



Contact Methods
Mob: (86)18668768846
Tel: (86) 577 68668118
Wechat: zigpac123
Skype: bruce.chan1999
E-mail: bruce@zigpac.com
Whatsapp: +86-18668768846
Telegram: @Zigpacstickers

Company Info
Name: Wenzhou Zigpac Industry Limited
Address: No. 148-152, Building C, Jiangbin
Commercial and Residential Building, Longgang
City, Wenzhou City, Zhejiang 325802, China



YOUR CUSTOM PRINTING & PACKAGING PARTNER FOR SMALL AND MEDIUM BUSINESSES



كيف تبدأ مشروع هوديز: دليل المؤسس من اختيار الشريحة المتخصصة إلى إعادة الطلب

Details

إجابة سريعة: لبدء مشروع هوديز، اختر شريحة متخصصة يمكنك الوصول إليها مباشرة، وتحقق من جدواها بطلبات مسبقة مدفوعة، ثم اختر الطباعة عند الطلب إن أردت العمل بلا مخزون، أو الإنتاج بالجملة بدفعات صغيرة إن أردت هامش ربح أفضل للوحدة. سّعّر انطلاقًا من التكلفة الواصلة الكاملة، واختبر دفعة العينات بالغسيل، ثم ثبت مواصفات مكتوبة ليُطابق كل طلب لاحق الإصدار الأول.

إذا كنت تبحث عن كيفية بدء مشروع هوديز، فالأرجح أن لديك تصميمًا أو مجتمعًا أو فكرة علامة تجارية. ما تحتاجه الآن هو تسلسل يحمي سيولتك. يغطي هذا الدليل التحقق من الشريحة المتخصصة، واختيار نموذج الإنتاج، والتسعير لتحقيق الهامش، واختبار دفعة صغيرة، والتوسع نحو إعادة الطلب مع شريك إنتاج. ولا يتناول كيفية اختبار طرق التزيين أو أقمشة القطع السادة؛ فهذه المواضيع تجدها في صفحة [الهوديز البولوفر المخصصة](#)، ويحيلك هذا الدليل إليها حين تصل إلى تلك الخطوة.

لماذا تتعثر معظم الإصدارات الأولى من الهوديز

الإخفاق المعتاد ليس تصميمًا سيئًا، بل خطأ في التسلسل. يطلب المؤسس المخزون قبل إثبات الطلب، ويخمن نسب المقاسات، ويسّعّر بناءً على تكلفة القطعة السادة وحدها، ثم يكتشف بعد أولى شكاوى الغسيل أن الطباعة أو القصة لا تصمد. غير مباع، وهوامش ضئيلة، وطلبًا ثانيًا لا يطابق الأول XXL كل خطأ صغير بمفرده، لكنها مجتمعة تترك مقاسات

مبيعات موزعي (PPAI (2025 U.S.) لن يعوّضك السوق عن هذه الأخطاء. فقد قدّر «تقدير حجم مبيعات الموزعين» الصادر عن المنتجات الترويجية بمبلغ \$27.13 مليار، بزيادة 1.3% فقط على أساس سنوي، وكان ملخص الجمعية نفسها أن كثيرًا من [لحجم المبيعات^{\[1\]}](#). وفي الإصدار نفسه، توقع 60% من الموزعين ارتفاع [PPAI](#) الموزعين «باعوا أكثر لكنهم ربحوا أقل» ([تقدير مبيعات 2026](#)، لكن 53% فقط توقعوا ربحية أفضل. الطلب على الملابس ذات الشعارات موجود، أما الهامش فعليك أن تكسبه.

الحل أن تدير المشروع بترتيب ثابت مع فحص «المضي أو التوقف» عند كل خطوة. ويعرض بقية هذا المقال ذلك الترتيب.

المحتويات

1. [ما هو مشروع الهوديز فعليًا](#)
2. [كيف تبدأ مشروع هوديز في سبع خطوات](#)
3. [مقارنة نماذج الإنتاج](#)
4. [الأسئلة الشائعة](#)
5. [أهم الخلاصات](#)
6. [الخاتمة](#)

(ما هو مشروع الهوديز فعليًا (وأي نوع منه تبني

يبيع مشروع الهوديز ملابس فليس مزينة تحت علامة يتعرف عليها المشتري، سواء كانت علامة ملابس شارع، أو خط منتجات لصانع محتوى، أو نادٍ رياضي، أو متجرًا لأحد الأندية. لا تحتاج إلى خياطة أي شيء. يشتري معظم المؤسسين قطعًا سادة جاهزة ويدفعون لشريك كي يزيئها، ولهذا تدور القرارات الحقيقية حول التدفق النقدي ومخاطر المخزون والاتساق، لا حول الآلات.

ينتمي المؤسسون عادةً إلى أحد أربعة نماذج:

- **تُزيّن كل قطعة هودي وتُشحن بعد أن يدفع العميل.** ولا تحتفظ بأي مخزون: **(POD) الطباعة عند الطلب**
- **الإنتاج بالجملة بدفعات صغيرة:** تطلب دفعة من الهوديز المزينة، وتحتفظ بالمخزون، وتشحنها بنفسك أو عبر خدمة

تنفيذ الطلبات.

- **العلامة الخاصة:** مثل الإنتاج بالجملة، مع بطاقات رقبة مخصصة وبطاقات تعليق وتغليف، بحيث تبدو القطعة منتجك. أنت لا قطعة سادة مزينة.
- **منتجات المؤسسات:** يبيع فريق أو شركة أو فعالية لمجموعة معروفة بموعد نهائي ثابت وعدد أفراد معروف.

يرسّخ كثير من المؤسسين الهوديز منتجًا أساسيًا بالمرور بهذه النماذج بالترتيب. يبدؤون بالطباعة عند الطلب لمعرفة ما يُباع، ثم ينقلون التصميم المثبتة إلى الإنتاج بالجملة حين تبرز الأرقام الاحتفاظ بمخزون.



كيف تبدأ مشروع هوديز في سبع خطوات

الخطوة 1: اختر شريحة متخصصة يمكنك الوصول إليها دون إعلانات مدفوعة

لا تكون الشريحة المتخصصة قابلة للاستمرار إلا إذا استطعت تسمية الأماكن المحددة التي يتجمع فيها مشتروها أصلاً، مثل خادم أو مدرسة أو قائمة بريدية تتحكم بها. وإذا كان الطريق الوحيد إلى المشترين هو Reddit أو نادي جري أو مجتمع على Discord الزيارات المدفوعة، فيجب أن يغطي هامشك تكلفة اكتساب العملاء منذ اليوم الأول، وهو ما لا تستطيعه معظم الإصدارات الأولى. دوّن ثلاث قنوات يمكن الوصول إليها وتقديرًا لعدد الأشخاص الذين تصل إليهم كل قناة فعليًا. وإذا لم تستطع ملء هذه القائمة، فضيّق الشريحة المتخصصة حتى تستطيع.

الخطوة 2: تحقق بالمال لا بالإعجابات

النماذج التصويرية والاستطلاعات تقيس الاهتمام، أما الطلبات المسبقة والعربون فتقيس الطلب الفعلي. افتح نافذة طلبات مسبقة قصيرة، مدتها عادةً من أسبوع واحد إلى 2 أسبوع، مستخدمًا نماذج تصويرية مسطحة لتصميمين أو ثلاثة. وقبل فتحها، حدّد حد القرار (المضي أو التوقف): عدد الطلبات المدفوعة اللازم لتغطية تكلفة العينات إضافةً إلى أول دفعة إنتاج، ويمكنك حسابه بمعادلة نقطة التعادل في الخطوة 4. كما تمنحك الطلبات المسبقة ما لا يستطيع التخمين منحه: نسب مقاسات حقيقية. استخدمها لتحديد توزيع المقاسات بدلًا من نسخ نسبة عامة جاهزة.

الخطوة 3: اختر نموذج الإنتاج

تزيل الطباعة عند الطلب مخاطر المخزون، لكنها تمنحك أضيق هامش ربح لكل وحدة وأقل قدر من التحكم في القطعة السادة والتشطيب اللذين يصلان إلى باب العميل. أما الإنتاج بالجملة فيحسّن اقتصاديات الوحدة والاتساق، لكنه يجمّد السيولة في المخزون، وكل مقاس لا يُباع خسارة مباشرة. ويعرض الجدول المقارن أدناه المفاضلات العملية. وتتوقع مصادر القطاع أن يمزج

إن [Graphics Pro^{\[2\]}](#) المؤسسون بين الأساليب بدلاً من الالتزام بأسلوب واحد. وقد قال أحد متخصصي المعدات في مقابلة مع وعملياً، قد تطبع العلامة نفسها قطعاً مفردة رقمياً. DTF بعد 2 عام ذهب معظم الاهتمام خلالها إلى «DTG» الناس يعودون إلى وتنتج التصميم المثبتة بالجملة.

الخطوة 4: سعر لتحقيق الهامش انطلاقاً من التكلفة الواصلة

من (C) التسعير انطلاقاً من عرض سعر القطعة السادة مع الطباعة هو أشيع خطأ حسابي. ابن إجمالي تكلفة الوحدة الواصلة كل البنود التالية:

- تكلفة الوحدة المزيّنة بحسب عرض سعر شريكك
- العينات والإعداد، موزعة على الدفعة
- الشحن الوارد وأي رسوم جمركية على الاستيراد
- التغليف والملصقات والبطاقات
- معالجة المدفوعات ورسوم الأسواق الإلكترونية أو المنصات
- الشحن الصادر الذي تتحمله، إضافةً إلى التجهيز والتعبئة
- احتياطي للمرجعات والاستبدالات وأخطاء الطباعة

C: هامش الربح الإجمالي المستهدف). وتبلغ المضاعفات الناتجة على $(1 - C) \div$ ثم حدّد السعر بالمعادلة **السعر** لهامش 40%، و2.0× لهامش 50%، و2.5× لهامش 60%، و3.33× لهامش 70%. قارن النتيجة بما ستدفعه $1.67 \times$ شريكك المتخصصة فعلاً. فإذا كان السعر الذي يتطلبه هامشك المستهدف أعلى مما دفعه مشترؤ الطلبات المسبقة، فغيّر هيكل التكلفة وليس السعر وحده. وأخيراً، احسب **وحدات التعادل = التكاليف الثابتة للإطلاق ÷ (السعر - التكلفة المتغيرة للوحدة)**. يصبح هذا الرقم حد قرار المضي أو التوقف في الخطوة 2.



الخطوة 5: اختبار دفعة صغيرة قبل الإنتاج الكامل

التأكد من أن الهودي المخصص بجودة تكفي لحمل علامتك التجارية يحتاج إلى أدلة لا إلى انطباعات أولى. فقد تبدو الطباعة مثالية عند إخراجها من الكيس ثم تتشقق بعد الغسيل. اطلب عينات بأصغر مقاساتك وأكبرها على الأقل، ثم اختبرها ببيروتوكول اختبار الغسيل المتسارع المعتمد في القطاع، فقدان اللون الناتج عن خمس، AATCC TM61 غسيل قابل للتكرار. يحاكي غسلات منزلية في دورة واحدة مدتها 45 دقيقة، ويقيّم النتائج على مقياس رمادي من 5 (لا تغيّر) إلى 1 (تغيّر شديد). وإذا اختبرت في المنزل، فاتبع ملصق العناية الذي تنوي طباعته، ثم قس الصدر وطول الجسم والكم في كل مقاس قبل الغسيل وبعده. وتحذر أدلة التوريد المستقلة من أن القطع السادة ضعيفة المعالجة ضد الانكماش قد تنكمش بمعدلات مختلفة بين

المقاسات، مما يُفسد توزيع المقاسات بعد أول غسلة. شدّ منطقة الجبر الأكتف بيدك وافحصها بحثًا عن التشقق. وإذا رسبت عينة، فأصلح المواصفات قبل أن تطلب الدفعة.

عند الاختيار بين طرق التزيين وأوزان القطع السادة، يوضّح [دليل الهودي البولوفر المخصص](#) الخاص بنا كيف يؤثر التصميم والكمية ووجه القماش في النتيجة، لذا لا يكرر هذا المقال ذلك.



الخطوة 6: أنجز الأوراق النظامية قبل أن تباع

بطاقة الرقبة الخاصة بك تحوّل القطعة السادة المزينة إلى منتجك، وهي تحمل التزامات قانونية. فيموجب قواعد المنسوجات (16 RN) يجب أن يذكر الملصق محتوى الألياف بالوزن وبلد المنشأ واسم المصنّع أو رقم (FTC) لدى لجنة التجارة الفيدرالية [الجزء 423^{\[4\]}](#)). وإذا انتقلت إلى قطعة سادة بخليط ألياف [CFR الجزء 303^{\[3\]}](#). ويجب أن يتضمن أيضًا تعليمات العناية (16 CFR [الجزء 16^{\[4\]}](#)). يُعدّ الفليس قماشًا ذا سطح بارز بحسب إرشادات القابلية للاشتعال. [Textile World^{\[5\]}](#) مختلف، فيجب تغيير الملصق أيضًا أما المقاسات الخاصة بالأطفال بعمر 12 وما دون فتحتاج كذلك إلى وسم [CFR 1610.4^{\[7\]}](#) وتُعرّف فئاته في 16 [CPSC^{\[6\]}](#) دائم عبر [ملصقات التتبع^{\[8\]}](#). و يوجد ملخص القواعد الكامل في [صفحة المنتج](#).

الخطوة 7: توسّع نحو إعادة الطلب بمواصفات مثبتة

في مارس M إعادة الطلب هي اللحظة التي يكسب فيها مشروع الهوديز سمعته أو يخسرها. فالعملاء الذين اشتروا مقاس يتوقعون القصة نفسها في أكتوبر. قبل أول دفعة جملة، اكتب مواصفات في 1 صفحة واطلب من شريك الإنتاج أن يوقع عليها. ينبغي أن تسجّل طراز القطعة السادة ولونها، وخليط الألياف، وطريقة التزيين، وموضع الطباعة وحجمها، وألوان الجبر أو الخيوط، وموضع الملصق، وطريقة الطي والتغليف في الأكياس. احتفظ بعينة معتمدة واحدة مرجعًا ماديًا. وفي كل إعادة طلب، اسأل هل القطعة السادة من دفعة القماش نفسها أم من دفعة جديدة، واختبر بالغسيل وحدة من أي دفعة جديدة. حدّد نقطة إعادة طلب لكل تصميم ومقاس، مثل أن يغطي المخزون عددًا من أسابيع المبيعات أقل من مدة الإنتاج والشحن معًا، حتى لا تنفد القطع الأكثر مبيعًا ثم يبقى مخزونها فارغًا لمدة شهر.

أوامر حجز الإفراج CBP 8 إذا كانت قطعك السادة مستوردة، فاحتفظ بسجلات تتبّع من الألياف إلى القطعة الجاهزة. أصدرت كما دخل رسم إضافي بموجب المادة. (CBP^[9]) حتى 30 يونيو FY2026 وأوقفت 3,138 شحنة بقيمة نحو \$220.67 مليون في أضف الرسوم الجمركية. (USTR^[10]) 301 بنسبة 10% أو 12.5% حيز التنفيذ في 24-07-2026 على معظم بلدان المصدر إلى هيكل التكلفة في الخطوة 4، وراجع قسم التكلفة الواصلة في [صفحة الهودي البولوفر](#) لمعرفة التفاصيل.



مقارنة نماذج الإنتاج

يقارن الجدول أدناه النماذج الأربعة بحسب العوامل الأهم عند الإطلاق، وهو يستبعد الأسعار عمدًا؛ فالتكاليف تعتمد على التصميم والكمية واختيار القطعة السادة، لذا حصل عليها من عروض أسعار حديثة.

العامل	الطلب عند الطباعة	الإنتاج بالجملة بدفعات صغيرة	العلامة الخاصة	هجين (من الطباعة عند الطلب إلى الجملة)
السيولة المطلوبة مقدمًا	الأقل؛ العينات فقط	متوسطة؛ تُدفع كلفة الدفعة كاملة قبل البيع	الأعلى؛ الدفعة مع الملصقات والتغليف	منخفضة في البداية وتزداد كلما أثبتت التصميم نجاحها
مخاطر المخزون	لا توجد	المقاسات غير المباعة خسارة مباشرة	مثل الجملة، مع مخزون تغليف يحمل العلامة	يقتصر على التصميم المثبتة
هامش الربح لكل وحدة	الأضيق؛ تكلفة تنفيذ الطلب مدمجة في تكلفة الوحدة	أفضل، إذا بيع توزيع المقاسات بالكامل	أفضل قيمة مُدرّكة لكل وحدة	يتحسن مع انتقال الحجم إلى الجملة
التحكم في القطعة السادة والتشطيب	محدود بالكتالوج	تختار القطعة السادة وتعتمد عينة	مواصفات كاملة تشمل بطاقة الرقبة	يزداد مع الوقت
اتساق إعادة الطلب	قد يتغير بين مواقع الطباعة	قوي مع مواصفات مثبتة	الأقوى؛ مواصفات مع عينة مرجعية	قوي بمجرد الانتقال إلى الجملة
المرحلة الأنسب	اختبار التصميم والجمهور	شريحة متخصصة مثبتة ببيانات الطلبات المسبقة	علامة راسخة لديها مشتررون متكررون	معظم المؤسسين الجدد

عن مبيعات للموزعين عبر الإنترنت بلغت \$7.1 مليار، وذلك في 2025، PPAI القناة الإلكترونية مهمة لكل النماذج. فقد أعلنت إجمالي الإنفاق على المنتجات الترويجية ذات PPAI التي كلفت بها Oxford Economics 26.3% من الإجمالي. وقدّرت أبحاث ويشمل ذلك السلع المرخصة، لذا اعتبره. (PPAI وOxford Economics^[11]) العلامات في الولايات المتحدة بمبلغ \$174 مليار سقف الفئة لا السوق التي يمكنك استهدافها فعليًا.

الأسئلة الشائعة

الأسئلة الشائعة: كم من المال أحتاج لبدء مشروع هوديز؟

يعتمد ذلك على النموذج. تحتاج الطباعة عند الطلب إلى القليل غير العينات ومتجر إلكتروني. أما الجملة فتحتاج إلى مبلغ يكفي لدفع تكلفة دفعة كاملة قبل أن تبيعها. بدلاً من تخمين رقم، اجمع تكاليف الإطلاق الثابتة (العينات والإعداد والملصقات والمتجر الإلكتروني وأول حملة تسويقية) واستخدم معادلة نقطة التعادل في الخطوة 4 لتعرف عدد الوحدات التي يجب أن تبيعها. ثم اطلب من شريك الإنتاج عرض سعر على تصميمك وكميتك الفعليين.

الأسئلة الشائعة: هل يمكنني الإطلاق بهوديز مخصصة دون حد أدنى للطلب؟

نعم. تتيح الطباعة عند الطلب والتزوين الرقمي البدء بوحدة مفردة، وهي أنظف طريقة لاختبار التصميم. والمقابل هو تكلفة الوحدة والاتساق. انقل التصميم الأكثر مبيعاً إلى دفعة إنتاج متى أظهرت الطلبات المسبقة أو بيانات المبيعات أي المقاسات والألوان تُباع فعلاً.

الأسئلة الشائعة: كيف أتأكد من جودة الهوديز العالية قبل أن أبيعها؟

اختبر عيناتك بالغسيل بأصغر مقاساتك وأكبرها، وقسها قبل الغسيل وبعده، وشدّ منطقة الطباعة الأكتف للتحقق من تشققها. يحاكي خمس غسولات منزلية في اختبار واحد مدته 45 دقيقة ويمحك درجة على AATCC TM61 وإذا أردت نتيجة مخبرية، فإن المقياس الرمادي يمكنك تدوينها في مواصفاتك.

الأسئلة الشائعة: كيف أقرر عدد القطع من كل مقاس؟

استخدم نسب المقاسات من طلباتك المسبقة بدلاً من نسبة عامة جاهزة. وإذا أظهر اختبار الغسيل على عيناتك انكماشاً غير متساوٍ بين المقاسات، فأصلح القطعة السادة أو جدول المقاسات قبل أن تطلب. ولا تحاول التعويض بتغيير الكميات.

الأسئلة الشائعة: هل أحتاج إلى ملصقات خاصة بي لبيع الهوديز في الولايات المتحدة؟

وتعليمات العناية RN إذا بيعت القطعة تحت علامتك التجارية، فهي تحتاج إلى محتوى الألياف وبلد المنشأ واسم المصنّع أو رقم كما تحتاج المقاسات الخاصة بالأطفال بعمر 12 وما دون إلى ملصقات تتبع. وتلخص صفحة منتجنا القواعد. FTC بموجب قواعد التي تنطبق على البولوفر المصنوع من الفليس.

الأسئلة الشائعة: متى أنتقل من الطباعة عند الطلب إلى الإنتاج بالجملة؟

انتقل حين يُباع تصميم بثبات كافٍ بحيث تتفوق اقتصاديات الوحدة في الجملة، بعد احتساب التخزين ومخاطر المقاسات غير المباع، على هامش الطباعة عند الطلب. شغل معادلة نقطة التعادل بعرض سعر للجملة. فإذا توقعت تجاوز ذلك الرقم خلال موسم بيع واحد، فعاداً ما يؤدي الانتقال ثماره.

أهم الخلاصات

- الطلب على الملابس ذات العلامات حقيقي، لكن النمو بطيء. — \$27.13 مليار في مبيعات الموزعين (زيادة 1.3% (المصدر)، U.S.) (2025)
- الربح أصعب في الكسب من المبيعات. — توقع 60% من الموزعين ارتفاع مبيعات 2026، لكن 53% فقط (توقعوا ربحية أفضل (المصدر)
- البيع عبر الإنترنت قناة رئيسية، وليس قناة جانبية. — \$7.1 مليار، أي 26.3% من مبيعات الموزعين في (2025) (المصدر)
- سقف الفئة كبير؛ وشريحتك المتخصصة هي ما يجعله في متناولك. — \$174 مليار من الإنفاق على (المنتجات الترويجية ذات العلامات في الولايات المتحدة (المصدر)
- القطع السادة المستوردة تتطلب إدراج الرسوم الجمركية في هيكل التكلفة. — رسم إضافي بنسبة 10% (أو 12.5% بموجب المادة 301 منذ 24-07-2026 (المصدر)
- حتى 30 يونيو FY2026 سجلات سلسلة التوريد تحمي جدول إعادة الطلب لديك. — إيقاف 3,138 شحنة في

(المصدر)

- المقاسات الخاصة بالأطفال تحمل الترامات وسم إضافية. — ملصقات التتبع مطلوبة للمنتجات المخصصة (لأطفال بعمر 12 وما دون (المصدر)

الخاتمة

تعلّم كيفية بدء مشروع هوديز يعني في معظمه تعلّم الترتيب الصحيح للعمليات. صِل إلى شريحة متخصصة يمكنك التواصل معها مباشرة، وأثبت الطلب بطلبات مسبقة مدفوعة، واختَر نموذج الإنتاج الذي تتحمّله سيولتك، وسعّر انطلاقًا من تكلفتك الواصلة الكاملة، واختبر بالغسيل قبل التوسع، وثبّت المواصفات ليُطابق كل طلب لاحق الإصدار الأول. وعندما تكون مستعدًا لتحويل تصميم تم التحقق منه إلى دفعة إنتاج، راجع تفاصيل التزيين والقطع السادة والطلب في صفحة [الهوديز البولوفر المخصصة](#)، واطلب عرض سعر لتصميمك وكميتك.

المصادر

1. [PPAI، 2025 U.S. تقدير حجم مبيعات الموزعين \(12-01-2026\)](#) (نُشر في 12-01-2026)
2. [Paula Aven Gladych \(2026-05-19\) ما الرائج في تزيين الملابس، بقلم، Graphics Pro،](#)
3. [الجزء 303: القواعد والأنظمة بموجب قانون تحديد هوية منتجات ألياف المنسوجات 16 CFR، eCFR،](#)
4. [الجزء 423: وسم العناية لملابس المنسوجات 16 CFR، eCFR،](#)
5. [Textile World، «ديسمبر 2025» \(تجنّب وصف منتجك بأنه غير مطابق\)](#)
6. [CPSC 2026 \(الأمريكية، إرشادات أعمال الملابس \(تاريخ الاطلاع: أكتوبر 2026\)](#)
7. [eCFR، 16 CFR 1610.4: متطلبات تصنيف المنسوجات](#)
8. [CPSC، ملصقات التتبع لمنتجات الأطفال الأمريكية](#)
9. [\(هيئة الحمارك وحماية الحدود الأمريكية، إنفاذ مكافحة العمل القسري \(آخر تحديث: سبتمبر 2026\)](#)
10. [USTR، 2026 \(صحيفة وقائع: إجراء المادة 301 بشأن حظر استيراد منتجات العمل القسري \(يوليو 2026\)](#)
11. [PPAI وOxford Economics، «22-09-2026» 174\\$ مليار](#)