

ویتنام:

در راه رسیدن به هدف خود در صادرات کفش

انجمن چرم و کفش ویتنام (Lefaso) گفته است که چیزی به رسیدن ما به هدف خود در صادرات کفش (۱۲ میلیارد دلار) نمانده است. ارزش صادرات کفش ویتنام در سال ۲۰۱۳، ۱۰،۴ میلیارد دلار بوده است. نتایج نیمه اول امسال نشان می دهد که صادرات کفش ۱۴ درصد و صادرات کیف ۱۸ درصد افزایش داشته است. بیش از ۷۰ درصد چرم مورد نیاز برای تولید کیف و کفش - ۴،۳ میلیارد دلار - عمدتاً از کره جنوبی، تایوان، ایتالیا و تایلند در ۶ ماهه اول سال وارد این کشور شد. به گفته دبیر دیپارتمان صنعت تجارت برق و وزارت صنعت، ۸۱۲ کمپانی در این کشور در صنعت کفش و چرم مشغول به فعالیت هستند.

اسپانیا:

فصلی خوب برای صنعت کفش

صنعت کفش اسپانیا در فصل اول امسال ۴۲،۲ میلیون جفت کفش صادر کرده است که درآمد حاصل از آن ۷۳۴ میلیون یورو بوده است. این آمار نشان دهنده ۹،۸ درصد رشد در حجم و ۳،۲ درصد رشد در ارزش است. ارزش صادرات کفش چرمی ۶۵ درصد از مجموع درآمد صادراتی بوده است و در مقایسه با دوره مشابه سال قبل از لحاظ حجم ۱۳ درصد و از لحاظ ارزش ۱۰،۶ درصد افزایش را نشان می دهد.

آرژانتین:

مشکلات اقتصادی، فروش کفش را با مشکل روبرو کرد

مشکلات اقتصادی اخیر در آرژانتین باعث کاهش فروش کفش شده است. آمار منتشره نشان دهنده ۶،۷ درصد کاهش فروش کفش در آرژانتین در ۵ ماهه اول سال ۲۰۱۴ است. سرانه مصرف هر فرد در این کشور در این دوره ۳،۲۳ جفت کفش است. در مجموع از ژانویه تا می ۲۰۱۴ کمپانی های کفش ۵۵،۸ میلیون جفت کفش در آرژانتین به فروش رساندند.

بنگلادش:

صادرات ۵۰۰ میلیون دلاری کفش چرمی در ۱۱ ماه اول سال

آمار رسمی منتشره از سوی اتاق توسعه صادرات بنگلادش نشان دهنده ۳۵ درصد رشد در ارزش صادرات صنعت چرم این کشور در ۱۱ ماه اول سال مالی جاری است که از جولای ۲۰۱۳ آغاز و می ۲۰۱۴ به پایان می رسد. در طول این ۱۱ ماه، صادرات چرم، کفش چرمی و محصولات چرمی درآمدی معادل ۱،۲ میلیارد دلار برای این کشور به ارمغان آورد. در مدت مشابه سال گذشته ارزش صادرات ۸۷۵ میلیون دلار بوده است. کفش چرمی بیشترین سهم را در مجموع ارزش صادرات (۴۹۳،۸ میلیون دلار) داشته است و ۳۰،۸ درصد افزایش نسبت به دوره مشابه سال قبل را نشان می دهد.



روسیه : افزایش واردات کفش

در سال ۲۰۱۳ فدراسیون روسیه ۳۳۴ میلیون جفت کفش به ارزش ۴۲۷۷,۸ میلیون دلار وارد کرده است، اما حجم صادرات تقریباً ثابت باقی مانده است. (۷,۰ درصد تغییر در مقایسه با سال ۲۰۱۲). ارزش صادرات ۶,۹ درصد افزایش داشته است. صادرات رشد دو رقمی را نشان می دهد. سال گذشته ۶۱ درصد از مجموع واردات از چین بوده است که وابستگی زیاد این کشور را با این بازار آسیایی نشان می دهد. ایتالیا (۸ درصد)، ویتنام (۶ درصد)، اندونزی (۴ درصد)، بلاروس (۲ درصد)، ترکیه (۲ درصد) و پرتغال (۲ درصد) در رده های بعدی قرار دارند. قیمت متوسط پرداختی توسط فدراسیون روسیه برای کفش های وارداتی به ۱۲,۸۰ دلار رسید که ۶,۲ درصد از قیمت پرداختی برای سال گذشته (۱۲,۰۵ دلار) بالاتر است. در سال ۲۰۱۳ واردات روسیه به ۴۲۷۷,۸ میلیون دلار رسید که ۶,۹ درصد افزایش را نشان می دهد. رشد سال های قبل به ترتیب زیر است (۷۳ درصد در ۲۰۱۰، ۶ درصد در ۲۰۱۱ و ۲ درصد در ۲۰۱۲). از لحاظ صادرات، ۱۰,۳ میلیون جفت کفش به خارج از کشور فرستاده شد که ارزش آن ۱۳۷,۵ میلیون دلار بوده است. ۶۴ درصد از مجموع صادرات کفش روسیه به قزاقستان (۴۵ درصد) یا بلاروس (۱۹ درصد) بوده است. اوکراین (۱۱ درصد)، آلمان (۴ درصد)، لتونی (۴ درصد)، قرقیزستان (۲ درصد)، ایتالیا (۲ درصد) و گرجستان (۲ درصد) در رده های بعدی قرار دارند. تمام این بازارها رشد سریعی را نشان می دهند. در سال ۲۰۱۳ ارزش صادرات ۵۱,۷ درصد رشد پیدا کرد. متوسط قیمت کفش روسیه در سال ۲۰۱۳ به ۱۳,۳۹ دلار رسید که ۱۱,۱ درصد افزایش نسبت به ۱۲,۰۶ درصد در سال ۲۰۱۲ را نشان می دهد.



کنیا :

تشویق تولید کنندگان به تولید بیشتر کفش

وزیر صنعتی سازی کنیا اعلام کرد که برای بهبود صنعت چرم این کشور چکمه های نظامی باید در داخل کشور تولید شوند. عدن محمد گفته است که واردات نظامی حدود ۳۰۰۰۰ جفت کفش چکمه نظامی چرمی در هر سال است که به دلیل فراوانی چرم در این کشور می توان آنها را در داخل کشور تولید کرد.



ویتنام:

ویتنام به آزمایش چرم بیشتر فکر می کند

گزارشات واسله حاکی از آنست که لفاسو، انجمن کفش و چرم ویتنام به دنبال معرفی آزمایش کیفیت برای چرم وارداتیست. دبیر این انجمن گفت که سالانه ۱۵۰۰۰۰ تن چرم توسط صنعت کفش وارد کشور می شود اما تعداد مراکز آزمایش چرم در این کشور محدود است. بنابراین کمپانی های کفش ناچارند خودشان مواد اولیه و محصولاتشان را آزمایش کنند. بسیار نمونه های خود را برای آزمایش به خارج از کشور می فرستند. یک مسئول دولتی گفته است که باید کنترل بیشتری روی مواد اولیه و محصولات وارداتی به کشور صورت بگیرد.



- شرکت های باید به کارکنان اعتماد ورزیده و به آنان اجازه دهند تا در محل خانه به انجام کارشان بپردازند. آمد و شد؛ وقت زیادی از نیروها را به هدر می دهد و خطر آفرین نیز می باشد.