

Türkiye Denim Sektörü

Dış Ticaret Raporu



Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Ar-Ge Şubesi

Kasım 2017

İçindekiler

Denim.....	3
Türkiye’de Denimin Yeri ve Önemi	5
Dünyanın En Büyük Denim Markaları.....	7
Türkiye’nin Denim Kumaş İhracatı (Ülkeler) 2015-2016 Dönemi.....	8
Türkiye’nin Denim Kumaş İhracatı (Ülkeler) 2016-2017 Ocak Ekim Dönemi	9
Türkiye’nin Denim Giysi İhracatı 2015-2016 Dönemi Ülkeler	11
Türkiye’nin Denim Giysi İhracatı (Ocak - Ekim Dönemi) Ülkeler	12
Türkiye’nin Denim Giysi İhracatı (Ürün Grubu Bazında)	13
Değerlendirme	15
Kaynakça.....	16

Denim

Spor giyim ve özellikle Jean pantolon yapımında kullanılan kaba, dayanıklı bir kumaştır.

“Denim” adı nereden geliyor?

Denim, Fransa'nın “de Nimes” kentinde üretilmeye başlandığı için, “Nimes'den gelen” anlamını taşıyan adını bu şehirden almıştır. İlk kez Fransa'nın Nimes ve İtalya'nın Cenova kentlerinde iş giysisi olarak dokunmaya başlandı. Blue jean'in kökeninde Cenova'lı denizcilerin “Bleu de Genes” (Cenova mavisini) diye adlandırılan mavi pamuklu pantolonları yatmaktadır.

Jean markalaşma süreci

1850 yılında kurulan Levi Strauss & Co. denim kumaşından işçi elbiseleri üretmeye başladı. Jean'in tüm dünyada “vazgeçilmez” oluşu, Levi Strauss sayesinde oldu. 1940'larda Lee ve Levi's arasındaki rekabet kumaş tiplerinin zenginleşmesini sağladı. 1947'de Wrangler de pazardan pay almaya başladığında, blucin uniseks bir giysi haline gelmiş, sektörü ne olursa olsun, işçiler arasında tulum ve salopet denimler çok yaygınlaşmıştı. James Dean, Marlon Brando, Elvis Presley gibi dönemin ünlülerinin jean giymeleri de, bu giysinin daha geniş kitleler tarafından beğenilmesinde büyük rol oynadı. Jean, Marilyn Monroe gibi yıldızların sayesinde, kadınlar modasına da damgasını vurdu.

Denim kumaşının markalaşması ve moda ürünü olması

1950'li, 1960'lı yıllardaki talep çeşitliliği, üreticileri farklı yıkama teknikleri ve denim kumaşa uygulanabilecek renkler konusunda harekete geçirdi. 1980'ler sonunda, vücudu saran, lycra karışımı denim kumaşından üretilen dar paçalı jean'ler yaygınlaşmaya başladı. Jean'in her kesimde popüler olması, haute couture yaratıcılarını da yeni çalışmalara itti. Yves Saint Laurent, 1970 yılında, blucini podyuma çıkardı. Onu Calvin Klein, Armani, Valentino gibi modacılar izledi.

Blue Jean Üretim Aşamaları

Blue Jean, indigo ile boyanmış denim kumaşından üretilir. Jean, kesim, dikim, yıkama, durulama, kurutma, ütü aşamalarından geçtikten sonra paketlenmeye hazır hale gelir. Bu işlemler içinde en önemlilerinden biri olan yıkama, kumaşa farklı renk ve etkiler vermeye yarar. Elde edilmek istenen etkiye göre, jean, ön yıkamadan sonra çeşitli işlemlerden geçirilir.

İndigo

İndigo, “indigofera tinctoria” bitkisinin yapraklarından üretilen boyarmaddedir. Kullanımı MÖ 1600 yıllarına dek uzanan indigo, Hindistan, Endonezya, Çin ve Afrika'da bulunmuştur. Mavi olan indigonun, gri, yeşil ve kırmızı tonları bulunur. Boya üreticileri indigonun özelliklerini taşıyan farklı renklerde boya denemeleri yapmaktadırlar. Ancak bugüne dek yapılan denemeler başarısız olmuş, rengin solması sağlanamamış ve elyafa nüfuz etmesi engellenememiştir. İndigo bir kerede ipliğe nüfuz etmediği için, ipleri indigo teknesine

batırma işlemi istenen ton elde edilene dek sürdürülür. Tekneye daldırma ne kadar çok tekrarlanırsa, o kadar koyu renk elde edilir. Boya işlemi bittikten sonra, ölü boya, yıkama teknikleri sayesinde iplik üzerinden alınır.

Taşlanmış görüntü ve diğer efektler

Kumaş, önce dokuma ve konfeksiyon için gerekli maddelerden arındırılır. Ardından “ponza taşları” ile, istenen renk elde edilene dek yıkanır. Bu taşın kumaş üzerinde aşındırıcı ve boyanın tekrar kumaşa yapışmasını engelleyici etkisi bulunmaktadır. Bunu izleyen aşamada, kimyasal işlemlerle mavi ve beyaz arasındaki kontrast artırılır. Ağartma işleminde ise, kullanılan kimyasallar artırılır ve renk buz mavisine dönüşür. Ayrıca “rodeo” adı verilen aşamada, kumaşa özel kabinlerde yapılacak püskürtmeyle belirli bölgelerin ağartılması sağlanır.

Türkiye’de Denimin Yeri ve Önemi

Türkiye’nin denim ile tanışması ise II. Dünya Savaşı sonralarına rastlamaktadır. II. Dünya Savaşı’ndan sonra Avrupa’daki gibi Türkiye’de de Amerikan üsleri kurulmuştur. Amerikan askerinin üniformalarıyla birlikte sivil hayatta giydiği blue jeans rağbet görmeye başlamıştır.

Az olduğu için de ikinci el edinmek önemli olmuş ve askerlerden kullanılmış blue jeans’ler satın alınmıştır. O zamanlar “yıkılmış jeans” diye bir kavram yoktur. Üretimin nihai aşaması olarak da yıkanması söz konusu değildir. Son derece sert olan denim kumaş; ancak uzun bir kullanım süreci sonucunda o tatlı, herkesi peşinden koşturan, denim mavisini halini almaktadır. Bu süreci çabuklaştırmak için deniz kıyısında taşlamak, tahta fırça ile fırçalamak, vücuda otursun diye denize pantolonla girmek gibi yöntemler denenmiştir.

1940’lardan itibaren hazır giyim eşyası üreticileri için başta Silahlı Kuvvetler olmak üzere diğer büyük kamu kuruluşlarının personel giysisi ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik açtığı ihaleler, denim kumaş pazarının önemli bir bölümünü oluşturmuştur.

Daha sonraki yıllarda Türk blue jeans’ine marka olarak soyadını veren Muhteşem Kot, Avrupa’ya yaptığı bir gezi sırasında blue jeans ile karşılaşmış ve araştırdığında blue jeans’in Amerika’da kovboylar ve tarım işçileri tarafından giyildiğini öğrenmiştir. Türkiye’de de işçi ve köylünün giyebileceği sağlam, rahat ve bakımı kolay bir pantolon olabileceğini düşünüp blue jeans üretimine başlamıştır. “Kot” bir marka olarak 1958 yılında tescil edilmiştir. Böylece Muhteşem Kot’un girişimiyle blue jeans, yaklaşık yüzyıl sonra Amerika’dakinin aynı işleviyle İstanbul’daki tarihine başlamıştır. Henüz bir moda nesnesi olarak sayılması beklenemeyen bu yıllardaki kot, tam anlamıyla bildiğimiz blue jeans gibi değildir. İlk jeans’ler bugünküleri andırmakla birlikte günümüzdeki görünümüne sahip değildir.

Çünkü denim kumaşı Hindistan’da doğal yollardan elde edilen “indigo” boyar maddesi ile boyanan iplikle dokunmadığından yıkanma ve aşınma sonucu rengi açılmamakta hep koyu lacivert kalmakta, sadece zamanla güneşin etkisiyle sararmaktaydı. İndigo yerine naftal boyayla blue jeans kumaşı Akfil firması tarafından üretilmeye başladığında ise üretim kapasitesi ihtiyacın % 10’unu bile karşılayamıyordu; çünkü piyasa koşulları yatırımcının serbest hareketlerine izin vermiyordu. Akfil, naftal boyayla denemeler yapmış fakat indigo efektini elde edememiştir. Yine de “Naftalı indigo” adı altında satış yaparak piyasada yer almıştır. Blue jeans talebinin hem iç pazarda hem bütün Avrupa’da patlaması ve iç pazar için istenilen oranda kumaş bulunamaması, üretimi düşürmemek için dış pazara yönelmeyi gündeme getirmiştir. Tekstil sanayinde 80’li yıllarda yapılan büyük atılım, denim üretimine de yansımış ve birçok uluslararası markanın, üretimlerini Türkiye’ye kaydırmasıyla başlayan ihracata yönelik blue jeans üretimi büyük bir artış kaydetmiştir. Türkiye, özellikle 1980’lerin başından itibaren bir tekstil ülkesi olarak nitelendirilmiştir. Bu oluşumun temelinde sadece Türkiye’de yaşanan gelişmeler değil, Avrupa Birliği ve ABD’nin daha ucuz üretim olanakları bulmak için Doğu’ya yönelmesi de yatmaktadır. Başta işgücü olmak üzere üretim girdisi maliyetlerinin düşük olduğu Çin, Rusya, Hong Kong gibi ülkeler, hazır giyim pastasından pay alırken; bunlar arasından

Türkiye sivrilmıştır. İthalat politikasını değiştiren Türkiye, piyasalarını ithal markalara açmış, bunların üretimini de sınırları içine çekmiştir.

Birçok uluslararası hazır giyim kuruluşunun ekonomik ve kaliteli üretim koşulları arayışında, kendileri için aynı zamanda bir pazar da olan Türkiye'yi tercih etmesi kaçınılmaz olmuştur. Bu gelişmelere paralel olarak tekstilin her kolu bir anda gözde sektör oluvermiştir. Ama tekstildeki patlamanın nedeni; sadece bu firmaların pazarlama politikalarının başarısından değil, Türkiye'nin, Avrupa'ya yakınlığını coğrafi bir avantaj olarak değerlendirmesinden de kaynaklanmaktadır. Üretimde hız çok önemli olduğu için, talep edilen kapasiteye ve kalite standartlarına uyum sağlayabilen sanayiciler, hiç zorlanmadan ihracata yönelik üretim yapabilmışlerdir.

Dünyanın En Büyük Denim Markaları

Denim sektöründe dünyanın en büyük markaları en başta ABD (Levi's, Wrangler, Lee vb.) olmak üzere, Japonya (Edwin, Evisu) İtalya (Giorgio Armani, Diesel) Hollanda (G-Star), Türkiye'de (Mavi Jeans) ortaya çıkmıştır.

Denim üretiminin başlangıç yeri Fransa olmasına rağmen denim markalaşması ve bir moda ürünü haline getirilmesi ABD'de olmuştur.

Türkiye'de denimi markalaştıran 1991 yılında kurulan Mavi Jeans olmuştur. Mavi Jeans aynı zamanda Türkiye'den çıkan ilk uluslararası moda markasıdır.

1921 Jeans	dvb – Denim	Juicy Courture	Paper Denim
45rpm	Earl Jeans	Kasil	PRPS
575 Denim	Earnest Sewn	Ksubi	Rag & Bone
7 for all Mankind	Edwin	LA Denim Atelier	Red Monkey
Acne Jeans	Evisu	Lee Jeans	Rock & Republic
AG Jeans	G Star	Levi's	Samurai
Antik Denim	Genetic Denim	Loomstate	Serfontaine
Cheap Monday	Giorgio Armani	Mavi Jeans	Siwy Denim
Citizens of Humanity	Hudson Jeans	Miss Sixty	Sugarcane
Current/Elliot	Iron Heart	Naked & Famous	True Religion
Del Forte Denim	J Brand	Nudie	William Rast
Diesel	Joe's Jeans	Paige Premium	Wrangler

Türkiye'nin Denim Kumaş İhracatı (Ülkeler) 2015-2016 Dönemi

Türkiye'nin Denim Kumaş İhracatı (2015-2016)					
	Ülke	2015	2016	Fob \$ %	Pay %
1	Tunus	50.724.114	58.222.466	14,78%	14,72%
2	İtalya	57.234.964	49.596.342	-13,35%	12,54%
3	Mısır	40.744.437	43.355.182	6,41%	10,96%
4	Fas	21.539.742	39.385.500	82,85%	9,96%
5	Bangladeş	28.168.920	26.336.378	-6,51%	6,66%
6	Hong Kong	28.102.351	24.201.269	-13,88%	6,12%
7	Almanya	14.578.846	17.135.537	17,54%	4,33%
8	Birleşik Devletler	13.233.717	15.059.473	13,80%	3,81%
9	Çin Halk Cumhuriyeti	12.477.673	14.390.158	15,33%	3,64%
10	Vietnam	15.380.387	11.013.760	-28,39%	2,78%
11	Macaristan	7.036.458	9.924.568	41,04%	2,51%
12	Portekiz	7.480.436	6.490.886	-13,23%	1,64%
13	Ukrayna	1.199.758	6.415.870	434,76%	1,62%
14	Polonya	10.209.274	5.627.370	-44,88%	1,42%
15	İran	5.341.712	5.480.801	2,60%	1,39%
16	İspanya	4.903.234	4.935.006	0,65%	1,25%
17	Romanya	4.450.132	4.913.795	10,42%	1,24%
18	Meksika	7.205.967	4.520.937	-37,26%	1,14%
19	Kolombiya	5.151.479	4.005.390	-22,25%	1,01%
20	Endonezya	4.171.282	3.935.755	-5,65%	0,99%
	Genel Toplam	378.074.671	395.617.926	4,64%	100,00%

Türkiye 2016 yılında dolar bazında %4,6 artış ile 395 milyon dolar denim kumaş ihracatı gerçekleştirmiştir. Denim kumaş ihracatımızda ilk beş ülke sırasıyla 1. Tunus 2. İtalya 3. Mısır 4. Fas 5. Bangladeş'tir. Tunus'a ihracat %14,7 artış ile 58,2 milyon dolar, İtalya'ya ihracat %13,3 azalış ile 49,5 milyon dolar, Mısır'a ihracat %6,4 artış ile 43,3 milyon dolar, Fas'a ihracat %82,8 artış ile 39,3 milyon dolar ve Bangladeş'e ihracat %6,5 azalış ile 26,3 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

2016 yılı itibarıyla ihracatımızda Kuzey Afrika, Avrupa ve Uzak Doğu ağırlıklı bölgelerdir. İhracatımızdaki ilk 20 ülkeye gerçekleştirilen ihracat, toplam ihracatın yaklaşık %90'ını teşkil etmektedir.

Türkiye'nin Denim Kumaş İhracatı (Ülkeler) 2016-2017 Ocak Ekim Dönemi

Türkiye'nin Denim Kumaş İhracatı (Ocak - Ekim Dönemi)					
	Ülke	2016	2017	Fob \$ %	Pay %
1	Tunus	50.974.773	43.873.891	-13,93%	13,96%
2	Mısır	36.179.513	41.471.599	14,63%	13,20%
3	İtalya	43.934.752	34.039.074	-22,52%	10,83%
4	Fas	32.868.805	31.335.845	-4,66%	9,97%
5	Bangladeş	23.301.481	26.727.563	14,70%	8,51%
6	Hong Kong	22.821.781	21.761.926	-4,64%	6,92%
7	Almanya	14.521.526	17.302.595	19,15%	5,51%
8	Birleşik Devletler	12.340.482	12.061.531	-2,26%	3,84%
9	Çin Halk Cumhuriyeti	13.066.427	11.060.703	-15,35%	3,52%
10	Macaristan	9.311.432	7.146.220	-23,25%	2,27%
11	Vietnam	9.772.418	5.731.111	-41,35%	1,82%
12	Portekiz	5.726.062	5.030.316	-12,15%	1,60%
13	Mersin Serbest Bölge	2.130.128	4.672.252	119,34%	1,49%
14	Polonya	4.944.640	4.384.664	-11,32%	1,40%
15	Sırbistan	3.372.946	4.229.767	25,40%	1,35%
16	İran	4.309.906	3.935.503	-8,69%	1,25%
17	Romanya	4.244.942	3.600.313	-15,19%	1,15%
18	Meksika	4.129.783	3.274.293	-20,72%	1,04%
19	Ukrayna	4.706.605	3.193.726	-32,14%	1,02%
20	Kamboçya	3.079.265	3.015.794	-2,06%	0,96%
	Genel Toplam	342.234.906	314.253.259	-8,18%	100,00%

Türkiye'nin denim kumaş ihracatı 2017 yılının ilk 10 aylık döneminde dolar bazında %8,1 azalış ile 314,2 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Denim kumaş ihracatımızda ilk beş ülke sırasıyla 1. Tunus 2. Mısır 3. İtalya 4. Fas 5. Bangladeş'tir. Tunus'a ihracat %13,9 azalış ile 43,8 milyon dolar, Mısır'a ihracat %14,6 artış ile 41,4 milyon dolar, İtalya'ya ihracat %22,5 azalış ile 34 milyon dolar, Fas'a ihracat %4,6 azalış ile 31,3 milyon dolar ve Bangladeş'e ihracat %14,7 artış ile 26,7 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

2017 yılı ilk 10 aylık dönem itibarıyla ihracatımızda Kuzey Afrika, Avrupa ve Uzak Doğu ağırlıklı bölgelerdir. İhracatımızdaki ilk 20 ülkeye gerçekleştirilen ihracat, toplam ihracatın yaklaşık %91'ini teşkil etmektedir.

Türkiye'nin Denim Kumaş İhracatı (2015-2016) (GTIP Bazında)					
GTIP	GTIP Adı	2015 \$	2016 \$	Fob \$ %	Pay %
5209.4200.9200	PAMUKLU MEN-FASONESİZ.DENİM.RENKLİ İPLİKLERDEN. M2>200GR.PA=>%85(T2)	250.041.257	261.874.720	4,73%	66,19%
5211.4200.9200	PAMUKLU MEN-FASONESİZ.DENİM.RENKLİ İPLİKLERDEN. +SUNİ/SENT.M2>200GR.PA<%85(T2)	106.579.369	109.356.722	2,61%	27,64%
5209.4200.1000	PAMUKLU MEN-ELASTİKİ.DENİM.RENKLİ İPLİKLERDEN. M2>200GR.PA=>%85(T2)	8.306.725	14.813.774	78,33%	3,74%
5211.4200.1000	PAMUKLU MEN-ELASTİKİ.DENİM.RENKLİ İPLİKLERDEN. +SUNİ/SENT.M2>200GR.PA<%85(T2)	12.310.979	9.100.806	-26,08%	2,30%
520942009100	PAMUKLU MEN-FASONELİ.DENİM.RENKLİ İPLİKLERDEN. M2>200GR.PA=>%85(T2)	500.491	294.691	-41,12%	0,07%
521142009100	PAMUKLU MEN-FASONELİ.DENİM.RENKLİ İPLİKLERDEN. +SUNİ/SENT.M2>200GR.PA<%85(T2)	335.848	177.213	-47,23%	0,04%
Genel Toplam		378.074.671	395.617.926	4,64%	100,00%

Türkiye'nin Denim Kumaş İhracatı (Ocak-Ekim Dönemi) (GTIP Bazında)					
GTIP	GTIP Adı	2016 \$	2017 \$	Fob \$ %	Pay %
520942009200	PAMUKLU MEN-FASONESİZ.DENİM.RENKLİ İPLİKLERDEN. M2>200GR.PA=>%85(T2)	224.753.789	228.027.147	1,46%	72,56%
521142009200	PAMUKLU MEN-FASONESİZ.DENİM.RENKLİ İPLİKLERDEN. +SUNİ/SENT.M2>200GR.PA<%85(T2)	95.747.105	68.399.391	-28,56%	21,77%
520942001000	PAMUKLU MEN-ELASTİKİ.DENİM.RENKLİ İPLİKLERDEN. M2>200GR.PA=>%85(T2)	13.260.159	12.122.267	-8,58%	3,86%
521142001000	PAMUKLU MEN-ELASTİKİ.DENİM.RENKLİ İPLİKLERDEN. +SUNİ/SENT.M2>200GR.PA<%85(T2)	8.006.069	5.671.021	-29,17%	1,80%
521142009100	PAMUKLU MEN-FASONELİ.DENİM.RENKLİ İPLİKLERDEN. +SUNİ/SENT.M2>200GR.PA<%85(T2)	173.094	26.472	-84,71%	0,01%
520942009100	PAMUKLU MEN-FASONELİ.DENİM.RENKLİ İPLİKLERDEN. M2>200GR.PA=>%85(T2)	294.691	6.961	-97,64%	0,00%
Genel Toplam		342.234.906	314.253.259	-8,18%	100,00%

Türkiye'nin Denim Giysi İhracatı 2015-2016 Dönemi Ülkeler

Türkiye'nin Denim Giysi İhracatı 2015-2016					
	Ülke	2015 \$	2016 \$	Fob \$ %	Pay %
1	Almanya	273.534.037	287.043.450	4,94%	17,95%
2	İspanya	226.475.795	269.481.040	18,99%	16,85%
3	Birleşik Krallık	237.541.132	247.219.051	4,07%	15,46%
4	Hollanda	143.894.983	130.274.167	-9,47%	8,15%
5	Danimarka	112.762.215	121.227.798	7,51%	7,58%
6	İtalya	71.080.661	66.954.195	-5,81%	4,19%
7	Fransa	56.345.943	55.637.141	-1,26%	3,48%
8	Birleşik Devletler	33.915.669	40.228.236	18,61%	2,52%
9	Çek Cumhuriyeti	40.610.527	38.956.545	-4,07%	2,44%
10	Polonya	30.619.821	32.157.987	5,02%	2,01%
11	Ukrayna	26.262.946	24.345.639	-7,30%	1,52%
12	İsveç	27.613.016	24.178.887	-12,44%	1,51%
13	Belçika	42.948.759	24.103.453	-43,88%	1,51%
14	Rusya	19.886.244	19.772.187	-0,57%	1,24%
15	Cezayir	23.557.911	19.056.862	-19,11%	1,19%
16	Hırvatistan	8.531.152	14.566.978	70,75%	0,91%
17	İsrail	12.132.499	12.799.577	5,50%	0,80%
18	Kanada	11.176.557	10.817.586	-3,21%	0,68%
19	Norveç	12.071.413	9.675.457	-19,85%	0,61%
20	Çin	6.603.329	7.506.275	13,67%	0,47%
	Genel Toplam	1.573.462.570	1.598.965.225	1,62%	100,00%

Türkiye'nin denim giysi ihracatı 2016 yılında dolar bazında %1,6 artış ile 1 milyar 598 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Denim giysi ihracatımızda ilk beş ülke sırasıyla 1. Almanya 2. İspanya 3. Birleşik Krallık 4. Hollanda 5. Danimarka'dır. Almanya'ya ihracat %4,9 artış ile 287 milyon dolar, İspanya'ya ihracat %18,9 artış ile 269,4 milyon dolar, Birleşik Krallık'a ihracat %4 artış ile 247,2 milyon dolar, Hollanda'ya ihracat %9,4 azalış ile 130,2 milyon dolar ve Danimarka'ya ihracat %7,5 artış ile 121,2 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

2016 yılında Türkiye'nin denim giysi ihracatında Avrupa ağırlığını korumaktadır. Avrupa'ya yapılan ihracat toplam denim giysi ihracatının % 86'sını oluşturmaktadır.

Türkiye'nin Denim Giysi İhracatı (Ocak - Ekim Dönemi) Ülkeler

Türkiye'nin Denim Giysi İhracatı (Ocak - Ekim Dönemi)					
Sıra	Ülke	2016 \$	2017 \$	Fob \$ %	Pay %
1	İspanya	228.404.014	287.411.956	25,83%	20,48%
2	Almanya	238.378.550	252.479.080	5,92%	17,99%
3	Birleşik Krallık	200.879.230	213.895.630	6,48%	15,24%
4	Hollanda	104.528.179	125.890.252	20,44%	8,97%
5	Danimarka	98.588.552	84.538.357	-14,25%	6,02%
6	İtalya	54.476.472	52.158.837	-4,25%	3,72%
7	Fransa	45.145.738	47.908.638	6,12%	3,41%
8	Birleşik Devletler	32.124.072	36.534.016	13,73%	2,60%
9	Çek Cumhuriyeti	30.518.861	35.173.483	15,25%	2,51%
10	İsveç	20.960.842	27.168.371	29,61%	1,94%
11	Rusya Federasyonu	16.172.327	24.497.449	51,48%	1,75%
12	Polonya	28.473.723	16.455.731	-42,21%	1,17%
13	Ukrayna	21.642.775	16.216.670	-25,07%	1,16%
14	Belçika	20.078.952	15.374.417	-23,43%	1,10%
15	Cezayir	16.478.309	14.856.959	-9,84%	1,06%
16	İsrail	11.614.514	12.447.469	7,17%	0,89%
17	Hırvatistan	12.705.859	7.527.115	-40,76%	0,54%
18	Kanada	8.618.816	7.429.318	-13,80%	0,53%
19	Suudi Arabistan	5.150.760	6.523.389	26,65%	0,46%
20	Macaristan	209.127	6.510.291	3013,08%	0,46%
	Genel Toplam	1.327.440.825	1.403.167.934	5,70%	100,00%

Türkiye'nin denim giysi ihracatı 2017 Ocak Ekim döneminde dolar bazında %5,7 artış ile 1 milyar 403 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Denim giysi ihracatımızda ilk beş ülke sırasıyla 1. İspanya 2. Almanya 3. Birleşik Krallık 4. Hollanda 5. Danimarka'dır. İspanya'ya ihracat %25,8 artış ile 287,4 milyon dolar, Almanya'ya ihracat %5,9 artış ile 252,4 milyon dolar, Birleşik Krallık'a ihracat %6,4 artış ile 213,8 milyon dolar, Hollanda'ya ihracat %20,4 artış ile 125,8 milyon dolar ve Danimarka'ya ihracat %14,2 azalış ile 84,5 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

2017 ilk 10 aylık dönemde Türkiye'nin denim giysi ihracatında Avrupa ağırlığını korumaktadır. Avrupa'ya yapılan ihracat toplam denim giysi ihracatının % 86'sını oluşturmaktadır.

Türkiye'nin Denim Giysi İhracatı (Ürün Grubu Bazında)

Türkiye'nin Denim Giysi İhracatı (2015-2016) (GTIP Bazında)					
GTIP	GTIP Adı	2015 \$	2016 \$	Fob \$ %	Pay %
620462310000	PANTOLONLAR VE KISA PANT.-DENİMDEN OLANLAR. KADIN/KIZÇOCUK İÇİN (T 6)	796.917.468	817.653.001	2,60%	51,14%
620342310000	PANTOLONLAR VE KISA PANT.-PAMUKTAN.DENİMDEN. ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN.(T 6)	688.185.172	682.866.945	-0,77%	42,71%
620432900012	CEKET/BLAZER-DENİMDEN KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN	19.352.717	29.578.566	52,84%	1,85%
620452000012	ETEKLER-DENİMDEN OLANLAR	25.496.655	25.319.480	-0,69%	1,58%
620442000012	ELBİSELER-DENİMDEN OLANLAR KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN	18.454.603	20.153.500	9,21%	1,26%
620520000012	GÖMLEKLER-DENİMDEN OLANLAR-ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN	9.886.324	8.629.800	-12,71%	0,54%
620630000022	GÖMLEKLER-DENİMDEN OLANLAR-PAMUKTAN.KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN	8.678.931	7.899.908	-8,98%	0,49%
620630000012	BLUZLAR-DENİMDEN OLANLAR-PAMUKTAN.KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN	6.490.699	6.864.026	5,75%	0,43%
Genel Toplam		1.573.462.570	1.598.965.225	1,62%	100,00%

Türkiye'nin Denim Giysi İhracatı (Ocak-Ekim Dönemi) (GTIP Bazında)					
GTIP	GTIP Adı	2016 \$	2017 \$	Fob \$ %	Pay %
620462310000	PANTOLONLAR VE KISA PANT.-DENİMDEN OLANLAR. KADIN/KIZÇOCUK İÇİN (T 6)	679.524.136	795.219.004	17,03%	56,67%
620342310000	PANTOLONLAR VE KISA PANT.-PAMUKTAN.DENİMDEN. ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN.(T 6)	565.107.751	503.599.909	-10,88%	35,89%
620432900012	CEKET/BLAZER-DENİMDEN KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN	22.595.303	43.129.250	90,88%	3,07%
620452000012	ETEKLER-DENİMDEN OLANLAR	21.692.424	29.052.280	33,93%	2,07%
620442000012	ELBİSELER-DENİMDEN OLANLAR KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN	18.696.203	14.417.601	-22,88%	1,03%
620520000012	GÖMLEKLER-DENİMDEN OLANLAR-ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN	7.104.688	7.108.321	0,05%	0,51%
620630000012	BLUZLAR-DENİMDEN OLANLAR-PAMUKTAN.KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN	6.020.774	5.820.987	-3,32%	0,41%
620630000022	GÖMLEKLER-DENİMDEN OLANLAR-PAMUKTAN.KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN	6.699.547	4.820.583	-28,05%	0,34%
Genel Toplam		1.327.440.825	1.403.167.934	5,70%	100,00%

Türkiye'den en fazla ihraç edilen denim giysiler 62 04 62 31 00 00 GTİP'li kadın denim pantolonlardır. 2017 yılı ilk 10 aylık dönemde 795,2 milyon dolar değerinde kadın denim pantolon ihraç edilmiş ve ihracat bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla %17 artmıştır. Bu ürünlerin Türkiye toplam denim giysi ihracatında payı %56,6'ya yükselmiştir. Diğer bir ifade ile, Türkiye'den yapılan denim giysi ihracatının değer olarak yarısından fazlası kadın denim pantolonlardır.

2017 yılı ilk 10 aylık dönemde ikinci en fazla ihraç edilen ürün grubu 62 03 42 31 00 00 GTİP'li erkek denim pantolonlardır. 2017 yılı ilk 10 aylık dönemde %10,8 düşüşle 503,5 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirilmiştir. 62 03 42 31 00 00 GTİP'li erkek denim pantolonların toplam denim giysi ihracatında payı %35,8'dir.

Bu iki ana ürün grubunun haricinde; kadın denim ceketler, denim etekler, kadınlar için denim elbiseler, erkekler için denim gömlekler, kadınlar için denim bluzlar ve kadınlar için denim gömlekler ürün gruplarında ihracat gerçekleştirilmiştir. Bu ürün gruplarının ihracatlarının toplamı, ülkemizin denim giysi ihracatının sadece %7'sini teşkil etmektedir.

Kadınlar için denim ceketler ve denim etekler ürün gruplarında sırasıyla %91 ve %34 oranlarında ihracat artışı gerçekleştirilmiştir. Kadınlar için denim ceket ihracatı 22,5 milyon dolardan 43,1 milyon dolara ve denim etek ihracatı 21,6 milyon dolardan 29 milyon dolara yükselmiştir.

Kadınlar için denim elbiseler ve kadınlar için denim gömlekler ürün gruplarında ise sırasıyla %23 ve %28 oranında azalış kaydedilmiştir.

Değerlendirme

Türkiye hem denim kumaş sektöründe hem de denim hazır giyim sektöründe dünyadaki en başarılı ülkelerden biridir. Denim kumaş ihracatında dünya üçüncüsü olan Türkiye'nin dünya pazar payı %9, denim hazır giyim ihracatında da dünya üçüncüsü olan ülkemizin pazar payı %5'tir.

Denim kumaş ihracatımızda ilk beş ülke sırasıyla 1. Tunus 2. Mısır 3. İtalya 4. Fas 5. Bangladeş'tir. Bu ülkelerde denim hazır giyim üretiminde kendi bölgelerinde etkili olan firmalar faaliyet göstermektedir.

Denim giysi ihracatımızda ilk beş ülke sırasıyla 1. Almanya 2. İspanya 3. Birleşik Krallık 4. Hollanda 5. Danimarka'dır. Denim giysi ihracatımızdaki ilk beş ülkeye bakıldığında Türkiye'nin en üst segment denim giysi üretebilme kabiliyeti de göze çarpmaktadır.

Hedef pazarlar açısından, dünyanın en fazla denim kumaş ithalatı yapan ülkelere baktığımızda Türkiye için en önemli hedef pazarların, Uzak Doğu'da Çin ve Bangladeş, Avrupa'da İtalya, Amerika'da Meksika ve ABD, Orta Doğu'da Tunus ve Mısır olarak değerlendirilmektedir.

Dünyanın en fazla denim hazır giyim ithalatı yapan ülkelere baktığımızda Türkiye için en önemli hedef pazarlar en başta ABD olmak üzere Avrupa Birliği ülkelerinin tamamı, Japonya ve Hong Kong olarak değerlendirilmektedir.

Hem kumaş hem de hazır giyim bir bütün olarak değerlendirildiğinde ve hedef ülkelerde sayı sınırlamasına gidilmesi gerekirse, Türkiye için en önemli hedef ülkeler özetle Çin, ABD, Almanya ve İtalya'dır. (Bu ülkelerde gerçekleştirilen fuar vb. etkinlikler çevre ülkeleri de bu ülkelere toplamaktadır.)

Kaynakça

International Trade Center. 2017. www.trademap.org (erişildi: Ekim 2017).

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği İHKİB. 2016. www.ihkib.org.tr (erişildi: 2017).

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği. 2015. www.itkib.org.tr (erişildi: 2017).

T.C. Ekonomi Bakanlığı. 2017. www.ekonomi.gov.tr (erişildi: Ekim 2017).

Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği UİB. «Denim Sektörü Bilgi Notu.» Dış Ticaret Raporu, 2012.

YASAL UYARI Bu rapor Birliğimiz uzmanları tarafından güvenilir olduğuna inanılan kamuya açık kaynaklardan elde edilen bilgiler kullanılmak suretiyle, sadece bilgilendirme amacıyla hazırlanmıştır. Bu rapor ve içindeki bilgilerin kullanılması nedeniyle doğrudan veya dolaylı olarak oluşacak zararlardan Birliğimiz hiçbir şekilde sorumlu tutulamaz. Birliğimizin yazılı izni alınmaksızın herhangi bir kişi tarafından, herhangi bir amaçla, kısmen veya tamamen çoğaltılamaz, dağıtılamaz veya yayımlanamaz. Tüm haklarımız saklıdır.