



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
TİCARET BAKANLIĞI

MOBİLYA
SEKTÖR RAPORU

Hazırlayan
İhracat Genel Müdürlüğü
Maden, Metal ve Orman Ürünleri Daire Başkanlığı

2026

1. GİRİŞ

Mobilya, bireylerin yaşam alanlarında işlevsel gereksinimleri karşılamanın yanı sıra estetik ve kültürel değer oluşturan temel tüketim ürünlerinden biridir. İnsan yaşamının hemen her alanında kullanılan mobilyalar; yaşam konforunun artırılması, mekânların düzenlenmesi ve kullanıcı ihtiyaçlarının karşılanması açısından önemli bir role sahiptir. Bu yönüyle mobilya, yalnızca fiziksel ihtiyaçlara cevap veren bir ürün grubu değil, aynı zamanda toplumsal yaşam biçimlerini ve kültürel eğilimleri yansıtan bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Mobilya üretiminde ağırlıklı olarak yonga levha, lif levha, MDF, suntalam ve kontrplak gibi ahşap esaslı malzemeler kullanılmakta; kullanım amacına ve tasarım özelliklerine göre farklı ürün türleri geliştirilmektedir. Bununla birlikte sektör, teknolojik gelişmeler ve değişen tüketici tercihleri doğrultusunda metal, plastik, cam, mermer ve kompozit malzemeler gibi ahşap dışı girdilerden de yararlanmaktadır. Ancak ahşap, kolay işlenebilir olması, dayanıklılığı, onarım ve yenileme imkânı sunması ile estetik açıdan çeşitlendirilebilir özellikleri nedeniyle sektörün temel hammaddesi olmayı sürdürmektedir.

Türkiye mobilya sektörü, sahip olduğu geniş ürün yelpazesi, üretim kapasitesi ve tasarım kabiliyeti sayesinde hem iç pazarda hem de uluslararası pazarlarda önemli bir konuma ulaşmıştır. Sektör, yüksek katma değer yaratma potansiyeli, ihracata sağladığı katkı ve istihdam kapasitesi ile ülke ekonomisinin stratejik üretim alanlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca üretim hacmi, işletme sayısı ve yan sanayi ile oluşturduğu ekonomik ekosistem dikkate alındığında, mobilya sanayi Türkiye imalat sanayi içerisinde önemli bir paya sahip sektörlerden biri niteliğindedir.

Türkiye’de mobilya sektörü, uluslararası ticari sınıflandırma sistemlerinde ayrıntılı olarak tanımlanmıştır. Standart Uluslararası Ticari Sınıflandırma (SITC) kapsamında mobilya ürünleri 821 ve 872.4 kodları altında, Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu (GTİP) çerçevesinde ise 9401–9404 kod aralıklarında yer almaktadır. Ayrıca NACE Rev.2 sistemine göre mobilya imalatı 31 kodu altında sınıflandırılmaktadır.

Tablo 3: Standart Uluslararası Ticaret Sınıflandırması

SITC Kodu	Ürün Tanımı
821.1	Oturmaya mahsus mobilyalar (yatak haline getirilebilen türden olsun olmasın) ile bunların aksam ve parçaları
821.2	Yatak takımı eşyası ve benzeri eşya
821.3	Metalden mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan)
821.5	Ahşap mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan)
821.7	Diğer maddelerden mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan)
821.8	821.3, 821.5 ve 821.7 gruplarında yer alan mobilyaların aksam ve parçaları
872.4	Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar ile bunların aksam ve parçaları

Tablo 4: Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonları

GTP Kodu	Ürün Tanımı
9401	Oturmaya mahsus mobilyalar, bunların aksam ve parçaları
9402	Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, bunların aksam ve parçaları
9403	Diğer mobilyalar, bunların aksam ve parçaları
9404	Yatak takımı eşyası ve benzeri eşya

Tablo 5: NACE Kodu Sınıflandırması

NACE Kodu	Ürün Tanımı
31	Mobilya imalatı
31.0	Mobilya imalatı
31.01	Büro ve mağaza mobilyaları imalatı
31.02	Mutfak mobilyalarının imalatı
31.03	Yatak imalatı
31.09	Diğer mobilyaların imalatı

2. ÜLKEMİZDE MOBİLYA ÜRETİMİ

Mobilya sektörü, imalat sanayi içinde Türkiye'nin köklü ve hızlı gelişen sektörlerinden biridir. Özellikle son yıllarda fabrikasyon üretim gerçekleştiren işletme sayısındaki artış, sektörün ölçek ekonomisine dayalı bir gelişim sürecine girdiğini göstermektedir. Geçmişte büyük ölçüde küçük ölçekli atölye tipi işletmelerin hâkim olduğu mobilya üretimi, zaman içerisinde orta ve büyük ölçekli firmaların sektörde daha etkin hale gelmesiyle birlikte önemli bir yapısal dönüşüm yaşamıştır. Bu dönüşüm doğrultusunda sektör; modern üretim tekniklerinin kullanıldığı, sermaye yoğun yatırımların arttığı ve kurumsallaşma düzeyinin yükseldiği bir endüstri niteliği kazanmıştır. Sektördeki firmaların büyük bir kısmı küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşmakla birlikte sektörde 56 büyük ölçekli fabrika faaliyet göstermektedir.

Türkiye'de mobilya sanayiinin coğrafi olarak belirli merkezlerde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu kapsamda; İstanbul, Ankara, Bursa'nın İnegöl ilçesi, Kayseri, İzmir ve Adana sektörün öne çıkan üretim merkezleri arasında yer almaktadır. İstanbul'da Masko ve Modoko gibi kapsamlı mobilya ticaret kompleksleri ve Ankara'da 1960'lı yıllarda kurulan ve yaklaşık 5.000 dönümlük bir alan üzerinde faaliyet gösteren Siteler bölgesi, ülkenin organize üretim ve ticaret merkezlerinden biri olarak önem taşımaktadır. Bursa-İnegöl havzası özellikle dış ticaret potansiyeli bakımından stratejik bir konuma sahipken, Kayseri daha çok büyük ölçekli üreticilerin yoğunlaştığı bir sanayi odağı olarak dikkat çekmektedir.

Son yıllarda yeni konut ve ticaret alanı projelerinin çoğalması hem konut hem de ofis mobilyası ihtiyacını artırmıştır. Bununla birlikte, sürdürülebilir tasarım anlayışına sahip genç tüketicilerin modüler ürünlere yönelimi talep yapısını belirleyen temel etkenlerden biri hâline gelmiştir. Buna ek olarak, demografik eğilimler ve özellikle yakın coğrafyalardan gelen talebin artması, iç pazar üzerinde de olumlu bir etki yaratmaktadır. Teknolojik ilerlemeler ve dijitalleşme süreci ise yenilikçi üretim yöntemleri ile dijital pazarlama faaliyetlerini güçlendirerek sektörel büyümeyi desteklemektedir. Tüm bu dinamikler Türkiye mobilya sektörünün 2025 yılında da büyüme ivmesini korumasını sağlamıştır.

Sektörün geleceğine yönelik stratejik öncelikler arasında sürdürülebilirlik uygulamaları ile dijital dönüşüm önemli bir yer tutmaktadır. Yeşil bina sertifikaları, enerji verimliliğini artırmaya yönelik projeler ve çevre dostu üretim yaklaşımları öne çıkmaktadır. Bununla birlikte, 3D tasarım programları ve artırılmış gerçeklik (AR) tabanlı çözümler, kullanıcıların ürünleri deneyimleme biçimini dönüştürerek müşteri memnuniyetini artırmaktadır. E-ihracat kanallarının genişlemesi ise üreticilere uluslararası pazarlara daha hızlı ve doğrudan erişim olanağı sunmaktadır.

Türkiye’de mobilya üretiminde kullanılan teknoloji, artan ihracat imkânları ve ihracatçı firma sayısı ile her geçen gün gelişmekte ve dünya ile rekabet edebilmektedir. Diğer yandan, zanaat geleneğinin devam ettirildiği KOBİ nitelikli firmalarımız ile de el yapımı mobilya üretimi ağırlığını/önemini korumaktadır. Sektörde ürün tasarımının öneminin anlaşılması, marka bilincinin oluşması/oluşturulması çabaları ile bu konulara ayrılan bütçe imkânları da artırılmaktadır. Mobilya tasarımcılarının yetiştirilmesine gereken ilginin gösterilmesi ve istihdamlarının sağlanması, sektörün gelişimi açısından büyük önem arz etmektedir.

3. TÜRKİYE’NİN DIŞ TİCARETİ

Türk mobilya sanayii, 2000’li yılların başından itibaren dış ticaret performansını istikrarlı biçimde artırarak net ihracatçı sektörlerden biri haline gelmiştir. Üretim altyapısının gelişmesi ve dış pazarlarda edinilen deneyim, sektörün ihracat odaklı büyüme eğilimini güçlendirmiştir. Son 20 yıllık dönemde üretim kapasitesindeki artış, tasarım kabiliyetlerinin gelişmesi, kalite standartlarının yükselmesi ve markalaşma faaliyetlerinin hız kazanmasıyla birlikte Türk mobilya sanayii hem iç piyasada hem de uluslararası pazarlarda daha rekabetçi bir yapıya ulaşmıştır. Bu gelişmeler doğrultusunda sektör, uzun yıllardır dış ticaret fazlası veren bir üretim alanı olarak ülke ekonomisine katkı sağlamayı sürdürmektedir.

A. İHRACAT

Mobilya ihracatı, son yirmi yılda önemli ölçüde artış göstererek 2025 yılı itibarıyla yaklaşık 4,6 milyar dolarlık bir hacme ulaşmış ve sektörün dış ticaretteki stratejik konumunu güçlendirmiştir.

Türk mobilya sektörünün ihracat yapısı, geniş bir coğrafi dağılıma sahip olup yüksek düzeyde pazar çeşitliliği göstermektedir. Avrupa, Orta Doğu ve Kuzey Amerika başta olmak üzere birçok bölgeye gerçekleştirilen ihracat faaliyetleri, sektörün küresel ölçekte etkin bir tedarik ve dağıtım ağı oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Türkiye’nin stratejik coğrafi konumu, gelişmiş lojistik bağlantıları ve esnek üretim yapısı; ihracatçı firmalara maliyet, teslim

süresi ve tedarik avantajı sağlamaktadır. Bu durum, sektörün dış talepte yaşanabilecek bölgesel dalgalanmalara karşı daha dayanıklı bir yapı geliştirmesine katkıda bulunmaktadır.

AB pazarı, Türk mobilya sektörünün en önemli ihracat destinasyonlarından biri olmayı sürdürmektedir. Türkiye'nin üretim maliyetleri açısından sahip olduğu rekabet avantajı, kısa teslim süreleri ve Avrupa pazarına yakınlığı, sektörün bu pazardaki konumunu güçlendiren başlıca unsurlar arasında yer almaktadır. Bunun yanı sıra, küresel ölçekte sürdürülebilirlik anlayışının giderek önem kazanmasıyla birlikte Türk mobilya üreticileri de çevre dostu üretim süreçlerine yönelmekte; düşük karbon emisyonlu hammaddelerin kullanımı, geri dönüştürülebilir malzeme tercihleri ve uluslararası sürdürülebilirlik standartlarına uyum konularında yatırımlarını artırmaktadır. Bu dönüşüm, sektörün uluslararası rekabet gücünü destekleyen önemli faktörlerden biri olarak değerlendirilmektedir.

Tablo 1: Türkiye Mobilya İhracatı (Değer: milyon \$)

	Ülke	2022	2023	2024	2025	Değişim	Pay
1	Irak	517	485	595	661	11%	14%
2	Almanya	466	491	496	495	0%	11%
3	ABD	275	260	279	280	0%	6%
4	Fransa	212	233	246	254	3%	6%
5	Romanya	161	185	206	204	-1%	4%
6	İngiltere	196	196	170	161	-5%	4%
7	Hollanda	145	143	147	149	2%	3%
8	Libya	170	158	139	136	-3%	3%
9	Çek Cum.	82	91	88	122	38%	3%
10	Gürcistan	54	65	81	101	25%	2%
11	S. Arabistan	39	112	110	95	-14%	2%
12	Belçika	73	79	77	94	21%	2%
13	Fas	85	89	92	92	0%	2%
14	Bulgaristan	70	66	80	83	4%	2%
15	İspanya	53	51	65	77	17%	2%
16	İtalya	87	86	70	72	3%	2%
17	Yunanistan	52	55	62	67	7%	1%
18	Polonya	50	43	48	62	29%	1%
19	Slovakya	23	24	55	62	14%	1%
20	Azerbaycan	60	64	72	62	-14%	1%
21	BAE	101	96	81	61	-24%	1%
22	Avusturya	35	39	54	57	5%	1%
23	Ürdün	26	17	22	56	154%	1%
24	K.K.T.C.	28	33	45	50	11%	1%
25	Sırbistan	31	31	40	49	25%	1%
	Diğer	1.539	1.346	1.080	982	-9%	21%
	Toplam	4.631	4.539	4.500	4.583	2%	100%

Kaynak: TÜİK

Tablo 2: Ürün Bazında Türkiye Mobilya İhracatı (Değer: milyon \$)

GTİP	Ürün Grubu	2022	2023	2024	2025	Değişim
9403	Diğer mobilyalar ve bunların aksam ve parçaları	2.472	2.379	2.306	2.321	%0,65
9401	Oturmaya mahsus mobilyalar (94.02 pozisyonundakiler hariç) (yatak haline getirilebilir türden olsun olmasın) ve bunların aksam ve parçaları	1.624	1.693	1.720	1.775	%3,17
9404	Şilte mesnetleri, yaylarla donatılmış, gözenekli kauçuk, plastik veya başka malzeme ile donatılmış veya doldurulmuş yatak takımı eşyası vb. eşya	420	373	368	387	%5,18
9402	Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, özellikli berber koltukları ve benzeri koltuklar ve aksam-parçalar	116	94	106	101	%-4,99
Toplam		4.631	4.539	4.500	4.583	1,85%

Kaynak: TÜİK

Türkiye mobilya sanayiinde ihracatta en baskın grubu, “mobilya aksam ve parçaları” ile “oturmaya mahsus mobilyalar” oluşturmaktadır. Mobilya aksam ve parçalarında 2025 yılında geçen yıla göre %0,65 oranında, oturmaya mahsus mobilyalarda %3,17 oranında bir artış söz konusu olmuştur. Oturmaya mahsus mobilyalar içerisinde özellikle koltuk ve kanepeler gibi parçalara hem iç pazarda hem de ihracat pazarlarında yüksek talep bulunmaktadır.

B. İTHALAT

Türkiye ekonomisinde 1990’lı yılların sonlarından itibaren hız kazanan dışa açılma ve liberalizasyon politikaları, sanayi sektörlerinde uluslararası ticaretin gelişimini önemli ölçüde desteklemiştir. Özellikle Gümrük Birliği süreciyle birlikte Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki ticari entegrasyonun güçlenmesi, mobilya sektöründe de dış ticaret hacminin artmasına zemin hazırlamıştır. Bu dönemde Avrupa pazarından gerçekleştirilen ithalat; hem nihai tüketiciye yönelik mobilya ürünlerini hem de üretim süreçlerinde kullanılan yarı mamul, aksesuar ve teknik bileşenleri kapsamıştır. Böylece sektör, küresel üretim ve tedarik ağlarıyla daha bütünleşik bir yapıya kavuşmuştur.

2000’li yılların ikinci yarısından itibaren Türkiye mobilya sektöründe yaşanan yapısal dönüşüm, ithalatın niteliğinde de önemli değişiklikler meydana getirmiştir. Üretim kapasitesinin artması, teknolojik altyapının gelişmesi, kurumsallaşma düzeyinin yükselmesi ve tasarım odaklı üretim anlayışının güçlenmesiyle birlikte yerli üreticilerin rekabet gücü artmıştır. Bu süreçte düşük ve orta segment mobilya ürünlerinin ithalatı görece azalırken, daha yüksek kalite ve tasarım özelliklerine sahip ürünler ile özel üretim bileşenlerinin ithalatı önem kazanmıştır. Dolayısıyla ithalat yapısı, standart nihai ürünlerden ziyade teknik aksesuarlar, mekanik sistemler, bağlantı elemanları ve katma değeri yüksek ürün gruplarına yönelmiştir.

2015 yılı sonrasında ise sektörün ihracat kapasitesindeki büyüme, ithalat yapısını da doğrudan etkilemiştir. İhracata dayalı üretim modelinin güçlenmesiyle birlikte üretim süreçlerinde kullanılan teknik parçalar, özel mekanizmalar, tamamlayıcı ekipmanlar ve tasarım odaklı girdilere yönelik talep artmıştır. Bu dönemde Avrupa Birliği ülkeleri, Çin ve diğer Uzak Doğu ülkeleri, Türkiye'nin mobilya ithalatında önemli tedarik merkezleri olmayı sürdürmüştür. Özellikle teknoloji yoğun üretim bileşenleri ve maliyet avantajı sağlayan ürün grupları, dış tedarik yapısında belirleyici rol oynamıştır.

COVID-19 pandemisi süreci, küresel ticaret sisteminde olduğu gibi Türkiye'nin mobilya ithalatında da kısa vadeli dalgalanmalara neden olmuştur. Uluslararası tedarik zincirlerinde yaşanan aksaklıklar, lojistik maliyetlerindeki artış ve hammadde fiyatlarında görülen yükselişler, 2020 yılında ithalat hacminin gerilemesine yol açmıştır. Ancak takip eden dönemde küresel ticaret koşullarının kademeli olarak normalleşmesi, iç talepteki toparlanma ve üretim faaliyetlerinin yeniden ivme kazanmasıyla birlikte mobilya ithalatı yeniden artış eğilimine girmiştir.

Tablo 3: Türkiye Mobilya İthalatı (Değer: milyon \$)

	Ülke	2022	2023	2024	2025	Değişim	Pay
1	Çin	93	111	153	198	30%	19%
2	İtalya	81	113	113	163	45%	16%
3	Almanya	77	86	77	98	27%	9%
4	Polonya	71	84	73	91	24%	9%
5	Fransa	20	25	36	66	81%	6%
6	Romanya	26	29	33	48	46%	5%
7	ABD	27	36	43	44	2%	4%
8	Slovakya	14	19	31	36	17%	3%
9	İngiltere	17	14	28	32	14%	3%
10	İspanya	8	16	26	28	8%	3%
11	Malezya	15	11	26	24	-10%	2%
12	Litvanya	21	21	20	22	6%	2%
13	Çek Cum.	16	18	14	20	45%	2%
14	Bulgaristan	16	17	20	20	2%	2%
15	Hindistan	11	13	16	15	-2%	1%
16	Hollanda	12	13	10	13	37%	1%
17	Endonezya	12	10	13	12	-3%	1%
18	Portekiz	12	11	9	11	21%	1%
19	Macaristan	8	9	9	11	23%	1%
20	Vietnam	9	13	9	11	17%	1%
21	İsveç	8	9	8	8	7%	1%
22	Belçika	2	5	5	7	41%	1%
23	Danimarka	6	5	8	7	-9%	1%
24	Japonya	11	10	9	6	-39%	1%
25	Estonya	2	2	2	6	265%	1%
	Diğer	51	45	44	54	24%	5%
	Toplam	651	745	832	1.050	26%	100%

Kaynak: TÜİK

Genel çerçevede değerlendirildiğinde, Türkiye'nin mobilya ithalatı; sektörün üretim kapasitesi, ihracat performansı, tüketici tercihleri ve küresel ekonomik gelişmelerle doğrudan ilişkili dinamik bir yapı sergilemektedir. Günümüzde ithalatın ağırlıklı olarak yüksek katma değerli, teknoloji yoğun ve tasarım odaklı ürün gruplarına yönelmesi, sektörün uluslararası değer zincirlerinde daha üst segmentlere entegre olma eğilimini yansıtmaktadır. Bu durum aynı zamanda Türkiye mobilya sanayiinin yalnızca üretim hacmi açısından değil, kalite, inovasyon ve tasarım kapasitesi bakımından da dönüşüm geçirdiğini göstermektedir.

Ülkeler bazında mobilya ithalatımız incelendiğinde en çok ithalat gerçekleştirdiğimiz ülkeler Çin, İtalya, Almanya, Polonya ve Fransa olarak sıralandığı görülmektedir. Söz konusu 5 ülkeden yapılan ithalat, toplam mobilya ithalatımızın yaklaşık %60'ını oluşturmaktadır.

Tablo 4: Ürün Bazında Türkiye Mobilya İthalatı (Değer: milyon \$)

GTİP	Ürün Grubu	2022	2023	2024	2025	Değişim
9401	Oturmaya mahsus mobilyalar (94.02 pozisyonundakiler hariç) (yatak haline getirilebilir türden olsun olmasın) ve bunların aksam ve parçaları	381	422	472	595	%25,96
9403	Diğer mobilyalar ve bunların aksam ve parçaları	208	257	271	352	%29,78
9404	Şilte mesnetleri, yaylarla donatılmış, gözenekli kauçuk, plastik veya başka malzeme ile donatılmış veya doldurulmuş yatak takımı eşyası vb. eşya	42	50	67	76	%12,58
9402	Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, özellikli berber koltukları ve benzeri koltuklar ve aksam-parçalar	20	16	22	28	%26,29
Toplam		651	745	832	1.050	%26,13

Kaynak: TÜİK

Ürün grupları itibariyle ise “oturmaya mahsus mobilyalar” en çok ithal edilen ürün grubunu temsil etmektedir.

4. DÜNYA TİCARETİ

Sektörün gelişiminde makroekonomik koşullar, tüketici eğilimleri ve küresel pazar dinamikleri belirleyici bir rol oynamaktadır. Günümüzde mobilya talebi yalnızca niceliksel artışla değil, aynı zamanda niteliksel dönüşümle de şekillenmektedir. Tüketici tercihleri giderek daha çevre dostu, sürdürülebilir ve uzun ömürlü ürünlere yönelirken; modern yaşam tarzlarının etkisiyle minimal, fonksiyonel ve çok amaçlı tasarımlara olan talep artış göstermektedir. Özellikle küçük yaşam alanlarının yaygınlaşması, mekân verimliliğini artıran modüler ve çok işlevli mobilya çözümlerini ön plana çıkarmaktadır. Buna ek olarak dijitalleşme ve e-ticaret kanallarının yaygınlaşması, mobilya sektöründe satış ve pazarlama süreçlerini dönüştürerek uluslararası erişimi kolaylaştırmış ve ticaret hacminin genişlemesine katkı sağlamıştır.

Küresel mobilya sektörü, ekonomik dalgalanmalara rağmen uzun vadede istikrarlı bir büyüme eğilimi göstermektedir. Artan kentleşme, gelişmekte olan ülkelerdeki gelir artışı ve tüketim alışkanlıklarındaki değişim, dünya genelinde mobilya talebini sürekli olarak canlı tutmaktadır. Aynı zamanda üretim süreçlerinde yaşanan teknolojik dönüşüm, otomasyonun yaygınlaşması ve tasarım odaklı üretim anlayışının güçlenmesi, sektörün rekabet yapısını daha dinamik hale getirmiştir.

A. İHRACAT

Tablo 5: Ülkeler İtibarıyla Dünya Mobilya İhracatı (Değer: milyon \$)

#	Ülke	2021	2022	2023	2024	2025	Değişim	Pay
1	Çin	88.046	81.931	76.841	80.961	76.475	-5,54%	32,65%
2	Vietnam	13.039	12.973	11.087	13.726	18.970	38,21%	8,10%
3	Polonya	16.091	15.463	15.948	15.915	16.638	4,54%	7,10%
4	Almanya	15.301	14.723	14.997	14.415	15.059	4,47%	6,43%
5	İtalya	13.439	13.458	13.277	12.394	13.272	7,08%	5,67%
6	Meksika	8.800	10.446	10.934	10.652	10.495	-1,48%	4,48%
7	ABD	7.162	7.883	7.950	7.555	7.541	-0,18%	3,22%
8	Çek Cum.	4.737	4.600	4.964	5.081	5.118	0,74%	2,19%
9	Türkiye	4.227	4.632	4.539	4.501	4.584	1,85%	1,96%
10	Kanada	4.514	5.249	5.093	4.853	4.316	-11,06%	1,84%
11	İspanya	3.173	3.207	3.347	3.305	3.858	16,72%	1,65%
12	Hollanda	4.348	3.776	3.588	3.425	3.830	11,82%	1,63%
13	Fransa	3.131	3.205	3.376	3.482	3.699	6,23%	1,58%
14	İngiltere	2.497	2.602	2.988	3.144	3.448	9,64%	1,47%
15	Danimarka	3.305	2.962	2.858	2.811	3.191	13,51%	1,36%
16	Malezya	3.138	3.303	2.766	2.928	3.062	4,58%	1,31%
17	Litvanya	2.856	2.986	2.769	2.704	2.830	4,65%	1,21%
18	Romanya	2.650	2.760	2.757	2.670	2.813	5,36%	1,20%
19	Portekiz	2.108	2.107	2.384	2.197	2.357	7,29%	1,01%
20	Endonezya	2.949	2.868	2.212	2.332	2.292	-1,71%	0,98%
21	İsveç	2.463	2.388	2.285	2.194	2.291	4,41%	0,98%
22	Belçika	2.349	2.192	2.117	2.133	2.280	6,90%	0,97%
23	Hindistan	2.491	2.217	1.952	2.161	2.122	-1,81%	0,91%
24	Tayland	1.650	1.591	1.346	1.448	1.795	23,91%	0,77%
25	Avusturya	1.571	1.552	1.503	1.403	1.475	5,14%	0,63%
26	Slovakya	1.479	1.443	1.420	1.275	1.359	6,59%	0,58%
27	Macaristan	1.588	1.521	1.430	1.263	1.331	5,42%	0,57%
28	Tayvan	2.359	1.946	1.579	1.481	1.299	-12,29%	0,55%
29	G. Kore	1.110	1.118	1.110	1.137	1.119	-1,61%	0,48%
30	Suriye	680	732	845	864	974	12,72%	0,42%
	Diğer	15.935	14.566	14.076	14.084	14.356	2,56%	93,87%
	Toplam	239.188	232.400	224.338	228.498	234.251	2,52%	100,00%

Kaynak: Trademap

Çin %32,65 pay ile 2025 yılında dünya mobilya ihracatında ilk sırada yer almıştır. Çin'i %8,1 pay ile Vietnam, %7,1 ile Polonya, %6,43 ile Almanya ve %5,67 ile İtalya takip etmiştir. Türkiye ise dünya mobilya ihracatından aldığı yaklaşık %2'lik pay ile en çok mobilya ihraç eden ilk 10 ülke arasında yer almıştır. Bu beş ülke, dünya mobilya ihracatında %60 oranında bir paya sahiptir.

B. İTHALAT

Tablo 6: Ülkeler İtibarıyla Dünya Mobilya İthalatı (Değer: milyon \$)

#	Ülke	2021	2022	2023	2024	2025	Değişim	Pay
1	ABD	68.864	74.243	58.962	62.096	56.973	-8,25%	25,91%
2	Almanya	19.308	18.694	17.668	17.921	20.526	14,54%	9,34%
3	İngiltere	10.885	11.760	10.154	10.698	11.216	4,85%	5,10%
4	Fransa	11.417	11.108	10.156	10.046	10.114	0,68%	4,60%
5	Kanada	7.737	8.440	7.667	7.354	7.712	4,86%	3,51%
6	Japonya	7.928	7.322	6.350	6.267	6.867	9,58%	3,12%
7	Hollanda	7.747	7.643	6.866	6.745	6.804	0,87%	3,09%
8	İspanya	4.320	4.356	4.184	4.395	5.200	18,30%	2,36%
9	Polonya	4.309	4.065	3.852	4.259	4.583	7,62%	2,08%
10	Çek Cumh.	3.552	3.558	3.873	4.105	4.330	5,49%	1,97%
11	Avustralya	4.371	4.492	3.706	4.089	4.240	3,70%	1,93%
12	İsviçre	4.099	3.980	3.972	3.916	4.149	5,95%	1,89%
13	Meksika	3.077	3.591	3.484	3.897	3.891	-0,16%	1,77%
14	Belçika	3.480	3.550	3.512	3.221	3.697	14,79%	1,68%
15	İtalya	4.050	3.758	3.550	3.544	3.690	4,12%	1,68%
16	G. Kore	3.449	3.214	2.946	3.165	3.177	0,37%	1,44%
17	Avusturya	3.296	3.067	2.988	2.921	2.980	2,03%	1,36%
18	BAE	3.099	3.175	2.576	2.583	2.795	8,19%	1,27%
19	İsveç	2.080	2.135	2.248	2.504	2.591	3,45%	1,18%
20	Danimarka	2.777	2.440	2.179	2.262	2.543	12,42%	1,16%
21	S. Arabistan	1.931	1.870	1.949	1.936	2.090	7,99%	0,95%
22	Slovakya	1.916	1.816	1.900	2.188	2.063	-5,70%	0,94%
23	Norveç	2.296	2.227	1.871	1.814	1.976	8,94%	0,90%
24	Vietnam	782,643	696,581	708,189	957	1.915	100,04%	0,87%
25	Çin	1.295	1.398	1.459	1.608	1.726	7,34%	0,78%
26	Romanya	2.656	2.198	1.930	1.701	1.637	-3,77%	0,74%
27	Macaristan	1.219	1.291	1.310	1.348	1.559	15,61%	0,71%
28	Portekiz	1.287	1.262	1.109	1.308	1.549	18,45%	0,70%
29	Malezya	885	1.045	1.049	1.137	1.399	23,01%	0,64%
30	Rusya	1.040	1.037	1.038	1.158	1.331	15,01%	0,61%
	Diğer	29.717	28.426	27.681	29.649	33.259	12,18%	15,13%
	Toplam	226.222	229.350	204.255	212.090	219.870	4%	100%

Kaynak: Trademap

2025 yılında dünya mobilya ithalatı bir önceki yıla kıyasla %4 oranında artış ile 219 milyar ABD dolarına ulaşmıştır. En büyük mobilya ithalatçıları arasında yaklaşık %26 pay ile ilk sırada ABD yer alırken, ABD'yi %9,34 pay ile Almanya, %5,1 ile İngiltere, %4,6 ile Fransa, %3,51 ile Kanada takip etmektedir. AB özelinde mobilya tüketimi, özellikle Almanya, Fransa, Hollanda, İspanya ve Polonya gibi ülkelerde yoğunlaşmaktadır. Bu ülkeler, çok kültürlü yapıları nedeniyle farklı kültürel beğenilerin ve yaşam tarzlarının etkisiyle oldukça dinamik bir tüketim yapısına sahiptir.