

## 新一年美國成衣進口的關鍵趨勢

2023 年 3 月  
紡拓會編譯

回顧 2022 年，也就是邁入疫情的第三年，雖然新冠肺炎的影響在供應鏈的中斷等方面有減弱的跡象，美國及世界經濟仍遭逢實質上的新障礙，地緣政治緊張度也在不斷升高。

過去一年的美國成衣進口有甚麼變化？服裝企業在轉變的經營環境中如何調整採購策略？下面是依據美國紡織品暨成衣辦公室(OTEXA)的最新貿易統計所觀察到，新一年美國成衣進口及採購的關鍵趨勢。

**趨勢一：美國成衣進口在 2022 年創新高，但是在整體經濟轉弱的局面下，也明顯出現減緩的趨勢。**

美國成衣進口走勢: 2022 vs. 2021



Table: Created by Dr. Sheng Lu • Source: OTEXA (2023) • Created with Datawrapper

乍看之下，2022 年的表現值得慶祝，美國成衣進口值成長 22.5%，達到幾近一千億美元的歷史新高。然而，深究之下會發現大部分的成長是在上半年發生的。成衣進口自 2022 年 9 月開始趨緩，這是因為美國經濟正在與惡化的通膨奮鬥，因此第四季的成衣進口值就減少超過 8%，進口量更衰退超過 25%，這是自疫情以來最糟的表現。美國消費者對成衣的需求仍然是美國成衣進口的決定性因素，反映出這個行業買主導向的特性。例如，統計資料高度符合進口趨勢，顯示美國消費者的服裝支出自 2022 年 9 月開始就持平；同時，美國消費者信心指數(CCI)在 2022 年第四季徘徊在 65 左右，遠較疫情前的水準為低(2019 年 1 月=100)。CCI 是呈現市場氣氛的關鍵指標。

此外，由於許多經濟上的不確定性，導致世界銀行與國際貨幣基金會等國際組織，預估美國 2023 年的 GDP 成長率將是 0.5%-1.4%，較 2022 年的 2.1% 低上許多。這意味著 2023 年對美國成衣採購又是充滿挑戰的一年，進口量可能相對較低。

美國消費者信心指數 vs. 美國成衣零售額指數 (2019 年 1 月=100)



Chart By Dr. Sheng Lu - Source: St. Louis Fed (2022), Census (2022) - Created with Datawrapper

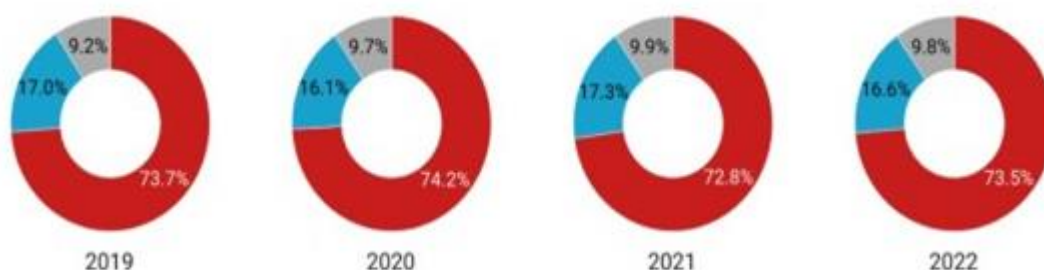
**趨勢二：美國服裝企業繼續分散採購基地，但是亞洲仍是獨佔的進口來源。**無數研究顯示美國服裝企業利用採購分散化，以及自有大規模生產能力的國家採購，來因應轉變的商業環境。例如，根據美國時尚業協會(USFIA)「2022 年美國時尚產業標竿調查」，超過半數的受調美國服裝品牌與零售商(53%)回答在超過 10 個國家採購成衣，2021 年則只有 37%。將近 40% 的回覆者計畫自更多的國家採購，並在未來兩年與更多供應商合作，2021 年如此回答的企業僅 17%。

貿易數據證實這個趨勢。例如，常用來衡量市場集中度的 HHI 指數(Herfindahl-Hirschman index)，從 2021 年的 0.110 降到 2022 年的 0.105，代表美國的成衣進口來源更為分散。不過，另一方面，亞洲仍是獨霸的進口來源地區，沒有衰退跡象。例如，以值計算，2022 年約 73.5% 的美國進口成衣來自亞洲，較 2021 年的 72.8% 提升。同樣地，衡量前五大進口供應國(全屬亞洲國家，包括中國大陸、越南、孟加拉、印尼及印度)總市占率的指數 CR5，從 2021 年的 60.6% 略增至 2022 年的 61.1%。如果是除去中國大陸的前五大進口供應國總市占率 CR5 (亦即越南、孟加拉、印尼、印度及柬埔寨的總市占率)指數，將有更快的成長，從 2021 年的 40.7% 增加到 2022 年的 43.7%。

此外，面對市場不確定性的增加、消費者需求減弱以及高通膨壓力，美國服裝公司可能在選擇供應商時，繼續將成本與彈性置於優先考量。研究持續顯示亞洲國家由於地區供應鏈高度整合、生產規模夠大以及高效率，在成本與彈性方面皆享有明顯優勢。因此美國服裝企業在短中期內不太可能減少亞洲的供應，即使是對升高的地緣政治危機有些憂慮。

### 美國成衣進口來源 (以值計)

■ 亞洲 ■ 西半球 ■ 其餘地區



Data source: OTEXA (2023)

Chart: by Dr. Sheng Lu · Created with Datawrapper

### 美國成衣進口分散性 (以值計)

項目	HHI 指數	CR3	CR5	CR5(不含中國大陸)
2018	0.147	54.3%	64.3%	35.3%
2019	0.132	53.0%	63.1%	37.1%
2020	0.114	51.4%	61.6%	42.4%
2021	0.110	50.4%	60.6%	40.7%
2022	0.105	49.8%	61.1%	43.7%

說明：HHI 指數愈小代表市場分散性愈大；CR3 指數代表前三大供應國中國大陸、越南及孟加拉的總市占率；CR5 指數代表前五大供應國的總市占率；CR5(不含中國大陸) 指數代表越南、孟加拉、印尼、印度及柬埔寨的總市占率。

趨勢三：美國服裝企業的中國大陸採購策略繼續在各種經濟與非經濟因素中求取平衡。

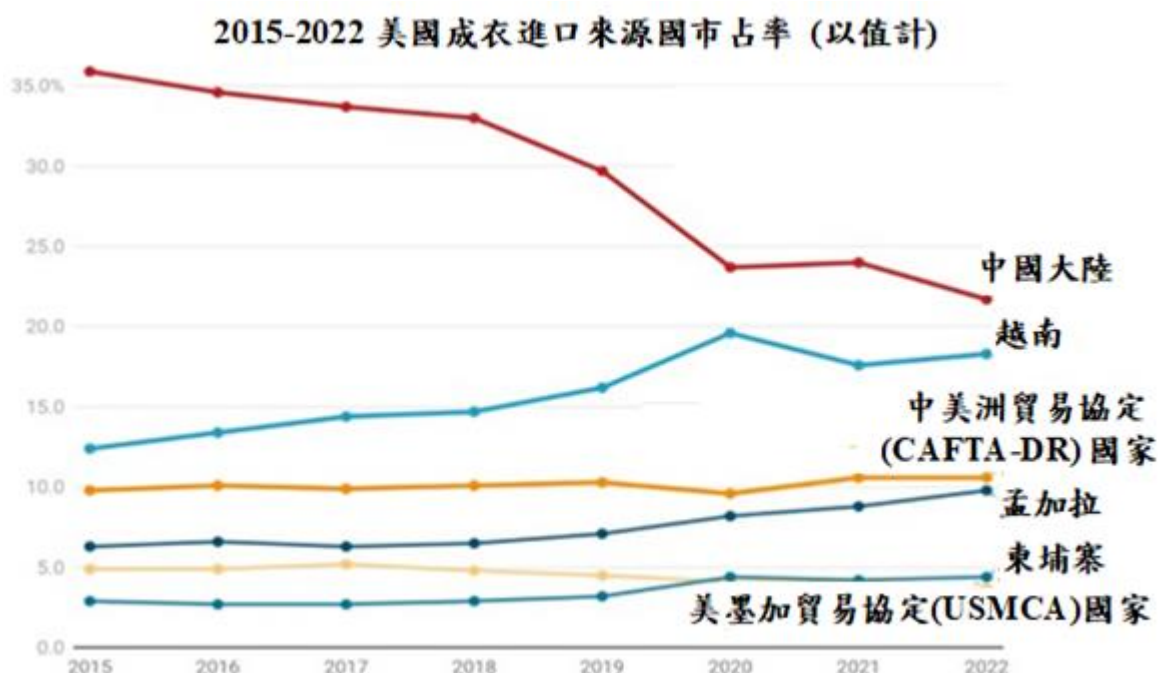


Chart: by Dr. Sheng Lu • Source: OTEXA (2023) • Created with Datawrapper

2022 vs. 2021 美國成衣進口主要來源國市占率比較

出口國	值	量
中國大陸	-2.3	-3.1
東南亞國協	1.5	1.9
越南	0.7	1.0
孟加拉	1.0	1.3
印尼	0.5	0.7
柬埔寨	0.2	0.2
印度	0.6	0.5
美墨加貿易協定(USMCA)國家	-0.4	-0.3
中美洲貿易協定(CAFTA-DR)國家	-0.0	-0.3

Table: By Dr. Sheng Lu • Source: OTEXA (2023) • Created with Datawrapper

2022 年中國大陸仍是美國市場最大供應源，盡管如此，中國大陸成衣在美國市場的市占率維持下降，反映美國服裝企業努力減少對中國大陸的依賴並縮小供應鏈的風險。2022 年中國大陸供應的成衣占美國成衣進口值的 21.7%，較 2021 年的 24% 為低；同樣地，2022 年中國大陸供應的成衣占美國成衣進口量的 34.7%，亦較 2021 年的 37.8% 為低。

有數項因素使得 2022 年美國自中國大陸進口的成衣呈衰退現象。首先是中國大陸嚴格的疫情清零政策導致嚴重的供應鏈斷裂，特別是 9 月時，因此中國大陸的市占率在 2022 年 9 月至 11 月時，比前一年同期衰退 7-9%。其次是「防止維吾爾人強迫勞動法案」(UFLPA)在 2022 年 6 月實施，不鼓勵美國服裝企業採購中國大陸的棉製品。例如，2022 年第四季美國進口的棉製成衣僅有大約 10% 來自中國大陸，年初時這個比例是 17%，2018 年更是高達將近 27%。第三個因素是美中貿易關係緊張，這包括 301 懲罰性關稅的課徵。產業人士指出，美國服裝企業增加自中國大陸採購相對高附加價值的產品，瞄準頂級或奢華市場，以抵銷額外的採購成本。

另外，未來在中國大陸作為美國服裝企業成衣採購基地方面，有三個趨勢值得觀察。首先是「中國大陸製，中國大陸銷售 (Made in China for China)」策略的浮現，尤其是那些視中國大陸為賺錢市場的企業。最近的研究顯示，許多美國服裝企業針對中國大陸消費者的需求與偏好，來規劃他們的產品內容。其次是中國大陸紡織服裝企業愈來愈致力於在海外投資與設立工廠，因此，愈來愈多標示著「孟加拉製」與「越南製」的衣服，可能是中國大陸投資者在海外擁有的工廠生產的。第三，中國大陸可能加速從成衣出口國轉型成為其他亞洲成衣出口國的紡織原料供應國。過去十年，大部分亞洲成衣出口國已明顯地愈來愈依賴中國大陸的紡織原料供應，從紗、布到各種輔料皆然。

#### **趨勢四：美國服裝企業展現出擴大在西半球採購的新興趣，但須先解決關鍵瓶頸。**

由於對美中貿易緊張關係與亞洲地緣風險的憂心，美國服裝企業已在積極探索採購分散化以及將供應鏈拉近家鄉的可能。例如，「2022 年美國時尚產業標竿調查」顯示，超過 60% 的受調美國服裝公司計劃到 2024 年間增加從中美洲貿易協定(CAFTA-DR)國家的成衣採購；有 48% 的受調者計劃增加從墨西哥(或是美墨加貿易協定國，USMCA)的採購。

然而，貿易數據顯示出的 2022 年近岸採購景觀卻是交錯複雜的。例如，CAFTA-DR 與 USMCA 國家在 2022 年美國進口成衣的占比是下降的，不論值量皆然。雖然 CAFTA-DR 與 USMCA 國家在 2022 年第四季美國進口成衣的占比增加，各為 10.7% 與 3.1%，但此成長並未伴隨著貿易量的增加，反而美國從這些國家進口的成衣較前一年各減少了 11% 與 15%，CAFTA-DR 與 USMCA 國家在市場比重的增加僅只是因為美國從其國家進口的成衣劇跌超過 25% 之故。

貿易數據也顯示兩項其他的瓶頸阻礙美國從 CAFTA-DR 與 USMCA 國家採購更多的成衣。一是缺乏產品多樣性，例如，產品多樣化指數一直顯示美國從 CAFTA-DR 國家與墨西哥進口的成衣只集中在有限的產品類別，這個問題在 2022 年更為嚴重。這說明了為什麼美國服裝企業往往無法將採購訂單自亞洲轉移到 CAFTA-DR 與 USMCA 國家。

供應國成衣出口到美國：產品多樣化指數

出口國	2010	2015	2019	2021	2022	出口產品多樣化
中國大陸	3.22	2.69	2.44	2.43	2.17	高度多樣化
越南	4.91	3.40	3.52	3.55	3.25	多樣化
孟加拉	10.67	10.72	10.74	8.25	8.22	集中化
墨西哥	12.47	13.18	11.92	10.88	10.76	高度集中化
CAFTA-DR 國家	9.65	8.82	10.56	12.68	13.44	愈來愈高度集中化

Data source: US International Trade Commission, USITC (2023); The product diversification index was calculated based on the 6-digit HS code in Chapters 61 & 62. For the index, a lower value means more product diversification.  
Table: By Dr. Sheng Lu • Created with Datawrapper

另一項問題是貿易協定的低利用率。例如，CAFTA-DR 在美國成衣進口的利用率自 2011 年的高峰 87% 就開始持續下降，到 2021 年僅有 74%，2022 年更來到自 2007 年協定生效後的最低點 66.6%。這代表美國自 CAFTA-DR 國家進口的成衣有多達三分之一未利用協定的優惠關稅好處。

有一點很重要的是，對美國服裝企業而言，能利用優惠關稅的好處是向諸如 CAFTA-DR 這類自由貿易協定國家採購的關鍵誘因。換句話說，不能享有節省關稅好處會讓服裝公司不想擴大向 CAFTA-DR 國家採購，長期下來會導致採購訂單轉移到其他地區。因此，如何實際增加美國服裝企業的近岸採購行為在新的一年可望有更多的公開討論與辯論。

