

越南紡織產業未來之路： 諸多挑戰下的新格局

■ 紡織產業綜合研究所 王冠翔

越南紡織產業憑藉自由貿易協定優勢，持續強化國際市場地位，特別是在戶外、運動服飾與快時尚的代工領域表現突出。面對勞動成本上升與環保標準提高等挑戰，產業正積極推動智慧化與綠色轉型，並發展高附加價值產品以維持競爭力。未來發展重點在於提升供應鏈垂直整合能力，同時因應國際市場需求波動與能源成本上漲等壓力。

整體而言，越南雖面臨勞動成本上升、環保法規趨嚴與國際需求波動等挑戰，卻也展現出獨具特色的轉型策略與成長潛力，未來勢將在全球紡織產業布局中扮演更為關鍵的角色。

一、越南市場規模

（一）2024年越南服裝市場（含運動服裝）規模較2023年同期減少2.8%，金額為3,150百萬美元。

根據Euromonitor的統計，2024年越南服裝市場規模較同期減少3.4%，總計為2,939.1百萬美元。2024年越南運動服飾規模較同期增加6.5%，總計為210.8百萬美元。越南服裝市場最大規模為男女裝，占越南整體服裝市場76%，市場規模為2,412.9百萬美元（參見表1）。

表1 2019～2024年越南服裝市場規模

單位：百萬美元

項 目	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2024/23 成長率(%)
童裝	437.8	400.9	318.8	385.7	427.9	432.7	1.2%
服裝配件	29.5	34.8	27.8	30.8	29.5	26.8	-9.2%
男女裝	2,550.9	2,403.6	2,042.0	2,432.0	2,528.8	2,412.9	-4.6%
襪子	59.0	54.3	43.1	52.0	55.9	57.7	3.1%
服裝市場 總計*	3,077.2	2,893.6	2,431.8	2,901.2	3,042.1	2,939.1	-3.4%



項 目	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2024/23 成長率(%)
機能性 運動服飾	72.3	68.9	56.6	66.5	73.1	79.0	3.5%
戶外服飾	23.1	21.1	18.0	20.6	21.2	22.0	3.7%
Lifestyle 休閒服飾	101.2	96.5	81.2	95.4	103.0	109.8	6.2%
運動服裝市場 總計	196.6	186.8	155.8	182.5	197.3	210.8	6.5%

註1：服裝市場總計為童裝、服裝配件、男女裝及襪子之加總。

註2：運動服裝市場總計為機能性運動服飾、戶外服飾、Lifestyle休閒服飾之加總。

資料來源：Euromonitor，紡織所整理，2025.07。

(二) UNIQLO 為 2024 年越南市占率最高的成衣品牌

越南前十大市占率最高的服裝品牌依序為 UNIQLO、Yoby、Shein、Zara、Canifa、H&M、Viet Tien、Adidas、Elise、Triumph。十大服裝品牌中，除了 Adidas、Elise 以外，其餘品牌皆呈現正成長，尤其是 UNIQLO 在 2024 年越南市場的成長幅度驚人成長了 2.8%，總市占率來到 5.6%，穩居越南市占率最高的成衣品牌。十大服裝品牌中，沒有正成長的 Elise，今年表現持平，市占率仍保持 0.8%。十大服裝品牌唯一衰退的是 Adidas 減少了 0.6%，2024 年度市占率來到的 0.9%，市占率也掉到了第 8 名。（參見表 2）

表 2 2019～2024 年越南前十大服裝及鞋類品牌市占率（依銷售金額）

單位：%

品牌	2019	2020	2021	2022	2023	2024
UNIQLO	-	0.8	0.8	1.3	2.8	5.6
Yody	0.1	0.2	1.9	3.8	4.7	4.8
Shein	-	-	1.4	1.7	2.9	4.3
Zara	1.4	1.2	0.9	1.2	1.4	2.4
Canifa	1.0	0.9	0.9	0.9	1.0	1.7
H&M	1.1	1.2	1.1	1.2	0.9	1.5
Viet Tien	0.8	0.7	0.7	0.7	0.8	1.2
Adidas	1.3	1.3	1.4	1.3	1.5	0.9
Elise	1.4	1.1	1.1	1.0	0.8	0.8
Triumph	0.5	0.5	0.5	0.5	0.4	0.7

資料來源：Euromonitor，紡織所整理，2025.07。



表3 2019～2024年越南紡織品及成衣出口金額

單位：億美元

項 目	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2023/24 成長率 (%)
紡織品及成衣	390	352	390	440	403	440 (預估)	8.5%

資料來源：越南紡織協會 (VITAS)，2025。

二、越南-產業結構

越南是全球第二大紡織品及成衣出口國，僅次於中國大陸。近年來，紡織及成衣產業在越南經濟中扮演關鍵角色，貢獻大量就業機會及外匯收入。2024年越南紡織及服裝出口總額預估達440億美元，較去年同期增加了37億美元，成長約8.5%。2019年越南紡織及成衣產業出口額約390億美元，在2020年受疫情重創，全球服飾需求驟降，導致出口額下滑近10%。2021～2022年強勁復甦，受惠於「訂單回流」及供應鏈移轉，2022年出口額創歷史新高（440億美元）。2023年因歐美通膨抑制消費，品牌庫存調整，導致出口下滑。2024年反彈預期：隨著庫存去化完畢及自由貿易協定（FTA）效益發酵，出口額有望重回440億美元水準。近五年的成衣出口數據（參見表3）。

2024年越南紡織及成衣主要出口國為美國，出口金額為167億美元，占整體出口37%；其次為日本，出口金額為46億美元，占整體出口11%；歐盟出口金額為43億美元，占整體出口10%；韓國出口金額為39億美元，占整體出口9%；中國大陸出口金額為36億美元，占整體出口8%，上述主要國家佔越南紡織及成衣出口共76%。（參見表4）

2024年越南有約5,600家的紡織及成衣工廠（含家庭代工及個人工作室），就業人口約230萬人，其中女性約占7成（160萬人），紡織及成衣產業已為越南經濟的重要支柱；越南服裝市場規模為31.5億美元，呈現逐年成長的趨勢。在基本工資方面，越南勞工與企業代表已於2024年越南基本工資平均調升6%。第1區從468萬越盾提升至496萬越盾（增28萬越盾，約202美元）、第2區從416萬越盾提升至441萬越盾（增25萬越盾，約180美元）、第3區從364萬越盾提升至386萬越盾（增22萬越盾，約158美元），以及第4區從325萬越盾提升至345萬越盾（增20萬越盾，約140美元）。

表4 2024年越南紡織品及成衣主要出口國

單位：億美元

項 目	出口金額	佔 比
美國	167	37
日本	46	11
歐盟	43	10
韓國	39	9
中國大陸	36	8
其它	109	24
合計	440	100%

資料來源：越南紡織協會 (VITAS)，2025。



表5 2024年越南紡織及成衣產業重要統計數據

項 目	數 據
越南紡織及成衣出口額	440 億美元
越南紡織品及成衣佔全球總出口	排名第二（不含歐盟）
越南成衣出口佔全球總出口	排名第三（不含歐盟）
服裝市場規模	31.5 億美元
紡織及成衣廠商家數	約5,600 家
紡織及成衣業從業人口	約230 萬人
勞工基本工資	211 美元/月（四區平均數）
勞工平均收入	4,000 美元/年

資料來源：越南紡織協會（VITAS）、Euromonitor、Statista 資料庫，紡織所整理，2025.07。

三、越南紡織成衣業概況及未來發展目標

（一）越南 2024 年紡織產業概況

2024 年越南紡織產業持續保持東南亞地區領先地位，預計全年出口額將達到 440 億美元，較 2023 年成長約 8.5%。作為越南第三大出口產業，紡織品及成衣出口約佔全國出口總額的 16%，從業人員超過 300 萬人，是越南製造業的重要支柱，而越南紡織品及服裝產品已出口至超過 100 個國家和地區。2024 越南紡織產業結構方面，成衣製造仍佔最大比重（約 60%），其次為紡織品（35%）和紡織品雜項（5%）。主要生產基地集中在胡志明市周邊、同奈省、平陽省及北寧省等地區，形成完整的產業聚落。

越南擁有豐富的自由貿易協定，目前越南已簽署 18 項 FTA，其中 CPTPP 和 EVFTA 為紡織業帶來顯著關稅優勢。以歐盟市場為例，EVFTA 實施後成衣關稅從 12% 降至



0%，大幅提升競爭力。這些外貿協定的優勢也為2024年越南紡織及成衣出口帶來穩定的成長，在出口國家當中，以美國、歐盟、日本、韓國為主，佔越南紡織及成衣整體出口65%以上，在紡織成品出口（不含材料）方面以戶外及運動服飾最多約35%，這些品項包含了為Nike、Adidas、Lululemon、Under Armour等國際品牌代工、快時尚成衣佔了30%，這些品項包含了Zara、H&M等主要採購來源，家用紡織品為20%，包含窗簾、寢具、地毯等，剩下的15%則是包含了交通用、產業用、醫療用紡織品等產品。

（二）越南紡織成衣業未來發展目標

1. **越南紡織成衣產業未來發展重點：**在2025年越南紡織及成衣業，期盼出口能夠達到480億美元，為了達成目標，越南紡織成衣產業未來發展目標著重以下幾點：

- (1) **提升垂直整合：**提升越南本土紡織業的垂直整合能力並減少對中國大陸布料的依賴，發展本土紡織供應鏈垂直整合的推動。
- (2) **數位化與自動化：**引入AI排產、自動裁切，提升互聯網、數位化、自動化的能力來降低人力成本。
- (3) **綠色轉型：**因應歐盟碳關稅（CBAM）及DPP等國際環保議題，擴大再生材料的生產及使用。
- (4) **高附加值產品：**發展高階紡織品材料、智慧紡織品來創造差異化，進而提高利潤率。

2. **越南紡織成衣產業未來面臨的挑戰：**越南紡織及成衣業雖然有自由貿易協定、生產成本、供應鏈完善等優勢，但在2025年仍面臨諸多的挑戰，包含：

- (1) **國際市場需求波動：**全球經濟放緩影響歐美服飾消費，2025年上半年訂單量預估比去年同期減少約15%，目前仍未見明顯回溫景象。
- (2) **環保標準壓力：**歐盟新實施的「永續產品生態設計規範」（ESPR）要求紡織品符合更嚴格的環保標準，中小企業為了符合規範導致成本增加約20～30%。
- (3) **能源與勞動力問題：**越南工業用電價格調漲12%、部分工業區面臨勞動力短缺、平均薪資年增約8%、布料等原材料進口成本上漲約10%，以上問題皆會導致成本增加，造成營運方面的困難。

3. **越南輸美協議後關稅20%：**越南與美國於7月2日達成協議，將越南的對等關稅從先前預定的46%降低至20%。儘管越南取得關稅減少的好處，對於經過轉口的商品，美方仍要求徵收40%的關稅。這一條款主要針對那些藉由其他國家轉運來避免高關稅的商品。該協議使得越南的服裝業在一定程度上能夠保持競爭力，但仍然存在一定風險。



川普關稅衝擊下越南紡織出口競爭力影響

國家	最終互惠關稅稅率 (2025年公布)	對紡織／成衣業影響
越南	20%	美國為越南最大出口市場，稅率上調雖低於預期但仍明顯拉高成本，影響品牌下單信心，代工廠面臨報價壓力與訂單縮減風險。仍需加快提升垂直整合與產品附加價值以維持競爭力。

備註：關稅資料截至2025年8月12日公布之最新稅率與相關資訊，反映當時政策狀況。

四、越南紡織成衣產業小結

越南紡織成衣產業在2024年展現出強勁的復甦力道，預估全年出口額將達到440億美元，較2023年增長8.5%，重新站上疫情前的高點。這一成績的取得，主要得益於越南完善的自由貿易協定，特別是CPTPP和EVFTA帶來的關稅優勢，使得越南產品在歐美等主要市場更具競爭力。從產業結構來看，越南已形成以胡志明市為中心的完整產業聚落，成衣製造佔總出口的60%，其中戶外及運動服飾和快時尚產品更是國際品牌的重要生產基地。

然而，越南產業也面臨諸多挑戰。首當其衝的是勞動成本持續上升，2024年基工資調漲6%，加上工業用電價格上漲12%，都對企業利潤空間造成擠壓。此外，歐盟新實施的「永續產品生態設計規範」等環保標準，也迫使中小企業必須增加20～30%的合規成本。更令人憂心的是，2025年上半年訂單量預計將減少15%，顯示全球市場需求仍存在不確定性。

對於展望未來，越南紡織業若要達成2025年480億美元的出口目標，必須加速推動四大轉型：提升垂直整合以降低對中國布料的依賴、導入AI和自動化設備來提高生產效率、擴大再生材料使用以符合國際環保標準，以及發展高階紡織品來提升產品附加值。這些轉型若能成功，將使越南從單純的代工基地，升級為更具競爭力的紡織產業樞紐。

參考文獻

1. Vietnam General Statistics Office
2. Vietnam Textile and Apparel Association
3. Textile Focus focusing textile&apparel
4. USDA 資料庫
5. Statista 資料庫
6. GTA 資料庫
7. Fashion Express

