

20/2019

تقرير واقع الاقتصاد الإسلامي العالمي

قيادة الثورة الرابعة للاقتصاد الإسلامي

الإعداد:

بدعم من:

بالشراكة مع:

DinarStandard



Salaam
Gateway

1. الملخص التنفيذي

الخطوات لتحسين الاعتماد والمعايير، وخصوصاً في الأغذية والمستحضرات الدوائية ومستحضرات التجميل، بالإضافة إلى التنسيق بين البلدان في سبيل القبول المشترك لمعايير الحلال.

ويبرز تقرير هذا العام الأثر الاجتماعي الحالي والمحتمل في كل من قطاعات الاقتصاد الإسلامي، بالتوافق مع أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة لعام 2030. ونال التمويل الاجتماعي الإسلامي من خلال الزكاة والصدقة الاهتمام الرئيسي للمؤسسات المتعددة الأطراف العالمية، بما في ذلك البنك الدولي والمفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين ومنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (يونسكو). ومن المسلم به أن المجال لا يزال واسعاً للتطوير، لكن معالجة أهداف التنمية المستدامة تُعد طريقة مهمة للتقدم على صعيد الاقتصاد الإسلامي فيتم تطويره بتفكير مستقبلي وطريقة أخلاقية.

وتؤدي الاستثمارات دوراً مهماً في دفع النمو المهم في الاقتصاد الإسلامي، وخلال العام الماضي، حصلت تطورات رئيسية. فقد تم استثمار 1.2 مليار دولار في شركات الاقتصاد الإسلامي حول العالم، ما عكس نمواً بواقع 399% على صعيد الصفقات القابلة للمقارنة في المنتجات الحلال ونمط الحياة الإسلامي والتمويل الإسلامي مقارنة بالعام السابق. وهذا يعكس نطاقاً واسعاً من الاستحواذات بقيادة شركات، والاستثمارات الرأسمالية في الشركات الناشئة الحلال، والاستثمار في الأسهم الخاصة. وحظيت المنتجات الحلال بحصة كبيرة من الاستثمارات، وبلغت الحصة 54% من قيمة الصفقات، وتلاها التمويل الإسلامي بنسبة 41%، ثم نمط الحياة الإسلامي بنسبة 4%، وخصوصاً في الأزياء المحافظة والسياحة المتوافقة مع الشريعة. وتتحلف المستحضرات الدوائية ومستحضرات التجميل والإعلام ذو المواضيع الإسلامية عن سائر القطاعات على رغم اجتذابها لاستثمارات.

وشهدت الأغذية الحلال ثورة رئيسية العام الماضي، دفعتها التكنولوجيا وتطوير المراكز الحلال. وترتبط التطبيقات المستهلكين بالمطاعم والعلامات التجارية الحلال بينما تربط منصة جديدة لتتبع الحلال سلسلة الإمداد بأكملها من المنتجين إلى المدققين والهيئات المعتمدة. وعلى المستوى الكلي، وقعت دولة الإمارات العربية المتحدة والصين اتفاقية بقيمة مليار دولار لإنشاء مصنع لتصنيع الأغذية ومعالجتها في دبي، بينما تهدف إندونيسيا إلى إطلاق منطقة لنمط الحياة الحلال بقيمة 18 مليون دولار. وبلغت قيمة إنفاق المسلمين على الطعام الحلال 1.4 تريليون دولار عام 2018 ومن المتوقع أن تصل إلى 2.0 تريليون دولار بحلول عام 2024.

وواكب التمويل الإسلامي التغيرات السريعة في السوق، فتبنى التكنولوجيا المالية، والعملات المشفرة، والصرافة الرقمية، فيما تصدر الشركات والحكومات الصكوك، بما في ذلك الصكوك الخضراء. لكن وفيما تأخذ التكنولوجيا المالية التمويل الإسلامي إلى المستوى التالي، لا يزال النمو الأخير يستند بقوة إلى الخدمات والمنتجات المصرفية التقليدية. وقدر أن قطاع التمويل الإسلامي ساوى 2.5 تريليون دولار عام 2018 ومن المتوقع أن يصل إلى 3.5 تريليون دولار عام 2024.

تقرير واقع الاقتصاد الإسلامي العالمي 2019 / 2020 في نسخته السنوية السابعة يسلط ضوءاً متزايداً على المستهلكين المسلمين البالغ عددهم 1.8 مليار شخص حول العالم.

تقديرات تقرير هذا العام تُؤشر على أن المسلمين أنفقوا 2.2 تريليون دولار عام 2018 في قطاعات الأغذية والمستحضرات الدوائية ونمط الحياة المتوافقة مع الشريعة الإسلامية. ويعكس هذا الإنفاق نمواً سنوياً حيوياً يبلغ 5.2% ومن المتوقع أن يصل إلى 3.2 تريليون دولار بحلول عام 2024 بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ 6.2%. وإضافة إلى ذلك، ذُكر التقرير أن الأصول المالية الإسلامية بلغت 2.5 تريليون دولار عام 2018 ومن المتوقع أن تصل إلى 3.5 تريليون دولار بحلول عام 2024.

ومع وجود تطورات لافتة خلال السنة الماضية، يكرس الاقتصاد الإسلامي موقعاً مهماً بشكل متزايد في الاقتصاد العالمي، يدفعه طلب متزايد من المستهلكين المسلمين على منتجات وخدمات مخصصة استناداً إلى الشريعة الإسلامية التي طوّرت القطاعات الفرعية العالمية للأغذية ومستحضرات التجميل والمستحضرات الدوائية الحلال، والخدمات المالية الإسلامية، والأزياء المحافظة، والسياحة المتوافقة مع الشريعة الإسلامية، والإعلام المتوافق مع الشريعة الإسلامية. وتدعم النمو العالمي 10 عوامل تشمل النمو والترفيه المرتفعين بين الكتل السكانية المسلمة، وزيادة الالتزام بالقيم الأخلاقية، والمشاركة المستمرة للشركات والمستثمرين متعددي الجنسيات، والعدد المتزايد للاستراتيجيات الوطنية المخصصة للمنتجات الحلال والفرص ذات الصلة.

وقادت بلدان عدة عملية تكريس منظومات بيئية متينة، حيث تتصدر ماليزيا مؤشر الاقتصاد الإسلامي العالمي الخاص بهذا التقرير للعام الخامس على التوالي، وتليها دولة الإمارات العربية المتحدة والبحرين والمملكة العربية السعودية. ومن بين القوى المحركة الكبرى لمؤشر الاقتصاد الإسلامي العالمي لهذا العام، سعدت إندونيسيا من المركز العاشر عام 2018 إلى المركز الخامس هذا العام، تدفعها مبادرات متينة لتعزيز النمو الاقتصادي من خلال وضع استراتيجيات مخصصة للاقتصاد الإسلامي، بينما تصدرت دولة الامارات العربية المتحدة خمس قطاعات من أصل سبع قطاعات. وسعدت تركيا مركزين في الترتيب المجمع.

وتحقق الاستراتيجيات الوطنية أثراً مهماً في الاقتصاد الإسلامي، ومنها رؤية 2030 للمملكة العربية السعودية، وإطلاق الفلبين لشعار جديد للمنتجات الحلال تحفيز الصادرات، وتدعم الحكومة الكورية الجنوبية تطوير مستحضرات تجميل ومستحضرات دوائية حلال. ومن المتوقع أن يمثل إطلاق إندونيسيا المخطط الرئيسي للاقتصاد الإسلامي 2019 - 2024 مبادرة محورية للمنتجات الحلال، فالبلاد التي يعيش بها 270 مليون شخص من المقرر أن تطلب بشكل الزامي اعتمادات حلال وفيما لا يزال المعيار المقبول بشكل شامل للحلال صعب المنال، تستمر

مستحضرات التجميل بـ64 مليار دولار عام 2018 ومن المتوقع أن تصل إلى 95 مليار دولار بحلول عام 2024.

ويملك الإعلام والترفيه الحلال محفظة متنامية من العروض، تشمل الأفلام والمسلسلات القصيرة، والمحتوى عبر الإنترنت، وصولاً إلى التطبيقات التي تستهدف احتياجات نمط الحياة الإسلامي. وتعتمد الاستوديوهات ومنصات البث المباشر الرئيسية، مثل نتفليكس، إلى تبنى وإنشاء محتوى جديد يجتذب المشاهدين المسلمين فيما يتم تطوير قيم ثقافية إسلامية للأطفال في منصات عديدة. وبلغت قيمة إنفاق المسلمين على الإعلام والترفيه 220 مليار دولار عام 2018 ومن المتوقع أن تصل إلى 309 مليارات دولار بحلول عام 2024.

وفيما بلغت الاستثمارات في الاقتصاد الإسلامي وتطويره مستويات مرتفعة جديدة العام الماضي، لا يزال هناك الكثير مما يتعين القيام به. ولذلك السبب يقدم التقرير خارطة طريق لكل الأطراف المعنية، تشمل المستثمرين من القطاع الخاص ورواد الأعمال والهيئات المنظمة والحكومات، وتتعلق بأفضل الطرق للمضي قدماً بالقطاع، والاستفادة بشكل كبير، والمساعدة في تحقيق الإمكانيات الخاصة بقطاع يستطيع خدمة 1.8 مليار مسلم إلى جانب الاحتياجات التي تلبى المعايير الأخلاقية لمليارات الأشخاص الآخرين من المعتقدات والمشارب الأخرى.

أما السياحة الحلال، التي تلبى احتياجات المسافرين المسلمين، فأصبحت أكثر انتشاراً من أي وقت مضى، وتتراوح العروض بين المنتجعات البحرية إلى الفنادق المخصصة للعائلات، وبين وكالات السفر والتطبيقات المخصصة لحجز الإجازات وتقييمها. وخلال العام الماضي، نشأت وكالات سفر عديدة عبر الإنترنت مع تركيز جديد على العمرة والسوق السياحية الأوسع في المملكة العربية السعودية، فاجتذبت أكثر الاستثمار في أسواق السفر المتوافق مع الشريعة. وتدفع خطط حكومات منظمة التعاون الإسلامي خطط الاستثمار في القطاع أكثر، سواء في ماليزيا أو إندونيسيا، أو في تركيا والمملكة العربية السعودية. وبلغت قيمة إنفاق المسلمين على السفر 189 مليار دولار عام 2018 ومن المتوقع أن تنمو إلى 274 مليار دولار بحلول عام 2024.

وشهدت الأزياء المحافظة عاماً ممتازاً، مع إقامة عروض أزياء مخصصة حول العالم، وظهور علامات تجارية جديدة وتعزز الاستثمار في البوابات عبر الإنترنت. وباعت مودانيسا للأزياء المحافظة بالتجزئة على الإنترنت حصة أقلية مقدره 15 مليون دولار إلى غولدمان ساكس وومضة كابيتال لتمويل خطة توسع، فيما جذبت ذا مودبيست للبيع بالتجزئة ومقرها دبي استثماراً، وضمنت العلامة التجارية للأزياء هوت حجاب المسجلة في نيويورك تمويلًا لإنشاء أول علامة تجارية لنمط الحياة الثقافي لأبناء العصر الرقمي من المسلمين. وقدر إنفاق المسلمين على الملابس والأحذية بـ283 مليار دولار عام 2018.

ويُتوقع للمستحضرات الدوائية الحلال أن تحقق مزيداً من النمو فيما تستثمر الشركات البعيدة النظر في المجال وتعال اعتماد حلال، وخصوصاً في ماليزيا وكوريا الجنوبية. وتدفع حكومات منظمة التعاون الإسلامي باتجاه إنشاء لقاحات وأدوية حلال. وبلغ إنفاق المسلمين على المستحضرات الدوائية 92 مليار دولار عام 2018 ومن المتوقع أن ينمو إلى 134 مليار دولار بحلول عام 2024.

وتُعد مستحضرات التجميل الحلال مجال نمو إضافياً. ويتم إطلاق علامات تجارية جديدة بينما يوسع تجار التجزئة الإلكترونيات نطاق العروض ويجذبون الاستثمار. وتخطط العلامة التجارية لمستحضرات التجميل الحلال سيمبلي سيتي لإدراج أسهمها في البورصة الماليزية، فيما ضاعفت بوتيكات، وهي شركة ناشئة في مجال البيع الإلكتروني لمستحضرات التجميل والأزياء مقرها الكويت، قيمتها إلى 500 مليون دولار بعد حصولها على تمويل من شركة استثمار مقرها الخليج. وتُقدّر قيمة إنفاق المسلمين على

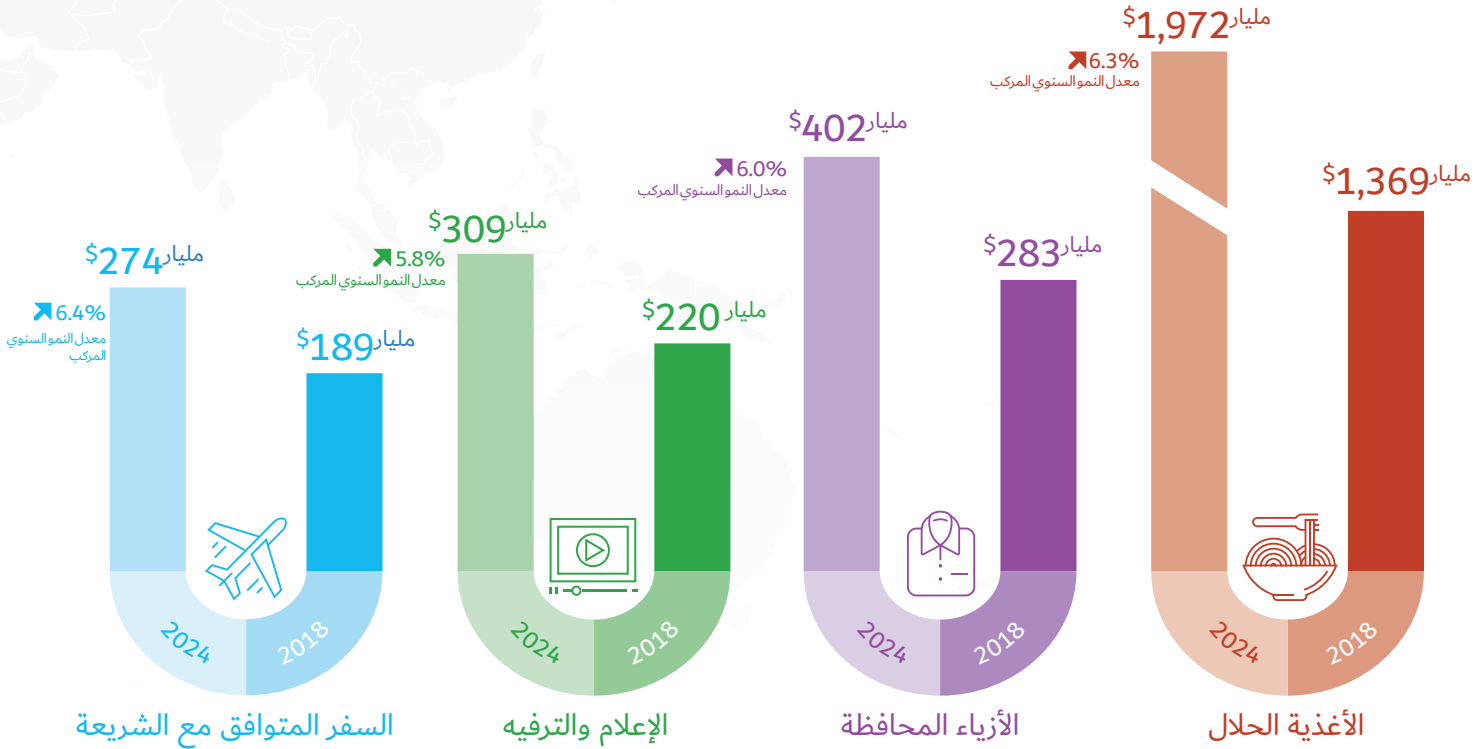
...بلغت الاستثمارات في الاقتصاد الإسلامي وتطويره
مستويات مرتفعة جديدة العام الماضي



الاقتصاد الإسلامي العالمي

فرصة المستهلك **\$2.2** تريليون الإنفاق **5.2%** نسبة النمو السنوي

قطاعات اقتصادية حقيقية **6** مليار مسلم في **1.8** مليار

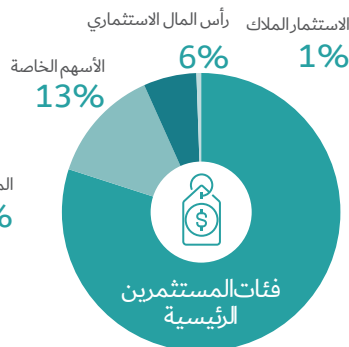
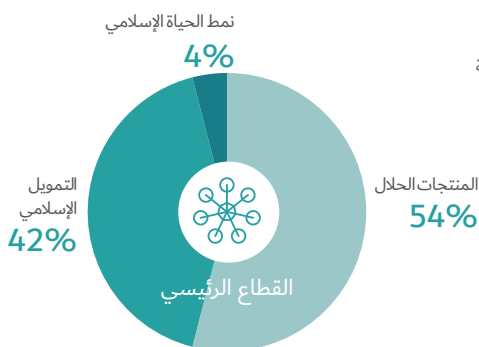


فرصة المستثمر

مليار **\$1.2** الاستثمار في 2019 / 2018 * 399%

على الرغم من نمو سنوي بنسبة 399% في الاستثمار، لا تزال قيمة صفقات الاقتصاد الإسلامي أقل بكثير من الممكن

النمو السنوي **399%**



العوامل المستقبلية

في أصول الثروة السيادية في دول منظمة التعاون الإسلامي

\$3.2 تريليون

الاستثمار المؤسسي **\$2** تريليون في الاستحوادات الاستراتيجية *

\$11.3 تريليون في الثروة الإسلامية

زائد +
\$2.5 تريليون
أصول التمويل الإسلامي
(تقديرات 2018)

النمو السنوي 3.5%

عدد المؤسسات المالية الإسلامية 1,396

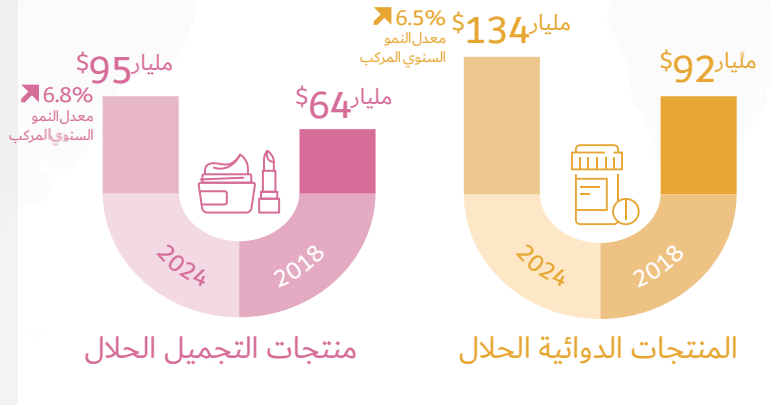
مليار \$466 قيمة الصكوك القائمة

مليار \$105 قيمة الصناديق الإسلامية



الزيادة المتوقعة في معدل النمو السنوي المركب 6.2% إلى 2024-2018

مليار \$3.2 بحلول 2024



الفرصة الحكومية

\$254 مليار

من المنتجات الحلال المتاجر بها (2018) يمكن أن تعرف بفضلها بلدان منظمة التعاون الإسلامي نمواً بنسبة 1% - 3% في الناتج المحلي الإجمالي.

الترتيب في مؤشر الاقتصاد الإسلامي العالمي

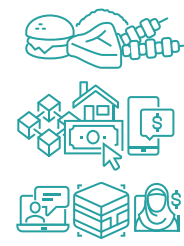
الترتيب	الدولة	مليار \$
1	ماليزيا	254
2	دولة الإمارات العربية المتحدة	200
3	البحرين	150
4	المملكة العربية السعودية	100
5	إندونيسيا	50
6	عمان	40
7	الأردن	30
8	باكستان	20
9	الكويت	15
10	قطر	10



فرصة الأعمال

يمكن للأعمال بكل جدوى أن تولد أكثر من مليار دولار في العائدات في كل القطاعات.

القطاعات الساخنة المتوقع نموها في 2020



المكونات الحلال وجبات ووجبات سريعة أساسها اللحم
التقنية المالية الإسلامية تمويل التجارة الإسلامية
تقنية السفر من أجل العمرة الملابس المحافضة الفاخرة



2. الأغذية

2.1 موجز

يُقدَّر الإنفاق العالمي للمسلمين على الأغذية بـ 1.37 تريليون دولار عام 2018، بزيادة 5.1% عن عام 2017. ويُتَوَقَّع أن ينمو الإنفاق بواقع 6.3% سنوياً ليصل إلى 2.0 تريليون دولار عام 2024.

مثل سلام بلانت، التي تضم ما يقرب من 200,000 مستخدم مسجل في كل أنحاء الدنمارك وباكستان والمملكة المتحدة، واشترت أخيراً خلال دايننغ كلوب، وهو تطبيق لحجز المطاعم الحلال مقره المملكة المتحدة.

كذلك أشار المستثمرون إلى الجاذبية المتزايدة لقطاع الأغذية الحلال، كما يتضح من استحواذ كيري غروب على أتكو للأغذية ومقرها عُمان، واستحواذ زنشو هولدنغز على ذا تشيكن أند رايس شوبس ومقرها ماليزيا مقابل 53 مليون دولار.

وتدعم الحكومات أيضاً تطوير مراكز حلال مخصصة. وتبنت دولة الإمارات العربية المتحدة والصين اتفاقية بقيمة مليار دولار لإنشاء مصنع لتصنيع الأغذية ومعالجتها في دبي، بينما تهدف إندونيسيا إلى إطلاق منطقة لنمط الحياة الحلال بقيمة 18 مليون دولار. ووقعت إيليت بارتنرز كابينال ومقرها سنغافورة شراكة استراتيجية مع غرفة تجارة وصناعة الملايو في سنغافورة لتطوير منشأة متطورة للإنتاج الحلال قيمتها 57 - 72 مليون دولار.

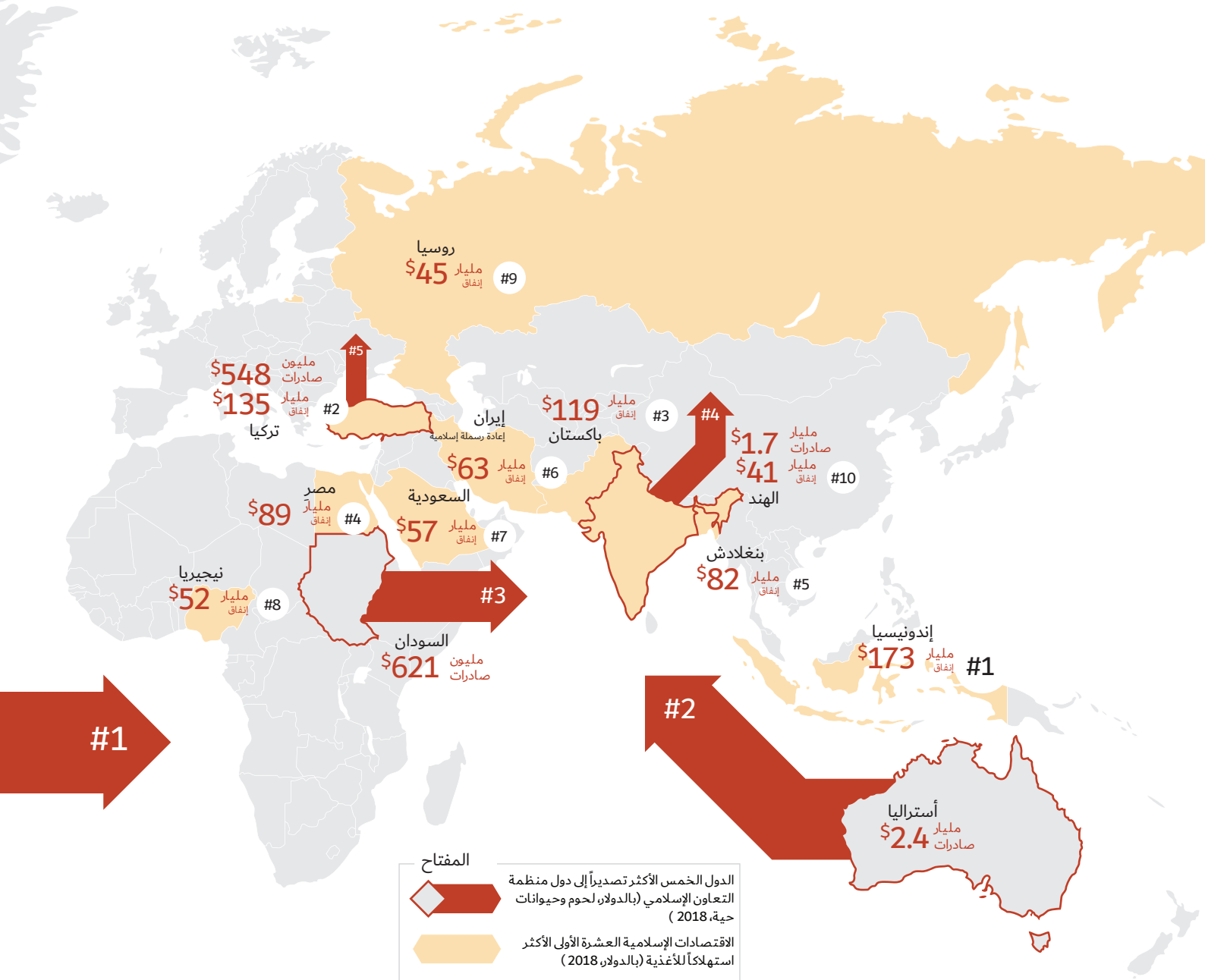
ومع ذلك وفيما كانت هناك مبادرات حكومية بالإضافة إلى اندماجات واستحواذات واكتتابات عامة أولية في هذا المجال، لا تزال الأغذية الحلال تمثل فرصة غير محققة.

توسعت الأغذية الحلال بسرعة لتتجاوز اللحوم الحلال المذبوحة وفق الشريعة الإسلامية. فقد اضطرت القطاع إلى توسيع عروضه الحلال المعتمدة، بما يتماشى مع الطبيعة العالمية لسلسلة إنتاج الأغذية، فلم يعد مصدر المكونات فقط المنتجين المحليين بل مواقع متعددة بشكل دائم.

ومع تغير سلسلة إنتاج الأغذية، كان على المسلمين إلقاء اهتمام كبير لتصنيف المنتجات في سلسلة القيمة، وشملت المخاوف اللحوم غير المذبوحة على الطريقة الإسلامية والجيلاتين والإضافات والألوان المأخوذة من الخنزير. ولطمأنة المستهلكين المسلمين، إلى جانب تعزيز المبيعات، حصلت الشركات العالمية المصنعة للحلويات، هاريبو ونستلة وفيربرو روشيه، على اعتماد حلال. ويظهر اهتمام كهذا بالتصنيفات والمناشئ الخاصة بالمنتجات الغذائية بشكل متزايد بين المستهلكين المسلمين وغير المسلمين معاً فيما يراقبون المنتجات المعروضة حول العالم. ويحتل قطاع الأغذية الحلال موقعاً مناسباً ليركب موجة التصنيف وقابلية التتبع. فالثقة والأخلاقيات وقابلية التتبع جزء لا يتجزأ من الأغذية الحلال، التي يجب ألا تكون شرعية فحسب بل صحية وصافية ونظيفة. ونتيجة لذلك، وفيما ينال مزيد من شركات الأغذية اعتماد الحلال، تنال أيضاً اعتماد الإنتاج العضوي، إلى جانب الترويج لالتزاماتها الأخلاقية، بما في ذلك شركات مثل بروتو إيت ومقرها المملكة المتحدة.

وتتكيف شركات الأغذية الحلال بشكل متزايد مع الحقائق المتغيرة للسوق، لكن هناك احتمال كبير للقيام بالمزيد. ولا يزال اعتماد الحلال موزعاً حول العالم، ولا تزال عملية الاعتماد تفتقر إلى الاستدامة كعنصر أساسي. وتجرى مبادرات لتوحيد تجارة الحلال العالمية بشكل أفضل، مثلاً من خلال المنتدى الدولي لهيئات اعتماد الحلال ومقره دبي والمجلس الدولي لاعتماد الحلال في ماليزيا. وتعمل ماليزيا وإندونيسيا أيضاً بشكل أوثق على معايير الحلال، ويعود ذلك جزئياً إلى قرار إندونيسيا الذي يشترط أن يحظى كل الإنتاج المحلي من الأغذية والمنتجات والخدمات ذات الصلة، وكذلك الواردات، باعتماد الحلال.

وتمكن التكنولوجيا أيضاً القطاع من التطور، ما يعزز النشاط المهم في مجال الاستثمار والمشاريع. مثلاً، أطلقت واتس حلال ومقرها سنغافورة منصة لتتبع الحلال تربط سلسلة الإمداد كلها من المنتجين إلى المدققين إلى جهات الاعتماد. وترتبط التطبيقات المستهلكين بالمطاعم والعلامات التجارية الحلال،



فرصة المستثمر

على الرغم من النمو القوي، لا تزال قيمة الاستثمار في التصدير أقل بكثير من الممكن... وأمام المستثمرين طريق طويلة

\$653 مليون
في استثمارات في المنتجات الحلال في 2018/19

\$408
مليون

أتكو للأغذية (عمان)
استحوذت عليها كيري غروب (أيرلندا)

\$38
مليون

بريما كاكراوالي (إندونيسيا)
استحوذت عليها أسباري (إندونيسيا)

شركات صغيرة للمنتجات الحلال في بلدان غير أعضاء في منظمة التعاون الإسلامي والتنمية ناضجة للاستحواذ عليها

وحدات أعمال حلال مفصولة من شركات عالمية كبيرة

أكبر اقتصادات بلدان منظمة التعاون الإسلامي التي تملك استراتيجيات للاستثمار في الاقتصاد الحلال

الأغذية الحلال



1.8 مليار
مسلم على الأغذية والمشروبات
(تقديرات 2018)

تربليون
الإنفاق من

\$1.37

فرصة المستثمر



\$1.97
تربليون بحلول 2024

6.3%

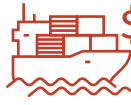
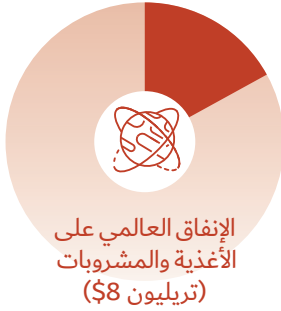
إلى 2018-24

نمو معدل النمو السنوي
المركب المتوقع

5.1%

النمو السنوي

إنفاق المسلمين على
الأغذية
17%



\$210
مليار

صادرات الأغذية والمشروبات إلى
دول منظمة التعاون الإسلامي في 2018



52

دولة ذات لوائح "حلال"

البرازيل

مليار
صادرات \$5.5



فرصة الحكومة

يمكن لدول منظمة التعاون الإسلامي أن تشهد
زيادة 1% في الناتج المحلي الإجمالي من خلال
تجارة المنتجات الحلال

الأغذية الحلال - الترتيب وفق مؤشر جي إي إي

باكستان	6	دولة الإمارات العربية المتحدة	1
عُمان	7	ماليزيا	2
بروناي	8	البرازيل	3
تركيا	9	أستراليا	4
إيران	10	السودان	5



فرصة الأعمال

أعمال أو وحدات أعمال جديدة يمكن أن تولد
بشكل مجد أكثر من مليار دولار في العائدات في
مجال الأغذية الحلال

القطاعات الساخنة المرشحة للنمو في 2020



المكونات الحلال



الوجبات والوجبات
السريعة وأساسها اللحوم



العلف الحلال



مفاهيم البيع بالتجزئة



تقنية الأغذية الحلال



التجارة الإلكترونية
بالمنتجات الحلال

3. التمويل الإسلامي

3.1 موجز

قُدِّر أن قطاع التمويل الإسلامي ساوى 2.5 تريليون دولار (الأصول المدارة) عام 2018 وكان متوقعاً أن ينمو بنسبة 5.5% كمعدل نمو سنوي مركب ليصل إلى 3.5 تريليون دولار عام 2024.

يتم التقليل من أهمية التمويل الإسلامي في بعض الأوساط، فهو لا يزال يُعتَبَر وزناً مالياً خفيفاً من دون أي أثر. لكن مع أصول تبلغ حالياً 2.5 تريليون دولار، يُعتَبَر هذا القطاع منافساً مالياً رئيسياً ذا نطاق عالمي متنامٍ.

وبوأكب التمويل الإسلامي أيضاً التغييرات السريعة في السوق، فتهني التكنولوجيا المالية، والعملات المشفرة، والصيرفة الرقمية، فيما تصدر الشركات والحكومات الصكوك، بما في ذلك الصكوك الخضراء. ويُعد تطوير التمويل الاجتماعي الإسلامي تطوراً مهماً بشكل خاص، مع تشكيل المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين لصندوق مخصص للزكاة والاعتماد المتزايد لمعايير الاستدامة في منتجات التمويل الإسلامي، ما يجعل القطاع قادراً على زيادة الأثر الاجتماعي وتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

ونما هذا القطاع بسرعة، وخصوصاً في بلدان منظمة المؤتمر الإسلامي، حيث يرغب المسلمون في إيداع أموالهم بطريقة متوافقة مع الشريعة الإسلامية. ومع ذلك، أثبت التمويل الإسلامي أنه جذاب بالقدر نفسه لغير المسلمين، سواء بسبب الخدمات المقدمة، أو لأن العملاء يريدون نهجاً أكثر أخلاقية للخدمات المصرفية والمالية. وتميّز الشريعة القطاع عن التمويل التقليدي، وخصوصاً من خلال حظر الفوائد.

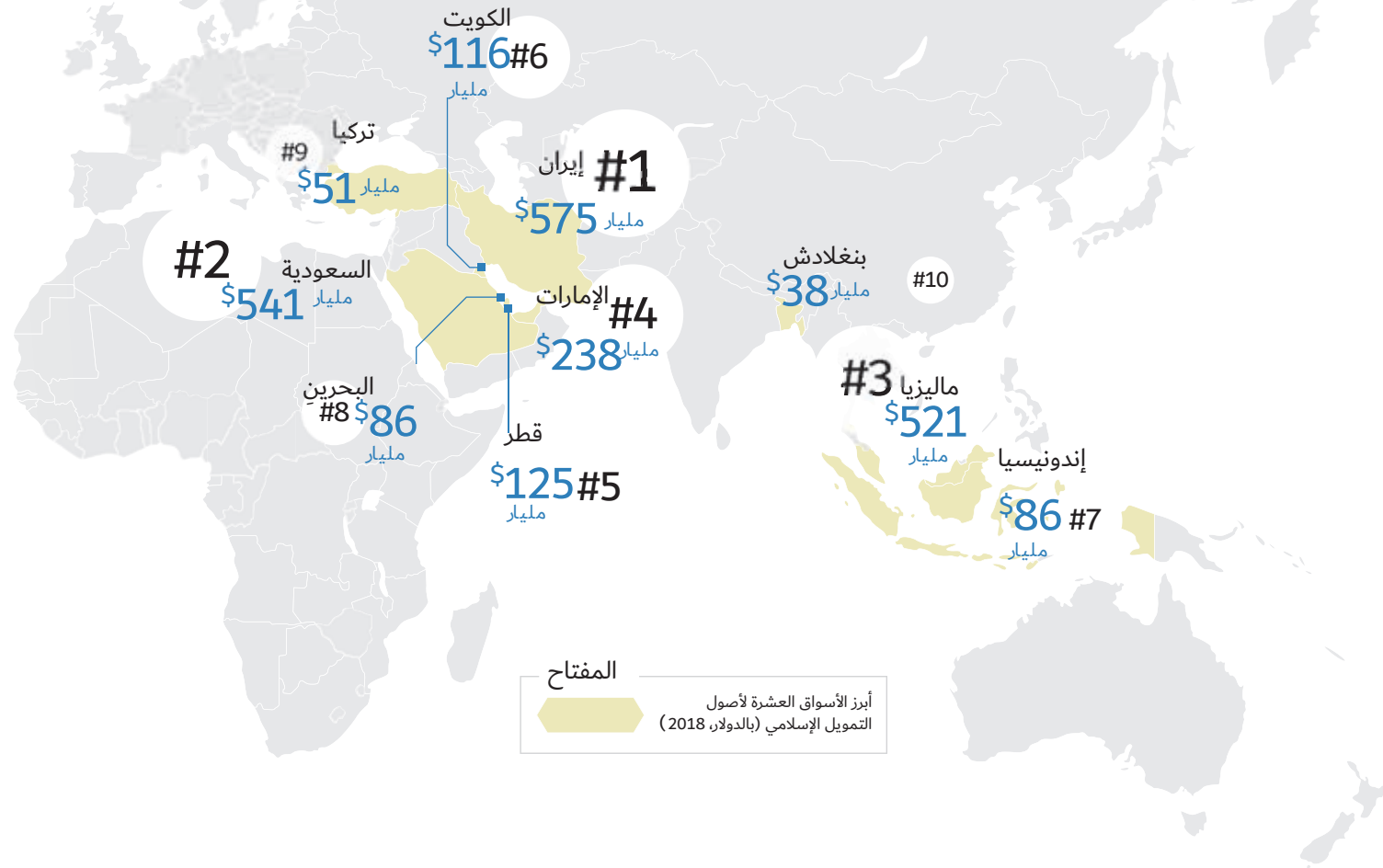
وتلقى التكنولوجيا المالية رواجاً في التمويل الإسلامي كما في التمويل التقليدي إذ تستثمر المؤسسات المالية بكثافة في المجال خلال العام الماضي. وأطلق بنك البحرين الإسلامي أول بنك رقمي متكامل في البلاد، في حين أجرى بنك الهلال الإماراتي أول معاملة صكوك في العالم باستخدام تكنولوجيا بلوك تشين.

ومع ذلك وفي الوقت الذي تنهض فيه التكنولوجيا المالية بالتمويل الإسلامي إلى المستوى التالي، لا يزال النمو الأخير يعتمد بشكل أكبر على الخدمات والمنتجات المصرفية التقليدية، فقد أعلن بنك الإمارات الإسلامي عن زيادة في صافي الأرباح بنسبة 97% على أساس سنوي، وسي أي إم بي ماليزيا عن ارتفاع مائثل بنسبة 24.7%، وبلغت النسبة نفسها لدى بنك الكويت الدولي 18%.

ودفع إصدار الصكوك مزيداً من النمو. وتقدم الحكومة الإندونيسية ما تفوق قيمته مليار دولار من مشاريع البنية التحتية المرتبطة بالتمويل المتوافق مع الشريعة الإسلامية. وأصدر البنك الإسلامي للتنمية صكوكاً بقيمة 1.3 مليار دولار في حين أصدرت عُمان صكوكاً بقيمة 1.5 مليار دولار مع أهم المؤسسات المالية العالمية مثل إتش إس بي سي وجاي بي مورغان وستاندرد تشارترد.

كذلك تستخدم الشركات والمؤسسات الصكوك لجمع الأموال لأغراض العمليات والتوسع، فقد أصدرت المراعي، أكبر شركة للألبان في الخليج، صكوكاً بقيمة 500 مليون دولار، وأصدرت الاتصالات السعودية صكوكاً دولية لمدة 10 سنوات بقيمة 1.25 مليار دولار، وأصدرت ماجد الفطيم ومقرها دولة الإمارات العربية المتحدة صكوكاً خضراء بقيمة 600 مليون دولار للاستثمار في مجالات مثل الطاقة المتجددة والإدارة المستدامة للمياه. وتؤكد البنوك الإسلامية أيضاً على مبادئها، مثل بنك سي أي إم بي الإسلامي في ماليزيا الذي يدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في قطاع الحلال لتوسيع نطاقها عالمياً.

وفي حين تم إنشاء بنوك إسلامية جديدة، حصل أيضاً عدد من الاندماجات، وخصوصاً في الخليج، فقد اندمج بيت التمويل الكويتي (البحرين) مع البنك الأهلي المتحد لإنشاء بنك من أكبر البنوك الإسلامية في العالم. وتقود مجالات التمويل الإسلامي الأخرى القطاع إلى الأمام، بما في ذلك التكافل والمراحة والوقف.



قرصة المستثمر

يواصل الاهتمام بالاستثمار / التمويل المتوافق مع الشريعة في النمو؛ وثمة فرص قوية في التكنولوجيا المالية ومواقع جغرافية متزايدة

\$508 مليون في استثمارات في التمويل الإسلامي في 2018 / 2019

مباشر للخدمات المالية بي إس سي (البحرين) استحوذت عليها الصفوة للخدمات المالية الإسلامية بي جاي إس سي (دولة الإمارات العربية المتحدة)

إتش إس بي سي أمانة تكافل (ماليزيا) وبي إتش دي (ماليزيا) استحوذت عليهما إف دبليو دي غروب مانجمنت هولدينغ (هونغ كونغ)

أمنتها واحد إنفستمنت ليمتد (الولايات المتحدة) من ائتلاف بقيادة كيو بول غروب إل إل سي، تي إتش إي (الولايات المتحدة الأمريكية)

الإشارات

- الاستثمار في التكنولوجيا الإسلامية الناشئة
- المشاركة العالمية في التمويل الاجتماعي الإسلامي
- وضع حلول لتمويل التجارة الإسلامية

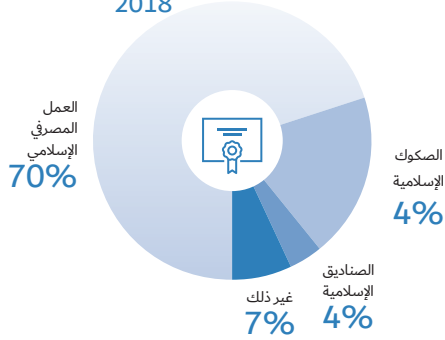


التمويل الإسلامي

تربليون \$2.52 في أصول التمويل الإسلامي عالمياً (تقديرات 2018) نمو سنوي 3.5%

نمو معدل النمو السنوي المركب 5.5% إلى 2018-24 في الأصول بحلول 2024 \$3.47 تربليون

يهيمن العمل المصرفي التجاري الإسلامي على توزيع الأصول 2018



التكنولوجيا المالية تنطلق

1,396 مؤسسات التمويل الإسلامي
93 الشركات الناشئة عالمياً في مجال التكنولوجيا المالية*

يتعزز التمويل الاجتماعي الإسلامي

76 مليار \$ (تقديرات 2018) الزكاة
410 مليار \$ (تقديرات 2016) أصول الأوقاف



فرصة الحكومات

يمكن للتمويل الإسلامي أن يؤدي دوراً حاسماً في تعزيز النمو القومي من خلال الروابط مع قطاع الاقتصاد الحقيقي الإسلامي

التمويل الإسلامي - التصنيف وفق مؤشر جي أي إي

الترتيب	الدولة	الترتيب	الدولة
1	ماليزيا	6	الأردن
2	البحرين	7	عُمان
3	دولة الإمارات العربية المتحدة	8	الكويت
4	المملكة العربية السعودية	9	باكستان
5	إندونيسيا	10	قطر



فرص الأعمال

تستطيع البنوك الإسلامية تحقيق نمو وريحية كبيرين من خلال الرقمنة واستغلال فرص القطاع

القطاعات الساخنة المرشحة للنمو في 2020

التكنولوجيا المالية الإسلامية (خصوصاً التمويل من نظير إلى نظير وتكنولوجيا التأمين / التكافل)

التمويل الاجتماعي الإسلامي (الزكاة، الأوقاف، التمويل الصغرى)

تمويل التجارة الإسلامية (خصوصاً في الذمم التجارية المدينة والعملة)

4. السفر المتوافق مع الشريعة

بلغت قيمة إنفاق المسلمين على السفر 189 مليار دولار عام 2018، ويُتوقع أن تنمو إلى 274 مليار دولار بحلول عام 2024.

وتقوم البلدان ذات الأغلبية غير المسلمة أيضاً بتسويق بلدانها على نحو متزايد للمسلمين، فقد وعدت اليابان مثلاً بتوفير بيئة متوافقة مع الشريعة خلال أولمبياد طوكيو 2020.

وعلى الرغم من وجود استثمارات في البنية التحتية، تجتذب وكالات السفر عبر الإنترنت معظم الاستثمارات في سوق السفر الحلال. فقد جمعت هوليداي مي 16 مليون دولار في تمويل من قبل غوبي بارتنرز من الصين إلى جانب أكسل بارتنرز في الهند، وغلوبال فنتشرز في دولة الإمارات العربية المتحدة، وألجبرا فنتشرز في مصر، وبي أند واي فنتشرز بارتنرز في لبنان، واندمجت مع تريفيير، وهي وكالة سفر ماليزية متوافقة مع الشريعة على الإنترنت، وجمعت ترافلوكا الإندونيسية 420 مليون دولار في جولة تمويل بقيادة صندوق الثروة السيادية في سنغافورة، وتلقت وكالة السفر عبر الإنترنت ستاتيكييت دون بي كاي ومقرها باكستان 1.5 مليون دولار بقيادة غوبي بارتنرز.

ومن المتوقع أن تدفع المنصات التكنولوجية القطاع إلى الأمام، مثلاً، أطلق هاف حلال وبل ترافل، وهو دليل للسفر عبر الإنترنت، روبوت للدردشة باسم صوفيا على منصته.

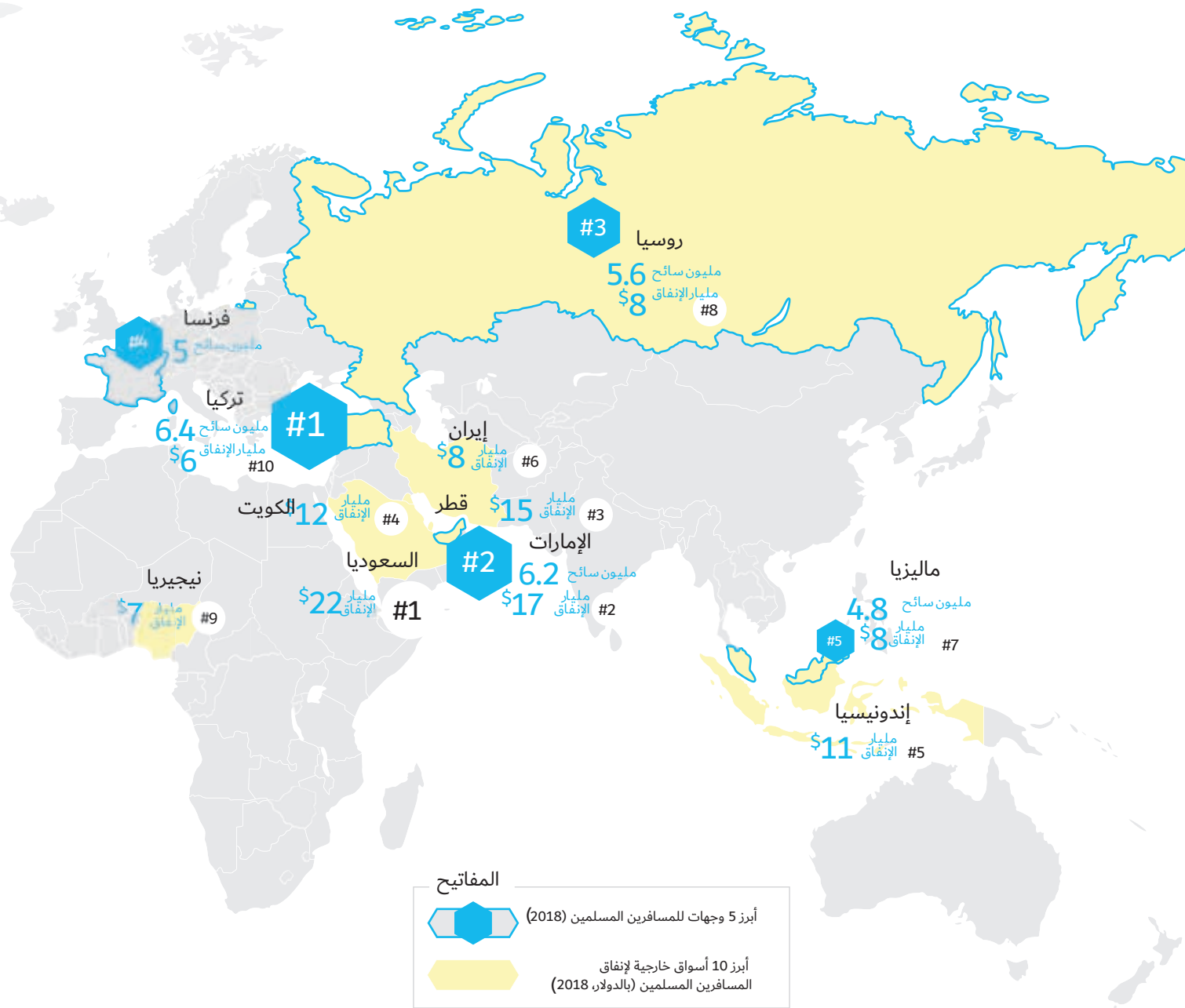
4.1 موجز

إن السياحة المتوافقة مع الشريعة أكثر انتشاراً من أي وقت مضى، وتتراوح العروض بين المنتجعات البحرية إلى الفنادق المخصصة للعائلات، وبين وكالات السفر والتطبيقات المخصصة لحجز الإجازات وتقييمها. وبينما مكّنت أحواض السياحة المنفصلة والمطاعم الحلال من تنمية السياحة المتوافقة مع الشريعة في العديد من الأسواق، كانت الحلول الرقمية عاملاً رئيسياً في إطلاق الإمكانيات الأوسع.

وعلى مدار العام الماضي، ظهر العديد من وكالات السفر عبر الإنترنت، من مثال دوت كوم، إلى وكالة السفر الحلال عبر الإنترنت الجديدة رحالة دوت كوم التابعة لسرديبيتي تابلورمايد في المملكة المتحدة، وحلال هوليداي ومقرها ماليزيا.

وكان هناك تركيز قوي على الحج السنوي والعمرة إلى المملكة العربية السعودية، اللذين يجتذبان ما يقرب من 10 مليون حاج سنوياً ويديران عائدات بأكثر من 8 مليارات دولار. ومع تخطيط المملكة لجذب 30 مليون معتمر سنوياً بموجب رؤية 2030 الخاصة بها، تمكن الحلول الرقمية من تحقيق هذه الأهداف. ووقعت وزارة الحج والعمرة في المملكة العربية السعودية مذكرات تفاهم مع العديد من وكالات السفر عبر الإنترنت، بما في ذلك الموقعين الرئيسيين أغودا وبوكينغ دوت كوم، في حين أطلقت هوليداي مي، وهي وكالة سفر عبر الإنترنت في بلدان مجلس التعاون الخليجي عمرة مي والتي توفر باقات العمرة القابلة للتخصيص.

وتشكل خطط حكومات منظمة المؤتمر الإسلامي لتعزيز إيرادات السياحة دافعاً إضافياً للاستثمار في هذا القطاع. وتسعى المملكة العربية السعودية للحصول على 20 مليار دولار حتى عام 2035 لمشروع العلا المخطط له، في حين دفعت تركيا وماليزيا وإندونيسيا لتوسيع السياحة المتوافقة مع الشريعة. وفي أواخر عام 2018، دخل مؤشر سفر المسلمين الإندونيسي، الذي يصنف مقاطعات البلاد وفقاً لتوافقها مع الشريعة، في شراكة مع ماستر كارد وكريسنيت رايتينغ، بينما أطلق مركز ماليزيا الإسلامي للسياحة مبادرة لتحديد الفنادق المتوافقة مع الشريعة في يوليو 2019.



فرصة المستثمر

على الرغم من النمو القوي، لا تزال مقترحات أي إي أقل بكثير من الممكن... وأمام المستثمرين طريق طويلة

\$42 مليون
في استثمارات في نمط الحياة الإسلامي
في 2018 - 2019*

ترافيزي دي إم سي سي (دي بي إيه هولداي مي)
دولة الإمارات العربية المتحدة (أمنت)
الاستثمار من غوي بارتنز (ماليزيا)

\$16
مليون

إشارات ضعيفة

الاستثمار في اقتراحات أو تي سي الحلال

فرص رأس المال الاستثماري في مقترحات تكنولوجيا العمرة

توسيع مبادرات الحكومات



السفر المتوافق مع الشريعة

مليار
مسلم على السفر إلى الخارج
(تقديرات 2018)

1.8



مليار \$189
من الإنفاق من



فرصة المستثمر



مليار \$274
يحتل 2024

2018-24 إلى 6.4%

6.4%



نمو معدل النمو السنوي المركب

النمو السنوي 6.8%



إنفاق المسلمين على السفر إلى الخارج
12%



الإنفاق العالمي على السفر
(تريليون \$1.6)



72.5
مليون

مسافر مسلم إلى الخارج في 2018



\$1.5
مليار

قيمة الحجز عبر الإنترنت من أجل العمرة
(تقديرات 2018)



فرصة الحكومة

يمكن أن تشهد دول منظمة التعاون الإسلامي زيادة بنسبة 1% في الناتج المحلي الإجمالي من خلال السفر المتوافق مع الشريعة

السفر المتوافق مع الشريعة - التصنيف وفق مؤشر جي أي إي

1	ماليزيا	6	تونس
2	دولة الإمارات العربية المتحدة	7	أذربيجان
3	تركيا	8	الأردن
4	إندونيسيا	9	ألبانيا
5	المالديف	10	تايلاند



فرصة الأعمال

يمكن للأعمال أو وحدات الأعمال الجديدة أن تولد بشكل مجد أكثر من مليار دولار في عائدات في السفر المتوافق مع الشريعة

القطاعات الساخنة المرشحة للنمو في 2020



السفر المتوافق مع الشريعة الرقمي المخصص



تكنولوجيا العمرة



السفر المستدام



المنتجات البحرية الحلال

5. الأزياء المحافظة

5.1 موجز

والأزياء المحافظة أكثر ظهوراً من أي وقت مضى، سواء في الشارع أو في الإعلام أو عبر الإنترنت أو في عروض الأزياء. وثبتت أيضاً أنها رائجة، فتصميماتها تتمتع بشعبية في كل أنحاء العالم لدى المسلمين وغير المسلمين الذين يريدون أن يكونوا على الموضة لكن محافظين.

وعلى مدار العام الماضي، تم تنظيم العديد من عروض الأزياء المحافظة للمرة الأولى في مدن حول العالم، من ميامي إلى أكرا وموسكو وميلانو. وأقيم في سان فرانسيسكو معرض للأزياء الإسلامية المعاصرة، شارك فيه 53 مصمماً وعلامة تجارية وتاجر تجزئة، واستضاف معرضان عالميان، هما غاليري دوسلدورف وكوليكشن بريميير موسكو، أزياء محافظة.

واستضافت مجلة سبورتس إنلاستريتد الأمريكية للمرة الأولى عارضة بوركيني وحجاب، وهي حليلة عدن. وأصبحت عدن الوجه غير الرسمي للأزياء المحافظة على مدار العام الماضي، إذ ظهرت في العديد من جلسات التصوير الخاصة بالأزياء. إذ أطلقت مجموعتها الخاصة من الأوشحة مع مودانيسا التركية لتجارة التجزئة عبر الإنترنت، وتصميمها لدمية باربي ترتدي الحجاب

وفي الوقت نفسه، أطلقت علامات تجارية رئيسية مجموعات للأزياء المحافظة، ومنها يونيكلو اليابانية التي تابعت نجاح مجموعتها من الحجابات لعام 2015، بينما أطلقت نابكي العملاقة للملابس الرياضية برو حجاب.

وبالنظر إلى ظهور الأزياء المحافظة هذا في الإعلام ومبيعاتها المتنامية، لاحظ المستثمرون الأمر. فقد باعت شركة بيع الأزياء المحافظة بالتجزئة عبر الإنترنت، مودانيسا، حصة أقلية تقدر بـ15 مليون دولار إلى غولدمان أكس وومضة كابيتال لتمويل التوسع، بينما اجتذبت متاجر التجزئة عبر الإنترنت ذا موديسيت ومقرها دبي استثمارات من موقع فارفتش البريطاني للتجارة الإلكترونية وأنابل إنفستمنت هولدنغ. وحصلت هوت حجاب، العلامة التجارية للأزياء في نيويورك، على تمويل بقيمة 2.3 مليون دولار لإنشاء أول علامة تجارية للحياة الثقافية الإسلامية الرقمية في كل أنحاء العالم.

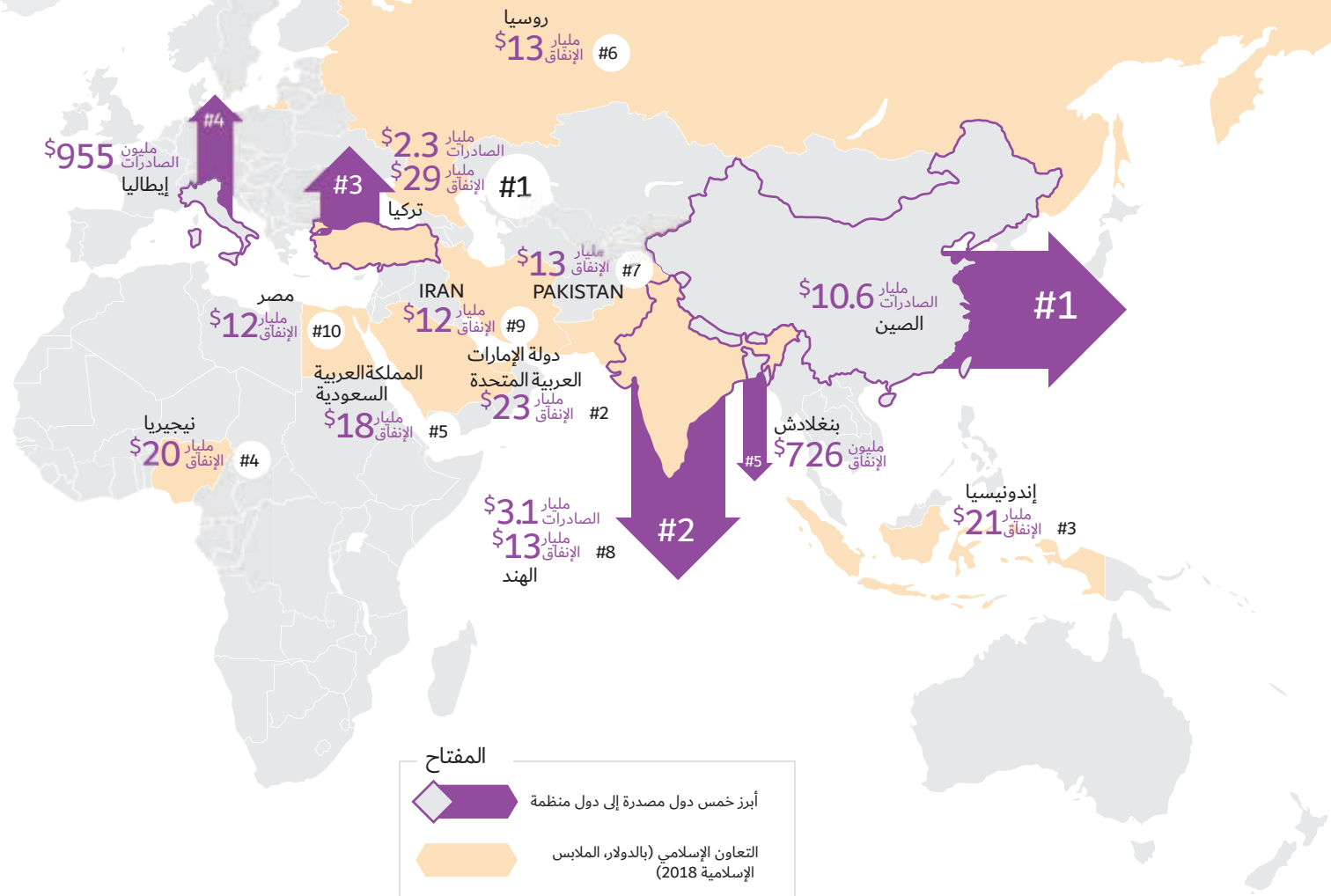
نظراً لأن إنفاق المسلمين على الملابس والأحذية يُقدَّر قيمته بـ283 مليار دولار عام 2018، تتوفر إمكانات كبيرة للأزياء المحافظة للحصول على شريحة أكبر بكثير من سوق الملابس العالمية البالغة قيمته 2.5 تريليون دولار

وتُعد تطورات كهذه مؤشرات قوية على أن الأزياء المحافظة تتحرك في الاتجاه الصحيح. ومع ذلك ومع عدم وجود معايير أو مبادئ توجيهية للأزياء المحافظة، حصلت أخطاء، مثل حصول علامة تجارية أمريكية على رد فعل عنيف من قبل المستهلكين لاستخدامها عارضات لا يرتدين ملابس مناسبة لتسويق مجموعة من الأحذية

ولم تدرك أيضاً العلامات التجارية الرئيسية وتجار التجزئة الرئيسيون تماماً أن الأزياء المحافظة لا تتطلب مجموعات مختلفة تماماً لجذب المستهلكين؛ يمكن تكييف الملابس لتكون أكثر تواضعاً، مثل الملابس الفضفاضة والتغطية الأطول للأذرع والساقين.

وعلى أمل قيادة القطاع بشكل أفضل، أطلقت ثينك فاشن مجلس الأزياء المحافظ في إندونيسيا مع مجالس فرعية في كل أنحاء العالم لتعزيز الأزياء الشاملة والممارسات المستدامة، ودعم المصممين وتحقيق نمو قطاع الأزياء المحافظة.

كذلك تدعم حكومات منظمة المؤتمر الإسلامي قطاع الأزياء المحافظ، مثلاً في تركيا وإندونيسيا. ويواصل المجلس الإسلامي لتصميم الأزياء الترويج لهذا القطاع، كما هي الحال في أسبوع الأزياء في تورينو، وفي دولة الإمارات العربية المتحدة حيث استضاف Pret-A-Cover Buyers Lane، وهو حدث لعرض الأزياء المحافظة والتصميم في دبي.



فرصة المستثمر

على الرغم من النمو القوي، لا تزال قيمة صفقات آي إي أقل بكثير من الممكن... أمام المستثمرين طريق طويل

في استثمارات في نمط الحياة الإسلامي في 2018 / 19 مليون \$42

حققت هوت حجاب استثماراً من كيو بول كابيتال (كلاهما أمريكيتان)

مودانيسا إلكترونيك ماغازاسيليك في إي تيك أس تركيا تحقق استثماراً من البنك الأوروبي لإعادة البناء والتنمية (المملكة المتحدة)، وغولدمان ساكس وومضة كابيتال

الإشارات

- استثمارات رأس المال، الاستثماري في مرحلة مبكرة، نمو كبير لمنصات التجارة الإلكترونية
- الاستحواذ على علامات تجارية للأزياء المحافظة
- الطلب على الأزياء "الأخلاقية"



الأزياء المحافظة

مليار
مسلم
على الملابس
(تقديرات 2018)

1.8



مليار
الإنفاق من

\$283



فرصة المستثمر



مليار
بحلول 2024 \$402



إلى 2018 - 24

6%



معدل النمو
السنوي المركب

4.8%



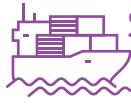
نموسنوي

إنفاق المسلمين
على الملابس

11%



الإنفاق العالمي
على الملابس
(تريليون \$2.5)



\$21.3
مليار

صادرات الملابس إلى
دول منظمة التعاون
الإسلامي في 2018*



85*

أبرز بائعي التجزئة
الإلكترونيين للأزياء المحافظة*



فرص الحكومة

يمكن للأزياء المحافظة أن تعزز الناتج المحلي
الإجمالي، وتطور المواهب المحلية، وتولد الوظائف

الأزياء المحافظة - التصنيف وفق مؤشر جي آي إي

1 دولة الإمارات العربية المتحدة	6 إيطاليا
2 تركيا	7 بنغلادش
3 إندونيسيا	8 المغرب
4 ماليزيا	9 الهند
5 سنغافورة	10 سري لانكا



فرصة الأعمال

يمكن لأبرز تجار التجزئة والعلامات
التجارية توليد عائدات مهمة من خلال تبني
مجموعات وكذلك إطلاق خطوط في
مجال الأزياء المحافظة

القطاعات الساخنة المرشحة للنمو في 2020



الأزياء المحافظة
الفاخرة



التجارة عبر الهاتف المحمول



ملابس الأنشطة
المحافظة



الأزياء
الدورية



ملابس الرجال
المحافظة

6. المستحضرات الدوائية الحلال

بلغ إنفاق المسلمين على المستحضرات الدوائية 92 مليار دولار عام 2018 ويُتوقع أن ينمو إلى 134 مليار دولار بحلول عام 2024.

ومع ذلك وفي حين أن هناك حاجة ملحة لاعتماد مزيد من المستحضرات الصيدلانية حلالاً، لم يدرك المستثمرون بعد حجم الفرصة، وخصوصاً عوائد الاستثمار في الأجل المتوسط إلى الأجل البعيد، مع زيادة الطلب. ومع ذلك رأت شركات الأدوية البعيدة النظر الإمكانيات، مثل الشركات الكورية الجنوبية التي تسعى للحصول على اعتماد الحلال لدعم صادراتها والتوسع في أسواق جديدة مثل إندونيسيا، مع تطبيق البلد تدريجياً الاعتماد الحلال الإلزامي للمستحضرات الصيدلانية بحلول عام 2024.

وأدرجت ماليزيا، الرائدة في قطاع المستحضرات الصيدلانية الحلال، هذه الإمكانيات، إذ قامت أخيراً بتنقيح معاييرها الخاصة بالأدوية الحلال وإصدار معايير الحلال للأجهزة الطبية. ونظراً لأن معايير المستحضرات الصيدلانية الحلال أصبحت أكثر قبولاً على مستوى العالم، بالإضافة إلى بلدان منظمة المؤتمر الإسلامي التي تدعم تطوير قطاعاتها الصيدلانية، يبدو هذا القطاع مهياً لنمو مذهل.

6.1 موجز

أدى الموسوعيون والأطباء المسلمون في القرنين العاشر والحادي عشر، مثل ابن سينا والرازي والبيروني، دوراً مهماً في تطور الطب والعلوم والرعاية الصحية.

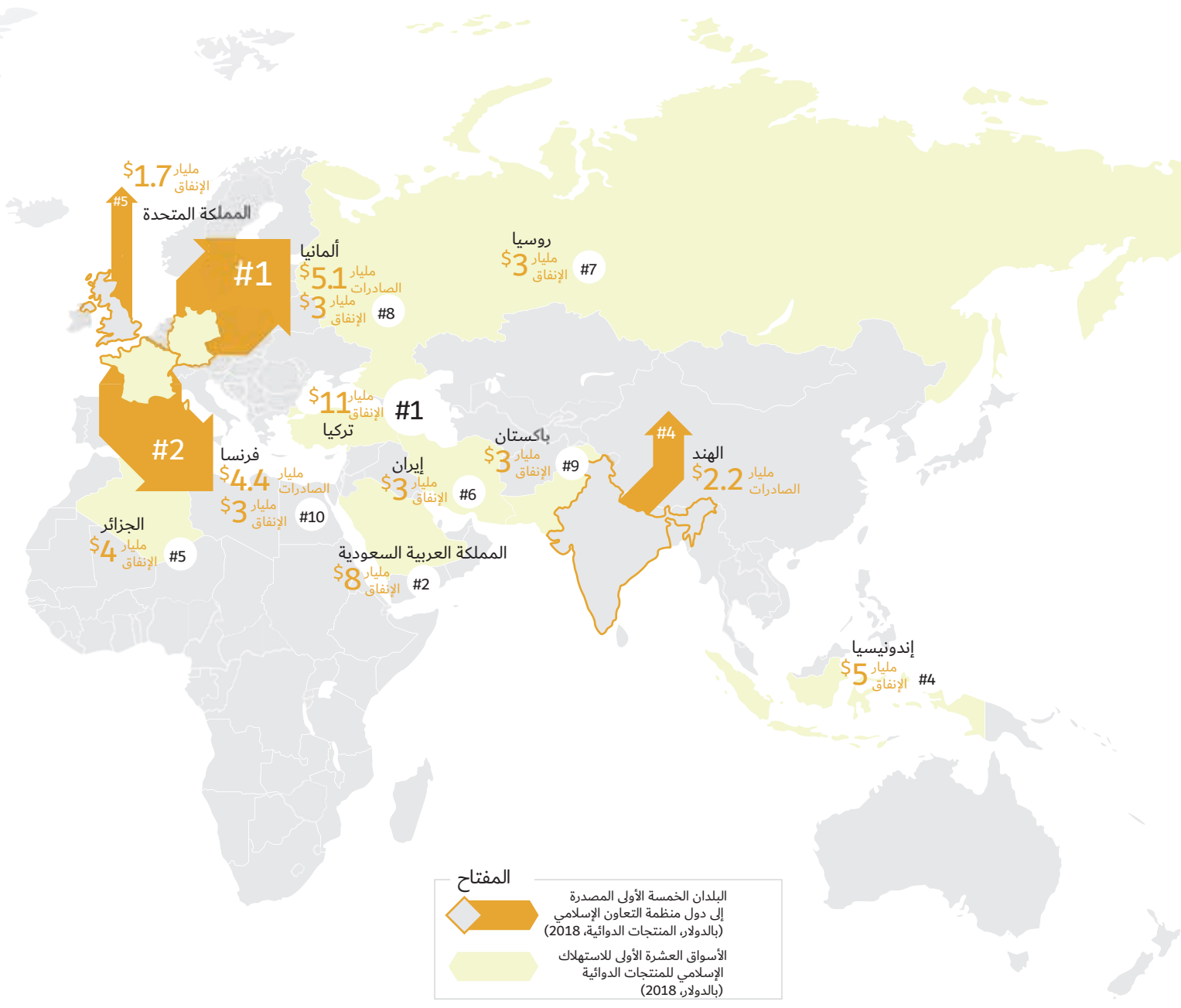
واستمر هذا التراث حتى الوقت الحاضر، إذ لا يزال الطب التقليدي في أجزاء من جنوب شرق آسيا يُطلق عليه اسم الطب اليوناني، ما يعكس التبادل التاريخي للمعرفة الطبية بين الشرق والغرب.

واليوم، لا يزال الطب الحلال بعيداً عن عصره الذهبي. فبلدان منظمة المؤتمر الإسلامي تُعد مستورداً صافياً للأدوية، وهناك حد أدنى من البحث والتطوير في مجال الأدوية والعلاجات الجديدة، في حين أن إنتاج المستحضرات الصيدلانية المعتمدة حلالاً محدود.

بل إن مفهوم المستحضرات الصيدلانية الحلال غير مفهوم بشكل جيد في بلدان منظمة المؤتمر الإسلامي، إذ لم يكتسب الشعبية نفسها كما قطاعات الاقتصاد الإسلامي الأخرى، مثل الطعام الحلال والأزياء المحافظة. ويُعزى ذلك جزئياً إلى زيادة ظهور الأزياء المحافظة في الإعلام وفي الشارع، وتزايد انتشار علامة الحلال على الطعام.

ومع ذلك، فإن الوعي بين المسلمين بأهمية المستحضرات الصيدلانية الحلال أخذ في الازدياد، ليس فقط أن الطعام الذي يدخل الجسم يجب أن يكون حلالاً، بل الدواء كذلك. وتطور هذا الأمر إلى جانب اتجاه عالمي أوسع للرعاية الصحية نحو الاختيار الشخصي: يجب أن يكون المرضى مطلعين جيداً وقادرين على اختيار العلاجات بما يتماشى مع معتقداتهم وأخلاقهم.

وفي الواقع، فإن عدم وجود بديل حلال هو الذي دفع ظاهرة مكافحة التلقيح في العديد من بلدان منظمة المؤتمر الإسلامي، مع قلق الأهل من احتواء اللقاحات على جيلاتين الخنازير. ودفع ذلك منظمة المؤتمر الإسلامي إلى تشكيل مجموعة عمل خاصة لصنع لقاحات وأدوية حلال. لذلك يكون لتطوير المستحضرات الصيدلانية الحلال أثر اجتماعي أوسع، وخصوصاً أن معدلات الإصابة بالأمراض المعدية أعلى في بلدان منظمة المؤتمر الإسلامي منها في البلدان النامية غير الأعضاء في المنظمة.



المفتاح

البلدان الخمسة الأولى المصدرة إلى دول منظمة التعاون الإسلامي (بالدولار، المنتجات الدوائية، 2018)

الأسواق العشرة الأولى للاستهلاك الإسلامي للمنتجات الدوائية (بالدولار، 2018)



فرصة المستثمر

على الرغم من النمو القوي، لا تزال قيمة صفقات أي إي أقل بكثير من الممكن وأمام المستثمرين طريق طويل

في استثمارات في المنتجات الحلال في 2018 / 19* **\$653** مليون



إيبا حلال تؤمن استثماراً من مؤسسات أدفانتيس (كلاهما في الهند)

- الاستثمار في شركات المكونات الحلال تسعى إلى توريد منتجات دوائية
- وحدات منفصلة من الموردين الحلال إلى شركات المنتجات الدوائية
- الاستثمار في موردي المواد العضوية الحلال

صادرات المنتجات الحلال والمنتجات ذات الصلة استناداً إلى بيانات خارطة طريق مركز التجارة الدولية؛ الاستثمارات (الأرقام والصفقات الفردية) مسندة إلى مسح تفصيلي لقاعد بيانات زيفر بين 2018 و 2019؛ بيانات العوامل مسندة إلى مؤسسة الثروات السيادية (أصول الثروات السيادية)؛ تقرير باين للأسهم الخاصة 2019 (الاستحوادات الاستراتيجية)، وبلومبرغ نيوز (2016)



المنتجات الدوائية الحلال

مليار
مسلم على
المنتجات الصيدلانية (تقديرات 2018)

1.8

مليار \$ 92
الإنفاق من

فرصة المستثمر



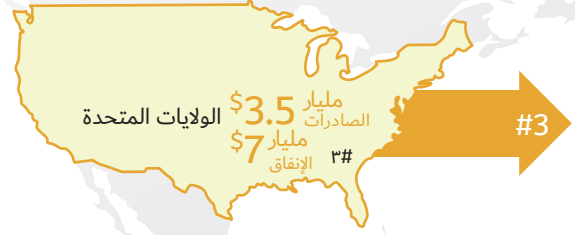
نمو معدل النمو السنوي المركب المتوقع 5.7% نموسنوي
نمو معدل النمو السنوي المركب المتوقع 6.5% 2018 - 24 إلى
مليار \$ 134 بحلول 2024

إنفاق المسلمين على
المنتجات الدوائية

7%



الإنفاق العالمي على
المنتجات الصيدلانية
(\$1.3 تريليون)



مليار \$ 3.5
الصادرات
مليار \$ 7
الإنفاق
#3

#3

من صادرات المنتجات الدوائية
إلى دول منظمة التعاون
الإسلامي في 2018

\$ 210
مليار

القطاعات بالتفصيل

أدوية 58%

مواد عضوية 32%

مستحضرات دوائية أخرى 11%



فرصة الحكومة

يمكن أن تشهد دول منظمة التعاون الإسلامي
زيادة بنسبة 1% في الناتج المحلي
الإجمالي من خلال التجارة بالمواد الحلال

المنتجات الدوائية الحلال - التصنيف وفق مؤشر جي آي إي

1 دولة الإمارات العربية المتحدة	6 إيران
2 ماليزيا	7 البحرين
3 الأردن	8 بروناي
4 سنغافورة	9 تركيا
5 مصر	10 أذربيجان



فرصة الأعمال

يمكن للشركات المتعددة الجنسيات
أن تورد نمواً مهماً من خلال إنشاء
مقترحات حلال مخصصة.

القطاعات الساخنة المرشحة للنمو في 2020

الجيلاتين الحلال

اللقاحات الحلال



التمتعات الحلال



العلاج الشامل بالمواد الطبيعية
ذات الأساس الحلال

7. مستحضرات التجميل الحلال

تُقدّر قيمة إنفاق المسلمين على مستحضرات التجميل بـ 64 مليار دولار عام 2018 ويُتوقع أن تصل إلى 95 مليار دولار بحلول عام 2024.

7.1 موجز

أدت عدة متطلبات إلى إطلاق أحمر الشفاه المصنوع من الجيلتين الحلال بدلاً من جيلتين الخنزير، ومجموعة كاملة من منتجات التجميل ومنتجات الجسم المعتمدة حلالاً. ومع ذلك وفيما أصبح تصنيع مستحضرات التجميل الحلال أكثر وضوحاً على مدار السنوات القليلة الماضية إذ أصبحت المكونات المعتمدة حلالاً متاحة على نطاق واسع، لم يكن اقتحام سوق مستحضرات التجميل المقدر بمليارات الدولارات سهلاً.

فقد تعين على شركات مستحضرات التجميل الحلال أن تتنافس على المساحات المخصصة لعرض المنتجات مع علامات تجارية أكثر رسوخاً ومتعددة الجنسيات، قد تحصل أيضاً على اعتماد الحلال. وكان على العلامات التجارية الجديدة أيضاً أن تعكس أحدث اتجاهات مستحضرات التجميل - من الألوان إلى الرائحة، إلى التصميم والتعبئة والتغليف - بالإضافة إلى إثبات فعاليتها لكسب ولاء العملاء.

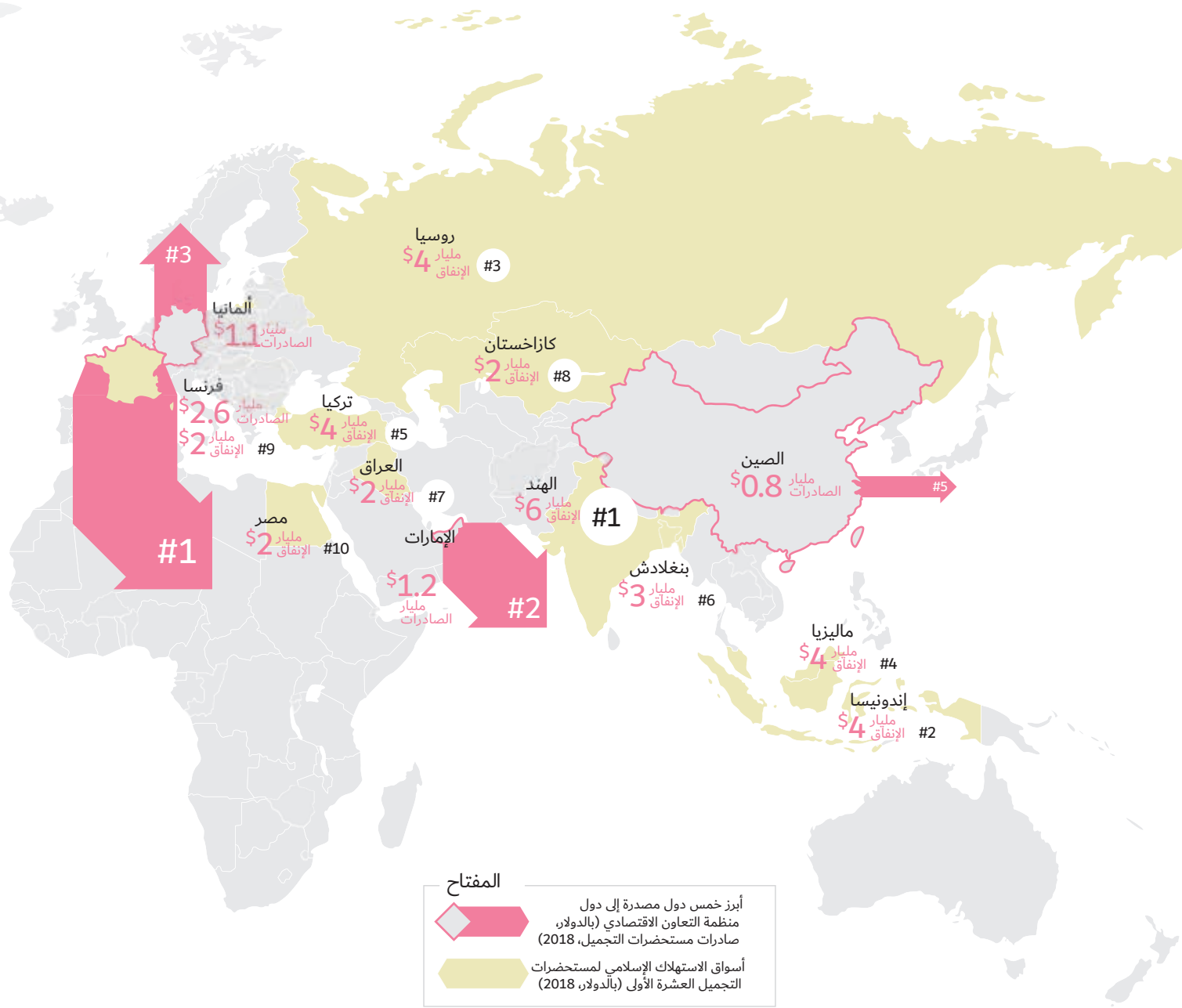
ومع الارتفاع الأخير في الطلب على مستحضرات التجميل الطبيعية والعضوية، تواجه العلامات التجارية الحلال مزيداً من التحديات للاحتفاظ بحصتها في السوق وتوسيعها. ونتيجة لذلك، تحصل العلامات التجارية الحلال على اعتماد أخرى للمساعدة في بيع منتجاتها، وفي المقابل، تحصل العلامات التجارية العضوية والطبيعية على اعتماد حلال للحصول على جاذبية أكبر في السوق. ويدل على ذلك أن صادرات مستحضرات التجميل الكورية الجنوبية إلى بلدان منظمة المؤتمر الإسلامي تضاعفت تقريباً عام 2018، في حين سعى عشرات من مصنعي مستحضرات التجميل في كوريا الجنوبية للحصول على اعتماد الحلال على مدار العام الماضي لتصدير علاماتهم التجارية إلى جانب تصنيع علامات تجارية مألوفة.

ومع ازدياد أهمية قابلية التتبع للمكونات في نظر المستهلكين، تحاول العلامات التجارية لمستحضرات التجميل الحلال التمييز في سوق مزدحم بشكل متزايد من خلال التأكيد على الطبيعة الحلال للمنتج. وقامت العلامة التجارية الماليزية لمستحضرات التجميل الحلال الأنسة علواني بذلك تحديداً من خلال الانضمام إلى سجل عالمي للبلوك تشين الحلال متكامل مع تطبيق فيزيقي حلال.

وتساعد التكنولوجيا على توسيع مستحضرات التجميل الحلال بطرق أخرى. ويتم إطلاق علامات تجارية جديدة عبر الإنترنت قبل تحقيق حضور في المتاجر، بينما يوسع تجار التجزئة الإلكترونية نطاق العروض ويجذبون الاستثمار

ونمت برتي سوكي دوت كوم الماليزية بسرعة منذ إطلاقها عام 2018، وتعتزم العلامة التجارية لمستحضرات التجميل الحلال، التي تباع أكثر من 40% من منتجاتها عبر الإنترنت، إدراج أسهمها في البورصة الماليزية. وضاعفت بوتيكات، وهي شركة ناشئة في مجال البيع الإلكتروني لمستحضرات التجميل والأزياء مقرها الكويت، قيمتها إلى 500 مليون دولار بعد حصولها على تمويل من شركة استثمار مقرها الخليج.

وعلى الرغم من أن المبادرات الخاصة قد تنقل مستحضرات التجميل الحلال إلى المستوى التالي، لم يحظ هذا القطاع بالدعم الذي يستحقه من حكومات منظمة المؤتمر الإسلامي، وخصوصاً عند المقارنة بكوريا الجنوبية، حيث تقدم وزارة الغذاء وسلامة الأدوية جلسات تدريبية مجانية على الاعتماد الحلال لمستحضرات التجميل.



فرصة المستثمر

من خلال الاستثمار في شركات مستحضرات التجميل الحاصلة ربما على اعتماد الحلال، ثمة فرص مهمة لتوليد عائدات

في استثمارات في منتجات الحلال في 2018-19* مليون \$653



تؤمن آي بي إيه حلال استثماراً من مؤسسات أدفانتيس (كلتاها في الهند)

الاستثمار في شركات مبتدئة ذات نمو كبير متخصصة في التجميل الحلال

تشديد لوائح منتجات التجميل الحلال في بلدان منظمة التعاون الإسلامي

التوافق مع البيئة في منتجات التجميل الحلال ينمو

صادرات المنتجات الحلال والمنتجات ذات الصلة استناداً إلى بيانات خارطة طريق مركز التجارة الدولية؛ الاستثمارات (الأرقام والصفقات الفردية) مسندة إلى مسح تفصيلي لقاعد بيانات زيفر بين 2018 و 2019؛ بيانات العوامل مسندة إلى مؤسسة الثروات السيادية (أصول الثروات السيادية)؛ تقرير باين للأسهم الخاصة 2019 (الاستحوادات الاستراتيجية)، وبلومبرغ نيوز (2016)



منتجات التجميل الحلال

1.8 مليار
مسلم على منتجات
التجميل (تقديرات 2018)



64 مليار
من الإنفاق من



فرصة المستثمر



95 مليار
بحلول 2024

6.8%
إلى 2018 - 24

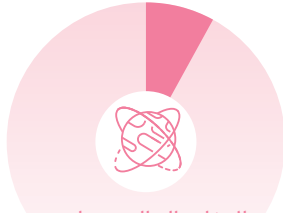


نمو معدل النمو
السني المركب

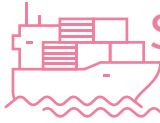
4.9%
النمو السني

إنفاق المسلمين على
مستحضرات التجميل

8%



الإنفاق العالمي على
مستحضرات التجميل
(8 تريليون \$)

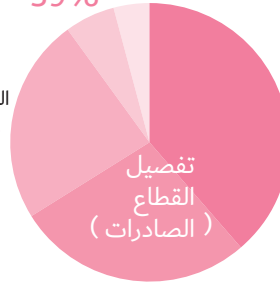


11.7 مليار

صادرات مستحضرات التجميل
إلى بلدان منظمة التعاون
الإسلامي في 2018 *

زيوت أساسية أخرى
العناية الشخصية بالفم
4%
39%

الشعر والحلاقة
39%



العطور
39%

الجمال والتجميل
39%

1 مليار
الصادرات
الولايات المتحدة

#4



فرصة الحكومة

يمكن لمستحضرات التجميل الحلال أن
تعزز الصادرات والناتج المحلي الإجمالي لكنها
تتطلب عوامل تمكين ودعم من الحكومة.

التصنيف وفق مؤشر جي آي إي لمستحضرات
التجميل / المستحضرات الدوائية الحلال

1 دولة الإمارات العربية المتحدة	6 إيران
2 ماليزيا	7 البحرين
3 الأردن	8 بروناي
4 سنغافورة	9 تركيا
5 مصر	10 أذربيجان



فرصة الأعمال

يمكن للأعمال ووحدة الأعمال الجديدة
أن تولد بشكل مجد عائدات قوية في مجال
منتجات التجميل الحلال

القطاعات الساخنة المرشحة للنمو في 2020



طلاء الأظافر الحلال



التجارة الإلكترونية بمستحضرات
التجميل الحلال



كريم الوجه الحلال



مستحضرات التجميل
المستدامة والحلال



الروائح والعطور

كل التقديرات من دينار ستاندرد للأبحاث والاستشارات باستثناء قطاع التمويل الإسلامي المقدمه تقديراته من بيانات مؤشرات ريفينيتيف للتمويل الإسلامي في 2018 (الاستثمار المباشر الأجنبي الوارد). تقديرات وتحليل دينار ستاندرد للسوق الإسلامية. وتم تحديد التوقعات من خلال إرجاع النمو السنوي التاريخي لمؤشرات القطاع ذي الصلة إلى نمو الناتج المحلي الإجمالي لكل بلد، ما يبين علاقة متبادلة قوية. قاعدة بيانات آفاق صندوق النقد الدولي أكتوبر 2018 مستخدمة للتوقعات القائمة على الوضع الحالي. وتضم منظمة التعاون الإسلامي 57 دولة عضواً مؤلفة إجمالاً من أغلبية مسلمة

8. الإعلام والترفيه الحلال

بلغت قيمة إنفاق المسلمين على الإعلام والترفيه 220 مليار دولار عام 2018 ويُتوقع أن تصل إلى 309 مليارات دولار بحلول عام 2024.

وتعمل منطقة الخليج أيضاً على ترسيخ مكائنها كمركز لإنتاج الأفلام والتلفزيون، إذ تتنافس كل من أبوظبي ودبي والمملكة العربية السعودية وغيرها، على المركز الأول. وتحظى السينما أيضاً بدعم من المهرجانات السينمائية الجديدة، بينما يتم فتح سلاسل السينما في كل أنحاء المملكة العربية السعودية بعد رفع الحظر المفروض عليها عام 2017.

وكانت الاستثمارات في تطبيقات نمط الحياة الإسلامي مشجعة للغاية. وعلى الرغم من أن عملية الاستحواذ على مسلم برو ليست قديمة، حدث العديد من الاستثمارات المشجعة هذا العام، بما في ذلك حصول تطبيق مسلم بلائب ومقره الدنمارك على تمويل بقيمة 1.05 مليون دولار من بروميثوس إكويتي بارتنرز، بينما أظهرت التطبيقات القائمة أداءً قوياً، مثل مسلم برو الذي تجاوز 70 مليون عملية تنزيل على مستوى العالم، ومز ماتش، وهو تطبيق للزواج تموله مجموعة من المستثمرين، الذي جمع تمويلاً بـ 7 ملايين دولار وتجاوز علامة المليون تنزيل.

ومع زيادة الدخل المتاح للترفيه في بلدان منظمة المؤتمر الإسلامي وفيما ستقل أعمار نصف المسلمين عن 30 عاماً بحلول عام 2030، يبدو هذا القطاع ناضجاً لتطوير إضافي للإعلام ذي الطابع الإسلامي.

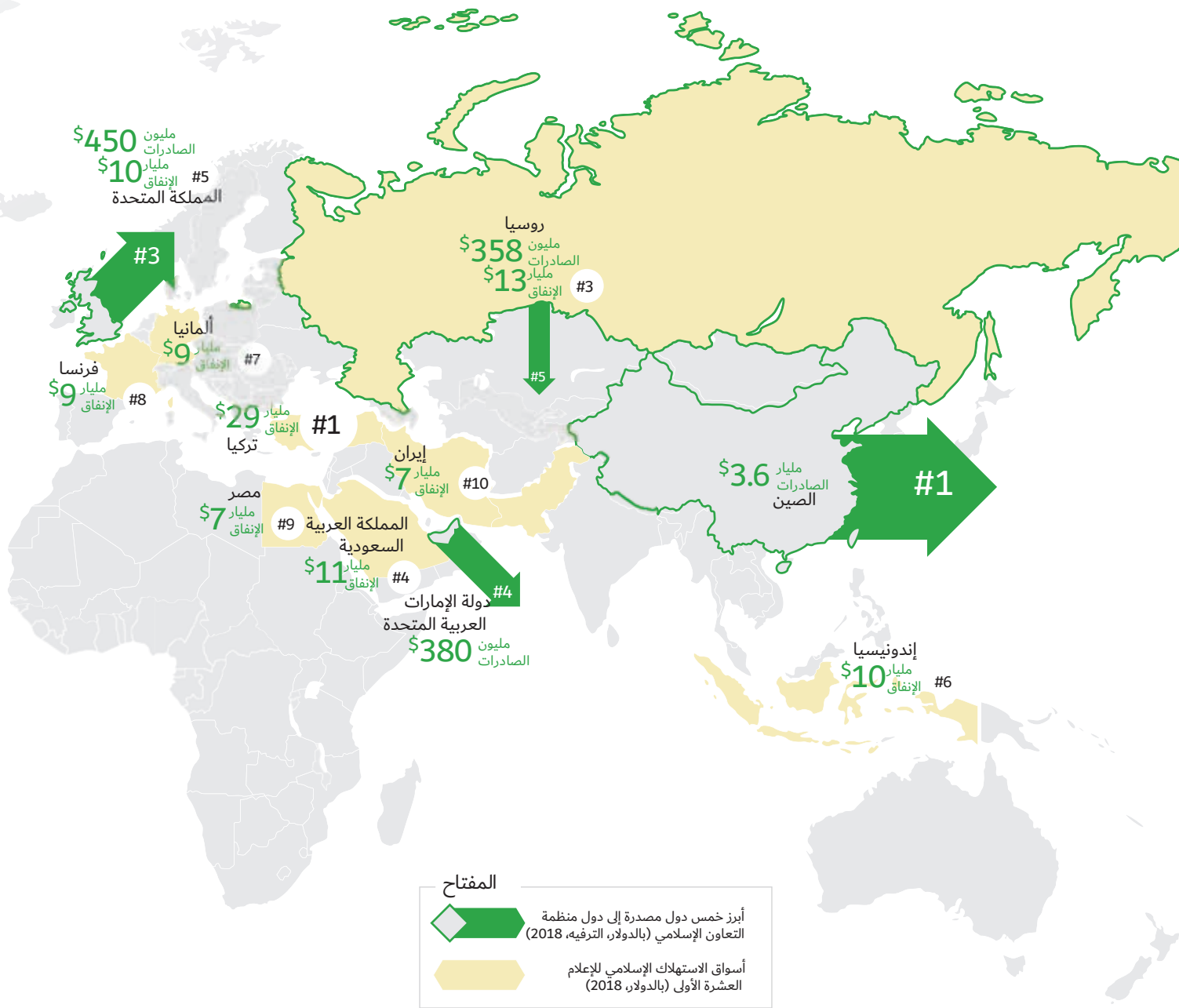
8.1 موجز

يوصل الإعلام ذو الطابع الإسلامي، ويشمل الأفلام، والمسلسلات الصغيرة، والمحتوى عبر الإنترنت، اكتساب القوة والبروز... وتزدهر التطبيقات التي تهدف إلى تلبية احتياجات نمط حياة المسلمين بينما يتم تطوير القيم الثقافية الإسلامية للأطفال في العديد من المنصات.

وعلى الشاشة الكبيرة، تكتسب الأفلام الإسلامية قوة جذب، إذ اجتذب مهرجان موسكز السينمائي في كندا 40 عرضاً من كل أنحاء العالم، بينما صورت هوليوود شخصيات إسلامية بشكل أكثر وضوحاً. ومع ذلك، تستمر الصور النمطية، ما دفع الممثل البريطاني ريز أحمد إلى تطوير اختبار ريز، مع خمسة معايير تقيس كيفية تصوير المسلمين في الأفلام والتلفزيون.

وعلى الرغم من وجود مسافة لا يزال يجب قطعها على صعيد تغيير العقليات من خلال الإعلام، تعمل الاستوديوهات ومنصات البث الرئيسية على تكيف وإنشاء محتوى جديد لجذب المشاهدين المسلمين، سواء في البلدان ذات الأغلبية غير المسلمة وداخل بلدان منظمة المؤتمر الإسلامي، مثلاً، تخطط تفليكس لإطلاق مسلسل أصلي ثانٍ من الشرق الأوسط بعنوان "مدرسة الروابي للبنات" وأطلقت مسلسلاً في إسبانيا باسم "النخبة" تسلط الضوء على التحديات التي يواجهها المسلمون.

ويتم تطوير رسوم متحركة مخصصة للأطفال والكبار على حد سواء، مع مشاريع تطوير ملحوظة خلال العام الماضي في الشرق الأوسط. واستلهمت استوديوهات المملكة العربية السعودية من شعبية الأنيمي اليابانية لإطلاق مسلسلات وأفلام روائية متحركة على أساس شخصيات عربية والفولكلور العربي، في حين حصلت "تواصل" العمانية على جائزة أفضل مسلسل متحرك لعام 2018 في منتدى القاهرة الدولي للرسوم المتحركة 2019.



فرص المستثمر

هناك فرص مهمة للمستثمرين لإنشاء مقترحات تكنولوجية في مجال نمط الحياة الإسلامي يكون واسع النطاق وعالمياً

\$42 مليون
الاستثمارات في المنتجات الحلال في 2019 / 2018*

\$7 مليون

أمنت موزماتش استثمارات من لوكسور كابييتال (الولايات المتحدة)

سلام بلانت إيه بي إس (الدنمارك) تؤمن استثماراً من برومونتوم أكويتي بارتنز (كلتاهما في الدنمارك)

\$1 مليون

الإشارات

فرص شراء وبناء في كيانات أصغر وأسرع نمواً

الاستثمار في محتوى ثقافي ذي مواضيع إسلامية في بلدان منظمة التعاون الإسلامي

المملكة العربية السعودية تفتتح أمام الثقافة والترفيه

صادرات المنتجات الحلال والمنتجات ذات الصلة استناداً إلى بيانات خارطة طريق مركز التجارة الدولية؛ الاستثمارات (الأرقام والصفقات الفردية) مسندة إلى مسح تفصيلي لقاعد بيانات زيفر بين 2018 و 2019؛ بيانات العوامل مستندة إلى مؤسسة الثروات السيادية (أصول الثروات السيادية)؛ تقرير باين للأسهم الخاصة 2019 (الاستحوادات الاستراتيجية)، وبلومبرغ نيوز (2016)



الإعلام والترفيه

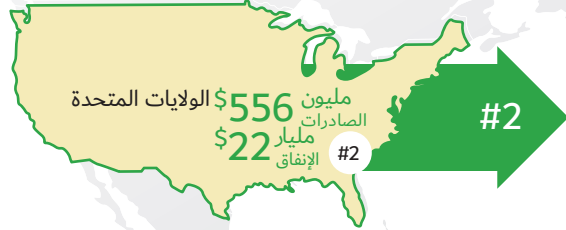


فرصة المستثمر

1.8 مليار
مسلم على الإعلام
(تقديرات 2018)

\$220 مليار
من الإنفاق من

النمو السنوي 5.3% النمو السنوي المتوقع المركب المتوقع نمو معدل النمو السنوي 5.8% 2018 - 24 إلى \$309 مليار بحلول 2024



إنفاق المسلمين على
الإعلام والترفيه
5%



\$6.8 مليار
صادرات الإعلام والترفيه إلى
دول منظمة التعاون
الإسلامي في 2018

القطاعات بالتفصيل

58% دمي وألعاب
ومتطلبات رياضية

32% كتب وصحف
وصور مطبوعة

11% بضائع الصور أو السينما



فرصة الحكومة

مقترحات الإعلام ذات المواضيع الإسلامية
يمكن أن تعزز القطاعات الإبداعية المحلية

الإعلام والترفيه - التصنيف وفق مؤشر جي آي إي

1 دولة الإمارات العربية المتحدة	6 بروناي
2 ماليزيا	7 سنغافورة
3 قطر	8 المملكة المتحدة
4 لبنان	9 الكويت
5 البحرين	10 أذربيجان



فرصة الأعمال

يمكن أن تزدهر شركات الإعلام من خلال تطوير
محتوى مخصص للمستهلكين المسلمين

القطاعات الساخنة المرشحة للنمو في 2020

- أفلام / مسلسلات ذات مواضيع إسلامية
- خدمات مستندة إلى تطبيقات في مجال نمط الحياة
- وثائقيات ذات مواضيع ثقافية

