



پاکستان:

رشد خوب برای کفش در پایان سال مالی

صادرات کفش پاکستان در سال مالی ۲۰۱۴-۲۰۱۳ به طرز چشمگیری افزایش یافت. در طول این ۱۲ ماه که در ۳۰ ژوئن به پایان رسید، تولید کنندگان کفش پاکستان مجموع ۱۵,۳ میلیون جفت کفش به ارزش ۱۱۸,۷ میلیون دلار صادر کردند. از لحاظ ارزشی، کفش چرمی بیش از ۸۰ درصد مجموع ارزش صادرات را شامل می شد. افزایش حجم صادرات برای تمام انواع کفش ۱۶,۹ درصد بود.

امریکا:

ویتنام ثابت کرد که رقیب سرسختی برای چین در بازار آمریکا است

به گزارش انجمن توزیع کنندگان و خرده فروشان کفش در آمریکا، در حالیکه چین همچنان بزرگترین تولید کننده کفش در سرتاسر جهان است، هیچ شکی در توانایی ویتنام برای گرفتن سهم او در بازار نیست. دبیر این انجمن، مات پریست می گوید: "تنها چند سال پیش سوال کارشناسان این بود که آیا ویتنام به خاطر عدم داشتن ظرفیت لازم می تواند جایگزینی برای چین باشد یا خیر؛ اما با تولید روزافزون کفش توسط این کشور برای مصرف کنندگان آمریکایی به این سوالات پاسخ داده شد." صادرات ویتنام به آمریکا در سال ۲۰۱۳، ۲۰ درصد افزایش یافت و در حال حاضر ویتنام ۱۰ درصد از نیاز آمریکا به کفش را تامین می کند. صادرات از چین ۹ درصد در این سال کاهش یافت گرچه ۸۰ درصد از کفش های موجود در بازار آمریکا از چین وارد می شود. البته صادرات کفش از کامبوج و اتیوپی نیز رشد چشمگیری را نشان می دهد. واردات کفش از این دو کشور به آمریکا به ترتیب ۶۰ و ۱۴۰ درصد افزایش داشته است.



پوما:

کاهش درآمد به خاطر کاهش فروش کفش

مدیر عامل پوما گفت: "فروش فصل دوم ما چندان خوب نبوده است ولی نسبت به حضور پررنگ این برند در جام جهانی بسیار خشنودم. واکنش مردم و رسانه ها نسبت به کفش های دورنگ فوتبال و لباسهای برند ما که با فن آوری ACTV تولید شده بود، فوق العاده بود." فروش در فصل دوم تا ۶۵۲ میلیون دلار افزایش پیدا کرد. فروش نیمه اول ۱,۳۸ میلیارد دلار گزارش شد. با کاهش ارزش ارز در ترکیه، روسیه، آفریقای جنوبی، هندوستان، ژاپن و آمریکا فروش از لحاظ یورو کاهش پیدا کرد. فروش کفش پوما در فصل دوم با ۹,۱ درصد کاهش به ۲۷۸ میلیون دلار رسید.





پوما:
سریع ترین برند ورزشی جهان
برند ورزشی پوما به دنبال راه اندازی کمپین بازاریابی "برای همیشه سریع تر" در ماه آگوست است که قدمی دیگر در راه تبدیل این برند به "سریع ترین برند ورزشی" در دنیاست. البته به گفته مدیرعامل این کمپانی، آقای گولدن، رسیدن به این هدف زمان می برد. این برند در تمام اولویت های استراتژیک و کلیدی خود پیشرفت هایی داشته و پروژه های خوبی را برای سریع تر طی کردن این راه در سال ۲۰۱۴ آغاز کرده است.



اسپانیا:

رشد چشمگیر در صادرات کفش

صادرات صنعت کفش اسپانیا در ۵ ماه اول ۲۰۱۴ در مقایسه با دوره مشابه سال قبل از لحاظ حجم ۸٫۸ درصد و از لحاظ ارزش ۱۰٫۳ درصد افزایش یافت. از ژانویه تا ماه می امسال، برندهای کفش اسپانیا ۶۸٫۲ میلیون دلار کفش صادر کردند که ۱٫۱ میلیون یورو درآمد صادراتی به همراه داشت. فرانسه، ایتالیا، آلمان، پرتغال و انگلستان به ترتیب بزرگترین بازارهای کفش اسپانیا در این دوره بودند.



رشد سریع

و چشمگیر شرکت Deckers Outdoor

فروش شرکت Deckers در فصل اول ۲۰۱۵، ۲۴٫۳ درصد افزایش یافت و به رقم ۲۱۱٫۵ میلیون دلار رسید. فروش برند UGG با ۲۲٫۸ درصد افزایش به ۱۲۳٫۳ میلیون دلار، فروش Teva با ۲۵٫۷ درصد افزایش به ۳۹٫۳ میلیون دلار و فروش Sanuk با ۱۹٫۶ درصد افزایش به ۳۶ میلیون دلار رسید. این کمپانی پیش بینی می کند که در آمد سال مالی ۲۰۱۵ تا ۱۴ درصد افزایش پیدا کند.



ترکیه:

افزودن ارزش به چرم تمام شده

کنفرانسی در ترکیه در ماه های آینده برای بحث در مورد استراتژی های مورد نیاز تولید کنندگان برای افزودن ارزش بیشتر به چرم تولید شده در داخل کشور توسط چرم سازان محلی برگزار خواهد شد. در سال ۲۰۱۳ چرم سازان ترکیه چرم تمام شده خصوصا برای رویه کفش به ارزش بیش از ۳۰۰ میلیون دلار صادر کردند. در حال حاضر، مجموعه های صنعتی مانند اتحادیه های صادر کنندگان چرم و تولید کنندگان کفش با همکاری وزارت اقتصاد و توسعه، در مورد افزودن ارزش بیشتر به چرم داخل کشور بحث و گفت و گو کردند. این بحث و گفت و گوها برای افزایش ظرفیت تولید کفش و محصولات چرمی بود.