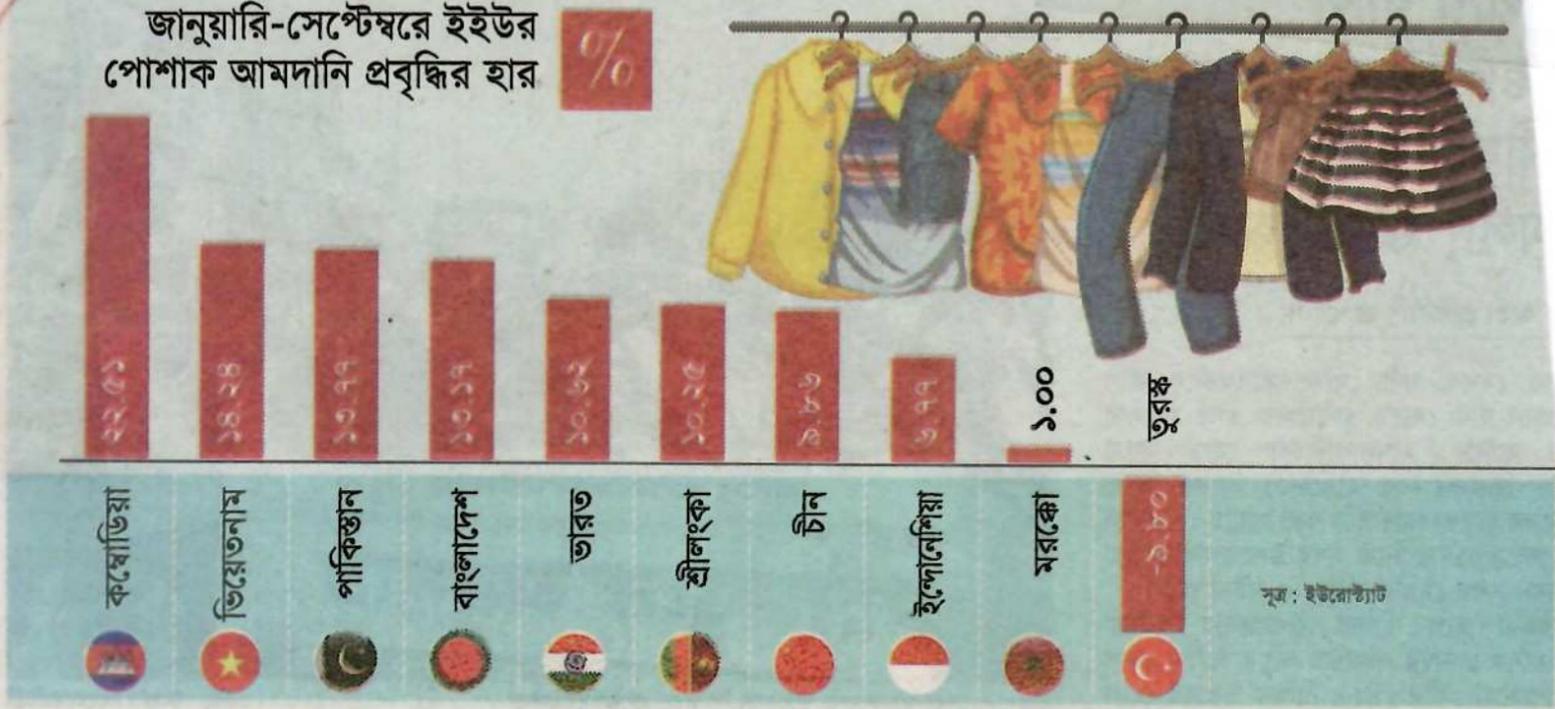


জানুয়ারি-সেপ্টেম্বরে ইইউর পোশাক আমদানি প্রবৃদ্ধির হার



২০২৫ সালের ৯ মাসে ইইউর পোশাক আমদানি প্রবৃদ্ধিতে কম্বোডিয়া, ভিয়েতনাম ও পাকিস্তানের চেয়ে পিছিয়ে বাংলাদেশ

নিজস্ব প্রতিবেদক ■

বাংলাদেশের পোশাক রফতানি পণ্যের বড় বাজার ইউরোপীয় ইউনিয়নভুক্ত (ইইউ) দেশগুলো। দেশ থেকে যে পরিমাণ পোশাক রফতানি হয় তার বড় অংশই যায় ইইউ অঞ্চলে। ২০২৫ সালের প্রথম নয় মাসে (জানুয়ারি-সেপ্টেম্বর) ইইউর পোশাক আমদানিতে প্রবৃদ্ধি থাকলেও প্রতিযোগী দেশগুলোর তুলনায় বেশ পিছিয়ে আছে বাংলাদেশ। এ সময়ে বাংলাদেশ থেকে পোশাক আমদানি ১৩ শতাংশ বাড়লেও প্রতিযোগী দেশ কম্বোডিয়া থেকে বেড়েছে সাড়ে ২২ শতাংশ। এ তালিকায় ভিয়েতনাম ও পাকিস্তানের চেয়েও পিছিয়ে রয়েছে বাংলাদেশ। ইইউর পরিসংখ্যান অফিস ইউরোস্ট্যাটের তথ্য বিশ্লেষণ করে এ তথ্য পাওয়া যায়।

চলতি বছরের প্রথম নয় মাসে ইইউভুক্ত দেশগুলো বাংলাদেশ থেকে পোশাক আমদানি করেছে ১ হাজার ৫২৫ কোটি ৫২ লাখ ইউরোর। ২০২৪ সালের একই সময়ে এ সংখ্যা ছিল ১ হাজার ৩৪৭ কোটি ৯৫ লাখ ইউরো। এক্ষেত্রে প্রবৃদ্ধি হয়েছে ১৩ দশমিক ১৭ শতাংশ। বাংলাদেশ থেকে পোশাক আমদানির প্রবৃদ্ধি ইতিবাচক হলেও একই সময়ে প্রতিযোগী দেশগুলোর প্রবৃদ্ধি হয়েছে আরো বেশি।

বিশ্ববাজারে পোশাক রফতানিতে বাংলাদেশের অন্যতম প্রতিযোগী দেশ কম্বোডিয়া। চলতি বছরের প্রথম নয় মাসে দেশটি থেকে ইইউভুক্ত দেশগুলো পোশাক আমদানি করেছে ৩৩৬ কোটি

৮৩ লাখ ইউরোর। গত বছরের একই সময়ে এ আমদানির পরিমাণ ছিল ২৭৪ কোটি ৯৪ লাখ ইউরো। এক বছরের ব্যবধানে দেশটি থেকে ইইউভুক্ত দেশগুলোর পোশাক আমদানি বেড়েছে ২২ দশমিক ৫১ শতাংশ।

রফতানি বাজারে বাংলাদেশের আরেক প্রতিযোগী দেশ ভিয়েতনাম থেকেও ইউরোপীয় ইউনিয়নের পোশাক আমদানির প্রবৃদ্ধি বাংলাদেশের চেয়ে অনেক বেশি। ২০২৫ সালের প্রথম নয় মাসে ভিয়েতনাম থেকে পোশাক আমদানি করেছে ৩২৫ কোটি ৭১ লাখ ইউরোর। ২০২৪ সালের একই সময়ে দেশটি থেকে ইইউর পোশাক আমদানি হয়েছিল ২৮৫ কোটি ১২ লাখ ইউরোর। এক বছরের ব্যবধানে দেশটি থেকে পোশাক আমদানির প্রবৃদ্ধি হয়েছে ১৪ দশমিক ২৪ শতাংশ।

পোশাক রফতানির বাজারে আরেক বড় নাম পাকিস্তান। দেশটি থেকে ইইউ বছরের প্রথম নয় মাসে পোশাক আমদানি করেছে ২৮৯ কোটি ৭০ লাখ ইউরোর। ২০২৪ সালের একই সময়ে এ সংখ্যা ছিল ২৫৪ কোটি ৬৩

লাখ ইউরো। দেশটি থেকে ইইউর পোশাক আমদানি এক বছরে বেড়েছে ১৩ দশমিক ৭৭ শতাংশ।

কম্বোডিয়া, ভিয়েতনাম ও পাকিস্তান—তিন দেশই ইইউতে দেশীয় পোশাক সরবরাহে নিজেদের অংশ বাড়িয়েছে। তুলনামূলকভাবে বাংলাদেশ তালিকার শীর্ষ সরবরাহকারী হলেও প্রবৃদ্ধির দৌড়ে বেশ পিছিয়ে রয়েছে।

সার্বিকভাবে চলতি বছরের প্রথম নয় মাসে ইইউর পোশাক আমদানি বেড়েছে ৭ দশমিক ১৪ শতাংশ। এ সময়ে দেশগুলোর মোট পোশাক আমদানি হয়েছে প্রায় সাড়ে ৬ হাজার ৮০০ কোটি ইউরোর। গত বছরের একই সময়ে এ সংখ্যা ছিল প্রায় ৬ হাজার ৪০০ কোটি ইউরো।

ইইউর পোশাক আমদানি প্রবৃদ্ধির তালিকায় বাংলাদেশের পরই আছে প্রতিবেশী দেশ ভারত। দেশটি থেকে ইইউর পোশাক আমদানি বেড়েছে ১০ দশমিক ৬২ শতাংশ। এর বাইরে শ্রীলংকা থেকে ১০ দশমিক ২৫ শতাংশ, চীন থেকে ৯ দশমিক ৮৬ শতাংশ, ইন্দোনেশিয়া থেকে ৬ দশমিক ৭৭ শতাংশ

এবং মরক্কো থেকে ইইউর আমদানি বেড়েছে ১ শতাংশ করে। বিপরীতে তুরস্ক থেকে ইউরোপীয় ইউনিয়নের পোশাক আমদানি কমেছে ৯ দশমিক ৮০ শতাংশ।

বাংলাদেশের পোশাক খাতসংশ্লিষ্টরা বলছেন, যুক্তরাষ্ট্রের শুষ্ক ইস্যুতে সতর্ক হয়ে অনেক দেশই নিজেদের রফতানি বাজার ইউরোপের দিকে নিয়ে গেছে। সেখানে বাংলাদেশ কৌশলগত কোনো পরিকল্পনা করে এগায়নি।

বাংলাদেশ অ্যাপারেল এক্সচেঞ্জের

ব্যবস্থাপনা পরিচালক মহিউদ্দিন রুবেল বণিক বার্তাকে বলেন, 'মূলত এ বছর ট্রাম্প ট্যারিফের প্রভাব বিশ্ব বাণিজ্যে এক ধরনের অস্থিরতা তৈরি করেছে। ইউরোপও এর বাইরে নয়। সেখানকার মূল্যস্ফীতি ও দামের ওপর চাপ তৈরি করেছে। এ কঠিন পরিবেশেও বাংলাদেশ ভালো করছিল। কিন্তু যে দেশগুলো আগেই বুঝেছিল যে বাণিজ্যে ট্যারিফের প্রভাব পড়বে, তারা আগেভাগেই ইউরোপের দিকে ঝুঁকেছে এবং সেখানে নিজেদের অবস্থান শক্ত করেছে। ওই সময় বাংলাদেশ ইউরোপের বাজার নিয়ে কৌশলগত কোনো পরিকল্পনা করেনি। আমরা যেটুকু ভালো করছিলাম, সেটার ওপর নির্ভর করেই চলছিলাম। বিপরীতে চীনের রফতানি জুন পর্যন্ত মাসে প্রায় ২ বিলিয়ন ইউরো থাকলেও শেষ তিন মাসে সেই অংক ৩ বিলিয়ন ইউরোতে পৌঁছেছে। পাশাপাশি কম্বোডিয়া, ভিয়েতনাম, পাকিস্তানসহ অনেক দেশই এ সময়ে উল্লেখযোগ্যভাবে রফতানি বাড়িয়েছে। কিন্তু শেষ তিন মাসে বাংলাদেশের রফতানি কমেছে। এটা প্রমাণ করে যে আমরা আমাদের আগের অবস্থান ধরে রাখতে পারিনি।'



দেশের হিমায়িত চিংড়ি রপ্তানি ঘুরে দাঁড়াচ্ছে

রপ্তানি খাত

চলতি অর্থবছরের প্রথম চার মাসে হিমায়িত চিংড়ির রপ্তানি বেড়েছে ১০ শতাংশ।

শুভংকর কর্মকার, ঢাকা

দেশের হিমায়িত চিংড়ি রপ্তানি অনেকটাই খাদের কিনার থেকে ঘুরে দাঁড়াতে শুরু করেছে। টানা দুই বছর হিমায়িত চিংড়ি রপ্তানি কমে যাওয়ার পর বিদায়ী অর্থবছর ইতিবাচক ধারায় ফিরেছে। চলতি অর্থবছরের প্রথম তিন মাসে (জুলাই-সেপ্টেম্বর) হিমায়িত চিংড়ি রপ্তানিতে প্রবৃদ্ধি হয় প্রায় ২২ শতাংশ। যদিও চার মাস অর্থাৎ অক্টোবর শেষে প্রবৃদ্ধি ১০ শতাংশে দাঁড়িয়েছে।

একাধিক রপ্তানিকারক বলেন, রাশিয়া-ইউক্রেন যুদ্ধের সময় উচ্চ মূল্যফীতির কারণে বিশ্ববাজারে বাগদা চিংড়ির চাহিদা হ্রাস পায়। তখন বিশ্ববাজারে কম দামের ভেনামি চিংড়ির চাহিদা বেশি ছিল। বাংলাদেশে তখনো বাণিজ্যিকভাবে উচ্চফলনশীল জাতের চাষ শুরু হয়নি। ফলে হিমায়িত চিংড়ির রপ্তানি কমে যায়। তবে গত বছর আবার বাগদার চাহিদা ও রপ্তানি বাড়তে শুরু করেছে।

রপ্তানিকারকেরা আরও বলছেন, ক্রয়দেশ ভালো থাকলেও চাহিদা অনুযায়ী কাঁচামাল বা চিংড়ি মিলছে না। দেশে অল্প পরিমাণে ভেনামি চিংড়ির চাষ শুরু হলেও তা রপ্তানি হচ্ছে না। ফলে রপ্তানি ভবিষ্যতে কতটা টেকসই হবে, সেটি বলা যাচ্ছে না।

রপ্তানি উন্নয়ন ব্যুরোর (ইপিবি) তথ্যানুযায়ী, করোনার পর ২০২১-২২ অর্থবছরে হিমায়িত চিংড়ির রপ্তানি আয় প্রায় ২৪ শতাংশ বেড়ে ৪১ কোটি ডলারে দাঁড়ায়। তবে পরের বছরই রাশিয়া-ইউক্রেন যুদ্ধের কারণে পণ্যটির রপ্তানিতে ধস নামে। রপ্তানি দাঁড়ায় ৩০ কোটি ডলারে। তার পরের ২০২৩-২৪ অর্থবছরেও রপ্তানি কমে হয় প্রায় ২৫ কোটি ডলার। তবে বাড়তি ক্রয়দেশের কারণে বিদায়ী অর্থবছরে রপ্তানি ১৯ শতাংশ বেড়ে হয় ২৯ কোটি ৬৩ লাখ ডলার।

চলতি অর্থবছরের প্রথম চার মাসে (জুলাই-অক্টোবর) ১২ কোটি ডলারের হিমায়িত চিংড়ি রপ্তানি হয়। এই রপ্তানি গত বছরের একই সময়ের তুলনায় প্রায় ১০ শতাংশ বেশি। গত অর্থবছরের প্রথম চার মাসে রপ্তানি হয়েছিল ১১ কোটি ডলারের হিমায়িত চিংড়ি। ২০২২-২৩ অর্থবছরে বাংলাদেশের হিমায়িত চিংড়ি, কাঁকড়া ও কুঁচিয়া রপ্তানির শীর্ষ পাঁচ গন্তব্য ছিল নেদারল্যান্ডস, বেলজিয়াম, যুক্তরাজ্য, জার্মানি ও যুক্তরাষ্ট্র। তবে বিদায়ী অর্থবছরে শীর্ষ গন্তব্য হিসেবে উঠে এসেছে চীন। দেশটিতে রপ্তানি হয়েছে ৫ কোটি ৬৬ লাখ ডলারের পণ্য। এ ছাড়া নেদারল্যান্ডসে পৌঁছে ৫ কোটি ডলার, যুক্তরাজ্যে সাড়ে ৪ কোটি ডলার, বেলজিয়ামে ৪ কোটি ডলার, জার্মানিতে ২ কোটি ৯৬ লাখ ডলার এবং যুক্তরাষ্ট্রে ২ কোটি ডলারের হিমায়িত চিংড়ি, কাঁকড়া ও কুঁচিয়া রপ্তানি হয়েছে।

ভেনামি চাষ এখনো পিছিয়ে

দেশে ভেনামি চিংড়ি চাষের অনুমতি চেয়ে সরকারের সঙ্গে দীর্ঘদিন ধরে দেনদরবার করেন রপ্তানিকারকেরা। তবে পরিবেশের ওপর বিরূপ প্রভাব পড়তে পারে—এ যুক্তিতে শুরুতে ভেনামি চাষে উৎসাহ বা অনুমতি কোনোটাই দেয়নি মৎস্য অধিদপ্তর। অবশেষে ২০১৯ সালের সেপ্টেম্বরে সরকার পরীক্ষামূলকভাবে এই চিংড়ি চাষের

গত পাঁচ বছরের চিংড়ি রপ্তানি

(কোটি ডলারে)



সূত্র: রপ্তানি উন্নয়ন ব্যুরো

অনুমতি দেয়। করোনার কারণে তা-ও পিছিয়ে যায়।

২০২১ সালে খুলনার পাইকগাছা উপজেলায় অবস্থিত লোনাপানি গবেষণাকেন্দ্রে পরীক্ষামূলক ভেনামি চিংড়ির চাষ শুরু হয়। পরের বছর প্রথম ধাপে আটটি প্রতিষ্ঠান পরীক্ষামূলকভাবে ভেনামি চাষের অনুমতি পায়। পরে আরও চারটি প্রতিষ্ঠানকে অনুমতি দেওয়া হয়। গত বছর বাণিজ্যিক উৎপাদন শুরু করে বিভিন্ন প্রতিষ্ঠান।

দেশে অতি নিবিড় পদ্ধতিতে উচ্চফলনশীল প্রজাতির ভেনামি চিংড়ি চাষ হচ্ছে কক্সবাজারের একটি খামারে। সীমার্ক (বিডি) নামের এই প্রতিষ্ঠানের মান নিয়ন্ত্রণ কর্মকর্তা সালাহউদ্দিন আহমেদ জানান, চলতি বছর তিন দফায় তাঁদের ৭৫ টন ভেনামি চিংড়ি যুক্তরাজ্যে রপ্তানি হয়েছে।

বাংলাদেশ হিমায়িত খাদ্য রপ্তানিকারক সমিতির (বিএফএফইএ) নেতারা জানান, বর্তমানে ছোট-মাঝারি মিলে ৫০-৬০টি প্রতিষ্ঠান ভেনামি চিংড়ির চাষ করছে। উৎপাদনও সন্তোষজনক পর্যায়ে রয়েছে।

এমইউ সি ফুডসের এমডি শ্যামল দাস বলেন, 'বাগদার ক্রয়দেশ ভালো মিলছে। যদিও আমরা চাহিদা অনুযায়ী কাঁচামাল পাচ্ছি না। ফলে রপ্তানি বৃদ্ধি টেকসই হবে কি না, বুঝতে পারছি না।' তিনি আরও বলেন, হিমায়িত চিংড়ির রপ্তানি টেকসই করতে হলে ভেনামি চিংড়ির উৎপাদন বাড়তে হবে।

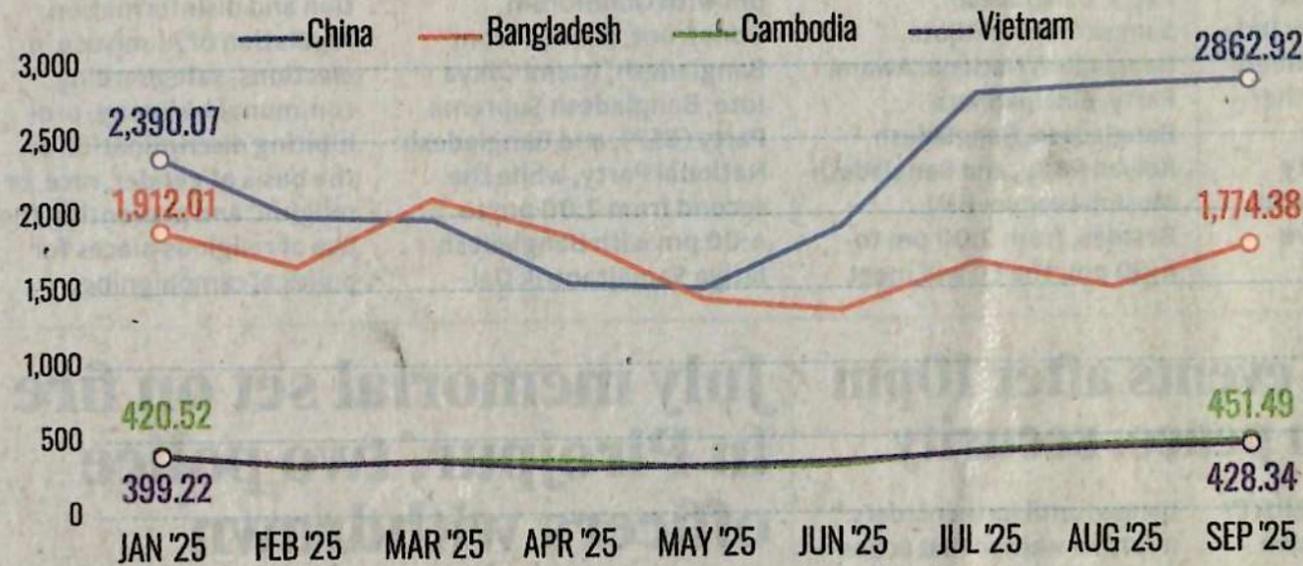


Trade paradigm shift over US high-tariff regime

Bangladesh garment export to EU confronting crowding-out effect

EU'S APPAREL IMPORTS

(Figures in Million Euros)



China, Vietnam, Cambodia, Pakistan foraying BD apparel's largest market, pushed by US tariff walls



China's RMG shipments to EU rise to €19.76b during Jan-Sept 2025

Diversion from US could intensify price competition, squeezing profitability: Experts

Competitors entering EU market aggressively with cut prices: Exporters

MONIRA MUNNI

Bangladesh's garment export to the European Union faces crowding-out effect as major competitors, hitting US tariff walls, are making forays into the country's largest shipment destination, exporters say. China, Vietnam, Cambodia and Pakistan have incrementally raised their concentration on the European Union (EU) market for a decade while they, mainly trade-major China, now intensify trade race as new US tariff regime comes into effect.

The ramped-up reciprocal tariffs force the players to diversify their shipment destinations to the 27-nation bloc in Europe. Data analysis shows that China shipped garments, on average, worth of 1.87 billion euros each month from January to June of 2025 while the average shipments rose to 2.82 billion euros in July-September period of the current calendar year. The turnover takes China's overall garment shipments to the EU to 19.76 billion euros during the first nine months of 2025, according to Eurostat data. On the other hand, Bangladesh's average

single-month apparel-export earnings during the July-to-September period stood at 1.64 billion euros while the average monthly receipt was 1.71 billion euros during the first six months of 2025. The country started 2025 with 1.91 billion euros in January, while the highest income worth of 2.11 billion euros was in March 2025. Export performance continued falling since April, save July and September, data analysis shows. Apparel exports from the country fetched 5.25 billion

euros, recording a 13.17-percent growth, during the last January-September period, in a rise from 13.47 billion euros in the corresponding period of 2024. However, the single-month earnings missed the March mark. Experts and exporters say constrained by



American tariffs, supplies have been diverted to other key destinations, such as Japan, and Canada and mostly to the EU.

With Bangladesh holding over 20-percent share in the EU apparel market, this diversion could intensify price competition, squeezing margins and undermining profitability, they opine. Asked about the latest trade situation, Fazlul Hoque, former president of Bangladesh Knitwear Manufacturers and Exporters Association (BKMEA), says data reflect Bangladesh's overall competitiveness gap with that of China.

"China's competitiveness is far better than that of Bangladesh with more efficient ports, no energy disruptions and uncertainty over political situation and national elections as here in the country while Bangladesh has low productivity, high lead time and cost of production," he explains. "China, despite high wages there, is more competitive and able to instantly cope with the challenges, like as US tariff, with its high productivity, availability of raw materials like fabrics and no production disruption to diversify its destination, mostly to the EU," he told The Financial Express about the comparative advantages and

disadvantages.

"Bangladesh can't compete only with cheap production-hub status."

Talking to the FE writer, Mohiuddin Rubel, a former director of Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (BGMEA), says though the average export growth of Bangladesh to the EU was good, the performances of other competitors, including China, Cambodia, Vietnam and Pakistan, were higher.

The last three months' average shipment situation, especially after the new US tariff regime taking effect, has changed the overall market dimensions. On average, each month China shipped higher volumes of garments worth of 1.0 billion euros.

"In comparison, Bangladesh's average shipments during last three months since July rather decreased," he says, adding that competitors, mostly China, are entering the EU market aggressively by lowering prices significantly.

EU's apparel imports increased 7.14 per cent by value to 68.46 billion euros and 13.80 per cent by volume to 3.54 billion kilograms, showing a 5.86-percent decline in unit price during the January-to-September period of 2025 compared to that of 2024, statistics show.

Citing data, Mr Rubel says Indian

apparel exports amounted to 3.76 billion euros during the first nine months of 2025, recording a 10.62-percent growth in value and 16.01-percent growth in volume, showing a 16.01-percent price fall.

Pakistan received 2.90 billion euros during the period, marking 13.77-percent rise in value, driven by 15.90-percent growth in volume and a 1.83-percent reduction in unit prices.

Cambodia posted particularly strong performance, with exports surging to 3.37 billion euros recording 22.51 per cent and 39.65 per cent growth in value and volume respectively.

Unit prices for Cambodia-made garments fell by 12.27 per cent, reflecting an assertive strategic shift towards the EU amid weaker conditions on the US market, he notes. Unit price of Vietnamese garments, however, witnessed a 2.65-percent rise, he says, attributing their high value-added items.

"While these countries achieved robust volume and value growth, the broad-based decline in average prices highlights the intense competitive pressure within the EU apparel market as well as buyers' focus on cost containment in an inflationary environment," Mr Rubel, also additional managing director of Denim Expert Ltd, notes.

Munni_fe@yahoo.com



3rd US wheat shipment reaches Mongla

WHEAT IMPORT FROM US UNDER G2G CONTRACT

Total G2G wheat contract **0.44m** tonnes

Total arrived so far **0.178m** tonnes



SHIPMENT	QUANTITY (IN TONNES)
1st	56,959
2nd	60,802
3rd	60,875

➤ Bangladesh edges forward with G2G wheat imports as the latest consignment undergoes quality testing before unloading

FE REPORT

A fresh consignment of wheat from the United States has arrived at the outer anchorage of Mongla Port, marking the third shipment under the government-to-government (G2G) purchase deal.

The vessel, MV WECO TATI, is carrying 60,875 tonnes of wheat under cash purchase contract G to G-01, signed as part of a broader memorandum of understanding between the two governments.

Bangladesh began importing wheat under this arrangement to ensure a stable supply, diversify its sourcing, and meet rising domestic demand.

With the latest consignment, the country has so far received 0.178 million tonnes of wheat against the contracted 0.44 million tonnes.

The two earlier consignments – 56,959 tonnes and 60,802 tonnes – arrived on October 25 and November 3 respectively.

Officials said initial sampling of the newly arrived wheat has been completed, while laboratory testing is now in progress to confirm quality standards. Once testing is finalised, unloading will begin without delay. The food ministry said the G2G programme will bolster the country's food security buffer and support the government's public food distribution schemes.

After discharge, port officials said, the wheat will be transported to government storage facilities for distribution under various food-related programmes.

tonmoy.wardad@gmail.com



Bangladesh outpaces China in RMG export growth to EU

REFAYET ULLAH MIRDHA

Bangladesh has outpaced China in apparel export growth to the European Union (EU) in the first nine months of 2025, as demand for competitively priced Bangladeshi garments continues to strengthen in the bloc.

From January to September, Bangladesh's garment exports to the EU rose 13.17 percent year-on-year to €15.26 billion, up from €13.48 billion a year earlier, Eurostat data show.

The country retained its position as the second-largest apparel supplier to the EU after China, which posted a 9.86 percent value growth, reaching €19.77 billion during the period.

However, in terms of volume, China still has the top position. In the first nine months, China posted a 17 percent rise in volume, compared to Bangladesh's 15.55 percent growth.



However, Bangladesh offered a much more competitive unit price than the East Asian superpower. Eurostat data show that China experienced a 6.10 percent decline in unit prices, while Bangladesh

posted a 2.06 percent decrease. This indicates that the South Asian country gained EU market share through a combination of competitive pricing and sustained buyer interest.

Among other major suppliers, India exported €3.76 billion worth of apparel to the EU, up 10.62 percent in value and 16.01 percent in volume, while unit prices declined by 4.65 percent. Pakistan's exports rose 13.77 percent to €2.90 billion, driven by a 15.90 percent rise in volume and a 1.83 percent drop in prices.

Cambodia showed particularly strong performance with exports totalling €3.37 billion, a 22.51 percent rise in value and 39.65 percent in volume, while unit prices fell by 12.27 percent as the country shifted more aggressively toward the EU market amid weaker demand in the United States.

Turkey, however, recorded a downturn, with EU imports of Turkish apparel shrinking 9.80 percent to €6.42 billion.

Overall, the EU imported €68.47 billion worth of apparel between January and September, up 7.14 percent year-on-year. The growth was largely driven by a 13.80 percent increase in volume, even as average prices fell by 5.86 percent per kilogramme, indicating stronger demand but heightened price competition.

Inamul Haq Khan, senior vice-president of the Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (BGMEA), said the export performance aligns with earlier work orders placed by European buyers ahead of the Christmas season. However, he cautioned that the coming months may not see extraordinary growth.

"The trend of placing work orders for the near future is in a tight position now, although the situation was supposed to improve," he said.

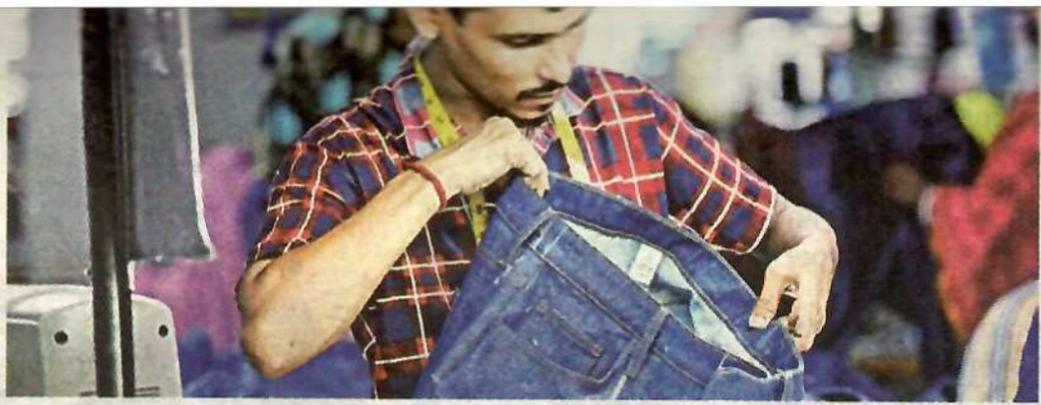


competitively priced Bangladeshi garments continues to strengthen in the bloc.

From January to September, Bangladesh's garment exports to the EU rose 13.17 percent year-on-year to €15.26 billion, up from €13.48 billion a year earlier, Eurostat data show.

The country retained its position as the second-largest apparel supplier to the EU after China, which posted a 9.86 percent value growth, reaching €19.77 billion during the period.

However, in terms of volume, China still has the top position. In the first nine months, China posted a 17 percent rise in volume, compared to Bangladesh's 15.55 percent growth.



However, Bangladesh offered a much more competitive unit price than the East Asian superpower. Eurostat data show that China experienced a 6.10 percent decline in unit prices, while Bangladesh

posted a 2.06 percent decrease. This indicates that the South Asian country gained EU market share through a combination of competitive pricing and sustained buyer interest. READ MORE



Among other major suppliers, India exported €3.76 billion worth of apparel to the EU, up 10.62 percent in value and 16.01 percent in volume, while unit prices declined by 4.65 percent. Pakistan's exports rose 13.77 percent to €2.90 billion, driven by a 15.90 percent rise in volume and a 1.83 percent drop in prices.

Cambodia showed particularly strong performance with exports totalling €3.37 billion, a 22.51 percent rise in value and 39.65 percent in volume, while unit prices fell by 12.27 percent as the country shifted more aggressively toward the EU market amid weaker demand in the United States.

Turkey, however, recorded a downturn, with EU imports of Turkish apparel shrinking 9.80 percent to €6.42 billion.

Overall, the EU imported €68.47 billion worth of apparel between January and September, up 7.14 percent year-on-year. The growth was largely driven by a 13.80 percent increase in volume, even as average prices fell by 5.86 percent per kilogramme, indicating stronger demand but heightened price competition.

Inamul Haq Khan, senior vice-president of the Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (BGMEA), said the export performance aligns with earlier work orders placed by European buyers ahead of the Christmas season. However, he cautioned that the coming months may not see extraordinary growth.

"The trend of placing work orders for the near future is in a tight position now, although the situation was supposed to improve," he said.

Khan also noted that US President Donald Trump's reciprocal tariffs have added pressure to the global apparel supply chain.

Bangladesh has maintained its position as the EU's second-largest apparel supplier for several years due to its cost competitiveness. It has already overtaken China in key product categories such as trousers and denim. In terms of volume, Bangladesh has long been the top garment supplier to the European bloc.

Bangladesh forced to cut RMG prices to stay afloat in EU market

EU MARKET SEES RMG PRICE DROP AND VOLUME SURGE IN JAN-SEPT 2025

(Value in billion euro)

Country	Export value	Value growth (%)	Volume growth (%)	Unit price decline (%)
China	19.77	9.86	17.00	6.10
India	3.76	10.62	16.01	4.65
Pakistan	2.90	13.77	15.90	1.83
Cambodia	3.37	22.51	39.65	12.27
Bangladesh	15.26	13.17	15.55	2.06

Source: Bangladesh Apparel Exchange

RMG - BANGLADESH

REYAD HOSSAIN

Bangladesh's garment exporters are being forced to reduce unit prices in the European Union market due to aggressive pricing strategies adopted by competitors, particularly India and China.

This heightened competition is a direct result of both countries facing high reciprocal tariffs in the United States (US) market, compelling them to pivot their focus to the EU.

Exporters have noted that while Bangladesh's year-on-year growth in the EU market remains better than that of India and China for the January-September period, the growth rate has slowed significantly since the US reciprocal tariffs came into effect in July. As a result, exporters believe Bangladesh must urgently define a strategy to maintain its market share in its primary export destination.

Prices drop and volumes surge

Data from the Bangladesh Apparel Exchange shows that from January to September 2025, the EU's total apparel imports expanded by 7.14%, reaching €68.47 billion.



The situation is likely to continue until the US market is stabilised through tariff negotiations with India and China.

Mohammad Hatem
President, BKMEA



This growth was primarily volume-led, with the total imported volume increasing by 13.80% (million kg), while the average unit prices declined by 5.86% (€/kg). This indicates strong demand but intensified price competition.

Bangladesh maintained its position as a key sourcing destination, with its apparel exports to the EU rising to €15.26 billion from €13.48 billion in 2024, representing 13.17% growth.

Bangladesh's expansion was driven by a 15.55% increase in volume, coupled with a 2.06% decrease in unit prices. This suggests Bangladesh gained market share through a combination of competitive pricing and sustained buyer interest.

While Bangladesh's unit price decreased by 2.06%, its key competitors – China, India, Pakistan, and Cambodia – experienced deeper unit price cuts, reflecting the intensity of the competition.

Mohiuddin Rubel, managing director of the Bangladesh Apparel Exchange, noted that while these countries achieved robust volume and value growth, the "broad-

based decline in average prices highlights the intense competitive pressure within the EU apparel market, as well as buyers' focus on cost containment in an inflationary environment."

In contrast to the strong growth experienced by Asian nations, Turkey, another major supplier to the EU, saw its apparel imports decline by 9.80% over the same period.

US tariffs trigger market shift

Mohammad Hatem, president of the Bangladesh Knitwear Manufacturers and Exporters Association (BKMEA), attributed the severe pricing pressure directly to the US policy.

"The Trump administration's high reciprocal tariffs on India and China have caused these two countries to aggressively target the European market. Indian and Chinese exporters are trying to increase their exports to Europe by lowering their garment prices, which has resulted in a slight reduction in our orders from Europe," he told TBS.

Hatem warned that this situation is like-

ly to continue until the US market is stabilised through tariff negotiations with India and China. "We may lose some orders from Europe in the coming months," he added.

Recent performance raises alarm

Mohiuddin Rubel further raised the alarm by highlighting the recent downturn. "The concerning matter is that Bangladesh's exports to the European market over the last three months [July-September] have been worse than in the preceding six months. But exports for India, China, and other countries have performed well during these three months."

He noted that China is now exporting an additional \$1 billion per month, jumping from \$2 billion to \$3 billion monthly, with Vietnam, Cambodia, and Pakistan also performing strongly.

Export Promotion Bureau (EPB) data shows that Bangladesh's export earnings decreased during the July-September period in Europe's largest markets, Germany and France, although exports rose in Spain, Italy, Belgium, and the Netherlands.



16 NOV 2025

'Bangladesh to emerge as global export hub leveraging Chinese investment'

INVESTMENT - BANGLADESH

BSS

CEAB President Han Kun says Chinese firms contributing significantly to Bangladesh's development over the years

Bangladesh has huge potential to emerge as a global export hub by leveraging Chinese investment, technology and industrial capacity – especially in infrastructure, power generation, ready-made garments (RMG) and manufacturing sectors, said Han Kun, president of the Chinese Enterprises Associa-

tion in Bangladesh (CEAB).

In an exclusive interview with BSS, he said Chinese firms have been contributing significantly to Bangladesh's economic and social development over the years, especially through major infrastructure and power projects.

"Chinese firms have played a major role in developing Bangladesh's power generation and transmission capacity, now totalling around 27-28 GW," he said.

Han said that despite this major contribution, Chinese companies often keep a low profile. "Many people may not realise how substantially Chinese investment has helped reduce Bangladesh's development cost and accelerate infrastructure growth," he said, pointing to large-scale projects such as the Padma Multipurpose Bridge, whose construction involved Chinese expertise.

Highlighting Bangladesh's attractiveness

to Chinese manufacturers, Han said: "Bangladesh is no longer just a domestic market – it can become an export-driven industrial hub."

He pointed to Bangladesh's competitive labour cost, improving infrastructure and its strategic location near key regional markets. According to broader studies, Bangladesh's geopolitical significance is enhanced by its access to the Bay of Bengal and its low-cost labour force.

Han urged that the proposed FTA with China is key to this shift. Once the tariff, regulatory and investment frameworks are aligned, Bangladesh could become a site for Chinese companies to shift manufacturing from China and export globally.

"China already has about 30% of global manufacturing capacity. By locating some of their production here in Bangladesh, Chinese firms can leverage low-cost inputs and export from Bangladesh to global markets," he said.

Nevertheless, he cautioned that policy stability and credibility remain vital. "Investors become wary

when such sudden policy changes occur," he said.

Among the concerns, he said, bidding preparation, technical studies and approvals involve large costs, which may be lost overnight if a project is scrapped.

Han said that with enhanced access to Chinese inputs, equipment and technology under an FTA, Bangladesh can improve its competitiveness and supply-chain integration – thus enabling its RMG and manufacturing sectors to upscale for global export markets.

He stressed that for Bangladesh to become an export hub, several enabling elements must be in place.

These are access to low-cost raw materials, semi-finished goods and capital equipment (which China can supply); A stable and predictable policy framework and investment environment; Infrastructure and logistics that can support higher export volume and global connectivity; A regulatory framework including supportive trade, investment and tariff regimes – hence the urgency for FTA.

Han said, "Chinese companies are ready to bring manufacturing capacities, technology transfers, and jointly set up export-oriented facilities in Bangladesh. If policies and frameworks are aligned, the potential is enormous."

He further said that the Chinese business community in Bangladesh – now about 250 firms through CEAB, half in infrastructure and 30% in RMG/textile – can play the role of bridge between the two economies.

These firms already employ large numbers of Bangladeshis, and have contributed to job creation, technology upgrading, and export-oriented supply-chain formation.

For instance, some Chinese investment has aided in power generation and transmission – enabling a stable electricity supply, which in turn supports industrial growth.

Looking forward, Han expressed optimism about expanded cooperation in sectors beyond infrastructure and power, including new-energy, digital economy, logistics and manufacturing.