

2023 年全球成衣貿易自中國大陸轉向亞洲地區值得關注之關鍵趨勢

2023.12

紡拓會市場開發處

美國德拉瓦大學（University of Delaware）時裝與服裝系副教授 Sheng Lu 博士根據近期世界貿易組織（World Trade Organization, WTO）發佈之「2023 年世界貿易統計回顧（World Trade Statistical Review 2023）」和聯合國發佈的「聯合國商品貿易統計資料庫（UNComtrade）」數據，揭示 2022 年全球成衣貿易態勢，以及 2023 年下半年值得關注之關鍵議題。

受全球經濟放緩，以及時裝公司因應日益加劇的地緣政治（geopolitical）緊張局勢，主要與中國大陸不斷變化之採購策略的影響，2022 年全球紡織品和成衣貿易呈現若干與過去顯著不同之態勢。

根據最新發佈的「2023 年世界貿易統計回顧」和「聯合國商品貿易統計資料庫數據」，Sheng Lu 博士對 2022 年全球紡織品和成衣之貿易態勢進行全面性的統計回顧。該調查結果揭露重要之全球成衣進口趨勢，並說明 2023 年下半年值得關注的關鍵採購議題。

趨勢一：2022 年全球成衣出口放緩主要是因為經濟不景氣

同時，由於疫情已趨緩，生產個人防護裝備（personal protective equipment, PPE）之紡織原材料需求減少，因而影響全球紡織品出口較前一年度降減原因之一。

具體而言，2022 年全球成衣出口總值為 5,760 億美元，年成長 5%，遠低於 2021 年 20% 的大幅成長率。經濟成長放緩，再加上主要成衣進口市場，尤其是美國和西歐國家出現前所未有之高通貨膨脹，因而對消費者可自由支配所得（discretionary expenditures）包括購買成衣的可用預算產生不利影響。

此外，不僅在成衣方面。由於 2022 年全球國內生產總值（Gross Domestic Product, GDP）僅成長 3.1%（低於 2021 年之 5.8%），2022 年全球商品貿易總值只溫和成長了 2.7%，遠低於 2021 年的 9.4% 成長率。

另一方面，2022 年全球紡織品出口衰退了 4.2%，出口總值 3,390 億美元，落後多數產業。這種局面是可以理解的，因為隨著疫情接近尾聲，對個人防護裝備和相關紡織原材料之需求也大幅降減了。

此外，世界銀行（World Bank）於 2023 年 6 月發佈的「全球經濟展望（Global Economic Prospects）」將全球經濟成長自 2022 年之 3.1% 下調至 2023 年之 2.1%。同樣的，世界貿易組織（WTO）預估 2023 年全球商品貿易量僅成長 1.7%，低於 2022 年之 2.7%。隨著全球經濟面臨更多不利因素和不確定性，2023 年全球紡織品及成衣貿易量可能衰退至疫情以來的新低。

趨勢二：亞洲成衣出口商受惠於中國大陸持續失去其成衣市場占有率

值得注意的是，2022 年孟加拉首次超越越南，成為全球第二大成衣出口國。

Top Apparel Exporters in 2022 (By value)

	Exporters	Value of exports (\$bn)	Growth rate (2021-2022)	Market shares
1	China	182.4	3.6%	31.7%
2	European Union	156.4	3.6%	27.1%
3	Bangladesh	45.3	26.6%	7.9%
4	Viet Nam	35.3	13.1%	6.1%
5	Türkiye	19.9	6.3%	3.5%
6	India	17.7	9.7%	3.1%
7	Indonesia	10.1	7.8%	1.7%
8	Cambodia	9.1	12.1%	1.6%
9	Pakistan	8.9	4.9%	1.5%
10	USA	7.2	16.7%	1.2%

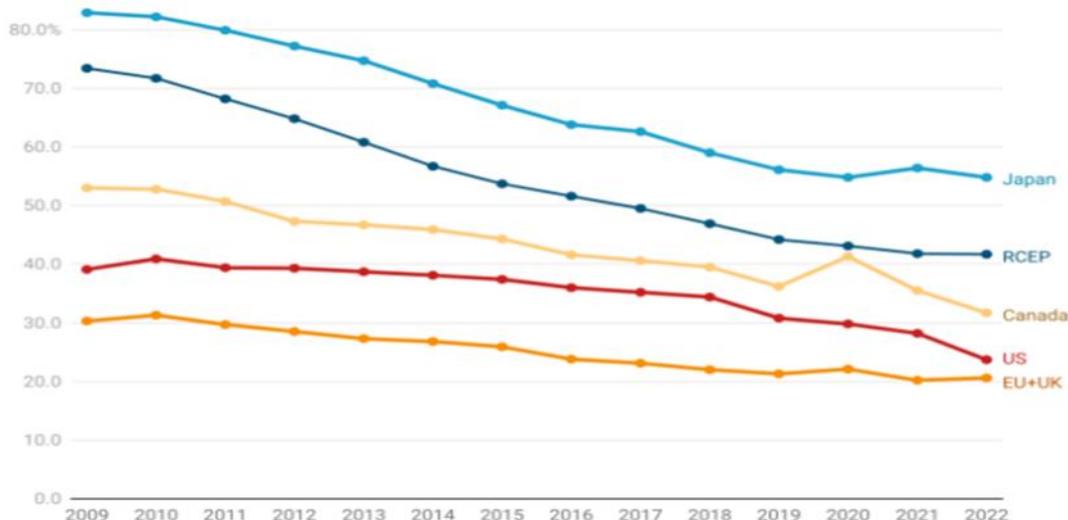
*Apparel refers to SITC code 84

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

以出口值計算，2022 年中國大陸仍是全球最大之成衣出口國。但中國大陸成衣出口成長率為 3.6%，低於全球 5.0% 的平均水準，在前十名出口國排名最後。同樣的，2022 年中國大陸在成衣出口之全球市場占有率衰退至 31.7%，為疫情以來的最低點，較 2015 年至 2018 年期間約 38% 之市占率大幅衰退。事實上，中國大陸在幾乎所有主要成衣進口市場包括美國、歐盟、加拿大和日本皆失去了市場占有率。

根據美國時裝產業協會（US Fashion Industry Association）7 月發佈的「2023 時裝產業標杆研究（Fashion Industry Benchmarking Study）」顯示，與宏觀貿易統計數據有高度之一致性，超過 40% 的受訪美國時裝公司表示其成衣產品自中國大陸採購之比例低於 10%，高於前一年 30% 的受訪者比例，相較 2019 年僅達 20% 之此一受訪者比例，有更顯著的上升。而到 2023 年，61% 的受訪者不再將中國大陸作為其最大供應商，創下歷史新高，遠高於疫情前之 25~30%。而對於自中國大陸採購的相關強迫勞動（forced labour）風險，以及不斷惡化之中美關係的擔憂，是促使時裝企業急於進一步減少其「中國大陸的風險敞口（China exposure）」的主要因素之一。

% of Apparel Imports from China (By value)

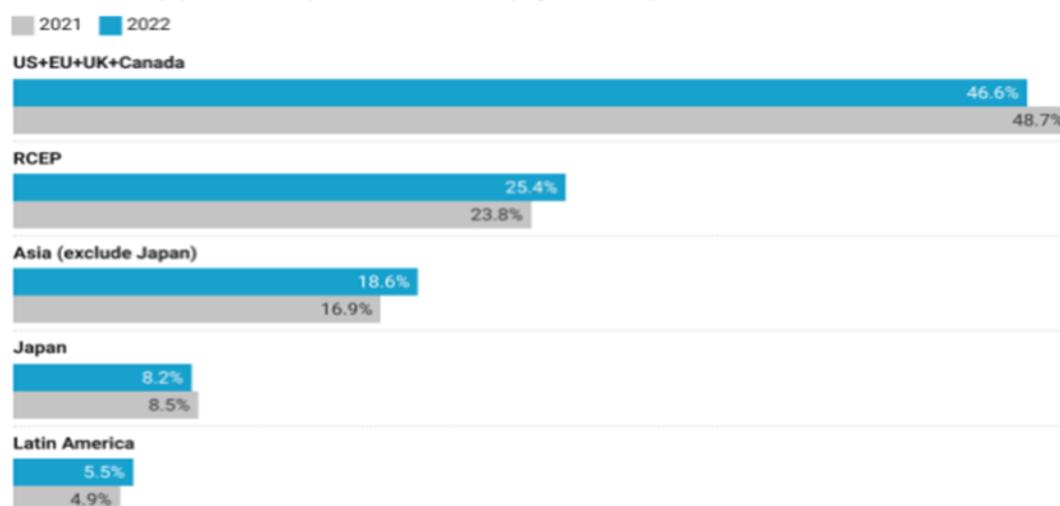


*Apparel refers to SITC code 84

Chart: By Dr. Sheng Lu • Source: UNComtrade (2023) • Created with Datawrapper

然而，值得注意的是，為因應充滿挑戰之商業環境，中國大陸持續在傳統西方市場之外進行成衣出口多元化。例如，2022 年美國、歐盟、英國和加拿大合計佔中國大陸成衣出口的 46.6%，低於前一年之 48.7%。相較之下，這四個西方市場通常佔亞洲國家成衣出口的 70% 至 90%。同時，在 2021 年至 2022 年期間，亞洲國家尤其是「區域全面經濟夥伴協定 (Regional Comprehensive Economic Partnership, RCEP)」成員國，成為中國大陸相對更重要之成衣出口市場。然而，由於 RCEP 成員國主要由致力提高其本國成衣生產的開發中經濟體所組成，他們對「中國大陸製造 (Made in China)」成衣進口需求之長期成長前景仍存在不確定性。

China's Apparel Export Market (by value)



*Apparel refers to SITC code 84

Chart: Figure created by Dr. Sheng Lu • Source: UNComtrade (2023) • Created with Datawrapper

另一方面，孟加拉成衣出口在 2022 年達到了 26.6% 的顯著成長，超過其他十大成衣出口國。2022 年孟加拉在全球成衣出口之市占率中也創下新高，達到 7.9%，超過越南的 6.1%。

許多時裝公司認為孟加拉是一個有前景的成衣採購目的地，具有成長潛力，因孟加拉有能力生產可取代中國大陸產品的棉質成衣，具有價格競爭力，並降低社會責任合規（social compliance）風險。同時，時裝公司致力降低對中國大陸的風險（de-risking from China），也導致 2022 年其他亞洲成衣生產大國的成衣出口強勁成長，其中包括越南（成長 13%）、柬埔寨（成長 12%）和印度（成長 10%）。換句話說，儘管對中國大陸存在擔憂，時裝公司仍將亞洲視為主要採購目的地。

趨勢三：已開發國家仍是重要之紡織品出口國，中等收入國家逐步建立新的紡織品生產與出口能力

與成衣製造不同，紡織品製造是一個資本和技術高度密集之過程。因此，資本充裕、技術先進的已開發國家，相較依賴廉價勞動力之開發中國家，已開發國家在作為紡織品生產國和出口國方面，發揮著更重要的作用。

與此態勢具一致性的是，歐盟成員國和美國仍然是重要之紡織品出口國，占全球紡織品出口的 25.1%，高於 2021 年之 24.5% 和 2020 年之 23.2%。這受惠於西半球（Western Hemisphere, WH）成衣生產商不斷增加的紡織品需求，2022 年美國紡織品出口成長 5%，位居全球前十名之列。

Top Textile Exporters in 2022 (By value)

	Exporters	Value of exports (\$bn)	Growth rate (2021-2022)	Market shares
1	China	147.8	1.5%	43.6%
2	European Union	71.5	-2.9%	21.1%
3	India	19.4	-12.5%	7.4%
4	Turkey	14.6	-3.8%	5.7%
5	USA	13.8	5.0%	4.3%
6	Vietnam	10.8	-5.7%	4.1%
7	Pakistan	8.7	-5.4%	3.2%
8	Taiwan	8.3	-2.4%	2.6%
9	South Korea	8.3	-4.6%	2.5%
10	Japan	6.0	-3.9%	2.4%

"Textile" refers to SITC code 65

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

另一方面，自持續性的長期趨勢來看，中等收入開發中國家不斷增強其紡織品之生產和出口能力。例如，中國大陸、越南、土耳其及印度在世界紡織品出口的市場占有率穩定成長。在 2022 年，該等國家合計佔全球成衣出口之 56.8%，與 2010 年僅佔 40% 相較，有顯著增長。而且，隨著時間之推移，這些中等收入開發中國家達到了更加平衡的「紡織品轉向成衣 (textiles-to-clothing)」之出口比例，例如中國大陸 (自 2005 年的 0.55 成長到 2022 年之 0.81) 和越南 (自 2005 年的 0.15 成長到 2022 年之 0.31)，顯示其紗線和布料等紡織原材料的自給率提高了。

Textiles to Clothing Export Ratio

Exporters	2005	2010	2015	2019	2022
China	0.55	0.59	0.62	0.79	0.81
Vietnam	0.15	0.29	0.26	0.29	0.31
India	0.95	1.14	0.95	1.00	1.10
Turkey	0.60	0.70	0.72	0.72	0.73
Asia	0.65	0.67	0.61	0.72	0.83

Ratio=value of textile exports/value of clothing exports in a given year
 Table: by Dr. Sheng Lu • Source: WTO (2023) • Created with Datawrapper

趨勢四：隨著西半球近岸外包 (nearshoring) 之日益普及，更加促進區域紡織品及成衣貿易發展

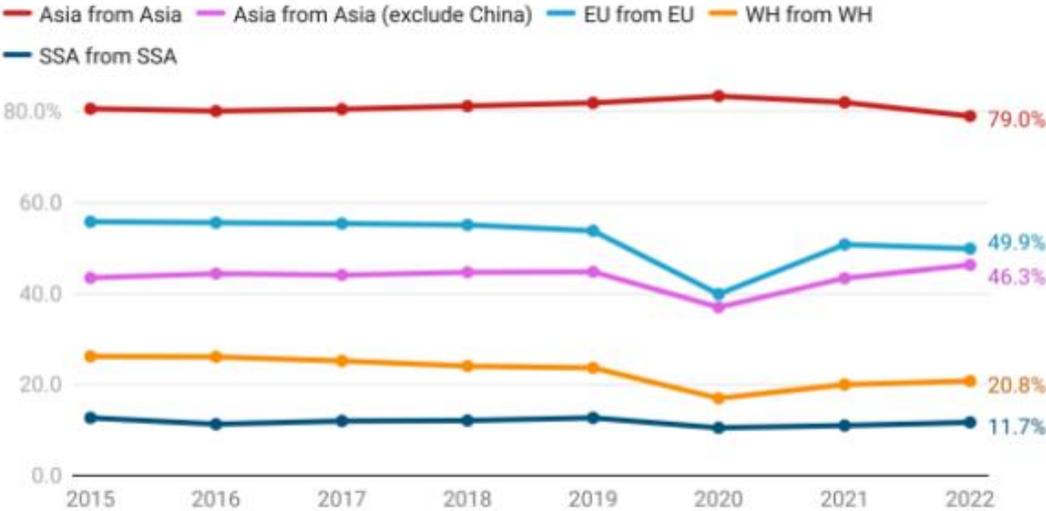
然而，早期跡象顯示，亞洲國家正將紡織原料進口來源多元化，以遠離中國大陸來減輕日益增長之風險。

多項因素支撐和促進了區域紡織品及成衣貿易發展。首先，由於成衣生產往往需在紡織材料供應地附近進行，因此許多開發中的成衣生產國嚴重依賴進口紡織材料，主要是來自同一區域內較先進之經濟體。其次，透過降低貿易壁壘，區域自由貿易協定也在經濟上鼓勵成衣生產商，尤其是亞洲、歐盟、西半球和非洲的成衣生產商，使用當地或區域內製造之紡織材料。此外，時裝公司對「近岸外包」的興趣也支持了區域供應鏈，以及鄰國之間的相關紡織品及成衣貿易流通。

數據顯示，2022 年亞洲和歐洲區域紡織品及成衣供應鏈狀況良好。例如，在 2022 年，亞洲國家近 80% 之紡織產品和成衣進口來自該區域。同樣的，在 2022 年，歐盟國家大約一半之紡織品進口是區域內貿易，而其中成衣占了三分之一。

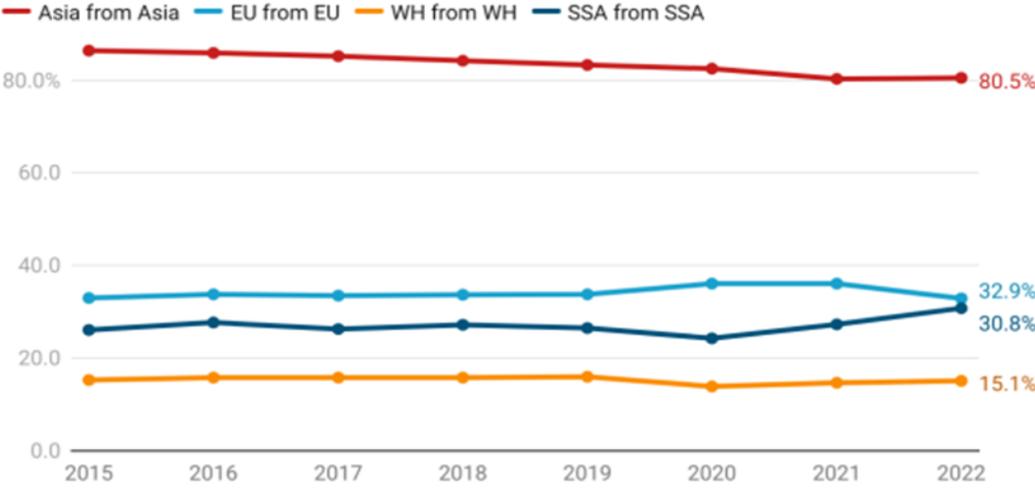
此外，由於近岸外包趨勢的蓬勃發展，西半球紡織品及成衣供應鏈在 2022 年變得更加一體化。例如，2022 年西半球國家之紡織品進口量中有 20.8% 來自該區域內，高於前一年的 20.1%。同樣的，在 2022 年，西半球國家之成衣進口中約有 15.1% 來自該區域內，高於 2021 年的 14.7% 和 2022 年之 13.9%。而與調查結果具一致性，最近的研究顯示，美國時裝公司強烈傾向於擴大近岸外包西半球，以作為其採購多元化策略之關鍵要素。

Regional Textile Trade Patterns (By value)



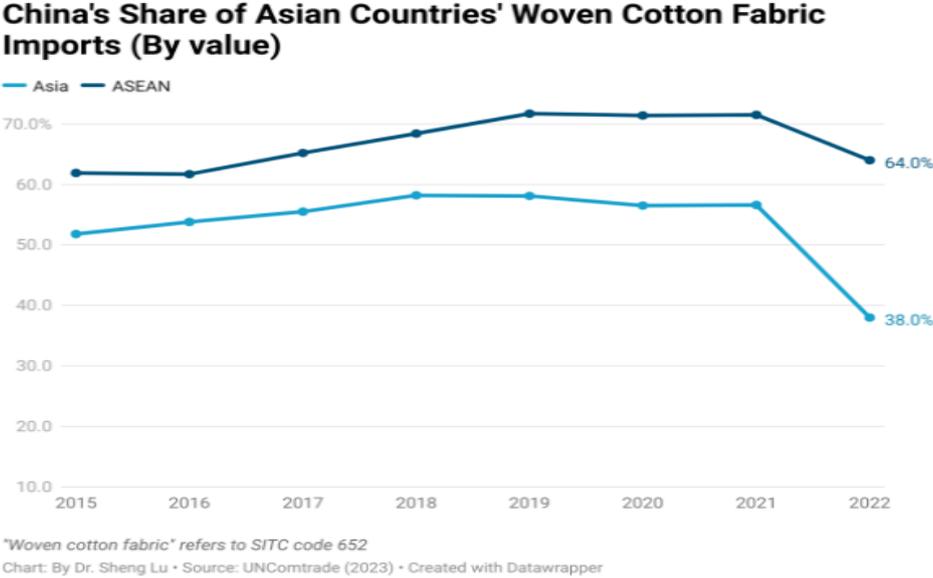
"WH" refers to Western Hemisphere; "SSA" refers to Sub-Saharan Africa; "Textile" refers to SITC code 65.
 Chart: By Dr. Sheng Lu • Source: UNComtrade (2023) • Created with Datawrapper

Regional Clothing Trade Patterns (By value)



"WH" refers to Western Hemisphere; "SSA" refers to Sub-Saharan Africa; "Clothing" refers to SITC code 84.
 Chart: By Dr. Sheng Lu • Source: UNComtrade (2023) • Created with Datawrapper

此外，撒哈拉以南非洲（Sub-Saharan Africa, SSA）地區紡織品和成衣貿易發展亦值得關注。與亞洲和歐盟相較，SSA 成衣生產商使用的本地製造紡織品要少得多（即在 2011 年至 2022 年期間停滯於 11% 左右），反映該區域缺乏紡織品製造能力。大多數與撒哈拉以南非洲國家之貿易計畫，例如美國主導的「非洲成長與機會法案（African Growth and Opportunity Act, AGOA）」和歐盟之「除武器與軍用品外產品優惠計畫（Everything But Arms Scheme, EBA）」，皆採用寬鬆的成衣產品原產地規則，允許使用第三國之紡織品。原則上，寬鬆的原產地規則可提升更高之貿易協定或優惠計畫利用率，並鼓勵下游投資（即成衣廠）。然而，有其他觀點認為，採用更嚴苛的原產地規則可能會更有效地激勵紡織製造業等上游產業並吸引其作長期性投資。因此，可能有必要對支持撒哈拉以南非洲地區紡織製造業之策略進行更全面的審查，尤其是將最近頒佈之「非洲大陸自由貿易區協定（African Continental Free Trade Area, AfCFTA）」列入考量。



此外，數據顯示，亞洲國家開始將紡織品進口多元化，以遠離中國大陸來減輕供應鏈風險。例如，隨著美國和其他主要成衣進口市場直接針對中國大陸新疆地區生產的棉花之反強迫勞動（anti-forced labour）立法正式實施，亞洲國家在 2022 年大幅減少了自中國大陸進口棉織物。

相反的，在 2022 年，除中國大陸以外之亞洲國家占該地區紡織品供應的 46.3%，高於 2019 年至 2021 年期間之 42~43% 左右。至關重要的是要關注亞洲國家之意願如何、到何等程度和速度有多快，以有效地達成減少對中國大陸紡織品供應依賴之目標。該結果也是一個重要的警醒：西方時裝企業降低中國大陸風險可能會對製成品以外之整個供應鏈造成重大而廣泛的影響。