22.09.2026

日常生活的剪影反映在鞋子里

时尚每六个月都会改变一次，但好鞋会陪伴我们多年——它们给我们带来舒适和言论自由。然而，创造一双能够承受城市疯狂节奏并且不会在一个赛季中变得过时的配对是一项需要技巧的任务。而在动荡的俄罗斯条件下，鞋厂的生存也需要战略上的精确性。我们与 MOF-BERG 品牌的联合创始人梅尼亚舍娃•尤莉娅 (Meniasheva Iuliia)探讨了美学、质量和市场残酷现实之间的平衡。

随着人类发展，鞋履时尚也在不断演变。从最初左右脚都能穿的草皮鞋靴，到同样百搭的毡靴，再到采用高科技材料的运动鞋和针对不同活动的专业鞋履，鞋履时尚的发展历程可谓日新月异。您如何看待鞋履时尚的未来发展方向？您又能提供什么呢？

- 时尚是人性的一面镜子。它反映了社会，经济和文化的转变，技术的发展，新职业和爱好的出现。同时，循环机制在鞋子和衣服中都起作用：庞大的造型逐渐被优美的造型所取代，尖锐的披风逐渐被圆形或方形的披风所取代。但也有持久的价值观：相关性，可靠性，舒适性，美学和平衡性。健康和高品质始终是时尚。

如今，有意识的消费正在崭露头角。我们正在从快速时尚和过多的低质量项目转向合理的选择。高品质的鞋子持续时间更长，不会损害您的健康，并让您感到自信。

很有意思的是，时尚的周期性正在变得不再那么僵化。过去，人们会集体从尖头鞋转向方头鞋，而现在几乎任何款式都流行：高跟鞋、运动鞋、圆头鞋或方头鞋。商店里琳琅满目的商品满足了人们自由表达自我的需求。这也是一种注重穿搭的体现：你买的鞋子可以穿好几个季度。

我们生产城市女鞋。它必须保持美学，风格，舒适性，功能性和适应性的平衡。这个城市设定了一个很高的节奏：一天中有很多事情要做，有很多事情要经历，鞋子在任何情况下都应该很舒适。同时，她有义务补充不同的式样，比如，业务式样还是晚上式样。这正是我们公司致力于解决的挑战。我们不追逐短期潮流，而是打造高品质的基础鞋履：乐福鞋、浅口鞋、芭蕾平底鞋、靴子、凉鞋、踝靴、短靴和运动鞋。每一款鞋都经过精心制作：我们打造完美贴合的鞋楦，并精选优质材料，关注每一个影响舒适度的细节。即使是皮革内衬，在冷热天气下也会有不同的触感，我们在这方面拥有丰富的经验。我们会考虑鞋子的重量、材料的耐用性和结构。我们的配色方案包含经久耐穿的经典百搭色，以及限量版的潮流色彩。我们的设计以沉稳的色调、简洁的线条和适合日常穿着的鞋型为基础。



STRATEGIES FOR BUSINESS IN MOSCOW

对于公司的历史，几乎一无所知。公司是如何创建的，关键的里程碑是什么?

- 在2013年，企业家阿里·梅尼亚舍夫 (Ali Meniashev)和伊斯兰·阿利耶夫 (Islam Aliev)联手创办了一家工厂。预算有限，设备也都是从俄罗斯各地采购的。伊斯兰·阿利耶夫 (Islam Aliev)来自我们南部的达吉斯坦共和国，从小就接触制鞋业，他的父亲拥有一家鞋厂。后来，他与国际品牌合作，并与国外大型工厂交流经验。阿里·梅尼亚舍夫 (Ali Meniashev)毕业于莫斯科皮革工业学院。创业之初，他虽然没有制鞋行业的经验，但他拥有相关的教育背景、管理经验，而且作为三个女儿的父亲，他对女性的时尚品味和需求有着深刻的理解。

最初，工厂是为其他品牌代工生产的。随着时间的推移，我们意识到是时候创建自己的品牌了：我们不想在质量上妥协，而且我们意识到我们可以以实惠的价格生产高质量的产品。这便是品牌核心使命之一的由来：实现最佳性价比，让消费者能够以最实惠的价格买到高品质的鞋履。2015年，我们注册成立了«莫斯科鞋厂»这一法人实体，开始以自有品牌生产，并以BERG品牌成功进入市场。2017年，我们注册了MOF-BERG商标。

您如何设法与外国品牌竞争，俄罗斯公司中是否有任何严重的竞争对手?

- 我们在我们的细分市场中没有感觉到任何激烈的竞争。有一个与中国竞争激烈的廉价细分市场，有一个奢侈品细分市场，中间价格细分市场的品牌很少。相反，我们看到价格合理的好鞋短缺。同时，每个品牌都有自己的氛围，可识别的笔迹，自己的配色方案和轮廓，买家选择更接近他的东西。如果俄罗斯出现更多的生产设施，这对我们来说甚至是一个优势–这将扩大组件市场。

是的，我们在市场框架内与廉价的中国鞋竞争，对它们的需求很大。这是由于人口的支付能力，我们不能影响这一点。因此，我们正在逐步进入我们自己的销售渠道。我们的观众将留在我们身边，因为对高品质和耐用鞋子的需求仍然存在。

您专注于通过市场进行销售。您认为自己在未来发展自己的零售业吗?

- 从一开始，我们就从电商平台起步，这为我们奠定了良好的基础，让我们得以积累庞大的用户群体。销售额迅速增长，同时，我们也发展了零售业务：我们在工厂开设了一家门店，之后又开设了另一家门店，并积极运营社交媒体。新冠疫情期间，销售额大幅增长，我们专注于线上销售，暂时关闭了实体零售门店。

如今形势充满挑战：需求瞬息万变，市场规则也在不断演进。我们正在再次进行重组。我们正在优化流程，并启动我们自己的独家生产。现在，我们专注于通过自有渠道发展：我们即将推出网站，并很快重返零售市场，开设我们自己的实体店。



STRATEGIES FOR BUSINESS IN MOSCOW

客户如何找到你们的公司?

- 在我们在市场上工作的时间里，我们在社交网络上积累了大量的客户群和许多订户。当零售商店运营时，我们直接与客户沟通，我们仍然在评论中找到了对它的热烈提及。口碑正在积极工作，入金它是主要渠道之一，因为在社交网络上吸引观众变得越来越困难。新零售店的开业将是增加受众的另一种方式。

您用天然材料工作。你从哪里得到原材料（皮革，配件）？

我们部分鞋面材料，皮革和绒面革，来自俄罗斯。但由于当地生产商的化学品和原材料问题，这种采购变得越来越困难。我们也从意大利采购一些材料：意大利的材料品质优良，颜色漂亮，而且批次稳定，色泽和厚度一致。然而，制裁使得在欧洲采购变得更加困难，付款和交货都存在问题。

我们在俄罗斯，意大利和土耳其采取鞋底。为了减少对进口的依赖,我们推出了自己的独家生产。它部分地满足了我们的需求，我们甚至把它们卖给其他工厂。

如今，我们也开始从中国采购皮革：没错，他们拥有高品质的材料，颜色和厚度选择丰富。以前，与中国合作比与意大利合作成本更高、耗时更长，但现在价格和交货时间几乎相同，有时甚至更划算。

硬件方面的情况比较复杂：它并非总能满足我们的需求，因此我们也正在探索中国市场，原因同样是中国市场产品种类丰富、交货快捷。我们当然支持俄罗斯本土材料和硬件市场的发展，但就目前而言，我们必须寻找替代方案。但鞋的生产不仅限于皮革和鞋底。在这个过程中，我们使用其他构成«填充»的材料：人造革，脚垫，背部，鞋垫，夹层，松紧带，织带，胶水，螺纹。所有这些都主要是从欧洲进口的，我们甚至不会吝啬这些看不见的物品。

你们使用哪些设备，目前的维修和备件情况如何?

- 遗憾的是，目前国内没有生产制鞋设备的工厂。我们的设备，切割机、冲压机、缝纫机，大多来自意大利，部分部件来自中国和德国，但所有部件都品质上乘。设备的供应和维护由俄罗斯公司负责。我们拥有经验丰富的制鞋设备维修技师，他们协助我们进行维修，这类专家在国内已寥寥无几，他们简直是无价之宝。

人员问题现在普遍存在。如何解决生产人员的招聘和留用问题？ 您进行内部培训吗？

- 我们拥有一支长期工作的专业团队，员工流失率低。

鞋厂的生产涉及许多复杂的工序，其精密程度堪比珠宝制作，因此我们会聘请经验丰富的员工来担任这些岗位。然而，也有一些工序不需要专门的培训，我们可以招收新人，并在工作中提供培训。挑战在于，如今愿意从事制造业的人并不多；你需要具备一定的天赋和性格特质。如果有人对此感兴趣并展现出潜力，我们会安排他们参与不同的工序，并对他们进行相关操作的培训。

你们的业务拓展计划是什么?

- 制鞋业目前正处于危机之中：一些工厂倒闭，另一些工厂虽然仍在运营，但被迫减产。现在，生存才是关键。但我们并不绝望；相反，我们着眼未来，制定计划。我们看到了自身的潜力，并有信心应对挑战。