



2025

RYNKI MIĘDZYNARODOWE: ODZIEŻ

Sytuacja bieżąca i prognozy do 2029



Bank Polski

Departament Analiz Ekonomicznych
Sierpień 2025

Spis treści



Branża odzieżowa 2025

Wstęp	<u>3</u>
ŚWIAT	
Podstawowe dane o rynku	<u>7</u>
Handel międzynarodowy	<u>12</u>
EUROPA I POLSKI EKSPORT	
Wielkość rynku w Europie	<u>15</u>
Polski eksport	<u>17</u>
NAJWIĘKSI IMPORTERZY	
1. Stany Zjednoczone	<u>24</u>
2. Niemcy	<u>26</u>
3. Francja	<u>28</u>
4. Japonia	<u>30</u>
5. Wielka Brytania	<u>32</u>
6. Hiszpania	<u>34</u>
7. Włochy	<u>36</u>
8. Holandia	<u>38</u>
9. Polska	<u>40</u>
10. Korea Południowa	<u>42</u>
Metodologia	<u>44</u>

Wstęp

Według szacunków Statista, w 2024 światowa branża odzieżowa osiągnęła wzrost sprzedaży o 2%, do ponad 1,6 bln EUR. Była to wartość o ok. 17% większa niż w 2019.

Odzież damska jest największym segmentem rynku z udziałem 52,3% w 2024. Do 2029, wg prognoz Statista, udział ten lekko wzrośnie do 52,4%.

W latach 2025-2029 odzież damska i odzież męska będą segmentami rozwijającymi się najszybciej (ze średnim rocznym tempem wzrostu CAGR rzędu 2,6% w obu przypadkach), przy średnim rocznym wzroście dla rynku ogółem na poziomie 2,5%.

Według przewidywań Statista, **łącznie wydatki na odzież zwiększyły się i będą rosły wolniej niż na dobra konsumpcyjne ogółem** (odpowiednio ok. 3% vs 7%, CARG 2019-2026), co wymusza ciągłą kontrolę kosztów w branży modowej.

Kluczowy dla sektora jest wzrost znaczenia rynków wschodzących, na których wydatki konsumentów rosną znacznie szybciej niż w krajach rozwiniętych. A od 2020 połowa globalnych wydatków na odzież przypada już na rynki poza Europą i Ameryką Północną. Oznacza to, że **firmy odzieżowe**, dziś często koncentrujące się na jednym lub kilku

głównych rynkach, **muszą dywersyfikować swoją działalność geograficznie**, aby utrzymać wzrost. **Ważne jest także różnicowanie portfolio**, aby dostosować się do oczekiwań kulturowych i gustów konsumentów w wielu regionach świata.

Odzież to kategoria dóbr konsumpcyjnych ciesząca się dużą popularnością. Według Statista średnio deklaruje je ponad 3/4 respondentów z 28 badanych państw.

Wśród kryteriów zakupu, wygoda jest najważniejszym czynnikiem we wszystkich krajach. Trwałość uznawana jest również za istotną, podczas gdy inne czynniki (tj. niska cena, sprawiedliwy handel i materiały przyjazne dla środowiska) mają nieco mniejsze znaczenie. Średnio 39% respondentów uznało niską cenę za ważne kryterium zakupu i kupuje taniej odzież. Natomiast 41% badanych było zainteresowanych produktami luksusowymi i premium. Ta dychotomia może wyjaśnić **jednoczesny wzrost popularności marek luksusowej mody i „szybkiej mody”.** *Fast fashion* oznacza przystępne cenowo kolekcje, oparte

na najnowszych trendach płynących z pokazów mody lub mediów społecznościowych i niezwłocznie wprowadzane na rynek.

„Szybka moda” wymaga dobrej współpracy działów projektowych, starannie skalibrowanych łańcuchów dostaw i kanałów dystrybucji, które umożliwiają oferowanie przystępnej ceny dzięki efektowi skali.

Krytykowana jest presja, jaką wywiera ona na dostawców, zmuszając ich do produkcji coraz większych ilości po niższych cenach, co szkodzi środowisku. Zwiększona świadomość zrównoważonego rozwoju, choć wciąż jest zjawiskiem niszowym w branży tekstylnej, ma potencjał, by zatrzymać rozwój „szybkiej mody”. Dodatkowo, **starzenie się populacji prawdopodobnie przesunie konsumpcję ku markom premium lub mniej podążającym za najnowszymi trendami w modzie.**

W raporcie przedstawiamy prognozy wielkości branży do 2029 oraz dane o rynkach 10 największych światowych importerów odzieży.

Polska branża odzieżowa

W 2024 Polska poprawiła o 1 pozycję lokatę w eksporcie odzieży plasując się na 10. miejscu na świecie – z udziałem 2,6%. W globalnym imporcie osiągnęła udział 3,5% i była 9. – podobnie jak w 2023. Sytuacja w branży w Polsce w 2024 lekko się pogorszyła.

W 2024 wyniki branży były słabsze niż w 2023. Przychody producentów odzieży (PKD 14), zatrudniających powyżej 9 osób, spadły o 2%, osiągając 5,9 mld zł. Największy udział w przychodach ogółem miały firmy produkujące odzież roboczą (43% przychodów) oraz pozostałą odzież wierzchnią (27%). Wynik finansowy netto obniżył się o 29%, do 362 mln zł. Rentowność sprzedaży netto spadła o 2,7pp do 6,3%. Znaczny wpływ na wynik mają wynagrodzenia, których relacja do przychodów przekracza 25%, przy czym branża charakteryzuje się niskimi przeciętnymi płacami.

Na koniec 2024 w Polsce w branży funkcjonowało 288 podmiotów o zatrudnieniu powyżej 9 osób. W 48 firmach przeważał kapitał zagraniczny. Największe podmioty w przeważającej części nie produkują odzieży w Polsce, a jedynie projektują i zajmują się jej dystrybucją. Produkcja odbywa się głównie w Bangladeszu, Chinach, Indiach i Wietnamie. Na rynku funkcjonuje wiele mniejszych firm szyjących np. bieliznę, odzież roboczą i ochronną, garnitury, czy krótkoseryjne kolekcje dla mniejszych marek premium. Ich atutem są krótkie serie, szybki czas dostaw na rynek i wyższa jakość.

Od lat Polska jest importerem netto odzieży. W 2024 wartość importu (CN 61+62) wzrosła o 17%, do 14,9 mld EUR. 47% wartości importu (wg kraju pochodzenia) stanowiły dostawy z Chin i Bangladeszu. Eksport zwiększył się o 14%, do 12,7 mld EUR. 42% eksportu odzieży kierowano do Niemiec. Polska eksportuje relatywnie niewielką ilość własnej odzieży (bielizna, garnitury, odzież robocza), a większość stanowi reeksport ubrań produkowanych w Azji.

W 2025 oczekujemy nieznacznej poprawy sytuacji w branży, czemu sprzyjać będzie wzrost dochodów ludności i dalsze zwiększenie konsumpcji. Utrzymanie mocnego poziomu złotego pozwoliłoby na niższe koszty importu surowców z Azji, ograniczając koszty produkcji. Zakładane spowolnienie dynamiki płac zmniejszy presję na wzrost kosztów osobowych. Jednak polscy producenci odzieży mogą mierzyć się z większą konkurencją z Azji wskutek prawdopodobnego przekierowania towarów dotychczas wysyłanych na rynek amerykański po zniesieniu tzw. zwolnienia de minimis, które pozwalało na bezcłowy wwóz do USA przesyłek o wartości mniejszej niż 800 USD. Wpłynie to na obniżenie cen detalicznych w segmencie tanich

produktów. Sygnalizowane przez producentów obniżenie nowych zamówień zagranicznych wskazuje, że branża może nadal mieć problemy ze słabym popytem poza Polską.

W średniej perspektywie czynnikami sprzyjającymi wynikom branży powinno być lekkie ożywienie gospodarki w UE i związana z tym poprawa nastrojów konsumenckich sprzyjająca zakupom odzieży. Znaczącym wyzwaniem będzie wdrożenie strategii na rzecz tekstyliów zrównoważonych i o obiegu zamkniętym. Zgodnie z jej postulatami 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.

Przewidujemy, że rok 2025 i lata kolejne powinny przynieść niewielką poprawę sytuacji w polskiej branży odzieżowej.



Polska branża odzieżowa

Mocne strony



- bliskość rynków UE – szybkie dostawy i łatwiejsza kontrola jakości w porównaniu z importem z Azji
- elastyczność małych i średnich producentów – zdolność do realizacji krótkich serii, personalizacji i szybkiego reagowania na zmieniające się trendy
- specjalizacja niszowa – mocna pozycja krajowych producentów w bieliznie, odzieży ochronnej i roboczej oraz odzieży premium
- rosnące znaczenie odzieży produkowanej na miejscu – część konsumentów docenia lokalną produkcję i przejrzysty łańcuch dostaw
- wykwalifikowana kadra w zakresie projektowania i szycia ubrań wysokiej jakości.

Słabe strony



- dominacja małych i średnich producentów odzieży ograniczająca korzyści skali i zdolności eksportowe
- niska konkurencyjność cenowa wobec szwalni z krajów azjatyckich i Turcji (wysokie koszty pracy i energii)
- wysoki udział importowanych tkanin i dodatków w kosztach produkcji
- ograniczone inwestycje w automatyzację i nowe technologie
- starzejąca się kadra pracowników, brak młodych wykwalifikowanych pracowników (niedostateczna liczba szkół zawodowych, relatywnie niskie wynagrodzenia)
- słaba rozpoznawalność polskich marek odzieżowych w UE.

Czynniki sprzyjające rozwojowi

- wzrost dochodów ludności i konsumpcji, zwiększenie popytu na dobrej jakości odzież i marki niszowe, co sprzyja krajowym wytwórcóm
- wolniejszy wzrost wynagrodzeń ograniczający wzrost kosztów produkcji
- przeniesienie części produkcji z Azji do Europy ze względu na niższe ryzyko geopolityczne i koszty transportu (nearshoring)
- upowszechnianie się mody zrównoważonej i cyrkularnej – możliwość rozwoju segmentów premium, eko-materiałów, recyklingu i napraw odzieży
- dynamiczny rozwój e-commerce stwarzający szansę dla wytwórców na zwiększenie sprzedaży online w kraju i za granicą
- zwiększenie nakładów inwestycyjnych (przy unijnym wsparciu) na modernizację technologii i poprawę efektywności produkcji
- automatyzacja i robotyzacja sprzyjająca poprawie konkurencyjności
- umocnienie eksportu do krajów sąsiednich i Europy Zachodniej w wybranych, specjalistycznych segmentach.

Czynniki ograniczające rozwój

- silna ekspansja rynkowa taniej odzieży z Azji poprzez platformy sprzedażowe m.in. Shein i Temu wywierająca presję cenową na krajowych producentów
- wzrost kosztów produkcji związany z wdrożeniem regulacji UE w zakresie recyklingu, śladu węglowego i ograniczenia fast fashion
- zmiana zachowań konsumentów – wybór używanej odzieży zamiast nowej
- migracja produkcji do innych unijnych lokalizacji, w tym Rumunii czy krajów bałkańskich, które są tańsze niż Polska i leżą bliżej niż kraje azjatyckie
- konsolidacja w handlu detalicznym – dominacja dużych sieci narzucających producentom niskie marże i trudne warunki współpracy
- aprecjacja złotego obniżająca konkurencyjność eksportu
- utrzymujące się spowolnienie gospodarcze w Niemczech, gdzie trafia znacząca część polskiego eksportu odzieży
- nowe wymogi raportowania oraz konieczność podejmowania działań dotyczących ESG.



ŚWIAT



Bank Polski

Podstawowe dane o rynku

Sprzedaż

mld EUR, 2024

Według szacunków Statista, w latach 2022-2024 sprzedaż odzieży na świecie wzrastała w średnim tempie 7,9% rocznie i osiągnęła blisko 1642 mld EUR w 2024.

Azja to największy rynek sprzedaży odzieży. W 2024 jego wartość wyniosła 649 mld EUR (39,5% światowej sprzedaży). Kolejna była Europa z udziałem 27,2%.

Eksport

mld EUR, 2024

Chiny były światowym liderem w eksporcie odzieży i w 2024 osiągnęły udział w rynku na poziomie 28,7%.

Największym importerem w 2024 były Stany Zjednoczone – z udziałem 18,1% w światowym imporcie.

W 2024 Polska była 10. największym eksporterem odzieży na świecie – z udziałem na poziomie 2,6% oraz 9. największym importerem – z udziałem 3,5%.



świat 1642



Europa 447



Polska 14

Źródło: Statista



świat 493



Europa 149



Polska 13

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Wydatki per capita

EUR, 2024

Pierwszą pozycję na świecie pod względem wydatków per capita przeznaczanych na zakup odzieży zajmują mieszkańcy Hongkongu, którzy w 2024 wydali przeciętnie na ten cel równowartość 3160 EUR (choć wartość ta była częściowo wynikiem wydatków turystów z Chin Kontynentalnych). Na drugim miejscu uplasowali się Szwajcarzy (1304 EUR), a na trzecim – Norwegowie (1265 EUR).

W 2024 średnie wydatki na odzież na mieszkańca w Europie wyniosły 528 EUR i wzrosły o 1,9%.



Europa 528



Polska 354



świat 211

Źródło: Statista

Udział odzieży ze zrównoważonych źródeł

%, 2024

Utrzymuje się tendencja wzrostowa udziału odzieży pochodzącej ze zrównoważonych źródeł. Na świecie zwiększył się on do 4,4% w 2024 z 3,7% obserwowanych w 2018, a w 2029, wg prognoz Statista, ma osiągnąć 5,8%.

Według przewidywań Statista dalszy wzrost wskaźnika będzie kontynuowany na wszystkich kontynentach.



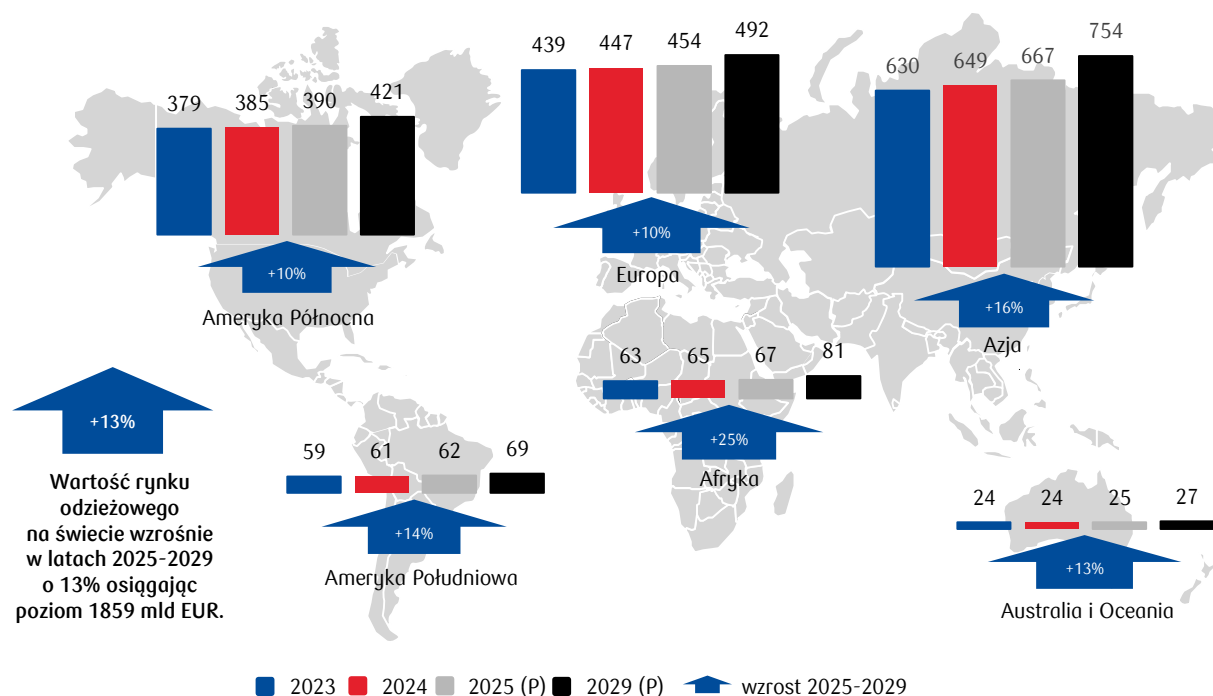
Polska 5,5

Europa 5,1

świat 4,4

Źródło: Statista

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



Źródło: Statista

W 2024 światowa sprzedaż odzieży osiągnęła prawie 1642 mld EUR, czyli o 34,9% więcej niż w 2020. Według Statista, sprzedaż na początku pandemii COVID-19 spadła średnio o 3,6% rocznie (CAGR 2020-2021). Jednak w kolejnych latach sprzedaż ta znacząco odbiła i zwiększała się o 7,9% średnio rocznie (CAGR 2022-2024). W latach 2025-2029 średnie roczne tempo wzrostu sprzedaży odzieży na świecie spowolni do 2,5%.

Najwyższą szacunkową sprzedaż odzieży w 2024 w wysokości 649 mld EUR obserwowano na rynkach Azji, a jej wartość znacznie wzrosła w latach 2022-2024, średnio rocznie o 8,6%. Na kolejne lata do 2029 prognozy zakładają, że rynki azjatyckie odnotują wolniejszy wzrost sprzedaży w tempie średnio 3,1% rocznie (CAGR 2025-2029). W końcu tego okresu region ten będzie odpowiadał za 40,6% światowej sprzedaży tych artykułów (+0,9pp vs 2024).

W latach 2025-2029 najwyższy średni roczny wzrost sprzedaży odzieży (4,5%), będzie dotyczył rynków Afryki. Natomiast najniższy wzrost osiągnie sprzedaż tych towarów w Ameryce Północnej (z CAGR 2025-2029 wynoszącym 1,8%) oraz w Europie (odpowiednio 2%).



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

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2029 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-29)
Odzież damska	694,5	633,3	839,0	859,3	877,8	974,6	-3,4%	8,0%	2,6%
Odzież męska	426,4	390,0	513,4	526,3	538,1	598,6	-3,6%	8,0%	2,6%
Odzież dziecięca	214,0	193,5	251,8	256,4	260,4	285,8	-4,6%	7,6%	2,2%
Suma	1334,9	1216,7	1604,1	1641,9	1676,3	1859,0	-3,6%	7,9%	2,5%

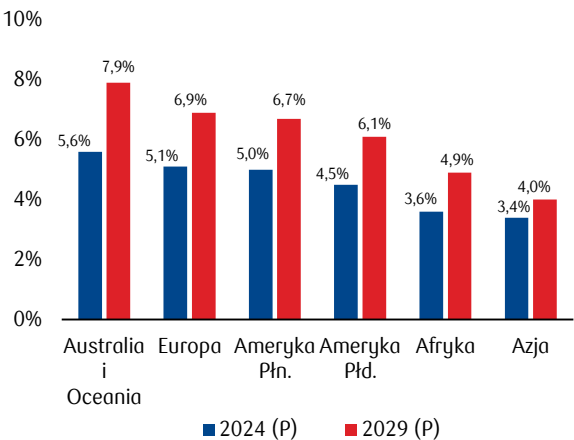
Źródło: Statista

Największy udział w rynku ma segment odzieży damskiej. Według prognoz, w 2025 wyniesie on 52,4% całkowitej sprzedaży branży i utrzyma się na tym poziomie do 2029.

W latach 2025-2029 kategorie odzieży damskiej i męskiej będą wzrastały w podobnym tempie (z CARG 2025-2029=2,6%).

Natomiast zauważalnie wolniej będzie się rozwijał segment odzieży dziecięcej. Średni roczny wzrost w latach 2025-2029 prognozowany jest na poziomie 2,2%.

Udział odzieży ze zrównoważonych źródeł wg kontynentów (%)



Źródło: Statista

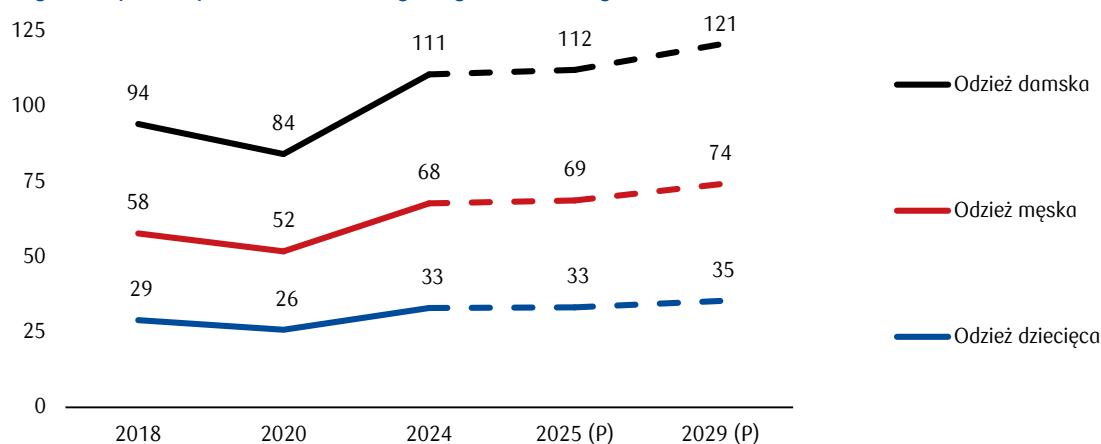
Według szacunków Statista, w 2024 kontynentem z najwyższym udziałem odzieży uzyskiwanej ze zrównoważonych źródeł była Australia i Oceania (5,6%). Natomiast w Azji, gdzie udział ten był najniższy, wyniósł on 3,4%. Średnia dla świata w 2024 ukształtowała się na poziomie 4,4%.

Do 2029 kolejność kontynentów wg tego wskaźnika nie zmieni się i na wszystkich notowany będzie trend wzrostowy. Globalnie indeks ma zwiększyć się do 5,8%.

Statista podaje również, że w skali świata udział odzieży luksusowej w latach 2025-2029 pozostanie niewielki i utrzyma się na średnim poziomie 6%. Przy czym, w podziale na kontynenty, będzie on najwyższy w 2029 w Australii i Oceanii - osiągając 9% i w Europie – odpowiednio 8%, a najniższe wartości wskaźnika notowane będą w Afryce (2%) oraz w Ameryce Południowej (3%).

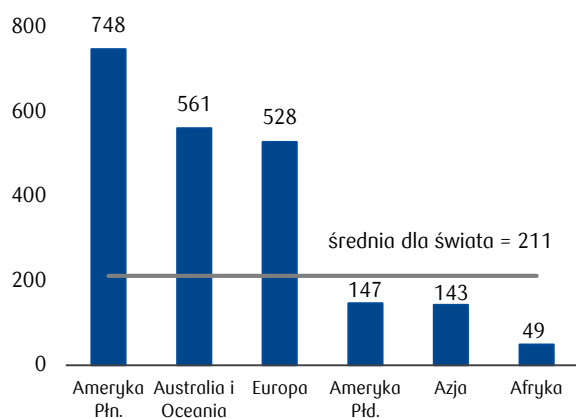


Wydatki per capita na światowym rynku odzieży (EUR)



Źródło: Statista

Szacunkowe wydatki per capita na odzież wg kontynentów w 2024 (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 przeciętnie wydatki per capita na odzież na świecie wyniosły 211 EUR. Prognozowany jest wzrost tej wartości do 230 EUR w 2029.

W podziale na kontynenty, najwięcej per capita na zakup odzieży przeznaczali w 2024 mieszkańcy Ameryki Północnej (748 EUR). Natomiast wydatki te były najniższe w Afryce (49 EUR) - kształtując się 77% poniżej średniej dla świata (211 EUR). Na przeciętny poziom wydatków na odzież – poza zamożnością społeczeństwa – znacząco wpływają również strefy klimatyczne występujące na danym kontynencie oraz zmienność warunków atmosferycznych w ciągu roku, co pociąga za sobą konieczność posiadania większej liczby zróżnicowanych kompletów odzieży dopasowanych do pogody.

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

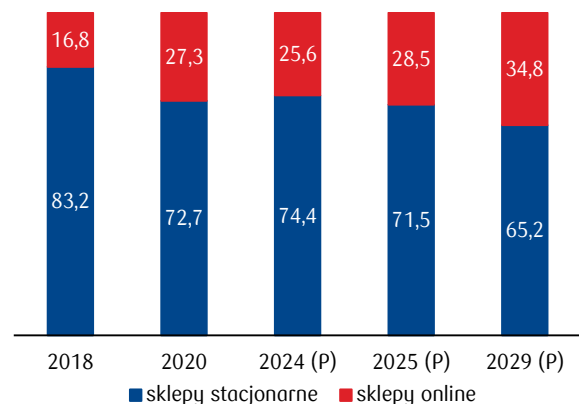
	2018	2020	2024	2025 (P)	2029 (P)
St. Zjednoczone	266	258	329	333	358
Chiny	232	222	301	312	364
Indie	67	61	97	100	113
Japonia	69	57	82	84	91
Wielka Brytania	60	57	79	81	92

Źródło: Statista

Największym rynkiem na świecie w 2024 były Stany Zjednoczone, gdzie sprzedaż odzieży oszacowano na 329 mld EUR, co stanowiło 20% wartości dla świata. Według prognoz Statista, do 2029 pozycję globalnego lidera zajmą Chiny – ze sprzedażą rzędu 364 mld EUR i z udziałem na poziomie 19,6%.

Spośród pięciu wymienionych rynków, najwyższą dynamikę wzrostu w latach 2025-2029 będą charakteryzować się Chiny, w których wartość rynku w 2029 przewyższy poziom z 2024 o 20,9%. W tym okresie relatywnie wysokie będzie jeszcze tempo wzrostu rynku w Indiach i w Wielkiej Brytanii (po 16,5%). Za to najslabiej w latach 2025-2029 będzie rosła sprzedaż odzieży w Stanach Zjednoczonych (o 8,8%).

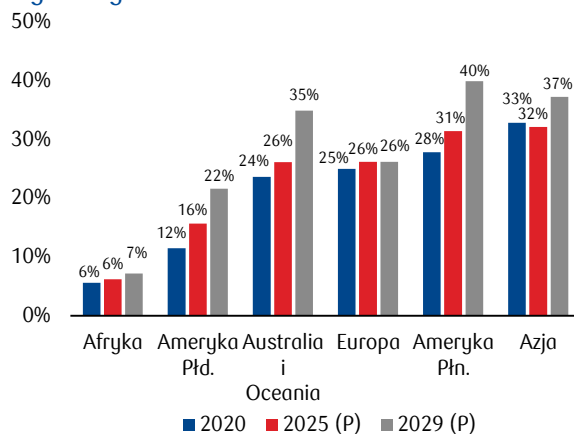
Struktura sprzedaży odzieży na świecie wg kanałów dystrybucji (%)



Źródło: Statista

Według szacunków Statista, 25,6% przychodów ze sprzedaży odzieży w 2024 pochodziło ze sklepów online. Prognozowany jest dalszy wzrost zainteresowania tym kanałem dystrybucji i zwiększenie jego udziału do 34,8% w 2029.

Udział kanału online w sprzedaży odzieży wg kontynentów



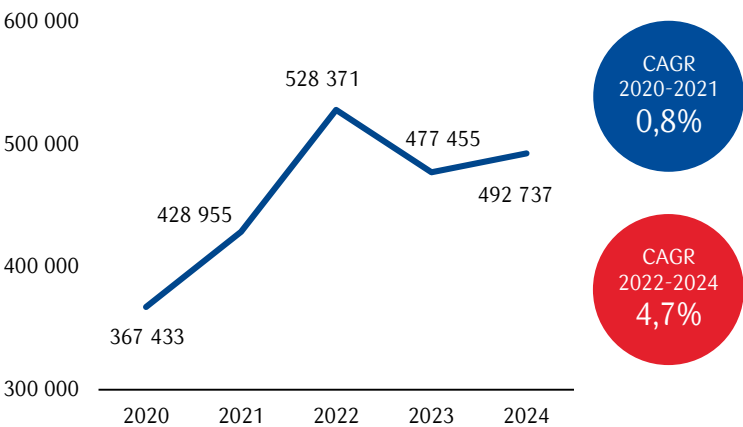
Źródło: Statista

Utrzymuje się znaczne zróżnicowanie w udziale kanału zdalnego w sprzedaży odzieży między kontynentami, które pogłębi się jeszcze do 2029, przy generalnej tendencji wzrostowej. W 2025 kontynentem z najwyższym udziałem sprzedaży zdalnej (32,1%) będzie Azja, podczas gdy w Afryce udział ten wyniesie jedynie 6,2%. W 2029 liderem sprzedaży odzieży w sieci zostanie Ameryka Północna z 39,9-procentowym udziałem, a rynek afrykański zanotuje wzrost udziału jedynie do 7,2%.



Handel międzynarodowy

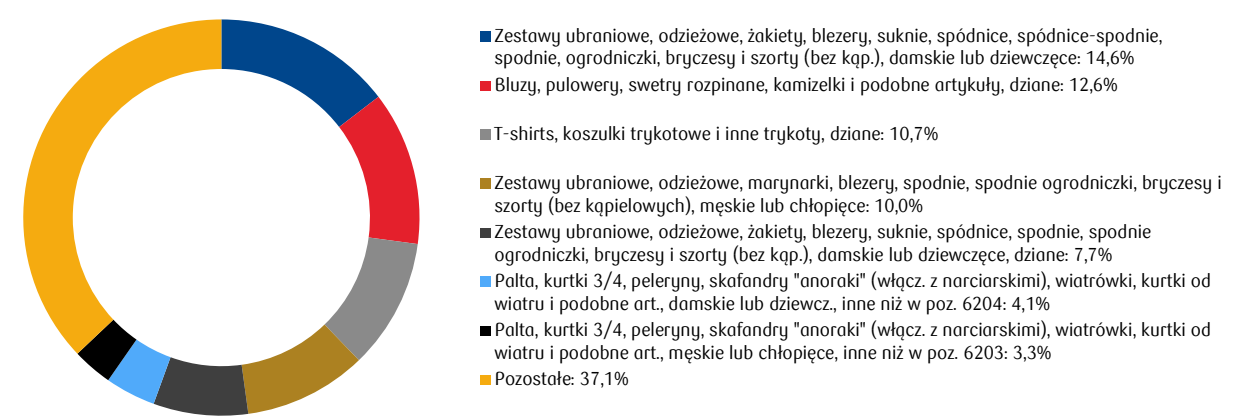
Eksport odzieży na świecie (mln EUR)



W latach 2020-2021 światowy eksport odzieży odnotował średni roczny wzrost o 0,8%, który w latach 2022-2024 przyspieszył do 4,7% przeciętnie rocznie, osiągając poziom 492,7 mld EUR w 2024.

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Struktura światowego eksportu odzieży wg rodzaju w 2024 (4-cyfrowe kody HS)

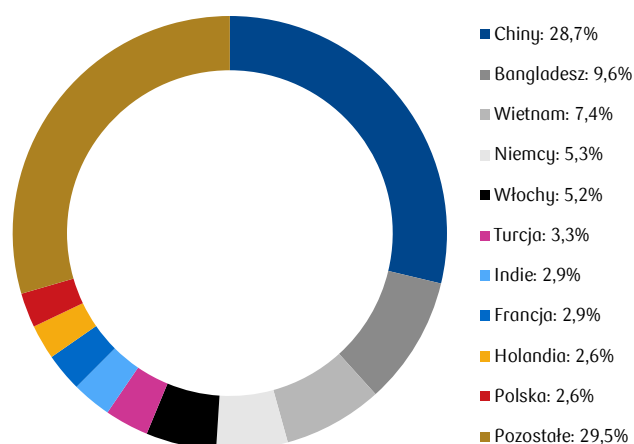


Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Największy udział w światowym eksporcie odzieży (14,6%) w 2024 miała kategoria: **zestawy ubraniowe, odzieżowe, żakiety, blezery, suknie, spódnice, spódnice-spodnie, spodnie, ogrodniczeki, bryczesy i szorty (bez kąpielowych), damskie lub dziewczęce** – oznaczona HS 6204.



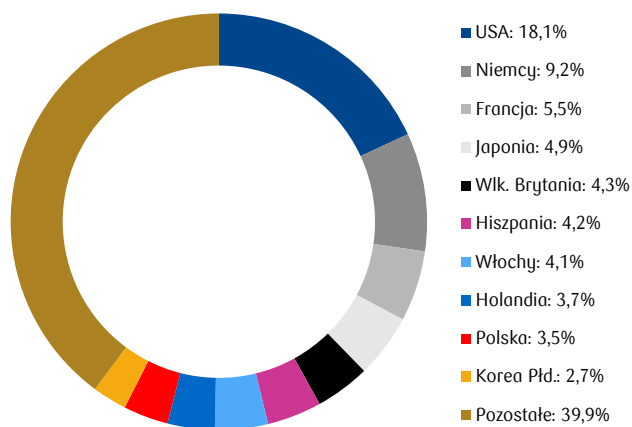
Struktura światowego eksportu odzieży w 2024



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

- W 2024 liderem w eksporcie odzieży były Chiny, które sprzedały za granicę odzież o wartości 141,6 mld EUR, co stanowiło 28,7% światowego eksportu.
- 10 największych eksporterów odzieży odpowiadało za 70,5% eksportu ogółem.
- Polska była 10. największym eksporterem odzieży z udziałem na poziomie 2,6%.
- Udział Polski w globalnym eksporcie odzieży wzrósł w latach 2019-2024 o 1,2pp.

Struktura światowego importu odzieży w 2024



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

- Światowym liderem w imporcie odzieży były Stany Zjednoczone, które nabyły z zagranicy odzież o wartości 77,4 mld EUR, co stanowiło 18,1% globalnego importu.
- Struktura importu odzieży była bardziej zdywersyfikowana niż eksportu. Udział 10 największych importerów tych artykułów wyniósł 60,1% importu ogółem tej kategorii.
- Polska była 9. największym importerem odzieży z udziałem w wysokości 3,5%.
- W latach 2019-2024 udział Polski w światowym imporcie wzrósł o 1,6pp.



EUROPA I POLSKI EKSPORT



Bank Polski

Wielkość rynku w Europie

Rynek odzieży w Europie – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2029 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-29)
Odzież damska	209,6	187,2	238,0	242,6	246,5	268,0	-3,1%	6,3%	2,0%
Odzież męska	122,7	109,8	139,3	141,9	144,1	156,4	-3,1%	6,2%	2,0%
Odzież dziecięca	54,3	48,5	61,4	62,3	63,0	67,9	-3,0%	5,8%	1,7%
Suma	386,5	345,5	438,6	446,8	453,7	492,4	-3,1%	6,2%	2,0%

Źródło: Statista

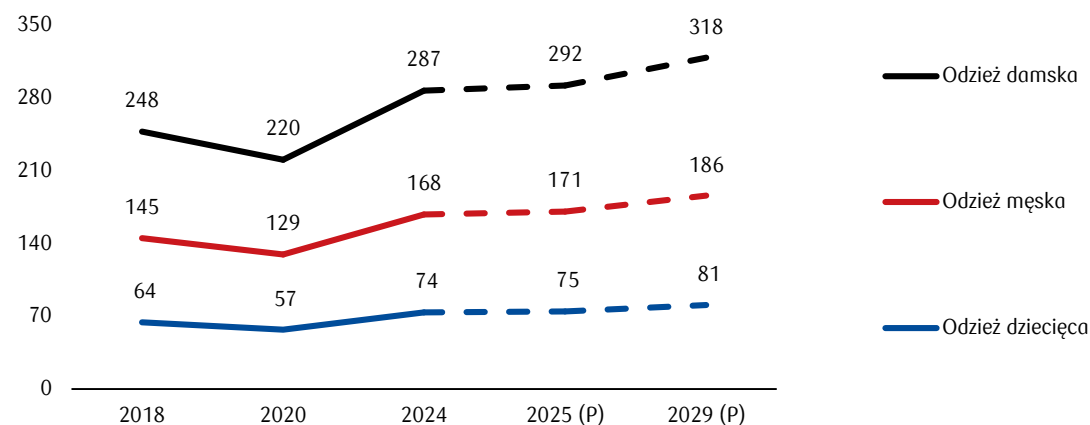
W latach 2025-2029 wartość rynku odzieży w Europie będzie wzrastała o 2% rocznie. W pierwszych latach pandemii COVID-19 sprzedaż kurczyła się średnio rocznie o 3,1% (CAGR 2020-2021), po czym obserwowano wzrost o 6,2% średnio rocznie w trzech kolejnych latach. Według Statista, w 2029 sprzedaż odzieży wyniesie ponad 492 mld EUR.

W Europie segmenty odzieży damskiej i męskiej będą rozwijały się w podobnym tempie (2,0% CAGR 2025-2029). Będzie to wzrost wolniejszy niż średnio na świecie. Sprzedaż tych kategorii w 2029 będzie wyższa niż w 2024 o odpowiednio 10,5% i 10,2%.

W 2025 największy udział w rynku

będzie miał segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w Europie jest przewidywana na prawie 247 mld EUR, co będzie stanowić 54,3% rynku – nieco więcej niż 52,4% notowane średnio na świecie.

Wydatki per capita na europejskim rynku odzieży (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 mieszkaniec Europy wydał przeciętnie na odzież 528 EUR. W kolejnych latach prognozuje się zwiększenie wydatków na ten cel do 585 EUR w 2029.



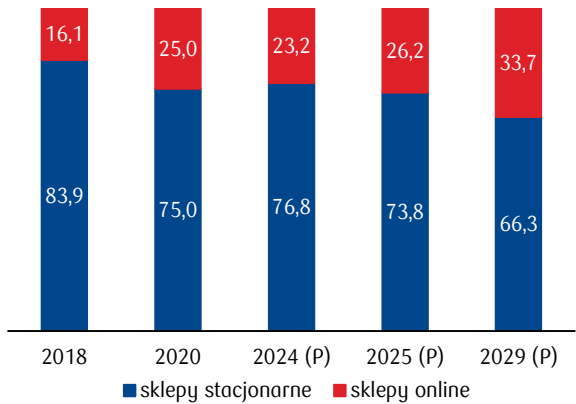
Top 5 krajów w Europie pod względem sprzedaży odzieży (mld EUR)

	2018	2020	2024	2025 (P)	2029 (P)
Wielka Brytania	60	57	79	81	92
Niemcy	60	55	67	68	70
Włochy	52	42	53	53	53
Francja	35	29	37	37	39
Rosja	29	27	29	29	32

Źródło: Statista

W 2024 najwyższa sprzedaż odzieży wśród krajów europejskich obserwowana była w Wielkiej Brytanii i wyniosła 79 mld EUR (co stanowiło 17,7% europejskiego rynku). Prognozowany jest wzrost tej wartości do 92 mld EUR w 2029, czyli poziomu o 16,5% wyższego niż w 2024, co będzie najszybszym tempem wzrostu spośród pięciu najważniejszych europejskich rynków. Na drugim biegunie po tym względem znajdują się Włochy, w których sprzedaż do 2029 pozostanie zbliżona do wyników z 2024.

Struktura sprzedaży odzieży w Europie wg kanałów dystrybucji (%)

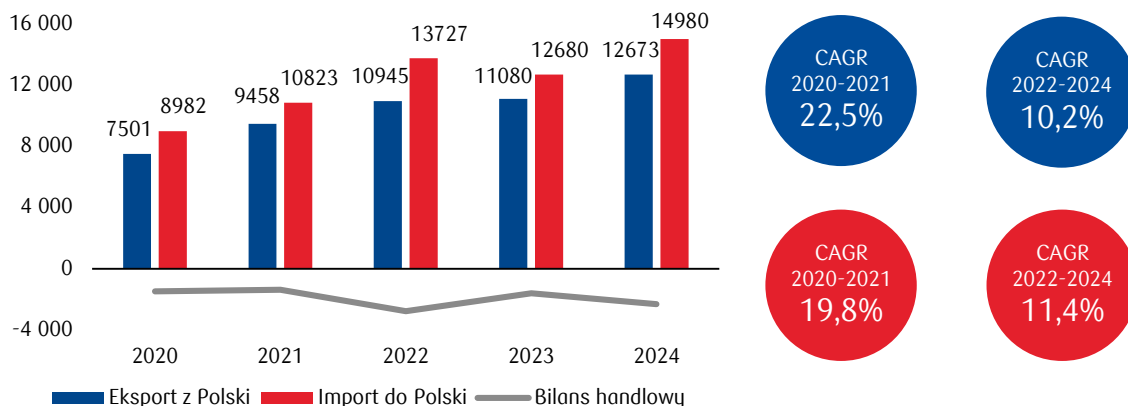


Źródło: Statista

Sklepy online odpowiadały za 23,2% przychodów ze sprzedaży odzieży w Europie w 2024. Prognozuje się, że do 2029 udział przychodów z kanałów e-commerce istotnie zwiększy się do 33,7%.

Polski eksport

Polski handel zagraniczny odzieżą (mln EUR)



Źródło: GUS (CN 61 i 62)

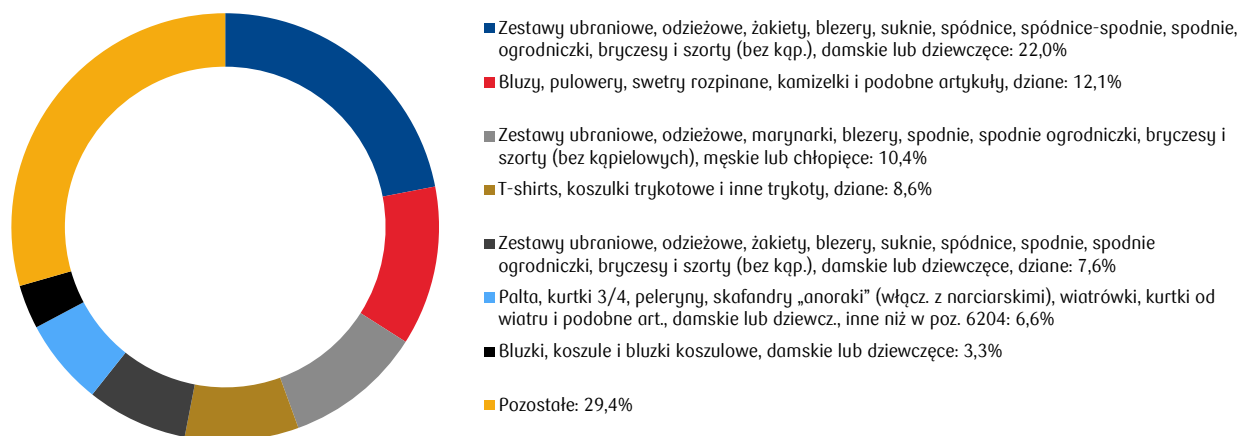
Eksport odzieży z Polski w latach 2020-2024 wzrósł o 69% z poziomu 7,5 mld EUR do 12,7 mld EUR. **Import zwiększył się trochę słabiej, bo o 66,8%**, z blisko 9 mld EUR do prawie 15 mld EUR.

Na początku pandemii (2020-2021) w eksporcie i imporcie odzieży notowano silniejszy wzrost (odpowiednio średnio rocznie o 22,5% i o 19,8%) niż przeciętnie w trzech kolejnych latach, kiedy to CAGR

2022-2024 wyniósł 10,2% i 11,4%.

Analizując te dane należy pamiętać, że stosunkowo duża część eksportowanej z Polski odzieży pochodzi z importu.

Struktura polskiego eksportu odzieży wg rodzaju w 2024 (4-cyfrowe kody CN)

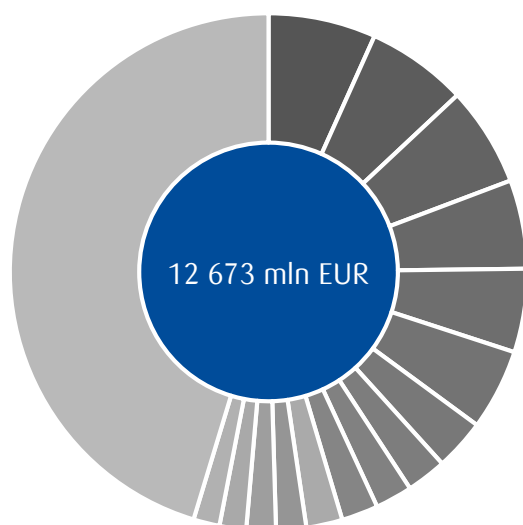


Źródło: GUS (CN 61 i 62)

W klasyfikacji wg 4-cyfrowych kodów CN **największą kategorią polskiego eksportu odzieży w 2024 była pozycja 6204** (najpopularniejsza również w eksporcie w skali globalnej), **do której należą: zestawy ubraniowe, odzieżowe, żakiety, blezery, suknie, spódnice, spódnice-spodnie, spodnie, ogrodnicze, bryczesy i szorty (bez kąpielowych), damskie lub dziewczęce**. Stanowiła ona 22% polskiego eksportu odzieży ogółem.



Struktura polskiego eksportu odzieży wg rodzaju w 2024 (6-cyfrowe kody CN)

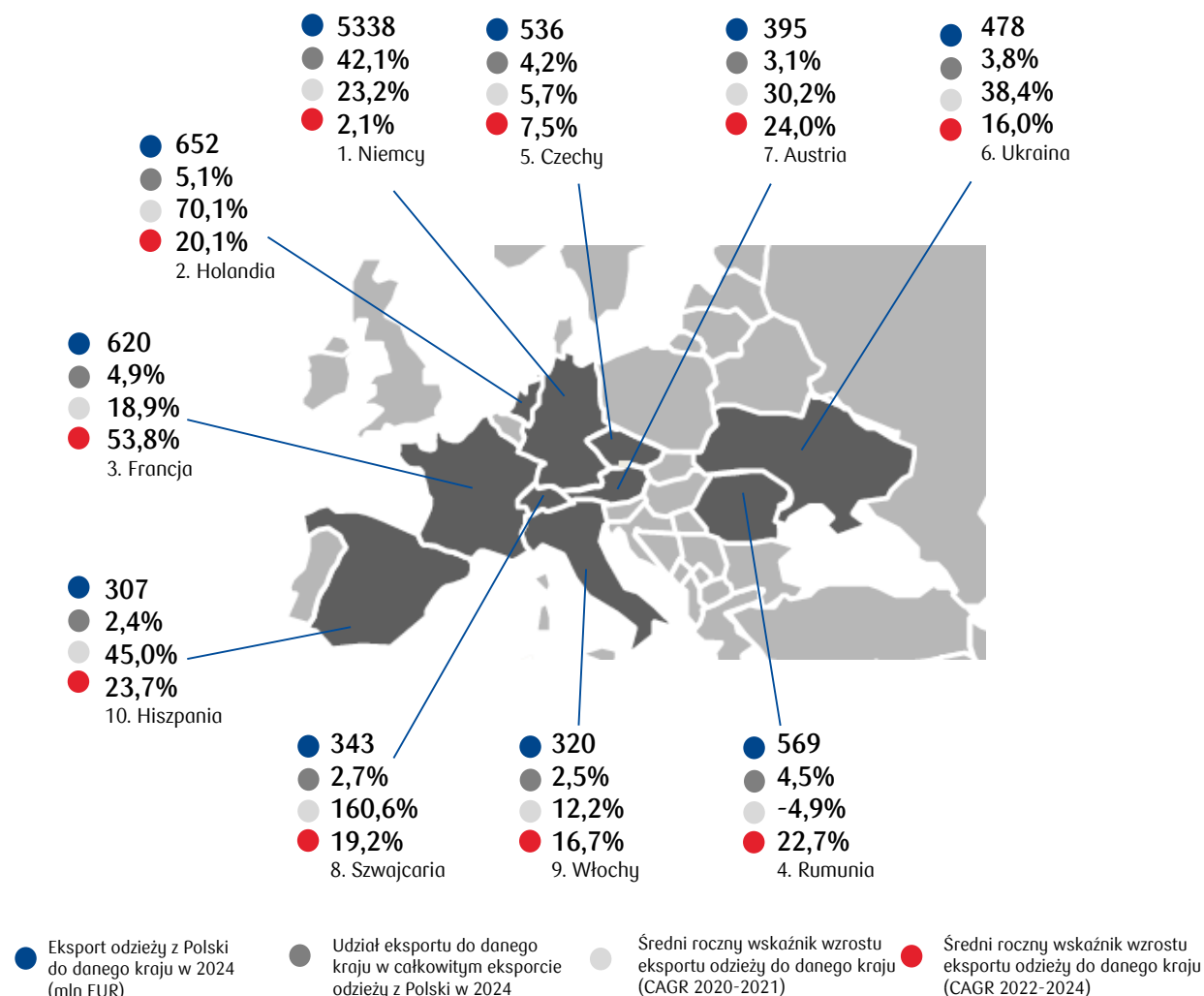


6,7%	T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
6,3%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
6,2%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny
5,5%	Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
5,2%	Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
5,1%	Palta, kurtki 3/4, narciarskie, peleryny, anoraki, wiatrówki i podobne art., dams. lub dziewcz., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, poz. 6204)
3,2%	Suknie damskie lub dziewczęce, z bawełny
2,5%	Palta, kurtki 3/4, peleryny, anoraki, kurtki narciar., wiatrówki, podob. art., męsk. l. chłop., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, z poz. 6203)
2,3%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z włókien syntetycznych
2,3%	Suknie damskie lub dziewczęce, z włókien syntetycznych
2,3%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z włókien syntetycznych
1,9%	T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z materiałów włókienniczych oprócz bawełny
1,8%	Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z bawełny
1,7%	Suknie, damskie lub dziewczęce, dziane, z włókien syntetycznych
1,6%	Biustonosze, nawet z dzianin
45,3%	Pozostałe

Źródło: GUS (CN 61 i 62)

Według 6-cyfrowych kodów CN, największy udział w polskim eksporcie odzieży w 2024 miała kategoria 610910: T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny – z udziałem 6,7%.

Główni odbiorcy polskiej odzieży w 2024



Źródło: GUS (CN 61 i 62)

Głównymi kierunkami eksportowymi polskich producentów odzieży w 2024 były kraje europejskie.

Od lat dominującym odbiorcą są Niemcy, do których w 2024 trafiło 42,1% polskiego eksportu odzieży. Trzej kolejni odbiorcy w 2024 to: Holandia, Francja i Rumunia, które

nabyły łącznie 14,5% eksportowanej przez Polskę odzieży.

Na 10 największych rynków docelowych polskiej branży odzieżowej trafiło łącznie 75,4% naszego eksportu tych towarów w 2024.

Średni roczny wzrost polskiego eksportu odzieży do tych krajów w latach 2022-2024 był dość zróżnicowany i kształtował się pomiędzy 2,1% (w przypadku Niemiec) a 53,8% (dla Francji).



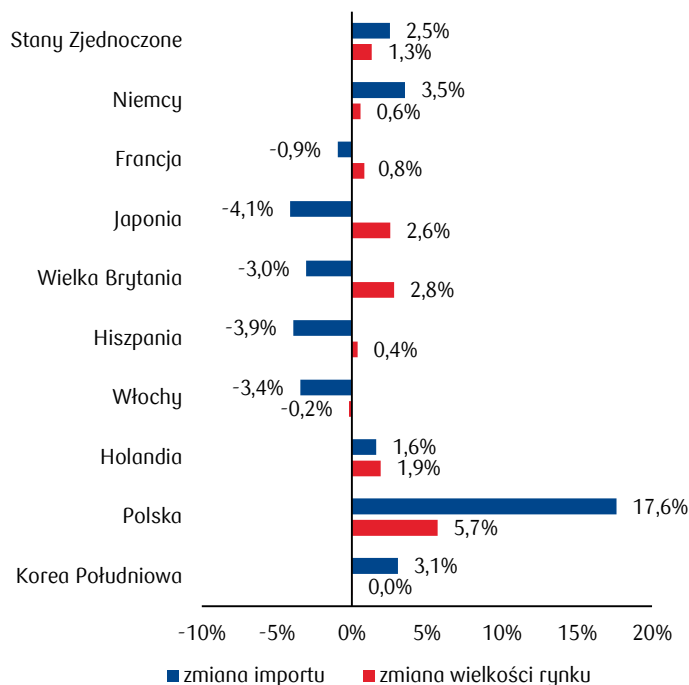
NAJWIĘKSI IMPORTERZY



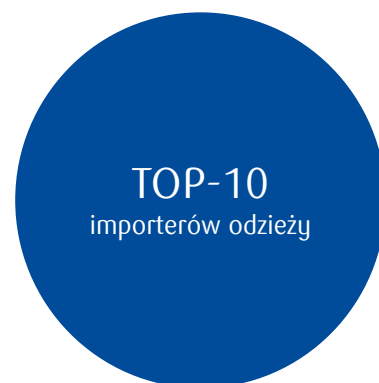
Bank Polski

Najwięksi importerzy

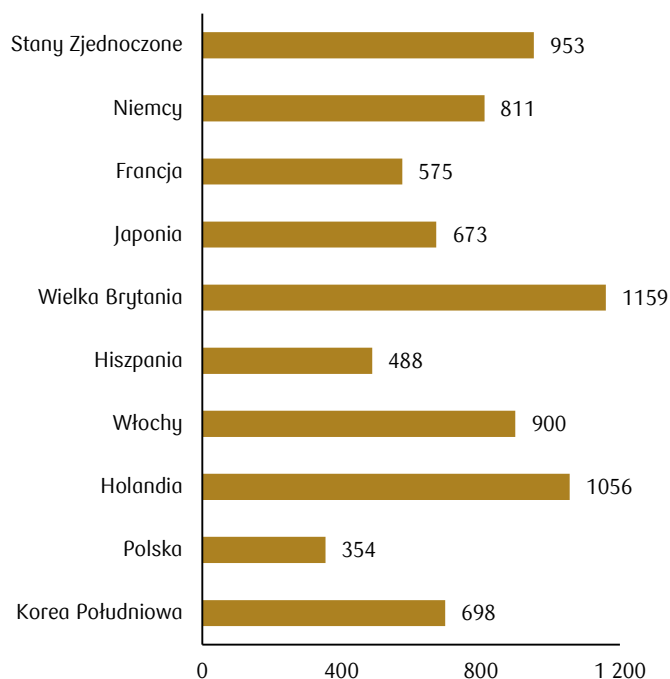
Zmiana wielkości rynku i importu odzieży w 2024 w ujęciu rocznym



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

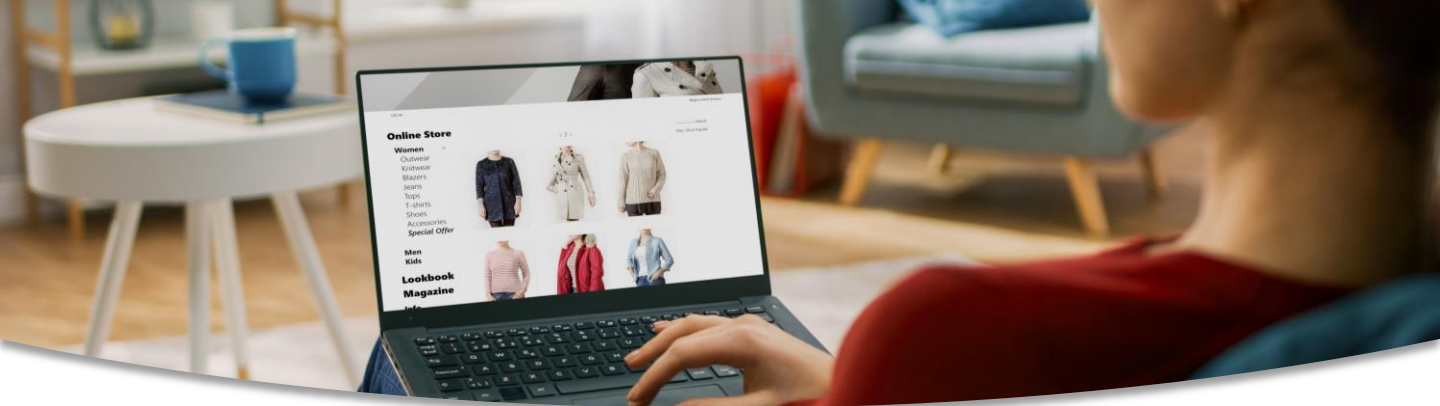


Wydatki per capita na odzież w 2024 (EUR)

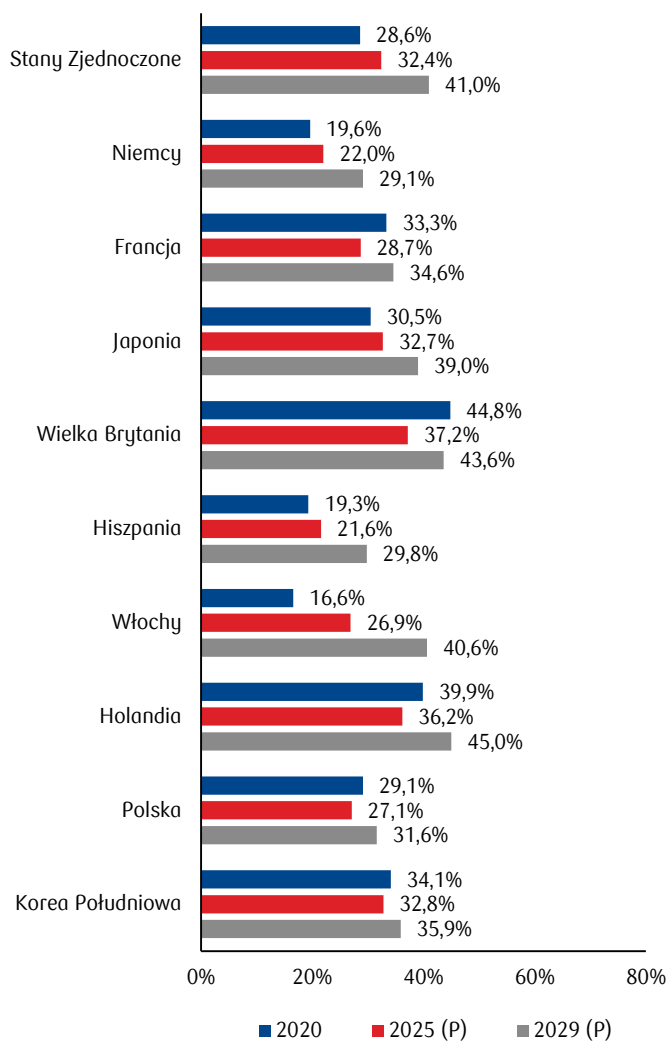


Źródło: Statista

Uwaga: Ranking 10 największych importerów odzieży wyznaczono w oparciu o dane o wielkości importu do poszczególnych państw w 2024 dostępnych w dniu 31.07.2025.



Udział kanału online w sprzedaży odzieży



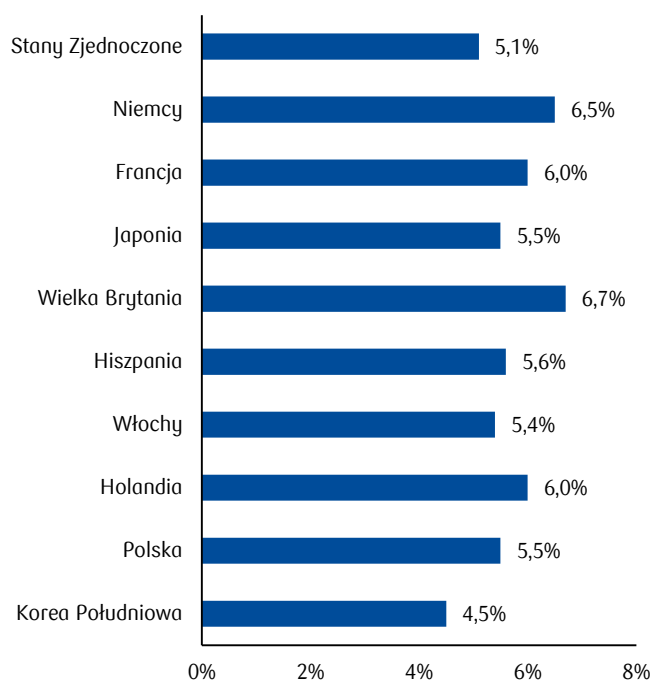
TOP-10
importerów odzieży

Źródło: Statista

Uwaga: Ranking 10 największych importerów odzieży wyznaczono w oparciu o dane o wielkości importu do poszczególnych państw w 2024 dostępnych w dniu 31.07.2025.



Udział odzieży ze zrównoważonych źródeł w 2024



Źródło: Statista

Uwaga: Ranking 10 największych importerów odzieży wyznaczono w oparciu o dane o wielkości importu do poszczególnych państw w 2024 dostępnych w dniu 31.07.2025.

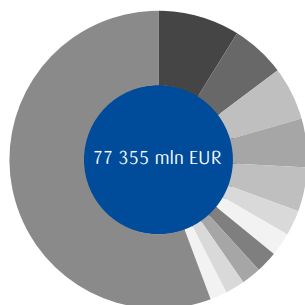


Stany Zjednoczone 1. pozycja



Bank Polski

Struktura importu odzieży do Stanów Zjednoczonych w 2024



- 8,9% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
- 5,9% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
- 5,8% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
- 5,3% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczy", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny
- 4,8% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczy", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
- 2,7% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczy", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z włókien syntetycznych
- 2,5% Biustonosze, nawet z dzianin
- 2,3% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z materiałów włókienniczych oprócz bawełny
- 2,1% Koszule męskie lub chłopięce, z bawełny
- 2,1% Spodnie, spodnie ogrodniczy, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z włókien syntetycznych
- 1,8% Skarpety, wyroby pończosnicze inne niż z poz. 611530, pończochy przeciwżyłakowe, obuwie bez nakładanych podeszew, dziane, z włókien syntetycznych
- 55,7% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Stanów Zjednoczonych zanotował w latach 2020-2021 średni spadek o 2,8%. Natomiast w latach 2022-2024 nastąpił jego wzrost o 1,6% średnio rocznie.

Wśród zagranicznych dostawców odzieży na amerykański rynek pierwszą pozycję zajmują Chiny z udziałem wynoszącym 22%. Odzież z Polski o wartości ok. 43 mln EUR w 2024 stanowiła zaledwie 0,1%

importu odzieży do Stanów Zjednoczonych, co dało Polsce 43. miejsce wśród dostawców (wobec 46. lokaty w 2023), przy ponad 9-procentowym spadku tego importu.

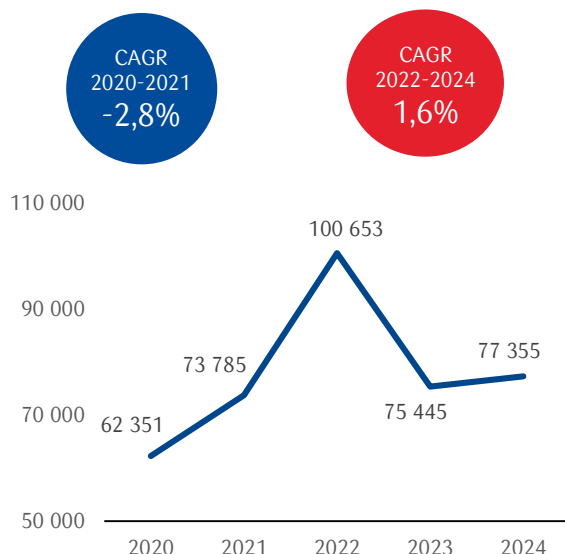
Top 10 dostawców + Polska (2024)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Chiny	22,0%	16 997,6	↑ 3,2%
2.	Wietnam	18,3%	14 162,5	↑ 6,2%
3.	Bangladesz	8,8%	6 842,3	↑ 2,0%
4.	Indie	5,9%	4 558,6	↑ 5,4%
5.	Indonezja	5,3%	4 096,5	↑ 2,0%
6.	Kambodża	4,8%	3 695,7	↑ 14,9%
7.	Meksyk	3,3%	2 568,7	↓ -6,3%
8.	Honduras	3,0%	2 294,7	↓ -4,6%
9.	Pakistan	2,8%	2 146,8	↑ 8,4%
10.	Włochy	2,6%	2 027,6	↓ -3,3%
...	...	...	...	...
43.	Polska	0,1%	42,7	↓ -9,3%

Import USA (77 355 mln EUR)

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Stanów Zjednoczonych (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)



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

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2029 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-29)
Odzież damska	139,0	135,2	173,3	175,7	177,9	191,6	-2,7%	7,5%	1,7%
Odzież męska	84,6	82,2	102,7	104,2	105,6	113,9	-3,1%	6,9%	1,8%
Odzież dziecięca	42,1	40,5	48,9	49,4	49,8	52,7	-3,7%	5,8%	1,3%
Suma	265,7	257,9	324,9	329,2	333,2	358,2	-3,0%	7,1%	1,7%

Źródło: Statista

W początkowych latach pandemii COVID-19 zanotowano średni roczny spadek sprzedaży odzieży w Stanach Zjednoczonych o 3% (CAGR 2020-2021), po czym obserwowano silny wzrost o 7,1% średnio rocznie w trzech kolejnych latach (CAGR 2022-2024).

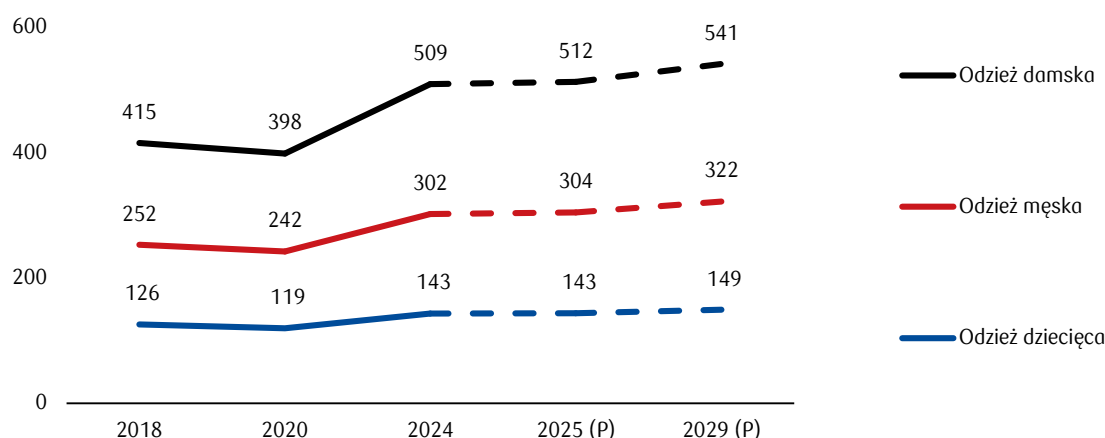
Według prognoz Statista, w latach 2025-2029 wartość rynku odzieży w Stanach Zjednoczonych odnotuje

znacznie słabszy niż ostatnio wzrost w wysokości 1,7% średnio rocznie osiągając poziom 358,2 mld EUR w końcu okresu.

W Stanach Zjednoczonych najbardziej dynamicznie będzie rósł segment odzieży męskiej (z CAGR 2025-2029 wynoszącym 1,8%), a sprzedaż tej kategorii w 2029 będzie wyższa od wartości z 2024 o 9,3%. W 2025 największy udział w rynku

będzie miał segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w Stanach Zjednoczonych jest przewidywana na 177,9 mld EUR, co stanowi 53,4% rynku.

Wydatki per capita na rynku odzieży w Stanach Zjednoczonych (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 mieszkaniec Stanów Zjednoczonych wydał na odzież średnio 953 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do 1012 EUR w 2029.

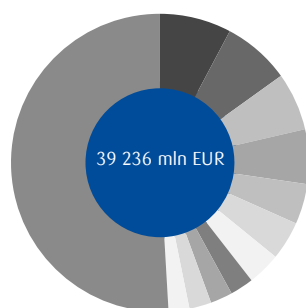


Niemcy 2. pozycja



Bank Polski

Struktura importu odzieży do Niemiec w 2024



- 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
- 6,3% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
- 5,9% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
- 4,4% Palta, kurtki 3/4, narciarskie, peleryny, anoraki, wiatrówki i podobne art., dams. lub dziewczęce, z włókien chemicznych (z wył. dzianych, poz. 6204)
- 4,2% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
- 3,6% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z materiałów włókienniczych oprócz bawełny
- 2,5% Palta, kurtki 3/4, peleryny, anoraki, kurtki narciar., wiatrówki, podob. art., męsk. l. chłop., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, poz. 6203)
- 2,4% Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z bawełny
- 2,4% Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z włókien syntetycznych
- 2,3% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z włókien syntetycznych
- 50,9% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Niemiec zanotował w latach 2020-2021 średni wzrost o 1% rocznie. W kolejnych 3 latach obserwowano przyspieszenie tego importu do 3,4% średnio rocznie (CAGR 2022-2024).

Wśród zagranicznych dostawców odzieży na niemiecki rynek pierwszą pozycję zajmują Chiny z udziałem 22,9%. Odzież z Polski o wartości 439 mln EUR w 2024 stanowiła 1,1% importu odzieży do Niemiec, co dało

Polsce 11. miejsce wśród dostawców. W 2024 nastąpił 7-procentowy spadek tego importu.

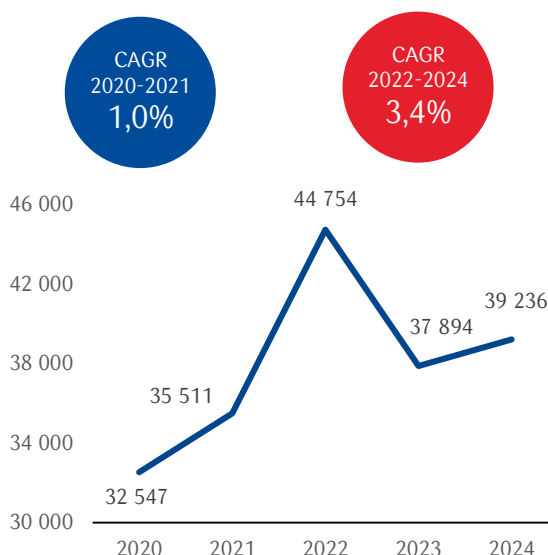
Top 10 dostawców + Polska (2024)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Chiny	22,9%	8 984,7	↑ 9,7%
2.	Bangladesz	20,0%	7 848,4	↑ 8,3%
3.	Turcja	10,8%	4 229,1	↓ -3,6%
4.	Wietnam	5,0%	1 961,9	↑ 7,6%
5.	Kambodża	4,2%	1 656,3	↑ 22,8%
6.	Włochy	3,8%	1 508,4	↓ -8,7%
7.	Indie	3,8%	1 488,2	↑ 4,0%
8.	Pakistan	3,6%	1 407,1	↑ 8,7%
9.	Mjanma	2,3%	901,8	↓ -7,0%
10.	Tunezja	1,7%	675,4	↑ 1,2%
11.	Polska	1,1%	439,1	↓ -7,2%

Import Niemcy (39 236 mln EUR)

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Niemiec (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)



Niemcy 2. pozycja



Bank Polski

Rynek odzieży w Niemczech – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2029 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-29)
Odzież damska	33,7	31,1	37,6	37,8	37,8	39,0	-1,4%	4,2%	0,6%
Odzież męska	19,0	17,6	21,4	21,5	21,6	22,3	-1,2%	4,5%	0,7%
Odzież dziecięca	6,9	6,5	8,1	8,2	8,2	8,6	0,1%	4,9%	1,1%
Suma	59,5	55,2	67,1	67,5	67,7	69,9	-1,1%	4,4%	0,7%

Źródło: Statista

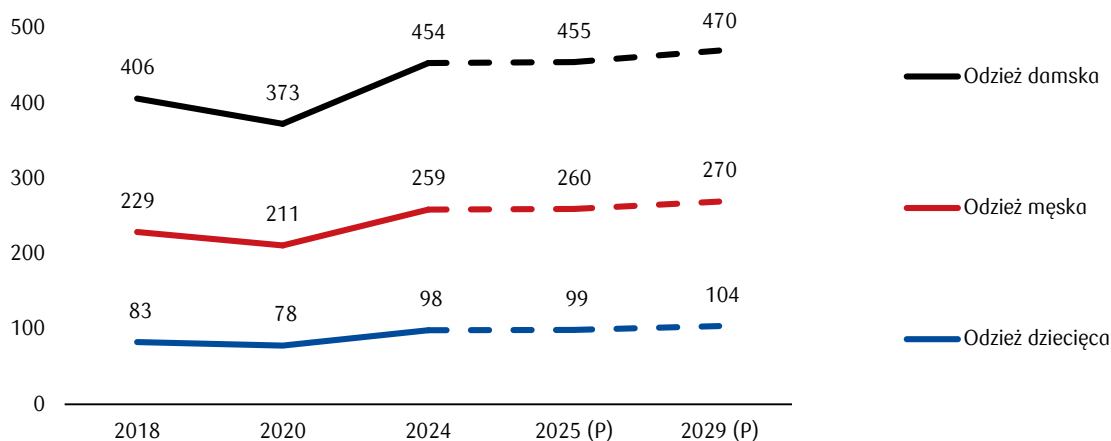
W dwóch pierwszych latach pandemii COVID-19 zanotowano średni roczny spadek sprzedaży odzieży w Niemczech o 1,1% (CAGR 2020-2021), po czym obserwowano jej wzrost o 4,4% średnio rocznie w trzech kolejnych latach (CAGR 2022-2024). Według prognoz Statista, w latach 2025-2029 wartość

rynku odzieży w Niemczech odnotuje znacznie słabszy niż w okresie wcześniejszym wzrost o 0,7% średnio rocznie, osiągając wartość 69,9 mld EUR w 2029. Odmienne niż na świecie i w Europie, **w Niemczech najbardziej dynamicznie będzie rósł segment odzieży dziecięcej (z CAGR 2025-**

2029=1,1%), a sprzedaż tej kategorii w 2029 będzie wyższa od wartości z 2024 o 5,4%.

W 2025 największy udział w rynku będzie miał segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w Niemczech jest przewidywana na 37,8 mld EUR, co stanowi 55,9% rynku.

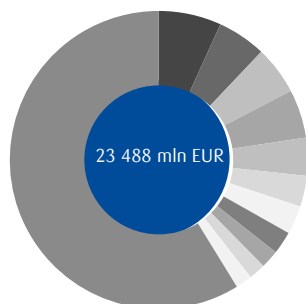
Wydatki per capita na rynku odzieży w Niemczech (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 mieszkaniec Niemiec wydał na odzież przeciętnie 811 EUR. Statista przewiduje wzrost tej kwoty o 33 EUR do 2029.

Struktura importu odzieży do Francji w 2024



- 6,8% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
- 5,3% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczeki", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny
- 5,3% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
- 5,3% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
- 4,1% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczeki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
- 3,3% Palta, kurtki 3/4, narciarskie, peleryny, anoraki, wiatrówki i podobne art., dams. lub dziewczę., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, poz. 6204)
- 3,1% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z materiałów włókienniczych oprócz bawełny
- 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)
- 2,0% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z wełny
- 1,8% Spodnie, spodnie ogrodniczeki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z włókien syntetycznych
- 1,8% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczeki", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z włókien syntetycznych
- 58,8% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Francji w latach 2020-2021 spadł o 2,1% średnio rocznie. Natomiast w trzech kolejnych latach tempo wzrostu osiągnęło 4,6% średnio rocznie.

Wśród zagranicznych dostawców odzieży na francuski rynek pierwszą pozycję zajmują Chiny z udziałem 22,4%. Odzież z Polski o wartości blisko 78 mln EUR w 2024 stanowiła 0,3% importu odzieży do Francji,

co dało Polsce 27. miejsce wśród dostawców, przy 0,4-procentowym wzroście tego importu.

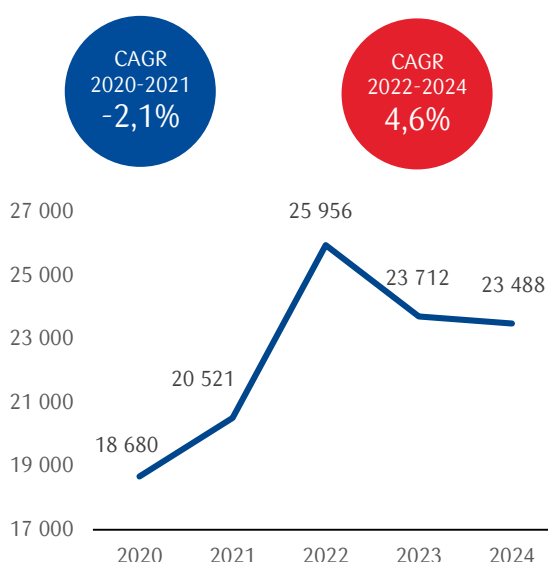
Top 10 dostawców + Polska (2024)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Chiny	22,4%	5 255,2	↑ 1,7%
2.	Bangladesz	15,0%	3 520,1	↑ 0,6%
3.	Włochy	10,6%	2 489,2	↑ 1,4%
4.	Turcja	6,4%	1 513,6	↓ -5,8%
5.	Wietnam	5,1%	1 197,8	↑ 12,8%
6.	Indie	4,4%	1 027,4	↓ -6,1%
7.	Kambodża	4,2%	975,3	↑ 16,4%
8.	Tunezja	4,0%	929,1	↓ -6,8%
9.	Maroko	3,8%	895,6	↑ 1,6%
10.	Pakistan	2,8%	652,1	↑ 14,1%

27. Polska 0,3% 77,7 ↑ 0,4%

Import Francja (23 488 mln EUR)

Import odzieży do Francji (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Rynek odzieży we Francji – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2029 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-29)
Odzież damska	19,0	15,8	20,5	20,7	20,8	21,8	-4,0%	6,1%	1,1%
Odzież męska	10,2	8,6	10,9	11,0	11,0	11,5	-3,9%	5,5%	0,9%
Odzież dziecięca	5,4	4,5	5,7	5,7	5,7	5,8	-4,2%	5,1%	0,3%
Suma	34,6	28,9	37,0	37,3	37,5	39,0	-4,0%	5,8%	0,9%

Źródło: Statista

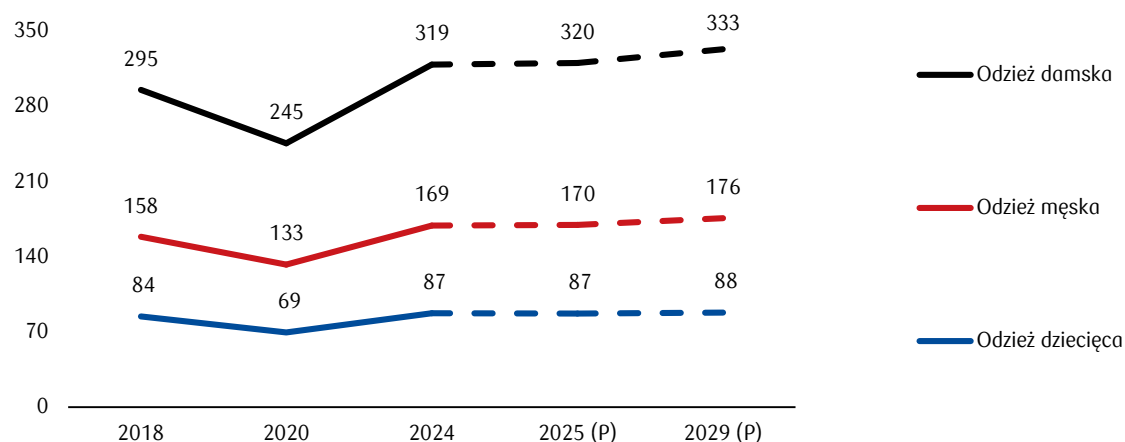
Na początku pandemii COVID-19 zanotowano średni roczny spadek sprzedaży odzieży we Francji o 4% (CAGR 2020-2021). W trzech kolejnych latach obserwowano wzrost tej sprzedaży średnio rocznie o 5,8% (CAGR 2022-2024). Jak prognozuje Statista, w latach

2025-2029 wartość rynku odzieży we Francji odnotuje dużo słabszy niż ostatnio wzrost w wysokości 0,9% średnio rocznie, osiągając wartość 39 mld EUR w końcu okresu.

We Francji najszybciej będzie rósł segment odzieży damskiej (z CAGR 2025-2029 wynoszącym 1,1%),

a sprzedaż tej kategorii w 2029 będzie wyższa od wartości z 2024 o 5,4%. W 2025 największy udział w rynku będzie miał segment odzieży damskiej, którego sprzedaż we Francji jest prognozowana na 20,8 mld EUR, co stanowi 55,5% rynku

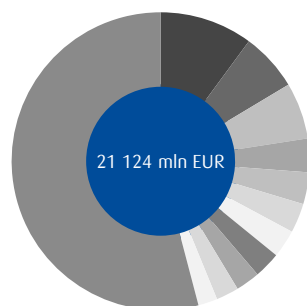
Wydatki per capita na rynku odzieży we Francji (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 mieszkaniec Francji wydał na odzież średnio 575 EUR, a do 2029 wartość ta ma wzrosnąć - wg prognoz Statista - o blisko 4%.

Struktura importu odzieży do Japonii w 2024



- 10,1% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
- 6,3% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
- 6,1% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
- 3,7% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z materiałów włókienniczych oprócz bawełny
- 3,4% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczek", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z włókien syntetycznych
- 3,2% Palta, kurtki 3/4, narciarskie, peleryny, anoraki, wiatrówki i podobne art., dams. lub dziewcz., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, poz. 6204)
- 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)
- 2,9% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczek", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
- 2,6% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczek", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z włókien syntetycznych
- 2,5% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczek", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny
- 2,1% Spodnie, spodnie ogrodniczek, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z włókien syntetycznych
- 54,1% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Japonii zanotował w latach 2020-2021 średni spadek o 10,2% rocznie. Natomiast po 2022 obserwowano jego lekki wzrost (CARG 2022-2024=1,6%).

Wśród zagranicznych dostawców

odzieży na rynek japoński pierwszą, dominującą, pozycję zajmują Chiny z wysokim udziałem 49%. Odzież z Polski o wartości prawie 23 mln EUR w 2024 stanowiła jedynie 0,1% importu odzieży do Japonii,

co dało Polsce 28. miejsce wśród dostawców. W skali roku pozycja Polski pogorszyła się o 2 lokaty, wskutek blisko 9-procentowego spadku importu.

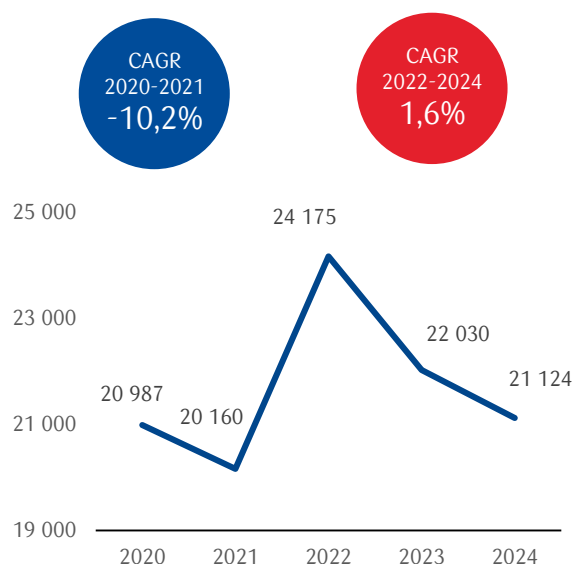
Top 10 dostawców + Polska (2024)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Chiny	49,0%	10 355,1	↓ -8,4%
2.	Wietnam	18,4%	3 896,6	↑ 2,0%
3.	Bangladesz	5,5%	1 161,8	↓ -0,2%
4.	Kambodża	5,5%	1 156,4	↑ 10,9%
5.	Mjanma	4,8%	1 013,4	↓ -10,9%
6.	Włochy	4,2%	896,9	↑ 5,2%
7.	Indonezja	3,1%	663,2	↓ -10,6%
8.	Tajlandia	1,6%	332,4	↑ 3,1%
9.	Indie	1,0%	217,5	↑ 1,9%
10.	Francja	0,8%	159,7	↑ 7,9%
...	...	...	...	...
28.	Polska	0,1%	22,9	↓ -8,6%

Import Japonia (21 124 mln EUR)

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Japonii (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Rynek odzieży w Japonii – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2029 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-29)
Odzież damska	38,3	31,7	44,8	45,8	46,5	50,2	-7,7%	9,6%	1,8%
Odzież męska	23,3	19,4	27,6	28,4	28,9	31,8	-7,5%	9,8%	2,2%
Odzież dziecięca	7,1	5,8	8,1	8,3	8,3	8,8	-8,2%	8,9%	1,2%
Suma	68,8	56,9	80,4	82,5	83,7	90,7	-7,7%	9,6%	1,9%

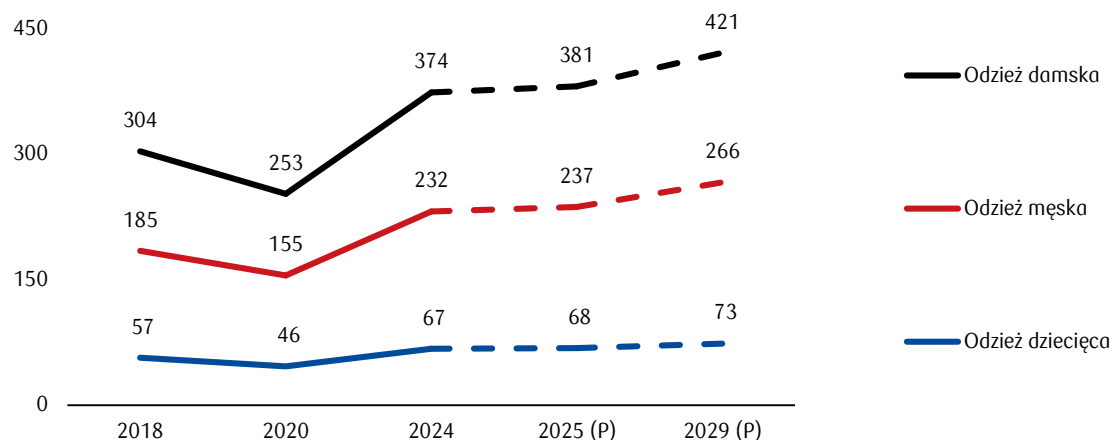
Źródło: Statista

W dwóch pierwszych latach pandemii COVID-19 sprzedaż odzieży w Japonii silnie spadła o 7,7% średnio rocznie, po czym obserwowano jej istotny wzrost 9,6% średnio rocznie w trzech kolejnych latach (CAGR 2022-2024). Jak prognozuje Statista, w latach 2025-2029 wartość rynku odzieży

w Japonii odnotuje 5 razy słabszy niż ostatnio wzrost w wysokości 1,9% średnio rocznie, osiągając poziom 90,7 mld EUR w końcu okresu. **W Japonii najszybciej będzie rósł segment odzieży męskiej (z CAGR 2025-2029 wynoszącym 2,2%), a sprzedaż tej kategorii w 2029 będzie**

wyższa od wartości z 2024 o 11,8%. W 2025 największy udział w rynku będzie miał segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w Japonii jest przewidywana na 46,5 mld EUR, co stanowi 55,5% rynku.

Wydatki per capita na rynku odzieży w Japonii (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 mieszkaniec Japonii wydał na odzież średnio 673 EUR. Według prognoz do 2029 nastąpi wzrost tej kwoty do 761 EUR.



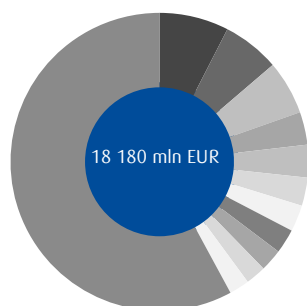
Wielka Brytania

5. pozycja



Bank Polski

Struktura importu odzieży do Wielkiej Brytanii w 2024



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

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Wielkiej Brytanii spadł w latach 2020-2021 średnio o 10,6% rocznie. Natomiast w latach 2022-2024 odnotowano lekki wzrost tego importu o 0,7% średnio rocznie.

Wśród zagranicznych dostawców odzieży na brytyjski rynek pierwszą pozycję zajmują Chiny z udziałem 25,4%. Odzież z Polski o wartości prawie 43 mln EUR w 2024 stanowiła 0,2% importu tych towarów

do Wielkiej Brytanii, co dało Polsce 29. miejsce wśród dostawców (wobec 26. lokaty w 2023). W skali roku brytyjski import odzieży z Polski znacznie się obniżył o 21% i był to 5. z rzędu rok jego spadku.

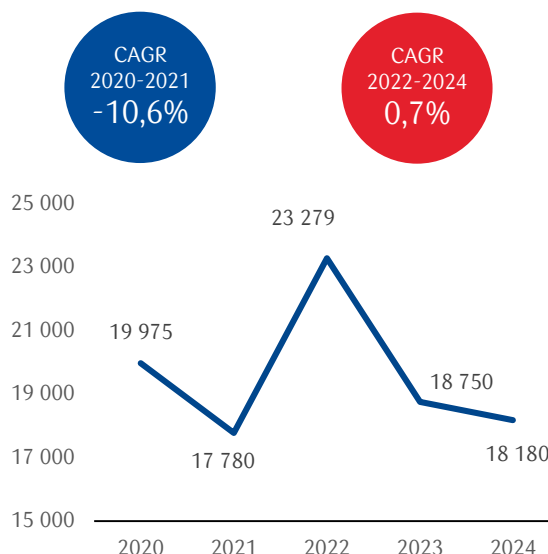
Top 10 dostawców + Polska (2024)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Chiny	25,4%	4 623,8	↑ 2,3%
2.	Bangladesz	19,9%	3 626,3	↓ -1,2%
3.	Turcja	7,9%	1 438,4	↓ -11,2%
4.	Indie	6,1%	1 107,4	↓ -3,8%
5.	Kambodża	5,5%	1 001,4	↑ 10,1%
6.	Wietnam	5,4%	986,2	↑ 4,5%
7.	Włochy	5,2%	944,9	↓ -4,1%
8.	Pakistan	4,8%	875,3	↓ -0,2%
9.	Sri Lanka	2,6%	471,4	↓ -6,1%
10.	Portugalia	1,9%	342,6	↑ 4,5%
...	...	...	...	...
29.	Polska	0,2%	42,5	↓ -21,0%

Import Wlk. Brytanii (18 180 mln EUR)

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Wielkiej Brytanii (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)



Wielka Brytania

5. pozycja



Bank Polski

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

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2029 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-29)
Odzież damska	33,0	31,4	41,9	43,2	44,4	50,9	-0,8%	7,5%	3,4%
Odzież męska	18,1	17,0	22,9	23,5	24,2	27,5	-1,1%	7,8%	3,2%
Odzież dziecięca	9,3	8,9	11,8	12,1	12,4	14,0	-1,0%	7,3%	3,0%
Suma	60,5	57,3	76,6	78,8	81,0	92,5	-0,9%	7,6%	3,3%

Źródło: Statista

W początkowym okresie pandemii COVID-19 (lata 2020-2021)

zanotowano nieznaczny średni roczny spadek sprzedaży odzieży w Wielkiej Brytanii o 0,9%, a w kolejnych trzech latach - wzrost średnio rocznie o 7,6% (CAGR 2022-2024).

Jak przewiduje Statista, w latach 2025-2029 wartość rynku odzieży

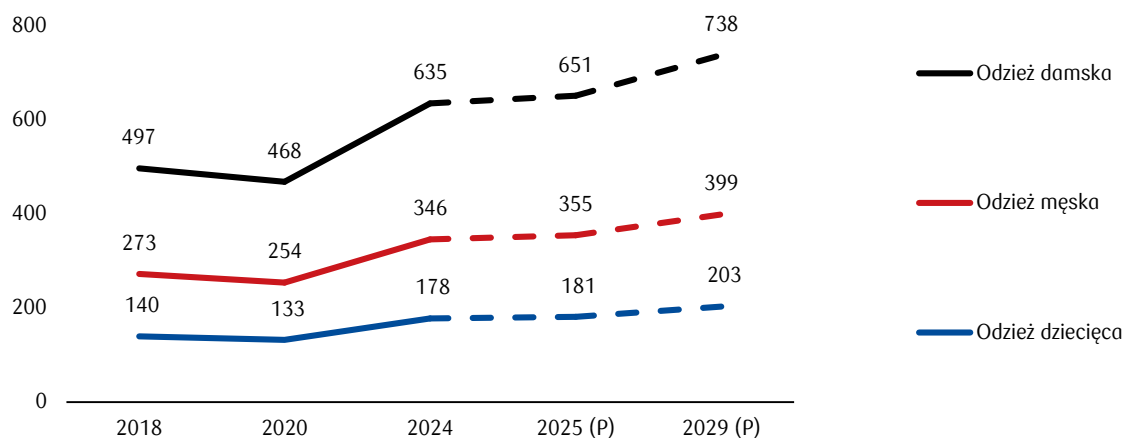
w Wielkiej Brytanii odnotuje spowolnienie dynamiki sprzedaży tych towarów do 3,3% średnio rocznie, osiągając poziom 92,5 mld EUR w 2029.

Sprzedaż odzieży damskiej w Wielkiej Brytanii wzrośnie najsilniej (z CAGR 2025-2029=3,4%).
Sprzedaż tej kategorii w 2029 będzie

wyższa od wartości z 2024 o 18%.

W 2025 największy udział w rynku będzie miał segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w Wielkiej Brytanii jest przewidywana na 44,4 mld EUR, co stanowi 54,9% rynku.

Wydatki per capita na rynku odzieży w Wielkiej Brytanii (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 mieszkaniec Wielkiej Brytanii wydał na odzież średnio 1159 EUR i był to najwyższy poziom wśród Top-10 importerów. Statista przewiduje wzrost tej kwoty do 1340 EUR do 2029.

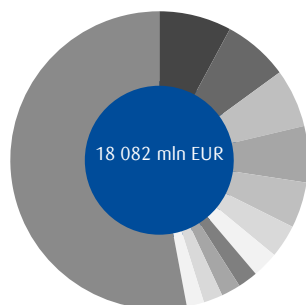


Hiszpania 6. pozycja



Bank Polski

Struktura importu odzieży do Hiszpanii w 2024



- 7,9% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
- 7,1% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczek", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
- 6,3% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
- 6,1% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
- 5,0% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczek", 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)
- 2,8% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z materiałów włókienniczych oprócz bawełny
- 2,2% Spodnie, spodnie ogrodniczek, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z włókien syntetycznych
- 2,1% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczek", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z włókien syntetycznych
- 2,1% Palta, kurtki 3/4, peleryny, anoraki, kurtki narciar., wiatrówki, podob. art., męsk. i chłop., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, poz. 6203)
- 1,9% Spodnie, spodnie ogrodniczek, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z bawełny
- 53,0% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Hiszpanii spadł w latach 2020-2021 średnio rocznie o 5%. Za to w kolejnych 3 latach obserwowano jego zwiększenie o 4,9% (CAGR 2022-2024).

Wśród zagranicznych dostawców odzieży na hiszpański rynek pierwszą pozycję zajmują Chiny z udziałem w wysokości 18,9%. Odzież z Polski o wartości ponad 231 mln EUR w 2024 stanowiła 1,3%

importu odzieży do Hiszpanii, co dało Polsce 15. miejsce wśród dostawców, przy znacznym 35-procentowym wzroście tego importu.

Top 10 dostawców + Polska (2024)

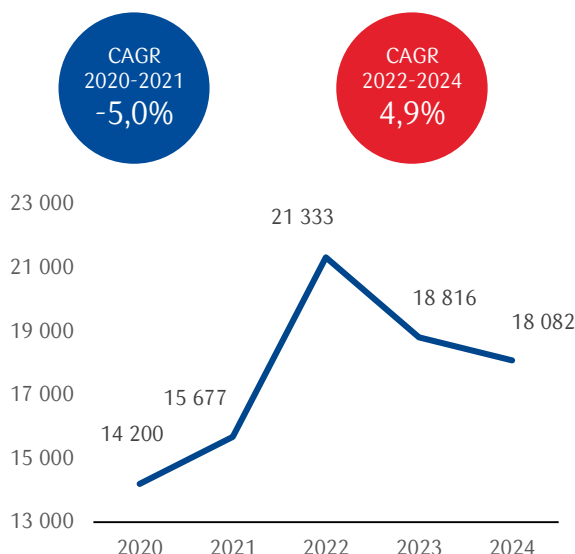
Lp.	Kraj	Udział	mIn EUR	2024 r/r
1.	Chiny	18,9%	3 424,0	↓ -2,6%
2.	Bangladesz	18,5%	3 353,3	↓ -4,1%
3.	Turcja	9,7%	1 746,5	↓ -16,8%
4.	Maroko	9,4%	1 703,9	↑ 5,3%
5.	Kambodża	7,5%	1 348,4	↑ 24,6%
6.	Włochy	4,9%	891,2	↓ -10,8%
7.	Pakistan	4,9%	878,7	↑ 2,7%
8.	Wietnam	4,2%	757,8	↓ -1,7%
9.	Indie	3,5%	637,4	↓ -2,0%
10.	Portugalia	3,0%	539,7	↓ -6,8%
...	...	...	...	...

15. **Polska** 1,3% 231,1 ↑ 35,0%

Import Hiszpania (18 082 mln EUR)

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Hiszpanii (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)



Hiszpania 6. pozycja



Bank Polski

Rynek odzieży w Hiszpanii – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2029 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-29)
Odzież damska	11,6	9,6	12,7	12,8	12,8	13,2	-5,6%	7,0%	0,6%
Odzież męska	6,7	5,6	7,2	7,3	7,3	7,5	-5,4%	6,6%	0,5%
Odzież dziecięca	3,2	2,5	3,1	3,1	3,0	2,9	-6,8%	4,5%	-1,1%
Suma	21,5	17,7	23,1	23,2	23,2	23,6	-5,7%	6,5%	0,3%

Źródło: Statista

Na początku pandemii COVID-19 (lata 2020-2021) zanotowano średni roczny spadek sprzedaży odzieży w Hiszpanii o 5,7%, a w kolejnych trzech latach - wzrost średnio rocznie o 6,5% (CAGR 2022-2024). Według prognoz Statista, w latach 2025-2029 wartość rynku odzieży w Hiszpanii odnotuje znaczne

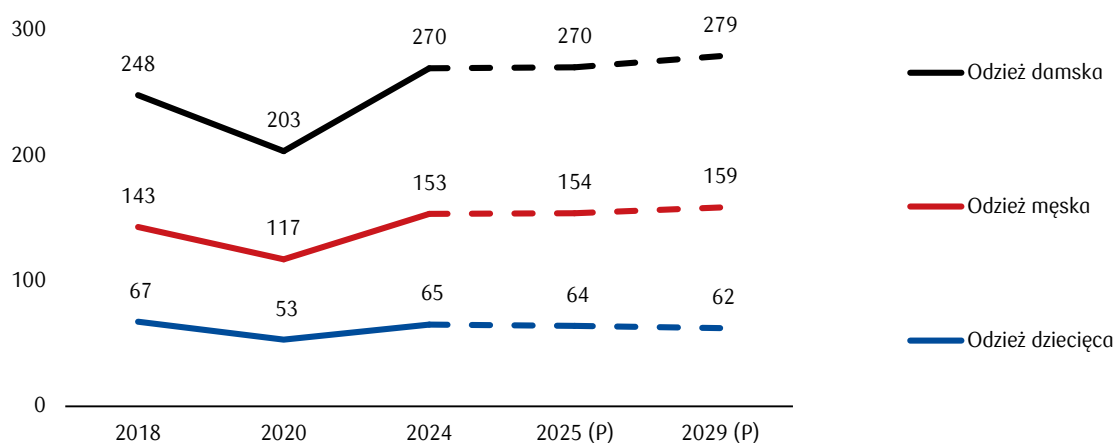
spowolnienie dynamiki sprzedaży tych towarów do 0,3% średnio rocznie, osiągając 23,6 mld EUR w 2029.

Najsilniej sprzedaż odzieży w Hiszpanii wzrośnie (z CAGR 2025-2029=0,6%) w segmencie odzieży damskiej. Sprzedaż tej kategorii w 2029 będzie wyższa od wartości

z 2024 o 2,9%.

W 2025 największy udział w rynku będzie miał segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w Hiszpanii ma osiągnąć 12,8 mld EUR, co stanowi 55,4% rynku.

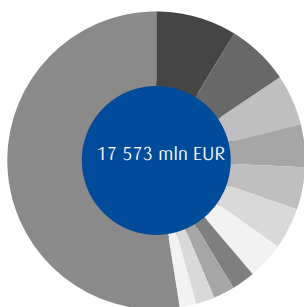
Wydatki per capita na rynku odzieży w Hiszpanii (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 mieszkaniec Hiszpanii wydał na odzież przeciętnie 488 EUR. Według prognoz, do 2029 kwota wydatków na ten cel wzrośnie do 500 EUR.

Struktura importu odzieży do Włoch w 2024



- 8,8% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
- 6,8% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
- 5,5% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczy", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny
- 4,7% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
- 4,6% Palta, kurtki 3/4, peleryny, anoraki, kurtki narciarskie, wiatróvky, podob. art., męsk. i chłop., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, z poz. 6203)
- 4,5% Palta, kurtki 3/4, narciarskie, peleryny, anoraki, wiatróvky i podobne art., dams. lub dziewcz., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, poz. 6204)
- 4,0% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczy", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
- 2,5% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z materiałów włókienniczych oprócz bawełny
- 2,3% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z wełny
- 2,0% Koszule męskie lub chłopięce, z bawełny
- 1,8% Koszule męskie lub chłopięce, dziane, z bawełny
- 52,5% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Włoch zanotował w latach 2020-2021 średni spadek o 3,1% rocznie. Natomiast po 2021 obserwowano jego wzrost (CARG 2022-2024=8,5%).

Wśród zagranicznych dostawców

odzieży na rynek włoski pierwszą pozycję zajmują Chiny z udziałem 12,8%. Odzież z Polski o wartości 187 mln EUR w 2024 stanowiła 1,1% importu odzieży do Włoch, co dało Polsce 23. miejsce wśród dostawców.

W skali roku pozycja Polski poprawiła się aż o 5 lokat wskutek wzrostu tego importu o prawie połowę.

Top 10 dostawców + Polska (2024)

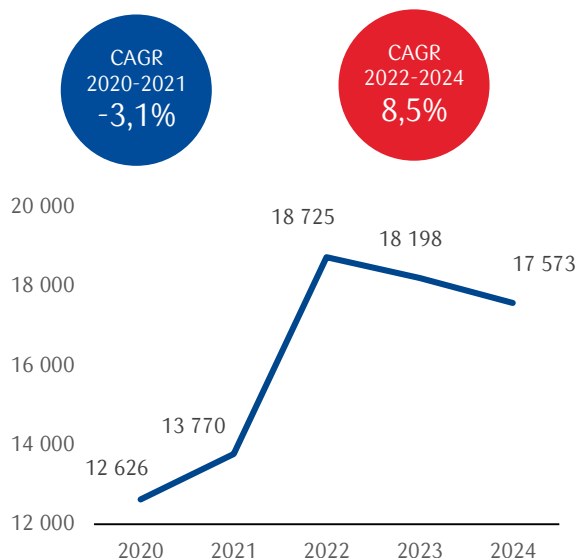
Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Chiny	12,8%	2 251,1	↓ -3,2%
2.	Hiszpania	12,0%	2 113,8	↑ 14,3%
3.	Francja	8,7%	1 536,3	↓ -9,0%
4.	Bangladesz	8,4%	1 479,4	↓ -2,6%
5.	Holandia	7,6%	1 327,2	↑ 5,0%
6.	Niemcy	5,9%	1 045,3	↓ -4,0%
7.	Belgia	4,2%	746,4	↓ -10,3%
8.	Rumunia	4,2%	733,3	↓ -17,1%
9.	Tunezja	3,1%	547,4	↓ -12,5%
10.	Turcja	2,9%	510,0	↓ -20,2%

23. **Polska** 1,1% 187,0 ↑ 49,0%

Import Włochy (17 573 mln EUR)

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Włoch (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Rynek odzieży we Włoszech – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2029 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-29)
Odzież damska	25,0	20,1	25,6	25,5	25,4	25,1	-5,2%	6,3%	-0,3%
Odzież męska	20,1	16,6	20,8	20,8	20,7	21,0	-4,1%	5,3%	0,2%
Odzież dziecięca	7,0	5,6	7,1	7,1	7,0	6,9	-4,3%	5,4%	-0,4%
Suma	52,1	42,3	53,5	53,4	53,1	53,1	-4,7%	5,8%	-0,1%

Źródło: Statista

W dwóch pierwszych latach pandemii COVID-19 zanotowano średni roczny spadek sprzedaży odzieży we Włoszech o 4,7% (CAGR 2020-2021). Za to w trzech kolejnych latach obserwowano wzrost tej sprzedaży średnio rocznie o 5,8% (CAGR 2022-2024).

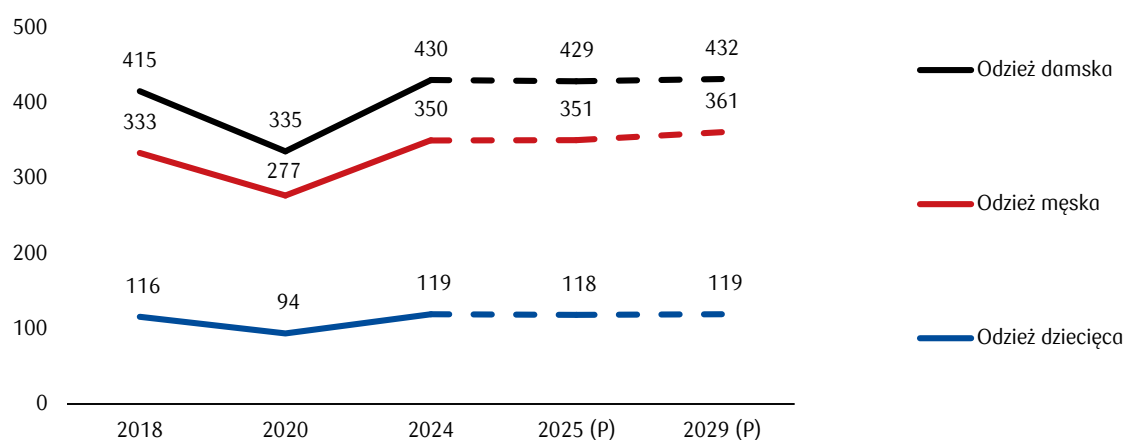
Jak prognozuje Statista, w latach

2025-2029 wartość rynku odzieży we Włoszech lekki spadek w wysokości 0,1% średnio rocznie, do poziomu 53,1 mld EUR w końcu okresu.

We Włoszech do 2029 wzrośnie tylko segment odzieży męskiej (z CAGR 2025-2029=0,2%), a sprzedaż tej kategorii w 2029 będzie

wyższa od wartości z 2024 o 1,1%. W 2025 największy udział w rynku będzie miał segment odzieży damskiej, którego sprzedaż we Włoszech jest prognozowana na 25,4 mld EUR, co stanowi 47,8% rynku i jest to najniższy udział wśród Top-10 opisywanych importerów.

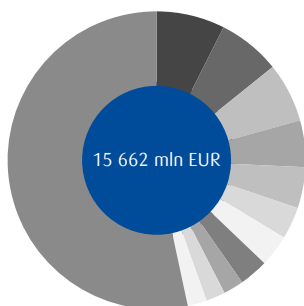
Wydatki per capita na rynku odzieży we Włoszech (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 mieszkaniec Włoch wydał na odzież średnio 900 EUR. Prognozowany jest wzrost tej kwoty o 1,4% do 2029.

Struktura importu odzieży do Holandii w 2024



- 7,4% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
- 6,8% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczek", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny
- 6,5% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
- 5,1% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
- 4,5% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczek", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
- 3,5% Palta, kurtki 3/4, narciarskie, peleryny, anoraki, wiatrówki i podobne art., dams. lub dziewczę., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, poz. 6204)
- 3,5% Palta, kurtki 3/4, peleryny, anoraki, kurtki narciar., wiatrówki, podob. art., męsk. l. chłop., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, z poz. 6203)
- 3,1% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z materiałów włókienniczych oprócz bawełny
- 2,2% Spodnie, spodnie ogrodniczek, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z włókien syntetycznych
- 2,1% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczek", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z włókien syntetycznych
- 2,1% Skarpety, wyroby pończosznice inne niż z poz. 611530, obuwie bez nakładanych podeszew, dziane, z bawełny
- 53,4% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Holandii zanotował w latach 2020-2021 średni wzrost o 3,2%, który w latach 2022-2024 przyspieszył do 4,2% średnio rocznie. **Wśród zagranicznych dostawców odzieży na holenderski rynek**

pierwszą pozycję zajmują Niemcy z udziałem wynoszącym 18,4% - i jest to wyjątek na tle pozostałych Top-10 importerów. Odzież z Polski o wartości blisko 715 mln EUR w 2024 stanowiła 4,6% importu

odzieży do Holandii, co dało Polsce 7. miejsce wśród dostawców (wobec 6. lokaty w 2023), przy blisko 4-procentowym wzroście tego importu.

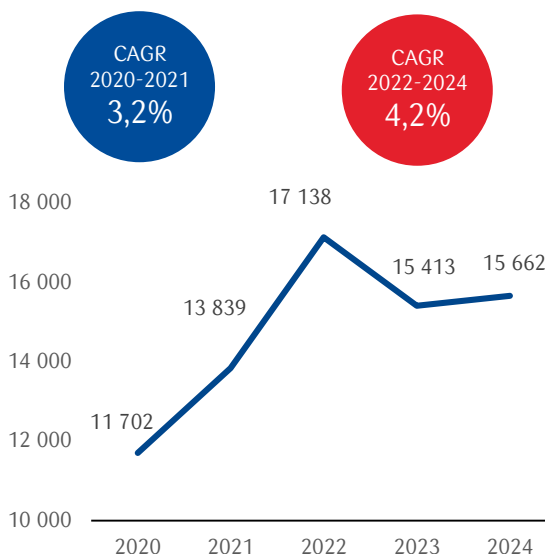
Top 10 dostawców (2024)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Niemcy	18,4%	2 887,3	↓ -0,2%
2.	Chiny	17,3%	2 712,1	↑ 4,5%
3.	Bangladesz	9,5%	1 481,0	↑ 14,2%
4.	Turcja	7,3%	1 150,2	↓ -11,6%
5.	Wietnam	5,0%	788,9	↑ 26,2%
6.	Belgia	4,6%	716,5	↑ 1,8%
7.	Polska	4,6%	714,6	↑ 3,9%
8.	Włochy	4,1%	641,0	↓ -2,5%
9.	Wielka Brytania	3,2%	508,0	↓ -6,9%
10.	Indie	2,7%	420,5	↑ 4,3%

Import Holandia (15 662 mln EUR)

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Holandii (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)



Rynek odzieży w Holandii – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2029 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-29)
Odzież damska	9,2	8,4	11,0	11,2	11,4	12,4	-2,1%	7,5%	2,0%
Odzież męska	3,9	3,7	5,2	5,2	5,3	5,7	-1,5%	10,1%	1,8%
Odzież dziecięca	1,9	1,7	2,2	2,2	2,3	2,4	-1,6%	7,4%	1,6%
Suma	15,1	13,7	18,3	18,7	18,9	20,5	-1,9%	8,2%	1,9%

Źródło: Statista

W początkowych latach pandemii COVID-19 zanotowano średni roczny spadek sprzedaży odzieży w Holandii o 1,9% (CAGR 2020-2021), po czym obserwowano jej silny wzrost o 8,2% średnio rocznie w trzech kolejnych latach (CAGR 2022-2024).

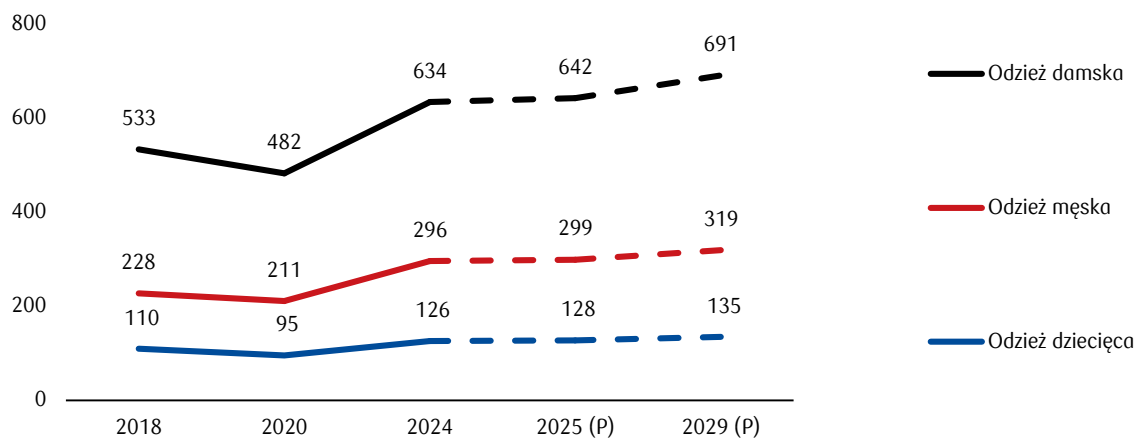
Według prognoz Statista, w latach 2025-2029 wartość rynku odzieży

w Holandii odnotuje sporo słabszy niż w okresie wcześniejszym wzrost o 1,9% średnio rocznie, osiągając wartość 20,5 mld EUR w 2029.

W Holandii najbardziej wzrośnie segment odzieży damskiej (CAGR 2025-2029=2%), a sprzedaż tej kategorii w 2029 będzie wyższa od wartości z 2024 o 10,4%.

W 2025 największy udział w rynku będzie miał segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w Holandii jest prognozowana na 11,4 mld EUR. Stanowi to 60,1% rynku i jest najwyższym udziałem spośród 10 największych importerów odzieży.

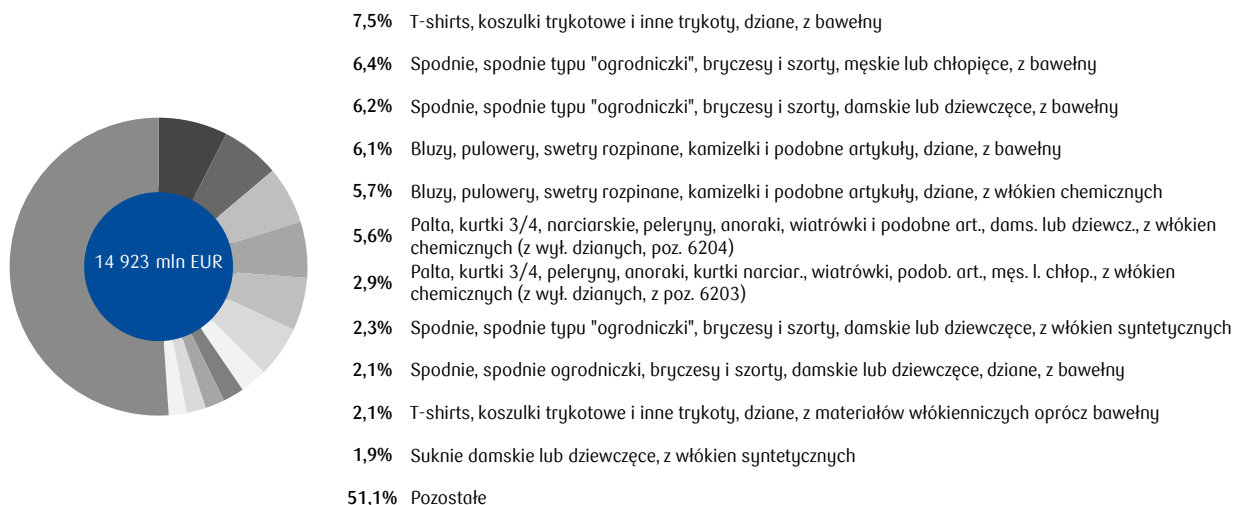
Wydatki per capita na rynku odzieży w Holandii (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 mieszkaniec Holandii wydał na odzież przeciętnie 1056 EUR, a do 2029 – wg przewidywań Statista – kwota ta wzrośnie do 1144 EUR.

Struktura importu odzieży do Polski w 2024



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Polski istotnie wzrósł w latach 2020-2021 średnio rocznie o 19,6%. Za to w latach 2022-2024 tempo wzrostu tego importu spowolniło do 12,1% średnio rocznie. Część z importowanej przez Polskę odzieży została następnie

wyeksportowana, gdyż nasz kraj pełni często rolę „pośrednika”.
Wśród zagranicznych dostawców odzieży na polski rynek pierwszą pozycję zajmują Chiny z udziałem wynoszącym 23,6%. Na drugiej lokacie znalazł się Bangladesz

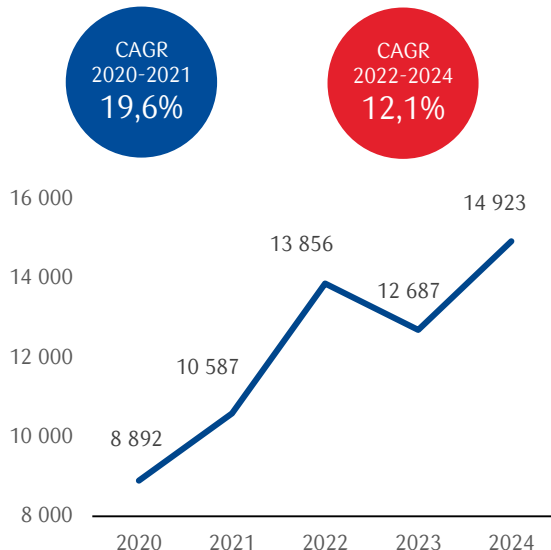
z udziałem 22,9%. Z obu tych krajów zanotowano znaczny 21-procentowy wzrost importu odzieży. Trzecie miejsce zajęła Turcja z udziałem 11% i 9-procentowym wzrostem importu.

Top 10 dostawców (2024)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Chiny	23,6%	3 524,0	↑ 21,0%
2.	Bangladesz	22,9%	3 409,9	↑ 21,0%
3.	Turcja	11,0%	1 635,0	↑ 9,0%
4.	Mjanma	5,1%	767,3	↑ 5,3%
5.	Niemcy	4,4%	650,3	↑ 4,5%
6.	Kambodża	4,3%	639,8	↑ 30,3%
7.	Maroko	4,0%	595,9	↑ 26,5%
8.	Wietnam	4,0%	591,5	↑ 19,5%
9.	Pakistan	3,8%	565,6	↑ 28,2%
10.	Indie	3,8%	563,4	↑ 23,3%
Import Polska (14 923 mln EUR)				

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Polski (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Rynek odzieży w Polsce – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2029 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-29)
Odzież damska	6,0	5,7	7,2	7,6	8,0	9,8	-3,7%	8,9%	5,2%
Odzież męska	3,6	3,4	4,3	4,6	4,8	5,9	-3,7%	8,7%	5,3%
Odzież dziecięca	1,6	1,5	2,0	2,1	2,2	2,6	-1,5%	8,5%	4,9%
Suma	11,2	10,7	13,5	14,2	15,0	18,3	-3,4%	8,8%	5,2%

Źródło: Statista

W początkowych latach pandemii COVID-19 zanotowano średni roczny spadek sprzedaży odzieży w Polsce o 3,4% (CAGR 2020-2021), natomiast w 3 kolejnych latach obserwowano silny wzrost o 8,8% średnio rocznie (CAGR 2022-2024).

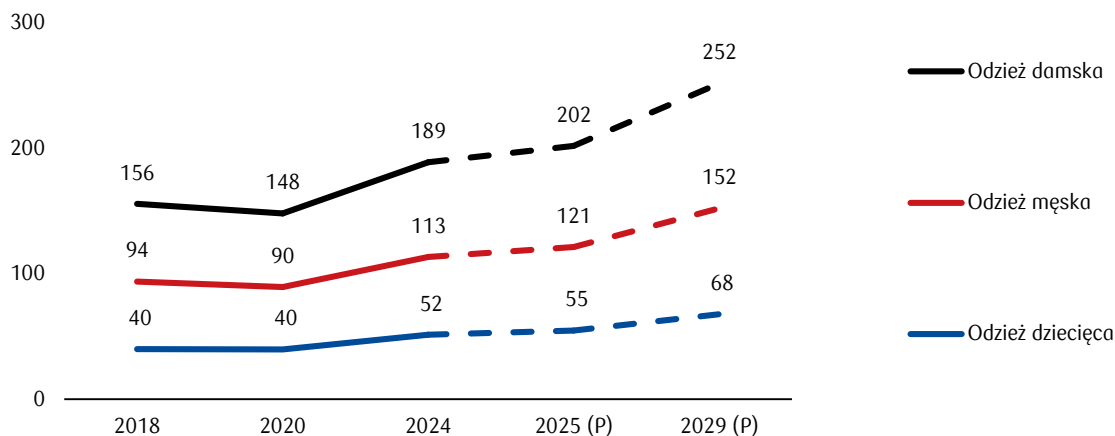
Jak prognozuje Statista, w latach 2025-2029 wartość rynku odzieży

w Polsce odnotuje o nieco słabszy niż w okresie wcześniejszym wzrost, o 5,2% średnio rocznie, osiągając poziom 18,3 mld EUR w 2029. Jednak będzie to najsilniejszy wzrost rynku spośród Top-10 importerów.

W Polsce najbardziej zwiększy się segment odzieży męskiej (CAGR 2025-2029=5,3%), a sprzedaż tej

kategorii w 2029 będzie wyższa od wartości z 2024 o 29,6%. W 2025 największy udział w rynku będzie miał segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w Polsce osiągnie wg prognoz 8 mld EUR. Stanowi to 53,4% rynku.

Wydatki per capita na rynku odzieży w Polsce (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 statystyczny mieszkaniec Polski wydał na odzież 354 EUR i był to najniższy poziom wśród Top-10 importerów. Statista prognozuje wzrost tej kwoty o 118 EUR do 2029.



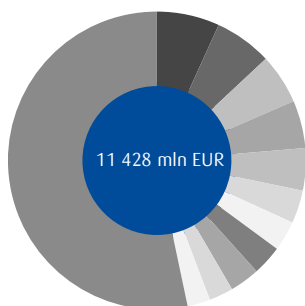
Korea Południowa

10. pozycja



Bank Polski

Struktura importu odzieży do Korei Południowej w 2024



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

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Korei Południowej spadł w latach 2020-2021 średnio rocznie o 2,1%. Natomiast w latach 2022-2024 nastąpiła zmiana trendu i wzrost tego importu o 8,7% średnio rocznie.

Wśród zagranicznych dostawców odzieży na rynek południowokoreański pierwszą pozycję zajmują Chiny z udziałem 36,6%. Odzież z Polski o wartości nieco ponad 8 mln EUR w 2024

stanowiła tylko 0,1% importu odzieży do Korei Południowej, co dało Polsce 33. miejsce wśród dostawców (wobec 30. lokaty w 2023), wskutek blisko 30-procentowego spadku tego importu.

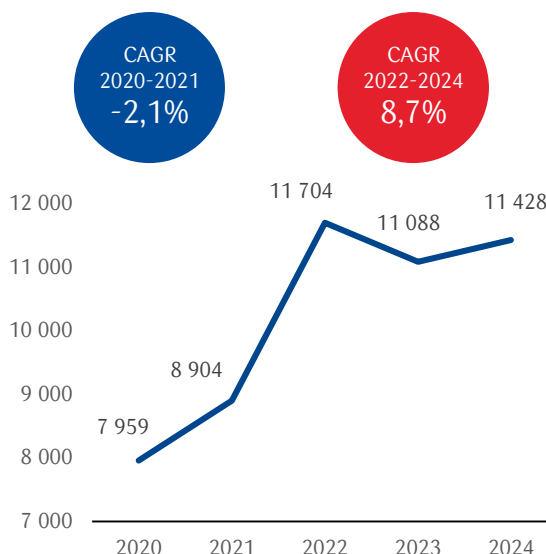
Top 10 dostawców + Polska (2024)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Chiny	36,6%	4 179,2	↑ 10,5%
2.	Wietnam	28,3%	3 230,3	↑ 1,4%
3.	Włochy	7,0%	801,5	↓ -10,9%
4.	Bangladesz	4,9%	565,0	↑ 8,9%
5.	Indonezja	4,6%	526,0	↑ 6,1%
6.	Mjanma	3,6%	416,8	↑ 5,9%
7.	Kambodża	1,7%	191,4	↓ -1,3%
8.	Rumunia	1,4%	157,7	↑ 1,4%
9.	Portugalia	1,3%	144,8	↓ -14,9%
10.	Turcja	1,0%	116,6	↓ -10,0%

33. Polska 0,1% 8,2 ↓ -29,8%

Import Korea Płd. (11 428 mln EUR)

Import odzieży do Korei Płd. (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)



Korea Południowa

10. pozycja



Bank Polski

Rynek odzieży w Korei Południowej – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2023	2024	2025 (P)	2029 (P)	CAGR (2020-21)	CAGR (2022-24)	CAGR (2025-29)
Odzież damska	15,9	14,4	17,9	17,9	17,8	17,8	-0,1%	5,4%	0,0%
Odzież męska	12,8	12,0	14,8	14,9	15,0	15,4	0,6%	5,4%	0,6%
Odzież dziecięca	3,3	2,9	3,4	3,4	3,3	3,2	-2,4%	3,6%	-1,2%
Suma	32,0	29,3	36,1	36,1	36,1	36,4	-0,1%	5,3%	0,1%

Źródło: Statista

Na początku pandemii COVID-19 zanotowano niewielki średni roczny spadek sprzedaży odzieży w Korei Południowej o 0,1% (CAGR 2020-2021), po czym obserwowano jej wzrost o 5,3% średnio rocznie w trzech kolejnych latach (CAGR 2022-2024).

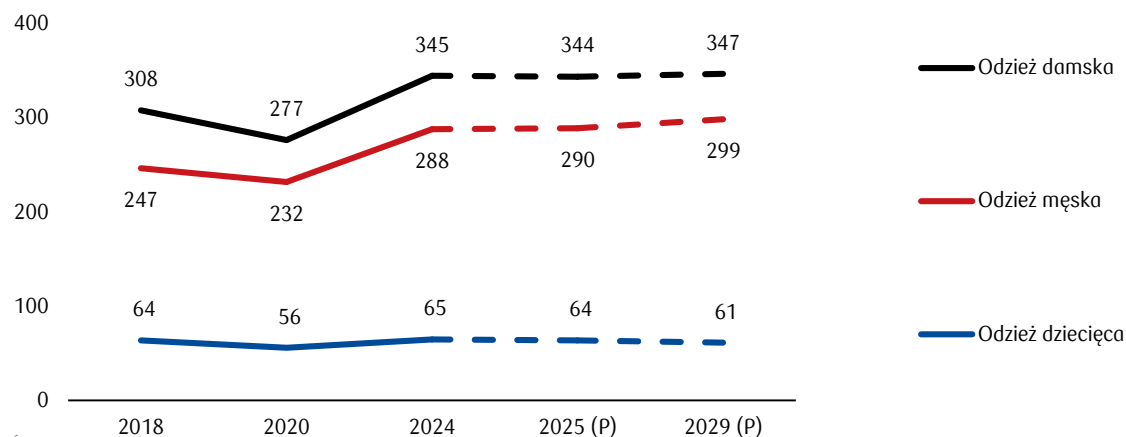
Według prognoz Statista, w latach

2025-2029 wartość rynku odzieży w Korei Południowej osiągnie bardzo słaby wzrost w porównaniu z okresem wcześniejszym i wyniesie on 0,1% średnio rocznie. Sprzedaż odzieży w tym kraju zwiększy się do 2029 do 36,4 mld EUR.

W Korei Południowej wzrost zanotuje tylko segment odzieży

męskiej (CAGR 2025-2029=0,6%), a sprzedaż tej kategorii w 2029 będzie wyższa od wartości z 2024 o 3,1%. W 2025 największy udział w rynku będzie miał segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w Korei Południowej jest prognozowana na 17,8 mld EUR, co stanowi 49,3% rynku.

Wydatki per capita na rynku odzieży w Korei Południowej (EUR)



Źródło: Statista

W 2024 mieszkaniec Korei Południowej wydał na odzież średnio 698 EUR i do 2029 prognozowany jest lekki wzrost tej kwoty o 9 EUR.

Metodologia

Sprzedaż:

Statista podaje dane o „wartości sprzedaży” określonej też „sprzedażą” oraz „wielkością rynku” wyliczone z danych o produkcji powiększonej o import i pomniejszonej o eksport odzieży. W opracowaniu przedstawiono sprzedaż odzieży za lata 2018-2024 oraz prognozy na okres 2025-2029 opracowane przez analityków firmy Statista w grudniu 2024. Dane i prognozy pobrano w dniu 1.08.2025.

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

- **odzież damską,**
- **odzież męską,**
- **odzież dziecięcą** (dla osób w wieku 0-14 lat).

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 czy materiały oraz w przejrzysty sposób ujawniają swoje praktyki środowiskowe i społeczne.

Eksport i import:

W opracowaniu przedstawiono dane:

- publikowane przez International Trade Centre trademap.org eksport i import odzieży na świecie i w wybranych krajach w 2024 – dane roczne (pobrane w dniu 31.07.2025);
- publikowane przez GUS w Dziedzinowej Bazie Wiedzy – Wymiana międzynarodowa dbw.stat.gov.pl/dashboard/117 eksport i import (według kraju pochodzenia) odzieży w Polsce w 2024 (pobrane 30.07.2025).

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.

Uwaga: wszystkie dane przedstawione w opracowaniu pochodzą z deklaracji kraju raportującego dany strumień handlu, tzn. przykładowo: dane dotyczące eksportu odzieży z Polski do Niemiec na podstawie deklaracji

Polski, a dane dotyczące importu odzieży i do Niemiec z Polski na podstawie deklaracji 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.

Kurs walutowy:

Statista opracowuje analizy i prognozy na danych wyrażonych w USD, które przelicza na EUR.

Dla lat 2025-2029 przyjęto prognozy kursów walutowych publikowane przez Statistę.

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

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

Autorki raportu: Anna Senderowicz i Karolina Sędzimir
Materiał zatwierdził: Michał Koleśnikow

ul. Świętokrzyska 36
00-116 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 SA
Niederlassung Deutschland
MAIN TOWER
Neue Mainzer Strasse 52-58
60311 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 SA
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 SA
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



PKO Bank Polski SA
Varşovia, Sucursala Bucureşti
Crystal Tower
Bulevardul Iancu de Hunedoara 48
Sector 1, Bucureşti
Tel. PL: +48 722 050 653
romanian.branch@pkobp.pl
www.pkobp.pl/oddzial-rumunia



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



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. Świętokrzyska 36, 00-116 Warszawa, wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego numer KRS 0000026438, NIP: 525-000-77-38, REGON: 016298263; kapitał zakładowy (kapitał wpłacony) 1 250 000 000 zł.