



GLOBAL TRENDLER

Tekstil Sektörü

Hazırlayan:
Melike Özkaymak & Nida Karabattı

21.12.2020



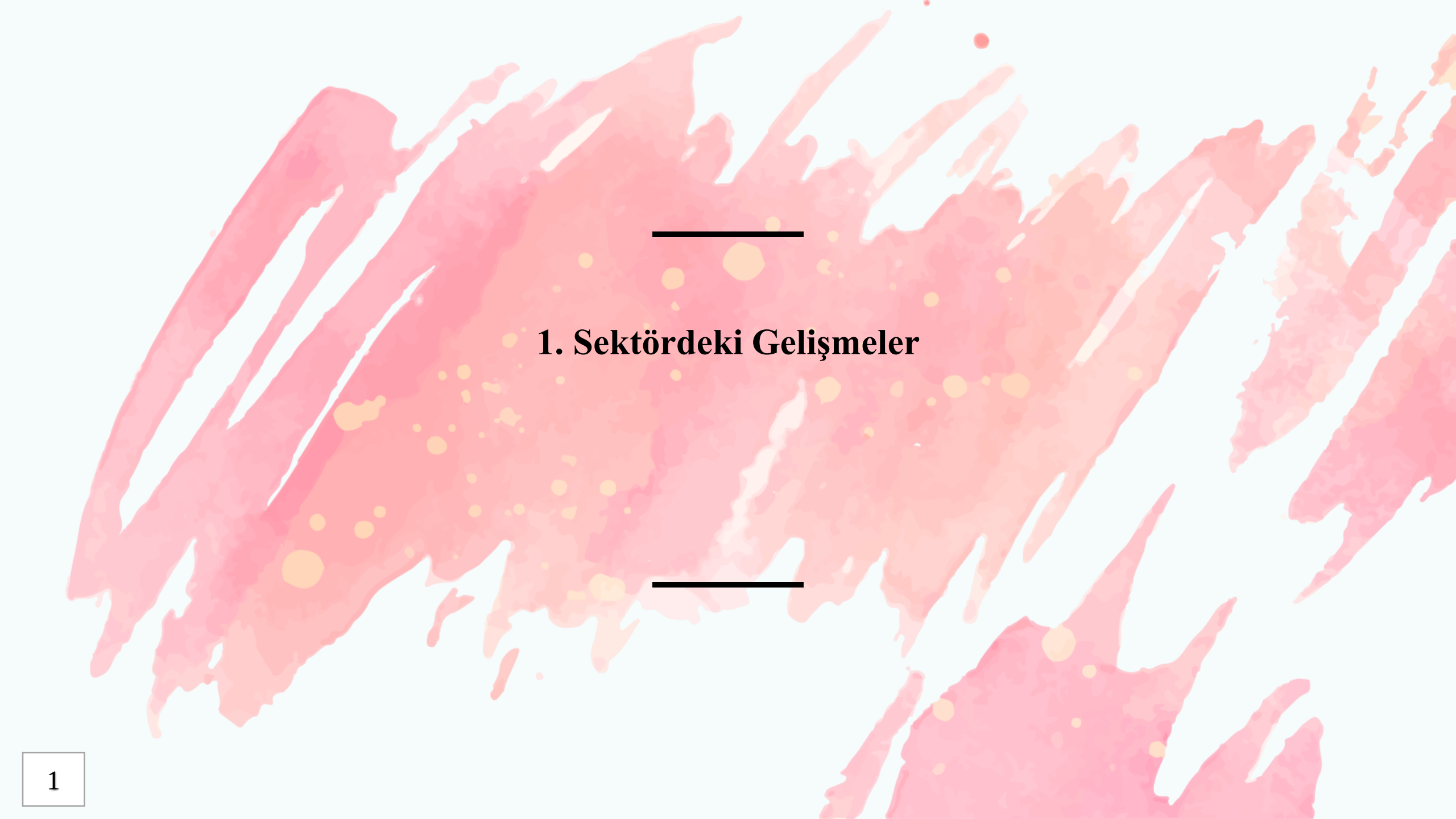
İÇERİK

01. Sektördeki Gelişmeler **Sayfa 2/3/4**

02. Sektörü Yönlendiren Unsurlar **Sayfa 6**

03. Sektörde Olası Fırsatlar **Sayfa 8/9**

04. Küresel Durum **Sayfa 11/12/13/14**



1. Sektördeki Gelişmeler

Teknolojik gelişmelerin tekstil endüstrinin geleceği üzerinde önemli etkisi bulunmaktadır. Tekstil sektörüne has gelişmeler çoğunlukla yeni makinelerin kullanımı üzerinden ilerlemektedir.

Halı Sektöründe Değişim

Halı endüstrisinde optimum fiyatlandırma, zamanında teslimat ve yüksek kalite küresel pazarı yönlendirmektedir. Sürdürülebilirliğin desteklediği teknolojik gelişmelerin, oldukça rekabetçi halı pazarındaki büyüme fırsatları için birincil ayrıcalık olması beklenmektedir. Endüstrideki paydaşlar düşük maliyetli, yüksek kaliteli halı üretimi için sürekli çaba sarf etmektedir. Yenilikçi teknolojilerin benimsenmesi daha iyi stok yönetimi, gerçek zamanlı izleme, verimli üretim döngüleri ve tedarik zinciri optimizasyonu sağlamak-tadır. Ayrıca, antimikrobiyal teknoloji, anti-alerjenik teknoloji ve LED gömülü halıların piyasaya sürülme-si, durgun pazar için yeni büyüme yolları sağlamıştır.

Bir diğer teknolojik gelişme olan akıllı halılar, halı kenarlarına entegre sensörler yardımıyla bilgisayarlarla iletişim kurabilmektedir. Akıllı kumaşlar sıcaklığı, hareketi, titreşimi ve basıncı algılayabilen halılar yapmak için kullanılmaktadır. Bu akıllı halılar, üzerine basıldığında bükülen ve bireyin yürüme şeklinin haritalanmasına yardımcı olan optik fiber ağına sahiptir. Halılar, yürüyüş desenlerinden bir düşüş veya ani bir olayı tahmin etmek için donatılırken, ayrıca bu akıllı halılar yangınlar gibi çevresel tehditleri de fark edip, erken uyarıda bulunabilmektedir.

Küresel halı ihracat pazarında Türkiye en önemli oyuncular arasında yer almaktadır. Türkiye’de teknolojik yatırımlarla üretilecek endüstriyel halılarla ve tasarım ile emeğe dayalı yöresel halı ve kilimlerle küresel halı ihracat pazarında gelişim alanı olduğu düşünülmektedir.



Artan doğal elyaf talebi

Doğal elyafların kıyafetlerden inşaat malzemelerine kadar birçok kullanım alanı mevcuttur. Doğal elyaf kompozitler nispeten daha hafiftir ve geleneksel elyaflardan daha fazla mukavemete sahiptir ve bu nedenle otomotiv endüstrisinde iç ve dış uygulamalar için geniş kullanım alanı bulmaktadır.

Çin, Hindistan ve ABD’de özellikle pamuk olmak üzere doğal elyafların bolluğu, küresel tekstil pazarının büyümesine önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır. Hem ince hem de kaba çeşitleri bulunan ipek, döşeme- de ve kıyafetlerde kullanılmaktadır. Yün ise, esnekliği, yumuşaklığı için tekstil malzemesi olarak kullanılabilmektedir.

Doğal elyaflar aynı zamanda kimyasal işlemler ile sentetik elyafların oluşturulmasını sağlamaktadır. Sentetik elyaflar, suni elyaflardan daha yüksek mukavemete sahiptir, bu nedenle sadece giyim eşyalarında değil, aynı zamanda tıp gibi çok çeşitli alanlarda da yaygın olarak kullanılmaktadır. Pamuk, ipek, yün ve jüt gibi artan doğal elyaf tüketiminin, gelecek dönemde küresel tekstil pazarını yönlendirmesi beklenmektedir.

Türkiye’de tekstil sektörü pamuk, yün gibi ihtiyaç duyulan doğal elyaflar nedeniyle tarım ve hayvancılık sektörüyle etkileşim halindedir. Bu bağlamda pamuk üretimi yıllar içerisinde artmaktadır. 2015 yılında 750 bin ton hacimlik lifli pamuk üretimi gerçekleşirken 2019 yılında üretim hacmi 950 bin tona ulaşmıştır. Türkiye’de üreticiler de artan doğal elyaf talebi doğrultusunda üretimini artırmaktadır.

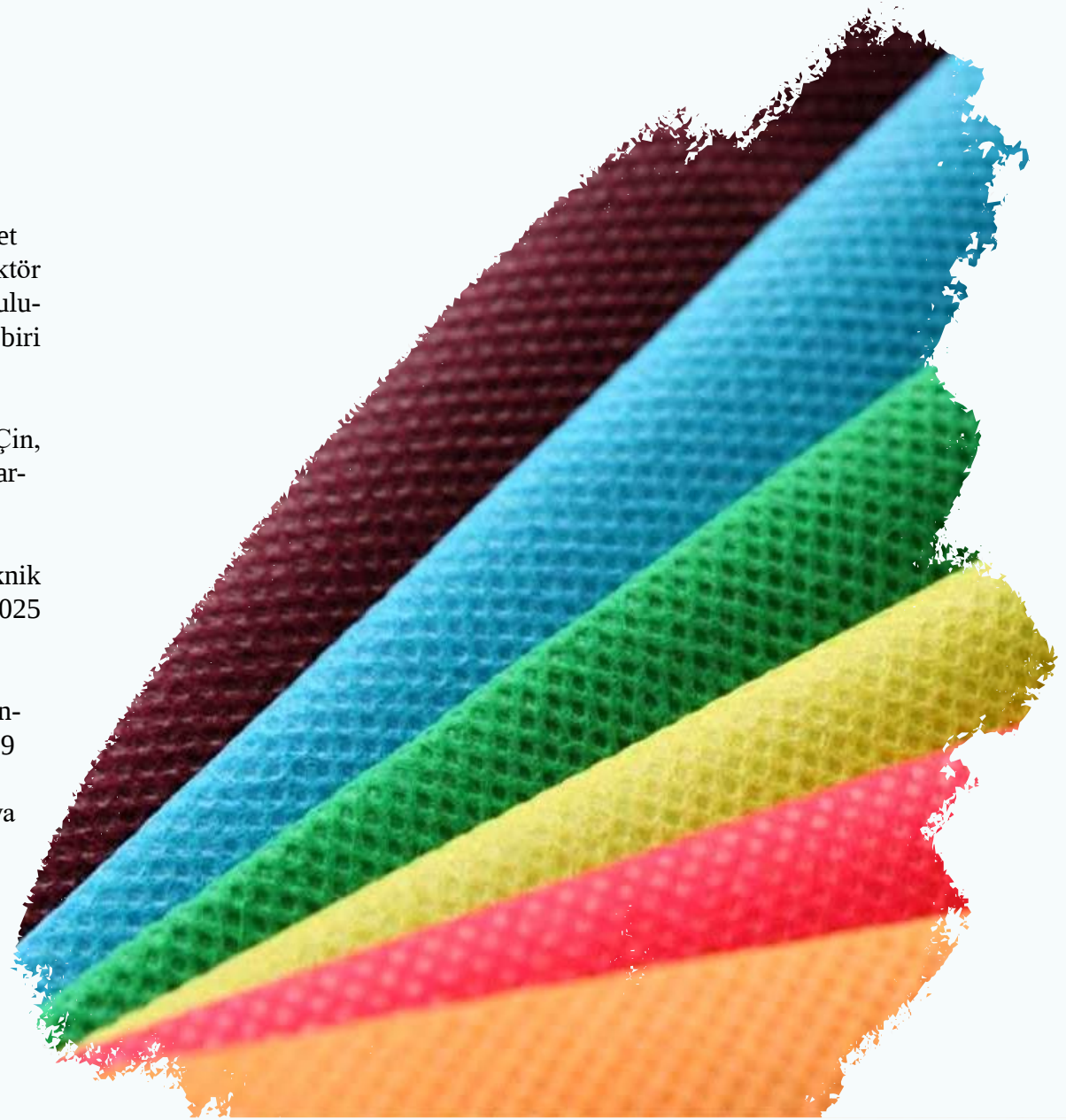
Dokusuz kumaşların yaygınlaşması

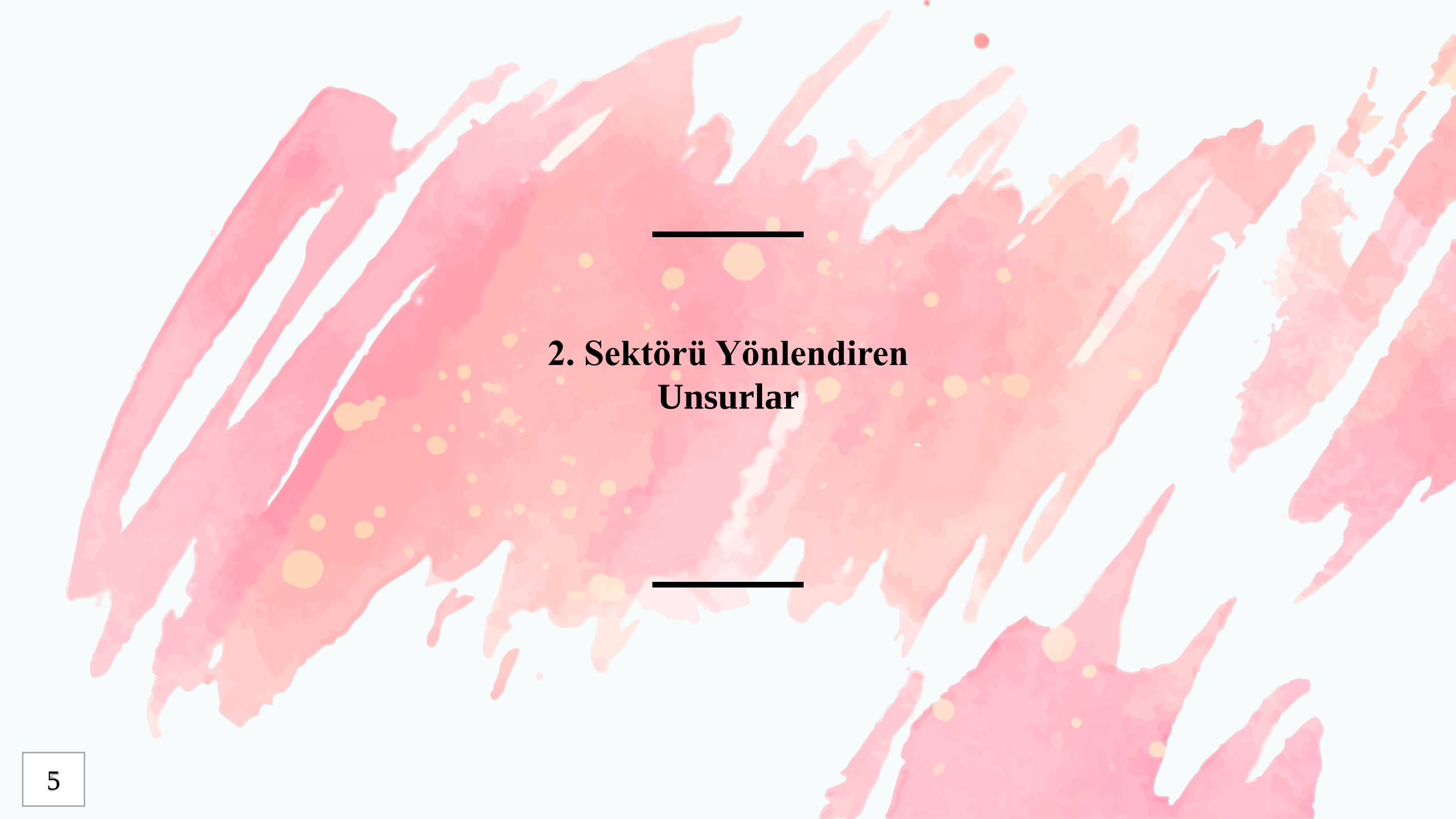
Teknolojik gelişmeler sayesinde yaygınlaşan dokusuz (non-woven) kumaşlar, hem maliyet avantajı hem de hijyen sebeplerinden yüksek kullanım potansiyeline sahiptir. Sağlık sektöründen bebek/yetişkin bezlerine, inşaattan otomotive kadar birçok alanda uygulamaları bulunan bu kumaşların yakın gelecekte tekstil sektöründe büyümenin önemli unsurlarından biri olacağı beklenmektedir.

2008-2018 yılları arasında yıllık ortalama %5,7 büyüyen dokusuz kumaş endüstrisinde Çin, büyümenin mimarlarındandır. Çin bu performansı ile üretim kapasitesini 3,3 milyon ton artırmıştır.

Küresel teknik tekstilde yüksek öneme sahip olan dokusuz kumaşların 2018 yılındaki teknik tekstil i-erisindeki tonaj cinsinden payı yaklaşık %45'tir. Dokusuz kumaş üretiminin 2025 yılına kadar yıllık ortalama %4 büyüyeceği öngörülmektedir.

Türkiye'de tekstil ve hazır giyim yan sanayi ihracatında en yüksek payı dokunmamış mensucat oluşturmaktadır. Dokunmamış mensucat %56'lık pay sahibi iken ihracat tutarı 2019 yılında yaklaşık 600 milyon dolar seviyelerindedir. Aynı zamanda küresel tekstil ve hazır giyim yan sanayiinde en önemli ürünler arasında gösterilen dokunmamış mensucat dünya da bu sektörde gerçekleşen ihracatlar içerisinde en yüksek paya sahiptir.





2. Sektörü Yönlendiren Unsurlar

Sürdürülebilirlik

Artan çevre bilinci tüketici davranışlarını etkilemektedir. Tüketicilerin %60'ı iklim değişikliği konusunda endişeli iken, %64'ü günlük eylemleri ile çevre üzerinde olumlu etki bırakmaya çalışmaktadır. Tüketicilerdeki artan çevre bilinci üreticilerin üretimde çevresel faktörleri değerlendirerek çevre dostu ürünler piyasaya sunmalarını sağlamaktadır. Bu bağlamda şirketler geri dönüşümlü plastikler, gıda atıkları, meyveler ve bitkiler gibi yan ürünlerden tekstil ürünlerinin ve kaynak malzemelerinin geri dönüştürülmesine kadar birçok çevre dostu şekilde tekstil üretimi gerçekleştirmekte veya bu amaca yönelik çalışmalar yürütmektedir.

Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Teşkilatı 40 yılı aşkın süredir deri ve deri mamullerine yönelik çeşitli faaliyetler sürdürmektedir. Bu teşkilat ürün yelpazesi oluşturma, üretim yöntemlerinde ve ürün kalitesinde iyileştirme, verimliliği artırma ve işgücü ve yönetim becerilerini geliştirme konularında kuruluşlar ile yakın işbirliği içinde çeşitli yardımlar sağlamaktadır. Öte yandan teşkilatın deri işleme ve deri ürünleri imalatında oluşabilecek çevresel kirlilik kontrolü yönünden inisiyatifleri bulunmaktadır. Bu bağlamda eko-etiketleme kavramını tanıtmıştır.

E-Ticaret

Sektör oyuncuları, tüketici hayatına olumlu etki bırakmak için teknoloji şirketleriyle birlikte çalışmakta, buna bağlı olarak gelecekte bu endüstrideki birçok üründe internet uygulamalarının kullanılması beklenmektedir.

Dünya genelinde tüketiciler giderek daha fazla çevrimiçi alışveriş yapmaktadır. Tüketicilerin bu tercihinin nedenleri arasında ücretsiz gönderim ve en iyi fiyat garantileri yer almaktadır. Ayrıca, çeşitli markalardan alışveriş yapabildikleri ve istedikleri yerden sipariş verebildikleri için kanalın sağladığı rahatlık ve olumlu deneyim de e-ticarettaki bir diğer önemli etkidir. Markalar ve perakendeciler, son yıllarda e-ticaret varlıklarını güçlendirmiş ve çok kanallı perakende stratejilerine öncelik vermişlerdir. Birçok yeni girişim de internet perakendeciliği yoluyla pazara girmektedir.

Dijital dönüşümden de yararlanarak perakendeciler, tüketicilerin hangi ürünleri istediklerini ve hangi aktivitelere en iyi yanıt vereceklerini daha iyi anlamak için müşteri verilerini toplamak ve analiz etmek üzere giderek daha fazla büyük veri ve makine öğrenimi kullanmaktadır. Bunun sonucu olarak tüketicilere kişiselleştirilmiş iletişim ve kampanyalar sağlanmaktadır.



3. Sektörde Olası Fırsatlar

Küresel giyim tüketiminin artışı

1.7 trilyon dolar olduğu tahmin edilen mevcut küresel giyim pazarı, 73,5 trilyon dolarlık dünya GSYH'sinin yaklaşık yüzde 2'sini oluşturmaktadır. İlk 8 ülkedeki giyim tüketimi, küresel tüketimin yaklaşık yüzde 70'ini oluşturmaktadır. Dört BRIC ülkesinin tümü, yaklaşık yüzde 23'lük bir payla en büyük pazarlar arasında yer almaktadır. ABD ve AB'nin toplam giyim tüketimi yüzde 40'tır ve bu bölgeler dünya nüfusunun sadece yüzde 11'ini oluşturmaktadır. Bu da bu ülkelerdeki kişi başına düşen giyim harcamasının (PEAP) dünyanın geri kalanına kıyasla çok yüksek olduğu anlamına gelmektedir.

Gelişmekte olan ülkelerin harcanabilir gelirindeki artış, hazır giyim tüketiminin artış oranının ülkelerin ekonomik büyümelerinden daha hızlı olacağı tahmin edilmektedir. Öngörülen GSYİH büyüme oranı ve bunun hazır giyim pazarındaki büyüme ile olan ilişkisine göre, küresel hazır giyim tüketiminin 2025 yılına kadar 2,6 trilyon dolara çıkacağı beklenmektedir.

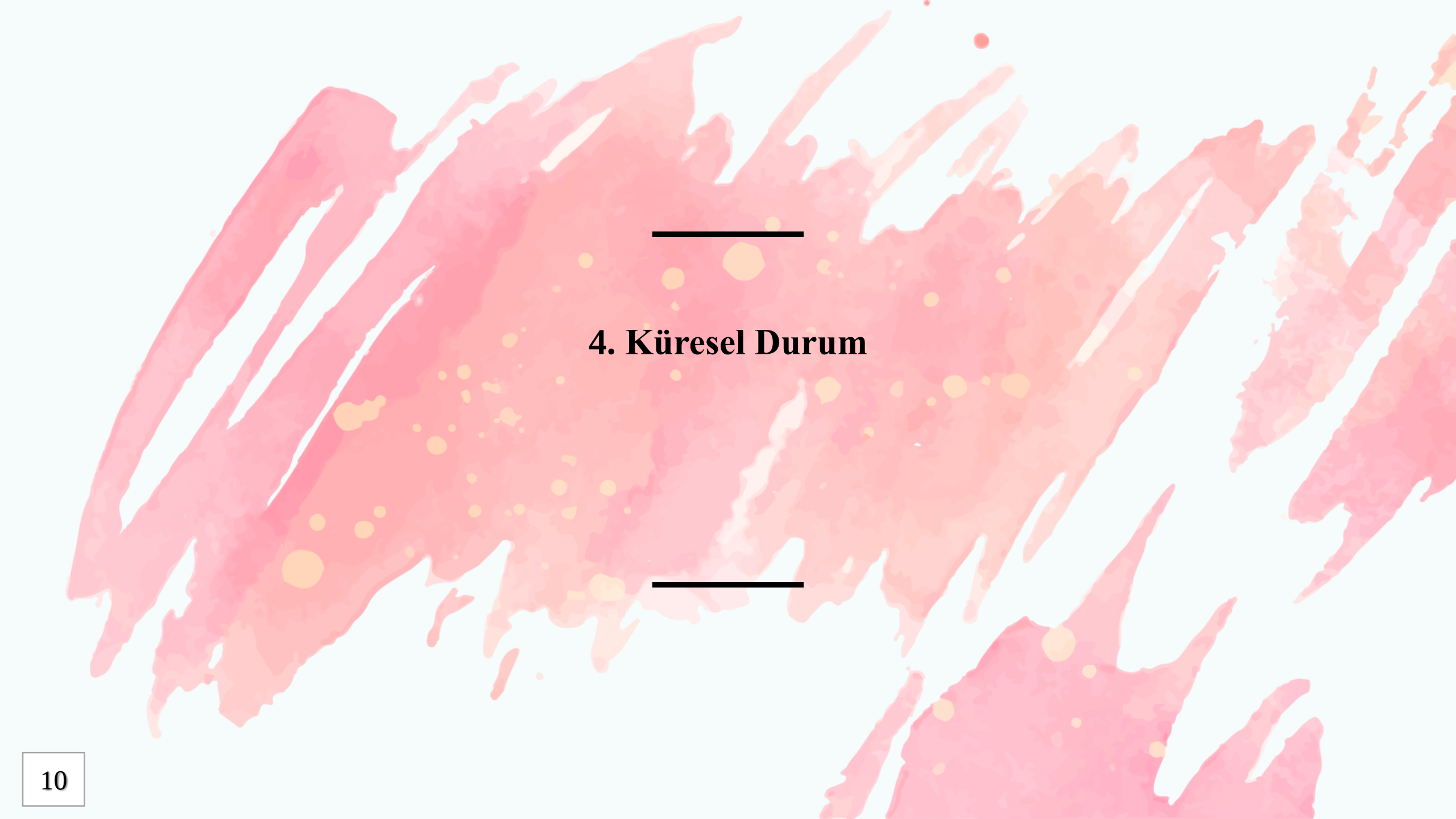
Serbest ticaret anlaşmaları

Tekstil ve hazır giyim endüstrisi emek yoğun bir endüstridir. Bu nedenle birçok ülke, yerli üreticilerin çıkarlarını korumak için yüksek görevler yükleyerek korumalı bir rejim benimsemektedir.

AB, ABD ve Japonya gibi kilit giyim pazarları, birkaç önemli imalat ülkesiyle birden fazla pazara erişim düzenlemelerine sahiptir. Ya farklı ticaret düzenlemelerine girdiler ya da belirli ülkelere özel statüler sağladılar, böylece tarife oranlarını düşürdüler ya da ortadan kaldırdılar. Bangladeş, Türkiye, Sri Lanka, Pakistan vb. ülkeler, esas olarak bu pazarlardan birine veya daha fazlasına sahip oldukları tercihli vergi erişimi nedeniyle büyük hazır giyim ihracatçıları olarak ortaya çıktılar. Aslında Çin, ABD, AB veya Japonya'ya özel pazar erişimi olmayan tek büyük tekstil ve konfeksiyon üreticisidir. Hindistan, Japonya ile CEPA'ya sahiptir, ancak Hindistan'ın Japonya'ya tekstil ve konfeksiyon ihracatı düşüktür.

Serbest ticaret anlaşmaları küresel tekstil ve konfeksiyon endüstrisinde hayati önem kazanmaktadır. ABD ve AB, Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı (TTIP) için müzakerelere başlamıştır; ABD ve diğer 11 ülkeyi içeren Trans-Pasifik Ortaklığı (TPP) imzalanmış ve Hindistan, Çin, ASEAN ülkeleri ve diğer dört ülke, Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklığı (RCEP) kurmak için müzakereler başlatmıştır. Bu üç mega STA, nüfusun yanı sıra kümülatif ekonomi büyüklükleri nedeniyle küresel ticaret ve yatırım akışını değiştirme potansiyeline sahiptir.

Bu STA'ların dışında, tekstil ve konfeksiyon sektöründeki küresel ticaret ve yatırım akışını etkileyecek çeşitli uygulama aşamalarında başka ikili anlaşmalar da bulunmaktadır. Örneğin, 2018'den itibaren yürürlüğe girecek olan Vietnam-AB Serbest Ticaret Anlaşması'nın (VEFTA), Çin, Bangladeş, Türkiye, Hindistan ve Fas gibi diğer büyük ihracatçılara göre Vietnam'ın AB'ye hazır giyim ihracatını artırması beklenmektedir.



4. Küresel Durum

Çin ve Hindistan'da büyük pazar fırsatları

Çin ve Hindistan, dünya ticaretinde lider konuma gelmek için geniş insan kaynakları tabanını, düşük üretim maliyetlerini ve büyük ölçekli altyapısını başarıyla kullanmıştır. Çin, sektörler arasında yatırımları çekmede ön saflarda yer alırken, Hindistan da hızla Çin'e yetişmektedir. Aslında, Hindistan, 2015 yılında en büyük doğrudan yabancı yatırımcı alıcısı olarak Çin'in yerini almıştır. Çin ve Hindistan'da büyüyen giyim pazarının, küresel giyim tüketiminin önemli bir bölümünü temsil eden birkaç gelişmiş pazarın önüne geçmesi beklenmektedir. Küresel belirsizliklere rağmen, Çin pazarı yıllık yüzde 15 büyürken, Hindistan pazarı 2007'den 2015'e yüzde 11 büyümüştür. Bu durum, artan tüketici sınıfına ve bu iki ülkedeki harcama gücündeki sürekli büyümeye bağlanabilir.

Çin ve Hindistan'ın mevcut hazır giyim pazarı büyüklüklerinin sırasıyla 237 milyar dolar ve 59 milyar dolar olduğu tahmin edilmektedir. Önümüzdeki birkaç yıl içinde, bu iki ana pazarın hazır giyim tüketiminin önemli bir bölümünü temsil edeceği beklenmektedir. Her iki pazar da geçmişte küresel belirsizliklere ve durgun talebe rağmen güçlü bir büyüme göstermiştir. 2007'den 2015'e kadar, Çin pazarı yüzde 15'lik yıllık büyüme gösterirken, Hindistan pazarı yüzde 11'lik biraz daha düşük bir büyüme kaydetti. Bununla birlikte, her iki pazar da ekonomik koşullardaki bir değişikliğin düşük talep artışına yol açtığı en büyük tüketim bölgelerinden (ABD, AB ve Japonya) daha iyi performans göstermiştir.

Önümüzdeki on yılda hem Çin hem de Hindistan ekonomilerinin yüksek büyüme oranlarını sürdürmesi bekleniyor. Bu her iki ülkede de hazır giyim pazarındaki büyümenin ana itici gücü olacaktır. Araştırmalar, 2.500 \$'ın üzerinde bir kişi başına GSYİH elde ettikten sonra, ülkelerin tüketici harcamalarının önderliğinde bir ekonomik büyüme ivmesi yaşadıklarını gösteriyor. Hindistan ekonomisinin 2020 yılına kadar bu hedefe ulaşması beklenirken, Çin bu seviyeyi çoktan geride bıraktı.

Ekonomik büyümenin yanı sıra, Hindistan'ın pazar genişlemesinin, artan genç nüfus ve yüksek satın alma gücü, ihtiyaca dayalı satın alımdan istek temelli satın almaya geçiş, şehirleşme ve daha kolay erişime sahip yeni perakende formatlarının büyümesiyle desteklenmesi beklenmektedir. Çin için, tek çocuk politikasının kaldırılmasıyla çocuk giyimine yönelik özel talebin artması beklenmektedir. Benzer şekilde outdoor giyim ve hızlı moda kategorilerinin talebi de hızla artmaktadır. Çinli müşterinin çevrimdışından çevrimiçi perakende kanalına harcamalarında da kademeli bir artış vardır.



Yükselen Çin iç pazarının etkisi

Çin, son yirmi yılda küresel ticarete yüzde 40'ın üzerinde bir payla hakim oldu. Çin şu anda özel tüketimin GSYİH büyümesinin ana itici gücü olarak yatırımın yerini aldığı ve sonunda GSYİH'nın en büyük payını oluşturacağı bir noktadadır. Yüksek yatırım seviyeleri tüketime dönüşmekte, giyim gibi ihracata yönelik sektörlerde yapısal değişiklikler yaratmaktadır.

2001 ve 2014 yılları arasında Çin'in giyim ihracatı beş kattan fazla artarak 32 milyar dolardan 173 milyar dolara çıktı ve Yıllık bileşik büyüme oranı yüzde 14 arttı. Ancak son birkaç yılda büyüme yavaşladı.

İç talepteki yüksek büyüme, ücret artışı, imalatın daha katma değerli segmentlere doğru hareket etmesi ve imalatın komşu ülkelere kaydırılması, Çin'in ihracat hızındaki büyümenin yavaşlamasına neden olacaktır. Bununla birlikte, geniş kara üssü, bol kaynakları, insan gücü ve büyük üretim yapısı ile Çin, öngörülebilir gelecekte tek en büyük hazır giyim üreticisi olmaya devam edecektir. İhracat, yalnızca Çin'in yerel pazarının yerel imalat için daha cazip hale geldiği durumda yavaşlayacaktır.

2025 yılında Çin'in küresel ihracattaki payındaki azalma, diğer hazır giyim ihracatçısı ülkelerin rekabet edeceği 50 milyar dolarlık bir değere tekabül etmektedir. Bu fırsattan yararlanacak ülkeler, rekabetçi üretim maliyetine, kilit pazarlarla serbest ticaret anlaşması avantajına ve iyi ihracat altyapısına sahip olanlar olacaktır. Ancak, ele alınacak ana konu, tekstil kapasitesinin ve üretim ölçeğinin Çin'inkiyle karşılaştırılabilir gelişimi olacaktır. Üretkenliğin ötesinde, hizmet ve ürün geliştirme, Çin'in yarattığı boşluğu doldurmak için önemli olacaktır. ABD ve AB ile serbest ticaret anlaşmaları ek bir avantaj olacaktır, ancak Çin'in onlarsız geliştiğini belirtmek önemlidir. ABD'nin en büyük beş hazır giyim tedarikçilerinden hiçbiri - Çin, Vietnam, Bangladeş, Endonezya ve Hindistan - bugün ABD'ye herhangi bir tercihlili erişime sahip değildir. Aksine, CAFTA, AGOA vb. ülkelerden ihracat son yıllarda küçülmeye devam etmiştir. Çin'deki büyüme yavaşlamasından en çok yararlanabilecek ülkeler arasında Vietnam, Etiyopya, Kenya, Myanmar, Bangladeş ve Hindistan bulunmaktadır.



KÜRESEL BAKIŞ

2018 yılı pazar büyüklüğü 900 milyar doların üzerindeki tekstil sektörünün 2024 yılına kadar yıllık ortalama %4'lük büyüme oranı kaydederek 1,2 trilyon doları aşacağı öngörülmektedir. Büyümesini sürdürmesi beklenen tekstil endüstrisindeki dominant oyuncular Çin, ABD, Avrupa Birliği (AB) ülkeleri ve Hindistan'dır. Çin, dünyanın önde gelen ham tekstil ve konfeksiyon üreticisi ve ihracatçısıdır. ABD ise ham pamukta üretim ve ihracat lideri iken, aynı zamanda ham tekstil ve konfeksiyonun önemli ithalatçısıdır. AB ise 450 milyona yaklaşan nüfusu ile tek başına küresel tekstil pazarının beşte birini oluşturmaktadır. AB içerisinde tekstil sektöründe öne çıkan ülkeler Almanya, İspanya, Fransa, İtalya ve Portekiz'dir. Dünya genelindeki en büyük üreticiler arasında yer alan Hindistan ise toplam tekstil üretiminin %6'sından fazlasını gerçekleştirmektedir.

Küresel halı kilim üretimi ise 2019 yılında 45 milyar dolarlık büyüklüğe ulaşmıştır. 2030 yılına kadar küresel üretimin yıllık ortalama %5'in üzerinde büyümesi ve pazar büyüklüğünü 80 milyar dolara çıkarması beklenmektedir. Halı ve kilim üretiminde ABD ve Çin, %21'lik payları ile üretimde lider konumda yer alırken üçüncü en büyük küresel üretim üssü %7'lik payı ile Türkiye'dir. Halı kilim üretiminde 2030 yılına kadar beklenen yıllık ortalama büyüme oranları ise ABD'de %2,7, Çin'de %7,8 ve Türkiye'de ise %9,9'dur.

Euromonitor'e göre Türkiye'de halı kilim üretim büyüklüğü 2019 yılında 3,2 milyar dolar seviyelerindedir. Halı kilim üretiminde dünyanın en büyük üreticilerinden biri olan ülkemizde 2030 yılına kadar sektörel büyüklüğün iki katın üzerine çıkarak 7 milyar dolara ulaşacağı öngörülmektedir.

TABLOLARDA KÜRESEL DURUM

Dünya Giysilik Kumaş ve Ev Tekstili İhracatında İlk 10 Ülkenin Payı			
İhracatçı Ülkeler	2017 (1000 Dolar)	2018 (1000 Dolar)	2019 (1000 Dolar)
ÇİN	336.726.758	350.501.319	347.735.035
ALMANYA	48.403.611	53.356.876	52.211.986
VIETNAM	37.965.960	43.505.249	48.214.974
İTALYA	43.400.701	46.704.927	45.497.702
BANGLADEŞ	37.044.139	41.305.079	42.691.501
HİNDİSTAN	36.292.882	36.324.481	35.455.221
ABD	33.198.250	34.466.106	32.936.700
TÜRKİYE	26.614.017	27.794.223	27.959.407
POLONYA	20.039.109	23.978.166	23.882.612
İSPANYA	21.457.612	22.142.598	22.172.305
DÜNYA	970.104.065	1.027.995.619	1.021.174.335

Dünya Giysilik Kumaş ve Ev Tekstili İthalatında İlk 10 Ülkenin Payı			
İthalatçı Ülkeler	2017 (1000 Dolar)	2018 (1000 Dolar)	2019 (1000 Dolar)
ABD	175.412.472	185.283.312	181.025.148
ALMANYA	69.126.758	73.148.541	70.668.996
JAPONYA	40.528.506	43.433.768	43.059.246
İNGİLTERE	41.117.675	42.191.690	42.023.891
FRANSA	39.350.589	42.318.566	41.352.173
ÇİN	29.633.043	32.419.907	31.071.215
İSPANYA	26.653.558	28.477.801	28.248.675
İTALYA	26.216.412	28.148.395	27.188.585
HOLLANDA	22.176.736	25.165.198	26.084.776
KANADA	21.597.104	22.218.708	22.393.781
DÜNYA	883.357.851	945.324.523	933.180.159

AR-GE VE PROJELER MÜDÜRLÜĞÜ
İLETİŞİM

Melike Özkaymak
Proje Uzmanı

Tel: 02242948527
E-mail:mozkaymak@btso.org.tr

Nida Karabattı
Proje Uzmanı

Tel: 02242948528
E-mail:nkarabatti@btso.org.tr