



2023



Bank Polski

BRANŻA ODZIEŻOWA

Pozycja międzynarodowa polskich producentów
i prognozy rozwoju rynku do 2027

Departament Analiz Ekonomicznych
Czerwiec 2023

BRANŻA ODZIEŻOWA 2023

SPIS TREŚCI

Wstęp	3	Rynek odzieży w Japonii	36
Metodologia	6	Analiza konkurencji na rynkach największych światowych importerów – Wielka Brytania	38
Rynek odzieży na świecie	7	Rynek odzieży w Wielkiej Brytanii.	39
Światowy eksport odzieży (HS 61 i 62)	15	Analiza konkurencji na rynkach największych światowych importerów – Hiszpania	41
Kierunki eksportu i importu odzieży (HS 61 i 62)	16	Rynek odzieży w Hiszpanii.	42
Rynek odzieży w Europie	17	Analiza konkurencji na rynkach największych światowych importerów – Holandia	44
Sytuacja na rynkach największych importerów odzieży	23	Rynek odzieży w Holandii	45
Analiza konkurencji na rynkach największych światowych importerów – Stany Zjednoczone.	26	Analiza konkurencji na rynkach największych światowych importerów – Włochy	47
Rynek odzieży w Stanach Zjednoczonych	27	Rynek odzieży we Włoszech.	48
Analiza konkurencji na rynkach największych światowych importerów – Niemcy	29	Analiza konkurencji na rynkach największych światowych importerów – Polska	50
Rynek odzieży w Niemczech.	30	Rynek odzieży w Polsce	51
Analiza konkurencji na rynkach największych światowych importerów – Francja	32	Analiza konkurencji na rynkach największych światowych importerów – Kanada	53
Rynek odzieży we Francji	33	Rynek odzieży w Kanadzie.	54
Analiza konkurencji na rynkach największych światowych importerów – Japonia	35		

Wstęp

2022

W 2022 Polska była 12. największym światowym eksporterem odzieży z udziałem na poziomie 1,8%, który wzrósł w ciągu 4 lat o 0,4 pp.

Trendy:

Wg szacunków Statista w 2022 światowa branża odzieżowa osiągnęła wzrost sprzedaży o prawie 11%, do poziomu 1450 mld EUR, przekraczającego o prawie 3% wartość rynku z 2019 - sprzed pandemii COVID-19.

Segmentem z najwyższym udziałem w rynku odzieży jest odzież damska, jednak w latach 2023-2027 to odzież męska będzie segmentem rynku o najwyższym średnim rocznym tempie wzrostu (z CAGR w tym okresie rzędu 5,4%).

Istotnym trendem dla producentów odzieży jest transformacja globalnych łańcuchów dostaw wskutek przesuwania się globalnych wydatków konsumenckich w stronę gospodarek wschodzących (do 2027 Chiny przejmą od Stanów Zjednoczonych rolę największego rynku sprzedaży odzieży na świecie), a także unikanie napięć i zmniejszanie niepewności w wymianie handlowej (m.in.: potencjalne dalsze problemy z transportem).

Negatywnie na popyt na wyroby branży może oddziaływać wzrost kosztów surowców, energii i pracy oraz zmniejszająca realne dochody konsumentów podwyższona inflacja.

W raporcie przedstawiamy prognozy wielkości branży odzieżowej w perspektywie do 2027, a także sytuację na rynkach 10 największych światowych importerów odzieży.

Polska branża odzieżowa

W 2022 Polska była 12. największym światowym eksporterem odzieży z udziałem na poziomie 1,8%, który wzrósł w ciągu 4 lat o 0,4pp. (Trzeba jednak pamiętać, że część eksportowanej przez Polskę odzieży pochodziła z importu i nasz kraj jest jedynie „krajem pośredniczącym”.) Największym eksporterem były Chiny z udziałem wynoszącym 30,0%, drugą pozycję zajmował Bangladesz (z udziałem 9,9%), na trzeciej lokacie uplasował się Wietnam (z udziałem 7,5%).

Branża odzieżowa jest silnie rozdrobniona – według danych GUS na koniec 2021 funkcjonowało w Polsce 10379 producentów odzieży, przy czym 97% z nich zatrudniało do 9 osób włącznie. Mikroprzedsiębiorcy osiągnęli 41% przychodów ogółem przemysłu odzieżowego; udział największych podmiotów (14 firm) zatrudniających ponad 250 osób wyniósł 19%.

W 2022 sytuacja krajowych producentów odzieży zatrudniających powyżej 9 osób (285 podmiotów, w tym 50 z kapitałem zagranicznym) nieznacznie pogorszyła się w porównaniu z 2021, niemniej rentowność sprzedaży netto 7,4% (-0,1pp r/r) była wyższa niż w przetwórstwie przemysłowym ogółem (5,8%). Przychody przemysłu odzieżowego zwiększyły się o 9,8% r/r przy wzroście przychodów w przetwórstwie

przemysłowym o 29,5% r/r, wynik finansowy netto wzrósł o 8,6% (wobec 24,2% w przetwórstwie). Sprzedaż eksportowa stanowiła 36% przychodów ogółem, przy czym dla producentów odzieży skórzanej przekroczyła 83%, a producentów pozostałej odzieży i dodatków do odzieży (odzież niemowlęca, sportowa, dodatki) wynosiła 71%. Zwraca uwagę spadek nakładów inwestycyjnych o 4,6% r/r. Produkcja sprzedana branży w cenach bieżących w 2022 zwiększyła się o 11,6% r/r, przy średniorocznym wzroście cen produkcji o 1,2% (znaczaco niższym niż wzrost kosztów energii, transportu i wynagrodzeń).

2022 nie należał do najłatwiejszych dla branży odzieżowej. Agresja Rosji na Ukrainę zasadniczo zmieniła otoczenie makroekonomiczne i postawiła przed producentami nowe wyzwania. Wzrost cen nośników energii spowodowany konfliktem zbrojnym znacząco zwiększył koszty funkcjonowania przedsiębiorstw. Szybko rosnąca inflacja przyczyniła się

do spadku realnych dochodów Polaków, pogorszenia nastrojów konsumenckich i ograniczania wydatków na zakupy nie będące dobrami pierwszej potrzeby.

Konsumenci zmienili zachowania zakupowe poszukując tańszych odpowiedników dla kupowanych dotąd marek, wybierając produkty m.in. marek własnych sieci handlowych, co może mieć wpływ na krajową produkcję odzieży. Podobne tendencje wystąpiły w europejskich krajach, do których wysyłane są polskie produkty.

W drugiej połowie 2023 można oczekiwać poprawy sytuacji producentów odzieży.


Oczekiwane obniżenie inflacji przy dobrej sytuacji na rynku pracy pozwoli na stopniowy powrót do wzrostu konsumpcji i szybsze ożywienie na przełomie 2023/2024, a to będzie skutkować zwiększeniem portfela krajowych i zagranicznych zamówień.



Agresja Rosji na Ukrainę zasadniczo zmieniła otoczenie makroekonomiczne i postawiła przed producentami nowe wyzwania.


Wzrost cen nośników energii spowodowany konfliktem zbrojnym znacząco zwiększył koszty funkcjonowania przedsiębiorstw.





Czynniki
wzmacniające
pozycję polskiej
branży odzieżowej
w najbliższych
latach:

- atrakcyjna i różnorodna stylistycznie oferta asortymentowa odzwierciedlająca panujące trendy i oczekiwania klientów
- działania producentów ukierunkowane na wzrost sprzedaży eksportowej: inwestycje w rozbudowę sieci sklepów stacjonarnych za granicą oraz kanał e-commerce (własne sklepy internetowe i współpraca z platformami typu marketplace)
- rozwój rodzimych marek odzieżowych za pośrednictwem platform internetowych
- współpraca w roli podwykonawcy ze światowymi markami luksusowej odzieży
- rozwijanie polskich specjalności eksportowych: ubrania sportowe, odzież robocza, odzież dziecięca, bielizna
- konkurencyjność wobec towarów z Azji pod względem jakości, możliwości szybkiej reakcji na zmieniające się trendy na rynku oraz kosztów transportu
- korzystny dla eksporterów kurs EUR/PLN
- szansa na zwiększenie wydatków producentów w obszarze badań, rozwoju i ESG w ramach funduszy zawartych w Krajowym Planie Odbudowy i innych programach.



Czynniki
osłabiające pozycję
polskiej branży
odzieżowej
w najbliższych
latach:

- przedłużająca się wojna w Ukrainie, osłabiająca koniunkturę na rynkach europejskich
- spowolnienie gospodarcze w Niemczech, dokąd trafia przeważająca część polskiego eksportu
- silna konkurencja na rynkach zagranicznych ze względu na dominującą pozycję krajów azjatyckich w dostawach odzieży
- nadal niedostatecznie wypromowana marka polskich odzieży/wzornictwa na rynkach międzynarodowych
- wzrost kosztów produkcji odzieży z uwagi na rosnące koszty energii i wynagrodzeń
- wysokie koszty dostosowywania wyrobów do regulacji unijnych, w tym do wdrożenia strategii zrównoważonego rozwoju, mającej na celu redukcję ilości odpadów odzieżowych, zmniejszenie emisji dwutlenku węgla w całym łańcuchu wartości i poprawę warunków życia ludzi, którzy wytwarzają odzież; zgodnie z opublikowaną 30.03.2022 przez KE strategią na rzecz tekstyliów zrównoważonych i o obiegu zamkniętym (EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles) do 2030 większość wyrobów tekstylnych wprowadzanych na rynek europejski ma cechować się trwałością, nadawać się do recyklingu, a ich produkcja ma odbywać się z poszanowaniem środowiska i w sposób etyczny.

Metodologia

Sprzedż odzieży:

Według danych opublikowanych na platformie Statista „wartość sprzedaży”, określana też „sprzedaż” oraz „wielkość rynku”, została obliczona jako: produkcja powiększona o import i pomniejszona o eksport odzieży. W opracowaniu przedstawiono szacunkową sprzedaż odzieży za 2022 oraz prognozy na lata 2023-2026/2027 opracowane przez analityków firmy Statista w październiku 2022 – dot. wielkości rynku (z uwzględnieniem uwarunkowań wywołanych przez pandemię COVID-19 oraz agresji Rosji na Ukrainę) oraz wydatków per capita oraz w październiku 2021 – dot. struktury sprzedaży odzieży wg kanałów dystrybucji.

Dane obejmują odzież produkowaną dla prywatnych klientów końcowych, w tym:

- odzież damską,
- odzież męską,
- odzież dziecięcą.

Do kategorii odzieży nie są zaliczane: odzież robocza, odzież narciarska oraz różne akcesoria (takie jak np. zegarki, biżuteria, torebki, czy parasolki).

Termin „odzież ze zrównoważonych źródeł” odnosi się do produktów sprzedawanych przez firmy, które m.in. wykorzystują zielone łańcuchy dostaw, zrównoważone surowce/materiały oraz w przejrzysty sposób ujawniają swoje praktyki środowiskowe i społeczne.

Eksport i import:

W opracowaniu przedstawiono najnowsze dostępne dane:

- dane publikowane przez International Trade Centre <https://www.trademap.org/> eksport i import odzieży na świecie w 2022; import wybranych krajów w 2022;
- dane publikowane przez GUS w bazie Handel Zagraniczny <http://swaid.stat.gov.pl/SitePagesDBW/HandelZagraniczny.aspx> eksport i import odzieży w Polsce w 2022.

Dane dotyczące handlu zagranicznego przedstawiono wg zharmonizowanego systemu klasyfikacji (ang. Harmonized System, HS) opracowanego przez Światową Organizację Celną. Obejmują one towary zaklasyfikowane do działów 61 i 62.

Dane do raportu pobrano w dniach 22.03.2023, 30.03.2023, 06.04.2023 i 26.05.2023.

Kurs walutowy:

Statista opracowuje analizy i prognozy na danych wyrażonych w USD, które przelicza na EUR. Dla lat 2023-2027 przyjęto prognozy kursów walutowych publikowane przez Statistę.

Dane z ITC oraz GUS są prezentowane w EUR zgodnie z wartością raportowaną przez poszczególne kraje.



Uwaga: wszystkie dane przedstawione w opracowaniu pochodzą z deklaracji kraju raportującego dany strumień handlu, tzn. przykładowo: dane dotyczące eksportu odzieży z Polski do Niemiec w oparciu o deklarację Polski, a dane dotyczące importu odzieży do Niemiec z Polski w oparciu o deklarację Niemiec (tzw. mirror data).

Dane te najczęściej nieznacznie różnią się między sobą, co wynika m.in. z różnic w systemach raportowania poszczególnych krajów, czy też sposobie uwzględniania kosztów transportu towarów.

Rynek odzieży na świecie

Sprzedaż

- Statista szacuje, że sprzedaż na światowym rynku odzieży nieznacznie wzrosła w latach 2020-2022 w średnim tempie 0,9% rocznie, osiągając wartość 1450,0 mld EUR w końcu tego okresu.
- Azja to największy rynek sprzedaży odzieży na świecie, w 2022 wartość jego przychodów wyniosła 580,6 mld EUR i było to 40,0% światowej sprzedaży.

mld EUR, 2022 (P)



Świat 1450,0



Europa 375,8



Polska 11,6

Źródło: Statista

Eksport

- Chiny były światowym liderem w eksporcie odzieży. W 2022 osiągnęły udział w rynku na poziomie 30,0%.
- Największym importerem odzieży w 2022 były Stany Zjednoczone – z udziałem 18,9% w światowym imporcie.
- W 2022 Polska była 12. największym eksporterem odzieży na świecie – z udziałem na poziomie 1,8% – oraz 9. największym importerem – z udziałem w wysokości 2,8%.

mld EUR, 2022



Świat 533,6



Europa 149,0



Polska 9,6*

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

*według danych GUS polski eksport odzieży wyniósł 10,5 mld EUR w 2022.

Wydatki per capita

Pierwszą pozycję na świecie pod względem wydatków per capita przeznaczanych na zakup odzieży zajmują mieszkańcy Hongkongu, którzy w 2022 wydali przeciętnie na ten cel 3030 EUR. Drugie miejsce zajmują Szwajcarzy (1170 EUR), a trzecie – Norwegowie (1120 EUR). W 2022 średnie wydatki na odzież na mieszkańca w Europie wyniosły 443 EUR.

2022 (P)



Europa 443 EUR



Polska 308 EUR



Świat 190 EUR

Źródło: Statista

Udział odzieży ze zrównoważonych źródeł

Systematycznie wzrasta udział odzieży pochodzącej ze zrównoważonych źródeł. Na świecie zwiększył się on do 4,3% w 2022 z 2,1% obserwowanych w 2013, a w 2026, wg prognoz Statisty, ma osiągnąć 6,1%. Tendencja wzrostowa wskaźnika będzie kontynuowana na wszystkich kontynentach.

2022 (P)



Europa 5,4%




Polska 4,7%



Świat 4,3%

Źródło: Statista

A stack of various colored folded clothing items, including red, blue, grey, dark blue, orange, light grey, black, red, green, and dark grey, arranged vertically on the right side of the page. A red circular graphic is overlaid on the stack, containing white text.

Wg prognoz wartość
rynku odzieżowego na
świecie **wzrośnie** w latach
2023-2027 o **27,6%** osiągając
poziom **1850 mld EUR**

Statista szacuje, że sprzedaż odzieży na świecie w warunkach pandemii COVID-19 wzrosła średnio o 0,9% rocznie (CAGR 2020-2022) do poziomu 1450 mld EUR w 2022, o 2,8% wyższego od notowanego w 2019.

Oczywiście sytuacja była zróżnicowana pomiędzy poszczególnymi latami: i tak w pierwszym roku pandemii (2020) notowano silny spadek wartości rynku o 13,5%, a w latach 2021-2022 obserwowano już jej wzrosty – odpowiednio o 7,4% i 10,4%.

W latach 2023-2027 średnie tempo wzrostu sprzedaży odzieży na świecie będzie prawie 2,3-krotnie wyższe niż w latach 2018-2019, osiągając 5,0% rocznie wobec 2,2%.

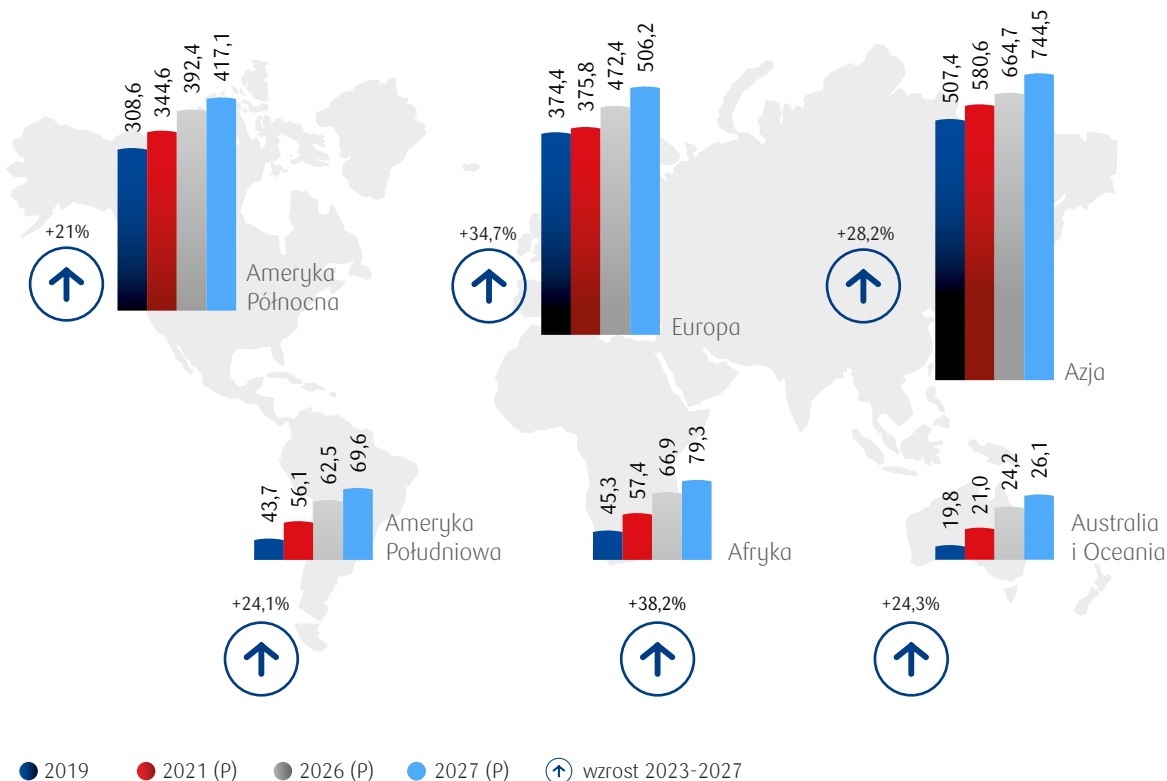
Najwyższą szacunkową sprzedaż odzieży w wysokości 580,6 mld EUR w 2022 obserwowano na rynkach Azji, a jej wartość wzrosła w latach 2020-2022 średnio rocznie o 2,7%.

Na kolejne lata prognozy zakładają, że do 2027 rynki azjatyckie będą odnotowywały szybszy wzrost sprzedaży w tempie średnio 5,1% rocznie (CAGR 2023-2027) i region ten umocni się na pozycji światowego lidera pod względem wielkości sprzedaży odzieży.

W latach 2023-2027 najwyższy średni roczny wzrost sprzedaży odzieży - w wysokości 6,7% - będzie dotyczył rynków Afryki.

W latach 2023-2027 najwyższy średni roczny wzrost sprzedaży odzieży - w wysokości 6,7% - będzie dotyczył rynków Afryki.

Rynek odzieży na świecie – sprzedaż wg kontynentów (mld EUR)



Źródło: Statista



Rynek odzieży na świecie – sprzedaż wg kategorii (mld EUR)

	2018	2021	2022(P)	2023(P)	2027(P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-27)
Odzież damska	690,0	680,0	750,0	880,0	960,0	2,1%	0,9%	5,1%
Odzież męska	440,0	430,0	470,0	560,0	610,0	2,2%	0,7%	5,4%
Odzież dziecięca	210,0	200,0	230,0	260,0	280,0	2,4%	1,5%	4,0%
Suma	1 340,0	1 310,0	1 450,0	1 700,0	1 850,0	2,2%	0,9%	5,0%

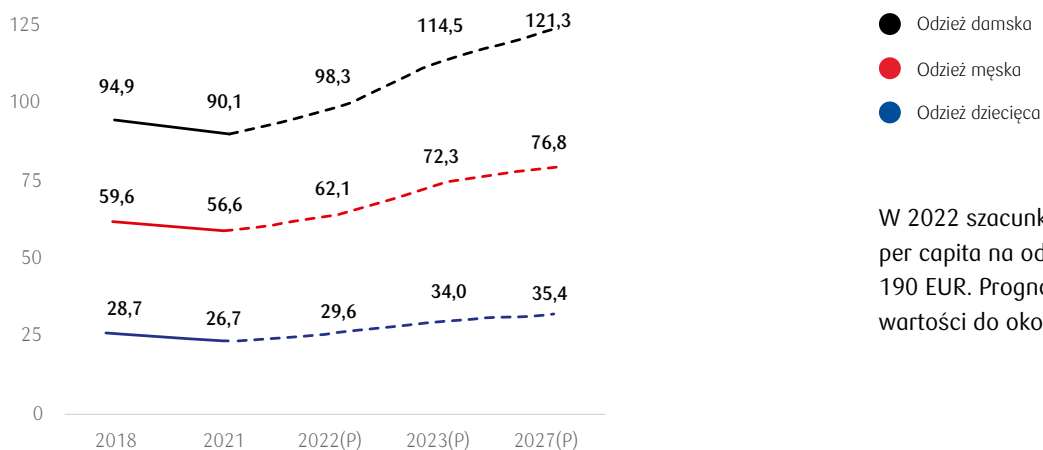
Źródło: Statista

Od lat największy udział w rynku ma segment odzieży damskiej, którego szacunkowa sprzedaż na świecie w 2023 będzie stanowiła 51,8% całkowitej sprzedaży branży i udział ten pozostanie na bardzo zbliżonym poziomie (51,9%) w 2027.

W latach 2023-2027 odzież męska będzie segmentem rynku o najwyższym średnim rocznym tempie wzrostu (z CARG 5,4%), szybszym od średniego wzrostu o 5,0% rocznie – przewidywanego w tym okresie dla odzieży ogółem.

Natomiast najniższy średni roczny wzrost odnotowany będzie w latach 2023-2027 dla segmentu odzieży dziecięcej – i wyniesie on 4,0%.

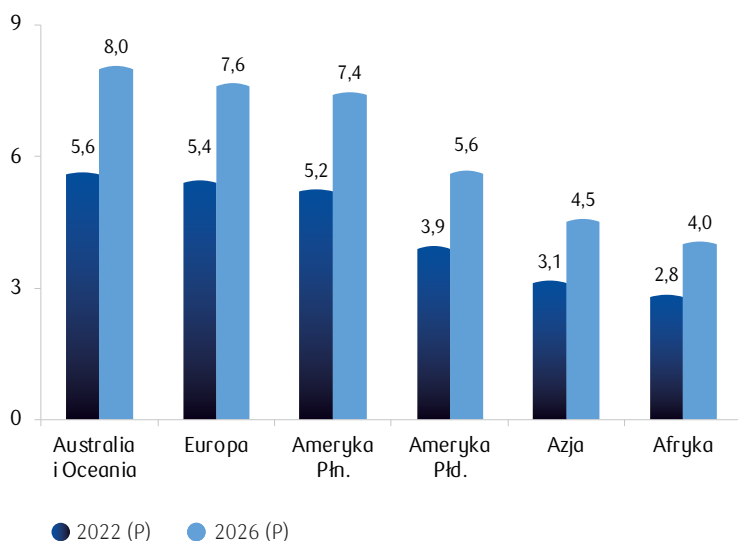
Wydatki per capita na światowym rynku odzieży (EUR)



W 2022 szacunkowe przeciętne wydatki per capita na odzież na świecie wyniosły 190 EUR. Prognozowany jest wzrost tej wartości do około 234 EUR w 2027.

Źródło: Statista

Udział odzieży ze zrównoważonych źródeł wg kontynentów (%)

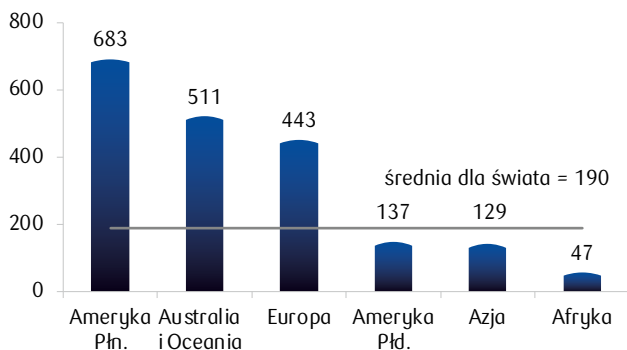


Według szacunków Statystyki, w 2022 kontynentem z najwyższym udziałem odzieży uzyskiwanej ze zrównoważonych źródeł była Australia i Oceania (5,6%), natomiast w Afryce, gdzie udział był najniższy – nie przekraczał 3%.

Średnia dla świata w 2022 ukształtowała się na poziomie 4,3%. Do 2026 kolejność kontynentów wg tego wskaźnika nie zmieni się i na wszystkich notowany będzie trend wzrostowy. Globalnie indeks ma zwiększyć się do 6,1%.

Źródło: Statista

Szacunkowe wydatki per capita na odzież wg kontynentów w 2022 (EUR)



Źródło: Statista

Statista szacuje, że w podziale na kontynenty najczęściej per capita na zakup odzieży przeznaczyci w 2022 mieszkańcy Ameryki Północnej (683 EUR) oraz Australii i Oceanii (511 EUR), podczas gdy wydatki te były najniższe w Afryce (47 EUR), a nieco niższe od światowej średniej w Azji (129 EUR) i w Ameryce Południowej (137 EUR) – ze względu na niski średni poziom dochodów mieszkańców tych kontynentów. Na przeciętny poziom

wydatków na odzież znacząco wpływają również strefy klimatyczne występujące na danym kontynencie oraz zmienność warunków atmosferycznych w ciągu roku, która wymaga posiadania większej liczby zróżnicowanych kompletów odzieży.

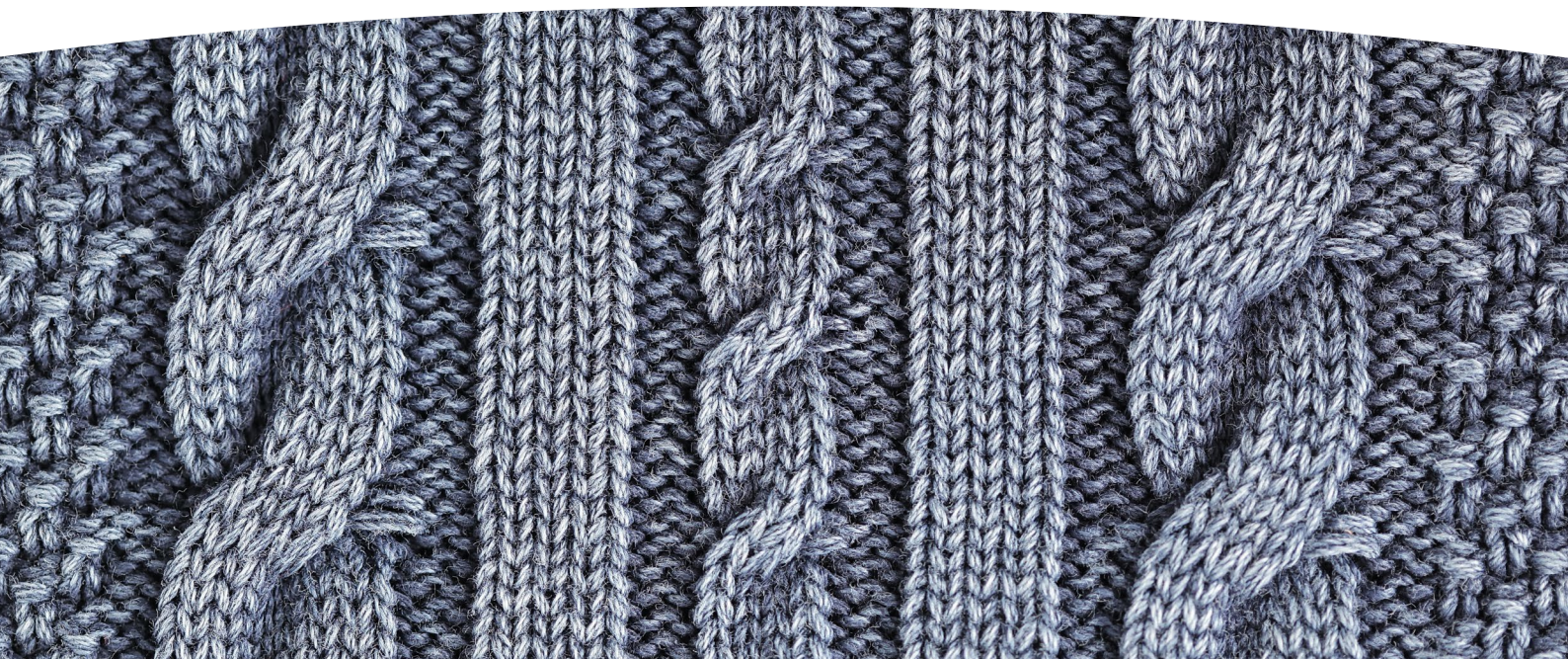
W podziale na kraje w 2022 światowymi liderami wydatków na odzież per capita byli mieszkańcy Hongkongu (3030 EUR), a następnie Szwajcarzy (1170 EUR) oraz Norwegowie (1120 EUR).

Progniza

Statista podaje również, że w skali świata udział odzieży luksusowej w latach 2022-2026 pozostanie niewielki i utrzyma się na średnim poziomie około 5%.

Przy czym, w podziale na kontynenty, będzie on najwyższy w Australii i Oceanii – osiągając 10% w 2022 i wzrastając do 11% w 2026. Natomiast najniższe wartości wskaźnika notowane były i będą w Afryce oraz w Ameryce Południowej.

Na obu tych kontynentach odzież luksusowa będzie stanowić zaledwie 1% odzieży ogółem w całym okresie 2022-2026.



Top 5 krajów na świecie pod względem sprzedaży odzieży (mld EUR)

	2020	2021	2022(P)	2023(P)	2027(P)
Stany Zjednoczone	259,7	268,3	295,2	335,4	354,6
Chiny	224,5	256,3	271,1	310,4	359,1
Wielka Brytania	58,5	61,8	82,9	94,1	105,0
Japonia	58,3	64,1	71,8	86,6	93,8
Indie	58,3	64,5	69,4	83,0	93,1

Źródło: Statista

Największym rynkiem na świecie w 2022 były Stany Zjednoczone, gdzie sprzedaż odzieży oszacowano na 295,2 mld EUR, co stanowiło 20,4% wartości dla świata.

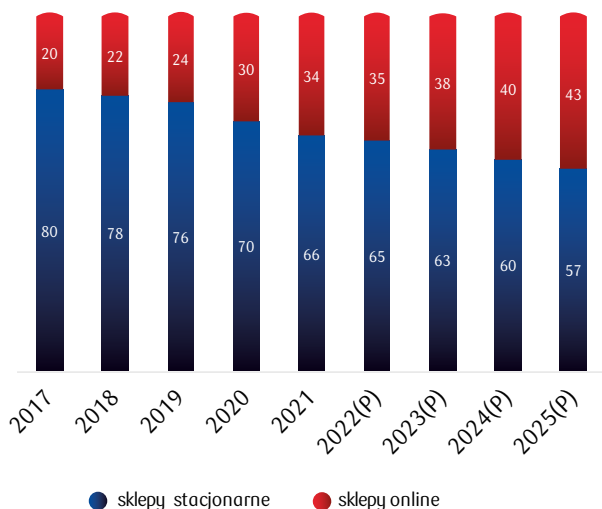
Progniza

Według prognoz Statisty, sytuacja zmieni się do 2027, kiedy to **Chiny zostaną globalnym liderem na rynku odzieżowym – ze sprzedażą w wysokości ponad 359 mld EUR i z udziałem na poziomie 19,4%.**

Progniza

Wysoką dynamikę rynku będą mieć również Chiny (32,5%) oraz Japonia (30,6%), natomiast w pozostałych dwóch krajach łączny wzrost w tym okresie będzie oscylował między 20% a 27%. Spośród pięciu wymienionych rynków, najwyższą dynamiką wzrostu w latach 2023-2027 będzie się charakteryzować Wielka Brytania, w której wartość rynku w 2027 przewyższy poziom z 2022 o 34,1%.

Struktura sprzedaży odzieży na świecie wg kanałów dystrybucji (%)



Źródło: Statista

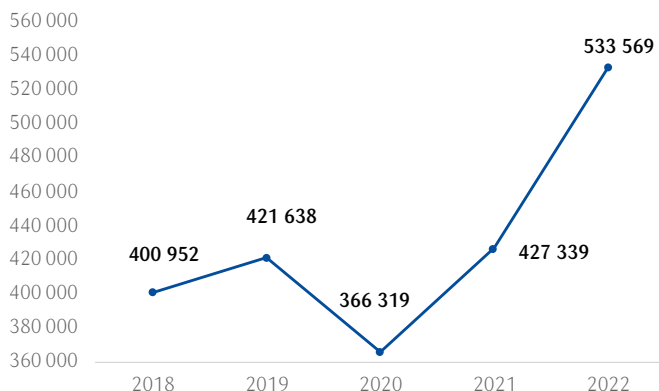
Według szacunków Statisty, 35% przychodów ze sprzedaży odzieży w 2022 pochodziło ze sklepów online.

Progniza

Prognozowany jest dalszy wzrost zainteresowania tym kanałem dystrybucji i zwiększenie jego udziału do 43% w 2025.

Światowy eksport odzieży (HS 61 i 62)

Eksport odzieży na świecie (mln EUR)

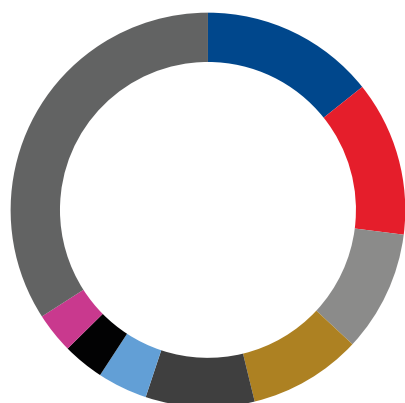


Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

W latach 2020-2021 światowy eksport odzieży odnotował średni roczny wzrost o 0,7% – do ponad 427,3 mld EUR w 2021, przy czym wskutek pandemii

COVID-19 w 2020 nastąpiło załamanie światowego eksportu (spadek o 13,1%). W 2022 zanotowano już jego znaczące odbicie o 24,9% do 533,6 mld EUR.

Struktura światowego eksportu odzieży wg rodzaju w 2022



- **14,1%** – Zestawy ubraniowe, odzieżowe, żakiety, blezery, suknie, spódnice, spódnice-spodnie, spodnie, ogrodniczki, bryczesy i szorty (bez kqp.), damskie lub dziewczęce
- **13,2%** – Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane
- **10%** – T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane
- **9,5%** – Zestawy ubraniowe, odzieżowe, marynarki, blezery, spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty (bez kąpielowych), męskie lub chłopięce
- **8,2%** – Zestawy ubraniowe, odzieżowe, żakiety, blezery, suknie, spódnice, spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty (bez kqp.), damskie lub dziewczęce, dziane
- **4,1%** – Palta, kurtki 3/4, peleryny, skafandry „anoraki” (włącz. z narciarskimi), wiatrówki, kurtki od wiatru i podobne art., damskie lub dziewcz., inne niż w poz. 6204
- **3,5%** – Zestawy ubraniowe, odzieżowe, marynarki, blezery, spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty (bez kąpielowych), męskie lub chłopięce, dziane
- **3,1%** – Palta, kurtki 3/4, peleryny, skafandry „anoraki” (włącz. z narciarskimi), wiatrówki, kurtki od wiatru i podobne art., damskie lub dziewcz., inne niż w poz. 6204
- **34,2%** – Pozostałe

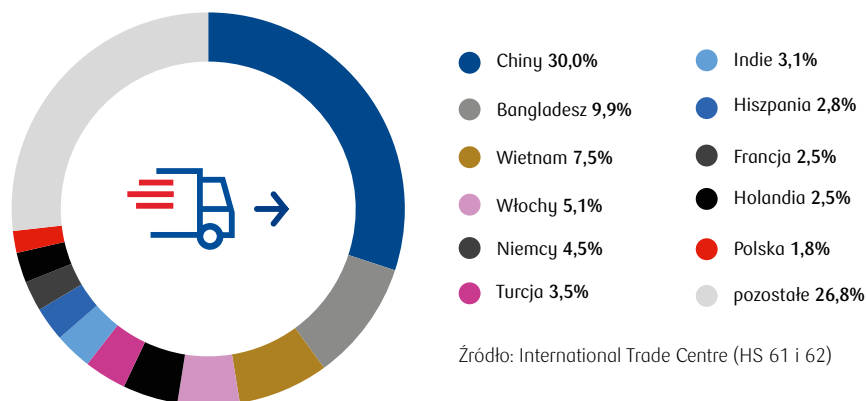
Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Największy udział w światowym eksporcie odzieży (14,1%) ma kategoria: zestawy ubraniowe, odzieżowe, żakiety, blezery, suknie, spódnice, spódnice-

spodnie, spodnie, ogrodniczki, bryczesy i szorty (bez kąpielowych), damskie lub dziewczęce (oznaczona HS 6204).

Kierunki eksportu i importu odzieży (HS 61 i 62)

Struktura światowego eksportu odzieży w 2022



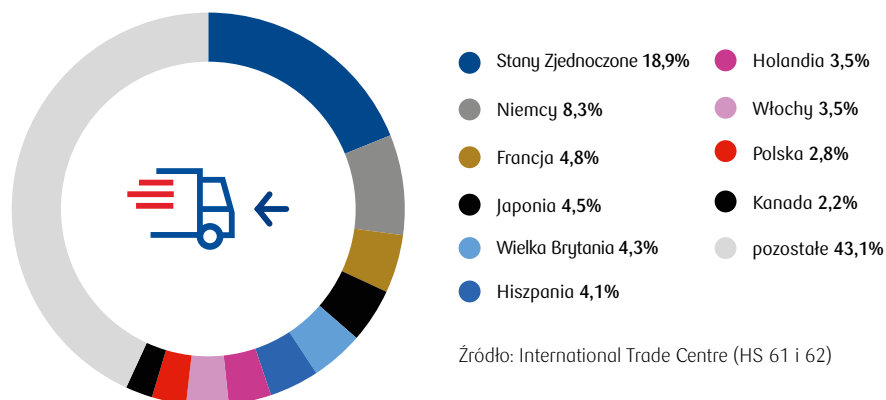
Polska była 12. największym eksporterem odzieży, z udziałem na poziomie 1,8%

- Światowym liderem w eksporcie odzieży były Chiny, które w 2022 sprzedały za granicę odzież o wartości nieco ponad 160,3 mld EUR, osiągając udział w rynku na poziomie 30,0%.

- 10 największych eksporterów odzieży odpowiadało za 71,4% eksportu ogółem w 2022.

- Udział Polski w globalnym eksporcie odzieży wzrósł w latach 2018–2022 z poziomu 1,4% do 1,8%.

Struktura światowego importu odzieży w 2022



Polska była 9. największym importerem odzieży, z udziałem na poziomie 2,8%

- Światowym liderem w imporcie odzieży były Stany Zjednoczone, które w 2022 nabyły z zagranicy odzież o wartości blisko 100,7 mld EUR, osiągając udział w globalnym imporcie w wysokości 18,9%.

- 10 największych importerów odzieży odpowiadało za 56,9% importu ogółem w 2022.

- Udział Polski w światowym imporcie wzrósł w latach 2018–2022 z poziomu 1,9% do 2,8%.

Rynek odzieży w Europie

Rynek odzieży w Europie – sprzedaż wg kategorii (mld EUR)

	2018	2021	2022(P)	2023(P)	2027(P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-27)
Odzież damska	211,1	203,3	204,2	256,8	275,8	1,2%	-2,1%	6,2%
Odzież męska	125,5	120,8	121,4	152,7	163,7	1,5%	-2,0%	6,2%
Odzież dziecięca	52,3	50,2	50,2	62,9	66,7	1,3%	-2,4%	5,8%
Suma	388,9	374,4	375,8	472,4	506,2	1,3%	-2,1%	6,1%

Źródło: Statista

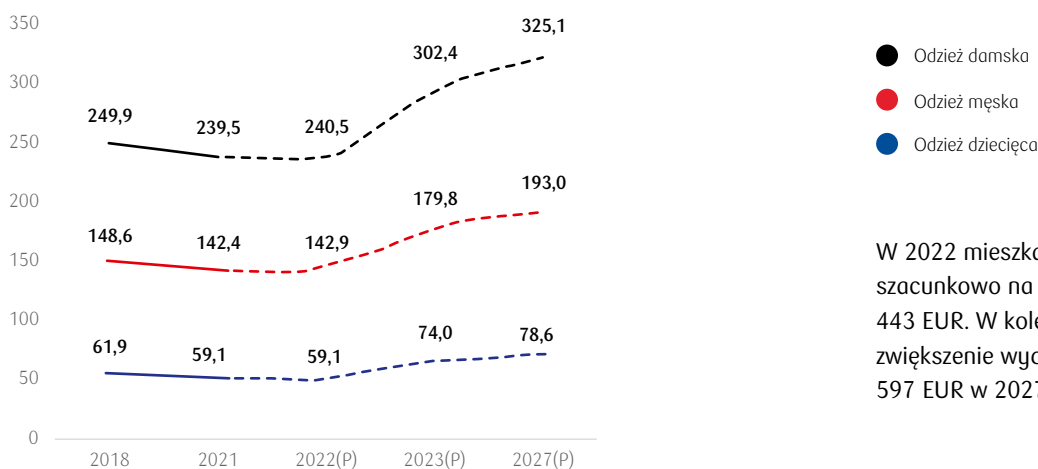
W latach 2018-2019 sprzedaż odzieży w Europie wzrastała średnio o 1,3% rocznie. Pandemia COVID-19 w okresie 2020-2022 wpłynęła bardziej negatywnie na rynek europejski niż średnio na inne regiony świata - zanotowano średni roczny spadek jego wartości o 2,1%. W tym czasie obniżenie sprzedaży odnotowano we wszystkich segmentach rynku odzieży,

w tym najsilniejsze w przypadku odzieży dziecięcej (-2,4%). Według prognoz Statisty, w latach 2023-2027 wartość przychodów całego rynku odzieży w Europie odnotuje dużo szybszy niż przed pandemią wzrost w wysokości 6,1% średnio rocznie, osiągając poziom 506,2 mld EUR w końcu okresu. Najbardziej dynamicznie będą rosły segmenty odzieży damskiej i męskiej

(z CARG 2023-2026 wynoszącym po 6,2%), a sprzedaż tych segmentów w 2027 będzie wyższa od wartości z 2022 o około 35%.

W 2023 największy udział w rynku będzie miał segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w Europie jest przewidywana na 256,8 mld EUR, co stanowi 54,4% rynku.

Wydatki per capita na europejskim rynku odzieży (EUR)



W 2022 mieszkaniec Europy wydał szacunkowo na odzież średnio blisko 443 EUR. W kolejnych latach prognozuje się zwiększenie wydatków na ten cel do prawie 597 EUR w 2027.

Źródło: Statista

Top 5 krajów w Europie pod względem sprzedaży odzieży (mld EUR)

	2020	2021	2022(P)	2023(P)	2027(P)
Wielka Brytania	58,5	64,5	69,4	83,0	93,1
Niemcy	55,8	59,6	58,4	71,8	72,7
Włochy	43,2	45,9	46,6	57,6	56,7
Francja	28,8	31,1	31,8	39,7	40,5
Rosja	26,7	29,5	20,9	30,5	33,2

Źródło: Statista

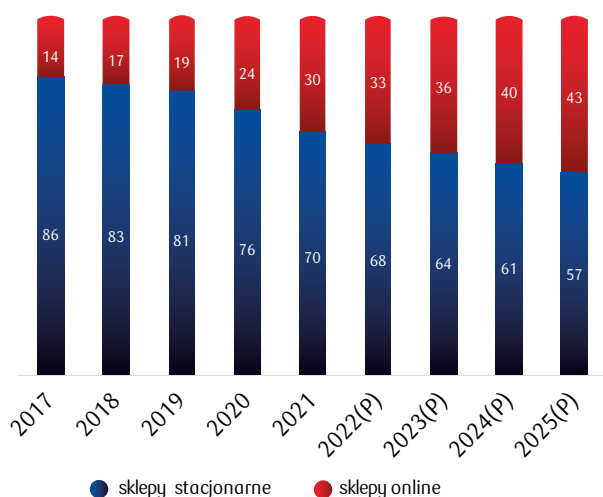
W 2022 najwyższa sprzedaż odzieży wśród krajów europejskich obserwowana była w Wielkiej Brytanii, szacowana na 69,4 mld EUR (co stanowiło 18,5% europejskiego rynku). Prognozowany jest wzrost tej wartości do 93,1 mld EUR w 2027, czyli poziomu o 34,1% wyższego niż w 2022. Najbardziej dynamiczny rozwój spośród tych pięciu rynków pomiędzy rokiem

2022 a 2027 nastąpi w przypadku Rosji, gdzie spodziewany jest wzrost sprzedaży w tym okresie o 59,2% (który w dużej mierze będzie wynikał z bardzo niskiej bazy odniesienia z 2022, w którym prognozowany był spadek wartości rynku w tym kraju o 29,3% r/r). Na drugim biegunie będą Włochy z łącznym wzrostem o 21,6% w kolejnych 5 latach.

Prognoza

Najbardziej dynamiczny rozwój spośród tych pięciu rynków pomiędzy rokiem 2022 a 2027 nastąpi w przypadku Rosji.

Struktura sprzedaży odzieży w Europie wg kanałów dystrybucji (%)



Źródło: Statista

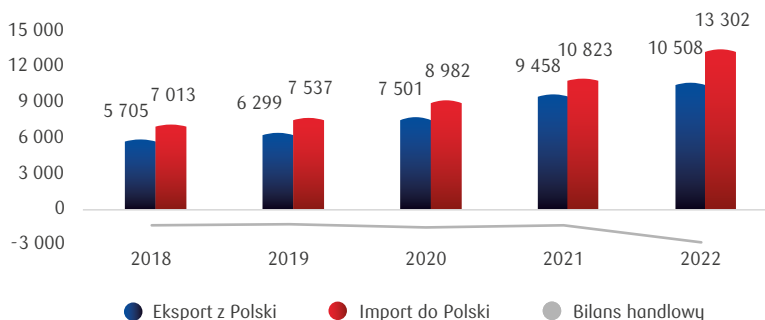
Sklepy online odpowiadały za 33% szacunkowych przychodów ze sprzedaży odzieży w Europie w 2022.

Prognoza

Prognozuje się, że do 2025 udział przychodów z kanałów e-commerce zwiększy się do 43%.

Polski eksport odzieży (CN 61 i 62)

Handel zagraniczny odzieżą w Polsce (mln EUR)



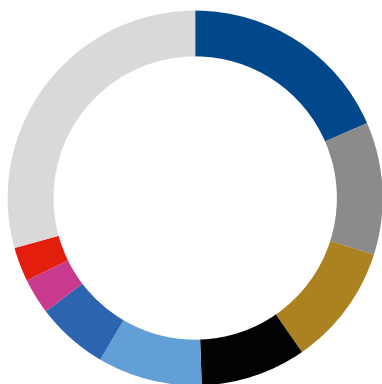
Źródło: GUS (CN 61 i 62)

Eksport odzieży z Polski w latach 2018-2022 wzrósł znacząco (o 84,2%) z poziomu nieco ponad 5,7 mld EUR w 2018 do około 10,5 mld EUR w 2022, a import zwiększył się jeszcze mocniej – odpowiednio o 89,7% z nieznacznie powyżej 7,0 mld EUR do ponad

13,3 mld EUR. Pomimo pandemii w eksporcie i imporcie odzieży umacniały się tendencje wzrostowe. W ciągu ostatnich 5 lat najwyższą roczną dynamikę wzrostu eksportu odzieży zanotowano w 2021 (26,1%), a importu tych

artykułów – w 2022 (22,9%). Przypominamy, że analizując te dane należy pamiętać, że stosunkowo duża część eksportowanej z Polski odzieży pochodzi z importu.

Struktura polskiego eksportu odzieży wg rodzaju w 2022 (4-cyfrowe kody CN)



- **18,5%** – Zestawy ubraniowe, odzieżowe, żakiety, blezery, suknie, spódnice, spódnice-spodnie, spodnie, ogrodniczki, bryczesy i szorty (bez kqp), damskie lub dziewczęce
- **11,4%** – Bluzki, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane
- **10,5%** – Zestawy ubraniowe, odzieżowe, marynarki, blezery, spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty (bez kąpielowych), męskie lub chłopięce
- **9,1%** – Zestawy ubraniowe, odzieżowe, żakiety, blezery, suknie, spódnice, spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty (bez kqp), damskie lub dziewczęce, dziane

- **9,0%** – T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane
- **6,2%** – Palta, kurtki 3/4, peleryny, skafandry „anoraki” (włącz. z narciarskimi), wiatrówki, kurtki od wiatru i podobne art., damskie lub dziewczęce, inne niż w poz. 6204
- **3,1%** – Palta, kurtki 3/4, peleryny, skafandry „anoraki” (włącz. z narciarskimi), wiatrówki, kurtki od wiatru i podobne art., męskie lub chłopięce, inne niż w poz. 6203
- **2,9%** – Bluzki, koszule i bluzki koszulowe, damskie lub dziewczęce
- **29,3%** – Pozostałe

Źródło: GUS (CN 61 i 62)

W klasyfikacji wg 4-cyfrowych kodów CN największą kategorią polskiego eksportu odzieży w 2022 była pozycja 6204 obejmująca: zestawy ubraniowe,

odzieżowe, żakiety, blezery, suknie, spódnice, spódnice-spodnie, spodnie, ogrodniczki, bryczesy i szorty

(bez kąpielowych), damskie lub dziewczęce, i stanowiąca 18,5% polskiego eksportu odzieży ogółem.

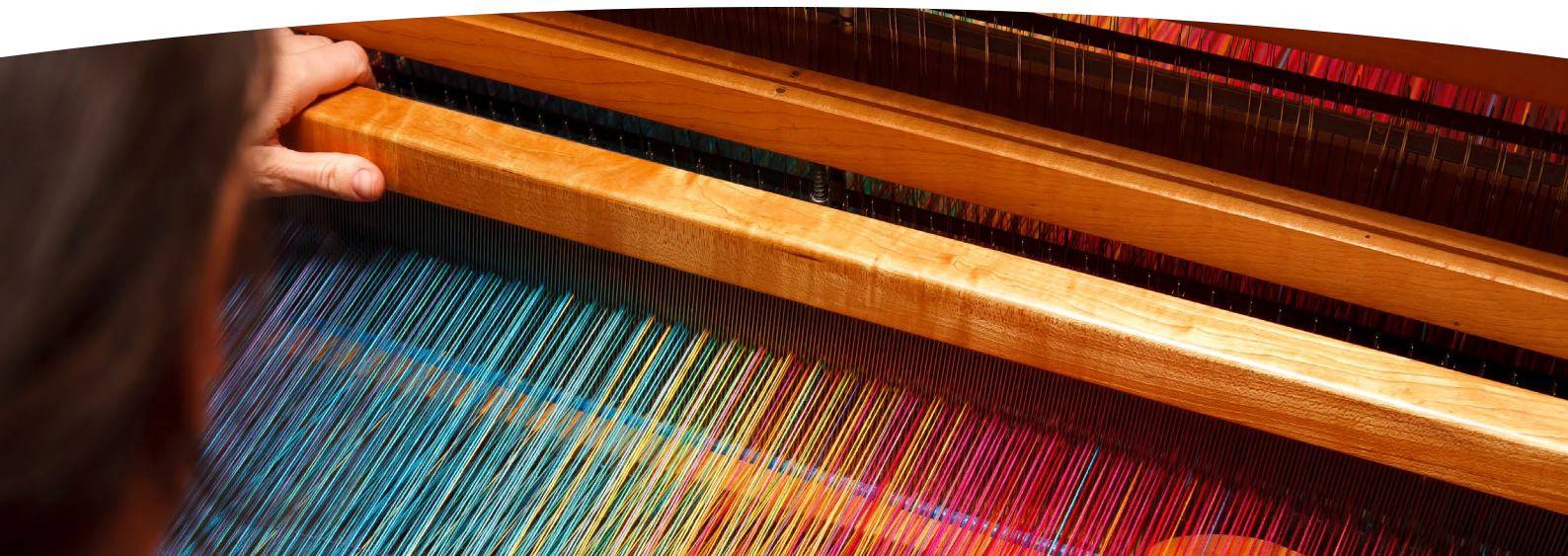
Struktura polskiego eksportu odzieży w 2022 (CN 61 i 62)



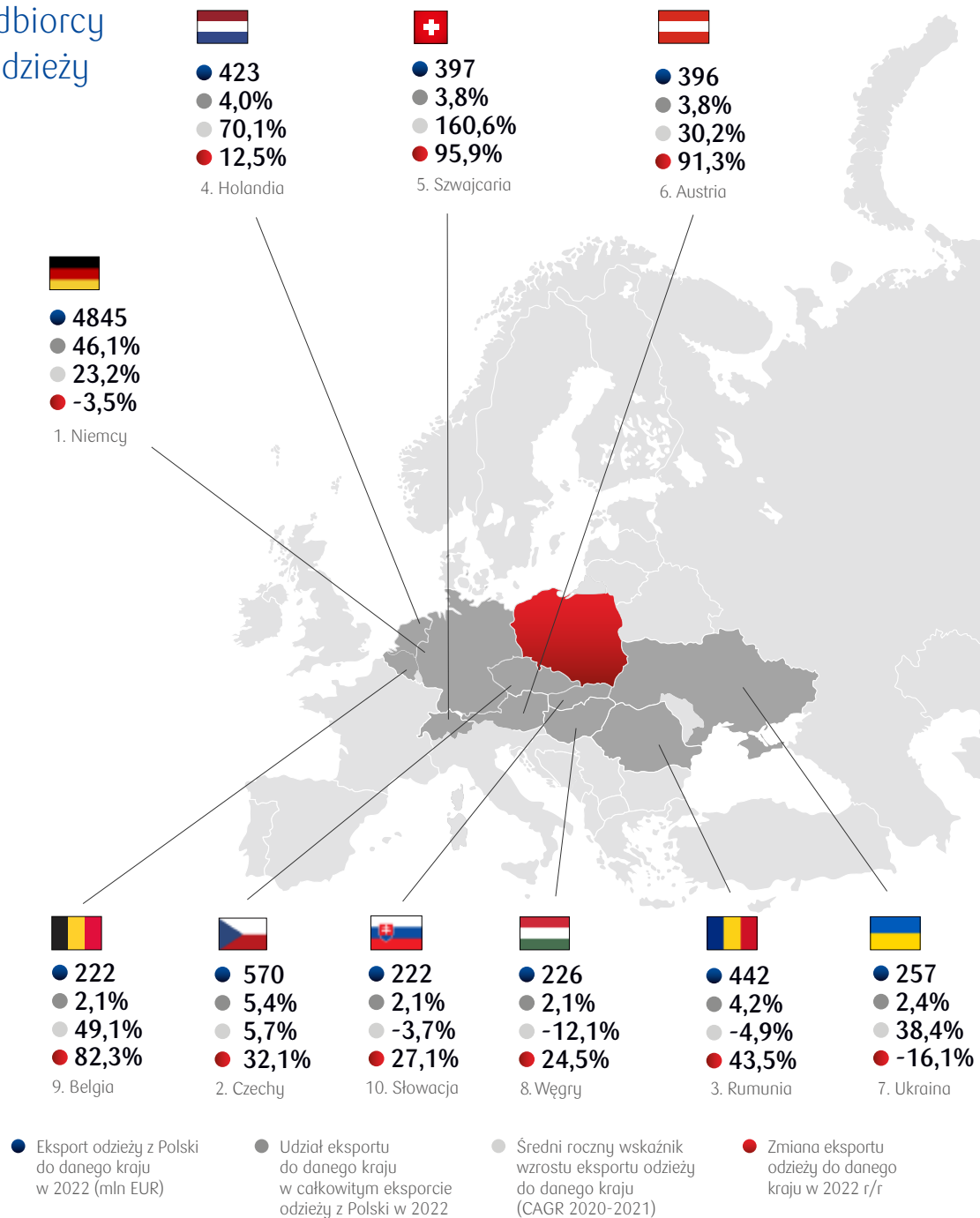
Źródło: GUS (CN 61 i 62)

7,4%	T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
7,6%	Spodnie, spodnie typu „ogrodniczki”, bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny
6,0%	Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
5,9%	Spodnie, spodnie typu „ogrodniczki”, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
5,4%	Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
5,0%	Palta, kurtki 3/4, narciarskie, peleryny, anoraki, wiatrówki i podobne art., dams. lub dziewcz., z włókien chemicznych (z wył.dzianych, poz. 6204)
2,9%	Suknie damskie lub dziewczęce, z włókien syntetycznych
2,7%	Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z bawełny
2,7%	Odzież i dodatki odzieżowe dla niemowląt, dziane, z bawełny
2,6%	Biustonosze, nawet z dzianin
2,4%	Spodnie, spodnie typu „ogrodniczki”, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z włókien syntetycznych
2,3%	Spodnie, spodnie typu „ogrodniczki”, bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z włókien syntetycznych
2,3%	Palta, kurtki 3/4, peleryny, anoraki, kurtki narciar., wiatrówki, podob. art., męsk. l. chłop., z włókien chemicznych (z wył.dzianych, z poz.6203)
2,0%	Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z włókien syntetycznych
2,0%	Suknie, damskie lub dziewczęce, dziane, z włókien syntetycznych
41,0%	Pozostałe

Według 6-cyfrowych kodów CN, największy udział w polskim eksporcie odzieży w 2022 miała kategoria 610910: T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny - z udziałem 7,4%.



Główni odbiorcy polskiej odzieży w 2022



Źródło: GUS (CN 61 i 62)

Głównymi kierunkami eksportowymi dla polskich producentów w 2022 były kraje europejskie. Od lat dominującym odbiorcą są Niemcy, do których w 2022 trafiło 46,1% polskiego eksportu odzieży. Trzej kolejni

odbiorcy w 2022 to: Czechy, Rumunia i Holandia, które nabyły łącznie 13,7% eksportowanej przez Polskę odzieży. Na 10 największych rynków docelowych polskiej branży odzieżowej trafiło 76,1% naszego eksportu tych towarów

w 2022. Roczna dynamika polskiego eksportu odzieży do tych krajów była bardzo zróżnicowana: od ponad 16-procentowego spadku w przypadku Ukrainy – do blisko 96-procentowego wzrostu dla Szwajcarii.

Rozdział 2

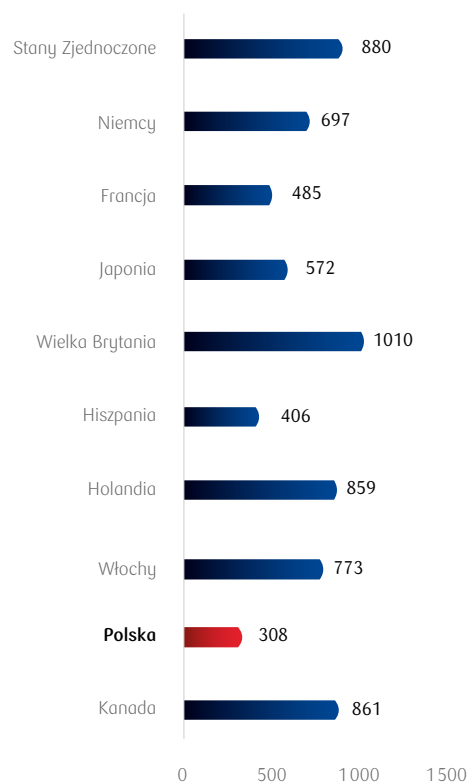
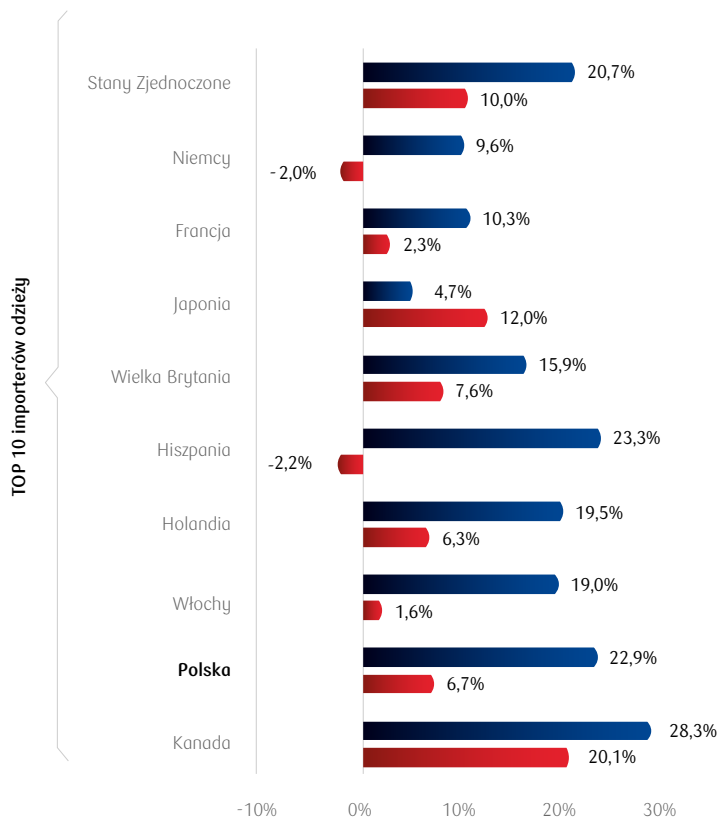
Analiza
konkurencji na rynkach
największych światowych
importerów



Sytuacja na rynkach największych importerów odzieży

Zmiana wielkości rynku (P)
i importu odzieży w 2022
w ujęciu rocznym

Wydatki per capita
na odzież w 2022 (P) (EUR)



- zmiana importu odzieży
- zmiana wielkości rynku odzieży

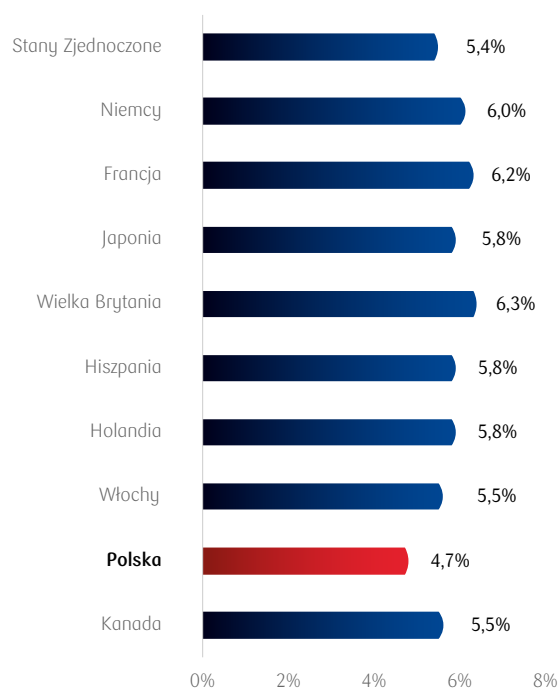
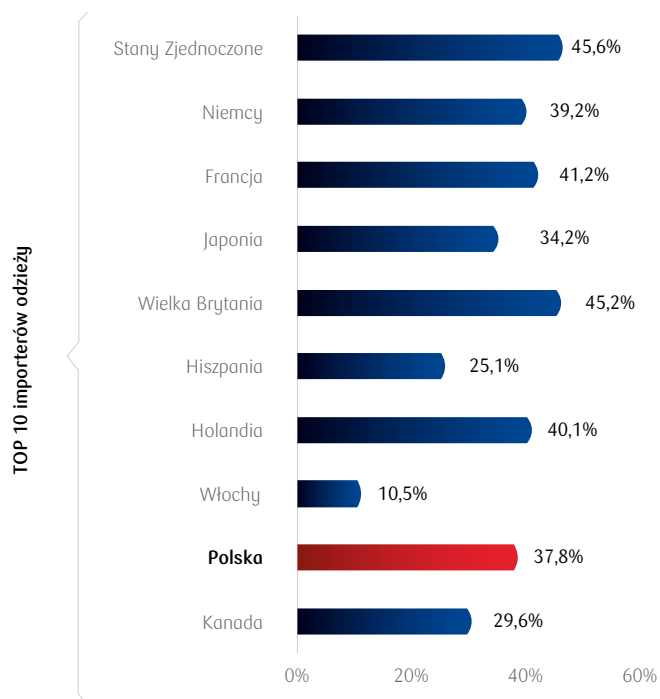
Źródło: GUS (CN 61 i 62), International Trade Centre (HS 61 i 62), Statista

Uwaga

Ranking 10 największych importerów odzieży wyznaczono w oparciu o dane o wielkości importu do poszczególnych krajów w 2022 dostępnych w dniach 22.03.2023, 30.03.2023, 06.04.2023 i 26.05.2023.

Udział kanału online w sprzedaży odzieży w 2022 (P)

Udział odzieży ze zrównoważonych źródeł w 2022 (P)



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62), Statista

Uwaga

Ranking 10 największych importerów odzieży wyznaczono w oparciu o dane o wielkości importu do poszczególnych krajów w 2022 dostępnych w dniach 22.03.2023, 30.03.2023, 06.04.2023 i 26.05.2023.





Analiza konkurencji na rynkach największych światowych importerów – Stany Zjednoczone

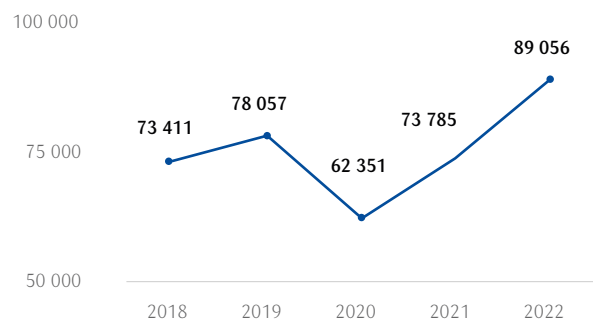
Struktura importu odzieży do Stanów Zjednoczonych w 2022



- 9,7% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
- 6,3% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
- 6,2% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
- 5,8% Spodnie, spodnie typu „ogrodniczki”, bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny
- 5,0% Spodnie, spodnie typu „ogrodniczki”, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
- 2,7% Biustonosze, nawet z dzianin
- 2,6% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z materiałów włókienniczych oprócz bawełny
- 2,4% Spodnie, spodnie typu „ogrodniczki”, bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z włókien syntetycznych
- 2,3% Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z włókien syntetycznych
- 2,2% Koszule męskie lub chłopięce, z bawełny
- 2,0% Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z bawełny
- 52,7% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Stanów Zjednoczonych (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Pandemia COVID-19 wpłynęła na spadek importu odzieży do Stanów Zjednoczonych w latach 2020-2021 średnio o 2,8% rocznie. Natomiast w 2022 zanotowano wzrost importu aż o 20,7% r/r do poziomu blisko 89,1 mld EUR.



Top 10 dostawców + Polska (2022)

Lp.	Kraj	Udział	mIn EUR		2022 r/r
1.	Chiny	22,4%	19 989,6	↑	7,6%
2.	Wietnam	17,9%	15 947,8	↑	25,1%
3.	Bangladesz	9,3%	8 306,4	↑	34,8%
4.	Indie	5,7%	5 076,0	↑	33,7%
5.	Indonezja	5,6%	5 004,9	↑	35,0%
6.	Kambodża	4,4%	3 918,0	↑	24,7%
7.	Honduras	3,2%	2 884,2	↑	19,4%
8.	Meksyk	3,1%	2 788,3	↑	9,9%
9.	Pakistan	2,8%	2 515,3	↑	23,4%
10.	Nikaragua	2,8%	2 468,2	↑	42,2%
...					
46.	Polska	0,04%	38,8	↑	30,1%

Import USA – 89 056 mln EUR

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

W strukturze amerykańskiego importu odzieży najwyższą pozycję zajmowały w 2022 Chiny z udziałem wynoszącym 22,4%.

Odzież importowana z Polski o wartości 38,8 mln EUR stanowiła w 2022 jedynie 0,04% importu odzieży do Stanów Zjednoczonych, co dało Polsce dalekie 46. miejsce wśród dostawców na ten rynek.

Rynek odzieży w Stanach Zjednoczonych

Rynek odzieży w Stanach Zjednoczonych – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2021	2022(P)	2023(P)	2027(P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-27)
Odzież damska	139,1	140,2	154,2	175,3	185,7	3,2%	1,0%	3,8%
Odzież męska	85,4	86,3	95,1	108,2	114,9	3,1%	1,1%	3,9%
Odzież dziecięca	42,3	41,9	45,9	51,8	54,0	2,3%	0,5%	3,3%
Suma	266,9	268,3	295,2	335,4	354,6	3,0%	1,0%	3,7%

Źródło: Statista

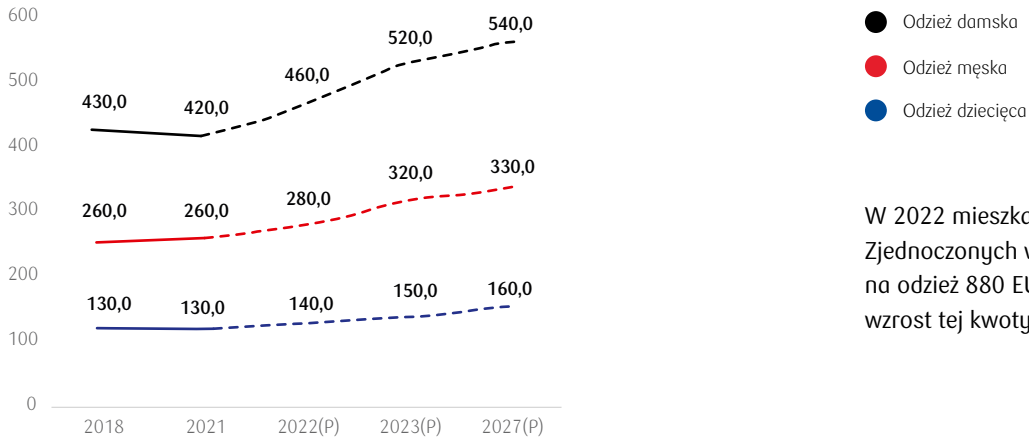
W latach 2018-2019 rynek odzieży w Stanach Zjednoczonych zwiększał się średnio o 3,0% rocznie. Pandemia COVID-19 wywołała spowolnienie wzrostu do średnio 1,0% rocznie

w kolejnych trzech latach (CAGR 2020-2022). Statista przewiduje, że w następnych latach dynamika ta odbije do 3,7% rocznie (CAGR 2023-2027).

Segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w 2023 w Stanach Zjednoczonych jest przewidywana na 175,3 mld EUR, będzie stanowił 52,3% całkowitej sprzedaży branży.



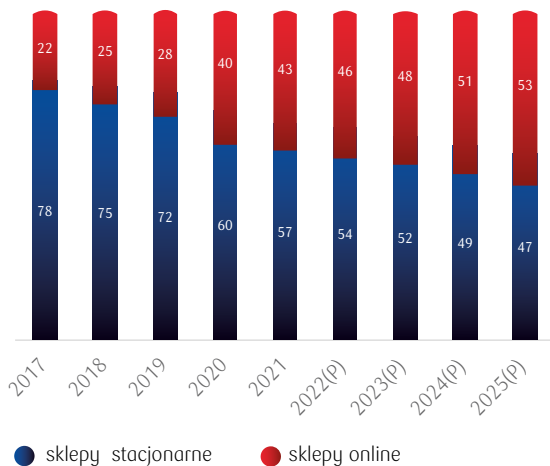
Wydatki per capita na amerykańskim rynku odzieży (EUR)



W 2022 mieszkaniec Stanów Zjednoczonych wydał szacunkowo na odzież 880 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do 1030 EUR w 2027.

Źródło: Statista

Struktura sprzedaży odzieży w Stanach Zjednoczonych wg kanałów dystrybucji (%)



Prognoza

Prognozowany jest wzrost udziału tego kanału dystrybucji do 53% w 2025.

Źródło: Statista

Według szacunków Statisty, 46% przychodów ze sprzedaży odzieży w Stanach Zjednoczonych w 2022 pochodziło ze sklepów online.



Analiza konkurencji na rynkach największych światowych importerów – Niemcy

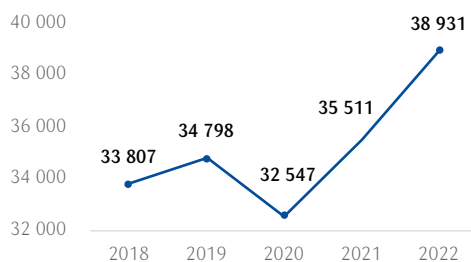
Struktura importu odzieży do Niemiec w 2022



7,8%	T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
7,3%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny
6,5%	Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
5,5%	Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
4,7%	Palta, kurtki 3/4, narciarskie, peleryny, anoraki, wiatrówki i podobne art., dams. lub dziewcz., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, poz. 6204)
4,0%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
3,1%	T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z materiałów włókienniczych oprócz bawełny
3,1%	Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z bawełny
2,5%	Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z włókien syntetycznych
2,5%	Palta, kurtki 3/4, peleryny, anoraki, kurtki narciar., wiatrówki, podob. art., męsk. i chłop., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, z poz. 6203)
2,3%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z włókien syntetycznych
50,6%	Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Niemiec (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Niemiec zanotował w latach 2020-2021 średni wzrost 1,0% rocznie do ponad 35,5 mld EUR, przy czym w samym 2020 obserwowano 6,5-procentowy roczny spadek tego importu

wskutek gwałtownego obniżenia popytu w pierwszym roku pandemii. Rok 2022 przyniósł istotny wzrost importu odzieży o 9,6% r/r do powyżej 38,9 mld EUR.



Top 10 dostawców + Polska (2022)

Lp.	Kraj	Udział	mIn EUR		2022 r/r
1.	Chiny	23,2%	9 016,0	↑	16,2%
2.	Bangladesz	20,8%	8 110,0	↑	22,3%
3.	Turcja	11,0%	4 286,8	↑	16,9%
4.	Wietnam	4,4%	1 731,0	↑	26,9%
5.	Indie	3,9%	1 511,9	↑	13,6%
6.	Włochy	3,8%	1 471,8	↓	-19,8%
7.	Pakistan	3,6%	1 392,8	↑	15,0%
8.	Kambodża	3,4%	1 340,9	↑	18,7%
9.	Mjanma	2,9%	1 121,2	↑	37,7%
10.	Holandia	2,1%	819,9	↓	-28,6%
...
12.	Polska	1,7%	670,6	↓	-39,2%

Import Niemcy – 38 931 mln EUR

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

W strukturze niemieckiego importu odzieży najwyższą pozycję w 2022 zajęły Chiny - z udziałem 23,2%. Odzież importowana z Polski o wartości blisko 0,7 mld EUR w 2022 stanowiła 1,7% importu odzieży do Niemiec, co dało Polsce 12. miejsce wśród dostawców na ten rynek wobec 10. lokaty w 2021. Do obniżenia pozycji Polski w tym rankingu przyczynił się wysoki, ponad 39-procentowy spadek importu odzieży z naszego kraju w 2022.

Rynek odzieży w Niemczech

Rynek odzieży w Niemczech – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2021	2022(P)	2023(P)	2027(P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-27)
Odzież damska	34,1	33,6	32,8	40,3	40,7	0,4%	-1,9%	4,4%
Odzież męska	19,5	19,3	19,0	23,3	23,7	0,8%	-1,6%	4,5%
Odzież dziecięca	6,6	6,8	6,6	8,2	8,4	2,0%	-0,9%	4,8%
Suma	60,2	59,6	58,4	71,8	72,7	0,7%	-1,7%	4,5%

Źródło: Statista

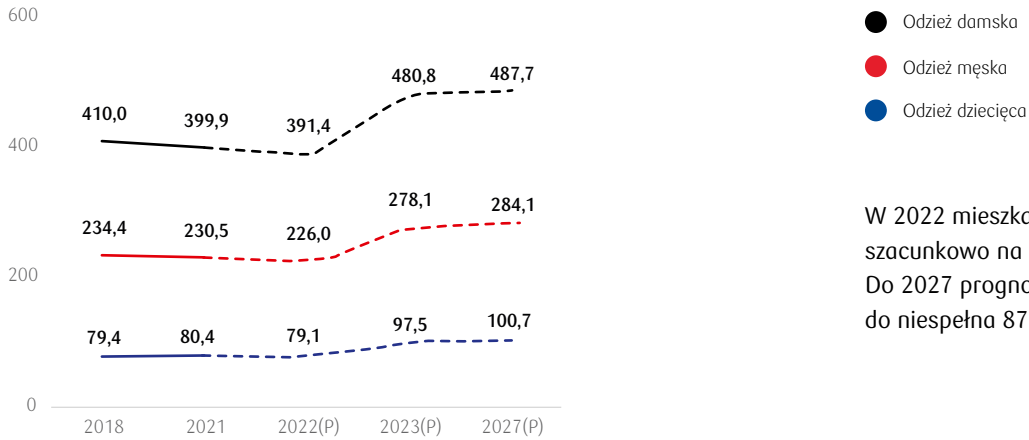
W latach 2018-2019 rynek odzieży w Niemczech zwiększał się średnio o 0,7% rocznie. Pandemia COVID-19 spowodowała spadek tego rynku średnio o 1,7% rocznie

w kolejnych trzech latach (CAGR 2020-2022). Statista przewiduje, że w następnych latach dynamika odbije do 4,5% rocznie (CAGR 2023-2027). Segment odzieży damskiej, którego

sprzedaż w 2023 w Niemczech jest przewidywana na 40,3 mld EUR, będzie stanowił 56,1% całkowitej sprzedaży branży.



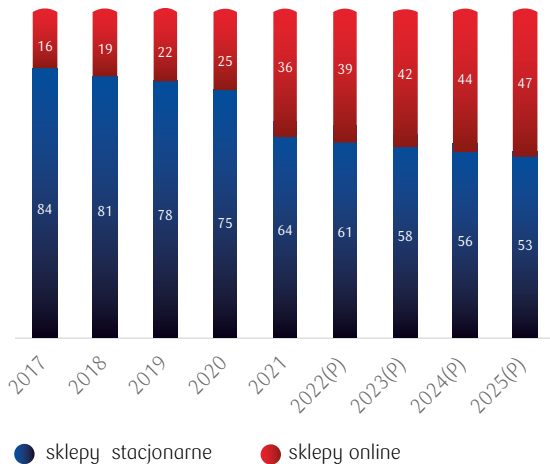
Wydatki per capita na niemieckim rynku odzieży (EUR)



W 2022 mieszkaniec Niemiec wydał szacunkowo na odzież blisko 697 EUR. Do 2027 prognozuje się wzrost tej kwoty do niespełna 873 EUR.

Źródło: Statista

Struktura sprzedaży odzieży w Niemczech wg kanałów dystrybucji (%)



Źródło: Statista

Prognoza

Prognozowany jest wzrost tego udziału do 47% w 2025.

Według szacunków Statisty, 39% przychodów ze sprzedaży odzieży w Niemczech w 2022 pochodziło ze sklepów online.



Analiza konkurencji na rynkach największych światowych importerów – Francja

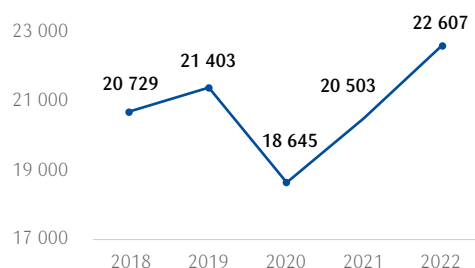
Struktura importu odzieży do Francji w 2022



7,3%	T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
6,0%	Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
5,4%	Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
5,1%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny
4,2%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
3,5%	Palta, kurtki 3/4, narciarskie, peleryny, anoraki, wiatrówki i podobne art., dams. lub dziewcz., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, poz. 6204)
2,9%	T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z materiałów włókienniczych oprócz bawełny
2,3%	Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z bawełny
2,2%	Palta, kurtki 3/4, peleryny, anoraki, kurtki narciar., wiatrówki, podob. art., męsk. i chłop., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, z poz. 6203)
2,1%	Biustonosze, nawet z dzianin
2,0%	Odzież i dodatki odzieżowe dla niemowląt, dziane, z bawełny
57,2%	Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Francji (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Francji zanotował w latach 2020-2021 średni spadek o 2,1% rocznie do nieco ponad 20,5 mld EUR, wskutek pandemii COVID-19. Dopiero 10,3-procentowy

roczny wzrost importu tej kategorii w 2022 spowodował, że wartość importu (22,6 mld EUR) przekroczyła poziom z 2019.



Top 10 dostawców + Polska (2022)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2022 r/r
1.	Chiny	24,5%	5 543,1	↑	2,5%
2.	Bangladesz	16,5%	3 736,5	↑	33,9%
3.	Włochy	8,1%	1 839,0	↑	5,8%
4.	Turcja	6,5%	1 476,0	↑	8,4%
5.	Wietnam	5,3%	1 197,1	↑	22,2%
6.	Indie	4,5%	1 012,1	↑	15,6%
7.	Tunezja	3,8%	856,9	↑	9,3%
8.	Kambodża	3,6%	813,7	↑	14,9%
9.	Maroko	3,2%	727,2	↓	-1,4%
10.	Pakistan	2,5%	556,8	↑	7,7%
...
26.	Polska	0,4%	100,0	↓	-16,2%

Import Francja – 22 607 mln EUR

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Rynek odzieży we Francji

Rynek odzieży we Francji - wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2021	2022(P)	2023(P)	2027(P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-27)
Odzież damska	18,7	17,1	17,6	21,9	22,4	-1,4%	-2,0%	5,0%
Odzież męska	10,3	9,4	9,6	12,0	12,3	-1,8%	-2,1%	5,0%
Odzież dziecięca	5,2	4,6	4,7	5,8	5,7	-2,6%	-2,9%	4,2%
Suma	34,2	31,1	31,8	39,7	40,5	-1,7%	-2,2%	4,9%

Źródło: Statista

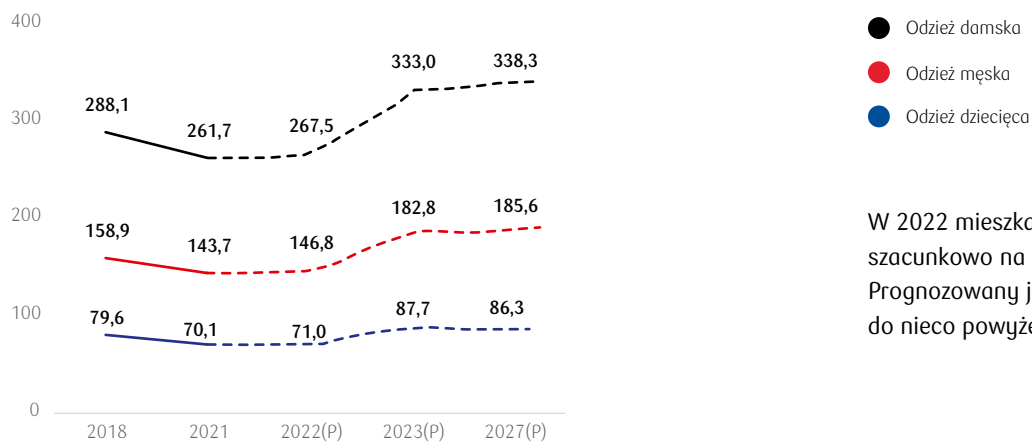
W latach 2018-2019 sprzedaż odzieży we Francji obniżała się średnio o 1,7% rocznie. Pandemia COVID-19 pogłębiła tempo spadku wartości tego rynku do średnio 2,2% rocznie w kolejnych

trzech latach (CAGR 2020-2022). Statista przewiduje, że w następnych latach notowany będzie istotny wzrost o 4,9% rocznie (CAGR 2023-2027). Segment odzieży damskiej, którego

sprzedaż w 2023 we Francji jest przewidywana na 21,9 mld EUR, będzie stanowił 55,2% całkowitej sprzedaży branży.



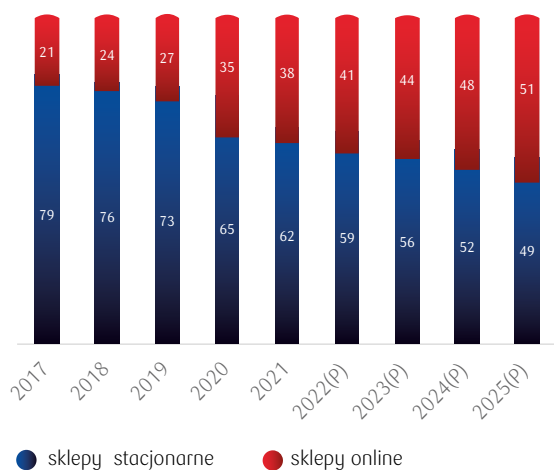
Wydatki per capita na francuskim rynku odzieży (EUR)



W 2022 mieszkaniec Francji wydał szacunkowo na odzież ponad 485 EUR. Prognozowany jest istotny wzrost tej kwoty do nieco powyżej 610 EUR w 2027.

Źródło: Statista

Struktura sprzedaży odzieży we Francji wg kanałów dystrybucji (%)



Prognoza

Prognozowany jest wzrost tego udziału do 51% w 2025.

Źródło: Statista

Według szacunków Statisty, 41% przychodów ze sprzedaży odzieży we Francji w 2022 pochodziło ze sklepów online.



Analiza konkurencji na rynkach największych światowych importerów – Japonia

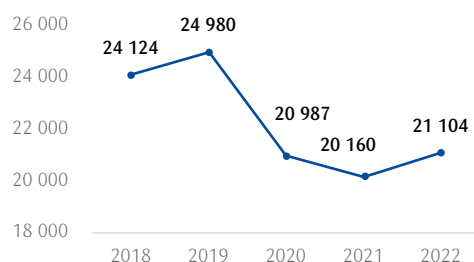
Struktura importu odzieży do Japonii w 2022



9,9%	Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
6,5%	Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
5,3%	T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
3,7%	Palta, kurtki 3/4, narciarskie, peleryny, anoraki, wiatrówki i podobne art., dams. lub dziewcz., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, poz. 6204)
3,4%	Palta, kurtki 3/4, peleryny, anoraki, kurtki narciar., wiatrówki, podob. art., męsk. l. chłop., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, z poz. 6203)
3,3%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z włókien syntetycznych
3,3%	T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z materiałów włókienniczych oprócz bawełny
2,8%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny
2,7%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
2,6%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z włókien syntetycznych
2,1%	Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z włókien syntetycznych
54,5%	Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Japonii (mln EUR)



CAGR
2020-21
-10,2%

2022 r/r
4,7%

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Japonii zanotował w latach 2020-2021 średni spadek o 10,2% rocznie do blisko 20,2 mld EUR, wskutek pandemii.

Mimo 4,7-procentowego wzrostu tego importu w 2022, jego wartość była 3,8 mld EUR niższa niż przed COVID-19, osiągając 21,1 mld EUR.



Top 10 dostawców + Polska (2022)

Lp.	Kraj	Udział	mIn EUR		2022 r/r
1.	Chiny	55,3%	11 675,0	↓	-0,7%
2.	Wietnam	15,9%	3 345,7	↑	14,6%
3.	Bangladesz	5,4%	1 133,5	↑	14,9%
4.	Kambodża	4,8%	1 016,4	↑	8,6%
5.	Mjanma	4,3%	910,3	↑	59,2%
6.	Indonezja	3,1%	656,4	↑	0,4%
7.	Włochy	2,9%	621,7	↑	4,5%
8.	Tajlandia	1,5%	311,7	↑	3,6%
9.	Indie	1,0%	201,7	↑	6,3%
10.	Malezja	0,6%	125,1	↓	-7,0%
...
26.	Polska	0,1%	23,1	↓	-7,8%

Import Japonia – 21 104 mln EUR

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

W strukturze japońskiego importu odzieży w 2022 dominującą pozycję zajmowały Chiny z udziałem wynoszącym 55,3%. Odzież importowana z Polski o wartości 23,1 mln EUR stanowiła w 2022 zaledwie 0,1% importu odzieży do Japonii, co dało Polsce 26. miejsce wśród dostawców na ten rynek.

Rynek odzieży w Japonii

Rynek odzieży w Japonii – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2021	2022(P)	2023(P)	2027(P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-27)
Odzież damska	39,4	35,5	39,8	48,0	51,8	1,7%	-1,9%	5,4%
Odzież męska	24,3	22,4	25,0	30,3	33,1	2,6%	-1,5%	5,8%
Odzież dziecięca	7,0	6,3	7,0	8,4	8,8	1,4%	-2,4%	4,8%
Suma	70,8	64,1	71,8	86,6	93,8	2,0%	-1,8%	5,5%

Źródło: Statista

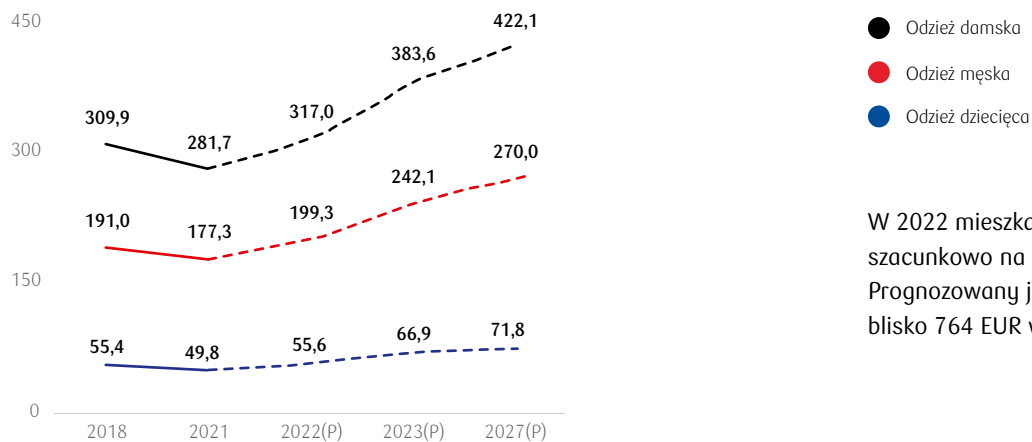
W latach 2018-2019 wartość rynku odzieży w Japonii zwiększała się średnio o 2,0% rocznie. Pandemia COVID-19 wywołała spadek sprzedaży o średnio 1,8% rocznie w kolejnych trzech latach (CAGR 2020-2022).

Statista przewiduje, że w następnych latach dynamika sprzedaży odzieży w Japonii będzie ponad dwukrotnie wyższa od notowanej w latach 2018-2019 i osiągnie średnio 5,5% rocznie (CAGR 2023-2027).

Segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w 2023 w Japonii jest przewidywana na 48,0 mld EUR, będzie stanowił 55,4% całkowitej sprzedaży branży.



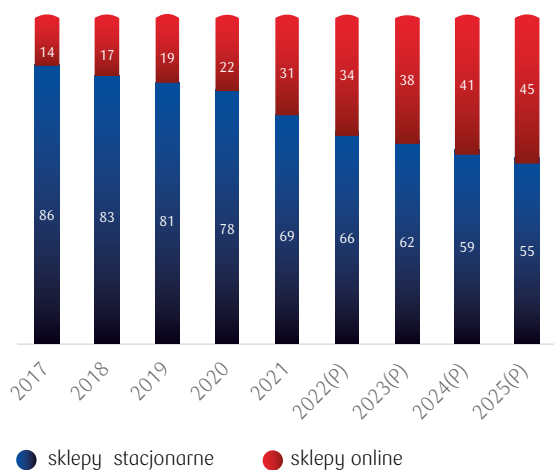
Wydatki per capita na japońskim rynku odzieży (EUR)



W 2022 mieszkaniec Japonii wydał szacunkowo na odzież prawie 572 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do blisko 764 EUR w perspektywie 2027.

Źródło: Statista

Struktura sprzedaży odzieży w Japonii wg kanałów dystrybucji (%)



Źródło: Statista

Prognoza

Prognozowany jest wzrost tego udziału do 45% w 2025.

Według szacunków Statisty, 34% przychodów ze sprzedaży odzieży w Japonii pochodziło w 2022 ze sklepów online.



Analiza konkurencji na rynkach największych światowych importerów – Wielka Brytania

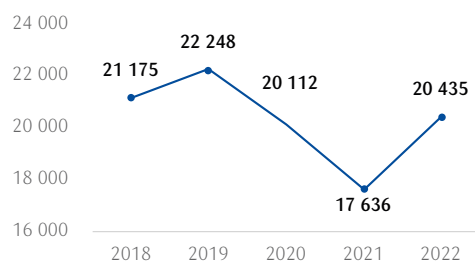
Struktura importu odzieży do Wielkiej Brytanii w 2022



- 7,5% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
- 6,1% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
- 5,4% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
- 3,6% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny
- 3,2% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z materiałów włókienniczych oprócz bawełny
- 3,1% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
- 2,9% Palta, kurtki 3/4, narciarskie, peleryny, anoraki, wiatrówki i podobne art., dams. lub dziewcz., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, poz. 6204)
- 2,6% Palta, kurtki 3/4, peleryny, anoraki, kurtki narciar., wiatrówki, podob. art., męsk. l. chłop., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, z poz. 6203)
- 2,4% Suknie damskie lub dziewczęce, z włókien syntetycznych
- 2,4% Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z bawełny
- 2,3% Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z włókien syntetycznych
- 58,5% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Wielkiej Brytanii (mln EUR)



CAGR
2020-21
-11,0%

2022 r/r
15,9%

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Wskutek pandemii import odzieży do Wielkiej Brytanii zanotował w latach 2020-2021 średni spadek 11,0% rocznie do ponad 17,6 mld EUR.

Mimo znacznego 15,9-procentowego wzrostu tego importu w 2022, jego wartość była nadal o 8,1% niższa niż w 2019.



Top 10 dostawców + Polska (2022)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2022 r/r
1.	Chiny	25,3%	5 175,6	↑	35,9%
2.	Bangladesz	18,6%	3 802,4	↑	49,3%
3.	Turcja	9,2%	1 888,2	↑	30,1%
4.	Indie	5,9%	1 197,9	↑	29,8%
5.	Wietnam	4,9%	991,2	↑	154,1%
6.	Włochy	4,6%	946,5	↓	-33,8%
7.	Kambodża	4,6%	945,7	↑	82,5%
8.	Pakistan	4,5%	910,5	↑	16,4%
9.	Sri Lanka	2,9%	595,9	↑	54,3%
10.	Mjanma	2,2%	454,0	↑	84,8%
...
29.	Polska	0,3%	52,1	↓	-33,7%

Import Wielka Brytania – 20 435 mln EUR

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

W strukturze brytyjskiego importu odzieży w 2022 pierwszą pozycję zajmowały Chiny z udziałem wynoszącym 25,3%. Odzież importowana z Polski o wartości 52,1 mln EUR stanowiła w 2022 zaledwie 0,3% importu odzieży do Wielkiej Brytanii, co dało Polsce 29. miejsce wśród dostawców na ten rynek. Silny spadek importu o 33,7% spowodował spadek Polski w rankingu o 4 lokaty wobec pozycji w 2021.

Rynek odzieży w Wielkiej Brytanii

Rynek odzieży w Wielkiej Brytanii – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2021	2022(P)	2023(P)	2027(P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-27)
Odzież damska	34,2	35,7	38,4	46,0	51,7	2,5%	1,9%	6,1%
Odzież męska	18,7	19,4	20,8	24,9	27,8	2,0%	1,7%	6,0%
Odzież dziecięca	9,1	9,5	10,2	12,2	13,5	3,0%	1,8%	5,7%
Suma	61,9	64,5	69,4	83,0	93,1	2,4%	1,8%	6,0%

Źródło: Statista

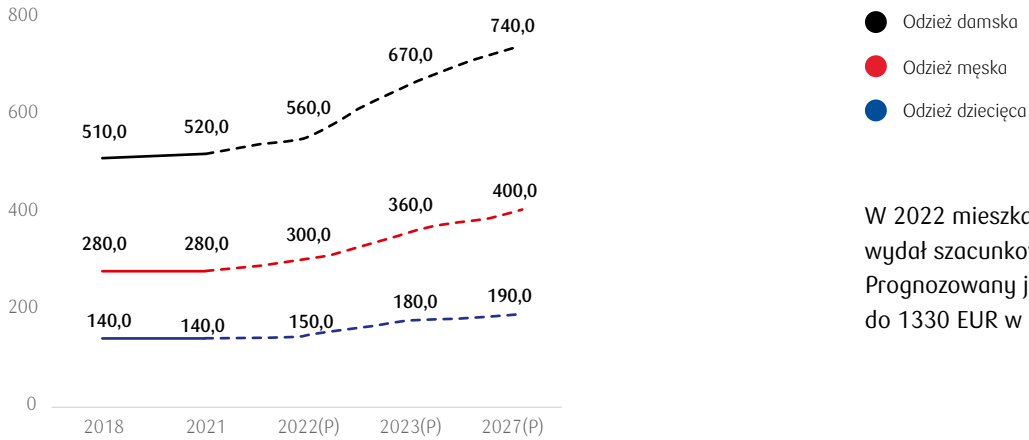
W latach 2018-2019 sprzedaż odzieży w Wielkiej Brytanii zwiększała się średnio o 2,4% rocznie. Pandemia COVID-19 wywołała osłabienie tempa wzrostu wartości rynku do średnio

1,8% rocznie w kolejnych trzech latach (CAGR 2020-2022). Statista przewiduje, że w następnych latach dynamika odbije do 6,0% rocznie (CAGR 2023-2027).

Segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w 2023 w Wielkiej Brytanii jest przewidywana na 46,0 mld EUR, będzie stanowił 55,4% całkowitej sprzedaży branży.



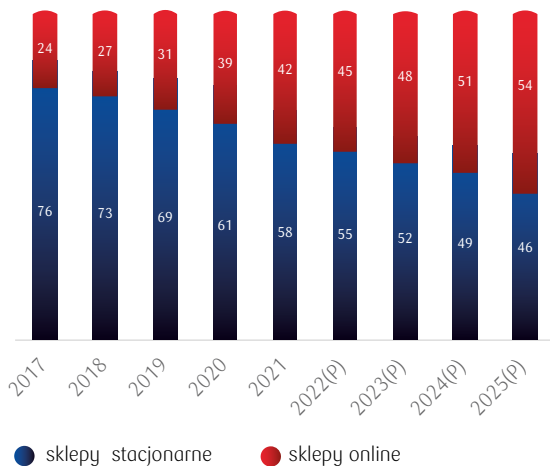
Wydatki per capita na brytyjskim rynku odzieży (EUR)



W 2022 mieszkaniec Wielkiej Brytanii wydał szacunkowo na odzież 1010 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do 1330 EUR w 2027.

Źródło: Statista

Struktura sprzedaży odzieży w Wielkiej Brytanii wg kanałów dystrybucji (%)



Źródło: Statista

Prognoza

Prognozowany jest wzrost tego udziału do 54% w 2025 – najwyższego poziomu spośród 10 analizowanych krajów.

Według szacunków Statisty, 45% przychodów ze sprzedaży odzieży w Wielkiej Brytanii w 2022 pochodziło ze sklepów online.



Analiza konkurencji na rynkach największych światowych importerów – Hiszpania

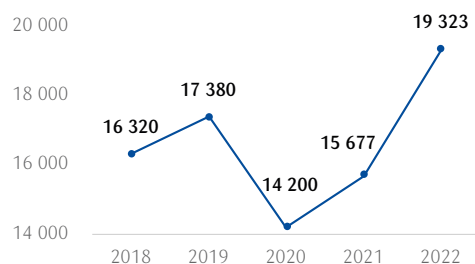
Struktura importu odzieży do Hiszpanii w 2022



7,8%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
7,4%	T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
6,0%	Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
5,4%	Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
5,2%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny
3,6%	Palta, kurtki 3/4, narciarskie, peleryny, anoraki, wiatrówki i podobne art., dams. lub dziewcz., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, poz. 6204)
2,4%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z włókien syntetycznych
2,3%	T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z materiałów włókienniczych oprócz bawełny
2,3%	Palta, kurtki 3/4, peleryny, anoraki, kurtki narciar., wiatrówki, podob. art., męsk. l. chłop., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, z poz. 6203)
2,2%	Bluzki, koszule i bluzki koszulowe, damskie lub dziewczęce, z włókien chemicznych
2,1%	Odzież dziana z włókien chemicznych, pozostała, gdzie indziej niewymieniona
53,3%	Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Hiszpanii (mln EUR)



CAGR
2020-21
-5,0%

2022 r/r
23,3%

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Hiszpanii zanotował w latach 2020-2021 średni spadek o 5,0% rocznie do blisko 15,7 mld EUR, na co wpłynęła pandemia COVID-19.

Natomiast w 2022 nastąpił znaczny wzrost importu o 23,3% r/r do ponad 19,3 mld EUR.



Top 10 dostawców + Polska (2022)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2022 r/r
1.	Bangladesz	15,6%	3 016,7	↑	5,9%
2.	Chiny	14,7%	2 842,3	↑	3,1%
3.	Turcja	11,6%	2 235,1	↓	-10,8%
4.	Maroko	8,7%	1 674,5	↓	-2,6%
5.	Włochy	6,7%	1 303,9	↑	55,0%
6.	Francja	6,7%	1 291,2	↑	198,3%
7.	Niemcy	5,0%	972,9	↑	414,3%
8.	Holandia	4,0%	768,1	↑	117,0%
9.	Pakistan	3,7%	718,1	↑	20,1%
10.	Kambodża	3,5%	669,7	↑	24,8%
...
16.	Polska	1,0%	199,4	↑	235,3%

Import Hiszpania – 19 323 mln EUR

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

W strukturze hiszpańskiego importu odzieży w 2022 najwyższą pozycję zajmował Bangladesz z udziałem wynoszącym 15,6%, niewiele wyższym od 14,7% przypadającego na drugie w rankingu Chiny. Odzież importowana z Polski o wartości 199,4 mln EUR stanowiła w 2022 1,0% importu odzieży do Hiszpanii, co dało Polsce 16. miejsce wśród dostawców na ten rynek. W skali roku wartość importu odzieży z Polski wzrosła ponad 3,3-krotnie, co zapewniło skok w zestawieniu o 5 pozycji.

Rynek odzieży w Hiszpanii

Rynek odzieży w Hiszpanii – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2021	2022(P)	2023(P)	2027(P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-27)
Odzież damska	11,8	10,6	10,4	13,7	13,9	-0,7%	-4,4%	5,9%
Odzież męska	6,9	6,2	6,1	8,0	8,1	-0,9%	-4,4%	5,9%
Odzież dziecięca	3,1	2,6	2,5	3,2	3,0	-3,3%	-6,2%	3,9%
Suma	21,8	19,4	19,0	24,9	24,9	-1,1%	-4,6%	5,6%

Źródło: Statista

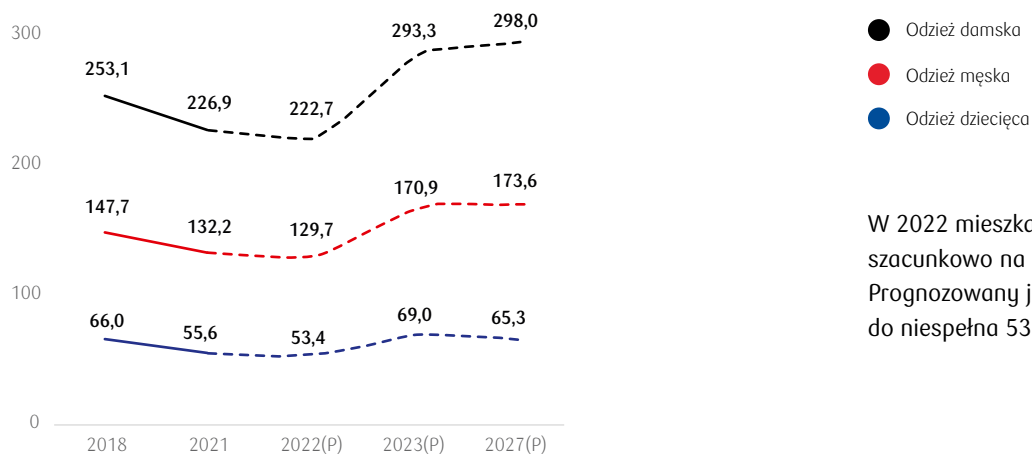
W latach 2018-2019 wartość rynku odzieży w Hiszpanii obniżała się średnio o 1,1% rocznie. Pandemia COVID-19 przyniosła pogłębienie tempa spadku sprzedaży do 4,6% średnio

rocznie w kolejnych trzech latach (CAGR 2020-2022). Statista przewiduje, że w następnych latach dynamika będzie dodatnia i osiągnie średnio 5,6% rocznie (CAGR 2023-2027).

Segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w 2023 w Hiszpanii jest przewidywana na 13,7 mld EUR, będzie stanowił 55,0% całkowitej sprzedaży branży.



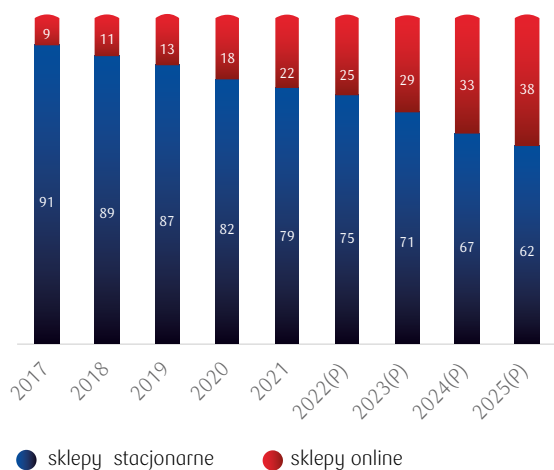
Wydatki per capita na hiszpańskim rynku odzieży (EUR)



W 2022 mieszkaniec Hiszpanii wydał szacunkowo na odzież blisko 406 EUR. Prognozowany jest istotny wzrost tej kwoty do niespełna 537 EUR w 2027.

Źródło: Statista

Struktura sprzedaży odzieży w Hiszpanii wg kanałów dystrybucji (%)



Prognoza

Prognozowany jest wzrost tego udziału do 38% w 2025.

Źródło: Statista

Według szacunków Statisty, 25% przychodów ze sprzedaży odzieży w Hiszpanii w 2022 pochodziło ze sklepów online.



Analiza konkurencji na rynkach największych światowych importerów – Holandia

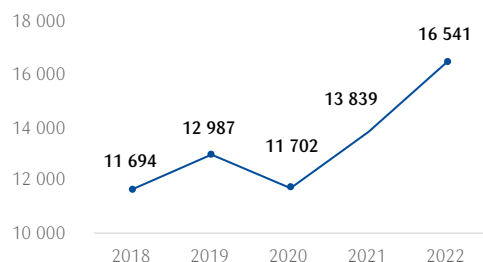
Struktura importu odzieży do Holandii w 2022



7,3%	T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
7,1%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, męskie lub chłpięce, z bawełny
6,5%	Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
5,0%	Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
4,6%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
4,0%	Palta, kurtki 3/4, narciarskie, peleryny, anoraki, wiatrówki i podobne art., dams. lub dziewcz., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, poz. 6204)
3,6%	Palta, kurtki 3/4, peleryny, anoraki, kurtki narciar., wiatrówki, podob. art., męsk. l. chłop., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, z poz. 6203)
2,6%	T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z materiałów włókienniczych oprócz bawełny
2,2%	Skarpety, wyroby pończosznice inne niż z poz. 611530, obuwanie bez nakładanych podeszew, dziane, z bawełny
2,1%	Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z włókien syntetycznych
2,0%	Biustonosze, nawet z dzianin
53,0%	Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Holandii (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Holandii zanotował w latach 2020-2021 średni wzrost 3,2% rocznie do ponad 13,8 mld EUR,

pomimo pandemii. W 2022 nastąpiło istotne przyspieszenie tempa wzrostu tego importu do 19,5% r/r.



Top 10 dostawców (2022)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2022 r/r
1.	Chiny	22,1%	3 662,3	↑	63,4%
2.	Niemcy	16,6%	2 741,0	↑	3,9%
3.	Bangladesz	11,6%	1 922,8	↑	60,9%
4.	Turcja	8,1%	1 341,3	↑	23,0%
5.	Belgia	3,9%	639,2	↓	-4,0%
6.	Wietnam	3,9%	637,3	↑	64,3%
7.	Polska	3,5%	576,3	↑	31,5%
8.	Indie	3,1%	519,9	↑	49,2%
9.	Włochy	3,1%	518,1	↓	-7,2%
10.	Hiszpania	2,3%	378,6	↓	-34,4%

Import Holandia – 16 541 mln EUR

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

W strukturze holenderskiego importu odzieży najwyższą pozycję zajmowały Chiny z udziałem wynoszącym 22,1%. Odzież importowana z Polski o wartości 576,3 mln EUR stanowiła 3,5% importu odzieży do Holandii w 2022, co dało Polsce 7. miejsce wśród dostawców na ten rynek. W skali roku odnotowano wzrost importu odzieży z Polski do Holandii o blisko 1/3.

Rynek odzieży w Holandii

Rynek odzieży w Holandii – wartość przychodów (mld EUR)

	2018	2021	2022(P)	2023(P)	2027(P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-27)
Odzież damska	8,4	8,5	9,0	10,7	11,4	1,8%	1,3%	4,9%
Odzież męska	3,9	3,9	4,1	4,9	5,2	2,5%	1,2%	4,7%
Odzież dziecięca	1,6	1,6	1,7	2,0	2,0	0,6%	0,4%	4,3%
Suma	13,8	13,9	14,8	17,6	18,7	1,8%	1,2%	4,8%

Źródło: Statista

W latach 2018-2019 wartość rynku odzieży w Holandii zwiększała się średnio o 1,8% rocznie. Pandemia COVID-19 spowodowała spowolnienie tempa wzrostu do średnio 1,2% rocznie w kolejnych trzech latach

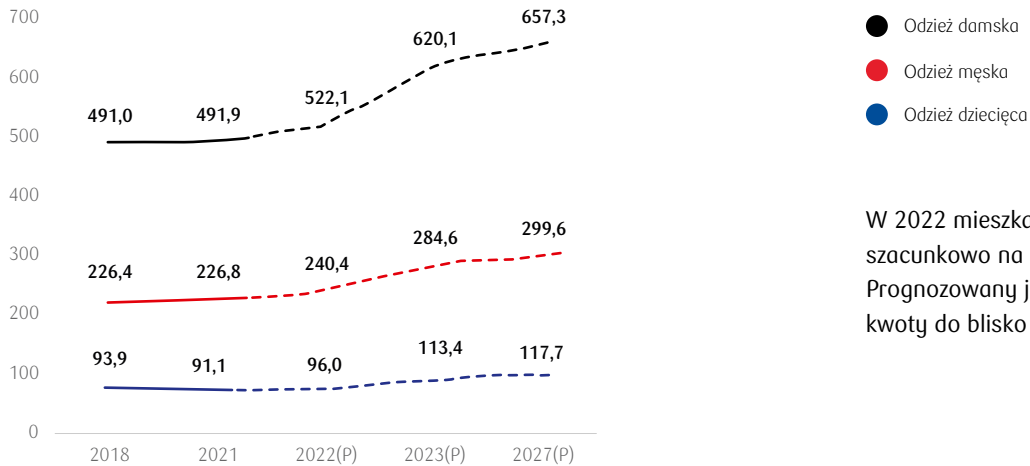
(CAGR 2020-2022). Statista przewiduje, że w następnych latach dynamika przyspieszy do 4,8% rocznie (CAGR 2023-2027).

Segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w 2023 w Holandii jest

przewidywana na 10,7 mld EUR, będzie stanowiła 60,9% całkowitej sprzedaży branży, co będzie najwyższym udziałem notowanym wśród 10 analizowanych krajów.



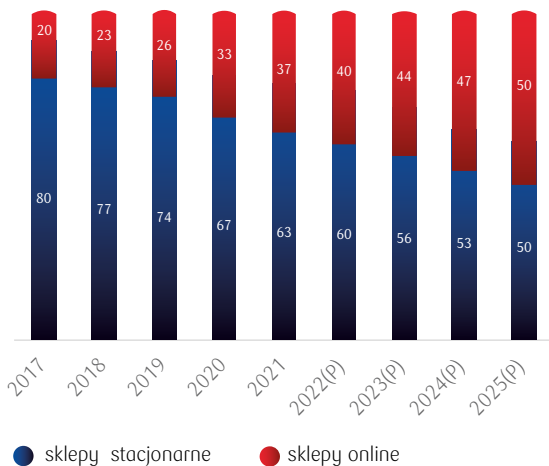
Wydatki per capita na holenderskim rynku odzieży (EUR)



Źródło: Statista

W 2022 mieszkaniec Holandii wydał szacunkowo na odzież prawie 859 EUR. Prognozowany jest znaczący wzrost tej kwoty do blisko 1075 EUR w 2027.

Struktura sprzedaży odzieży w Holandii wg kanałów dystrybucji (%)



Źródło: Statista

Prognoza

Prognozowany jest wzrost tego udziału do 50% w 2025.

Według szacunków Statisty, 40% przychodów ze sprzedaży odzieży w Holandii w 2022 pochodziło ze sklepów online.



Analiza konkurencji na rynkach największych światowych importerów – Włochy

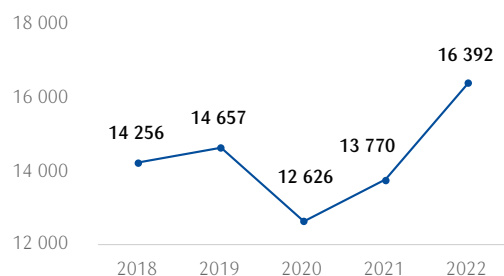
Struktura importu odzieży do Włoch w 2022



- 8,4% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
- 7,7% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
- 5,8% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny
- 4,9% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
- 4,7% Palta, kurtki 3/4, peleryny, anoraki, kurtki narciar., wiatrówki, podob. art., męsk. l. chłop., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, z poz. 6203)
- 4,4% Palta, kurtki 3/4, narciarskie, peleryny, anoraki, wiatrówki i podobne art., dams. lub dziewcz., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, poz. 6204)
- 3,8% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
- 2,1% Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z bawełny
- 2,1% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z materiałów włókienniczych oprócz bawełny
- 2,0% Biustonosze, nawet z dzianin
- 2,0% Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy, szorty, męskie lub chłopięce, dziane, z bawełny
- 52,0% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Włoch (mln EUR)



CAGR
2020-21
-3,1%

2022 r/r
19,0%

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Włoch zanotował w latach 2020-2021 średni spadek 3,1% rocznie do 13,8 mld EUR wskutek

pandemii COVID-19. Natomiast w 2022 import ten odbił o 19,0% r/r.



Top 10 dostawców + Polska (2022)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2022 r/r
1.	Chiny	16,0%	2 623,9	↑	23,0%
2.	Bangladesz	10,5%	1 725,3	↑	43,6%
3.	Hiszpania	9,3%	1 525,1	↑	9,0%
4.	Francja	8,5%	1 391,2	↑	15,9%
5.	Holandia	5,8%	952,2	↑	24,5%
6.	Niemcy	5,7%	937,2	↑	11,7%
7.	Rumunia	4,0%	651,2	↑	33,2%
8.	Belgia	3,8%	620,0	↑	25,6%
9.	Turcja	3,7%	608,9	↑	16,2%
10.	Tunezja	3,3%	534,9	↑	18,8%
...
27.	Polska	0,6%	99,3	↓	-17,4%

Import Włochy – 16 392 mln EUR

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Rynek odzieży we Włoszech

Rynek odzieży we Włoszech – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2021	2022(P)	2023(P)	2027(P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-27)
Odzież damska	25,5	21,8	22,0	27,2	26,6	-0,8%	-3,2%	3,8%
Odzież męska	20,7	18,3	18,7	23,2	23,1	0,8%	-2,3%	4,3%
Odzież dziecięca	6,8	5,8	5,9	7,2	7,0	-0,2%	-3,2%	3,5%
Suma	52,9	45,9	46,6	57,6	56,7	-0,1%	-2,8%	4,0%

Źródło: Statista

W latach 2018-2019 wartość rynku odzieży we Włoszech obniżała się średnio o 0,1% rocznie. Pandemia COVID-19 spowodowała pogłębienie tempa spadku do średnio 2,8% rocznie

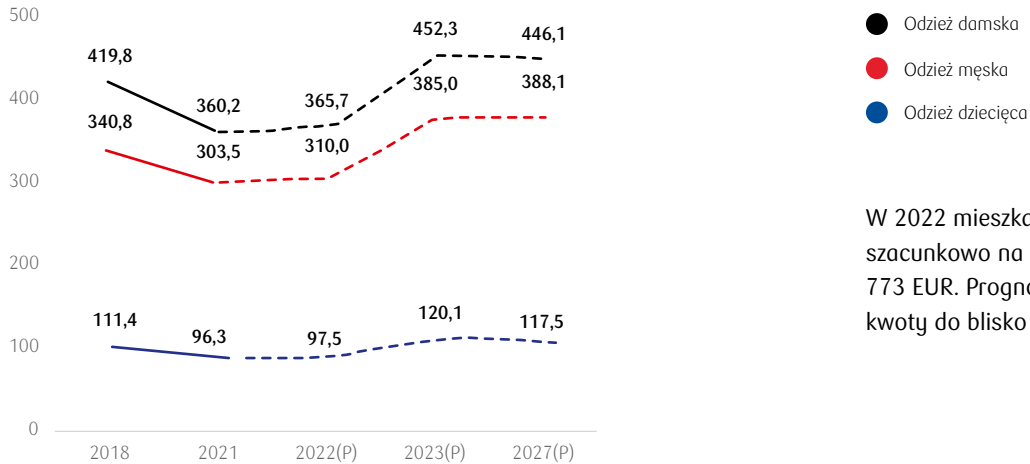
w kolejnych trzech latach (CAGR 2020-2022). Statista przewiduje, że w następnych latach notowany będzie wzrost sprzedaży średnio o 4,0% rocznie (CAGR 2023-2027).

W strukturze importu odzieży do Włoch pierwszą pozycję zajmowały w 2022 Chiny z udziałem wynoszącym 16,0%.

Odzież importowana z Polski o wartości 99,3 mln EUR stanowiła w 2022 jedynie 0,6% importu odzieży do Włoch, co dało Polsce 27. miejsce wśród dostawców na ten rynek. W ciągu roku import odzieży z Polski obniżył się o blisko 1/5.



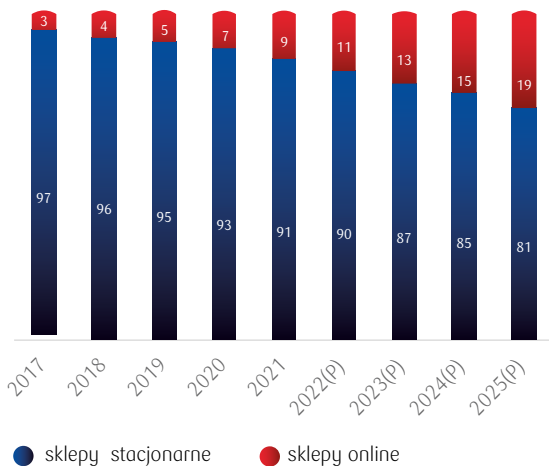
Wydatki per capita na rynku odzieży we Włoszech (EUR)



Źródło: Statista

W 2022 mieszkaniec Włoch wydał szacunkowo na odzież nieco ponad 773 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do blisko 952 EUR w 2027.

Struktura sprzedaży odzieży we Włoszech wg kanałów dystrybucji (%)



Źródło: Statista

Prognoza

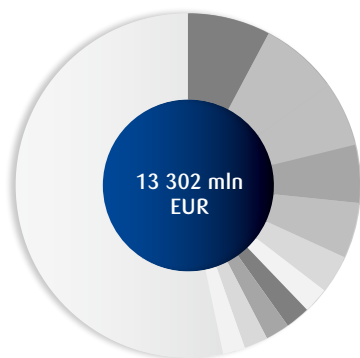
Prognozowany jest wzrost tego udziału do 19% w 2025 i wciąż będzie to minimalny poziom wśród 10 opisywanych największych importerów odzieży.

Według szacunków Statisty, 11% przychodów ze sprzedaży odzieży we Włoszech w 2022 pochodziło ze sklepów online i był to najniższy udział na analizowanych 10 rynkach.



Analiza konkurencji na rynkach największych światowych importerów – Polska

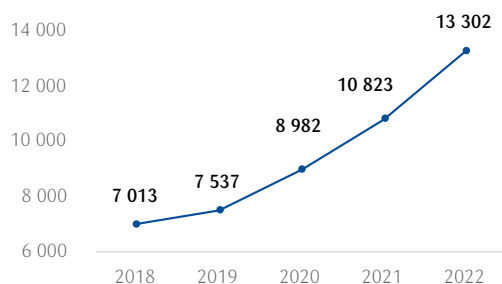
Struktura importu odzieży do Polski w 2022



7,6%	T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
6,0%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny
5,9%	Palta, kurtki 3/4, narciarskie, peleryny, anoraki, wiatrówki i podobne art., dams. lub dziewcz., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, poz. 6204)
5,8%	Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
5,7%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
5,6%	Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
3,0%	Palta, kurtki 3/4, peleryny, anoraki, kurtki narciar., wiatrówki, podob. art., męsk. l. chłop., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, z poz. 6203)
2,5%	Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z bawełny
2,1%	Odzież i dodatki odzieżowe dla niemowląt, dziane, z bawełny
2,1%	Suknie damskie lub dziewczęce, z włókien syntetycznych
2,1%	Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z włókien syntetycznych
51,6%	Pozostałe

Źródło: GUS (CN 61 i 62), International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Polski (mln EUR)



Źródło: GUS (CN 61 i 62)

CAGR
2020-21
19,8%

2022 r/r
22,9%

Import odzieży do Polski zanotował w latach 2020-2021 średni wzrost o 19,8% rocznie do ponad 10,8 mld EUR, pomimo pandemii COVID-19. W 2022 nastąpiło

przyspieszenie tempa wzrostu importu do Polski do 22,9% r/r. Część tych towarów została następnie wyeksportowana.



Top 10 dostawców (2022)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2022 r/r
1.	Chiny	25,8%	3 427,1	↑	21,9%
2.	Bangladesz	24,2%	3 213,6	↑	38,0%
3.	Turcja	8,8%	1 168,9	↑	13,4%
4.	Niemcy	6,7%	896,8	↓	-11,0%
5.	Mjanma	5,8%	765,5	↑	99,3%
6.	Indie	3,6%	484,6	↑	32,1%
7.	Kambodża	3,6%	479,0	↑	22,5%
8.	Wietnam	3,2%	424,1	↑	37,4%
9.	Pakistan	3,1%	416,7	↑	17,0%
10.	Maroko	3,0%	404,8	↑	19,7%

Import Polska – 13 302 mln EUR

Źródło: GUS (CN 61 i 62)

W 2022 utrzymana została 9. pozycja Polski wśród światowych importerów odzieży, podczas gdy w 2019 nasz kraj zajmował 13. lokatę.

W strukturze polskiego importu odzieży pierwszą pozycję w 2022 zajęły Chiny (z udziałem wynoszącym 25,8%), niewiele niższy był udział Bangladeszu (24,2%), a na trzecim miejscu uplasowała się Turcja (8,8%). W 2022 nastąpiły duże zmiany poziomu importu odzieży w grupie top –10 dostawców do Polski.

Rynek odzieży w Polsce

Rynek odzieży w Polsce – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2021	2022(P)	2023(P)	2027(P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-27)
Odzież damska	6,1	5,8	6,2	8,2	10,1	5,5%	-0,9%	10,2%
Odzież męska	3,7	3,6	3,8	5,0	6,2	5,7%	-0,9%	10,2%
Odzież dziecięca	1,5	1,5	1,6	2,1	2,5	8,1%	-0,4%	9,8%
Suma	11,3	10,9	11,6	15,2	18,8	5,9%	-0,8%	10,1%

Źródło: Statista

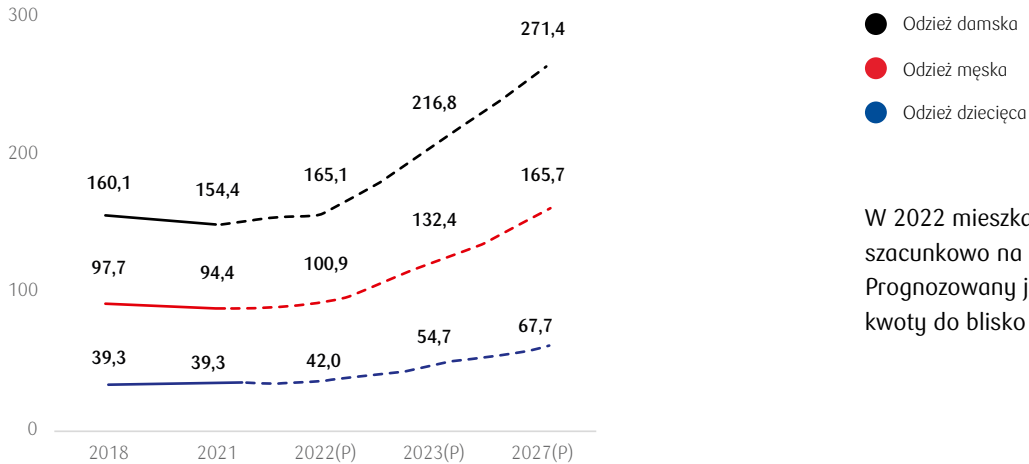
W latach 2018-2019 wartość rynku odzieży w Polsce zwiększała się średnio o 5,9% rocznie. Pandemia COVID-19 wywołała spadek sprzedaży średnio o 0,8% rocznie w kolejnych

trzech latach (CAGR 2020-2022). Statista przewiduje, że w następnych latach dynamika będzie bardzo wysoka i wyniesie 10,1% rocznie (CAGR 2023-2027).

Segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w 2023 w Polsce jest przewidywana na 8,2 mld EUR, będzie stanowić 53,7% całkowitej sprzedaży branży.



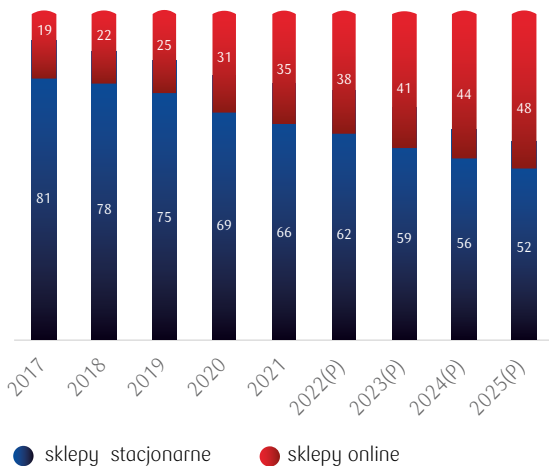
Wydatki per capita na polskim rynku odzieży (EUR)



Źródło: Statista

W 2022 mieszkaniec Polski wydał szacunkowo na odzież 308 EUR. Prognozowany jest znaczny wzrost tej kwoty do blisko 505 EUR w 2027.

Struktura sprzedaży odzieży w Polsce wg kanałów dystrybucji (%)



Źródło: Statista

Prognoza

Prognozowany jest wzrost tego udziału do 48% w 2025.

Według szacunków Statisty, 38% przychodów ze sprzedaży odzieży w Polsce w 2022 pochodziło ze sklepów online.



Analiza konkurencji na rynkach największych światowych importerów – Kanada

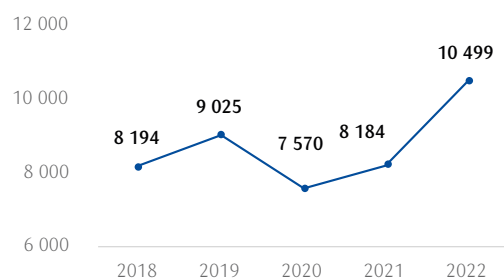
Struktura importu odzieży do Kanady w 2022



7,4%	Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
6,6%	Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
5,4%	T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
4,8%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny
4,4%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
3,9%	Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z włókien syntetycznych
3,4%	Palta, kurtki 3/4, narciarskie, peleryny, anoraki, wiatrówki i podobne art., dams. lub dziewcz., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, poz. 6204)
2,8%	Palta, kurtki 3/4, peleryny, anoraki, kurtki narciar., wiatrówki, podob. art., męsk. l. chłop., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, z poz. 6203)
2,7%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z włókien syntetycznych
2,6%	Biustonosze, nawet z dzianin
2,5%	T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z materiałów włókienniczych oprócz bawełny
53,5%	Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Kanady (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Wskutek pandemii COVID-19 Kanada zanotowała w latach 2020-2021 spadek importu odzieży, który wyniósł średnio 4,8% rocznie, do poziomu

prawie 8,2 mld EUR. Natomiast w 2022 zanotowano gwałtowny wzrost tego importu, przekraczający 28% w skali roku.



Top 10 dostawców + Polska (2022)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR		2022 r/r
1.	Chiny	30,3%	3 178,6	↑	21,2%
2.	Wietnam	14,1%	1 479,4	↑	45,8%
3.	Bangladesz	14,0%	1 465,5	↑	34,9%
4.	Kambodża	10,3%	1 082,5	↑	22,2%
5.	Indie	3,3%	349,2	↑	46,8%
6.	Włochy	2,9%	307,8	↑	24,2%
7.	Indonezja	2,8%	298,7	↑	41,0%
8.	USA	2,3%	244,6	↑	8,0%
9.	Sri Lanka	2,3%	236,4	↑	33,1%
10.	Meksyk	2,1%	218,9	↑	24,6%
...
38.	Polska	0,1%	11,6	↑	54,7%

Import Kanada – 10 499 mln EUR

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

W strukturze kanadyjskiego importu odzieży w 2022 dominującą pozycję zajmowały Chiny z udziałem wynoszącym 30,3%. Odzież importowana z Polski o wartości 11,6 mln EUR stanowiła w 2022 jedynie 0,1% importu odzieży do Kanady, co dało Polsce 38. miejsce wśród dostawców na ten rynek.

W 2022 zanotowano istotny wzrost kanadyjskiego importu odzieży z Polski, prawie o 55%, co poprawiło naszą pozycję w rankingu o 2 miejsca.

Rynek odzieży w Kanadzie

Rynek odzieży w Kanadzie – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2021	2022(P)	2023(P)	2027(P)	CAGR (2018-19)	CAGR (2020-22)	CAGR (2023-27)
Odzież damska	17,0	15,2	18,2	21,3	23,1	0,1%	1,4%	4,8%
Odzież męska	9,8	8,8	10,5	12,4	13,4	-0,1%	1,4%	4,9%
Odzież dziecięca	4,1	3,6	4,3	5,0	5,2	-0,4%	0,7%	4,1%
Suma	30,8	27,5	33,0	38,7	41,7	0,0%	1,3%	4,8%

Źródło: Statista

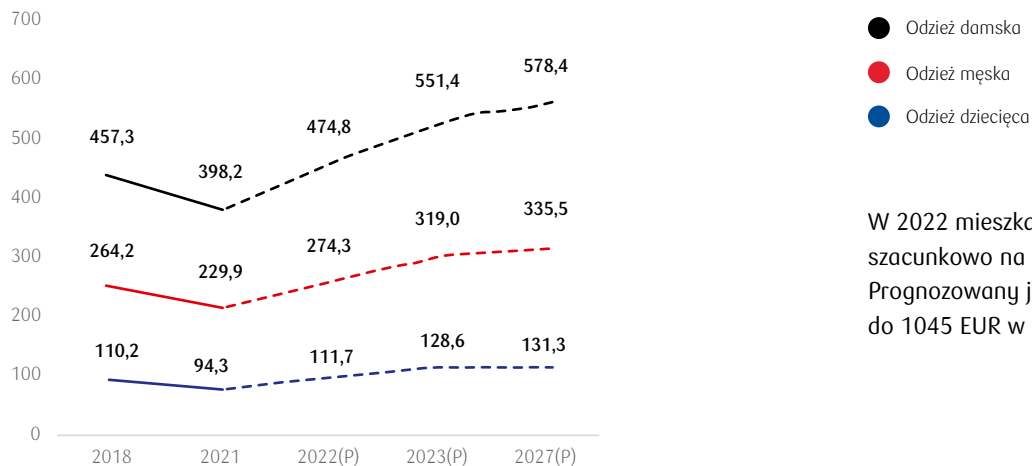
W latach 2018-2019 wartość rynku odzieży w Kanadzie pozostawała stabilna (CAGR: 0,0%). Pomimo pandemii COVID-19, nastąpił wzrost sprzedaży średnio o 1,3% rocznie

w kolejnych trzech latach (CAGR 2020-2022). Statista przewiduje, że w następnych latach dynamika odbije do 4,8% rocznie (CAGR 2023-2027).

Segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w 2023 w Kanadzie jest przewidywana na 21,3 mld EUR, będzie stanowić 55,2% całkowitej sprzedaży branży.



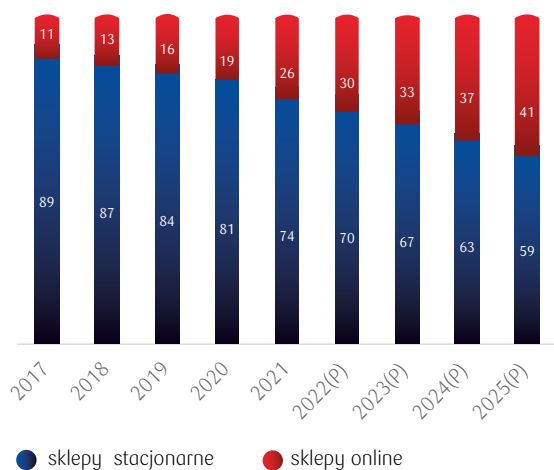
Wydatki per capita na kanadyjskim rynku odzieży (EUR)



Źródło: Statista

W 2022 mieszkaniec Kanady wydał szacunkowo na odzież prawie 861 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do 1045 EUR w 2027.

Struktura sprzedaży odzieży w Kanadzie wg kanałów dystrybucji (%)



Źródło: Statista

Prognoza

Prognozowany jest znaczący wzrost tego udziału do 41% w 2025.

Według szacunków Statisty, 30% przychodów ze sprzedaży odzieży w Kanadzie w 2022 pochodziło ze sklepów online.

**OPRACOWANO
DEPARTAMENT ANALIZ EKONOMICZNYCH
PKO BANK POLSKI S.A.**

ul. Puławska 15,
02-515 Warszawa
wspieramy.eksport@pkobp.pl

Więcej informacji na temat branży odzieżowej znajdziesz na stronie:
<https://wspieramyeksport.pl/raporty-branzowe/B13.10/Odziez>

WSPARCIE DLA POLSKICH FIRM GRUPY PKO BANKU POLSKIEGO ZA GRANICĄ:

PKO Bank Polski S.A.
Niederlassung Deutschland
MAIN TOWER
Neue Mainzer Strasse 52-58
60-311 Frankfurt am Main
Tel. DE: + 49 69 667 786 252
Tel. PL: + 48 22 517 76 80
Niederlassung.Deutschland@pkobp.pl
www.pkobp.pl/oddzial-niemcy/

PKO Bank Polski S.A.
Czech Branch
Klimentská 1216/46,
Nové Město
110-00 Praha 1
Tel. CZ: +420 234 129 830
Tel. PL: +48 22 561 49 50
czech.branch@pkobp.pl
www.pkobp.pl/oddzial-czechy/

PKO Bank Polski S.A.
pobočka zahraničnej banky
Pribinova 10
811-09 Bratislava
Tel. SK: +421 232 555 806
Tel. PL: +48 22 561 4806
slovak.branch@pkobp.pl
www.pkobp.pl/oddzial-slowacja

KREDOBANK S.A.
ul. Sacharowa 78A, 79-026 Lwów
Centrum Rozwoju Biznesu
Ukraińsko-Polskiego
79-026 Lwów, ul. Sacharowa 78
Tel.: +38 032 297 23 90
ovpalyvoda@kredobank.com.ua
www.kredobank.com.ua

Informacje i zastrzeżenia:

Niniejszy materiał („Materiał”) ma charakter wyłącznie informacyjny oraz nie stanowi oferty w rozumieniu ustawy - Kodeks cywilny, ani rekomendacji do zawarcia transakcji kupna, sprzedaży lub innego rodzaju przeniesienia któregośkolwiek instrumentu finansowego. Bank dołożył wszelkich racjonalnych i niezbędnych starań, aby informacje zamieszczone w Materiale były rzetelne oraz oparte na wiarygodnych źródłach. Informacje zawarte w Materiale nie mogą być traktowane jako propozycja nabycia którychkolwiek instrumentów finansowych, usługa doradztwa inwestycyjnego lub podatkowego ani jako forma świadczenia pomocy prawnej. Prognozy oraz dane zawarte w Materiale nie stanowią zapewnienia uzyskania określonych wyników jakichkolwiek transakcji finansowych ani przyszłych cen którychkolwiek instrumentów finansowych. Materiał nie stanowi badania inwestycyjnego ani publikacji handlowej w rozumieniu Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2017/565 z dnia 25 kwietnia 2016 r. uzupełniającego dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/65/UE w odniesieniu do wymogów organizacyjnych i warunków prowadzenia działalności przez firmy inwestycyjne oraz pojęć zdefiniowanych na potrzeby tej dyrektywy.

Bank i jego spółki (podmioty) zależne oraz pracownicy tych podmiotów mogą być zainteresowani zawarciem lub być stroną transakcji finansowych, w tym zawartych na instrumentach finansowych, których wynik jest uzależniony od czynników (danych i informacji) wymienionych w Materiałach. Powszechna Kasa Oszczędności Bank Polski Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, ul. Puławska 15, 02-515 Warszawa, wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego numer KRS 0000026438, NIP: 525-000-77-38, REGON: 016298263; kapitał zakładowy (kapitał wpłacony) 1 250 000 000 zł.