



احیای سبک رترو و مواد اولیه به کاررفته در آن



در قلمرو تولید کفش، انتخاب مواد اولیه نقش مهم و اساسی در تعیین کیفیت، جذابیت ظاهری و پذیرش محصول نهایی در بازار ایفا می‌کند. جیر و نبوک با داشتن ویژگی‌های مشابه، با روی کار آمدن سبک رترو توسط برندهایی مانند آدیداس، نیوبالانس، نایک و پوما، به عنوان انتخاب‌های عالی و متمایز، تجدید حیاتی را در بازار محصولات ورزشی تجربه کرده‌اند. جذابیت ماندگار جیر و نبوک از زیبایی و عملکردی نشأت می‌گیرد که پیدا کردن همانند آن در بازار دشوار است. برخلاف مواد اولیه مصنوعی رویه، جیر و نبوک ظاهر و حس لمسی را به آدم می‌دهد که ذاتا متمایز است. این تمایز و فردیت به جذابیت آنها می‌افزاید و آنها را به انتخاب‌های برتر برای مصرف‌کنندگان فهیم بدل می‌کند.

مقدمه‌ای درباره جیر

ممکن است بسیاری با شنیدن کلمه جیر به یاد آهنگ معروف «کفش‌های جیر آبی» الویس پریسلی اثر کارل پرکینز در سال ۱۹۵۵ بیفتند، اما باید بدانید که ریشه این ماده اولیه به اروپا بازمی‌گردد. کلمه «جیر» از یک کلمه فرانسوی به معنی «دستکش سوئی» می‌آید که در آن صنعتگران به تکنیکی دست یافتند که با آن توانستند به یک بافت مخملی در پشت یک دستکش چرمی دست پیدا کنند. در تولید مدرن، چرم جیر گاوی که متمایز از نبوک است، معمولاً یک محصول مشترک در فرایند چرم‌سازی محسوب می‌شود. مواد اولیه رویه کفش مانند جیر یا چرم دانه‌دار بین ۱ تا ۱.۲ میلی‌متر ضخامت دارند. گرچه بیشتر چرم‌های گاوی سنگین‌تر هستند و به اصلاح ضخامت در طول پروسه تولید برای رسیدن به یک چرم دانه دار یکپارچه نیاز دارند. مواد اولیه اضافه که به اشکال مختلف معروفند، توسط بقیه تولیدکنندگان برای تولید جیر مورد استفاده قرار می‌گیرند.

در پروسه استاندارد چرم‌سازی، جیر از بخش میانی فیبری چرم که به صورت تکنیکی به آن کوریوم می‌گویند و یک ظاهر فیبری در دو طرف چرم ایجاد می‌کند، تولید می‌شود. برای رسیدن به آن زیبایی ظاهری مورد نظر، از ترکیبی از فرایند شیمی و پردازش فیزیکی استفاده می‌شود. در مورد جیر، یک سطح زیر با استفاده از سمباده ایجاد می‌شود، اما برخلاف آن، نبوک، از چرم دانه‌دار تولید می‌شود که بخش رویی، الگوی فولیکول مو را حفظ می‌کند.

در قلمرو رقابتی جیر و نبوک، نبوک خوک به خاطر ظاهر لوکسش یک گزینه جذاب محسوب می‌شود. جیر نبوک که رقیب سرسخت جیر اشکال به

شمار می‌آید، به خاطر نرمی و لطافتی که دارد، توسط برخی تولیدکنندگان به عنوان محصول برتر معرفی می‌شود و در نتیجه ارزش کفش‌های ساخته شده از این ماده اولیه را بالا می‌برد. با این حال، با توجه به چالش‌هایی که در مورد حساسیت‌های فرهنگی و مذهبی مرتبط به خوک وجود دارد، استفاده از آن را در برخی کشورها و فرهنگ‌ها زیر سوال می‌برد. این موضوع در سال ۲۰۲۳ زمانی که یک برند پیشرو مجبور شد محصولات خاصی را به دلیل استفاده از پوست خوک در آنها و عدم اطلاع‌رسانی به مصرف‌کنندگان فراخوان کند، مطرح شد.

اهداف محصول

محصول، یک عامل اساسی در فرایند تولید برای هر صنعتی است و تولید چرم نیز از این قاعده مستثنی نیست. با این حال، بررسی چشم‌انداز تولید چرم می‌تواند تا حدودی گیج‌کننده باشد. مواد خام (پوست) براساس وزن خریداری می‌شوند، تحت پردازش قرار می‌گیرند و سپس به موادی تبدیل می‌شوند که در بیشتر موارد، براساس منطقه فروخته می‌شود؛ بنابراین به نفع تولیدکننده است که از طریق هر وسیله موجود، تولید محصول را به حداکثر برساند. هنگام ساخت جیر، دباغ‌ها از فرایند شیمیایی و تکنیک‌های خشک کردن استفاده می‌کنند تا بازدهی را بهینه کنند و در عین حال یک الیاف سفت و مناسب برای فرایند منسجم کردن و دستیابی به کیفیت دلخواه تولید کنند. اگرچه یک چرم نرم با عملکرد عالی در ابتدا به دلیل افزایش سطح آن ممکن است جذاب به نظر برسد، اما ساختار الیاف باز ایجاد شده ممکن است برای جیر باکیفیت مناسب نباشد.

جیر یکپارچه تاکید کرد و به چالش‌های فنی حفظ کیفیت یکپارچه هنگام استفاده از مواد اولیه خام تامین شده از منابع مختلف و تکنیک‌های مختلف اشبالت‌سازی اشاره کرد.

در مورد اشبالت‌های جیر، تفاوت قابل توجهی در قیمت جهانی از نظر کیفیت و در دسترس بودن وجود دارد. علی‌رغم تأثیر کووید-۱۹، قیمت‌های مواد جیر مناسب نسبتاً ثابت مانده است و در اوایل سال ۲۰۲۴ به دلیل افزایش تقاضا از سوی کارخانه‌های چرم‌سازی اشبالت آسیایی، افزایش جزئی را تجربه کردند. مفسران صنعتی می‌گویند که این روند قیمتی عمدتاً ناشی از عرضه محدود است، نه تقاضای بیش از حد و بسیاری از مواد در سطح جهانی تا زمان دریافت سفارشات به حالت کامل وجود دارند. اشبالت‌های آبی مرطوب به دو نوع اصلی تقسیم می‌شوند: اشبالت آبی مرطوب و اشبالت زرد. اشبالت آبی مرطوب برای جیره‌های سبک تا متوسط بهتر است، که اغلب به صورت اشبالت دراپ به بازار عرضه می‌شوند و قیمت‌های باکیفیت آن در حال حاضر بین ۱.۴۰ تا ۱.۵۰ دلار در هر کیلو متغیر است.



از سوی دیگر، اشبالت زرد به مواد سنگین‌تری اشاره دارد که معمولاً در خودرو کاربرد دارد. قیمت این نوع اشبالت بسیار متفاوت است. اشبالت اروپای شمالی بدون علامت مارک یا سوراخ، مناسب برای جیره‌های سنگین و کالاهای چرمی می‌توانند قیمت‌هایی بین ۲.۹۰ تا ۳ دلار در هر کیلو داشته باشند. اشبالت آرژانتینی یا اروگوئه‌ای، با سوراخ‌ها و مارک‌ها در محدوده قیمتی ۱.۸۰ تا ۲.۱۰ دلار در هر کیلو قرار می‌گیرند.

در تولید چرم مدرن و زنجیره تامین مرتبط با آن، شرکت‌ها اغلب محصول نهایی را در اولویت قرار می‌دهند. تأمین‌کنندگان مواد شیمیایی متعهد به افزایش تولید هستند، در حالی که شرکت‌های تولید ماشین‌آلات، از دست دادن تولید یا حتی افزایش تولید هیچ محصولی را تضمین نمی‌کنند. با این حال، تولید جیر از این قضیه مستثنی است. برای دستیابی به کیفیت بالا و مطلوب، درجاتی از کاهش محصول نه تنها قابل قبول، بلکه گاهی ضروری است. این غیرمعمول نیست که تولیدکنندگان ۱۵ درصد کاهش سطح تولید را در فرایند تولید جیر تجربه کنند.

چالش‌های درجه‌بندی

برای جیر و نبوک گاوی، درجه‌بندی چالش‌های مختلفی را به همراه دارد و این مواد نیاز به ارزیابی دقیق دارند تا استانداردهای کیفیت را تامین کنند. انتخاب پوست‌های درجه یک بسیار مهم است، زیرا ویژگی‌های ذاتی مواد اولیه خام تأثیر زیادی بر ظاهر و دوام محصول نهایی دارد. نبوک نیاز به یک دانه تمیز دارد، زیرا حداقل اصلاحات را می‌توان روی آن انجام داد و امکان کمی برای پنهان کردن عیوب پوست اولیه مانند زخم‌های بهبود یافته، نیش حشرات یا علائم مارک تجاری باقیمانده روی پوست وجود دارد. این باعث افزایش رقابت برای مواد اولیه خام می‌شود که اغلب با تولیدات چرم دانه کامل همپوشانی دارند.

در مورد چرم‌های جیر که در آن ویژگی‌های دانه اهمیت کمتری دارند، وجود رگه‌ها به یک نگرانی اصلی تبدیل می‌شود. باز هم، حداقل اصلاح یا پوشش را می‌توان اعمال کرد و در شرایط خاص، وجود رگه‌ها در ساختار کوریوم ممکن است تا پس از تغییر ضخامت نیز قابل مشاهده نباشد. به این دلایل، رابطه بین کارخانه چرم‌سازی و تامین‌کننده بسیار مهم است.

از آنجایی که بیشتر جیره‌ها از اشبالت به دست می‌آید، عرضه آن به شدت با نوسانات بازار چرم دانه‌ای مرتبط است. از آنجایی که تقاضا برای چرم دانه‌ای متفاوت است، بازار اشبالت با چالش‌هایی در حفظ یک عرضه ثابت مواجه می‌شود و تعادل ظریف مورد نیاز برای حفظ یک زنجیره تامین بدون وقفه برای جیر گاوی را برجسته‌تر می‌کند. بسیاری به دلیل کیفیت و ثبات قیمت، مواد اولیه ایالات متحده را ترجیح می‌دهند، اگرچه منابع جایگزین نیز وجود دارد. این جایگزین‌ها اغلب برای رقابت بر سر قیمت تلاش می‌کنند و تسلط مواد اولیه آمده از ایالات متحده را در بازار تقویت می‌کنند.

Clyde Leather در اسکاتلند یکی از شرکت‌هایی است که جیر را به شرکت‌های برتر کفش ورزشی عرضه می‌کند. مدیرعامل این شرکت، ریچارد هریس به World Footwear گفته که در حال حاضر بزرگ‌ترین و مهم‌ترین مسئله در مورد تامین جیر، رقابت خریداران کلاژن و ژلاتین است. این خریداران حق بیمه پرداخت می‌کنند و بیشترین حجم اشبالت را خریداری می‌کنند. او بر نیاز به مواد اولیه با کیفیت بالا و چرم‌سازی خوب برای تولید

تجدید حیات مدل‌های قدیمی (رترو)

برندهای لباس ورزشی از طرح‌های رترو دهه‌های گذشته استفاده می‌کنند و در واقع حس نوستالژی را در مصرف‌کنندگان مسن‌تر نسبت به سبک‌های کلاسیک بیدار می‌کنند. به‌طور همزمان، این طرح‌ها نسل‌های جوان‌تری که برای اولین بار با آن‌ها روبه‌رو می‌شوند، مجذوب خود می‌کند. احیا یا تجسم مجدد سبک‌های قدیمی به‌عنوان یک استراتژی قابل اعتماد برای گسترش حضور در بازار، مشابه روندی که در میان فیلمسازان برای بازگشت به فیلم‌های محبوب کلاسیک وجود دارد، تلقی می‌شود.

نایکی، آدیداس، پوما و نیوبالانس از جمله برندهای کفشی هستند که در خط مقدم احیای سبک رترو قرار دارند و جیر را بار دیگر در کانون توجه قرار داده‌اند و اغلب جایگزین انواع مصنوعی آن می‌شوند که قبلاً جایگزین چرم شده‌اند. پوما با معرفی کفش جیر پوما در سال ۱۹۶۸ تاریخ ساز شد. در ابتدا این کفش با نام «ترک پوما» شناخته شد، اصطلاحی که برای افراد بسیار ماهر به کار گرفته می‌شد. این آغاز تجاری کفش‌های کتان جیر بود. سایر شرکت‌ها در همان دوران، جیر را به‌عنوان ماده رویه کفش‌های ورزشی آزمایش کردند، اما رونمایی پوما از جیر کلاسیک، لحظه‌ای مهم در تاریخ کفش‌های ورزشی باقی ماند.

آدیداس با معرفی کفش Gazelle خود که از پوست کانگورو ساخته شده، سهم چشمگیری در این ترند داشت. این شرکت با استفاده از روند جیر سازی معکوس و با استفاده از قسمت گوشتی پوست کانگورو به یک بافت مخملی رسید. به‌طور مشابه، نایک با نایک بلیزر در سال ۱۹۷۳، با رویه‌های جیر، ردپای محو نشدنی از خود به جا گذاشت.

بافت نرم‌تر و لوکس‌تر این ماده در مقایسه با مواد معمولی مانند برزنت یا چرم دانه‌ای، ظاهری شیک و مجلل به کفش‌ها می‌دهد. استحکام و انعطاف‌پذیری جذابیت آن را بیشتر می‌کند. از آنجایی که جیر فاقد لایه دانه‌ای است، هر گونه خراش روی آن اغلب به نظر نمی‌آید و در صورت لزوم می‌توان به راحتی با کاغذ سنباده آن را پاک کرد. سطح بالای تنفسی این ماده، به علت سطح بدون پوشش آن است که آن را برای فعالیت‌های ورزشی ایده‌آل می‌سازد، مفهومی که پیش از ظهور «پوشاک ورزشی» همیشه مدنظر بود.



سلبریتی‌ها

این کفش‌ها در ابتدا به دلیل عملکردشان و ورزشکارانی که آن‌ها را تایید می‌کردند، مورد توجه علاقه‌مندان بسیاری قرار گرفتند و اخیراً جذابیت گسترده‌ای پیدا کرده‌اند. دوام و پایداری خوب، همکاری‌های استراتژیک و نفوذ رسانه‌های اجتماعی، همگی نقش مهمی در ایجاد علاقه مجدد به سبک رترو ایفا کرده‌اند. علاوه بر این، معرفی سریع تنوع رنگ‌های مد روز، محبوبیت آنها را بیشتر کرده است.

استفاده گسترده سلبریتی‌ها از این سبک، نقش مهمی در این میان ایفا کرده است. خواننده معروف هری استایلز و علاقه برای آدیداس Gazelle به‌طور قابل توجهی فروش این کفش را افزایش داده است. او در طول تور اخیرش، کفش‌های مختلفی از نسخه ویژه re:sui از جمله کفش مشکی که برای او و گروهش به صورت سفارشی تولید شده بود، پوشید.

