

تیریز؛ قلب تپنده صنعت چرم و کفش ایران

بزرگترین رویداد صنعت کفش ایران با حضور بیش از 600 برند مطرح ایرانی با شعار «با هم رشد کنیم» در محل نمایشگاه بین‌المللی شهر آفتاب تهران به همت انجمن کفش استان قم برگزار شد.



این نمایشگاه بین‌المللی از 18 تا 21 دی ماه 1403 با حضور تعداد زیادی از بازرگانان داخلی و خارجی، بندگان و استقبال کم‌نظیر مردم و تولیدکنندگان برگزار شد. به گفته مسئولان برگزاری نمایشگاه بیش از 2500 بازرگان خارجی از 34 کشور برای دیدن این نمایشگاه و امضای قراردادهای مختلف تجاری حضور بهم رساندند. صنعت کفش ایران با سابقه ای دیرینه، جایگاهی ویژه در اقتصاد کشور دارد. این صنعت نه تنها در زمینه اشتغال زایی و تولید محصولاتی متنوع مانند کفش های چرمی، ورزشی و ایمنی نقشی حیاتی ایفا می کند، بلکه به عنوان یکی از صنایع پیشرو در استان آذربایجان شرقی، خصوصاً در شهر تیریز شناخته می شود. صنعت کفش ایران با وجود مشکلات اقتصادی و رکود بازار داخلی و گرانی کفش و در مضیقه بودن خانوارها برای خرید سالانه کفش، همچنان در تلاش است تا راه های نوینی برای گسترش بازارهای داخلی و خارجی خود پیدا کند و با ایجاد تنوع در کیفیت و رنگ بندی، مدل ها و قیمت های متنوع خود را زنده و پویا نگه دارد. یکی از مهم ترین رویدادها برای بررسی و معرفی توانمندی های این صنعت، برگزاری نمایشگاه های داخلی است که بزرگ ترین آن ها در دی ماه امسال به نام نمایشگاه بین المللی کفش تهران در مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب برگزار شد. این نمایشگاه که به مدت چهار روز ادامه داشت، فضایی را برای تولیدکنندگان، طراحان، متخصصان و تجار داخلی و خارجی فراهم کرد تا به تبادل تجربه، معرفی محصولات جدید و بررسی چالش های صنعت کفش پرداخته و از آن بهره برداری کنند. در این گزارش ویژه، به تحلیل و بررسی دقیق نمایشگاه کفش تهران 1403 و نقش افراد کلیدی در صنعت کفش ایران پرداخته ایم و با چند تولیدکننده برجسته کفش های چرمی استان آذربایجان شرقی که برندهای بسیار خوشنامی هستند، در نمایشگاه به گفت و گو نشستیم. فعالان و تولیدکنندگان برجسته استان آذربایجان شرقی در این گفت و گوها به تحلیل نمایشگاه و به طور اخص و تحلیل کارشناسانه صنعت کفش کشور و به ویژه مهد کفش چرم ایران، تیریز پرداخته و ضمن توصیف برگزاری موفقیت آمیز و در سطح جهانی این نمایشگاه، از کمبودها و مشکلات تولید، برندینگ، فروش و صادرات و... گفتند که در ادامه متن کامل آن را می خوانید.

فرصتی برای تبادل تجربه و رقابت سالم

علیرضا جباریان فام، رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان کفش استان آذربایجان شرقی و مدیرعامل برند کفش «دکترفام» که به عنوان یکی از تولیدکنندگان شناخته شده در این نمایشگاه حضور داشت، درباره برگزاری این نمایشگاه گفت: نمایشگاه امسال به عنوان یک رویداد تجاری بزرگ، توانسته است فضایی مناسب برای تبادل تجربه، معرفی محصولات جدید و تعامل با مشتریان فراهم کند. حضور تولیدکنندگان برتر داخلی و برندهای جهانی در این نمایشگاه نشان دهنده اهمیت این رویداد است. در نمایشگاه امسال، ما شاهد حضور بیشتر تولیدکنندگان ایرانی بودیم که محصولات خود را در کیفیت های مختلف ارائه دادند. این نمایشگاه به تولیدکنندگان این فرصت را می دهد تا با یکدیگر رقابت و در عین حال از تجربیات هم بهره برداری کنند.

جباریان فام درباره تاثیر برگزاری این گونه نمایشگاه ها بر کیفیت تولیدات ایرانی گفت: نمایشگاه ها فضای مناسبی را برای یادگیری از دیگران و رقابت سالم فراهم می کنند. در اینجا فرصت های وجود دارد تا تولیدکنندگان از برندهای دیگر الهام بگیرند و در جهت بهبود کیفیت و نوآوری گام بردارند. همچنین، این نمایشگاه ها فرصتی برای شناخت نیازهای بازار و شناسایی روندهای جدید صنعت کفش در سطح جهانی است.

صد غرفه در تسخیر تولیدکنندگان تیریزی

در این نمایشگاه که مجموعه بزرگ شعر آفتاب تهران میزبان آن بود، هر سه سالن بسیار بزرگ مجموعه در اختیار غرفه داران و تولیدکنندگان و صاحبان برند کفش، صندل، دمپایی و حتی کیف و منسوجات چرمی قرار گرفته بود. نکته جالب اما آن بود که سالن A6 این مجموعه کاملاً در اختیار تولیدکنندگان کفش چرمی به ویژه صنعتگران پر توان تیریزی قرار داشت به طوری که به گفته جباریان فام، نزدیک به 100 تولیدکننده و فعال برجسته و مهم کفش چرم استان آذربایجان شرقی در این نمایشگاه و سالن ذکر شده حضور فعالی داشتند.

وحید غفاری؛ مدیر شرکت و برند «پای آرای» و فعال در صنعت کفش چرم در صحبت های خود به جایگاه ویژه تیریز در صنعت کفش اشاره کرد و گفت: تیریز از دیرباز به عنوان پایتخت چرم ایران شناخته شده است و تولیدکنندگان کفش تیریزی همواره در عرصه های مختلف این صنعت پیشرو بوده اند. نمایشگاه امسال نیز فرصتی برای ارائه دستاوردهای جدید و معرفی محصولات برتر تولیدی این شهر به سایر نقاط ایران و حتی جهان بود. چرم تیریز به دلیل کیفیت بالا و دوام طولانی مدت، همیشه یک رقیب جدی برای محصولات چرم کشورهای دیگر بوده است.

غفاری همچنین به مشکلات موجود در صنعت کفش تیریز اشاره کرد و گفت: با وجود کیفیت بالای محصولات تولیدی در تیریز، یکی از چالش های مهمی که با آن مواجهیم نیاز مبرم ما به نوسازی و ارتقای دستگاه ها و تجهیزات تولیدی است. بسیاری از تولیدکنندگان هنوز از دستگاه های قدیمی استفاده می کنند و این مساله می تواند در بلندمدت بر کیفیت تولیدات تاثیرگذار باشد. البته در این نمایشگاه، بسیاری از تولیدکنندگان توانستند تولیداتی را عرضه کنند که با دستگاه های جدید و به روزتر و مشتری پسند تری تولید شده که به بهبود کیفیت و کاهش هزینه ها کمک خواهد کرد.

او در ادامه درباره چالش های اقتصادی این صنعت نیز گفت: با توجه به تورم و رکود اقتصادی، بسیاری از مردم ترجیح می دهند کفش های ارزان قیمت و مصنوعی خریداری کنند. این امر باعث شده که تولیدکنندگان محصولات چرمی با مشکلاتی مواجه شوند. در این شرایط، ما باید به تولید کفش های باکیفیت اما با قیمت مناسب توجه بیشتری داشته باشیم.

نوآوری و رقابت در صنعت کفش ایران

محمد شاهین راد؛ فعال اقتصادی درباره چالش های صنعت کفش ایران و ضرورت نوآوری در این حوزه گفت: صنعت کفش ایران با وجود ظرفیت های فراوان، هنوز با چالش

هایی نظیر کمبود نوآوری در طراحی ها و تجهیزات تولیدی مواجه است. اگرچه تولیدکنندگان ایرانی به خوبی از چرم و مواد اولیه با کیفیت استفاده می کنند، اما در زمینه طراحی های مدرن و به کارگیری تکنولوژی های روز دنیا، ضعف هایی زیادی داریم. امروز، بسیاری از برندهای جهانی در حال استفاده از تکنولوژی های پیشرفته و طراحی های نوین در تولید کفش هستند و برای اینکه بتوانیم در این رقابت جهانی پیروز شویم، باید خود را به روز کنیم.

شاهین راد همچنین به اهمیت برندسازی و توسعه صادرات اشاره کرد و گفت: نمایشگاه های بین المللی فرصتی عالی برای معرفی برندهای ایرانی به بازارهای جهانی هستند. برای رقابت با برندهای جهانی، لازم است که به برندسازی، بازاریابی و کیفیت توجه بیشتری کنیم. صنعت کفش ایران پتانسیل بالایی برای صادرات دارد و باید تلاش کنیم تا محصولات خود را به کشورهای دیگر صادر کنیم.

کفش های ارزان قیمت؛ راهی برای رقابت با چرم های فیک چینی!

ولی پورحسین؛ مدیر برند «ماکسیم» که به عنوان یک برند معتبر در زمینه تولید کفش چرم در این نمایشگاه حضور داشت، در خصوص روند تولید کفش های ارزان قیمت گفت: در شرایط فعلی، بیشتر مردم به دنبال کفش های ارزان قیمت هستند. در حالی که کفش های چرمی ایرانی هنوز از کیفیت بالایی برخوردار هستند، اما قیمت بالای این محصولات باعث شده که بسیاری از مردم به سراغ کفش های مصنوعی و ارزان قیمت بروند. تولیدکنندگان باید برای رقابت با برندهای ارزان قیمت، به کیفیت و قیمت محصولات خود توجه داشته باشند.

پورحسین همچنین تأکید کرد: ما باید در کنار تولید کفش های ارزان قیمت، به تولید محصولات با کیفیت نیز توجه کنیم. بسیاری از تولیدکنندگان در نمایشگاه امسال نشان دادند که می توان کفش هایی باکیفیت و قیمت مناسب تولید کرد که هم از لحاظ راحتی و هم از نظر دوام، رضایت مشتری را جلب کند.

برگزاری نمایشگاه ها؛ فرصتی برای ارتقای صنعت کفش ایران

طاهر گل محمدی؛ مدیر تولیدی طاه و صاحب برند «بالنزا» در خصوص اهمیت برگزاری نمایشگاه ها برای ارتقای صنعت کفش ایران گفت: نمایشگاه ها به تولیدکنندگان این فرصت را می دهند تا محصولات خود را به نمایش بگذارند و از تجربیات دیگران بهره برداری کنند. در نمایشگاه امسال، تولیدکنندگان توانستند با یکدیگر رقابت کنند و محصولات جدید خود را معرفی کنند. برگزاری چنین رویدادهایی نه تنها به ارتقای کیفیت محصولات کمک می کند، بلکه به افزایش برندینگ و صادرات نیز کمک خواهد کرد.

گل محمدی همچنین به حضور برندهای جهانی در این نمایشگاه اشاره کرد و افزود: حضور برندهای معتبر خارجی در نمایشگاه امسال فرصت مناسبی بود تا تولیدکنندگان ایرانی با استانداردهای جهانی هر چه بیشتر و به روزتر آشنا شوند. این حضور نه تنها به ارتقای سطح کیفی محصولات داخلی کمک می کند، بلکه می تواند به تولیدکنندگان این امکان را بدهد تا از تجربیات جهانی در زمینه بازاریابی و فروش استفاده کنند.

لزوم توجه به سلیق جدید مشتریان در صنعت کفش

مهدی آقائزاد؛ مدیرعامل شرکت «ارسان صنعت کفش آقائزاد» که ۲۵ سال سابقه حضور در این صنعت را دارد با اشاره به انواع تولیدات خود از جمله کفش های ایمنی و زیره تزریقی گفت: صنعت کفش ایران به ویژه در تبریز، هنوز هم ظرفیت های زیادی دارد. اما این ظرفیت ها نیازمند نوآوری و تغییرات اساسی هستند. ما باید در زمینه های مختلف از جمله دستگاه ها، ماشین آلات و طراحی های کفش به روز شویم. اگر این کار را نکنیم، در رقابت جهانی شکست خواهیم خورد.

آقائزاد که به عنوان رئیس انجمن کفش تبریز هم مشغول به فعالیت است، در خصوص مشکلات اقتصادی که صنعت کفش ایران با آن مواجه است با دغدغه مندی و نگاه کارشناسی این موضوع اشاره و اظهار داشت: بسیاری از تولیدکنندگان به دلیل مشکلات اقتصادی نتوانسته اند به خوبی از ظرفیت های خود بهره برداری کنند. در این راه باید از حمایت های دولتی و تسهیلات ویژه برای ارتقای صنعت کفش استفاده کرد. این کار می تواند به توسعه بازارهای جدید کمک کرده و صادرات محصولات ایرانی را افزایش دهد.

آقائزاد در پایان ضمن تقدیر از مسئولان اتاق بازرگانی استان آذربایجان شرقی و سایر مسئولین ذی ربط اظهار امیدواری کرد: با همکاری و مساعدت های بیشتر، مشکلات این حوزه رفع شده و نفع نهایی آن به مصرف کننده نهایی برسد.

نمایشی از استعدادها و توانمندی های بی نظیر هنرمندان و تولیدکنندگان تبریزی

رحمان حسن پور؛ مدیرعامل مجموعه تولیدی کفش های زنانه و مردانه «معراج» در خصوص سطح کیفی نمایشگاه بین المللی صنعت کفش تهران اظهار داشت: این نمایشگاه از همه نظر در سطح ایران حرف اول را می زند. کیفیت محصولات و حضور برندهای معتبر نشان دهنده سطح بالای نمایشگاه است. من به نمایشگاه امسال نمره یک می دهم. بازرگان و هموطنانی که در این نمایشگاه حضور دارند، همه افراد حرفه ای و متخصص هستند.

حسن پور همچنین به اهمیت به روزرسانی دستگاه ها و تجهیزات این صنعت و توجه خاص به مدل ها جوان پسند و مد روز در صنعت کفش اشاره کرد و افزود: صنعت کفش ایران باید از نوآوری و تکنولوژی های روز دنیا بهره ببرد. اگر نتوانیم به روز شویم، همین جایگاه فعلی خود هم در بازارهای جهانی از دست خواهیم داد. این یک زنگ خطر برای صنعت کفش چرم ماست که هر چه سریعتر باید برای آن چاره اندیشی شود. ما صنعت کفش چرم حتی از ترکیه که رقیب اصلی ماست هم عقب مانده ایم و بازارهای بسیاری را از دست داده و متضرر شده ایم.

نمایشگاه ها؛ فرصتی برای توسعه صنعت کفش ایران

عین اله حسین زاده، فعال باسابقه حوزه رسانه و صنعت کفش با اشاره به سابقه ۱۸ سال فعالیت تخصصی در حوزه کفش ایران، از تلاش های مداوم برای معرفی توانمندی های صنعت کفش تبریز و آذربایجان سخن گفت.

وی با اشاره به برگزاری نمایشگاه کفش در تهران افزود: این نمایشگاه، با حضور ۶۰۰ برند و کارشناسان داخلی و خارجی، به عنوان رویدادی با کیفیت جهانی شناخته شد. این سطح از خدمات، طراحی و دیزاین نمایشگاه، حتی در مقایسه با رویدادهای مشابه در ترکیه، بسیار چشمگیر بود. از نکات برجسته این نمایشگاه، تمرکز بر برندسازی بود که زمینه ساز پیشرفت های چشمگیری برای شرکت کنندگان شد.

این مدیر رسانه ای تخصصی حوزه کفش همچنین نمایشگاه ها را فرصتی برای تقویت روابط تجاری دانست و تأکید کرد: نمایشگاه ها بستری برای معرفی توانمندی ها و ایجاد ارتباطات تجاری جدید هستند. برخی برندها توانستند از طریق این نمایشگاه مشتریان خود را پیدا کنند و به توافقات مهمی دست یابند. این رویدادها به عنوان محرکی برای رفع ایرادات و بهبود کیفیت محصولات عمل می کنند.

حسین زاده با اشاره به جایگاه آذربایجان شرقی به عنوان قطب صنعت کفش ایران گفت: بیش از ۶۰ درصد تولید کفش صنعتی کشور در این استان انجام می شود. برگزاری نمایشگاه ها، به ویژه برای معرفی کفش های فاخر تبریز، به توسعه تجارت این استان کمک شایانی می کند و محصولات تبریز را به بازارهای جهانی معرفی می سازد.

فرصت ها و چالش های صنعت کفش چرم تبریز

نمایشگاه کفش تهران ۱۴۰۳ به عنوان بزرگ ترین رویداد تجاری این صنعت، فرصت مناسبی برای تولیدکنندگان داخلی و خارجی بود تا توانمندی های خود را به نمایش بگذارند و از یکدیگر بیاموزند. با وجود چالش های اقتصادی و مشکلات موجود در این صنعت، نمایشگاه ها می توانند راهگشای آینده و موتور محرکه صنعت در استان آذربایجان شرقی باشند. توجه به نوآوری در طراحی، ارتقای کیفیت و به روز کردن تجهیزات تولیدی و کارگاهی توجه جدی به جوان پسندی طرح ها و رنگ ها از جمله مواردی هستند که برای رقابت با برندهای جهانی ضروری به نظر می رسند که در بیان تمامی فعالین برجسته این حوزه کاملا برجسته می کرد.

با نگاهی به موفقیت های اخیر نمایشگاه و نظرات کارشناسان و فعالان این صنعت، می توان گفت که صنعت کفش ایران و به ویژه صنعت کفش چرم تبریز پتانسیل بالایی برای توسعه و رقابت در بازارهای جهانی حتی با تولیدکنندگان ایتالیایی دارد و برگزاری چنین نمایشگاه هایی می تواند در تحقق این هدف نقشی حیاتی ایفا کند.

گزارش: سجاد صداقت