



واحد مطالعات آماری و راهبردی دبیرخانه

انجمن صنایع نساجی ایران

الگوهای تجاری صنعت

۱۴


نساجی و پوشاک اتحادیه اروپا

تهیه، تنظیم و گردآوری:

زهرا اسمعیل زاده و ساناز اصلاح 



 @aiti.org.ir

 09129583657

 t.me/aiti1395

 www.aiti.org.ir

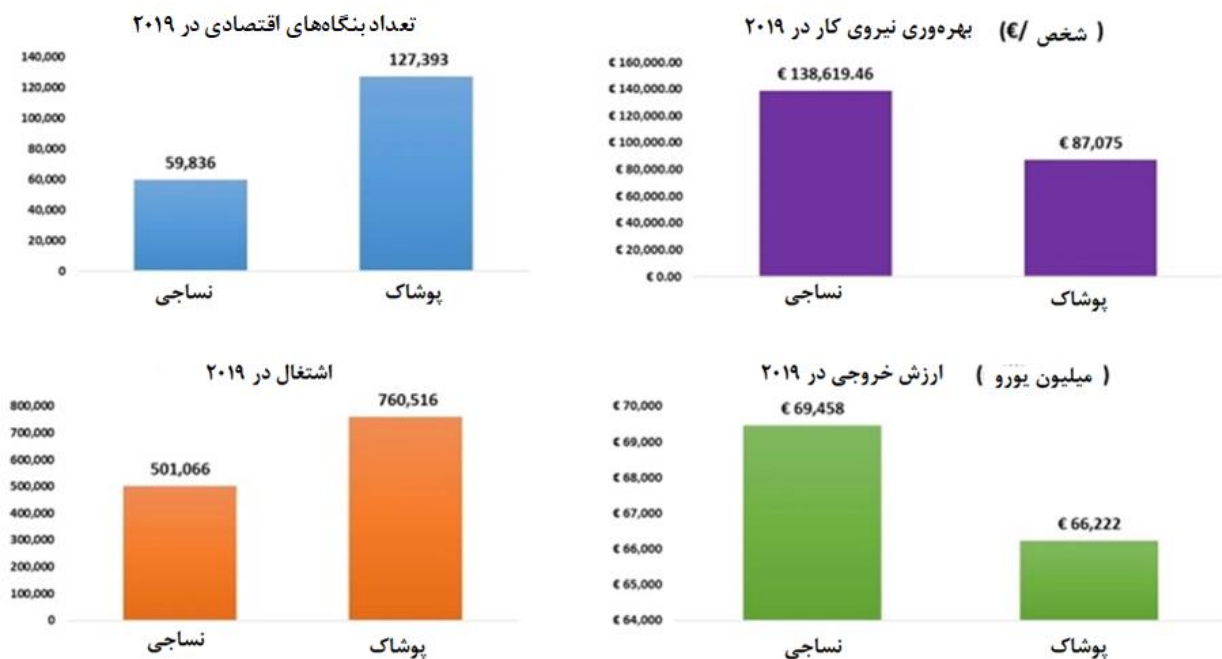
 26200196

 info@aiti.org.ir

تابستان ۱۴۰۱

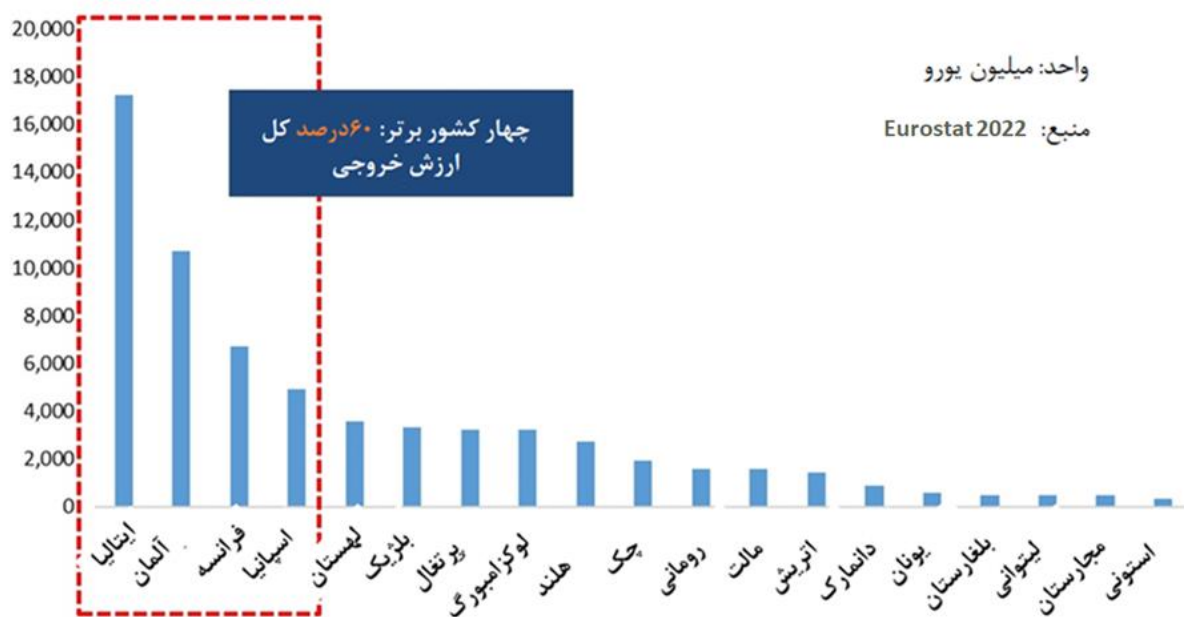
استفاده از مطالب این جزوه با ذکر مأخذ بلامانع است

سرتاسر منطقه اتحادیه اروپا، یکی از تولیدکنندگان پیشرو نساجی و پوشاک (T&A) در جهان بحساب می‌آید. ارزش تولیدات نساجی و پوشاک اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۹ به ۱۳۵/۶ میلیارد یورو رسید که حدود ۰.۶٪ نسبت به سال قبل از آن کاهش داشت. (توجه: طبقه‌بندی آماری فعالیت‌های اقتصادی یا NACE، بخش‌های C۱۳ و C۱۴). ارزش خروجی نساجی و پوشاک اتحادیه اروپا تقریباً به‌طور مساوی بین تولید منسوجات (۶۹/۴ میلیارد یورو) و تولید پوشاک (۶۶/۲ میلیارد یورو) تقسیم شده است.



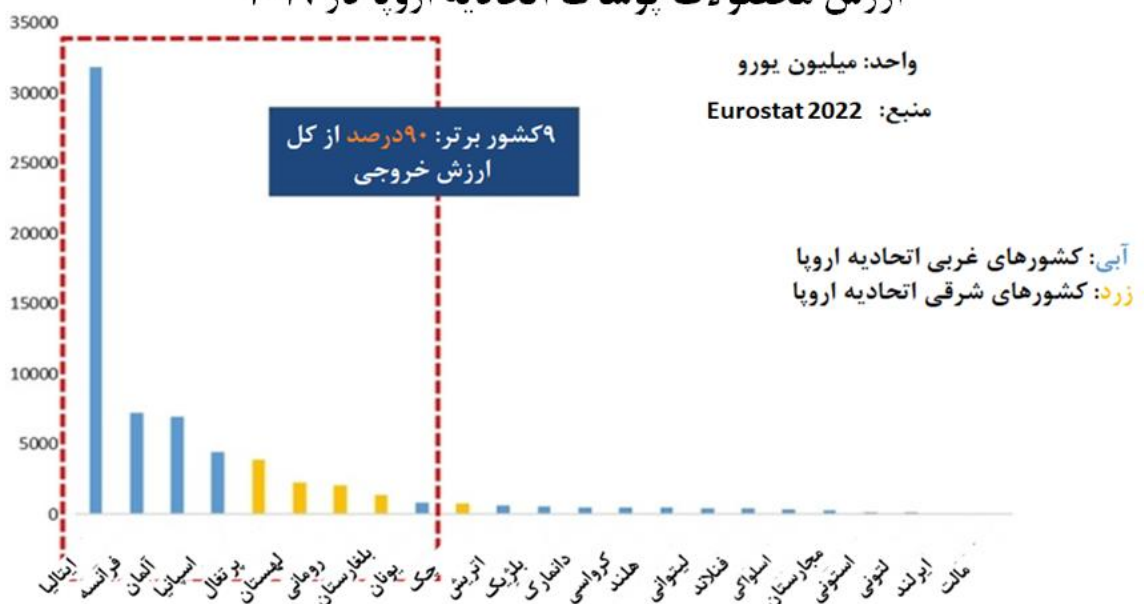
منبع اطلاعات : Eurostat(2022); Euratex (2022)

ارزش محصولات نساجی اتحادیه اروپا در ۲۰۲۰



تولید منسوجات در اتحادیه اروپا: کشورهای توسعه یافته غرب اتحادیه اروپا تولیدکنندگان غالب هستند.

ارزش محصولات پوشاک اتحادیه اروپا در ۲۰۱۹



کشورهای توسعه یافته غرب اتحادیه اروپا در نقش بازیگران مهم باقی می ماندند (با تمرکز بر تولید پوشاک سطح بالا)
کشورهای توسعه یافته شرق اتحادیه اروپا بر تولید برای بازار انبوه تمرکز می کنند

تولید منسوجات اتحادیه اروپا:

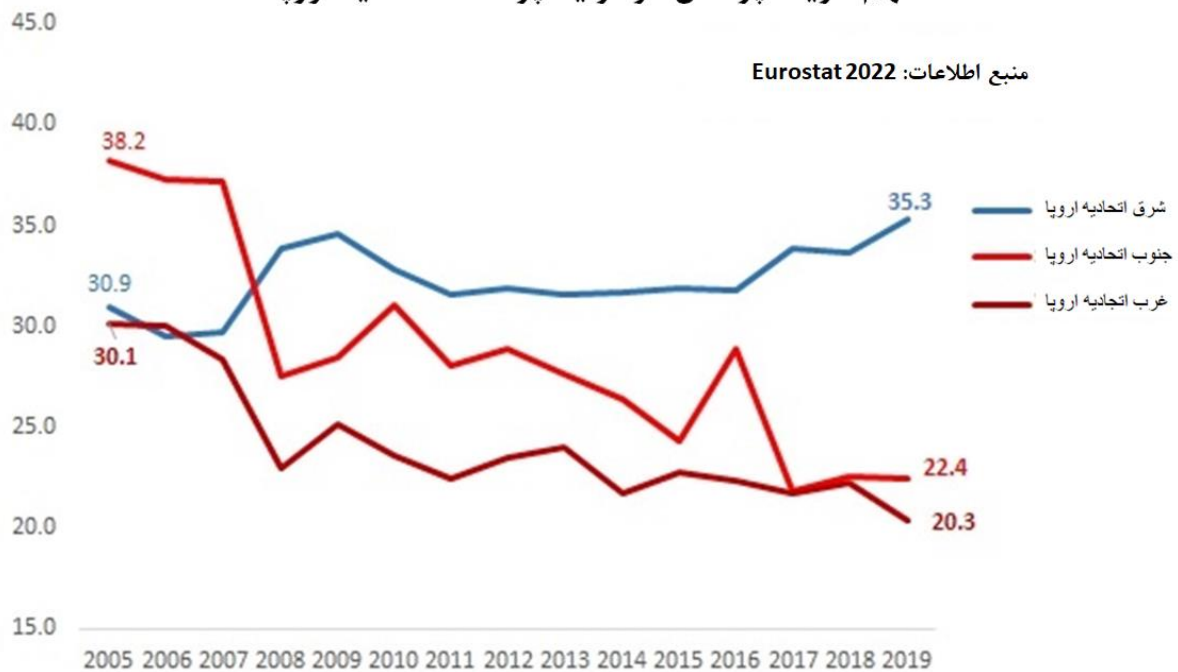
درصد منسوجات صنعتی، فنی و بی بافت



در زمینه تولید منسوجات، جنوب و غرب اتحادیه اروپا، جایگاه کشورهای توسعه یافته اتحادیه اروپا مانند آلمان، فرانسه و ایتالیا در آن قرار دارند، نزدیک به ۶۰٪ از تولید نساجی اتحادیه اروپا در سال ۲۰۲۰ را به خود اختصاص دادند. علاوه بر این، از کل حجم تولید منسوجات کشورهای اتحادیه اروپا، سهم محصولات منسوجات بی بافت و سایر محصولات فنی نساجی (NACE sectors C۱۳۹۵ and C۱۳۹۶) از ۲۰٪ در سال ۲۰۱۱ به ۲۳٪ در سال ۲۰۱۹ افزایش یافته است که نشان دهنده تغییرات ساختاری مستمر در این بخش است.

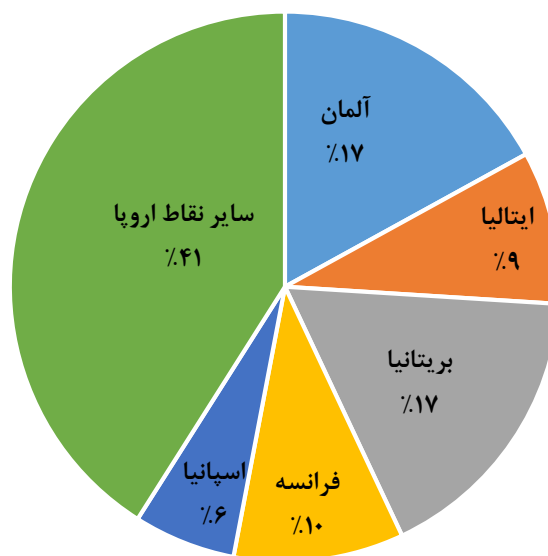
تولید پوشاک در اتحادیه اروپا شامل دو بخش اصلی است: یکی محصولات با قیمت متوسط برای مصرف در بازار انبوه است که عمدتاً توسط کشورهای در حال توسعه در اروپای شرقی و جنوبی مانند لهستان، مجارستان و رومانی تولید می شود؛ جایی که نیروی کار ارزان، نسبتاً فراوان است. دسته دیگر، پوشاک لوکس سطح بالا و با کیفیت است که توسط کشورهای توسعه یافته غرب اتحادیه اروپا مانند ایتالیا، بریتانیا، فرانسه و آلمان تولید می شود.

سهم هزینه پرسنل در تولید پوشاک اتحادیه اروپا



همچنین جالب توجه است که در کشورهای غربی اتحادیه اروپا، نیروی کار تنها ۳/۲۰٪ از کل هزینه تولید پوشاک در سال ۲۰۱۹ را به خود اختصاص داده است که به طور قابل توجهی کمتر از ۱/۳۰٪ در سال ۲۰۰۶ بوده است. این تغییر نشان می‌دهد که تولید پوشاک، در برخی از کشورهای غربی توسعه یافته اتحادیه اروپا در حال تبدیل شدن به نوعی سرمایه و فناوری است زیرا شرکت‌ها به شکلی فعال صنعتی‌سازی در تولید پوشاک را در دستور کار خود قرار داده‌اند.

برترین بازارهای خرده فروشی پوشاک اتحادیه اروپا در سال ۲۰۲۱ (درصدها بر اساس ارزش نسبت به کل)



منبع: Euromonitor ۲۰۲۲

سهام برندها در بازار در اروپای غربی (بر اساس ارزش)		واحد: %	
نام برند	نام شرکت	2020	2021
H&M	H&M Hennes & Mauritz AB	3.4	3.2
Zara	Inditex, Industria de Diseño Textil SA	2.6	2.9
Primark	Associated British Foods Plc	2.4	2.5
C&A	C&A Mode AG	1.4	1.4
adidas	adidas Group	1.2	1.3
Marks & Spencer	Marks & Spencer Plc	1.1	1.2
Nike	Nike Inc	1.2	1.2
Next	Next Plc	1.0	1.0
Levi's	Levi Strauss & Co	0.7	0.7
Shein	Nanjing Lingtian Information Technology Co Ltd	0.4	0.7
LC Waikiki	LC Waikiki Magazacilik Hizmetleri Tic AS	0.7	0.7
Tommy Hilfiger	PVH Corp	0.6	0.6
Hugo Boss	Hugo Boss AG	0.6	0.6
Kiabi	KIABI Europe SAS	0.6	0.6
شرکتها در اتحادیه اروپا دفتر مرکزی ندارند			
منبع اطلاعات: Euromonitor (2022)			

آلمان، ایتالیا، بریتانیا، فرانسه و اسپانیا به دلیل سرانه تولید ناخالص داخلی نسبتاً بالای خود و میزان جمعیت‌شان، نزدیک به ۶۰٪ از کل فروش خرده‌فروشی پوشاک در اتحادیه اروپا را در سال ۲۰۲۱ به خود اختصاص داده‌اند. چنین ساختار بازاری در دهه گذشته ثابت مانده است. این امر همچنین نشان‌دهنده این مسئله است که برندهای پوشاک اتحادیه اروپا که منعکس‌کننده ترجیحات مصرف‌کنندگان بومی هستند، در کل، در بازار خرده‌فروشی اتحادیه اروپا از مارک‌های غیر اتحادیه اروپا بهتر عمل می‌کنند.

درصد تجارت درون منطقه‌ای منسوجات و پوشاک اتحادیه اروپا طی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰

۲۰۲۰	۲۰۱۹	۲۰۱۸	۲۰۱۷	۲۰۱۵	۲۰۱۰	
۳۹/۵٪*	۵۳/۸٪	۵۵/۱٪	۵۴/۹٪	۵۵/۲٪	۵۸٪	منسوجات
۳۵/۹٪	۳۳/۸٪	۳۳/۷٪	۳۳/۴٪	۳۲٪	۳۲٪	پوشاک

- داده‌ها بر اساس ۲۸ عضو اتحادیه اروپا هستند.
- میزان درصد تجارت درون منطقه‌ای = نسبت میزان واردات از دیگر اعضای اتحادیه اروپا به کل میزان واردات اتحادیه اروپا
- ※ نشان‌دهنده افزایش واردات تجهیزات حفاظت فردی از خارج از اتحادیه اروپا می‌باشد.

تجارت درون منطقه‌ای یکی از ویژگی‌های اساسی صنعت نساجی و پوشاک اتحادیه اروپا است. علی‌رغم فشارهای فزاینده از سوی تأمین‌کنندگان مقرون‌به‌صرفه آسیایی، آمارهای UNComtrade نشان می‌دهد که از کل واردات منسوجات منطقه اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۹، ۵۳/۸٪ در رده تجارت درون منطقه‌ای بوده است. با این حال، این می‌تواند ناشی از افزایش واردات تجهیزات حفاظت فردی (PPE) از آسیا باشد که درصد تجارت درون منطقه‌ای کشورهای اتحادیه اروپا برای منسوجات به ۴۰٪ در سال ۲۰۲۰ کاهش یافته است.

در همین حال، حدود یک‌سوم واردات پوشاک کشورهای اتحادیه اروپا از سایر اعضای اتحادیه اروپا طی سال‌های ۲۰۱۹-۲۰۲۰ انجام شده است. در مقام مقایسه، نزدیک به ۹۸٪ از پوشاک مصرف شده در ایالات متحده در همان مدت مشابه وارد شده است که بیش از ۷۵٪ آن از آسیا بوده است (Eurostat, ۲۰۲۲; UNComtrade, ۲۰۲۲).

برترین بازارهای صادراتی پوشاک اتحادیه اروپا				برترین بازارهای صادراتی نساجی اتحادیه اروپا			
۲۰۲۱	۲۰۲۰	۲۰۱۹	بازار صادراتی	۲۰۲۱	۲۰۲۰	۲۰۱۹	بازار صادراتی
۲۱.۱	۲۵	۲۱.۷	سوئیس	۱۳.۲	۱۲.۷	۱۳.۷	ایالات متحده
۹.۷	۱۰.۸	۱۲.۸	ایالات متحده	۸.۲	۷.۷	۸.۱	مراکش
۷.۱	۸.۴	۸.۳	فدراسیون روسیه	۷.۷	۸.۸	۷.۱	سوئیس
۵.۲	۶.۷	۷.۴	هنگ کنگ	۶.۶	۷.۴	۶.۹	چین
۷.۸	۸	۶.۳	چین	۶.۲	۶.۵	۶.۴	ترکیه
۵۰.۹	۵۹	۵۶.۵	مجموع	۴۲	۴۳.۱	۴۲.۳	مجموع

برترین تأمین کنندگان پوشاک اتحادیه اروپا				برترین تأمین کنندگان نساجی اتحادیه اروپا			
۲۰۲۱	۲۰۲۰	۲۰۱۹	منابع واردات	۲۰۲۱	۲۰۲۰	۲۰۱۹	منابع واردات
۳۴.۷	۳۳	۳۱.۲	چین	۴۴.۷	۵۲.۴	۳۷.۳	چین
۱۷.۴	۱۷.۵	۱۸.۹	بنگلادش	۱۷.۹	۱۱.۹	۱۶.۴	ترکیه
۱۲.۷	۱۱.۶	۱۱	ترکیه	۸.۸	۶	۹.۱	هند
۵.۲	۴.۷	۵.۸	هند	۸.۴	۶.۳	۹	پاکستان
۳.۳	۳.۵	۴.۳	کامبوج	۲.۹	۲.۷	۴	ایالات متحده
۷۵.۳	۷۰.۲	۷۱.۲	مجموع	۸۲.۷	۷۹.۴	۷۵.۸	مجموع

منبع: Eurostat ۲۰۲۲ و UNcomtrade ۲۰۲۲

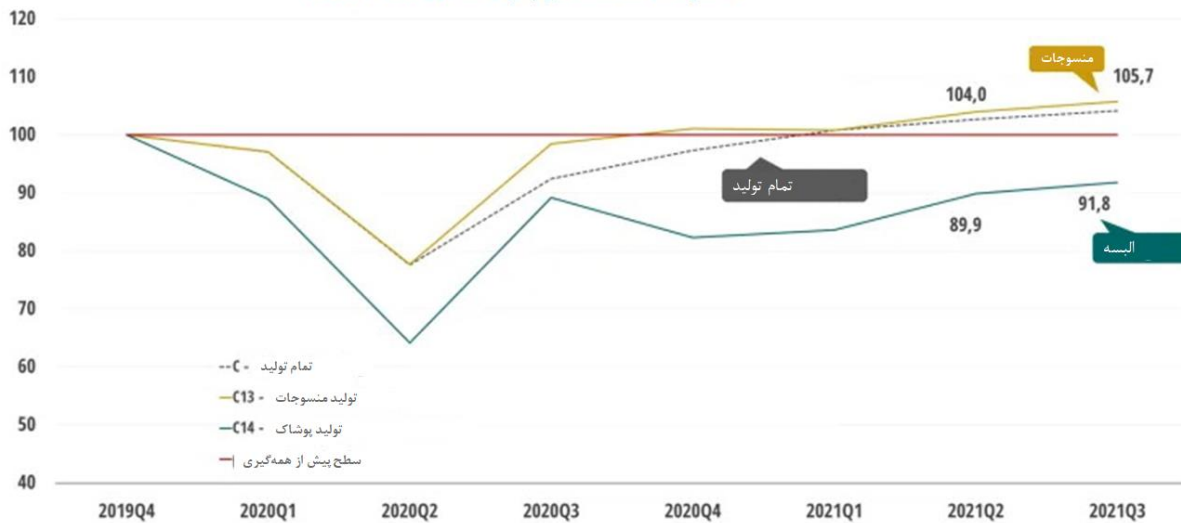
سال ۲۰۲۱: داده‌ها مربوط به ژانویه تا نوامبر میباشند

کلیه اعداد ذکر شده در جداول بر حسب درصد نسبت به کل میباشند.

با توجه به تجارت نساجی و پوشاک کشورهای اتحادیه اروپا با اعضای غیر اتحادیه اروپا (یعنی تجارت خارج از منطقه)، ایالات متحده یکی از بازارهای برتر صادراتی اتحادیه اروپا و تأمین‌کننده حیاتی منسوجات (عمدتاً برای منسوجات فنی و صنعتی) باقی ماند. در عین حال، کشورهای آسیایی به رهبری چین و بنگلادش، به عنوان پایگاه اصلی تأمین پوشاک خارج از منطقه‌ای اتحادیه اروپا برای برندهای مد و خرده‌فروشان اتحادیه اروپا عمل می‌کنند. ترکیه یکی دیگر از پایگاه‌های مهم تأمین پوشاک برای شرکت‌های مد اتحادیه اروپا بوده و هیچ نشانه‌ای مبنی بر تغییر الگوی تجارت به دلیل بروز ویروس کووید-۱۹ وجود ندارد.

علاوه بر این، ویتنام ششمین تأمین‌کننده بزرگ پوشاک خارج از منطقه‌ای اتحادیه اروپا در سال ۲۰۲۰ (پس از چین، بنگلادش، ترکیه، هند و کامبوج) بوده که ۴٪ از کل ارزش را به خود اختصاص داده است. توافقنامه تجارت آزاد اتحادیه اروپا و ویتنام که در آگوست ۲۰۲۰ اجرایی شد، می‌تواند در دراز مدت به خرید بیشتر اتحادیه اروپا از این کشور در زمینه‌ی پوشاک کمک کند.

اتحادیه اروپا-۲۷ حجم معاملات نساجی و لباس
شاخص تغییر سه‌ماهه (سطح پیش از همه‌گیری 2019Q4=100)



طبق اعلام فدراسیون پوشاک و نساجی اروپا (Euratex)، صنعت نساجی و پوشاک اتحادیه اروپا در حال احیای خود پس از پاندمی کووید-۱۹ می‌باشد. به عنوان مثال، ارزش تولیدات نساجی تا پایان سپتامبر ۲۰۲۱ به سطح قبل از همه‌گیری رسیده است. با این حال، تولید پوشاک همچنان عقب است. فدراسیون پوشاک و نساجی اروپا (Euratex) همچنین هشدار می‌دهد که با توجه به "قیمت‌های بالای مواد خام و انرژی، اختلالات زنجیره تأمین و محدودیت‌های بهداشتی اضافه شده مرتبط با همه‌گیری ویروس کووید-۱۹"، سال ۲۰۲۲ می‌تواند سالی چالش برانگیز برای صنعت نساجی و پوشاک اتحادیه اروپا باشد.

منبع:

<https://shenglufashion.com/۲۰۲۲/۰۱/۲۸/eu-textile-and-apparel-industry-and-trade-patterns-updated-january-۲۰۲۲/>