مؤخراً. وتعمل منظمة التعاون الإسلامي أيضاً على وضع معايير للمستحضرات الدوائية الحلال، فيما تواصل الدعوات التي تطالب القطاعين الخاص والعامل بنشر الوعي حول الرعاية الصحية الحلال في الأسواق ذات الأغلبية المسلمة.

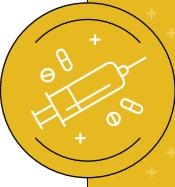
ورغم سلبيتها، كانت جائحة كوفيد-19 محركاً دافعاً للاستثمار في قطاع في الرعاية الصحية، مع استثمارات ضخمة في قطاع الصحة الرقمية في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وكذلك دعمت البلدان الشركات الناشئة من خلال تعديل اللوائح لتعزيز الصحة الرقمية، والتي أصبحت محوراً أساسياً لاستراتيجيات الرعاية الصحية الوطنية. وقد أدى ذلك إلى زيادة اهتمام المستثمرين في الأسهم الخاصة وأسهم المال الاستثماري بقطاع الصحة الرقمية.

ومع الاهتمام بالاستثمار في قطاع الرعاية الصحية في أعقاب الجائحة، وزيادة الوعي العام بالصحة، يتذهب قطاع المستحضرات الدوائية الحلال والمنظومة الأشمل ليشهد نمواً استثنائياً.

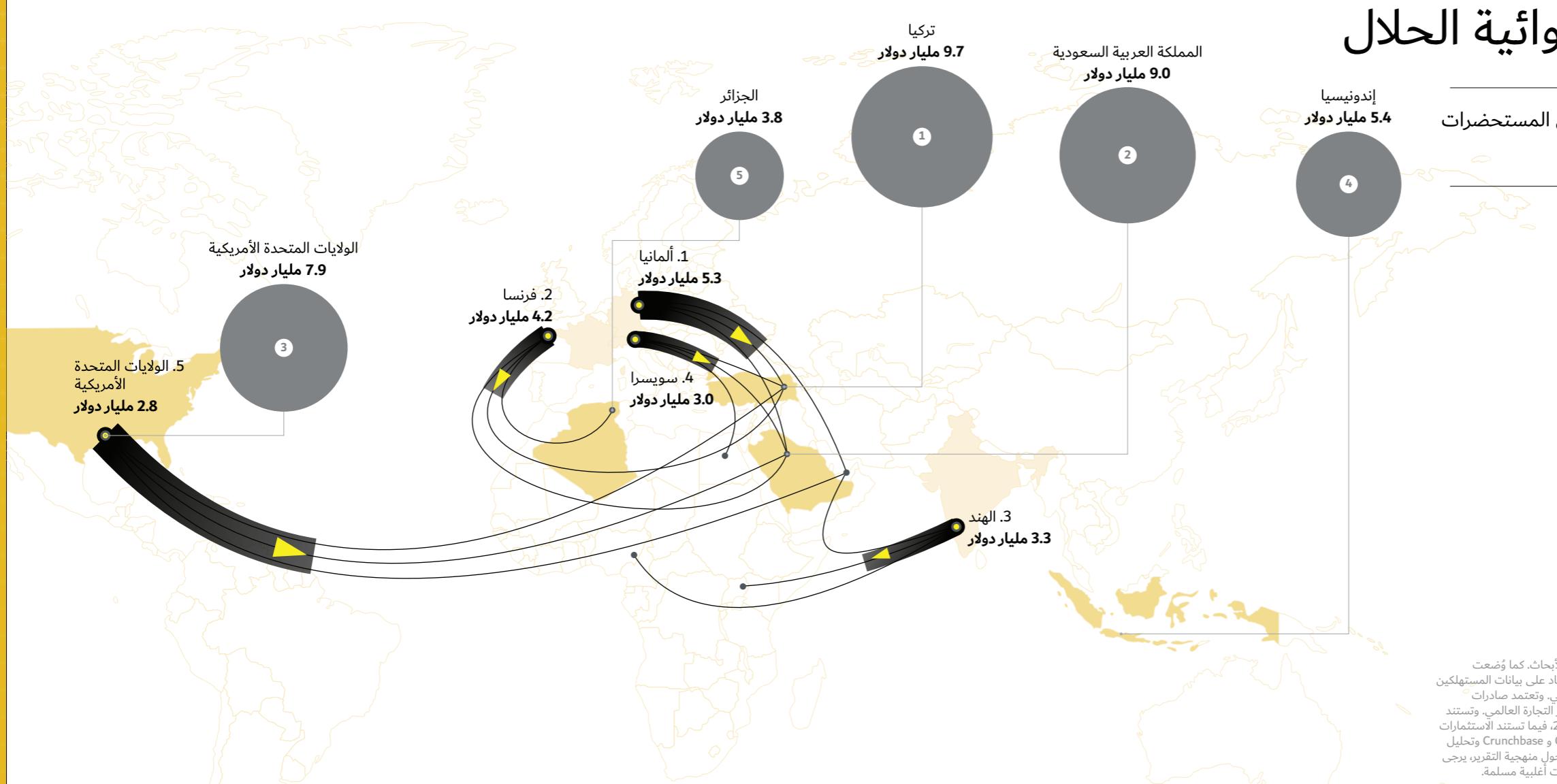
بلغ إنفاق المسلمين على المستحضرات الدوائية الحلال 100 مليار دولار أمريكي في العام 2021، ومن المتوقع أن يصل إلى 129 مليار دولار أمريكي بحلول العام 2025.



المستحضرات الدوائية الحلال



أنفاق 1.9 مليار مسلم 100 مليار دولار على المستحضرات
الدوائية الحلال (وفقاً لتقديرات عام 2021)



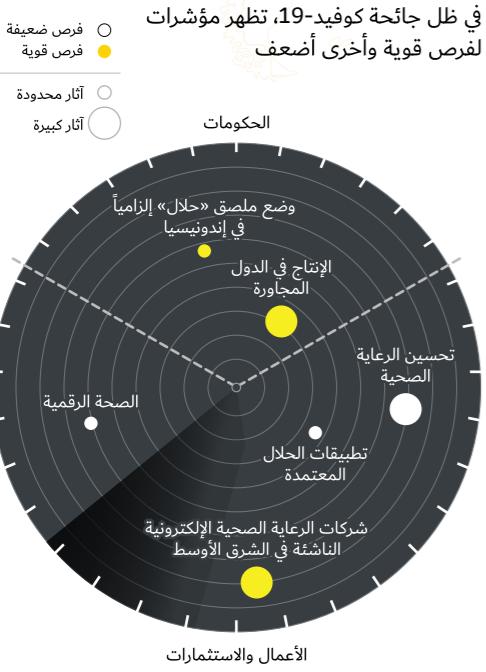
وصل حجم واردات دول منظمة التعاون
الإسلامي* من المستحضرات الدوائية إلى

39 مليار دولار
في العام 2020

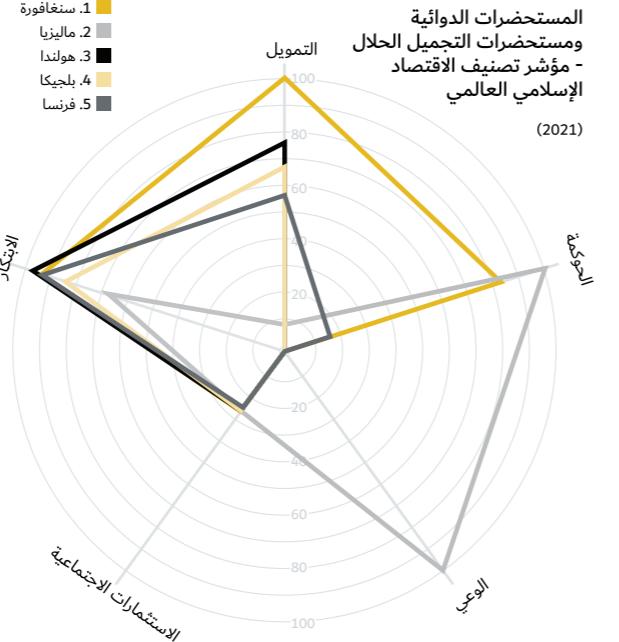
- الأسواق الخمسة الأكثر استهلاكاً للمستحضرات الدوائية الحلال (2021)
- ◀ الدول الخمسة الأكثر تصديرها إلى دول منظمة التعاون الإسلامي (2020)
- تناسب سماكة الخط مع حجم إنفاق البلد

*تم تحديد التوقعات المنصوصة وفقاً لتقديرات شركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث. كما وُضعت تقديرات وتحليلات إنفاق المستهلكين المسلمين عن طريق DinarStandard بالاعتماد على بيانات المستهلكين الخاصة بإنفاق المقتنيات الدولية لعام 2017 الصادر عن البنك الدولي كمجمع أساس. وتعتمد صادرات المنتجات الحلال والمنتجات المرتبطة بها على بيانات 2020 التابع لمركز التجارة العالمي. وستستند التوقعات إلى بيانات مأخوذة من صندوق النقد الدولي اعتباراً من أبريل 2021، فيما تستند الاستثمارات (الذراع والصفقات الفريدة) إلى دراسة تفصيلية لقواعد البيانات Zephyr و CapitalQ و Crunchbase و CapitalIQ و Zephyr. لمزيد من المعلومات حول منهجية التقدير، يرجى الاطلاع على الملحق من منظمة التعاون الإسلامي (OIC)، تضم في عضويتها 57 دولة ذات إقليمية مسلمة.

مؤشرات الفرض



المعايير الحكومية



الاستثمارات

يؤدي الوعي بالعادات الصحية لدى المستهلكين إلى زيادة الطلب على المستحضرات الدوائية الحلال. وتؤدي الشركات التقنية الناشئة دوراً كبيراً في هذا القطاع.
بلغ حجم الاستثمارات في المستحضرات الدوائية الحلال 2 مليار دولار خلال عامي 2020/2021

الإمارات: استحوذت شركة "القابضة" ADQ على شركة آمون للأدوية مقابل 740 مليون دولار

مالزيا: تلقت شركة MiCare تمويلاً بقيمة 30 مليون دولار من مؤسسة التمويل الدولي (IFC)

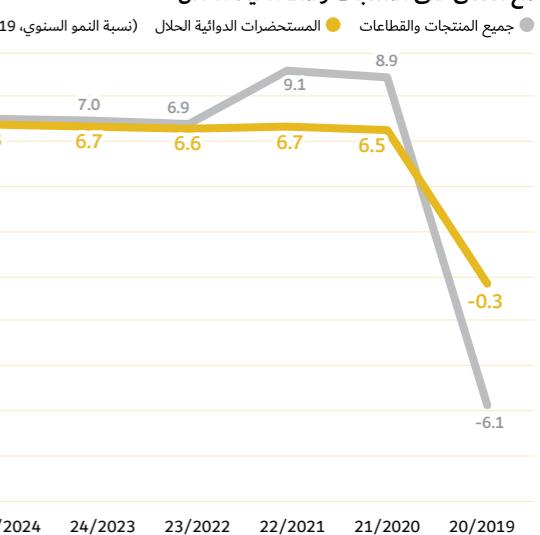
الصيغات: الدول الرائدة في استثمارات المستحضرات الدوائية الحلال في عامي 2020/2021



توقعات آثار جائحة كوفيد-19

من المتوقع أن يبلغ معدل النمو السنوي المركب للإنفاق 7.4% بين عامي 2021 و2025 ليصل إلى 93 مليار دولار بحلول عام 2025

النمو المتوقع لإنفاق المسلمين على المستحضرات الدوائية الحلال مقارنة مع الإنفاق على المنتجات ونماذج الحياة الحلال



مستحضرات التجميل الحلال



حققت مبيعات مستحضرات التجميل الحلال في شرق آسيا نمواً بوتيرة أسرع من أي سوق آخر، مدفوعة بجهود العلامات التجارية الإندونيسية بجمعها أشكالها وأحجامها، من الشركات الناشئة الصغيرة المستقلة إلى الشركات الرائدة التي تعمل على توسيع نطاق تواجدها في السوق.

يشير هذا النمو خلال الظروف العصيبة التي فرضتها جائحة كوفيد-19 إلى الإمكانيات الكبيرة لقطاع مستحضرات التجميل الحلال. ويوضح ذلك في البلدان ذات الأغلبية المسلمة وغيرها حيث يتزايد الوعي حول المنتجات الحلال، أن مستحضرات التجميل الحلال المعتمدة لا تحتوي على مكونات محرمة وتتضمن مكونات نباتية وتخلو من المكونات الجوانب.

وتواصل الشركات المصنعة للمكونات الرئيسية الحصول على شهادة الحلال لمجموعة منتجاتها، فيما يعود الطلب المتزايد على مستحضرات التجميل النباتية بالفائدة على تطوير مستحضرات التجميل الحلال. فعلى سبيل المثال، ابتكرت شركة "Hourglass Cosmetics" وشركة "يونيلفر" بديلاً قرنيباً لأنحمر الشفاه؛ فاللون القرمزي مشتق من الحشرات ويعتبر محرماً مثل المواد المستخرجة من الخنازير التي يشيع استخدامها في صناعة أحمر الشفاه.

عززت منطقة شرق آسيا مكانتها كمركز لمستحضرات التجميل الحلال. وواصلت شركات تصنيع مستحضرات التجميل والعلامات التجارية الكورية الجنوبية، التي تحظى بشعبية عالمية، الحصول على شهادة الحلال، مع التركيز بشكل أساسي على تصدير منتجاتها إلى دول منظمة التعاون الإسلامي، من شرق آسيا إلى آسيا الوسطى، والشرق الأوسط. كما بدأت الشركات اليابانية أيضاً في دخول قطاع مستحضرات التجميل الحلال.

يعتبر عدد السكان المسلمين الكبير في إندونيسيا، الذي يبلغ حوالي 225 مليوناً، محركاً رئيسياً لنمو مستحضرات التجميل الحلال، حيث يحفز مبيعاتها الشباب، إضافة إلى التحركات الاستراتيجية للدولة من أجل بناء اقتصاد إسلامي، ووضع شروط إلزامية لشهادة الحلال خلال السنوات القادمة.

وتعمل الشركات الإندونيسية على توسيع مجموعة منتجاتها وتواجدها في الأسواق العالمية، واتخذت أيضاً خطوات لتوسيع نطاق مستحضرات التجميل الحلال لتشمل الرجال، مع إطلاق شركة "باراغون" الإندونيسية، المالكة لأكبر علامة تجارية حلال في البلاد، علامة "وردة" التجارية، مجموعة منتجات "كاف" (Kahf). كما شهدت دول مجلس التعاون الخليجي توسيعاً كبيراً في سوق مستحضرات التجميل، تماشياً مع تمتع المنطقة بأعلى معدل إنفاق الفرد على مستوى العالم على مستحضرات التجميل والعطور، وذلك من خلال طرح العلامات التجارية لمستحضرات التجميل الحلال، وتوسيع الشركات الجديدة عبر عمليات الشراكة مع منصات التجارة الإلكترونية ومنافذ البيع بالتجزئة.

وعملت الحكومات على تشديد القوانين المتعلقة بمستحضرات التجميل في العديد من الأسواق، فيما يدعو القطاع نفسه إلى اتخاذ تدابير أقوى ضد القسوة على الحيوانات وتأثير مستحضرات التجميل على البيئة.

وستغفل العلامات التجارية لمستحضرات التجميل الحلال هذا الاتجاه، كما تعمل على تلبية طلب المستهلكين للشمولية والتنوع في المنتجات المعروضة وأساليب التسويق.

مع تزايد الطلب على مستحضرات التجميل التي تأخذ في الاعتبار رغبات المستهلكين، يستعد قطاع مستحضرات التجميل الحلال لتحقيق نمو قوي.

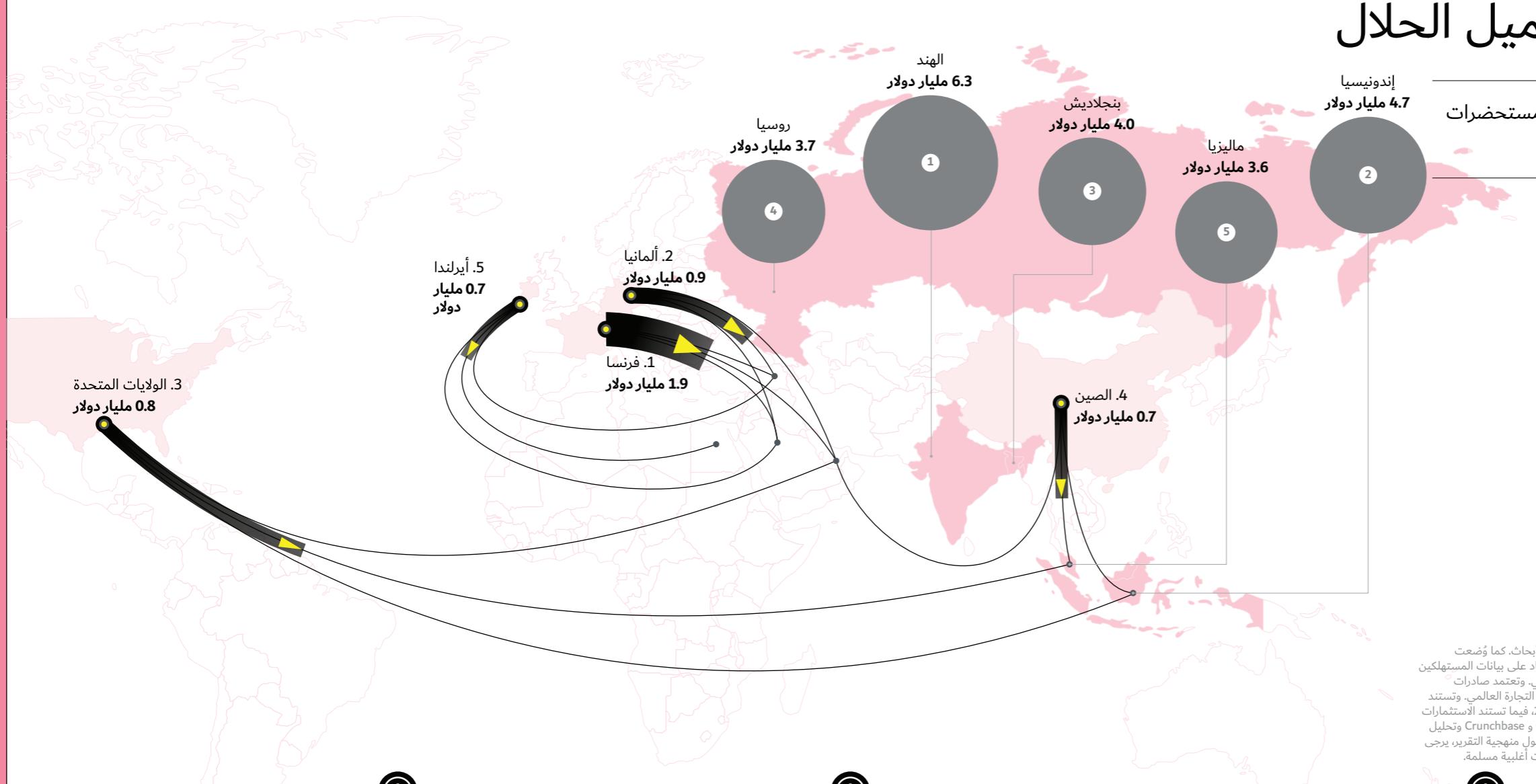
يقدر إنفاق المسلمين على مستحضرات التجميل بنحو 70 مليار دولار أمريكي في العام 2021، ومن المتوقع أن يصل إلى 93 مليار دولار أمريكي بحلول العام 2025.



مستحضرات التجميل الحلال



أنفق 1.9 مليار مسلم 70 مليار دولار على مستحضرات التجميل الحلال (وفقاً لتقديرات عام 2021)



وصل حجم واردات دول منظمة التعاون الإسلامي* من مستحضرات التجميل إلى

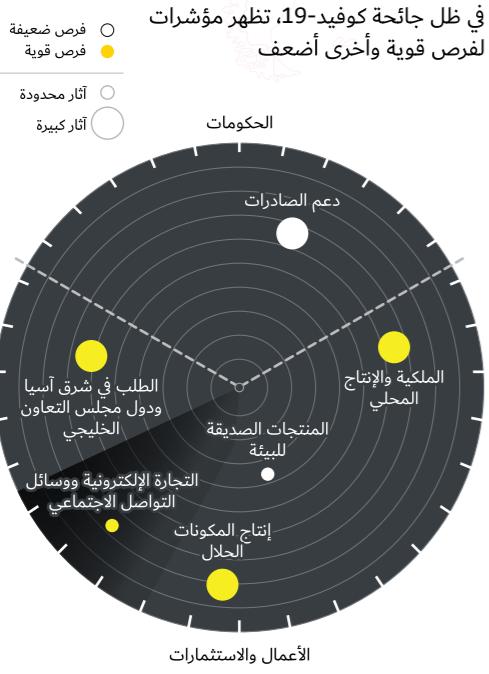
13 مليار دولار
في العام 2020

الأسواق الخمسة الأكثر استهلاكاً
للم المنتجات الغذائية الحلال (2021)

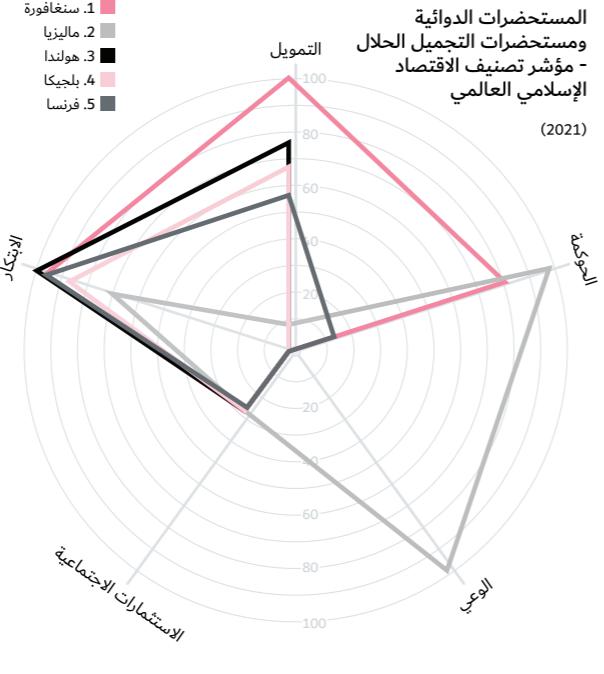
الدول الخمسة الأكثر تصديرًا إلى دول
منظمة التعاون الإسلامي (2020)
تناسب سماكة الخط مع حجم إنفاق البلد

*تم تحديد التوقعات المنشورة وفقاً لتقديرات شركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث. كما وُضعت تقديرات وتحليلات إنفاق المستهلكين المسلمين عن طريق DinarStandard بالاعتماد على بيانات المستهلكين الخاصة ببرنامج المقارنات الدولية لعام 2017 الصادر عن البنك الدولي كمجمع أساس، وتعتمد صادرات المنتجات الحلال والمنتجات المرتبطة بها على بياناتTrademap التابع لمركز التجارة العالمي، وستتدلى التوقعات إلى بيانات مأخوذة من توقعات صندوق النقد الدولي اعتباراً من أبريل 2021، فيما تستند الاستثمارات (الأرقام والصفقات الفردية) إلى دراسة تفصيلية لقواعد البيانات Zephyr و CapitalIQ و Crunchbase و DinarStandard من 1 أغسطس 2020 إلى 31 يوليو 2021. لمزيد من المعلومات حول منهجية التقدير، يرجى الاطلاع على الملحق منظمة التعاون الإسلامي (OIC)، تضم في عضويتها 57 دولة ذات أغلبية مسلمة.

مؤشرات الفرص



المعايير الحكومية



الاستثمارات

تفوزت الاستثمارات في القطاع بفضل زيادة الطلب على منتجات العناية بالبشرة وظهور منصات الذكاء الاصطناعي، مثل تطبيقات تجربة مستحضرات التجميل عبر الإنترنت.
بلغ حجم الاستثمارات في مستحضرات التجميل الحلال مقارنة مع الانفاق على المنتجات ونمط الحياة الحلال 20.3 مليار دولار خلال عامي 21/2020*

باكستان: تلقت منصة Bagallery للبيع عبر الإنترنت 900 ألف دولار أمريكي خلال مرحلة ما قبل سلسلة التمويل "أ"

الإمارات: تلقى شركة "سلفولوجي" الناشئة، منصة التقنيات الصحية ومستحضرات التجميل التي تتخذ الإمارات مقراً لها، 17.5 مليون دولار من التمويل الأولي

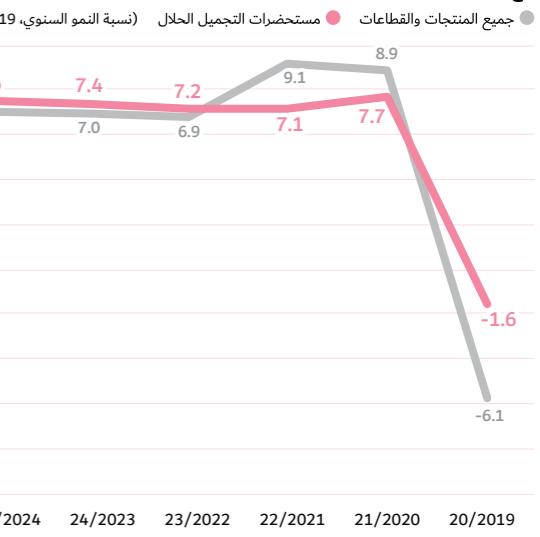
الصفقات
الدول الرائدة في استثمارات مستحضرات التجميل الحلال في عامي 21/2020

الرتبة	البلد	نوع التقدير	قيمة (مليارات دولار)
1	الإجمالي	نفقة المسلمين	70
2	الصين	تصدير	13
3	الهند	تصدير	10
4	إندونيسيا	تصدير	8
5	روسيا	تصدير	6

توقعات آثار جائحة كوفيد-19

من المتوقع أن يبلغ معدل النمو السنوي المركب للإنفاق 7.4% بين عامي 2021 و2025 ليصل إلى 93 مليار دولار بحلول عام 2025

النمو المتوقع لإنفاق المسلمين على مستحضرات التجميل الحلال مقارنة مع الانفاق على المنتجات ونمط الحياة الحلال



وسائل الإعلام والترفيه ذات الطابع الإسلامي



حق قطاع الإعلام نسب مشاهدة قياسية خلال العام الأول للجائحة، لكنه واجه صعوبة في إنتاج محتوى جديد وسط القيود المفروضة بسببها. ومع افتتاح العالم مرة أخرى، عاد إنتاج المحتوى للعمل على قدم وساق، وكذلك الاستثمارات وخطط التوسيع والتطوير التشغيلي للاستفادة من الطلب المتزايد.

يواصل سوق الإعلام توسيعه في دول منظمة المؤتمر الإسلامي، ولا سيما قطاع الترفيه في الخليج. وتوسعت خدمات البث باللغة العربية ومنصات الموسيقى، مع إطلاق منصة "شاهد في آي بي" في السوق الأمريكية واستحواذ شركة "وورنر ميوzik" على حصة في شركة "روتانا"، أكبر شركة للتسجيلات في الشرق الأوسط. واصل عملاقة البث على مستوى العالم مثل "نتفليكس" إظهار الاهتمام بالمزيد من المحتوى المحلي، بدءاً من التعاون مع دور الإنتاج السعودية ووصولاً إلى عرض المحتوى الخاص شهر رمضان. وشهد الشهر الكريم موجة من الأعمال الترفيهية الجديدة داخل دول منظمة التعاون الإسلامي وخارجها.

وكذلك حقق قطاع ألعاب الهاتف المتحرك نمواً كبيراً على مدار العام الماضي، وإن كان لا يتضمن الكثير من المحتوى الإسلامي. وكانت منطقة الشرق الأوسط سوق الألعاب الأسرع نمواً على مستوى العالم، حيث حقق فيها هذا القطاع نمواً بنسبة 25% في العام 2020. وأدرك المستثمرون الأجانب ذلك، حيث اجتذب قطاع الألعاب في تركيا استثمارات بمليارات الدولارات.

تهيمن التطورات الرقمية على المشهد الفني في دول منظمة التعاون الإسلامي من خلال استخدام الرموز غير القابلة للاستبدال (NFTs). فقد أطلقت مؤسسة "بهنود جافاهيربور"، التي تتخذ الإمارات العربية المتحدة مقراً لها، أول وكالة للفنون الإسلامية الرقمية في الدولة تستخدم الرموز غير القابلة للاستبدال، مع بيع الفن الرقمي من خلال العملات المشفرة في المزادات المباشرة في جميع أنحاء العالم.

وتواصل إطلاق تطبيقات الهاتف المتحرك الجديدة التي تلبي أنماط الحياة الإسلامية، بدءاً من تطبيق ImamConnect، الذي يطلق عليه اسم "أوبر الأئمة"، وصولاً إلى تطبيق Sango. وهو تطبيق صوت اجتماعي لإنشاء مجموعات إسلامية عبر الإنترنت.

عزز محتوى الأطفال ذي الطابع الإسلامي مكانته كواحد من الركائز الأساسية لقطاع الإعلام ذي الطابع الإسلامي. وبلغت مشاهدات البرنامج الماليزي "عمر وفنا"، الذي تتجه شركة "ديجيتال دوريان"، أكثر من 3 مليارات مشاهدة على قنواته على موقع "يوتيوب" في 50 دولة، وكذلك تم إطلاق منصة البث الكندية "مسلم كيدز تي في" (Muslim Kids TV) في إندونيسيا وباكستان. ومع ذلك، أدت السياسات الضريبية الجديدة في الولايات المتحدة والقيود المفروضة على عائدات الإعلانات من محتوى الأطفال على موقع يوتيوب إلى التأثير على إيرادات شركة "ديجيتال دوريان"، مما دفع شركة الإنتاج إلى إطلاق تطبيق للبرنامج بالإضافة إلى تبني قنوات المحتوى بإنتاج منهج لمراحل الحضانة.

وعلى غرار العديد من القطاعات الاقتصادية، تبنت صناعة السينما التنوع بشكل متزايد. أطلق الممثل البريطاني ريز أحمد مبادرة لتحسين صورة المسلمين في الأفلام، فيما أصدرت اللجنة المسؤولة عن جوائز الأوسكار إرشادات للتضمين والتنوع.

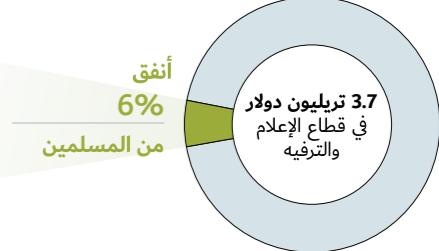
مع استمرار ارتفاع الطلب على وسائل الترفيه من الألعاب إلى الأفلام وخدمات البث عبر الإنترنت، تستعد وسائل الإعلام ذات الطابع الإسلامي لتحقيق نمو متزايد، حيث يستهدف منتجو المحتوى جمهوراً يبلغ 1,8 مليار مسلم. بلغ إنفاق المسلمين على وسائل الإعلام والترفيه 231 مليار دولار أمريكي في العام 2021، ومن المتوقع أن يصل إلى 308 مليار دولار أمريكي بحلول العام 2025.

وسائل الإعلام والتلفيذ ذات الطابع الإسلامي

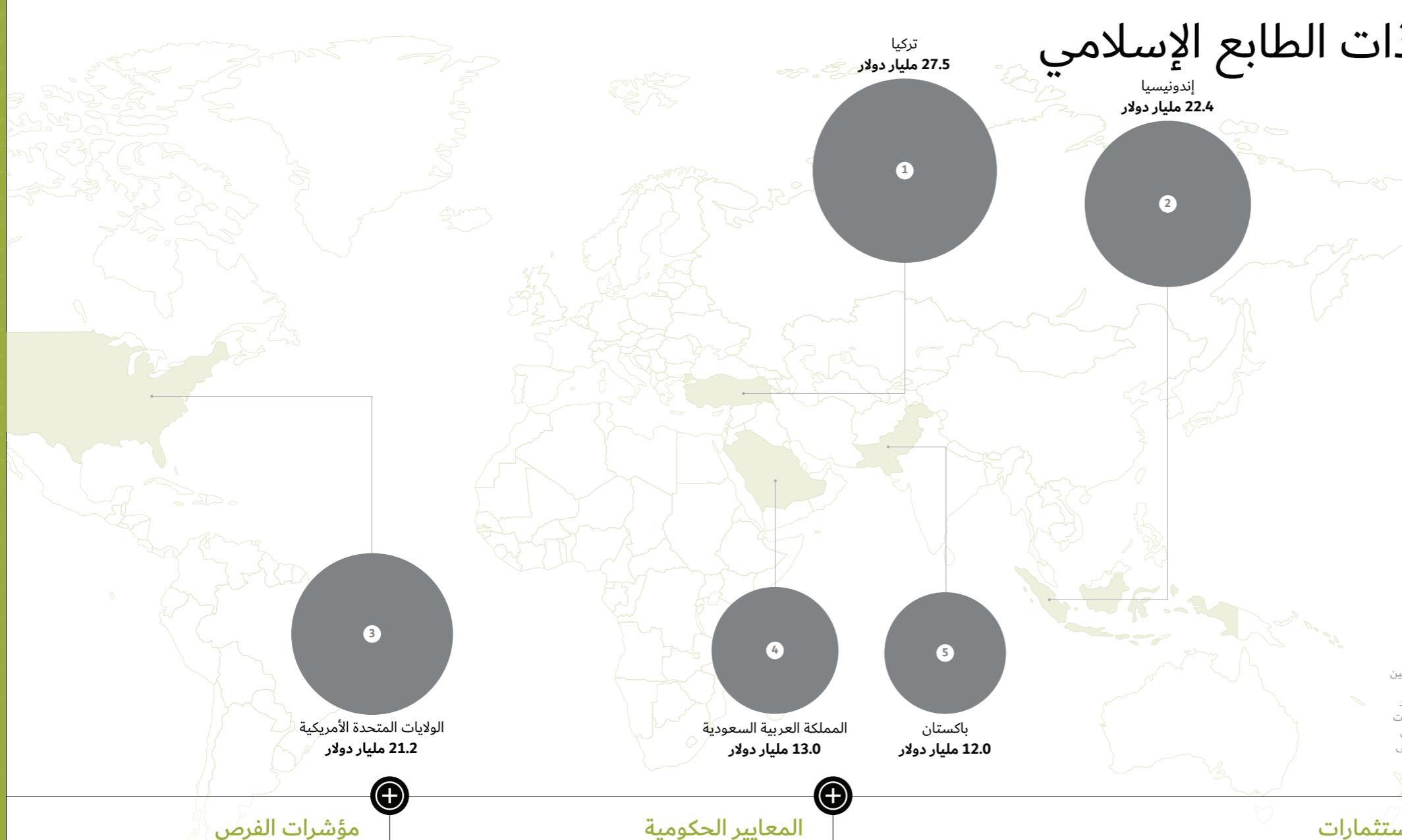


أنفاق 1.9 مليار مسلم 231 مليار دولار في قطاع الإعلام والتلفيذ (وفقاً لتقديرات عام 2021)

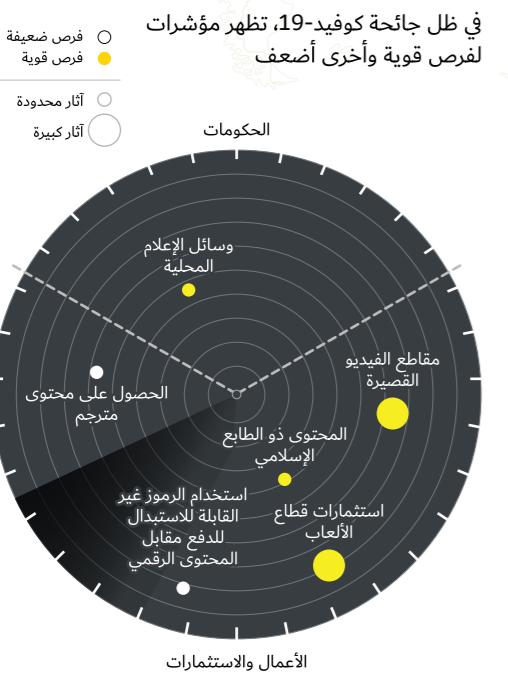
الأسواق الخمسة الأكثر استهلاكاً
للم المنتجات الغذائية الحلال (2021)



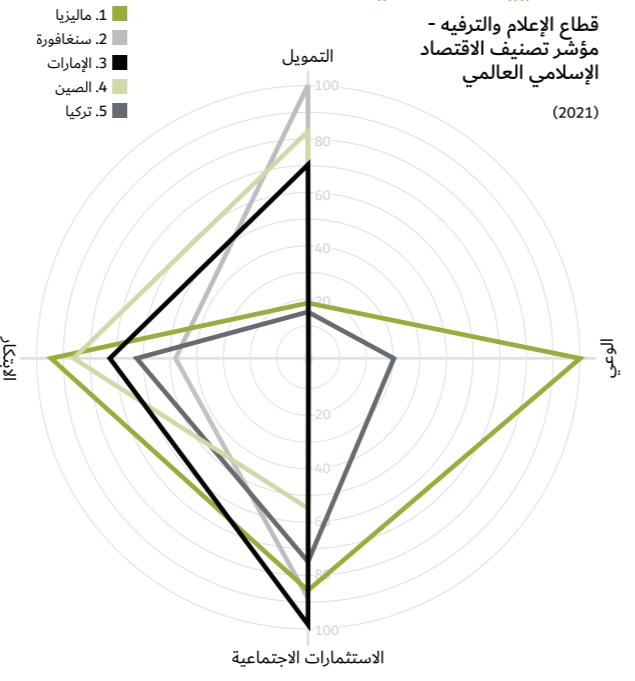
*تم تحديد التوقيعات المنصورة وفقاً لتقديرات شركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث. كما وُضعت تقديرات وتحليلات إنفاق المستهلكين المسلمين عن طريق DinarStandard بالاعتماد على بيانات المستهلكين الخاصة بإنفاق المقارنات الدولية لعام 2017 الصادر عن البنك الدولي كمراجع أساس، وتعتمد صادرات المنتجات الحلال والمنتجات المرتبطة بها على بيانات 2020Trademap التابع لمركز التجارة العالمي، وستندرج التوقعات إلى بيانات مأخوذة من توقعات صندوق النقد الدولي اعتباراً من أبريل 2021، فيما تستند الاستثمارات (الأرقام والصفقات الفردية) إلى دراسة تفصيلية لقواعد البيانات Zephyr و CapitalIQ و Crunchbase و CapitalIQ و Zephyr. لمزيد من المعلومات حول منهجية التقدير يرجى الاطلاع على الملحق من موقع التعاون الإسلامي (OIC)، ضمن في عضويتها 57 دولة ذات أغلبية مسلمة.



مؤشرات الفرض



المعايير الحكومية



الاستثمارات

أدت زيادة نسبة العمل من المنزل والترفيه في المنزل إلى زيادة الطلب والاستثمارات في قطاع الإعلام.

بلغ حجم الاستثمارات في قطاع الإعلام والترفيه 1.3 مليار دولار خلال عامي 2020/2021*

إندونيسيا: تلقت شركة التجارة الإلكترونية، "توكوبيديا"، استثمارات بقيمة 350 مليون دولار من شركة "نماسيك" القابضة الخاصة المحدودة" (شركة الاستثمار المملوكة لجوجل والحكومة السنغافورية)

الإمارات: ستصبح أغذامي، التي تتخذ من الإمارات العربية المتحدة مقراً لها، أول شركة تقنية عربية تدرج في بورصة ناسداك نيويورك عبر الاندماج مع شركة "فيستاس ميديا أكوزيشين كومباني إنك"

الصفقات

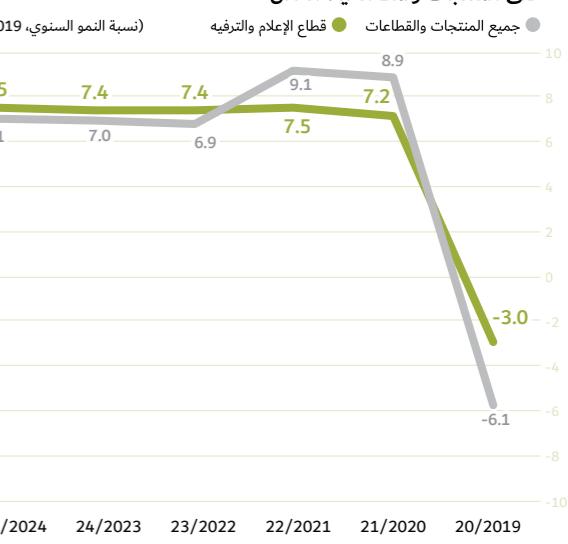
الدول الرائدة في استثمارات الإعلام والترفيه في عامي 2020/2021



توقعات آثار جائحة كوفيد-19

من المتوقع أن يبلغ معدل النمو السنوي المركب للإنفاق 7.5% بين عامي 2021 و2025 ليصل إلى 308 مليار دولار بحلول عام 2025

النمو المتوقع لإنفاق المسلمين في قطاع الإعلام والترفيه مقارنة مع الإنفاق على المنتجات ونمط الحياة الحال



شكر وتقدير

فريق إعداد التقرير

رافع الدين شيكو الرئيس التنفيذي والشريك الإداري، شركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث	المستشار الاستراتيجي للتقرير
الدكتور سيد فاروق شريك أول، شركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث	المستشار الأول للتقرير
ريم الشفقي شريك، استراتيجيات النمو، شركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث	منسقة التقرير ومحللة قطاع السفر
سمين ميرزا محلل أبحاث	محلل قطاع المنتجات الغذائية الحلال
طيب أحمد محلل أبحاث أول نجم الحق كوثر مستشار أول	محلل قطاع التمويل الإسلامي
فريق التمويل الإسلامي التابع لمنصة Refinitiv	بيانات قطاع التمويل الإسلامي
شركة Infomineo	بيانات قطاع الاستثمار
الدكتور محمد علي شريك مساعد، شركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث	مستشار قطاع المنتجات الغذائية
عالمة مينا مساعد أول، شركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث	محلل قطاع الأزياء المحتشمة، ومؤشرات السوق وحجمه
بول كوكران مساعد أول، شركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث	محلل قطاع الأدوية ومستحضرات التجميل الحلال والإعلام والتغذية
إيمان علي لياقت محللة أبحاث، شركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث	رئيس إدارة سلوك المستهلكين، وتحليل الأعمال التجارية، ومحركات الاقتصاد الإسلامي
نهلة مصباح مساعد أول، شركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث	استبيان ثقة القادة
ميرزا زهيب بيج سيد جهازيب حسن أحمد عبد المعز	محللو الأبحاث
آنجل مونروي @theangelmonroy	مصمم التقرير

نود أيضاً أن نشكر جميع الخبراء الذين جرت مقابلتهم من أجل إعداد هذا التقرير المذكورين في قسم منهجة إعداد التقرير.

دعم من



تساهم دائرة الاقتصاد والسياحة بدبي في دعم الرؤية الطموحة لحكومة دبي في جعل الإمارة مركزاً رئيسيّاً عالمياً للاقتصاد والسياحة وترسيخ ميزاتها التنافسية. ولتحقيق هذا التوجّه، تقدّم الدائرة الجهود الرامية لتعزيز اقتصاد دبي القائم على التنوع وتقديم خدمات مميزة ومتقدمة، بما يمكنها من جذب أفضل المواهب، والارتقاء ببيئة الأعمال، ورفع معدلات النمو.

ded.ae

DinarStandard

شركة DinarStandard™ الاستشارية للأبحاث (DinarStandard™) هي مؤسسة متخصصة في الأبحاث واستشارات النمو الاستراتيجية، تعمل على تمكين المؤسسات من تحقيق الربح والتأثير العالمي المسؤول. وتتخصص المؤسسة في الاقتصاد العالمي الحلال/الأخلاقي، والابتكار الحكومي، وقطاع التأثير الاجتماعي. وبدعمت شركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث، منذ عام 2008، أكثر من 30 جهة حكومية، ومؤسسة استثمارية، وقادة للصناعة، ومؤسسات متعددة الأطراف من أكثر من 12 دولة حول العالم، عبر تقديم قيمة فريدة من خال توفير المعلومات وبيانات تأثير العميل المدفوعة بالرُؤى القائمة على التميز والأخلاقي. dinarstandard.com

بالشراكة مع



REFINITIV™

تقدم منصة Refinitiv خدماتها لأكثر من 40,000 مؤسسة في نحو 190 دولة، وتوفّر المعلومات والرؤى والتكنولوجيا التي تدفع الابتكار والأداء في الأسواق المالية العالمية. ويمكن تاريخنا العريق عملاً علينا من اتخاذ قرارات حاسمة بثقة، فيما تتيح بياناتنا الأفضل في فئتها وتقنياتنا المتقدّمة فرصاً أكبر لهم، حيث نساعد المجتمع المالي على العمل بشكل أكثر ذكاءً وسرعة، والتغلب على التحدّيات التنظيمية والتوسّع بذلك. refinitiv.com

أطلق موقع SalaamGateway في أكتوبر 2015، وهو منصة للأخبار والرأي الرائدة في العالم حول الاقتصاد الإسلامي العالمي، ويفطّن إلى موقع التمويل الإسلامي، والحلال، ونمط الحياة الإسلامي، مع التركيز على أسواق المنتجين والمستهلكين الرئيسيين. ويستفيد من الموقع المتخصصون وأصحاب الأعمال وصناع القرار وصناع السياسات الذين يعملون في بيعات اجتماعية واقتصادية سريعة التغيير ويريدون أخباراً ورؤى وبيانات موثوقة ودقيقة يعتمدون عليها في قراراتهم التالية. salaamgateway.com

إخلاء مسؤولية

يعتقد أن بيانات هذا التقرير صحيحة وقت نشره ولكن لا يمكن ضمان عدم تغييرها. ويرجىأخذ العلم بأن النتائج والاستنتاجات والتوصيات التي قدمتها شركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث تستند إلى المعلومات التي تم جمعها بحسن نية من جميع المصادر الأولية والثانوية، والتي لا يمكننا دائمًا ضمان دقتها. ولا تعكس النتائج والتفسيرات والاستنتاجات الواردة في هذا التقرير بالضرورة وجهات نظر شركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث. وعلى هذا النحو، تهدف المعلومات الواردة في هذا التقرير إلى توفير معلومات عامة فقط، ولا ينبغي اعتبارها مشورة قانونية أو مهنية أو بديلًا عن المشورة التي تتغطي أي موقف محدد. ولا تتحمل شركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث على وجه التحديد أي مسؤوليات ناشئة عن أي اعتماد على هذه المواد. ولا تقدم المؤسسة أي تعهدات أو ضمانات من أي نوع، صريحة أو ضمنية، حول اكتمال أو دقة أو موثوقية أو ملاءمة هذه المواد لأغراضك.

الشركات التالية التي تمت الإشارة إليها في التقرير هي عملاء حاليين لشركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث: المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين (UNHCR)، والمنظمة الإسلامية للأمن الغذائي (IOFS).

حقوق النشر

جميع الحقوق محفوظة لشركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث. تخضع المواد الواردة في هذا التقرير لحقوق التأليف والنشر ون�权 لتشجيع دائرة الاقتصاد والسياحة وشركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث على نشر هذا التقرير، يجوز إعادة إنتاج هذا العمل، كلياً أو جزئياً، لأغراض غير تجارية طالما تمت الإشارة إلى هذا العمل، ويجب أن تذكر الإشارة بوضوح أن التقرير تم إعداده بواسطة شركة DinarStandard الاستشارية للأبحاث بدعم من دائرة الاقتصاد والسياحة.



MERYEM GONULLU/PEXELS

2022

تقرير
واقع الاقتصاد
الإسلامي العالمي
إطلاق العنان للفرص