

India reels from US tariff hike threat

REUTERS, Mumbai

Indian exporters are scrambling for options to mitigate the fallout of US President Donald Trump's threatened tariff salvo against the world's most populous nation.

Many warn of dire job losses after Trump said he would double new import tariffs from 25 percent to 50 percent if India continues to buy Russian oil, in a bid to strip Moscow of revenue for its military offensive in Ukraine.

"At 50 percent tariff, no product from India can stand any competitive edge," said economist Garima Kapoor from Elara Securities.

India, one of the world's largest crude oil importers, has until August 27 to find alternatives to replace around a third of its current oil supply from abroad.

While New Delhi is not an export powerhouse, it shipped goods worth about \$87 billion to the United States in 2024.

That 50 percent levy now threatens to upend low-margin, labour-intensive industries ranging from gems and jewellery to textiles and seafood.

The Global Trade Research Initiative estimates a potential 60 percent drop in US sales in 2025 in sectors such as garments.

Exporters say they are racing to fulfil orders before the deadline.

"Whatever we can ship before August 27, we are shipping," said Vijay Kumar Agarwal, chairman of Creative Group. The Mumbai-based textile and garment exporter has a nearly 80 percent exposure to the US market.

But Agarwal warned that is merely triage.

Shipping goods before the deadline "doesn't solve" the problem, he said.

"If it doesn't get resolved, there will be chaos," he said, adding that he's worried for

the future of his 15,000 to 16,000 employees.

"It is a very gloomy situation... it will be an immense loss of business."

Talks to resolve the matter hinge on geopolitics, far from the reach of business.

Trump is set to meet Vladimir Putin on Friday, the first face-to-face meeting between the two countries' presidents since Russia launched its full-scale invasion of Ukraine in February 2022.

New Delhi, with longstanding ties with Moscow, is in a delicate situation.

Since Trump's tariff threats, Prime Minister Narendra Modi has spoken to both Putin and Ukrainian President Volodymyr Zelensky, urging a "peaceful resolution" to the conflict.

The Global Trade Research Initiative estimates a potential 60 percent drop in US sales in 2025 in sectors such as garments

Meanwhile, the US tariff impact is already being felt in India.

Businesses say fresh orders from some US buyers have begun drying up -- threatening millions of dollars in future business and the livelihoods of hundreds of thousands in the world's fifth biggest economy.

Among India's biggest apparel makers with global manufacturing operations, some are looking to move their US orders elsewhere.

Top exporter Pearl Global Industries has told Indian media that some of its US customers asked that orders be produced in lower-duty countries such as Vietnam or Bangladesh, where the company also has manufacturing facilities.

Major apparel maker Gokaldas Exports told Bloomberg it may boost production in Ethiopia and Kenya, which have a 10 percent tariff.

Moody's recently warned that for India, the "much wider tariff gap" may "even reverse some of the gains made in recent years in attracting related investments".

India's gems and jewellery industry exported goods worth more than \$10 billion last year and employs hundreds of thousands of people.

"Nothing is happening now, everything is at a standstill, new orders have been put on hold," Ajesh Mehta from D. Navinchandra Exports told AFP.

"We expect up to 150,000 to 200,000 workers to be impacted."

Gems, and other expensive non-essential items, are vulnerable.

"A 10 percent tariff was absorbable -- 25 percent is not, let alone this 50 percent," Mehta added.

"At the end of the day, we deal in luxury products. When the cost goes up beyond a point, customers will cut back."

Seafood exporters, who have been told by some US buyers to hold shipments, are hoping for new customers.

"We are looking to diversify our markets," says Alex Ninan, who is a partner at the Baby Marine Group.

"The United States is totally out right now. We will have to push our products to alternative markets, such as China, Japan... Russia is another market we are really looking into."

Ninan, however, warns that is far from simple.

"You can't create a market all of a sudden," he said.



Prospect bright for Bangladeshi MMF-based RMG exports to US

Say exporters

MONIRA MUNNI

Bangladeshi manmade fibre (MMF)-based garment exports to the US, which remained almost static during the last two years, will get a boost amid the duty tension among the major producing countries, provided local challenges are addressed, industry insiders said.

They said now is the right time to invest in the backward linkage textile sector, especially MMF-based garment manufacturing.

Bangladesh is currently in an advantageous position with a 20 per cent additional duty for exporting to the US and can grab a larger share of work orders shifting from China and India, they also said.

They further added Vietnam is not increasing its garment production capacity, while Bangladesh has the capacity and can further enhance it if the required policy support is provided.

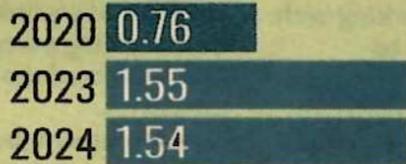
According to data compiled by the Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (BGMEA), Bangladesh exported MMF-based garments worth \$1.54 billion to the US in 2024, which was almost the same - \$1.55 billion - in 2023. Such exports were only \$764.92 million in 2020.

Abdullah Hil Nakib, deputy managing director of Team Group, told The Financial Express MMF-based apparels account for \$1.2-1.3 billion of the \$7.50 billion Bangladeshi garments exported to the US on average.

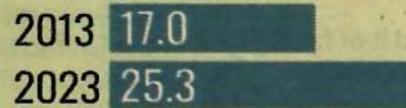
Most of the required raw materials to make such clothes are imported mainly from China, he said.

APPAREL EXPORTERS PIN THEIR HOPES ON MMF

BD MMF GARMENT EXPORTS TO US (Billion US dollar)



BD MMF APPAREL IMPORTS BY US (% of total apparel imports)



TARIFF ON BD GARMENT EXPORTS TO US



EXTRA DUTY ON EXPORTS TO US



MMF apparel raw materials mainly imported from China

Raw materials' local sourcing can give BD competitive edge



Due to the trade and duty war between the US and China, orders from the latter will shift to other destinations, he said.

"Now we have a scope to choose and go for high-value-added items made with MMF."

He said his company's exports of MMF apparel items like jackets and outerwear have been increasing for the last couple of years.

Nakib, however, said MMF garments are mostly exported to the European Union (EU).

The EU imposes one regulation after another, including ESG and other due diligence requirements, and this encourages local exporters to diversify their destinations, he said.

Though sourcing raw materials from China may have some disadvantages for exporting products to the US, he

said it is high time Bangladesh prepared itself by handling the least developed country (LDC) graduation challenges.

The US cut the additional duty on Bangladesh's exports to 20 per cent from 35 per cent, which is now equal to, or on a more equal footing with, the major competitors.

The rate is lower than China's 30 per cent and India's 25 per cent.

Bangladeshi garment exports to the US will face tariffs of 36.5 per cent and 52 per cent for cotton-based and MMF-based items, respectively.

The rates include 20 per cent reciprocal tariff on top of the existing 16.5 per cent and 32 per cent tariffs, respectively.

Shovon Islam, managing director of Sparrow Group, said Bangladesh could gain a competitive edge in MMF

garment manufacturing if raw materials are sourced locally. Sayeed Ahmed Chowdhury, director at Square Denim, said they mostly blend MMF with other materials, such as cotton, due to the absence of local raw materials despite huge demand. He, however, said a good number of entrepreneurs are investing in the MMF segment to grab a share of the growing global demand.

Bangladesh Textile Mills Association (BTMA) President Showkat Aziz Russell said following the successful reciprocal tariff negotiations with the US, Bangladesh is now in a stronger position.

As a result, local exporters are receiving more queries from buyers, he said.

"There is optimism about future business, and we want to invest further. Now is the high time to invest in the textile sector," he added. BTMA former president A Matin Chowdhury, however, stressed diversification in the textile sector to manufacture blended, as well as MMF- and non-cotton-based, yarns and fabrics to sustain business in the long run and face the emerging challenges.

According to industry insiders, Bangladesh's synthetic yarn industry is

The synthetic yarn industry commonly imports pellets for mixing and blends synthetic fibres with natural ones to create blended yarns. Insiders expect that the demand for such yarns will increase in the future. To meet this demand, they are working on increasing the domestic supply of MMF yarns and seeking the required policy support from the government. With respect to fibre types, cotton garments account for the majority of US imports by value and share, although the product mix between cotton



million in 2020. Abdullah Hil Nakib, deputy managing director of Team Group, told The Financial Express MMF-based apparels account for \$1.2-1.3 billion of the \$7.50 billion Bangladeshi garments exported to the US on average. Most of the required raw materials to make such clothes are imported mainly from China, he said.

Nakib, however, said MMF garments are mostly exported to the European Union (EU). The EU imposes one regulation after another, including ESG and other due diligence requirements, and this encourages local exporters to diversify their destinations, he said. Though sourcing raw materials from China may have some disadvantages for exporting products to the US, he

US will face tariffs of 36.5 per cent and 52 per cent for cotton-based and MMF-based items, respectively. The rates include 20 per cent reciprocal tariff on top of the existing 16.5 per cent and 32 per cent tariffs, respectively. Shovon Islam, managing director of Sparrow Group, said Bangladesh could gain a competitive edge in MMF

(BTMA) President Showkat Aziz Russell said following the successful reciprocal tariff negotiations with the US, Bangladesh is now in a stronger position. As a result, local exporters are receiving more queries from buyers, he said.



"There is optimism about future business, and we want to invest further. Now is the high time to invest in the textile sector," he added. BTMA former president A Matin Chowdhury, however, stressed diversification in the textile sector to manufacture blended, as well as MMF- and non-cotton-based, yarns and fabrics to sustain business in the long run and face the emerging challenges. According to industry insiders, Bangladesh's synthetic yarn industry is small and cannot meet the domestic demand for MMF yarns. That is why the country imports most of the manmade yarns and fibres used in apparel exports, they said. Till 2023, Bangladesh had 19 synthetic spinning mills, including eight acrylic ones, they added.

The synthetic yarn industry commonly imports pellets for mixing and blends synthetic fibres with natural ones to create blended yarns. Insiders expect that the demand for such yarns will increase in the future. To meet this demand, they are working on increasing the domestic supply of MMF yarns and seeking the required policy support from the government. With respect to fibre types, cotton garments account for the majority of US imports by value and share, although the product mix between cotton and synthetic garments changed gradually between 2013 and 2023, according to a United States International Trade Commission report. In 2013, MMF garments made up 17.0 per cent of the US apparel imports from Bangladesh. By 2023, the share grew to 25.3 per cent, the report said.

Munni_@yahoo.com

Walton expanded brand business to 7 new countries in last fiscal year

Tech giant Walton Hi-Tech Industries PLC, listed on the capital market, is moving forward in the international market with the goal of becoming one of the world's leading global electronics brands. To achieve that goal, the company is showing great success in expanding the global market. This leading company listed on the capital market is constantly expanding its own brand business to new countries in Europe, America, Asia, the Middle East and Africa, says a statement. According to Walton Global Business Division, Walton's brand business has been expanded to 7 new countries in the fiscal year 2024-25. These new global markets of Walton products are: Barbados, Fiji, Vanuatu, Cameroon, Cape Verde, Sri Lanka and Singapore. Regarding the expansion of international market activities, Walton Global Business Division's Head

Products are being exported to more than 50 countries



Abdur Rouf said, Walton products are comparatively in a better position in the global market in terms of advanced and innovative features, attractive designs, quality, durability, environment and energy efficiency. As a result, Walton products are achieving global customers' trusts and thus the brand business of Walton has been

expanding in new nations. As a result, Walton brand is able to gain the trust of buyers in the global market in a very short time and thus the brand business of Walton has been expanding in new nations. He noted that Walton had been successfully moving forward in the international market with the goal of becoming one of the world's

leading global electronics brands. To achieve that goal, Walton is working on expanding its own brand business in developed markets including Europe, America, and Australia. An efficient and smart global business team has been formed. In addition, subsidiaries and branch offices have been established in several countries. Walton's Global Research and Innovation Center has also been established in South Korea. In Bangladesh, Walton is the leading exporter of refrigerators, ACs, TVs, washing machines, compressors, fans, and other electrical, electronics, and home appliance products. Walton products with the 'Made in Bangladesh' tag are being exported to more than 50 countries around the world. As a result, Walton has become a symbol of trust for investors in the capital market.



The Business Standard

14 AUG 2025

258 RMG units in country LEED-Certified now

RECOGNITION - DHAKA

TBS REPORT

Bangladesh's ready-made garment sector has reached another milestone in its green journey, with five more factories achieving United States Green Building Council's (USGBC) Leadership in Energy and Environmental Design (LEED) certificates, taking the number of green factories to 258.

Of the 258 green factories, 109 are platinum-rated and 133 are gold-rated, cementing Bangladesh's position as the global leader in environmentally friendly garment manufacturing, according to Mohiuddin Rubel, former director of the Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (BGMEA).

Mohiuddin told The Business

Standard yesterday that of the five newly certified green factories, four achieved platinum ratings—the highest category—while the other achieved a gold rating.

"Notably, Bangladesh now boasts 68 of the world's top 100 highest-rated LEED-certified buildings, a testament to its exceptional green performance on the global stage," he added.

The five new USGBC-certified LEED factories are—South End Sweater Company Ltd (a sister concern of Team Group), Purbani Fashion Ltd, KDS Fashion Ltd, and Raidha Collections Ltd—all of which achieved platinum certification. The 5th, Texeurop BD Ltd, received a gold rating.

Mohiuddin, also the managing director of the Bangladesh Apparel Exchange, said, "The achievement comes at a time when the industry is navigating significant headwinds.



14 AUG 2025

Walton expands global operations with entry into 7 new markets

TECH - BANGLADESH

TBS REPORT

Walton Hi-Tech Industries PLC, a leading Bangladeshi electronics manufacturer listed on the capital market, is making significant strides in its bid to become one of the world's foremost global electronics brands.

The company continues to strengthen its presence in Europe, the Americas, Asia, the Middle East, and Africa, steadily increasing its own-brand business worldwide.

According to Walton's Global Business Division, the brand entered seven new international markets in the 2024-25 financial year: Barbados, Fiji, Vanuatu, Cameroon, Cape Verde, Sri Lanka, and Singapore.

Highlighting the company's rapid global growth, Abdur Rouf, head of Walton Global Business Division, said Walton products enjoy a competitive edge internationally thanks to their advanced and innovative features, attractive design, high

quality, durability, and energy efficiency.

These strengths, he noted, have earned the trust of customers in a short time, enabling the brand to establish itself in new territories, reads a press release on Tuesday.

Walton is targeting further expansion into developed markets, including Europe, America, and Australia. To support this ambition, the company has built a skilled global business team, opened subsidiaries and branch offices in multiple countries, and set up a Global Research and Innovation Centre in South Korea.

In Bangladesh, Walton remains the top exporter of refrigerators, air conditioners, televisions, washing machines, compressors, fans, and other electrical and home appliances. Its 'Made in Bangladesh' products are now shipped to more than 50 countries, reinforcing its status as a trusted brand for consumers worldwide and a reliable name for investors in the capital market.



প্রথম ছবি

1.4 AUG 2025



প্রথম আলো
14 AUG 2025

এমন চাপ মোকাবিলা করে বাংলাদেশের টি-শার্ট যুক্তরাষ্ট্রের বাজারে প্রথম স্থানে উঠে আসে।

এদিকে ৭ আগস্ট থেকে বিশ্বের বিভিন্ন দেশের ওপর ভিন্ন ভিন্ন হারে ট্রাম্পের পাল্টা শুল্ক কার্যকর হয়েছে। এই পাল্টা শুল্কের প্রভাব সম্পর্কে এখনো জানা যায়নি। তবে পাল্টা শুল্ক কার্যকরের পরও বাংলাদেশ প্রতিযোগী দেশগুলোর তুলনায় সুবিধাজনক অবস্থানে রয়েছে বলে মনে করেন রপ্তানিকারকেরা। তাঁরা বলেন, বাংলাদেশের পণ্যে পাল্টা শুল্ক ২০ শতাংশ, যা ভিয়েতনামের সমান। এ ছাড়া ভারত (৫০ শতাংশ) ও চীনের (৩০ শতাংশ) চেয়ে বাংলাদেশের পণ্যের শুল্কহার কম। টি-শার্টে বাংলাদেশের প্রতিযোগী নিকারাগুয়াকেও এখন ১৮ শতাংশ পাল্টা শুল্ক দিতে হচ্ছে। এর মানে হলো, শুল্কমুক্ত সুবিধা থেকে বেরিয়ে এখন নিকারাগুয়াকেও প্রতিযোগিতা করে দেশটিতে পণ্য রপ্তানি করতে হবে।

টি-শার্টে এই শীর্ষস্থান ধরে রাখা যাবে কি না, জানতে চাইলে পোশাকশিল্প মালিকদের সংগঠন বিজিএমইএর সভাপতি মাহমুদ হাসান খান প্রথম আলোকে বলেন, 'বছরের প্রথম ছয় মাসে যুক্তরাষ্ট্রের বাজারে বাংলাদেশের টি-শার্ট রপ্তানি শীর্ষে উঠে আসা আমাদের জন্য ভালো খবর। তবে ৭ আগস্ট থেকে পাল্টা শুল্ক কার্যকরের পর এই অবস্থান পরিবর্তনের শঙ্কা আছে। প্রতিযোগী দেশগুলোর তুলনায় বাংলাদেশের অবস্থান মোটামুটি ভালো হলেও যুক্তরাষ্ট্রের ভোক্তাদের চাহিদা যদি কমে যায়, তাহলে আমাদের রপ্তানিতে নেতিবাচক প্রভাব পড়ার শঙ্কা রয়েছে।'

বাংলাদেশের রপ্তানির একক বড় বাজার যুক্তরাষ্ট্র। জাতীয় রাজস্ব বোর্ডের (এনবিআর) হিসাবে, দেশটিতে গত ২০২৪-২৫ অর্থবছর ৮৭৬ কোটি ডলারের পণ্য রপ্তানি হয়েছে। এই বাজারে বাংলাদেশ হরেক রকমের পোশাক পণ্য রপ্তানি করছে, টি-শার্ট যার একটি।

প্রতিযোগিতামূলক দাম

কাপড়ভেদে দুই ধরনের টি-শার্ট রয়েছে। একটি হলো সুতির টি-শার্ট, আরেকটি কৃত্রিম তন্ত দিয়ে তৈরি টি-শার্ট। সাধারণত কৃত্রিম তন্তের টি-শার্টের দাম তুলনামূলক বেশি। আবার মানভেদেও দাম কমবেশি হয়। এরপরও যুক্তরাষ্ট্রের আন্তর্জাতিক বাণিজ্য কমিশনের তথ্য থেকে গড় হিসাবে কোন দেশ কত দামে টি-শার্ট রপ্তানি করেছে, তার একটা ধারণা পাওয়া যায়।

সেই তথ্য অনুযায়ী, চলতি বছরের প্রথম ছয় মাসে বাংলাদেশ থেকে প্রতিটি টি-শার্ট রপ্তানি হয়েছে গড়ে ১ ডলার ৭৬ সেন্টে। গত বছর শীর্ষ স্থানে থাকা নিকারাগুয়া একই সময়ে প্রতিটি টি-শার্ট রপ্তানি করেছে ১ ডলার ৬৫ সেন্টে। অর্থাৎ নিকারাগুয়ার চেয়ে গড়ে বেশি দামে টি-শার্ট রপ্তানি করে জায়গা নিয়েছে বাংলাদেশ। এ ছাড়া হন্ডুরাস থেকে প্রতিটি টি-শার্ট রপ্তানি হয়েছে গড়ে ২ ডলার ১০ সেন্টে। ভিয়েতনামের প্রতি পিসের গড় রপ্তানিমূল্য ২ ডলার ৬৮ সেন্ট। ভারতের প্রতি পিসের গড় রপ্তানিমূল্য ১ ডলার ৮১ সেন্ট। চীন প্রতি পিস টি-শার্ট রপ্তানি করেছে গড়ে ১

ডলার ৬৩ সেন্টে। পাকিস্তানের টি-শার্টের প্রতিটির গড় রপ্তানি মূল্য দেড় ডলার।

উল্লেখিত গড় দামের তথ্য অনুযায়ী, চীন, নিকারাগুয়া ও পাকিস্তানের চেয়ে বাংলাদেশের প্রতিটি টি-শার্টের গড় রপ্তানি মূল্য বেশি। তবে ভিয়েতনাম, হন্ডুরাস ও ভারতের মতো প্রতিযোগী দেশের তুলনায় কম।

বৈশ্বিক রপ্তানি ও বাংলাদেশের অবস্থান

যুক্তরাষ্ট্রের আন্তর্জাতিক বাণিজ্য কমিশনের হিসাবে, গত বছর বিশ্বজুড়ে ৫ হাজার ৬৮২ কোটি ডলারের টি-শার্ট রপ্তানি হয় এক দেশ থেকে অন্য দেশে। বিশ্বে টি-শার্ট রপ্তানিতে চীনের পরেই বাংলাদেশের অবস্থান। বাংলাদেশ গত বছর বিশ্বের বিভিন্ন দেশে যত ধরনের পোশাক রপ্তানি করেছে, তার মধ্যে টি-শার্টই শীর্ষে। এনবিআরের হিসাবে, গত অর্থবছর বাংলাদেশ থেকে ১৫৮টি দেশে ৭৪৫ কোটি ডলারের টি-শার্ট রপ্তানি হয়েছে। এর মধ্যে জার্মানি ও স্পেনের পর যুক্তরাষ্ট্র ছিল তৃতীয় শীর্ষ রপ্তানি গন্তব্য।

যুক্তরাষ্ট্র ছাড়াও বিশ্বের অনেক দেশে টি-শার্ট রপ্তানিতে প্রতিযোগী দেশগুলোকে ছাড়িয়ে বাংলাদেশ শীর্ষে রয়েছে। যেমন জার্মানি, স্পেন, ফ্রান্স, যুক্তরাজ্য, পোল্যান্ড, ইতালি, ডেনমার্ক, কানাডা—এমনকি পাশের দেশ ভারতেও টি-শার্ট রপ্তানিতে শীর্ষে রয়েছে বাংলাদেশ। এবার এই তালিকায় গত ছয় মাসের হিসাবে নতুন করে যুক্ত হলো যুক্তরাষ্ট্র।

টি-শার্ট রপ্তানিতে শীর্ষে যারা

বাংলাদেশের টি-শার্টের শীর্ষ রপ্তানির গন্তব্য জার্মানি। গত ২০২৪-২৫ অর্থবছরে দেশটিতে ১০৫ কোটি ডলারের টি-শার্ট রপ্তানি হয়। দ্বিতীয় অবস্থানে থাকা স্পেনে রপ্তানি হয় ৮৯ কোটি ডলারের টি-শার্ট। তৃতীয় গন্তব্য যুক্তরাষ্ট্রে রপ্তানি হয় ৮৫ কোটি ডলারের টি-শার্ট। বাংলাদেশের রপ্তানিকারকেরা গত অর্থবছরে বিশ্বের ১৫৮ দেশে টি-শার্ট রপ্তানি করেছেন। মোট রপ্তানির প্রায় ১১ শতাংশ রপ্তানি হয়েছে যুক্তরাষ্ট্রে।

এনবিআরের তথ্যভান্ডার অনুযায়ী, ৮১১টি কারখানা ও প্রতিষ্ঠান গত অর্থবছরে যুক্তরাষ্ট্রে টি-শার্ট রপ্তানি করেছে। এর মধ্যে সবচেয়ে বেশি রপ্তানি করেছে সাভারের জিএবি লিমিটেড। প্রতিষ্ঠানটি গত অর্থবছরে সাড়ে ১৫ কোটি ডলারের টি-শার্ট রপ্তানি করেছে যুক্তরাষ্ট্রে। দ্বিতীয় অবস্থানে রয়েছে সাভারেরই আরেক প্রতিষ্ঠান এসডিএস ইন্টারন্যাশনাল। প্রতিষ্ঠানটি ৭ কোটি ১৮ লাখ ডলারের টি-শার্ট রপ্তানি করেছে যুক্তরাষ্ট্রে। তৃতীয় অবস্থানে থাকা আয়েশা রুথিং কো. রপ্তানি করেছে ৪ কোটি ৬৭ লাখ ডলারের টি-শার্ট।

শীর্ষ দশে থাকা অন্য প্রতিষ্ঠানগুলো হলো সাভারের নিট এশিয়া লিমিটেড (৩ কোটি ৭৫ লাখ ডলার), চট্টগ্রামের ডিভাইন ইনটিমেটস (১ কোটি ৬২ লাখ ডলার), গাজীপুরের রাতুল অ্যাপারেলস (১ কোটি ৩৪ লাখ ডলার), তাকওয়া ফেব্রিকস (১ কোটি ২৫ লাখ ডলার) ও জে এম ফেব্রিকস (১ কোটি ১ লাখ ডলার), টাঙ্গাইলের ইমপ্রেস-নিউটেক্স কম্পোজিট টেক্সটাইলস (৯৪ লাখ ডলার) ও চাঁদপুরের ইয়র্ক ফ্যাশন (৯১ লাখ ডলার)।

