



Bank Polski

RYNKI MIĘDZYNARODOWE: ODZIEŻ

Sytuacja bieżąca i prognozy do 2030

2026

Departament Analiz Ekonomicznych
Sierpień 2026

Spis treści



Wstęp	3
ŚWIAT	
Podstawowe dane o rynku	8
Handel międzynarodowy	14
EUROPA I POLSKA	
Wielkość rynku w Europie	17
Wielkość rynku w Polsce	19
Polski eksport	21
NAJWIĘKSI IMPORTERZY	
1. Stany Zjednoczone	28
2. Niemcy	30
3. Francja	32
4. Japonia	34
5. Hiszpania	36
Metodologia	38

Wstęp

Według danych Statista, w 2025 światowa sprzedaż branży odzieżowej wzrosła o 3% do ponad 1,7 bln EUR. Była to wartość o 30% większa niż w 2021.

Największy udział w rynku nieziemiennie ma segment odzieży damskiej – ponad 52%. Do 2030 światowy wolumen sprzedaży odzieży ma osiągnąć ponad 200 mld sztuk, co potwierdza utrzymującą się wysoką skalę zakupów produktów odzieżowych na całym świecie.

Największym rynkiem pozostaje Azja, natomiast najwyższe tempo wzrostu prognozowane jest dla Afryki (CAGR 2026-2030=4,7%) – przy stale rosnącym potencjale konsumenckim tego regionu. Dynamiczny rozwój notowany będzie również na rynkach azjatyckich oraz w Ameryce Południowej.

Istotną cechą światowego rynku odzieżowego jest dominacja produktów nieluksusowych (stanowiących 94% całkowitej globalnej sprzedaży), co wskazuje na kluczowe znaczenie segmentu masowego dla rozwoju branży. Jednocześnie na niektórych rynkach widoczny jest wzrost zainteresowania produktami premium i luksusowymi (np. Francja i Chiny), gdzie część bogatszych konsumentów

zwraca uwagę na wysoką jakość wykonania, prestiż marki i wyjątkowy charakter oferowanych produktów.

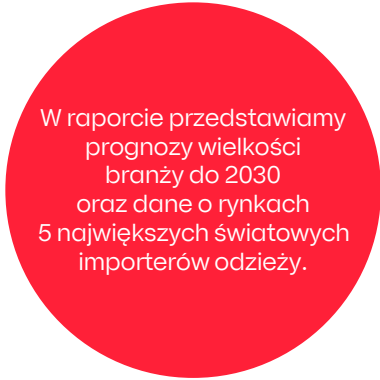
Jednym z najważniejszych trendów kształtujących współczesny rynek odzieżowy jest rosnące znaczenie zrównoważonej mody.

Konsumenci coraz częściej oczekują od producentów odpowiedzialnego podejścia do środowiska naturalnego, etycznych warunków produkcji oraz większej transparentności w łańcuchu dostaw. Trend ten jest szczególnie widoczny wg Statisty m.in. w: Stanach Zjednoczonych, Niemczech, Australii, Brazylii oraz Hiszpanii, gdzie rośnie popyt na odzież produkowaną w sposób ekologiczny i społecznie odpowiedzialny. Coraz większą rolę odgrywają również działania firm związane z ograniczaniem emisji, wykorzystywaniem materiałów pochodzących z recyklingu oraz promowaniem gospodarki obiegu zamkniętego.

Równolegle do globalizacji rynku obserwowany jest wzrost zainteresowania lokalnym

dziedzictwem kulturowym i tradycyjnym wzornictwem. Przykładowo, w Japonii zwiększa się zainteresowanie kimonami i produktami wysokiej jakości rzemiosła, natomiast w Nigerii rośnie popularność tradycyjnej odzieży afrykańskiej. Tendencje te wskazują, że współczesny konsument poszukuje nie tylko funkcjonalności i atrakcyjnej ceny, ale również autentyczności oraz produktów nawiązujących do lokalnej kultury i tradycji.

Światowy rynek odzieżowy będzie w najbliższych latach rozwijał się przy rosnącej digitalizacji handlu, zwiększaniu znaczenia jakości i coraz większej odpowiedzialności społecznej marek.



W raporcie przedstawiamy prognozy wielkości branży do 2030 oraz dane o rynkach 5 największych światowych importerów odzieży.

Polska branża odzieżowa

W 2025 Polska z udziałem 3,1% w światowym eksporcie odzieży uplasowała się na 6. miejscu wśród eksporterów, awansując o 3 miejsca. W imporcie osiągnęła udział 3,9% i 8. miejsce (9. w 2024). Polska eksportuje relatywnie niewielką ilość odzieży wyprodukowanej w kraju (bielizna, garnitury, odzież robocza), większość stanowi reeksport ubrań wytworzonych w krajach azjatyckich.

Polska zajmuje ważną pozycję w światowym handlu odzieżą, przy czym nie jest to związane jedynie z wielkością krajowej produkcji, lecz wynika ze specyfiki polskiego rynku odzieżowego, na którym obok szwalni funkcjonują podmioty zajmujące się projektowaniem, handlem, dystrybucją i sprzedażą produktów wytwarzanych za granicą. W 2025 wartość eksportu odzieży z Polski wyniosła 15,2 mld EUR, podczas gdy import osiągnął 16,8 mld EUR. Wysoka pozycja eksportowa jest w znaczącej części efektem reeksportu i rosnącej roli Polski jako regionalnego centrum handlu, logistyki i dystrybucji odzieży do państw UE. Większość odzieży eksportowanej z Polski jest produkowana w Azji lub Europie Południowo-Wschodniej. Najważniejszymi dostawcami są Chiny, Bangladesz oraz Turcja.

Rynek producentów odzieży w Polsce systematycznie kurczy się. Według danych GUS w 2025 wartość produkcji sprzedanej w cenach stałych działu PKD 14 zmniejszyła się o 7,5% osiągając 5,3 mld PLN.

Przychody ogółem wytwórców odzieży w 2025 spadły o 4,1%, a koszty o 4,4%. Marża EBITDA (10,3%) oraz rentowność sprzedaży netto (6,8%) lekko wzrosły wobec 2024, przekraczając średni poziom w przetwórstwie przemysłowym. Nakłady inwestycyjne były o 11% niższe w porównaniu z 2024. Słaby popyt ze strony konsumentów w krajach, do których trafia produkowana w Polsce odzież, przyczynił się do spadku sprzedaży eksportowej o 5,8%.

Znacząca różnica między wartością eksportu odzieży a przychodami krajowych producentów (około 1,33 mld EUR w 2025) wynika z silnej pozycji Polski jako hubu logistycznego dla rynku europejskiego.

Na koniec 2025 w branży prowadziło działalność 269 producentów odzieży zatrudniających powyżej 9 osób wobec 449 przedsiębiorstw w 2015. Wielu z nich specjalizuje się w produkcji krótkich serii, odzieży roboczej i ochronnej, bielizny, odzieży specjalistycznej oraz produktów z wyższej półki

cenowej. Są to obszary, w których przewagę buduje się przede wszystkim poprzez jakość, elastyczność produkcji, możliwość realizacji niewielkich zamówień, krótkie terminy dostaw oraz możliwość szybkiego reagowania na potrzeby odbiorcy.

Polski przemysł odzieżowy jest ściśle powiązany z globalnymi łańcuchami dostaw – tekstylia, nici, akcesoria (suwaki, guziki) są produkowane głównie w krajach azjatyckich. Czynniki zewnętrzne, takie jak m.in. konflikt na Bliskim Wschodzie, wpływają na koszty półproduktów, logistyki oraz stabilność dostaw.

W konsekwencji oddziałują na rynek w Polsce, a w połączeniu z rosnącą popularnością sprzedaży transgranicznej online, szczególnie z Chin, mają istotne znaczenie dla konkurencyjności krajowych firm odzieżowych.

Wysoka pozycja eksportowa Polski jest efektem reeksportu i rosnącej roli kraju jako hubu logistycznego dla rynku europejskiego.



Polska branża odzieżowa

W segmencie masowych, tańszych wyrobów konkurowanie z azjatyckimi producentami odzieży staje się coraz trudniejsze z uwagi na wyższe koszty produkcji w polskich szwalniach.

Szansą dla krajowych przedsiębiorców pozostaje specjalizacja w produktach specjalistycznych, technicznych, funkcjonalnych, ekologicznych, premium czy produkowanych w krótkich seriach, szybkich dostawach oraz segmentach, w których odbiorca jest gotowy zapłacić więcej za jakość, elastyczność i pewność dostaw.

Istotną szansą dla polskich eksporterów jest ponadto szybko rosnące znaczenie handlu internetowego. Sprzedaż online pozwala producentom wejść na zagraniczne rynki bez konieczności budowania sieci sklepów stacjonarnych.

W krótkim okresie spodziewamy się stagnacji w produkcji odzieży w Polsce. Wprowadzenie możliwe podwyżki cen odzieży mogą zwiększyć przychody producentów, jednak rosnące

koszty transportu i energii będą ograniczać zyski ze sprzedaży i możliwość zwiększenia nakładów inwestycyjnych.

Wejście od 1 lipca 2026 dodatkowych opłat w wysokości 3 EUR do przesyłek spoza unijnego rynku w krótkim okresie powinno ograniczyć bezpośredni import taniej odzieży z Chin. Efekt może jednak osłabnąć, gdyż chińskie platformy będą przenosić zapasy do magazynów w UE i zmieniać modele logistyczne. Bardziej prawdopodobna jest reorganizacja kanałów dostaw niż trwałe załamanie importu. Docelowo ulga celna zwalniająca przesyłki o wartości do 150 EUR ma zniknąć w 2028.

W średniej perspektywie znaczącym wyzwaniem będzie wdrożenie wymogów wynikających ze 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 odbywać się będzie z poszanowaniem środowiska i w sposób etyczny.

Branża zobowiązana jest do wdrożenia cyfrowego paszportu produktu, w którym zawarte mają być m.in. informacje o składzie, pochodzeniu, zawartości recyklatów, możliwościach naprawy.

W 2028 powinna być wdrożona rozszerzona odpowiedzialność producenta dla tekstyliów. Nowy system ma przenieść część kosztów zagospodarowania odpadów tekstylnych z mieszkańców i gmin na producentów.

W krótkim okresie
spodziewamy się
stagnacji w produkcji
odzieży w Polsce.



Polska branża odzieżowa

Mocne strony



- bliskość rynków UE – szybkie dostawy i łatwiejsza kontrola jakości w porównaniu z importem z Azji
- rozwinięta infrastruktura logistyczna i magazynowa
- 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 bieliźnie, 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



- niewielki udział rynków pozaeuropejskich w eksporcie; duża zależność branży od koniunktury na rynkach europejskich
- niska konkurencyjność cenowa (wysokie koszty pracy i energii) wobec szwalni z krajów azjatyckich i Turcji
- wysoki udział importowanych tkanin i dodatków w kosztach produkcji zwiększający wrażliwość na problemy z łańcuchami dostaw i wzrost cen logistyki
- 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

- wolniejszy wzrost wynagrodzeń ograniczający wzrost kosztów produkcji
- przenoszenie 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, ekomateriałów, 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*
- 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
- utrzymujące się spowolnienie gospodarcze w Niemczech, gdzie trafia znacząca część polskiego eksportu odzieży oraz napięcia geopolityczne w wielu rejonach świata
- nowe wymogi raportowania oraz konieczność podejmowania działań dotyczących ESG



ŚWIAT



Bank Polski

Podstawowe dane o rynku

Sprzedaż

mld EUR, 2025

W latach 2023-2025 sprzedaż odzieży na świecie wzrastała w średnim tempie 4,5% rocznie i osiągnęła wartość prawie 1,745 bln EUR (wg szacunków Statista).

Azja to największy rynek sprzedaży odzieży. W 2025 jego wartość wyniosła 682 mld EUR i stanowiła 39,1% światowej sprzedaży.



świat 1744,9



Europa 474,0



Polska 15,7

Źródło: Statista

Eksport

mld EUR, 2025

Chiny były światowym liderem w eksporcie odzieży. W 2025 osiągnęły udział w rynku na poziomie 26,6%.

Największym importerem w 2025 były Stany Zjednoczone – z udziałem 16,9% w światowym imporcie.

W 2025 Polska była 6. największym eksporterem odzieży na świecie – z udziałem na poziomie 3,1% oraz 8. największym importerem – z udziałem w wysokości 3,9%.



świat 484,2



Europa 150,2



Polska 15,2

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Podstawowe dane o rynku

Wydatki per capita

EUR, 2025

Pierwszą pozycję na świecie pod względem wydatków per capita przeznaczanych na zakup odzieży zajmują mieszkańcy Hongkongu, którzy w 2025 wydali przeciętnie na ten cel równowartość 3180 EUR. Na drugim miejscu uplasowali się Szwajcarzy (1332 EUR), a na trzecim – Norwegowie (1240 EUR).

W 2025 średnie wydatki na odzież na mieszkańca w Europie wyniosły 558 EUR i wzrosły o 2,8%.



Europa 558



Polska 411



świat 222

Źródło: Statista

Udział odzieży ze zrównoważonych źródeł

%, 2025 (P)

Utrzymuje się tendencja wzrostowa udziału odzieży pochodzącej ze zrównoważonych źródeł. Na świecie zwiększył się on do 4,9% w 2025 z 3,7% w 2018, a w 2029 – wg prognoz Statista – ma osiągnąć 5,8%.

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



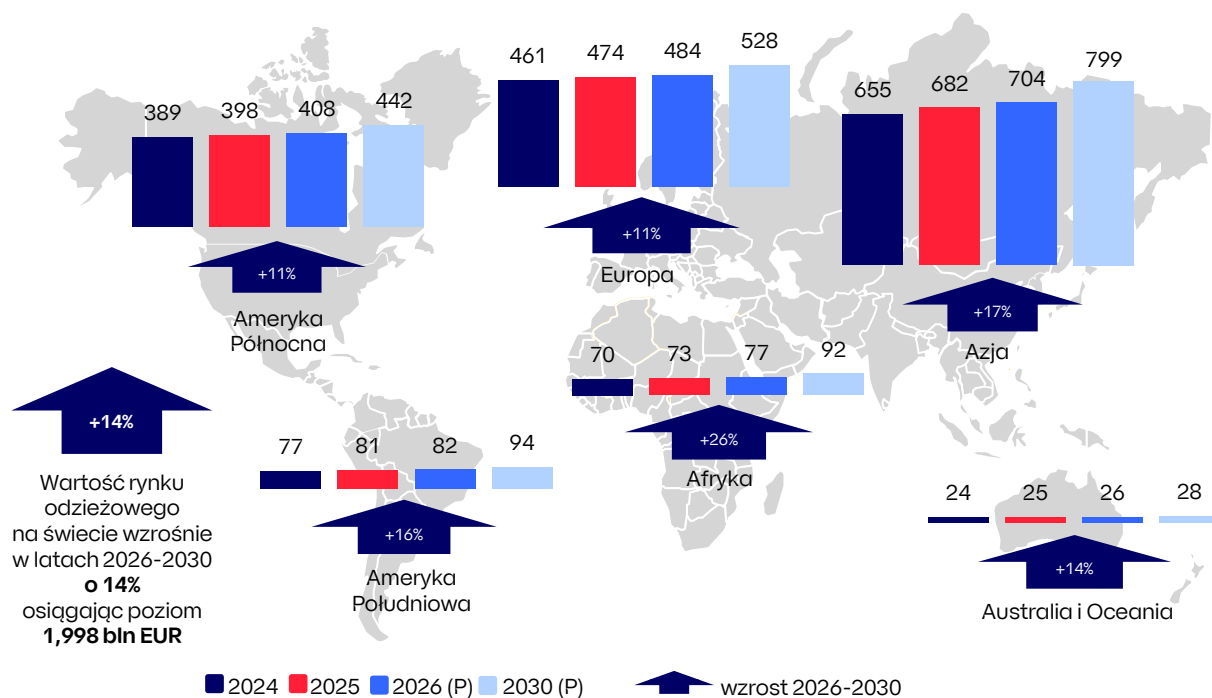
Polska 6,1

Europa 6,0

świat 4,9

Źródło: Statista

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



Źródło: Statista

W 2025 światowa sprzedaż odzieży osiągnęła 1,745 bln EUR, czyli o 41% więcej niż w 2020.

Według Statisty, w latach 2021-2022 sprzedaż rosła średnio o 11,2% rocznie (odbicie po spadku w 2020). W kolejnych latach dynamika sprzedaży spowolniła do 4,5% średnio rocznie (CAGR 2023-2025).

W latach 2026-2030 średnie roczne tempo wzrostu sprzedaży odzieży na świecie wyhamuje wg prognoz do 2,7%.

Najwyższą szacunkową sprzedaż odzieży w 2025 w wysokości 682 mld EUR obserwowano w Azji, a jej wartość w latach 2023-2025 wzrastała średnio rocznie o 4,8% – trochę szybciej niż średnio na świecie. Na kolejne lata do 2030 prognozy zakładają, że rynki azjatyckie będą odnotowywały wzrost sprzedaży w tempie średnio 3,3% rocznie (CAGR 2026-2030).

W latach 2026-2030 najwyższy średni roczny wzrost sprzedaży odzieży w wysokości 4,7%, będzie dotyczył Afryki. Natomiast najwolniejszy będzie wzrost sprzedaży odzieży w Ameryce Północnej z CAGR 2026-2030 wynoszącym 2,1% oraz w Europie – odpowiednio 2,2%.



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

	2018	2020	2024	2025	2026 (P)	2030 (P)	CAGR (2021-22)	CAGR (2023-25)	CAGR (2026-30)
Odzież damska	705,1	644,1	880,0	910,0	936,0	1043,1	11,1%	4,6%	2,8%
Odzież męska	439,7	403,5	554,0	573,4	590,1	659,3	11,3%	4,7%	2,8%
Odzież dziecięca	208,3	189,3	254,2	261,4	268,0	295,4	10,9%	3,9%	2,5%
Suma	1353,1	1236,9	1688,2	1744,9	1794,2	1997,7	11,2%	4,5%	2,7%

Źródło: Statista

Największy udział w globalnym rynku ma segment odzieży damskiej. Według prognoz, w 2026 udział ten wyniesie 52,2% całkowitej sprzedaży branży i utrzyma się na tym poziomie do 2030.

W latach 2026-2030 kategoria odzież męska będzie segmentem rynku o najwyższym średnim rocznym tempie wzrostu

(CAGR 2,83%), w porównaniu do średniego wzrostu o 2,7% rocznie przewidywanego dla odzieży ogółem.

Natomiast najwolniejszy wzrost prognozowany jest w przypadku odzieży dziecięcej (z CAGR 2026-2030=2,5%).

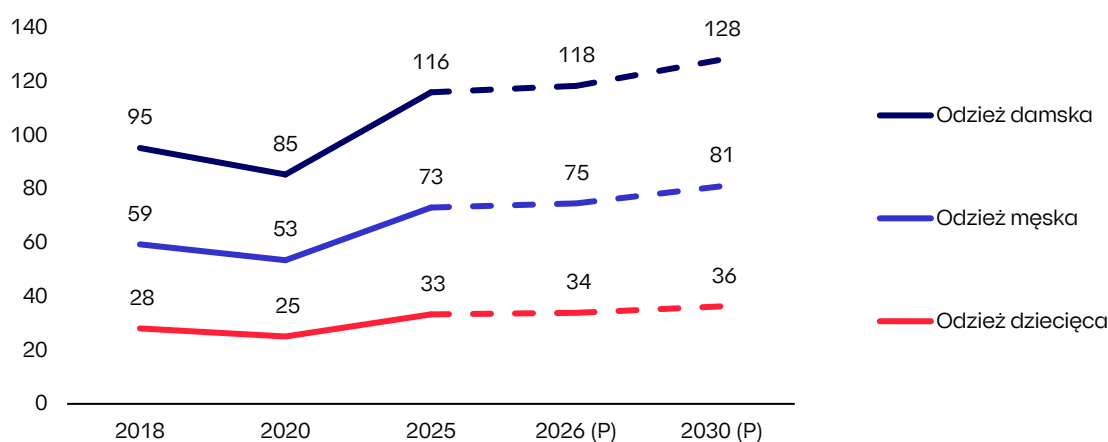
Do 2030 udział odzieży luksusowej na świecie lekko się

obniży do 5% z 6% notowanych w 2025.

Utrzyma się lekki trend wzrostowy udziału odzieży ze zrównoważonych źródeł, który w 2029 na świecie osiągnie 5,8% wobec 4,9% w 2025.

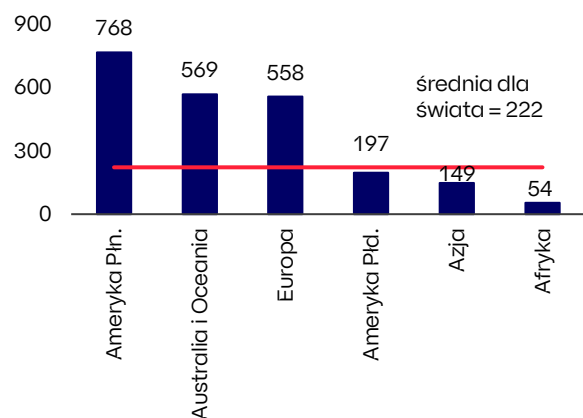


Wydatki per capita na światowym rynku odzieży (EUR)



Źródło: Statista

Szacunkowe wydatki per capita na odzież wg kontynentów w 2025 (EUR)



Źródło: Statista

W 2025 przeciętnie wydatki per capita na odzież na świecie wyniosły 222 EUR. Prognozowany jest wzrost tej wartości do 246 EUR w 2030.

Według danych Statisty, w podziale na kontynenty, **najwięcej per capita na zakup odzieży przeznaczyci w 2025 mieszkańcy Ameryki Północnej (768 EUR)** oraz Australii i Oceanii (569 EUR). Natomiast wydatki te były najniższe w Afryce (54 EUR) i Azji (149 EUR) – kształtując się odpowiednio 76% i 33% poniżej średniej dla świata.

W podziale na kraje w 2025 światowymi liderami wydatków na odzież byli mieszkańcy Hongkongu (3180 EUR). Na drugim miejscu uplasowali się Szwajcarzy (1332 EUR), a na trzecim – Norwegowie (1240 EUR).

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

	2018	2020	2025	2026 (P)	2030 (P)
St. Zjednoczone	271	263	341	348	376
Chiny	231	222	319	332	388
Indie	68	62	103	107	122
Japonia	68	56	86	87	95
Wlk. Brytania	62	59	84	88	100

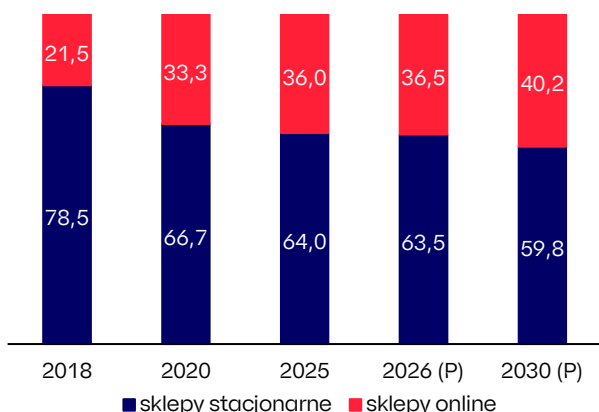
Źródło: Statista

Największym rynkiem na świecie

w 2025 były Stany Zjednoczone, gdzie sprzedaż odzieży oszacowano na 341 mld EUR, co stanowiło 19,5% wartości dla świata. Według prognoz Statisty, **na pozycji globalnego lidera w 2030 zobaczymy Chiny** – ze sprzedażą rzędu 388 mld EUR i z nieco niższym udziałem na poziomie 19,4%.

Spośród pięciu wymienionych państw, najwyższą dynamiką wzrostu w latach 2026-2030 będą się charakteryzować Chiny, w których wartość rynku w 2030 przewyższy poziom z 2025 o 21,6%. W tym okresie relatywnie wysokie będzie jeszcze tempo wzrostu rynku w Wielkiej Brytanii (wzrost o 19% względem 2025) i w Indiach (18,4%). Słabiej w latach 2026-2030 będzie rosła sprzedaż odzieży w Stanach Zjednoczonych (o 10,3%).

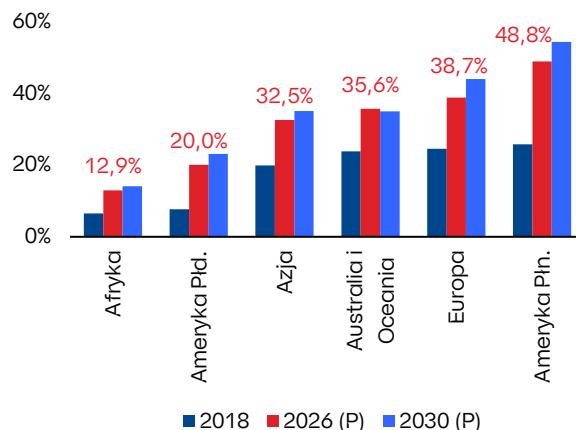
Struktura sprzedaży odzieży na świecie wg kanałów dystrybucji (%)



Źródło: Statista

Według szacunków Statisty, **36% przychodów ze sprzedaży odzieży w 2025 pochodziło ze sklepów online**. Prognozowany jest dalszy wzrost zainteresowania tym kanałem dystrybucji i zwiększenie jego udziału do 40,2% w 2030.

Udział kanału online w sprzedaży odzieży wg kontynentów



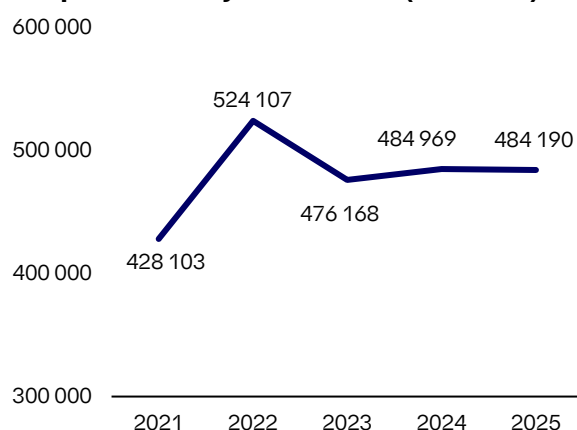
Źródło: Statista

Utrzymuje się znaczne zróżnicowanie w udziale kanału zdalnego w sprzedaży odzieży między kontynentami, które pogłębi się jeszcze do 2030, przy generalnej tendencji wzrostowej. W 2026 kontynentem z najwyższym udziałem sprzedaży zdalnej (48,8%) będzie Ameryka Północna, podczas gdy w Afryce udział ten wyniesie jedynie 12,9%. W 2030 ponad 54% sprzedaży odzieży na rynku północnoamerykańskim będzie miała miejsce w sieci, a rynek afrykański zanotuje wzrost udziału do 14,1%.



Handel międzynarodowy

Eksport odzieży na świecie (mln EUR)



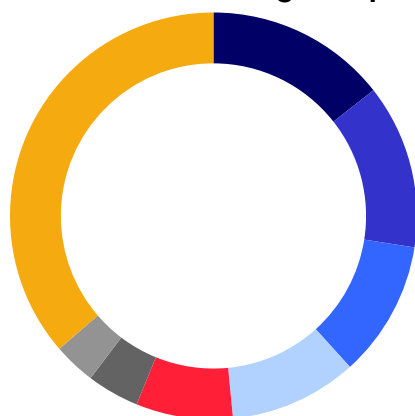
CAGR
2021-2022
19,4%

CAGR
2023-2025
-2,6%

W latach 2021-2022 światowy eksport odzieży odnotował średni roczny wzrost o 19,4%, natomiast w latach 2023-2025 nastąpił spadek o 2,6% przeciętnie rocznie, do poziomu 484,2 mld EUR w końcu okresu.

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Struktura światowego eksportu odzieży wg rodzaju w 2025



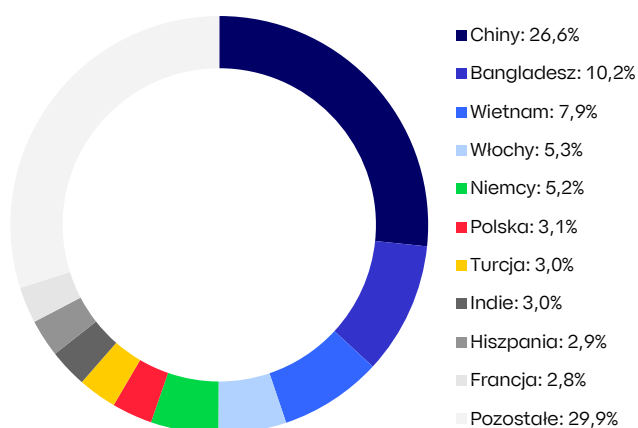
- Zestawy ubraniowe, odzieżowe, żakiety, blezery, suknie, spódnice, spódnice-spodnie, spodnie, ogrodniczeki, bryczesy i szorty (bez kąpi.), damskie lub dziewczęce: 14,4%
- Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane: 13,1%
- T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane: 10,8%
- Zestawy ubraniowe, odzieżowe, marynarki, blezery, spodnie, spodnie ogrodniczeki, bryczesy i szorty (bez kąpielowych), męskie lub chłopięce: 10,2%
- Zestawy ubraniowe, odzieżowe, żakiety, blezery, suknie, spódnice, spodnie, spodnie ogrodniczeki, bryczesy i szorty (bez kąpi.), damskie lub dziewczęce, dziane: 7,7%
- Palta, kurtki 3/4, peleryny, skafandry "anoraki" (włącznie z narciarskimi), wiatrówki, kurtki od wiatru i podobne art., damskie lub dziewczęce, inne niż w poz. 6204: 4,2%
- Palta, kurtki 3/4, peleryny, skafandry "anoraki" (włącznie z narciarskimi), wiatrówki, kurtki od wiatru i podobne art., męskie lub chłopięce, inne niż w poz. 6203: 3,4%
- Pozostałe: 36,3%

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Największy udział w światowym eksporcie odzieży (14,4%) w 2025 miała kategoria: zestawy ubraniowe, odzieżowe, żakiety, blezery, suknie, spódnice, spódnice-spodnie, spodnie, ogrodniczeki, bryczesy i szorty (bez kąpielowych), damskie lub dziewczęce – oznaczona HS 6204.



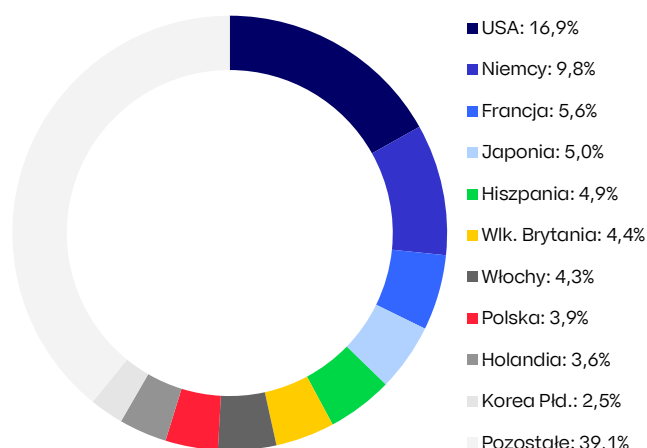
Struktura światowego eksportu odzieży w 2025



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

- W 2025 liderem w eksporcie odzieży były **Chiny**, które sprzedały za granicę odzież o wartości blisko 129 mld EUR, co stanowiło 26,6% światowego eksportu.
- 10 największych eksporterów odzieży odpowiadało za 70,1% eksportu ogółem.
- Polska była 6. największym eksporterem odzieży z udziałem na poziomie 3,1%.
- Udział Polski w globalnym eksporcie odzieży wzrósł w latach 2021-2025 o 1,1pp.

Struktura światowego importu odzieży w 2025



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

- Światowym liderem w imporcie odzieży były **Stany Zjednoczone**, które nabyły z zagranicy odzież o wartości 72,4 mld EUR, co stanowiło 16,9% globalnego importu.
- Udział 10 największych importerów odzieży wyniósł 60,9% importu ogółem tej kategorii.
- Polska była 8. największym importerem odzieży z udziałem w wysokości 3,9%.
- W latach 2021-2025 udział Polski w światowym imporcie wzrósł o 1,2pp.



EUROPA I POLSKA



Bank Polski

Wielkość rynku w Europie

Rynek odzieży w Europie – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2024	2025	2026 (P)	2030 (P)	CAGR (2021-22)	CAGR (2023-25)	CAGR (2026-30)
Odzież damska	217,5	194,5	253,2	259,9	265,8	290,6	7,5%	4,9%	2,3%
Odzież męska	127,0	113,9	148,4	152,8	155,8	169,6	7,2%	5,3%	2,1%
Odzież dziecięca	52,2	46,7	59,9	61,3	62,5	67,6	6,5%	4,9%	2,0%
Suma	396,7	355,1	461,4	474,0	484,1	527,8	7,2%	5,1%	2,2%

Źródło: Statista

Według Statisty, w latach 2026-2030 wartość rynku odzieży w Europie będzie wzrastała o 2,2% rocznie i w końcu okresu osiągnie poziom 527,8 mld EUR. Będzie to niższe tempo wzrostu niż 5,1% średnio rocznie obserwowane w okresie 2023-2025.

Inaczej niż średnio na świecie, w Europie najbardziej dynamicznie będzie rósł

segment odzieży damskiej, z CAGR 2026-2030 wynoszącym 2,3%, a sprzedaż tej kategorii w 2030 będzie wyższa niż w 2025 o 11,8%.

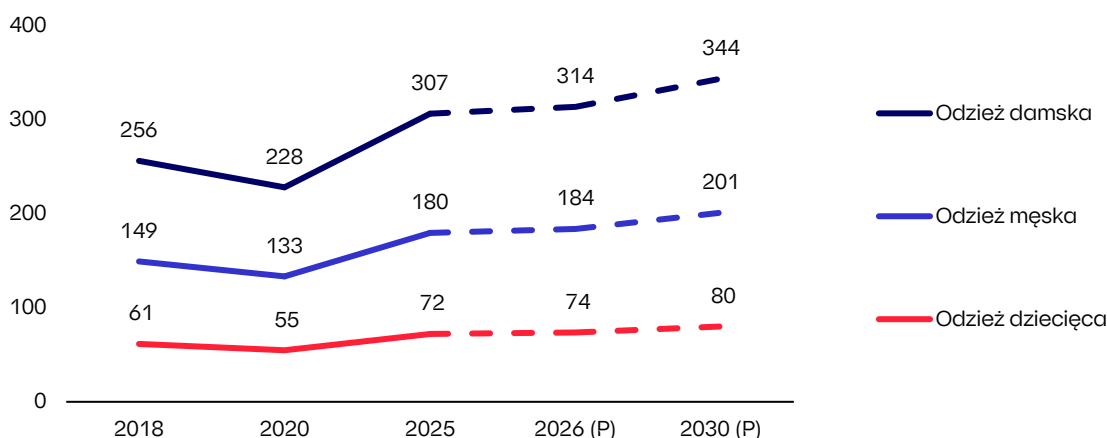
W 2026 największy udział w rynku będzie miał segment odzież damska, którego sprzedaż w Europie jest przewidywana na 265,8 mld EUR, co stanowi 54,9% rynku – nieco więcej niż 52,2% notowane średnio

na świecie.

Do 2030 udział odzieży luksusowej w Europie pozostanie na stabilnym poziomie 7%, obserwowanym od 2023.

Utrzyma się lekki trend wzrostowy udziału odzieży ze zrównoważonych źródeł, który w 2029 w Europie osiągnie 6,9% wobec 5,7% w 2025.

Wydatki per capita na europejskim rynku odzieży (EUR)



Źródło: Statista

W 2025 mieszkaniec Europy wydał przeciętnie na odzież 558 EUR. W kolejnych latach prognozuje się zwiększenie wydatków na ten cel do 625 EUR w 2030.



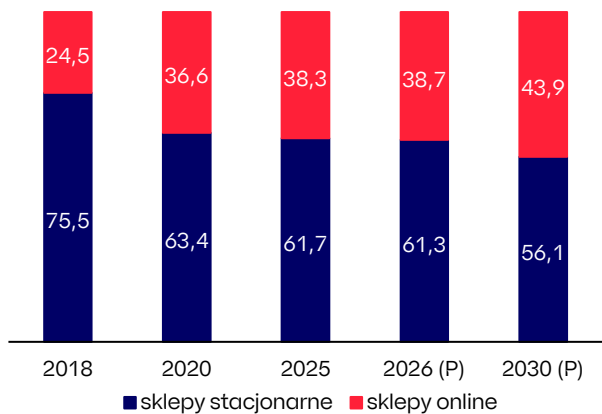
Top-5 krajów w Europie pod względem sprzedaży odzieży (mld EUR)

	2018	2020	2025	2026 (P)	2030 (P)
Wlk. Brytania	62	59	84	88	100
Niemcy	61	56	70	71	73
Włochy	52	42	54	54	54
Francja	36	30	38	39	41
Rosja	30	27	31	31	34

Źródło: Statista

W 2025 najwyższa sprzedaż odzieży wśród krajów europejskich obserwowana była w Wielkiej Brytanii i wyniosła 84 mld EUR (co stanowiło 17,7% europejskiego rynku). Prognozowany jest wzrost tej wartości do 100 mld EUR w 2030, czyli poziomu o 19% wyższego niż w 2025, co będzie oznaczało najszybszy wzrost spośród pięciu najważniejszych europejskich rynków. Na drugim biegunie będą Włochy, w których sprzedaż do 2030 pozostanie stabilna na poziomie 54 mld EUR.

Struktura sprzedaży odzieży w Europie wg kanałów dystrybucji (%)



Źródło: Statista

Sklepy online odpowiadały za 38,3% przychodów ze sprzedaży odzieży w Europie w 2025. Prognozuje się, że do 2030 udział przychodów z kanałów e-commerce zwiększy się do 43,9%.



Wielkość rynku w Polsce

Rynek odzieży w Polsce – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2024	2025	2026 (P)	2030 (P)	CAGR (2021-22)	CAGR (2023-25)	CAGR (2026-30)
Odzież damska	6,1	5,9	7,9	8,4	8,9	10,8	7,3%	7,7%	5,1%
Odzież męska	3,7	3,6	4,9	5,2	5,5	6,7	7,7%	8,1%	5,2%
Odzież dziecięca	1,5	1,4	1,9	2,0	2,1	2,6	7,0%	7,2%	5,2%
Suma	11,3	10,9	14,7	15,7	16,6	20,2	7,4%	7,8%	5,2%

Źródło: Statista

W latach 2026-2030 wzrost wartości rynku odzieży w Polsce spowolni do 5,2% średnio rocznie z 7,8% obserwowanych w okresie 2023-2025. Natomiast w latach 2021-2022 średnia roczna dynamika sprzedaży odzieży była nieco słabsza niż ostatnio i wyniosła 7,4%.

Najbardziej dynamicznie będzie rósł segment odzieży męskiej, z CAGR 2026-2030 wynoszącym 5,2%, a sprzedaż tej kategorii w 2030 będzie wyższa od wartości z 2025 o 28,6%.

W 2026 największy udział w rynku będzie miał segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w Polsce jest przewidywana na 8,9 mld EUR, co stanowi 53,8% rynku. Do 2030

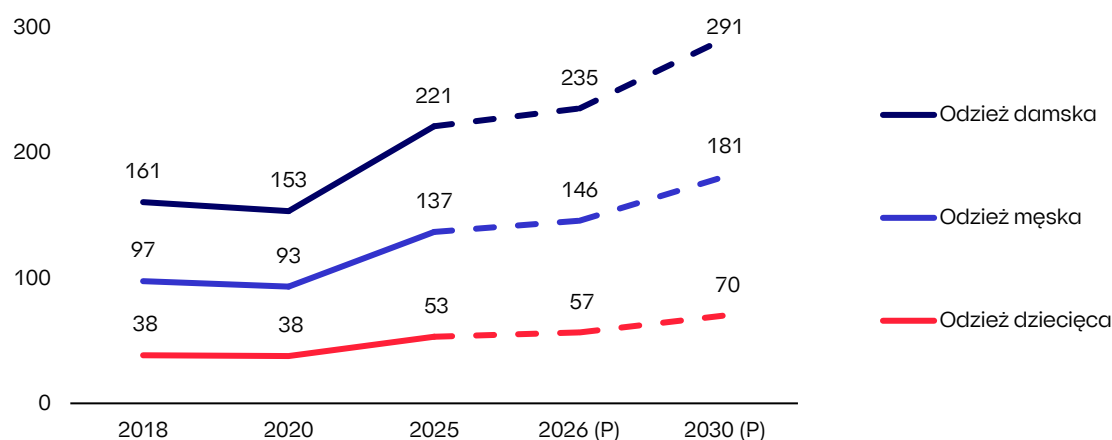
udział ten utrzyma się na zbliżonym poziomie.

Do 2030 udział odzieży luksusowej w Polsce lekko się obniży do 3% z 4% notowanych w 2025.

Utrzyma się lekki trend wzrostowy udziału odzieży ze zrównoważonych źródeł, który w 2029 osiągnie w Polsce 8,3% wobec 6,1% w 2025.



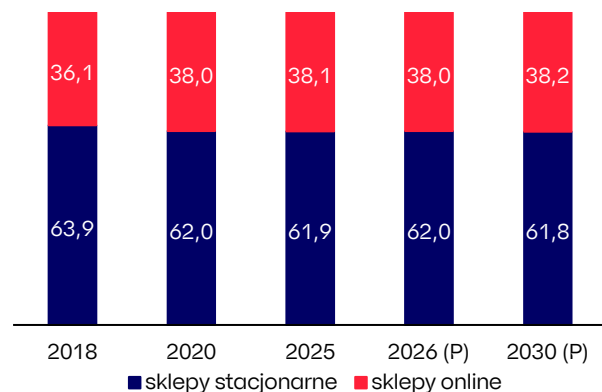
Wydatki per capita na polskim rynku odzieży (EUR)



Źródło: Statista

W 2025 mieszkańiec Polski wydał przeciętnie na odzież 411 EUR. Według prognoz do 2030 wydatki na ten cel wzrosną o 131 EUR.

Struktura sprzedaży odzieży w Polsce wg kanałów dystrybucji (%)

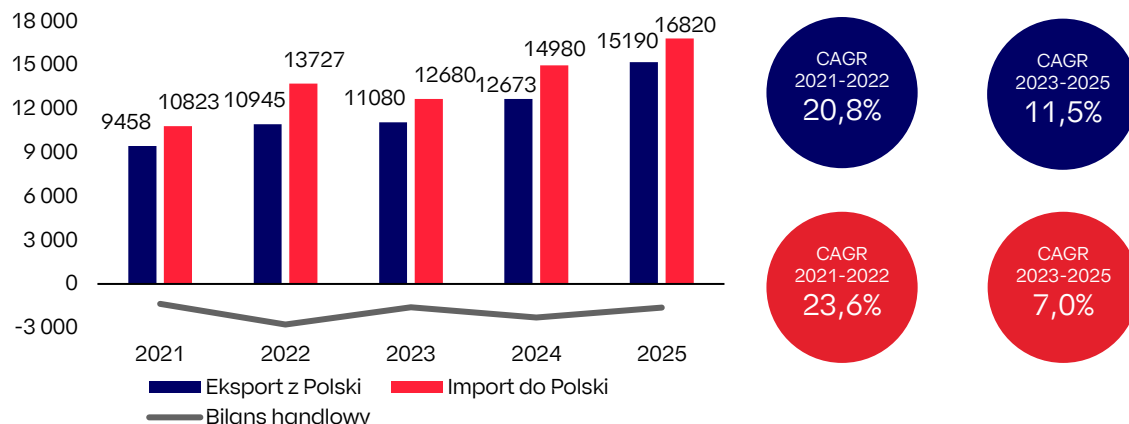


Sklepy online odpowiadały za 38,1% przychodów ze sprzedaży odzieży w Polsce w 2025. Prognozuje się, że do 2030 udział przychodów z kanałów e-commerce nieznacznie się zwiększy (do 38,2%), po czasowym lekkim spadku w latach 2026-2029.

Źródło: Statista

Polski eksport

Polski handel zagraniczny odzieżą (mln EUR)



Źródło: GUS (CN 61 i 62)

Eksport odzieży z Polski w latach 2021-2025 wzrósł o 60,6%

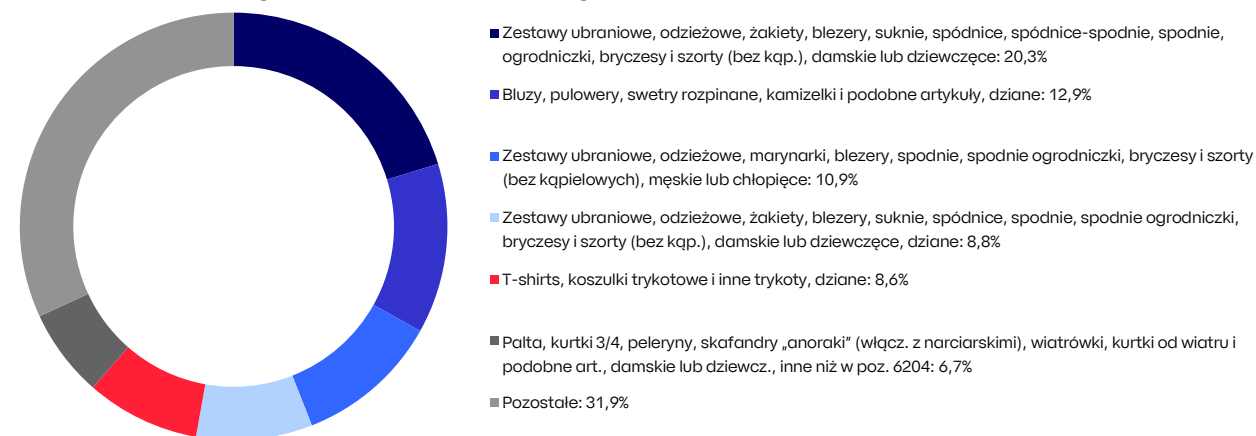
z poziomu blisko 9,5 mld EUR w 2021 do prawie 15,2 mld EUR w 2025. **Import zwiększył się słabiej, bo o 55,4%**, odpowiednio z 10,8 mld EUR do 16,8 mld EUR.

W latach 2021-2022 w eksporcie

i imporcie odzieży notowano znacznie silniejszy wzrost (odpowiednio średnio rocznie o 20,8% i o 23,6%) niż przeciętnie w trzech kolejnych latach, kiedy to CAGR 2023-2025 wyniósł 11,5% i 7%.

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

Struktura polskiego eksportu odzieży wg rodzaju w 2025 (4-cyfrowe kody CN)

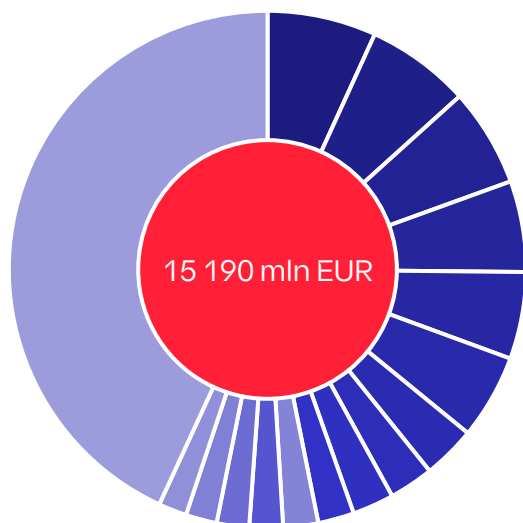


Źródło: GUS (CN 61 i 62)

W klasyfikacji wg 4-cyfrowych kodów CN **największą kategorią polskiego eksportu odzieży w 2025 była pozycja 6204, do której należą zestawy ubraniowe, odzieżowe, żakiety, blezery, suknie, spódnice, spódnice-spodnie, spodnie, ogrodniczeki, bryczesy i szorty (bez kąpielowych), damskie lub dziewczęce**. Stanowiła ona 20,3% polskiego eksportu odzieży ogółem.



Struktura polskiego eksportu w 2025

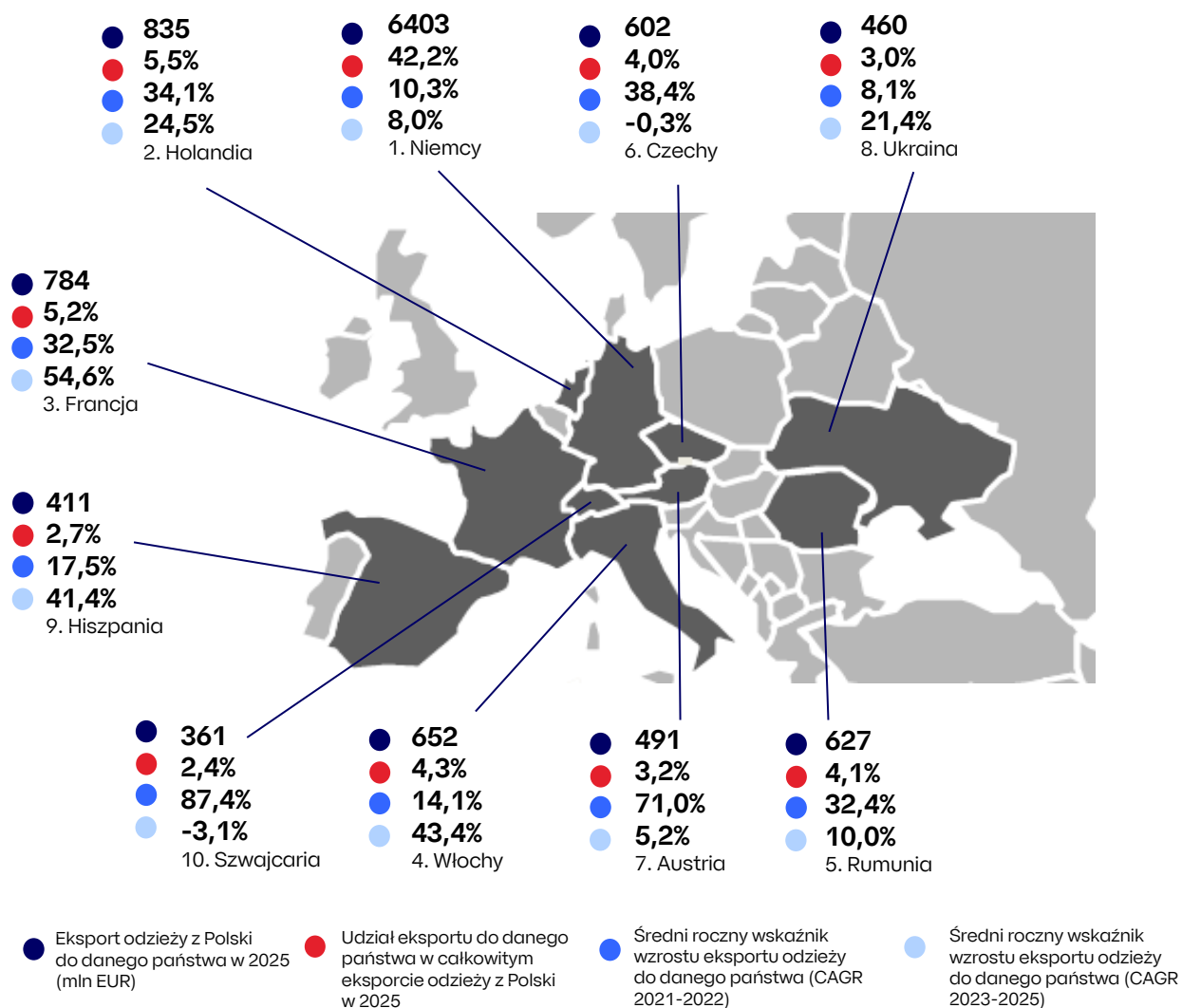


6,8%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny
6,5%	T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
6,1%	Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
5,7%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
5,4%	Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
5,3%	Palta, kurtki 3/4, narciarskie, peleryny, anoraki, wiatrówki i podobne art., dams. lub dziewcz., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, poz. 6204)
3,3%	Suknie damskie lub dziewczęce, z włókien syntetycznych
2,8%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z włókien syntetycznych
2,6%	Palta, kurtki 3/4, peleryny, anoraki, kurtki narciar., wiatrówki, podob. art., męs. l. chłop., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, z poz. 6203)
2,3%	Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z włókien syntetycznych
2,2%	Suknie, damskie lub dziewczęce, dziane, z włókien syntetycznych
2,1%	T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z materiałów włókienniczych oprócz bawełny
2,0%	Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z włókien syntetycznych
1,9%	Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z bawełny
1,8%	Bluzki, koszule i bluzki koszulowe, damskie lub dziewczęce, z włókien chemicznych
43,1%	Pozostałe

Źródło: GUS (CN 61 i 62)

Według 6-cyfrowych kodów CN, największy udział w polskim eksporcie odzieży w 2025 miała kategoria **620342: spodnie, spodnie typu „ogrodniczki”, bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny** – z udziałem 6,8%.

Główni odbiorcy polskiej odzieży w 2025



Źródło: GUS (CN 61 i 62)

Głównymi kierunkami eksportowanej przez Polskę odzieży w 2025 były państwa europejskie.

Od lat największym odbiorcą są Niemcy, do których w 2025 trafiło 42,2% polskiego eksportu odzieży. Trzej kolejni importerzy z Polski

w 2025 to: Holandia, Francja i Włochy, do których trafiło łącznie 15% eksportowanej przez Polskę odzieży.

Na 10 największych rynków docelowych polskiej branży odzieżowej w 2025 trafiło 76,5% naszego eksportu tych towarów.

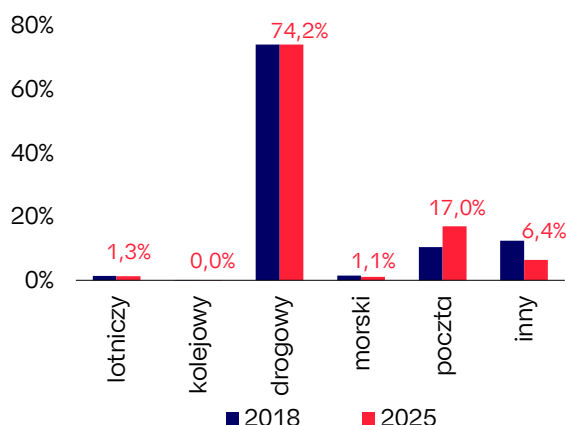
Średnia roczna dynamika polskiego eksportu odzieży do tych krajów w latach 2023-2025 była dość zróżnicowana: od 3,1-procentowego spadku w przypadku Szwajcarii do 54,6-procentowego wzrostu dla Francji.



Struktura polskiego eksportu odzieży i wyrobów futrzarskich wg środków transportu

W 2025 państwa Unii Europejskiej były znaczącymi odbiorcami eksportowanej przez Polskę odzieży i wyrobów futrzarskich – z udziałem 87,2% wg wartości w EUR (-2,9pp vs 2018) oraz 66,4% wg ilości w kg (+16,2pp vs 2018).

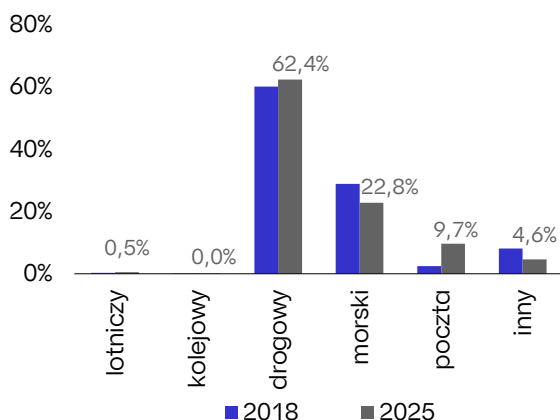
Struktura eksportu odzieży i wyrobów futrzarskich z Polski wg środków transportu (wg wartości w EUR)



Źródło: Eurostat

Od 2018 wzrosło wykorzystanie transportu pocztowego do eksportu odzieży i wyrobów futrzarskich z Polski w ujęciu wartościowym, kosztem spadku popularności transportu morskiego i lotniczego. **Utrzymała się dominacja transportu drogowego** w tym eksporcie, z niezmiennym udziałem 74,2%.

Struktura eksportu odzieży i wyrobów futrzarskich z Polski wg środków transportu (wg ilości w kg)



Źródło: Eurostat

W ujęciu ilościowym w 2025 dominował przewóz eksportowanej odzieży i wyrobów futrzarskich za pomocą transportu drogowego i morskiego, stanowiąc łącznie 85,2% całego eksportu tych towarów.

Od 2018 najsilniej wzrósł udział transportu pocztą (o 7,2pp), lekko zwiększył się udział transportu drogowego (o 2,2pp) i nieznacznie – lotniczego (o 0,2pp), przy najsilniejszym 6pp spadku udziału transportu morskiego.



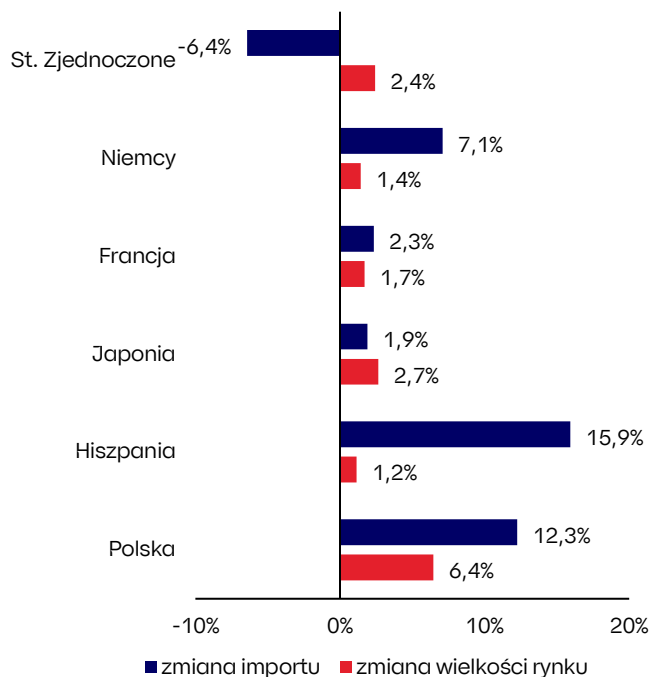
NAJWIĘKSI IMPORTERZY



Bank Polski

Najwięksi importerzy

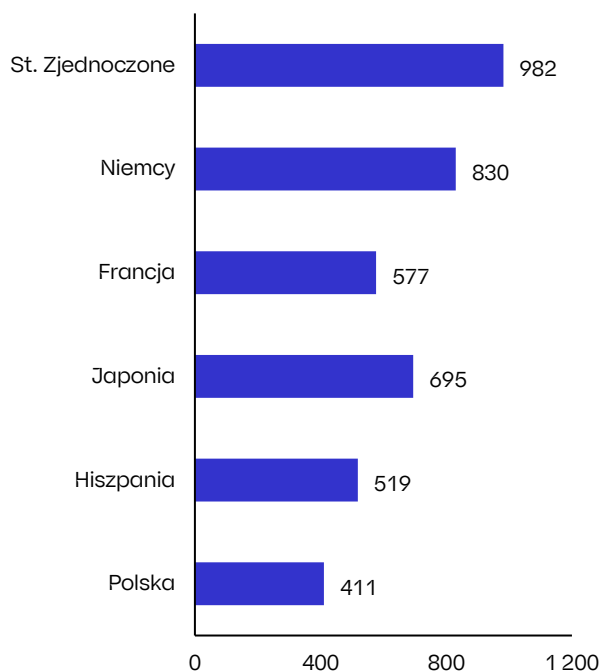
Zmiana wielkości rynku i importu odzieży w 2025 w ujęciu rocznym



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

TOP-5
importerów odzieży
+ Polska

Wydatki per capita na odzież w 2025 (EUR)

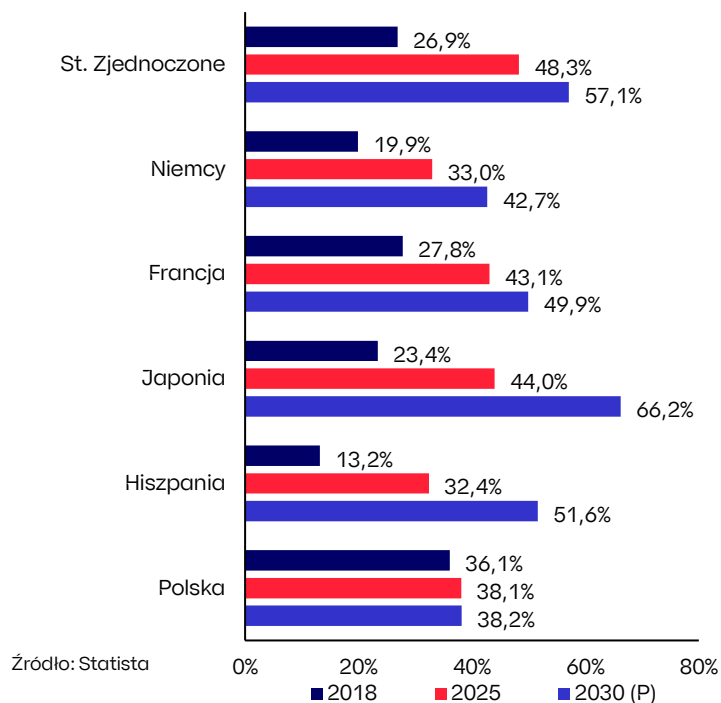


Źródło: Statista

Uwaga: Ranking 5 największych importerów odzieży wyznaczono w oparciu o dane o wielkości importu do poszczególnych państw w 2025 dostępnych w dniu 01.07.2026.

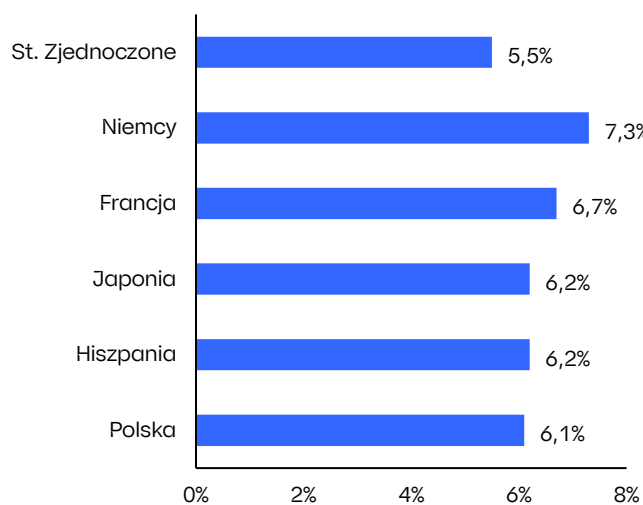


Udział kanału online w sprzedaży odzieży



TOP-5
importerów odzieży
+ Polska

Udział odzieży ze zrównoważonych źródeł w 2025



Uwaga: Ranking 5 największych importerów odzieży wyznaczono w oparciu o dane o wielkości importu do poszczególnych państw w 2025 dostępnych w dniu 01.07.2026.



Stany Zjednoczone

1. pozycja



Bank Polski

Struktura importu odzieży do Stanów Zjednoczonych w 2025



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Stanów Zjednoczonych zanotował w latach 2021-2022 średni wzrost o 26,6%. Natomiast w latach 2023-2025 nastąpił jego spadek o średnio 10,2% rocznie.

Wśród zagranicznych dostawców odzieży na amerykański rynek pierwszą pozycję zajmuje Wietnam z udziałem wynoszącym 20,8%.
Odzież pochodząca z Polski o wartości 45 mln EUR w 2025

stanowiła zaledwie 0,1% importu odzieży do Stanów Zjednoczonych, co dało Polsce 43. miejsce wśród dostawców, przy ponad 5-procentowym wzroście tego importu.

Top-10 dostawców + Polska (2025)

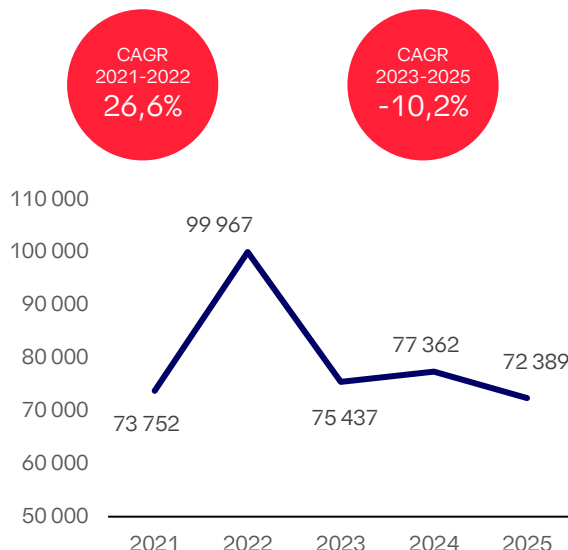
Lp.	Kraj	Udział	mIn EUR	2024 r/r
1.	Wietnam	20,8%	15 070,3	↑ 6,4%
2.	Chiny	14,6%	10 583,3	↓ -37,7%
3.	Bangladesz	10,0%	7 268,4	↑ 6,2%
4.	Indie	6,3%	4 593,1	↑ 0,7%
5.	Kambodża	6,2%	4 488,4	↑ 21,4%
6.	Indonezja	5,9%	4 270,6	↑ 4,2%
7.	Meksyk	3,4%	2 476,5	↓ -3,6%
8.	Pakistan	3,1%	2 264,4	↑ 5,5%
9.	Włochy	2,8%	1 996,2	↓ -1,6%
10.	Honduras	2,7%	1 925,9	↓ -16,1%

43. Polska 0,1% 44,9 ↑ 5,3%

Import USA (72 389 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)



Stany Zjednoczone

1. pozycja



Bank Polski

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

	2018	2020	2024	2025	2026 (P)	2030 (P)	CAGR (2021-22)	CAGR (2023-25)	CAGR (2026-30)
Odzież damska	142,2	137,6	175,3	179,8	182,8	197,8	9,9%	2,7%	1,9%
Odzież męska	87,2	84,6	107,6	110,9	112,9	122,8	10,6%	2,3%	2,1%
Odzież dziecięca	42,3	40,7	49,9	50,9	51,7	55,1	8,6%	2,0%	1,6%
Suma	271,7	262,8	332,7	341,6	347,4	375,6	9,8%	2,5%	2,0%

Źródło: Statista

Według Statisty, w latach 2026-2030 wartość rynku odzieży w Stanach Zjednoczonych będzie wzrastała średnio o 2% rocznie i w końcu okresu osiągnie poziom blisko 376 mld EUR.

Będzie to tempo nieco słabsze od 2,5% średniego rocznego wzrostu obserwowanego w okresie 2023-2025.

Inaczej niż średnio w Europie – w Stanach Zjednoczonych najbardziej dynamicznie będzie

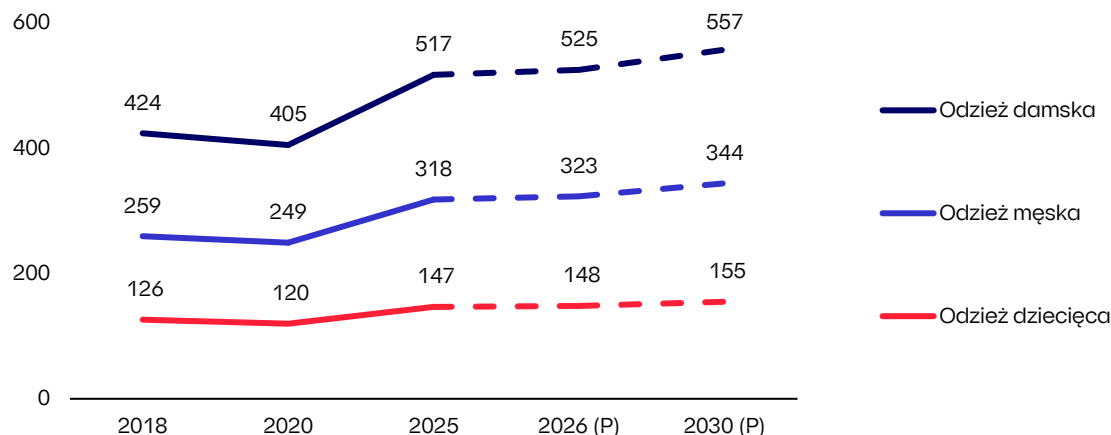
rosł segment odzieży męskiej, z CAGR 2026-2030 wynoszącym 2,1%, a sprzedaż tej kategorii w 2030 będzie wyższa od wartości z 2025 o 10,8%.

W 2026 największy udział w rynku będzie miał segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w Stanach Zjednoczonych jest przewidywana na 182,8 mld EUR, co stanowi 52,6% rynku.

Do 2030 udział odzieży luksusowej w Stanach Zjednoczonych obniży się o 1pp wobec 2025 – osiągając 6%.

Utrzyma się lekki trend wzrostowy udziału odzieży ze zrównoważonych źródeł, który w 2029 osiągnie w Stanach Zjednoczonych 6,7% wobec 5,5% w 2025. Odsetek ten będzie w 2029 najniższy wśród top-5 importerów odzieży.

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



Źródło: Statista

W 2025 mieszkańiec Stanów Zjednoczonych wydał na odzież średnio 982 EUR i był to najwyższy poziom wśród 5 największych importerów odzieży. Prognozowany jest wzrost tej kwoty do 1056 EUR w 2030.

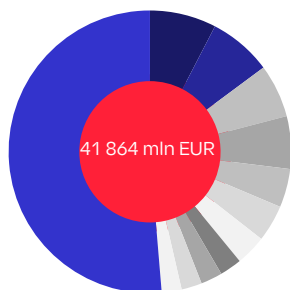


Niemcy 2. pozycja



Bank Polski

Struktura importu odzieży do Niemiec w 2025



- 7,6% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
- 7,2% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny
- 6,1% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
- 6,0% 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 dziewcz., z włókien chemicznych (z wyl. dzianych, poz. 6204)
- 4,2% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
- 3,5% 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 wyl. dzianych, poz. 6203)
- 2,5% 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
- 2,3% Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z bawełny
- 51,3% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Niemiec w latach 2021-2025 charakteryzował się wahliwością. O ile w początkowym okresie istotnie rósł (CAGR 2021-2022=16,8%), to w latach 2023-2025 zanotowano jego spadek

średnio o 1,9% rocznie. **Wśród zagranicznych dostawców odzieży na niemiecki rynek pierwszą pozycję zajmują Chiny z udziałem 26,1%.** Odzież pochodząca z Polski o wartości 500 mln EUR w 2025 stanowiła

1,2% importu odzieży do Niemiec, co dało Polsce 15. miejsce wśród dostawców (wobec 12. lokaty w 2024). W 2025 nastąpił blisko 18-procentowy spadek tego importu.

Top-10 dostawców + Polska (2025)

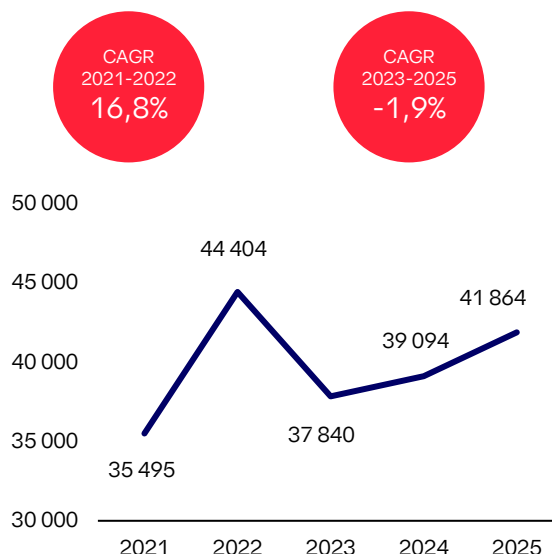
Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Chiny	26,1%	10 935,4	↑ 21,2%
2.	Bangladesz	19,1%	8 005,9	↑ 2,5%
3.	Turcja	8,8%	3 696,1	↓ -12,3%
4.	Wietnam	5,5%	2 307,6	↑ 17,9%
5.	Kambodża	4,4%	1 862,2	↑ 12,1%
6.	Indie	4,0%	1 664,7	↑ 12,4%
7.	Pakistan	3,9%	1 633,7	↑ 15,6%
8.	Włochy	3,6%	1 507,0	↓ -2,5%
9.	Mjanma	2,2%	937,6	↑ 3,1%
10.	Tunezja	1,7%	728,5	↑ 7,2%

15. Polska 1,2% 500,1 ↓ -17,9%

Import Niemcy (41 864 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	2024	2025	2026 (P)	2030 (P)	CAGR (2021-22)	CAGR (2023-25)	CAGR (2026-30)
Odzież damska	34,6	31,9	38,8	39,4	39,7	41,1	7,8%	2,0%	0,9%
Odzież męska	19,5	18,1	22,3	22,6	22,8	23,8	7,5%	2,7%	1,0%
Odzież dziecięca	6,5	6,2	7,7	7,9	8,0	8,4	8,4%	2,6%	1,3%
Suma	60,6	56,2	68,8	69,8	70,5	73,3	7,8%	2,3%	1,0%

Źródło: Statista

Według Statisty, w latach 2026-2030 wartość rynku odzieży w Niemczech będzie wzrastała o 1% rocznie i w końcu okresu osiągnie poziom 73,3 mld EUR. Będzie to nieco słabsze tempo od wzrostu o 2,3% średnio rocznie w okresie 2023-2025.

Odmienne niż przeciętnie na świecie i w Europie – w Niemczech najbardziej dynamicznie będzie rósł

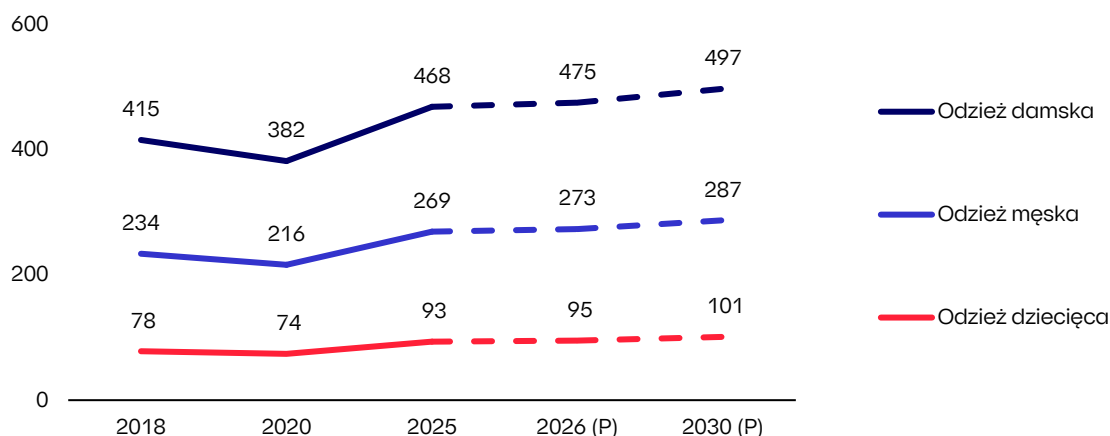
segment odzieży dziecięcej, z CAGR 2026-2030 wynoszącym 1,3%, a sprzedaż tej kategorii w 2030 będzie wyższa od wartości z 2025 o 6,5%.

W 2026 największy udział w rynku będzie miał segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w Niemczech jest przewidywana na 39,7 mld EUR, co stanowi 56,3% rynku.

Do 2030 udział odzieży luksusowej w Niemczech pozostanie na stabilnym poziomie 7% – notowanym od 2021.

Utrzyma się trend wzrostowy udziału odzieży ze zrównoważonych źródeł, który w 2029 osiągnie w Niemczech 9,7% (najwyższy poziom wśród top-5 importerów) wobec 7,3% obserwowanych w 2025.

Wydatki per capita na rynku odzieży w Niemczech (EUR)



Źródło: Statista

W 2025 mieszkańiec Niemiec wydał na odzież przeciętnie 830 EUR. Statista przewiduje wzrost tej kwoty o 54 EUR do 2030.

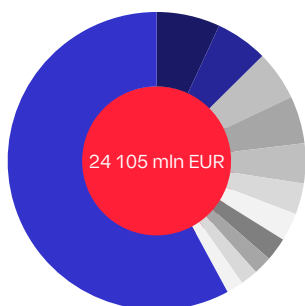


Francja
3. pozycja



Bank Polski

Struktura importu odzieży do Francji w 2025



- 6,9% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
- 5,7% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
- 5,4% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczek", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny
- 5,1% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
- 4,3% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczek", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
- 3,4% Palta, kurtki 3/4, narciarskie, peleryny, anoraki, wiatrówki i podobne art., dams. lub dziewcz., z włókien chemicznych (z wyl. 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 wyl. dzianych, z poz. 6203)
- 2,0% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z wełny
- 1,9% Spodnie, spodnie ogrodniczek, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z bawełny
- 1,8% Spodnie, spodnie ogrodniczek, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z włókien syntetycznych
- 57,9% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Francji rósł dynamicznie w latach 2021-2022 zwiększając się o 17,5% średnio rocznie, po czym w kolejnych 3 latach odnotował średni roczny spadek (CAGR 2023-2025=-2,2%).

Wśród zagranicznych dostawców odzieży na francuski rynek pierwszą pozycję zajmują Chiny z udziałem 23,7%. Odzież pochodząca z Polski o wartości przeszło 74 mln EUR w 2025

stanowiła 0,3% importu odzieży do Francji, co dało Polsce 27. miejsce wśród dostawców. W 2025 zanotowano ponad 5-procentowy spadek tego importu.

Top-10 dostawców + Polska (2025)

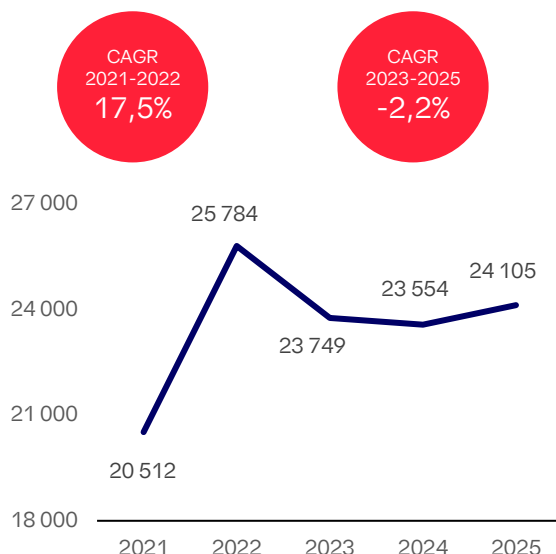
Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Chiny	23,7%	5 701,2	↑ 8,2%
2.	Bangladesz	15,3%	3 699,1	↑ 4,8%
3.	Włochy	10,3%	2 473,0	↓ -1,1%
4.	Turcja	5,9%	1 411,6	↓ -7,0%
5.	Wietnam	5,5%	1 335,8	↑ 11,1%
6.	Kambodża	4,7%	1 127,7	↑ 15,3%
7.	Indie	4,6%	1 100,2	↑ 6,9%
8.	Maroko	3,8%	919,7	↑ 2,6%
9.	Tunezja	3,6%	870,2	↓ -6,4%
10.	Portugalia	1,9%	469,1	↑ 1,1%
...	...	...	...	...

27. Polska 0,3% 74,1 ↓ -5,3%

Import Francja (24 105 mln EUR)

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Francji (mln EUR)



Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)



Francja 3. pozycja



Bank Polski

Rynek odzieży we Francji – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2024	2025	2026 (P)	2030 (P)	CAGR (2021-22)	CAGR (2023-25)	CAGR (2026-30)
Odzież damska	19,8	16,5	21,2	21,6	21,8	23,0	11,0%	1,9%	1,3%
Odzież męska	10,6	8,9	11,4	11,6	11,7	12,3	10,2%	2,4%	1,2%
Odzież dziecięca	5,2	4,3	5,3	5,3	5,4	5,5	8,8%	1,6%	0,5%
Suma	35,6	29,7	37,8	38,5	38,9	40,7	10,4%	2,0%	1,2%

Źródło: Statista

Francja jest kolejnym krajem, w którym dynamika sprzedaży odzieży stopniowo spowalnia.

W latach 2023-2025 wzrastała średnio rocznie o 2%, a w latach 2026-2030 ma zwiększać się jedynie o 1,2% rocznie.

Jak prognozuje Statista, w 2030 wartość rynku odzieży we Francji osiągnie 40,7 mld EUR.

Inaczej niż średnio na świecie, we Francji najszybciej będzie rósł

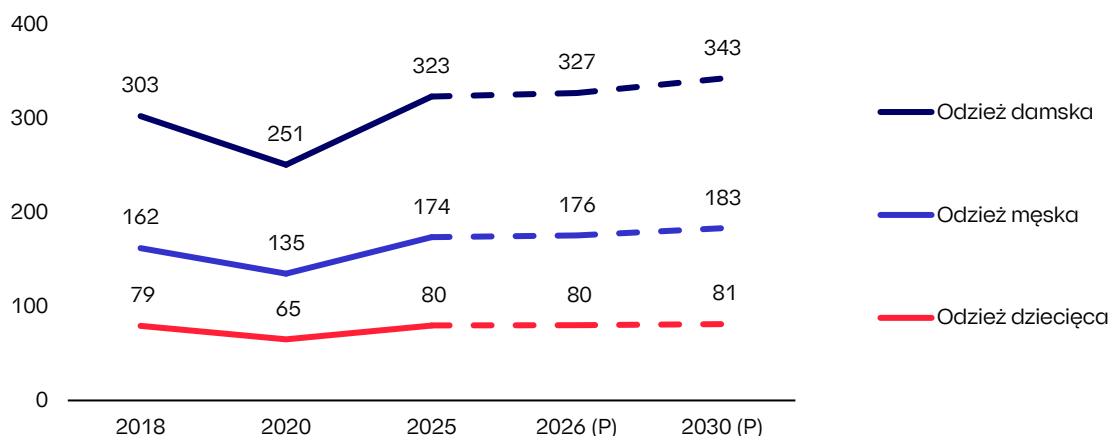
segment odzieży damskiej, z CAGR 2026-2030 wynoszącym 1,3%, a sprzedaż tej kategorii w 2030 będzie wyższa od wartości z 2025 o 6,7%.

W 2026 największy udział w rynku będzie miał segment odzieży damskiej, którego sprzedaż we Francji jest prognozowana na 21,8 mld EUR, co stanowi 56,1% rynku.

Do 2030 udział odzieży luksusowej lekko wzrośnie we Francji do wysokiego poziomu 19% z 17% notowanych w 2025.

Utrzyma się lekki trend wzrostowy udziału odzieży ze zrównoważonych źródeł, który w 2029 osiągnie we Francji 8,2% wobec 6,7% w 2025.

Wydatki per capita na rynku odzieży we Francji (EUR)



Źródło: Statista

W 2025 mieszkańiec Francji wydał na odzież średnio 577 EUR, a do 2030 wartość ta ma wzrosnąć - wg prognoz Statisty - o 5,2%.

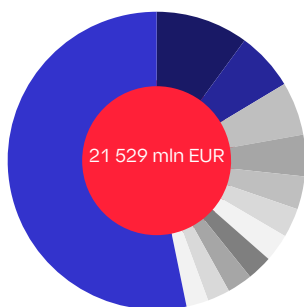


Japonia 4. pozycja



Bank Polski

Struktura importu odzieży do Japonii w 2025



- 10,1% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
- 6,3% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
- 5,8% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
- 4,5% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z materiałów włókienniczych oprócz bawełny
- 3,6% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", 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 wyl. dzianych, poz. 6204)
- 3,0% Palta, kurtki 3/4, peleryny, anoraki, kurtki narciar., wiatrówki, podob. art., męs. l. chłop., z włókien chemicznych (z wyl. dzianych, z poz. 6203)
- 2,7% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
- 2,7% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z włókien syntetycznych
- 2,4% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny
- 2,4% Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z włókien syntetycznych
- 53,2% Pozostałe

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Japonii zanotował w latach 2021-2022 średni wzrost o 7% rocznie. Natomiast po 2022 obserwowano spadek importu (CAGR 2023-2025=-3,6%).

Wśród zagranicznych dostawców odzieży na rynek japoński pierwszą pozycję zajmują Chiny z bardzo wysokim udziałem rzędu 47,3%. Odzież pochodząca z Polski o wartości blisko 22 mln EUR w 2025 stanowiła jedynie 0,1% importu

odzieży do Japonii, co dało Polsce 27. miejsce wśród dostawców. W skali roku pozycja Polski poprawiła się o 1 lokatę, pomimo 6-procentowego spadku importu.

Top-10 dostawców + Polska (2025)

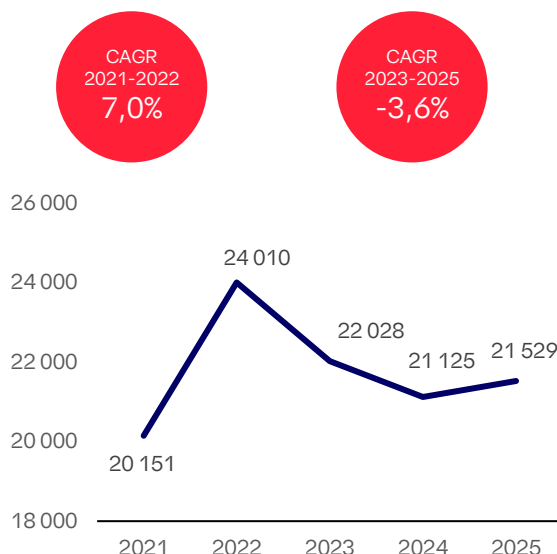
Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Chiny	47,3%	10 178,8	↓ -1,7%
2.	Wietnam	19,3%	4 153,0	↑ 6,6%
3.	Kambodża	6,0%	1 288,7	↑ 11,4%
4.	Bangladesz	5,6%	1 211,9	↑ 4,3%
5.	Mjanma	5,4%	1 167,4	↑ 15,2%
6.	Włochy	4,2%	900,2	↑ 0,4%
7.	Indonezja	3,0%	649,9	↓ -2,0%
8.	Tajlandia	1,5%	320,6	↓ -3,5%
9.	Indie	1,2%	249,2	↑ 14,6%
10.	Rumunia	0,7%	151,4	↑ 7,5%

27. Polska 0,1% 21,5 ↓ -6,0%

Import Japonia (21 529 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	2024	2025	2026 (P)	2030 (P)	CAGR (2021-22)	CAGR (2023-25)	CAGR (2026-30)
Odzież damska	37,9	31,1	46,3	47,5	48,5	52,6	11,5%	7,1%	2,1%
Odzież męska	23,4	19,5	29,0	29,9	30,6	33,7	11,5%	7,2%	2,4%
Odzież dziecięca	6,8	5,6	8,0	8,2	8,3	8,8	10,7%	6,3%	1,5%
Suma	68,0	56,1	83,3	85,5	87,4	95,1	11,4%	7,1%	2,1%

Źródło: Statista

W latach 2021-2022 notowano znaczny średni roczny wzrost sprzedaży odzieży w Japonii rzędu 11,4%. W okresie 2023-2025 dynamika sprzedaży wyhamowała – do 7,1% średnio rocznie. Jak prognozuje Statista, w latach 2026-2030 wartość rynku odzieży w Japonii odnotuje jeszcze słabszy wzrost, bo o 2,1% średnio rocznie, osiągając 95,1 mld EUR w końcu okresu.

Zgodnie z tendencją światową, **w Japonii najszybciej będzie rósł segment odzieży męskiej**, z CAGR 2026-2030 wynoszącym **2,4%**, a sprzedaż tej kategorii w 2030 będzie wyższa od wartości z 2025 o 12,8%.

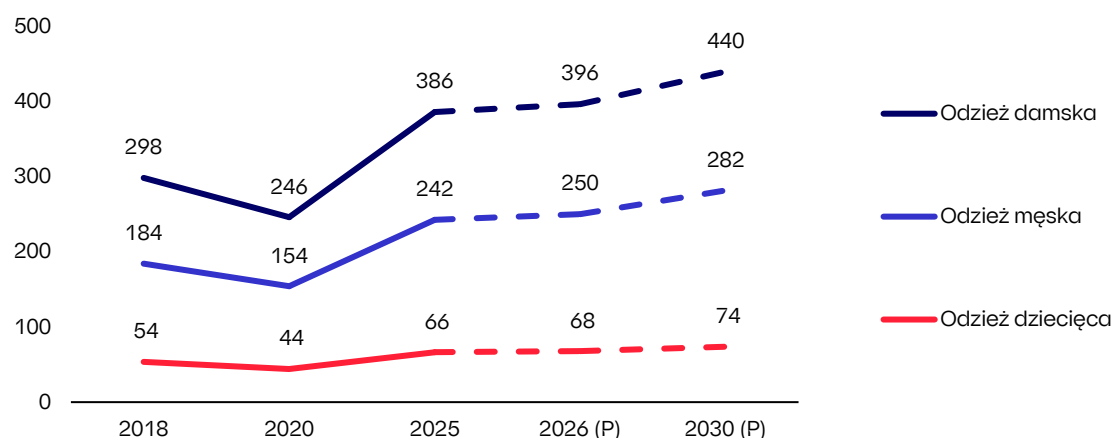
W 2026 największy udział w rynku będzie miał segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w Japonii jest przewidywana na 48,5 mld EUR,

co stanowi 55,5% rynku.

Do 2030 udział odzieży luksusowej pozostanie w Japonii na stabilnym poziomie 9% – notowanym od 2024.

Utrzyma się lekki trend wzrostowy udziału odzieży ze zrównoważonych źródeł, który w 2029 osiągnie w Japonii 7,6% wobec 6,2% w 2025.

Wydatki per capita na rynku odzieży w Japonii (EUR)



Źródło: Statista

W 2025 mieszkaniec Japonii wydał na odzież średnio 695 EUR. Według prognoz do 2030 nastąpi wzrost tej kwoty do 795 EUR.



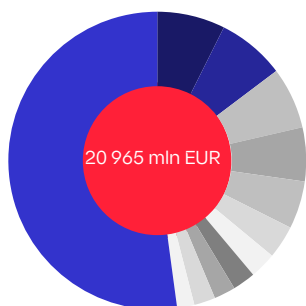
Hiszpania

5. pozycja



Bank Polski

Struktura importu odzieży do Hiszpanii w 2025



- 7,4% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z bawełny
- 7,3% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z bawełny
- 6,7% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z włókien chemicznych
- 5,8% Bluzy, pulowery, swetry rozpinane, kamizelki i podobne artykuły, dziane, z bawełny
- 5,2% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, męskie lub chłopięce, z bawełny
- 3,6% Palta, kurtki 3/4, narciarskie, peleryny, anoraki, wiatrówki i podobne art., dams. lub dziewcz., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, poz. 6204)
- 2,9% T-shirts, koszulki trykotowe i inne trykoty, dziane, z materiałów włókienniczych oprócz bawełny
- 2,5% Spodnie, spodnie typu "ogrodniczki", bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, z włókien syntetycznych
- 2,3% Palta, kurtki 3/4, peleryny, anoraki, kurtki narciar., wiatrówki, podob. art., męs. l. chlop., z włókien chemicznych (z wył. dzianych, z poz. 6203)
- 2,3% Spodnie, spodnie ogrodniczki, bryczesy i szorty, damskie lub dziewczęce, dziane, z włókien syntetycznych
- 1,9% Bluzki, koszule i bluzki koszulowe, damskie lub dziewczęce, z włókien chemicznych
- 52,1% Pozostale

Źródło: International Trade Centre (HS 61 i 62)

Import odzieży do Hiszpanii w latach 2021-2022 rósł bardzo dynamicznie (CAGR 2021-2022=22,2%). Natomiast w trzech kolejnych latach zanotowano lekki spadek (CAGR 2023-2025=-0,4%).

Wśród zagranicznych dostawców odzieży na hiszpański rynek pierwszą pozycję zajmują Chiny z udziałem 19,9%. Odzież pochodząca z Polski o wartości nieco ponad 300 mln EUR w 2025 stanowiła

1,4% importu tych towarów do Hiszpanii, co dało Polsce 14. miejsce wśród dostawców (wobec 15. lokaty w latach 2023-2024). W skali roku hiszpański import odzieży z Polski wzrósł o niemal 30%.

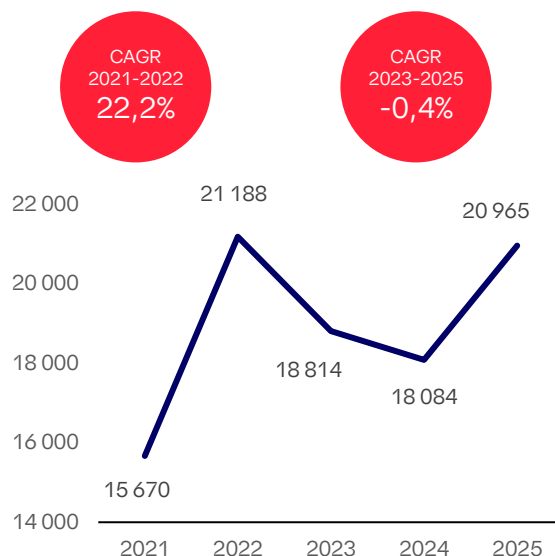
Top-10 dostawców + Polska (2025)

Lp.	Kraj	Udział	mln EUR	2024 r/r
1.	Chiny	19,9%	4 182,2	↑ 22,1%
2.	Bangladesz	18,5%	3 875,0	↑ 15,5%
3.	Maroko	9,0%	1 896,5	↑ 11,3%
4.	Kambodża	8,9%	1 871,6	↑ 38,8%
5.	Turcja	8,9%	1 858,1	↑ 6,4%
6.	Pakistan	5,2%	1 087,0	↑ 23,7%
7.	Włochy	4,5%	938,1	↑ 5,3%
8.	Wietnam	4,1%	861,1	↑ 13,6%
9.	Indie	3,6%	761,9	↑ 19,5%
10.	Portugalia	2,5%	531,7	↓ -1,5%
...	...	...	...	...
14.	Polska	1,4%	300,2	↑ 29,9%

Import Hiszpania (20 965 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

5. pozycja



Bank Polski

Rynek odzieży w Hiszpanii – wartość sprzedaży (mld EUR)

	2018	2020	2024	2025	2026 (P)	2030 (P)	CAGR (2021-22)	CAGR (2023-25)	CAGR (2026-30)
Odzież damska	12,2	10,1	13,7	13,9	14,0	14,5	9,6%	4,5%	0,8%
Odzież męska	6,9	5,7	7,7	7,8	7,9	8,1	9,1%	4,6%	0,7%
Odzież dziecięca	3,0	2,4	2,9	2,9	2,9	2,8	6,3%	2,3%	-0,9%
Suma	22,1	18,3	24,3	24,6	24,7	25,3	9,0%	4,3%	0,6%

Źródło: Statista

W latach 2021-2022 notowano znaczne odbicie sprzedaży odzieży w Hiszpanii (CAGR 9%). W okresie 2023-2025 dynamika sprzedaży wyniosła 4,3% średnio rocznie. Jak prognozuje Statista, w latach 2026-2030 wartość rynku odnotuje jeszcze słabszy wzrost, o zaledwie 0,6% średnio rocznie, osiągając 25,3 mld EUR w końcu okresu.

Sprzedaż odzieży damskiej w Hiszpanii wzrośnie najsilniej,

z CAGR 2026-2030 wynoszącym 0,8%. Sprzedaż tej kategorii w 2030 będzie wyższa od wartości z 2025 o 4,3%. Natomiast w przypadku odzieży dziecięcej oczekiwany jest spadek sprzedaży w tym okresie.

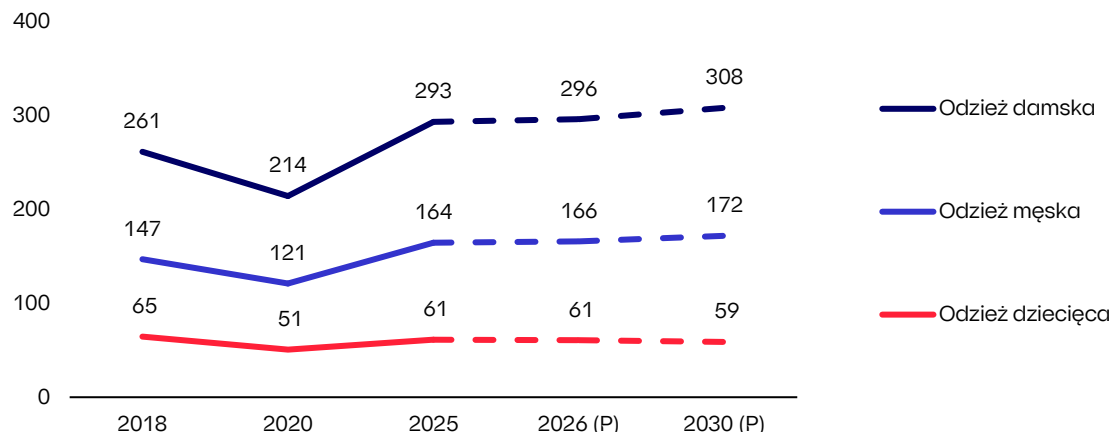
W 2026 największy udział w rynku będzie miał segment odzieży damskiej, którego sprzedaż w Hiszpanii jest przewidywana na 14 mld EUR, co stanowi 56,7% rynku i będzie

najwyższym udziałem wśród 5 głównych importerów odzieży.

Do 2030 udział odzieży luksusowej w Hiszpanii pozostanie na stabilnym poziomie 8% - notowanym od 2023.

Utrzyma się lekki trend wzrostowy udziału odzieży ze zrównoważonych źródeł, który w 2029 osiągnie w Hiszpanii 7,6% wobec 6,2% w 2025.

Wydatki per capita na rynku odzieży w Hiszpanii (EUR)



Źródło: Statista

W 2025 mieszkańiec Hiszpanii wydał na odzież średnio 519 EUR, co było najniższą kwotą wśród top-5 importerów. Statista przewiduje wzrost tej wielkości do 538 EUR do 2030.

Metodologia

Sprzedaż odzieży:

Statista podaje dane o „wartości sprzedaży” określanej 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 2018-2025 oraz prognozy na okres 2026-2030 opracowane przez analityków firmy Statista w maju 2026. Dane i prognozy pobrano w dniu 01.07.2026.

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

- **odzież damską,**
- **odzież męską,**
- **odzież dziecięcą** (dla osób w wieku do 14. roku życia),

Sprzedawaną zarówno w handlu detalicznym offline (np. w domach towarowych czy w tradycyjnych sklepach specjalistycznych), jak i online (w ramach e-commerce, w tym zamawianie z katalogów).

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 (pobrane w dniu 01.07.2026):

- publikowane przez International Trade Centre trademap.org eksport i import (wg kraju pochodzenia) odzieży na świecie i w wybranych państwach w 2025 – dane roczne;
- publikowane przez GUS w Dziedzicznej Bazie Wiedzy – Wymiana międzynarodowa dbw.stat.gov.pl/dashboard/117 eksport i import odzieży w Polsce w 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 państwa raportującego dany strumień handlu, tzn. przykładowo: dane dotyczące eksportu odzieży z Polski do Niemiec na podstawie deklaracji

Polski, a dane dotyczące importu odzieży do Niemiec z Polski na podstawie deklaracji Niemiec (tzw. mirror data). Dane te najczęściej różnią się między sobą, co wynika m.in. z różnic w systemach raportowania poszczególnych państw, czy też sposobie uwzględniania kosztów transportu i ubezpieczenia towarów.

Kurs walutowy:

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

Dla lat 2026-2030 przyjęto prognozy kursów walutowych publikowane przez Statistę. Dane z ITC oraz GUS są

prezentowane w EUR zgodnie z wartościami raportowaną przez poszczególne państwa.



Bank Polski

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

Autorki raportu: Karolina Sędzimir i Anna Senderowicz

Materiał zatwierdziła: Aleksandra Balkiewicz-Żerek

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
Varșovia, Sucursala București
Crystal Tower
Bulevardul lancu de Hunedoara 48
Sector 1, București
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.