



بررسی بازار پوشاک لبنان

www.dmr.ir



NOVEMBER 21, 2023
IRAN TRADE PROMOTION ORGANIZATION
LEBANON BRANCH



رایزن بازرگانی سفارت جمهوری اسلامی ایران در لبنان



وزارت صنعت، معدن، تجارت
شعبه سازمان توسعه تجارت ایران در بیروت

تاریخ تولید: ۱۴۰۲/۰۸/۳۰

ویرایش اول

فهرست

۲	مقدمه:
۲	اهمیت بازار پوشاک در جهان:
۳	اندازه و مقدار کارخانه های تولید پوشاک در جهان
۴	غالب بودن چین در زمینه تولید پوشاک
۴	واردات:
۴	واردات پوشاک در جهان
۵	واردات جهان طی ۲۰ سال گذشته
۵	واردات پوشاک به لبنان
۶	واردات پوشاک لبنان طی ۲۰ سال گذشته
۷	واردات پوشاک لبنان طی ۲۰ سال گذشته (هزار دلار)
۷	سهم بازار رقباء
۷	سهم بازار پوشاک لبنان طی ۲۰ سال گذشته
۸	سهم بازار پوشاک لبنان طی ۲۰ سال گذشته
۸	تغییر اساسی در سهم بازار
۹	عوارض گمرکی واردات پوشاک
۱۰	واردات پوشاک مستعمل
۱۱	تولید پوشاک در لبنان
۱۱	تاریخچه تولید پوشاک در لبنان
۱۲	عوامل عدم موفقیت صنعت پوشاک لبنان
۱۳	توزیع
۱۳	۱- پرمایه یا پرستیژی:
۱۳	۲- فروشگاه های اوتلت
۱۴	۳- فروشگاه های دست دوم:
۱۴	۴- بوتیک ها



مقدمه:

در این گزارش جنبه های مختلف بازار در این گزارش جنبه های مختلف بازار پوشاک لبنان نظیر واردات، تولید، توزیع، صادرات و مسائل و مشکلات این بازار و راهکارهای ورود به آن برای صادرکنندگان ایرانی مورد بررسی قرار گرفته است.

اهمیت بازار پوشاک در جهان:

بازار پوشاک یکی از بزرگترین و مهمترین بازارها در اقتصاد جهانی است و اهمیت بسیاری در دنیای اقتصاد دارد. این اهمیت به عوامل مختلفی برمی گردد:

۱. اشتغال:

صنعت پوشاک به میلیون ها نفر شغل ایجاد می کند. از تولید پوشاک تا فروش و توزیع، این صنعت به اقتصاد جهانی افراد زیادی فرصت کاری ارائه می دهد.

۲. میزان مصرف:

مصرف پوشاک جزء نیازهای اساسی هر فرد و جامعه است. هر روز میلیون ها نفر از پوشاک استفاده می کنند. این بازار همیشگی و پایدار است.

۳. رشد اقتصادی:

با توجه به رشد جمعیت و افزایش توان خرید در بسیاری از کشورها، بازار پوشاک به عنوان نماینده ای از رشد اقتصادی و مصرف در دنیا می تواند متأثر شود.

۴. صادرات و واردات:

کشورها به عنوان تولیدکنندگان یا مصرف کنندگان پوشاک در بازار جهانی نقش مهمی دارند. صادرات و واردات پوشاک به تبادل تجاری و درآمد کشورها کمک می کند.

۵. روند مد و فشرده سازی:

صنعت مد و پوشاک به عنوان روندی پویا و تغییرپذیر تجارتي به شمار می آید. این صنعت تحت تأثیر روندهای مد و سلیقه‌های جامعه‌ای قرار دارد و این تغییرات بازار را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

۶. تأثیرات اجتماعی و فرهنگی:

پوشاک نه تنها یک محصول عملی است بلکه نمایانگر سلیقه‌ها و اهداف اجتماعی و فرهنگی نیز می‌باشد.

۷. اثرات زیست محیطی:

صنعت پوشاک بر زیست محیط تأثیرات مختلفی دارد، از تولید پلاستیک‌ها تا مصرف آب در فرآیند تولید. این امر به توجه به تغییرات اقلیمی و نگرانی‌های محیط زیستی مهم است.

با توجه به این عوامل، بازار پوشاک نقش مهمی در اقتصاد جهانی ایفا می‌کند و تأثیرات گسترده‌ای در جوانب اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، و زیست محیطی دارد.

قبل از اینکه یک لباس به بازار خرده فروشی وارد شود، از چندین مرحله متنوع فرآوری و تولید عبور می‌کند تا برای فروش آماده گردد یا از طریق تولید کننده به کشور مصرف کننده صادر شود. بحث‌های انجام گرفته در مورد بخش پوشاک اغلب از مراحل مختلفی که به واسطه آن الیاف خام به پوشاک نهایی تبدیل می‌شود، غافل می‌گردند. با این حال این مراحل برای بررسی اثرات زیست محیطی و اجتماعی صنعت نساجی مهم هستند. بنابراین ارزیابی مقیاس، ارزش و موقعیت‌های اصلی آنها جهت استخراج اطلاعات با جزئیات بیشتر از بین داده‌های موجود ارزشمند خواهد بود.

اندازه و مقدار کارخانه‌های تولید پوشاک در جهان

بر اساس آمار سازمان ملل متحد، نزدیک به ۳/۱ میلیون کارخانه و تأسیسات در زنجیره‌های تأمین پوشاک مشارکت دارند. تقریباً نصف آنها مسئول تولید پوشاک هستند و مابقی در زنجیره‌های تأمین پوشاک مثل کارگاه‌های نخ‌ریسی و پارچه‌فعالیت دارند.



رایزن بازرگانی سفارت جمهوری اسلامی ایران در لبنان



وزارت صنعت، معدن، تجارت
شعبه سازمان توسعه تجارت ایران در بیروت

تاریخ تولید: ۱۴۰۲/۰۸/۳۰

ویرایش اول

غالب بودن چین در زمینه تولید پوشاک

بیش از نیمی از الیاف و پارچه های تأمیننی جهان از آسیا سرچشمه می گیرند که در این میان چین بیش از یک چهارم آن را تولید می کند. کارخانه های نساجی در سطح جهان حدود ۵/۶۶۷ میلیارد دلار ارزش دارند که این مقدار با حجم اقتصاد کشور سوئیس برابری می کند و انتظار می رود که ارزش آن تا سال ۲۰۲۵ بیش از ۲۶٪ رشد کند، در حالیکه تولید الیاف می تواند رشد بالای ۵٪ داشته باشد. چین در زمینه تولید پوشاک و بخش برش، ساخت و تزئین در جهان حرف اول را می زند و تقریباً از هر سه پوشاک تولید شده در سطح جهان، یکی در این کشور تولید می شود.

واردات:

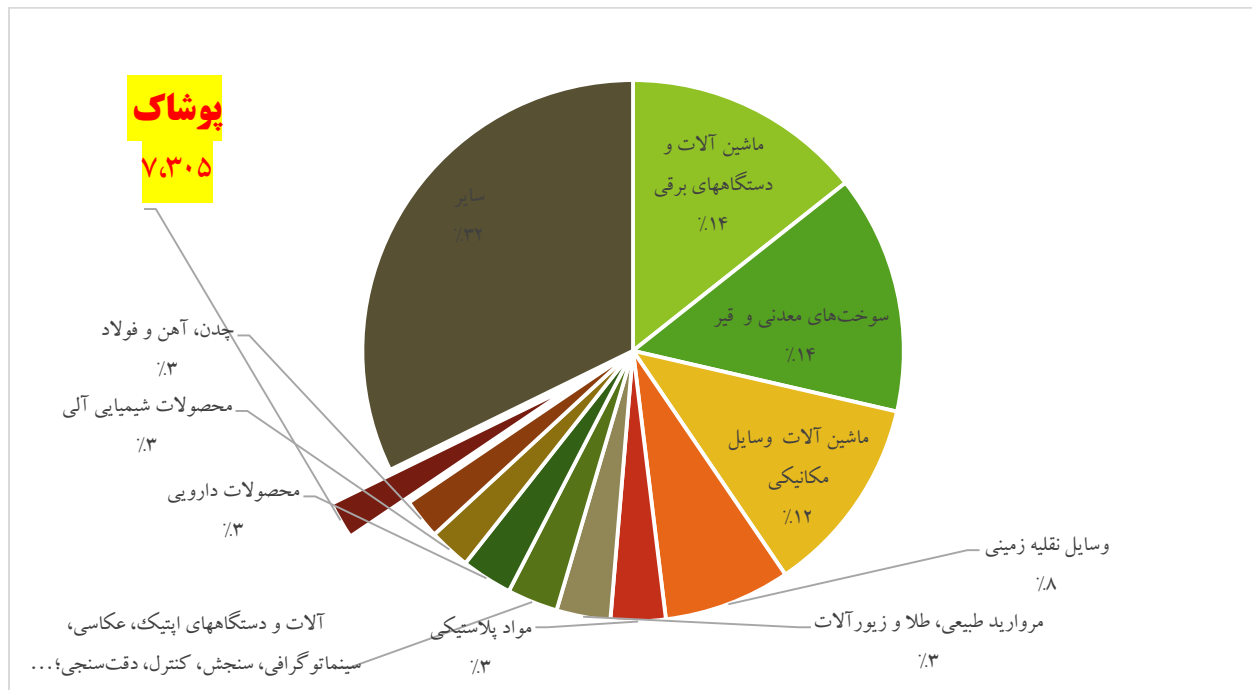
واردات پوشاک در جهان

واردات پوشاک جهان طی ۲۰ سال گذشته ۷۳۰۵ میلیارد دلار بوده و تقریباً ۲ درصد از بازار واردات را تشکیل میدهد. هر چند نسبت واردات با نسبت اشتغال این صنعت تفاوت بسیاری دارد و این صنعت یکی از پر کارترین و اشتغالزاترین صنایع به شمار میرود. البته با توجه به اینکه بیشتر تولیدات هر کشور در ابتدا در بازار داخلی به مصرف می رسد، میزان تجارت آن بسیار کمتر از تولید آن به نسبت سایر اقلام است.

در سال ۲۰۲۲ بخش پوشاک ۳ درصد از تولید ناخالص جهانی را تشکیل داده و پنجمین اشتغالزایی را در جهان داشته است.

۳

واردات جهان طی ۲۰ سال گذشته



واردات پوشاک به لبنان

بررسی ۲۰ سال گذشته واردات لبنان در دو فصل ۶۱ و ۶۲ نشان می دهد ۶۰ درصد واردات پوشاک در فصل ۶۲ و ۴۰ درصد در فصل ۶۱ دسته بندی می شود.

۵



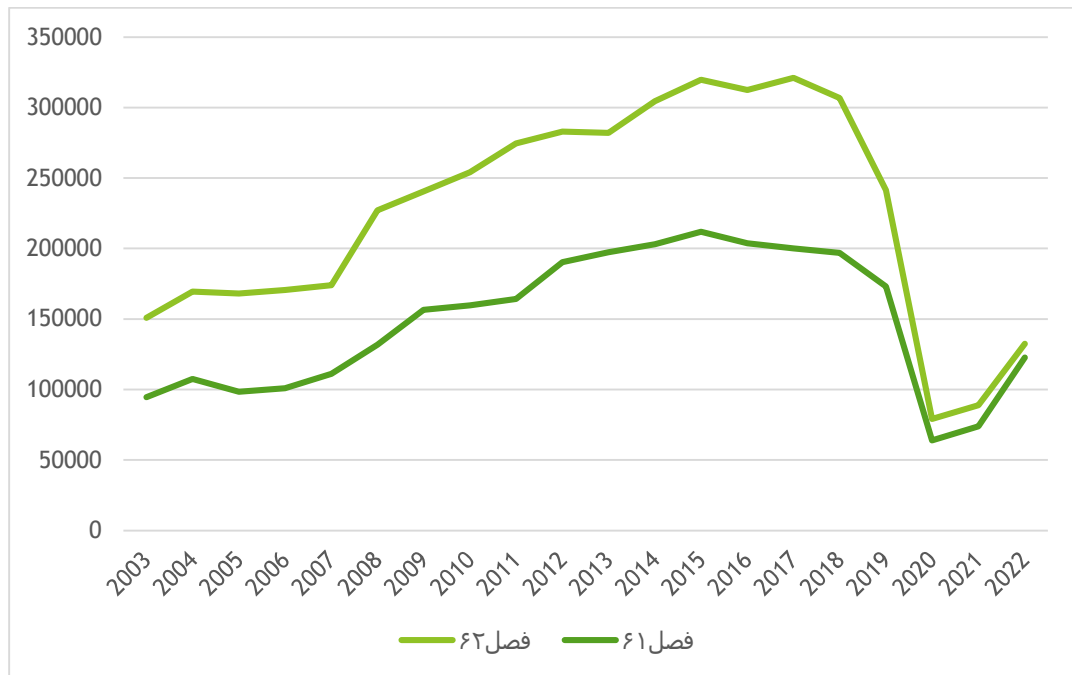
تاریخ تولید: ۱۴۰۲/۰۸/۳۰

ویرایش اول

وزارت صنعت، معدن، تجارت
شعبه سازمان توسعه تجارت ایران در بیروت

رایزن بازرگانی سفارت جمهوری اسلامی ایران در لبنان

واردات پوشاک لبنان طی ۲۰ سال گذشته



از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۸ این تناسب به طور مستمر حفظ شده ولیکن از سال ۲۰۱۸ به بعد به مرور این تناسب به تساوی نزدیک و در سال ۲۰۲۲ تقریباً برابر گردیده است از آنجایی که دو فصل جمعاً به عنوان پوشاک در گزارش ها در نظر گرفته می شوند، مجموع آمار آنها منبع گزارش می باشد

۳



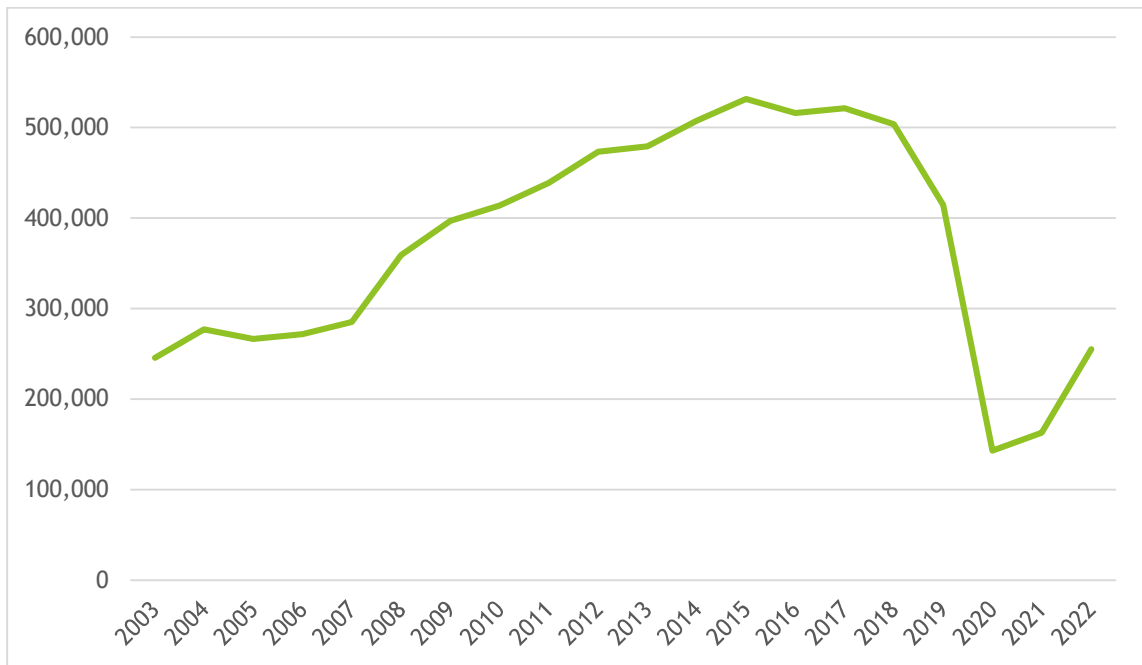
تاریخ تولید: ۱۴۰۲/۰۸/۳۰

ویرایش اول

وزارت صنعت، معدن، تجارت
شعبه سازمان توسعه تجارت ایران در بیروت

رایزن بازرگانی سفارت جمهوری اسلامی ایران در لبنان

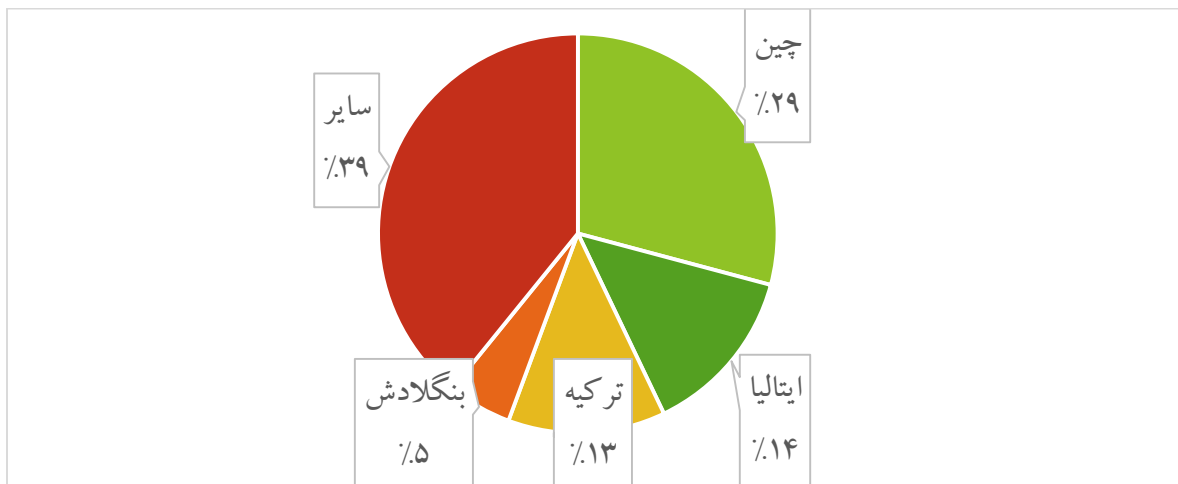
واردات پوشاک لبنان طی ۲۰ سال گذشته (هزار دلار)



سهم بازار رقبا

طی ۲۰ سال گذشته به ترتیب چین، ایتالیا، ترکیه و بنگلادش بیشترین سهم بازار را به خود اختصاص داده بودند

سهم بازار پوشاک لبنان طی ۲۰ سال گذشته





تاریخ تولید: ۱۴۰۲/۰۸/۳۰

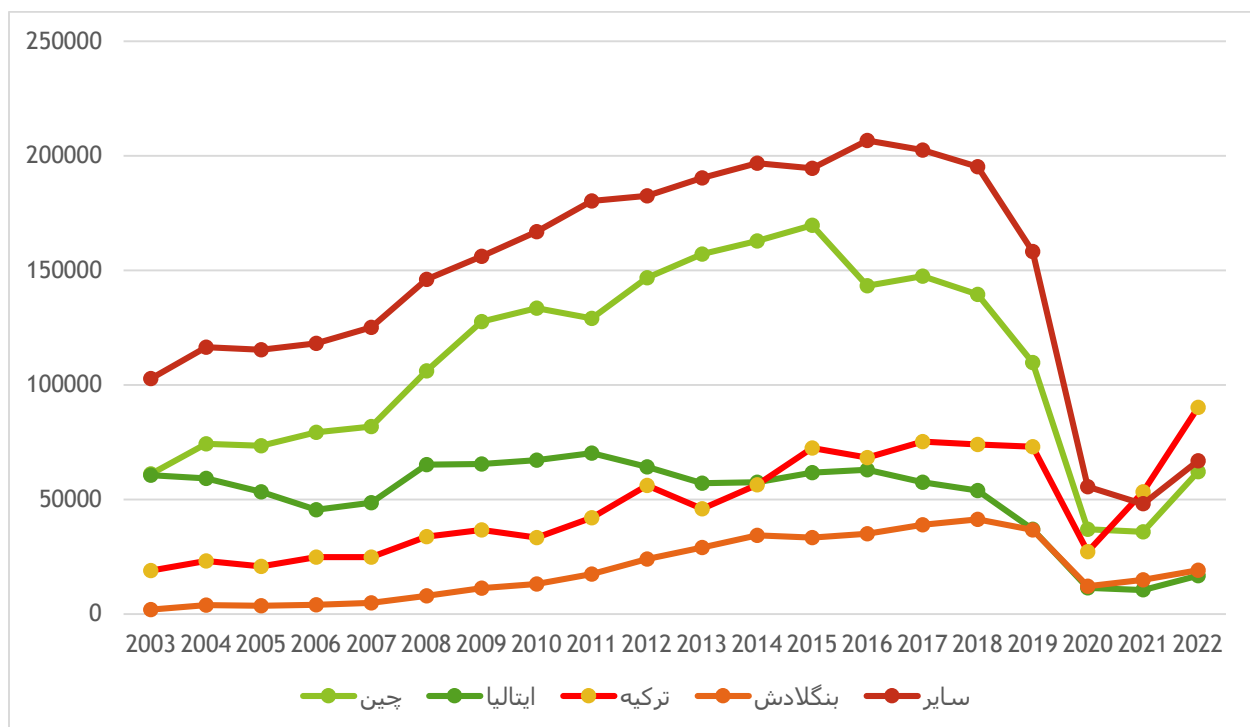
ویرایش اول

وزارت صنعت، معدن، تجارت شعبه سازمان توسعه تجارت ایران در بیروت

رایزن بازرگانی سفارت جمهوری اسلامی ایران در لبنان

با بررسی سهم بازار پوشاک لبنان طی ۲۰ سال گذشته ملاحظه می‌کنیم که چین با ۲۹ درصد سهم بازار بالاترین صادرات پوشاک به لبنان را به خود اختصاص داده و پس از آن ایتالیا با ۱۴ درصد، ترکیه با ۱۳ درصد و بنگلادش با ۵ درصد در رتبه دوم تا چهارم قرار گرفته‌اند. بقیه کشورها سهم کمتر از ۵ درصد در بازار پوشاک لبنان داشته‌اند. به گونه‌ای که مجموع سهم بقیه کشورها از بازار پوشاک لبنان ۳۹ درصد را تشکیل می‌دهد

سهم بازار پوشاک لبنان طی ۲۰ سال گذشته



تغییر اساسی در سهم بازار

از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۲۰ چین اولین سهم بازار خود را در بازار پوشاک لبنان حفظ کرده بود و تا سال ۲۰۱۴ ایتالیا در رتبه دوم و ترکیه در رتبه سوم قرار داشتند از سال ۲۰۱۵ ترکیه ایتالیا را پشت سر گذاشت و تا سال ۲۰۲۰ در رتبه دوم قرار گرفت و ایتالیا به رتبه سوم از سال ۲۰۱۴ تنزل پیدا کرد

بنگلادش از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۲۰ در رتبه چهارم در سهم بازار پوشاک لبنان قرار داشت

در این میان ایتالیا بیشترین کاهش سهم بازار را از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۲۲ داشته و از رتبه دوم به رتبه چهارم تنزل پیدا کرده است

در عوض ترکیه که سال ۲۰۰۳ رتبه سوم را داشته در سال ۲۰۱۵ به رتبه دوم و سال ۲۰۲۱ به رتبه اول با سرعت بسیار زیاد ارتقا پیدا کرده است

طبق مصاحبه‌هایی که با چند تن از فروشندگان پوشاک یکی از شرکت‌های حمل و نقل فعال در بازار ترکیه انجام گرفت، دلیل اصلی این افزایش سهم بازار نحوه فروش و بازاریابی و همچنین حمل و نقل خرده بار یا گروپاژ عنوان می‌شود

حمل خرده بار یا گروپاژ به شیوه‌ای از حمل و نقل اشاره دارد که در آن بارهای کوچکتر یا خرده‌تر از چندین مشتری یا حمل و نقل‌گر مختلف گردآوری و در یک حمل و نقل مشترک یا وسیله نقلیه ارسال می‌شوند. این روش به مختصر به عنوان "گروهی حمل" هم شناخته می‌شود. این امکان را فراهم می‌کند تا بارهای کوچک از چندین مبدأ به یک مقصد مشترک حمل شوند، که می‌تواند به بهره‌وری بالا و کاهش هزینه‌ها منجر شود.

با این روش حتی خرده فروشان بازار پوشاک نیز برای تامین نیازهای وارداتی خود به ترکیه سفر کرده و با خرید حداقلی آن را توسط شرکت‌های حمل خرده بار معرفی شده توسط عمده فروشان ترکیه آن را حمل و عملیات گمرکی و ترخیص آن را انجام داده و درب انبار خریدار تحویل می‌نمایند

گفته می‌شود ۳۰ درصد فروش پوشاک ترکیه از این طریق انجام می‌گیرد به علاوه فروشگاه‌های مجازی و اینترنتی خانگی نیز یکی از کسب و کارهای سریع و ارزان جوانان شده، با این روش فروشنده مجازی بعد از بازاریابی و جلب مشتری در شبکه‌های مجازی سفارش را به تولید کننده منعکس و پس از تحویل کالا به متقاضی درصد بازاریابی خود را دریافت می‌کند

عوارض گمرکی واردات پوشاک

تعرفه گمرکی واردات پوشاک تا سال ۲۰۰۰، ۳۵ درصد بود و پس از آن به ۵ درصد کاهش یافت.

با تحلیل تولید پوشاک در لبنان و روند ایجاد افزایش کارخانه‌های پوشاک کارگاه‌های تولید پوشاک متوجه می‌شویم که دهه ۹۰ دهه طلایی تولید پوشاک در لبنان بوده یکی از دلایل رشد تولید افزایش تعداد کارخانه‌های پوشاک در لبنان تعرفه بالای واردات پوشاک می‌باشد که ۳۵ درصد تا سال ۲۰۰۰ برای واردات پوشاک در نظر گرفته می‌شد. به این مبلغ ۱۱ درصد مالیات بر ارزش افزوده و ۳ درصد تعرفه حمایت از مصرف کننده نیز اضافه می‌شود که جمعاً بالغ بر ۴۹ درصد هزینه واردات پوشاک می‌شد. ولیکن در سال ۲۰۰۰ تعرفه گمرکی از ۳۵ درصد برای واردات پوشاک به ۵ درصد کاهش پیدا کرد با دقت در آمار تولید لبنان در حوزه پوشاک و ملاحظه تعداد شرکت‌های تولید کننده رابطه مستقیم کاهش تولید داخل و کاهش نرخ تعرفه گمرکی در لبنان معنادار به نظر می‌رسد. این معنا که با کاهش تعرفه واردات پوشاک از سال ۲۰۰۰ تعداد کارگاه‌های تولید پوشاک نیز کاهش یافته و منجر به تعطیلی بسیاری از کارگاه‌های تولیدی گردیده است.

واردات پوشاک مستعمل

لغو مصوبه شماره ۶۹ کابینه مورخ ۲۰/۹/۲۰۰۴ مبنی بر ممنوعیت واردات پوشاک مستعمل به لبنان:

در تاریخ ۲۰ سپتامبر ۲۰۰۴ کابینه دولت لبنان واردات پوشاک مستعمل را ممنوع اعلام کرد تا تولید کنندگان بتوانند آمادگی رقابت را در خود ایجاد کنند

پس از ۵ سال در سال ۲۰۰۹ این مصوبه لغو و واردات پوشاک مستعمل آزاد گردید. هر چند انجمن تولید کنندگان از وزیر اقتصاد و تجارت لبنان بابت لغو این مصوبه هیئت وزیران که باعث تضعیف تولید کنندگان می‌گردید شکایت داشت، ولیکن منجر به توقف واردات پوشاک مستعمل نشد

انجمن تولید کنندگان مدعی بود ۹۰ درصد بازار پوشاک توسط کالاهای مستعمل در آن زمان احاطه و تصرف شده و جایی برای پوشاک تولید داخل باقی نگذاشته است.

وزیر اقتصاد و تجارت در پاسخ این آمار را رد کرد و عنوان نمود مصرف کننده این دو کالا متفاوت هستند و هر کسی کالای پوشاک مستعمل را خریداری نمی‌کند.

آنچه هر دو از آن غافل بودند واردات پوشاک نو در قالب پوشاک دست دوم برای دو منظور قیمت گذاری پایین تر گمرکی و همچنین عدم پرداخت ۵ درصد تعرفه بود زیرا تعرفه واردات پوشاک دست دوم در لبنان صفر است و با

این ترفند نه تنها تعرفه‌ای گمرکی پرداخت نمی‌کنند بلکه با قیمت پایین‌تر و کم‌اظهاری در پرداخت ۱۱ درصد مالیات بر ارزش افزوده و سه درصد حق مصرف‌کننده نیز حداقل پرداختی واردات کالا را دارند

همین موضوع باعث گردید پوشاک نو و اوتلت برندها نیز بدون پرداخت تعرفه وارد لبنان شده و عملاً بازار تولید پوشاک لبنان را تضعیف نمایند

هرچند تولید پوشاک زنانه لبنان از نوع وارداتی آن به دلیل جمعیت بالای ۶۰ درصد مسلمان آن متفاوت است زیرا زنان محجبه پوشاک خاص خود را دارند که در کشورهای اروپایی تولید و عرضه نمی‌شود

تولید پوشاک در لبنان

تاریخچه تولید پوشاک در لبنان

در دهه ۱۹۹۰ لبنان شاهد افزایش تعداد کارخانه‌های تولید پوشاک و تغییر جهت‌گیری، از وارد کننده به تولید کننده و حتی صادرات پوشاک پیش می‌رفت

تعداد تولید کنندگان در سال ۱۹۹۴ به ۳۰۰۴ تولید کننده با ۳۱۵ و نیم میلیون دلار تولید و ایجاد اشتغال برای ۱۷۸۲۰ نفر رسیده بود. تعداد کارخانه‌های نساجی نیز به ۶۰۴ کارخانه با ۴۶۱۸ کارگر با تولید معادل ۱۱۱۸ میلیون دلار رسیدند. این دهه را می‌توان دوران طلایی تولید پوشاک در لبنان نامید.

در سال ۱۹۹۸ تعداد کارخانه‌های پوشاک رو به کاهش گذاشت و از ۳۴ کارخانه به ۲۲۶۲ کارخانه و تعداد کارکنان کارگران آنها از ۱۷۸۲۰ نفر به ۱۰۵۶۰ کارگر کاهش پیدا کرد و تولید آنها از ۳۱۵ میلیون دلار به ۲۱۲ میلیون دلار رسید

تعداد کارگاه‌های کوچک که زیر ۴ کارگر دارند نیز ۳۲ هزار کارگاه اعلام شده است.

آمار وزارت صنایع لبنان در سال ۲۰۱۸ نشان می‌دهد ۲۷۳ از کارخانه‌های مذکور باقی مانده و بقیه ورشکسته و مجبور به بستن کسب و کار خود شدند

از این تعداد ۷۴ کارخانه مکمل‌های لباس نظیر دستکش محصولات نساجی غیربافتنی دستمال حمام، شال، کراوات و سایر لوازم آماده پوشاک، لوازم جانبی پوشاک چرمی، انواع کلاه و کلاه ایمنی بودند. که در فصول ۶۱ و ۶۲ دسته‌بندی نمی‌شود

۷۳ کارخانه در تولید پوشاک بیرونی ۳۲ کارخانه منسوجات ۲۲ کارخانه برای پارچه‌های گلدوزی ثبت شدند از طرفی کاهش واردات ماشین آلات و تجهیزات مورد استفاده در صنعت پوشاک نساجی نشان دهنده کاهش حجم این بازار و تولید در کشور لبنان می‌باشد به گونه‌ای که در سال ۲۰۱۳ واردات محصولات تجهیزات نساجی ۹/۶ میلیون دلار بوده، ولی این رقم در سال ۲۰۱۷ به ۳.۴ میلیون دلار کاهش یافته، همینطور واردات نهاده‌های صنعت پوشاک که در فصل‌های ۵۰ تا ۶۰ نظام هماهنگ تعرفه گمرکی طبقه‌بندی می‌شوند نیز از ۲۶۸ میلیون دلار در سال ۹۳ به ۲۱۴ میلیون دلار در سال ۲۰۱۸ کاهش یافت که تقریباً ۵۴ میلیون دلار کاهش سالانه واردات نهاده‌های صنعت پوشاک را نشان می‌دهد

عوامل عدم موفقیت صنعت پوشاک لبنان

وزارت صنایع لبنان عواملی را که منجر به کاهش رقابت پذیری پوشاک تولید داخل لبنان می‌شود به شرح زیر عنوان کرده است:

۱. کاهش عوارض گمرکی پارچه و نخ که باعث کاهش قیمت تمام شده کالای وارداتی بوده و تولید کننده پارچه و نخ داخلی نتواند به آن رقابت کند
 ۲. کاهش یا حذف عوارض گمرکی واردات محصولات تمام شده، که باعث ورود گسترده‌تر کشورهای چین ترکیه، بنگلادش و ایتالیا به بازار لبنان گردیده است
 ۳. وضع مالیات بر ارزش افزوده بر صنایع ملی و مواد خام اولیه تولید محصولات پوشاک
 ۴. هزینه سنگین سربار تولید کننده لبنانی که آن را در مقایسه با محصولات وارداتی که باعث افزایش قیمت تمام شده محصول گردیده و امکان رقابت با محصولات ارزان قیمت وارداتی را ندارد
 ۵. واردات پوشاک دست دوم که معاف از عوارض گمرکی است و قیمت آن نیز فوق العاده پایین است
- لازم به ذکر است برای فرار از پرداخت عوارض گمرکی، قاچاق پوشاک نو نیز تحت پوشش مستعمل به صورت عدل بندی شده صورت می‌گیرد

۶. گران بودن هزینه حقوق کارگران محلی نسبت به کارگران خارجی و عدم امکان استفاده ۱۰۰ درصدی از کارگران خارجی به دلیل حمایت از نیروی کار داخلی و قوانین مربوطه باعث گرانتر شدن قیمت تمام شده کالا و عدم امکان رقابت با محصولات وارداتی گردیده است دسترسی محدود به بازارهای خارجی صادرات را برای شرکت‌های تولید کننده لبنانی سخت و هزینه تمام شده آنان را به دلیل تعرفه بالا غیر رقابتی نموده و امکان حضور در بازارهای بین‌المللی را به سختی دارند

۷. تمایل شدید مصرف کنندگان لبنانی به استفاده از برندها به جای تولید داخل

بررسیها نشان می‌دهد ۶۳ درصد از ۸۹ کارخانه تولید پوشاک لبنان، با هدف صادرات ایجاد شده و در صورت عدم دسترسی به بازارهای خارجی، ورشکست می‌شوند. این درحالی است که قیمت تمام شده پایین محصولات رقبا بویژه چین، امکان دسترسی به بازارهای خارجی را برای بسیار از کشورها از بین برده است.

توزیع

بازار پوشاک لبنان با توجه به قدرت خرید مردم دسته تقسیم می‌شود

۱- **پرمایه یا پرستیژی:** برندهای معروف جهان در اکثر مراکز تجاری بزرگ با قیمت‌های بالا کالاهای خود را برای خریداران ثروتمند و بالای متوسط ارائه می‌کنند. با وجود کاهش قدرت خرید ناشی از افزایش ۷۰ برابری قیمت ارز طی سه سال گذشته در لبنان، درصدی از مردم لبنان به دلیل داشتن درآمد ارزی، قدرت خرید خود را حفظ کردند و کماکان مشتری برندهای جهانی هستند. برای رقابت با این برندها، لازم است در مکان‌های حضور آنها به ویژه در مراکز تجاری بزرگ بیروت، نمایندگی برندهای ایرانی افتتاح و تبلیغات وسیع و ترفیعات ارائه گردد. با وجود اینکه درصد خریداران برندها در بازار لبنان حدود ۱۰ درصد تخمین زده می‌شود ولیکن به دلیل قیمت‌های بالای برندها، درصد گردش مالی آنها بالای ۴۰ درصد بازار است.

۲- **فروشگاه‌های اوتلت:** فروشگاه‌ها مدل‌های قدیمی‌تر یا با عیوب کوچک و یا خارج از فصل یا در تخفیف‌های فصلی مانند جمعه سیاه را از برندهای اصلی خریداری کرده و با قیمت‌های بین ۱۰ تا درصد اصلی ارائه می‌دهند. با توجه به اینکه اکثر مردم لبنان از طرفداران مد و برندها هستند و در بحران اقتصادی در سال گذشته قدرت خرید خود را از دست داده‌اند، تعداد فروش این فروشگاه‌ها نسبت به فروشگاه‌های اصلی برندها افزایش قابل

توجهی یافته و تقریباً ۴۰ درصد مردم مشتریان آنها هستند ولیکن با توجه به قیمت پایین آنها نسبت به نمایندگی اصلی درصد گردش مالی آنها را نمی توان بیش از ۳۰ درصد تخمین زد

۳- فروشگاه‌های دست دوم: با توجه به آزادی واردات کالاهای دست دوم به لبنان، افراد زیر خط فقر از این فروشگاه‌ها به صورت کیلویی البسه خریداری می کنند عمده مشتریان این فروشگاه‌ها اتباع سایر کشورها به ویژه پناهندگان هستند

با وجودی که تخمین زده می شود ۲۰ درصد ساکنان لبنان مشتریان این فروشگاه‌ها باشند ولیکن گردش مالی آن زیر ۱۰ درصد بازار است زیرا قیمت آنها بسیار ناچیز است

۴- بوتیک ها: این فروشگاه‌ها که بیشتر به لباس‌های زنانه و حجاب اختصاص دارد بیشتر تولیدات لبنان و یا واردات از کشورهای اسلامی دارای قرابت فرهنگی و مذهبی است. زیرا سلیقه مصرف و پوشش کشورهای عربی و اسلامی شباهت بیشتری نسبت به سایر کشورها با لبنان دارد.

لازم به ذکر است با توجه به اینکه برندهای اروپایی و آمریکایی و کالاهای دست دوم وارداتی پوشاک زنانه حجاب وجود ندارد، بوتیک‌ها عمده فروشگاه‌های آنها محسوب می گردند و در سایر فروشگاه‌ها نمی توان آنها را یافت.

از نظر حجم و گردش مالی تخمین زده میشود حدود ۲۰ درصد این بازار در اختیار بوتیک‌هاست.