ICEX España Exportación e Inversiones

FS FICHA SECTOR

SINGAPUR

El mercado de la moda en Singapur

A. CIFRAS CLAVE

El sector de la moda en Singapur es diverso, con una creciente **reputación internacional**. Singapur se ha convertido en un **centro de moda** reconocido en Asia, atrayendo a diseñadores locales e internacionales, así como a marcas de renombre mundial. El sector de la moda en Singapur es dinámico y en constante evolución, con una mezcla única de influencias culturales locales y tendencias globales. La ciudad-Estado continúa consolidando su posición como importante centro de moda en la región de Asia-Pacífico.

El mercado de confección de Singapur es un reflejo de la cultura cosmopolita y de las variadas preferencias de los consumidores del país. Engloba una amplia gama de prendas de vestir, desde ropa casual hasta vestimenta formal. Las plataformas de **comercio electrónico** han remodelado el panorama minorista, brindando a los consumidores acceso conveniente a una gran cantidad de marcas y estilos. La sostenibilidad y las consideraciones éticas están influyendo en las decisiones de compra, llevando a las marcas a adoptar prácticas responsables. A medida que el mercado de la moda continúa adaptándose a las cambiantes tendencias y valores de los consumidores, sigue creciendo. **Se espera una tasa de crecimiento anual superior al 13 % en los próximos cinco años en el segmento de ropa femenina y del 17 % en la ropa masculina.**

CIFRAS CLAVE

Datos	2021	2022	2023	2024e	2025e	2026e	2027e	2028e
I. INGRESOS POR SEGMENTO (miles de millones de USD)	2,38	2,46	2,59	2,68	2,77	2,86	2,96	2,97
Ropa de hombre	0,83	0,86	0,91	0,95	0,98	1,02	1,06	1,07
Ropa de mujer	1,25	1,29	1,36	1,40	1,45	1,49	1,54	1,54

Ropa para niños	0,30	0,31	0,32	0,33	0,34	0,35	0,36	0,36
II. VOLUMEN POR SEGMENTO (millones de piezas)	269,7	263,7	263,5	259,8	256,0	252,1	248,3	244,5
Ropa de hombre	66,3	65,2	65,7	65,4	65,1	64,7	64,4	64,0
Ropa de mujer	119,1	116,5	116,3	114,5	112,6	110,7	108,8	107,0
Ropa para niños	84,3	82,0	81,5	79,9	78,3	76,7	75,1	73,5
III. CANALES DE VENTA (%)	100	100	100	100	100	100	100	-
Offline	83,7	84,5	83,0	80,2	77	75,7	74,2	-
Online	16,4	15,5	17,0	19,8	23,0	24,3	25,8	-

e = estimación.

Fuente: Statista, 2024.

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

El sector de la moda comprende, según el Sistema Armonizado (HS), las siguientes partidas contenidas en:

- **Sección XI:** *materias textiles y sus manufacturas.*
- **Sección XII**: *calzado, sombreros y demás tocados, paraguas, quitasoles, bastones, látigos, fustas, y sus partes; plumas preparadas y artículos de plumas; flores artificiales; manufacturas de cabellos*.
- **Sección XIV:** *perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaqué) y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas.*

B.2. Tamaño del mercado

El sector de la moda es un gran negocio en Singapur. En 2024, los ingresos del mercado de prendas de vestir en la ciudad-Estado ascendieron a 2.680 MUSD y se espera que el mercado alcance una **tasa de crecimiento anual promedio del 2,6 %** de 2024 a 2028 (CAGR 2024-2028). El segmento más grande de este sector en Singapur es el de "Ropa", con un volumen de mercado de 438,5 MUSD en 2023. El segmento **de ropa de mujeres** es el más lucrativo y el **más grande**, con un volumen total de mercado de 1.400 MUSD en 2024, mientras que el de hombre supone un volumen total de 950 MUSD.

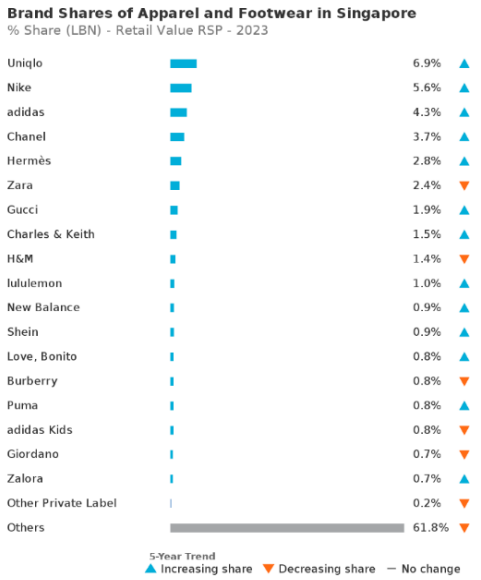
Se espera un **crecimiento** del **13,2 %** en el segmento de **mujeres** entre 2023 y 2028, proyectándose que pase de 1.360 MUSD en 2023 a 1.540 MUSD en 2028. Del mismo modo, se anticipa un crecimiento del **17,6 %** en el tamaño del segmento de **ropa de hombres** durante el mismo período, con una proyección de que aumente de 91 MUSD en 2023 a 1.070 MUSD en 2028. Además**, ir de compras** es un **pasatiempo nacional**, y el 49 % de la población lo considera su pasatiempo favorito (Statista, 2024).

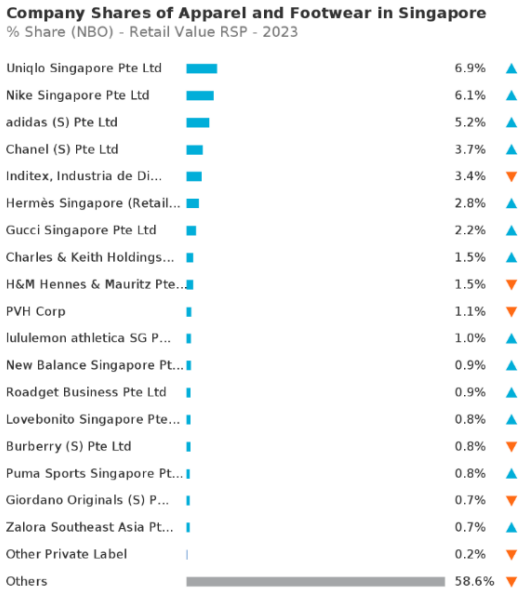
El año 2023 ha supuesto el retorno a la normalidad en Singapur, con los consumidores retomando todas sus actividades previas a la pandemia. El **turismo** también está volviendo a florecer, lo que ha ayudado a impulsar el crecimiento de la demanda de ropa y calzado, tanto por parte de turistas entrantes como salientes.

B.3. Principales actores

PANORAMA COMPETITIVO DEL MERCADO DE LA MODA EN SINGAPUR

Reparto porcentual por marcas de ropa y calzado y por acciones





Fuente: Euromonitor.

En la tabla de la derecha se aprecia que la marca española **Zara** tiene una cuota del 2,4 % y una tendencia decreciente. La segunda tabla amplía la información sobre las participaciones de mercado incluyendo las entidades corporativas específicas que operan en Singapur, con **Inditex**, la corporación propietaria de Zara, con una cuota del 3,4 % y asimismo tendencia a la baja. Esto sugiere que, aunque Zara como marca individual afronta desafíos, su entidad matriz, Inditex, mantiene una participación más fuerte, lo que podría atribuirse a la presencia de otras marcas bajo el paraguas de Inditex.

Ambas tablas reflejan un **mercado diversificado**, con **Uniqlo y Nike encabezando la lista**, lo cual es indicativo de una preferencia de los consumidores de Singapur por la moda casual y deportiva. La presencia de **Adidas**, con un 5,2 % y una tendencia ascendente, refuerza esta observación.

Las **marcas de lujo** como Chanel y Hermès también tienen una **presencia notable**, aunque sus **cuotas** de mercado son **menores** que las de las marcas más orientadas al deporte y la moda casual. Estas marcas de lujo demuestran la disposición del mercado singapurense a invertir en productos de alta gama, y la tendencia al alza de Gucci con un 2,2 % sugiere un crecimiento en este segmento.

Otro punto notable es la presencia y el crecimiento de **Charles & Keith**, una marca local que muestra aumento en la cuota de mercado, lo que refleja un **apoyo local a las marcas nacionales,** y un posicionamiento exitoso en el mercado.

Algunas marcas, como H&M y PVH Corp (propietaria de marcas como Calvin Klein y Tommy Hilfiger) están experimentando una disminución en su participación, lo que podría indicar un **cambio en las preferencias de los consumidores** o una saturación en el segmento de la moda rápida y accesible.

El mercado de Singapur parece estar dominado por la partida “Otros”, con un 58,6 %, lo que sugiere una alta fragmentación y **oportunidades para marcas emergentes y nichos de mercado**. Esto supone tanto oportunidades como desafíos para las empresas nuevas o ya instaladas que buscan capturar o mantener su participación en este mercado dinámico.

Se espera que **Uniqlo** mantenga su posición líder en la industria de la indumentaria en términos de valor en 2023, gracias a una base de clientes muy leal, especialmente entre los consumidores masculinos. La marca sigue siendo conocida por sus prendas sencillas y de alta calidad, que también son asequibles. Sin embargo, se está asistiendo a la entrada de muchas **marcas locales** al mercado que van ganando popularidad en el país. Aunque estas marcas pueden tener precios más altos que los gigantes populares de la moda rápida, la calidad y el servicio al cliente proporcionados por las marcas locales son incomparables. Dicho esto, marcas de moda rápida como **Zara** y **H&M** siguen teniendo una participación significativa en las ventas de indumentaria en Singapur, y seguirán haciéndolo a lo largo del período previsto, debido a su asequibilidad, variedad y reconocimiento de marca. Las marcas de ropa deportiva también son una opción popular entre los consumidores en Singapur, y la tendencia *athleisure* ha apoyado aún más su alto crecimiento. Muchas marcas locales también se han subido al carro del *athleisure*, y tanto las marcas de moda rápida como las de lujo han introducido sus propias líneas de productos de ropa deportiva (Euromonitor, 2023).

En cuanto al calzado, se espera que **Nike** y **Adidas** continúen liderando en términos de valor en 2023, con ambas marcas manteniendo sus posiciones líderes en la categoría durante muchos años. El **calzado** también tiene una notable presencia de **marcas de lujo** como **Gucci** y **Hermès**, que tienden a tener un buen desempeño en Singapur debido a la base de consumidores acomodados del país. A medida que sigan aumentando los ingresos disponibles, es probable que las marcas de lujo sigan siendo demandadas por los consumidores en el país.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

Gracias a las oportunidades brindadas por Singapur, numerosas empresas españolas del sector de la moda están establecidas en el país. En el mercado de Singapur, destacan las principales marcas españolas de renombre internacional, incluyendo a **INDITEX** (con más de 10 tiendas), que cuenta con representación de marcas como ZARA, PULL&BEAR, BERSHKA y MASSIMO DUTTI, junto con otras como **MANGO** (11 tiendas/córner), **LOEWE** (2 tiendas), **DESIGUAL** (6 tiendas), **BIMBA & LOLA** (6 tiendas/córner), **BALENCIAGA** (3 tiendas), **PRETTY BALLERINAS** (2 tiendas/córner), **MANOLO BLAHNIK** (2 tiendas/córner), **RIA MENORCA** (4 tiendas/córner), entre otras.

Singapur es un centro cosmopolita y de negocios en el sudeste asiático, con una próspera escena de compras y un mercado consumidor sofisticado. Las empresas de moda españolas pueden ver en Singapur una oportunidad para expandir su presencia global y llegar a nuevos clientes.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Singapur ofrece diversas oportunidades para marcas de moda debido a su posición como centro comercial y financiero clave en Asia. He aquí algunas oportunidades destacadas:

- **Mercado en crecimiento:** Singapur es un mercado en crecimiento para la moda, con un aumento constante del poder adquisitivo y el interés por la moda tanto local como internacional.
- **Puerta de entrada a Asia:** Singapur se considera una puerta de entrada estratégica al mercado asiático más amplio. Las marcas de moda pueden utilizar Singapur como trampolín para expandirse hacia otros países asiáticos, aprovechando su infraestructura logística y su posición geográfica central.
- **Diversidad cultural:** Singapur es una sociedad multicultural con una mezcla única de influencias culturales asiáticas y occidentales. Esto crea un ambiente propicio para la diversidad en la moda, lo que permite a las marcas experimentar con una variedad de estilos y tendencias.
- **Turismo de compras:** Singapur es un destino popular para el turismo de compras, atrayendo a visitantes de toda la región y más allá. Las marcas de moda pueden beneficiarse de esta afluencia de turistas mediante estrategias de *marketing* dirigidas y una presencia sólida en los principales distritos y centros comerciales.
- **Comercio electrónico en auge:** El comercio electrónico está en constante crecimiento en Singapur, y especialmente en el sector de la moda. Las marcas pueden capitalizar esta tendencia expandiendo sus operaciones en línea y ofreciendo una experiencia de compra conveniente y atractiva a los consumidores digitales.

- **Sostenibilidad y ética:** Existe un creciente interés por la sostenibilidad y la ética en Singapur, especialmente entre los consumidores más jóvenes y conscientes. Las marcas de moda pueden destacar al adoptar prácticas sostenibles en su producción y comunicar activamente sus esfuerzos en este sentido.
- **Eventos y ferias de moda:** Singapur acoge diversos eventos y ferias de moda a lo largo del año, como la Semana de la Moda de Singapur y varias ferias comerciales. Estas plataformas brindan oportunidades para que las marcas exhiban sus colecciones, establezcan contactos con compradores y aumenten su visibilidad en el mercado.
- **Colaboraciones y asociaciones:** Singapur es un centro de innovación y creatividad, lo que lo convierte en un lugar ideal para colaboraciones y asociaciones entre marcas de moda y otros sectores, como la tecnología, el arte y el diseño.

El elevado PIB per cápita de Singapur y su **infraestructura avanzada** lo convierten en un centro atractivo para el **comercio minorista** de moda en el sudeste asiático. El PIB per cápita es el más alto de la región y señala una **fuerte propensión al gasto**, mientras que el estatus de la ciudad-Estado como principal **centro tecnológico** de Asia mejora la integración de soluciones innovadoras en la industria de la moda. Con su **ubicación central** en el sudeste asiático, Singapur ofrece un entorno ventajoso para las empresas internacionales de moda, fomentando el crecimiento y la accesibilidad de una base de consumidores diversa y adinerada.

La continua digitalización de la industria de la moda, junto con un notable aumento en la **moda sostenible**, presenta oportunidades que desafían los comportamientos tradicionales de los consumidores y las prácticas de la industria en Singapur. El entorno empresarial acelerado, junto con la creciente ola de sostenibilidad, crean demanda de opciones de moda tanto modernas como sostenibles.

Existe una importante **oportunidad en la venta por Internet**, especialmente para la **ropa de mujer**. Las marcas de ropa para mujeres están preparadas para crecer al mejorar las estrategias de **comercio electrónico**, aprovechar el *marketing* digital, priorizar la experiencia del cliente y tener en cuenta la sostenibilidad.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

En el mercado de prendas de vestir en Singapur, los actores clave incluyen tanto **marcas internacionales** como Nike, Adidas y Levi's, como **marcas y minoristas locales**. Estas empresas ofrecen un amplio espectro de opciones de prendas, desde ropa casual hasta vestimenta formal, satisfaciendo las diversas necesidades de moda de los consumidores singapurenses.

En Singapur apenas hay cultura de pequeños comercios en las calles, por lo que los establecimientos se concentran en **grandes almacenes y centros comerciales**. Actualmente hay alrededor de 170 centros comerciales en Singapur. Los principales son, entre otros: **Ngee Ann City, ION Orchard y Marina Bay Sands**. Aunque uno de los principales pasatiempos de los singapurenses sea ir de compras, las ventas minoristas se han visto ralentizadas. Por el contrario, la **venta electrónica** no deja de adquirir peso y se espera que siga creciendo en los próximos años. El mercado de distribución de moda en Singapur, como en la mayoría de los países, se divide en cuatro modalidades principalmente, que por orden de importancia son las siguientes:

- **Cadenas o tiendas especializadas:** las grandes marcas de moda, tanto nacionales como internacionales (incluidas las españolas), disponen de sus propias tiendas en el país. Diferentes ejemplos de dichas marcas son INDITEX, FOREVER21, COTTON ON, UNIQLO, H&M, MANGO, TOPSHOP, GIORDANO, DESIGUAL, GAP, etc.
- **Grandes almacenes:** a lo largo de Singapur hay diferentes grandes almacenes donde tanto marcas de gran relevancia mundial como empresas de menor envergadura disponen de locales para la venta. Los más importantes son: TAKASHIMAYA, TANGS, ISETAN, METRO…
- **Establecimientos minoristas:** supermercados, hipermercados, comercios medianos o pequeños, *boutiques* y tiendas dedicadas a la comercialización de artículos de moda que trabajan con una sola o con varias marcas. Este tipo de distribución es aplicable a todos los segmentos, desde el más bajo al más alto y especialmente en

este último en el caso de las *boutiques*. Algunos ejemplos son: NANA & BIRD, SHOP WONDERLAND, CLUB 21, VALIRAN, FJ BENJAMIN, etc.

- **Venta *online*:** La mayoría de las marcas ofrecen tienda virtual en sus propias webs (ZARA, MANGO, ARMANI…). Otras se encuentran a la venta en diferentes plataformas *online* como ZALORA, LAZADA, SHOPEE, etc.

Singapur emerge como un mercado sumamente atractivo: joven, amplio y en constante crecimiento, con una marcada penetración del comercio electrónico. Los consumidores están abiertos a adoptar nuevas marcas y plataformas. Las redes sociales, especialmente mediante videos, desempeñan un papel crucial en la presentación de marcas, mientras que los *marketplaces* son fundamentales para concretar ventas en el sudeste asiático. No obstante, las marcas deben ofrecer valor, generar entusiasmo y garantizar entregas rápidas y económicas. El comercio electrónico se presenta como una vía idónea para ingresar a esta región: implica una inversión inicial menor y es escalable a largo plazo.

E.2. Legislación aplicable y otros requisitos

En Singapur, no existen barreras de entrada significativas para los productos del sector de la moda, ya que no ha establecido aranceles ni otros obstáculos no arancelarios para estos productos.

E.3. Ferias

Nombre de la Feria	ETAIL Asia 2024
Dirección	Equarius Hotel, Sentosa
WEB	https://etailasia.wbresearch.com/
Próxima edición	14-16 de mayo de 2024
Descripción del evento	Su objetivo es mostrar las últimas tendencias y prácticas de la venta minorista electrónica. Está organizado por Worldwide Business Research.

Nombre de la Feria	eCommerce Expo Asia
Dirección	Marina Bay Sands
WEB	https://www.ecommerceexpoasia.com/
Próxima edición	9-10 de octubre de 2024
Descripción del evento	Es el evento de comercio electrónico y venta al por menor más importante de Asia. Conecta a los minoristas y empresarios con expertos para impulsar sus negocios.

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

Algunos enlaces de interés sobre el sector de la moda:

- Singapore Fashion Council: https://www.sgfashioncouncil.org.sg/
- Her World Singapore: https://www.herworld.com/
- SG Magazine: https://sgmagazine.com/
- Enterprise Singapore: https://www.enterprisesg.gov.sg/
- ICEX: https://www.icex.es/
- Singapore Retailers Association: https://www.retail.org.sg/retail-latest-events.php
- Textile And Fashion Federation Singapore: http://www.taff.org.sg
- Ecommerce Association of Singapore: http://www.ecommercesg.org/
- Modaes: https://www.modaes.com/

G. CONTACTO

La ***Oficina Económica y Comercial de España en Singapur*** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Singapur.**

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Singapur, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

7, Temasek Boulevard, #19-03, Suntec Tower One
Singapur 038987 – Singapur
Teléfono: +65 6732 9788
Correo electrónico: singapur@comercio.mineco.es
http://Singapur.oficinascomerciales.es

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global
913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores siga el enlace

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORA
Ziortza Kortabitarte Erkiaga

Oficina Económica y Comercial
de España en Singapur
singapur@comercio.mineco.es
Fecha: 20/03/2024

NIPO: 22424012X