



# HİNDİSTAN



## HALI SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

**Tarih : 28 Ekim 2025**

**Raporu Hazırlayan: Haydarabad Ticaret Ataşeliği**

# HALI SEKTÖRÜ

## 1. Ülke Pazarında Halı Sektörü

Hindistan, 2023 yılı itibarıyla dünya genelinde en büyük 6. tekstil ve hazır giyim ihracatçısı konumundadır. Ülke, küresel tekstil ve hazır giyim ticaretinde %3,9'luk paya sahip olup, başlıca ihracat pazarları arasında ABD ve Avrupa Birliği ülkeleri yer almakta; bu iki bölge, toplam ihracatın yaklaşık %47'sini oluşturmaktadır.

Bu güçlü konum, tekstil sektörünün önemli alt kollarından biri olan halı sektöründe de uluslararası rekabet gücünü desteklemektedir. Hindistan'da halı dokumacılığı 16. yüzyılda başlamış olup, ülke bugün el halısı üretiminde dünyanın önde gelen merkezlerinden biri konumundadır. El yapımı halılar, doğal ve çevre dostu üretim biçimi, zarif tasarımları, kalitesi ve canlı renk işçiliği ile uluslararası pazarlarda büyük talep görmektedir. Sektör, özellikle kırsal bölgelerde yaşayan kadınlar başta olmak üzere 2 milyondan fazla istihdam sağlamasıyla Hindistan ekonomisinde önemli bir yere sahiptir.

Ülkede düşük, orta ve yüksek kalite düzeylerinde geniş bir ürün yelpazesi üretilmekte; İndo-Pers, ipek, yün-ipek karışımı, el tufting, Zeigler ve Kilim gibi çeşitli dokuma türleriyle küresel pazarlara hitap edilmektedir.

Hindistan'ın halı ve kilim sektöründe Bhadohi El Halısı, Mirzapur El Dokuması Dhurrie, Keşmir El Halısı, Navalgund Dhurrie, Ghazipur Duvar Süsü, Wrangle Dhurrie ve Agra Dhurrie coğrafi işaret tesciline sahiptir.

Hindistan, el yapımı halı üretimi ile ihracatında hem değer hem de hacim bakımından dünyada ilk sırada yer almaktadır. Bu güçlü ihracat konumuna rağmen, ABD'nin 2025 yılında, özellikle el yapımı halı ve diğer yer kaplamalarına yönelik uygulamaya başladığı %50 oranındaki ek gümrük tarifesinin, ülkenin halı ihracatını olumsuz etkilemesi beklenmektedir.

### 1.1 İlgili Sektörde Üretim

Hindistan halı ve kilim pazarının büyüklüğü, 2025 yılı itibarıyla 1,08 milyar ABD doları seviyesindedir. Pazarın, 2030 yılına kadar 1,72 milyar ABD dolarına ulaşması öngörülmektedir.

Üretim, büyük ölçüde el dokuması, el tufting ve düz dokuma (dhurrie) gibi emek yoğun tekniklerle gerçekleştirilmektedir.

### 1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Fiyat aralıkları halı çeşidi ve üretim tekniğine göre büyük farklılık göstermektedir. El dokuma halılar, kullanılan ipliğin kalitesi ve düğüm sıklığına bağlı olarak 100 ABD Doları/m<sup>2</sup> ile 2.000 ABD Doları/m<sup>2</sup> arasında değişen fiyatlarla satılmaktadır. Makine dokuma halı ve kilimlerde ise fiyatlar 15–80 ABD Doları/m<sup>2</sup> aralığındadır.

Hindistan'da halı ve kilim üretici fiyatlarına erişmek için B2B platformları kullanılabilir. TradeIndia ve IndiaMART gibi B2B platformlarda, üreticiler doğrudan ürün ve fiyat bilgilerini paylaşmaktadır. Export Promotion Council for Handicrafts (EPCH) ve Indian Brand Equity Foundation (IBEF) fiyat ve üretim trendleri hakkında bilgi sağlamaktadır.

### 1.3 İlgili Sektörde Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler

| Üretici Firma Adı           | Web Sitesi                                                                                      |
|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Welspun India Ltd           | <a href="https://welspun.com/">https://welspun.com/</a>                                         |
| Jaipur Rugs                 | <a href="https://www.jaipurrugs.com/">https://www.jaipurrugs.com/</a>                           |
| Obeetee Pvt. Ltd.           | <a href="https://www.obeetee.in/">https://www.obeetee.in/</a>                                   |
| Shaw Industries Group Inc   | <a href="https://www.shawinc.com/">https://www.shawinc.com/</a>                                 |
| Surya Carpets Pvt Ltd       | <a href="https://surya.com/">https://surya.com/</a>                                             |
| Rugs And Carpets In Style   | <a href="https://rugsinstyle.com/">https://rugsinstyle.com/</a>                                 |
| Carpet Couture by Rashi     | <a href="https://carpetcouture.com/">https://carpetcouture.com/</a>                             |
| Prasad Carpet International | <a href="https://prasadcarpet.com/">https://prasadcarpet.com/</a>                               |
| Genie Carpet Manufacturers  | <a href="https://www.geniecarpetmanufacturers.in/">https://www.geniecarpetmanufacturers.in/</a> |
| The Loom Originals          | <a href="https://theloomoriginals.com/">https://theloomoriginals.com/</a>                       |

| Kuruluşun Adı                                       | Web Sitesi                                                                                      |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| The Textile Association India                       | <a href="https://www.textileassociationindia.org/">https://www.textileassociationindia.org/</a> |
| Carpet Export Promotion Council (CEPC)              | <a href="https://www.cepc.co.in/">https://www.cepc.co.in/</a>                                   |
| All India Carpet Manufacturers' Association (AICMA) | <a href="https://aicma.co.in/">https://aicma.co.in/</a>                                         |

### 1.4 Halı Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Hindistan halı sektörü hem perakende hem de toptan satış kanalları aracılığıyla faaliyet göstermektedir. Sektörde toptan satışlar, üretici ile profesyonel alıcılar arasında doğrudan yapılan B2B işlemlerle yürütülmektedir. Büyük üreticiler, kurumsal müşterilere ürünlerini doğrudan veya yetkili distribütörler aracılığıyla sunmaktadır.

Sektörde geleneksel satış kanalları baskınlığını korumaktadır.2024 yılı itibarıyla toplam satışların %84,5'inin geleneksel perakende kanalları üzerinden gerçekleştiği görülmektedir. Bu kanallar B2C mağazalar, çok markalı showroamlar, mobilya ve dekor mağazaları, high-street butik mağazaları olarak sıralanabilir.

B2B dijital satış kanalları da hızla büyümektedir. Özellikle IndiaMART, TradeIndia, Pepperfry, Urban Ladder, Amazon India ve Flipkart gibi dijital pazar yerleri, hem yerli

üreticilerin hem de ithalatçıların ürünlerini doğrudan nihai tüketiciye veya toptan alıcılara ulaştırmalarına olanak tanımaktadır.

## 2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

### 2.1 Halı Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

|    | Ülke Adı                  | İthalat Değeri (Bin \$) | Oran (%)<br>(İthalat Değeri/Toplam İthalat) |
|----|---------------------------|-------------------------|---------------------------------------------|
| 1  | Çin                       | 56.057                  | 33,1 %                                      |
| 2  | Vietnam                   | 37.809                  | 22,3 %                                      |
| 3  | Birleşik Arap Emirlikleri | 13.088                  | 7,7 %                                       |
| 4  | Tayland                   | 9.692                   | 5,7 %                                       |
| 5  | Türkiye                   | 8.817                   | 5,2 %                                       |
| 6  | Nepal                     | 7.067                   | 4,2 %                                       |
| 7  | Endonezya                 | 4.817                   | 2,8 %                                       |
| 8  | Belçika                   | 4.258                   | 2,5 %                                       |
| 9  | ABD                       | 3.116                   | 1,8 %                                       |
| 10 | Hollanda                  | 3.026                   | 1,8 %                                       |

Kaynak: ITC Trademap

### 2.2 Halı Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

|    | Ülke Adı                  | İhracat Değeri (Bin \$) | Oran (%)<br>(İhracat Değeri/Toplam İhracat) |
|----|---------------------------|-------------------------|---------------------------------------------|
| 1  | ABD                       | 1.196.831               | 58,3 %                                      |
| 2  | Almanya                   | 115.624                 | 5,6 %                                       |
| 3  | Birleşik Krallık          | 102.379                 | 5 %                                         |
| 4  | Avustralya                | 83.487                  | 4,1 %                                       |
| 5  | Hollanda                  | 56.338                  | 2,7 %                                       |
| 6  | Birleşik Arap Emirlikleri | 47.024                  | 2,3 %                                       |
| 7  | Fransa                    | 45.162                  | 2,2 %                                       |
| 8  | İsveç                     | 43.728                  | 2,1 %                                       |
| 9  | İtalya                    | 36.595                  | 1,8 %                                       |
| 10 | Kanada                    | 33.118                  | 1,6 %                                       |
|    | Türkiye                   | 9.013                   | 0,4 %                                       |

Kaynak: ITC Trademap

**2.3 Halı Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün)**

| <b>Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)</b> | <b>Ürün Adı</b>                                                                                   | <b>İthalat Değeri (Bin \$)</b> | <b>Türkiye'den İthalatı (Bin \$)</b> | <b>Türkiye'den İthalatının Payı (%)</b> |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------|
| <b>570330</b>                           | Carpets and other floor coverings, of man-made textile materials, tufted "needle punched"         | 69.858                         | 2423                                 | 3,47%                                   |
| <b>570320</b>                           | Carpets and other floor coverings, of nylon or other polyamides, tufted "needle punched", whether | 57.165                         | 46                                   | 0,08045%                                |
| <b>570242</b>                           | Carpets and other floor coverings, of man-made textile materials, woven, not tufted or flocked    | 11.378                         | 5343                                 | 46,94%                                  |
| <b>570500</b>                           | Carpets and other textile floor coverings, whether or not made up (excl. knotted, woven or        | 6.025                          | 608                                  | 10,09%                                  |
| <b>570249</b>                           | Carpets and other floor coverings, of vegetable textile materials or coarse animal hair, woven    | 5.674                          | 2                                    | 0,035%                                  |
| <b>570231</b>                           | Carpets and other floor coverings, of wool or fine animal hair, woven, not tufted or flocked      | 3.832                          | 10                                   | 0,261%                                  |
| <b>570390</b>                           | Carpet tiles of vegetable textile materials or coarse animal hair, tufted "needle punched"        | 3.618                          | 23                                   | 0,636%                                  |
| <b>570110</b>                           | Carpets and other textile floor coverings, of wool or fine animal hair, knotted, whether          | 2.752                          | 1                                    | 0,036%                                  |
| <b>570310</b>                           | Carpets and other floor coverings, of wool or fine animal hair, tufted "needle punched"           | 2.306                          | 18                                   | 0,78%                                   |
| <b>570241</b>                           | Carpets and other floor coverings, of wool or fine animal hair, woven, not tufted or flocked      | 2.160                          | 0                                    | 0%                                      |

Kaynak: ITC Trademap

## 2.4 Halı Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

| Ürün Adı                                                                                          | Tarife Pozisyonu (6 Basamaklı) | İhracat Değeri (Bin \$) | Türkiye'ye İhracatı (Bin \$) | Türkiye'ye İhracatının Payı (%) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|-------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| Carpets and other textile floor coverings, whether or not made up (excl. knotted, woven or        | 570500                         | 287.339                 | 546                          | 0,19%                           |
| Carpet tiles of vegetable textile materials or coarse animal hair, tufted "needle punched",       | 570390                         | 279.018                 | 2332                         | 0,84%                           |
| Carpets and other floor coverings, of man-made textile materials, tufted "needle punched"         | 570330                         | 257.864                 | 262                          | 0,10%                           |
| Carpets and othertextile floor coverings, ofwoolorfineanimal hair, knotted, whether or . . .      | 570110                         | 222.297                 | 3103                         | 1,40%                           |
| Carpets and other floor coverings, of wool or fine animal hair, tufted "needle punched", whether  | 570310                         | 207.951                 | 122                          | 0,059%                          |
| Carpets and other floor coverings, of wool or fine animal hair, woven, not tufted or flocked, .   | 570231                         | 205.425                 | 465                          | 0,23%                           |
| Carpets and other floor coverings, of man-made textile materials, woven, not tufted or flocked, . | 570232                         | 100.130                 | 453                          | 0,45%                           |
| Carpets and other floor coverings, of vegetable textile materials or coarse animal hair, woven    | 570299                         | 90.321                  | 209                          | 0,23%                           |
| Carpets and other textile floor coverings, of textile materials, knotted, whether or not made . . | 570190                         | 76.952                  | 775                          | 1,01%                           |
| Carpets and other floor coverings, of man-made textile materials, woven, not tufted or flocked    | 570242                         | 59.811                  | 209                          | 0,35%                           |

Kaynak: ITC Trademap

### 3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)

#### 3.1 Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (1.000 \$)

| Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı) | Ürün Adı | 2022 | 2023 | 2024 |
|----------------------------------|----------|------|------|------|
|----------------------------------|----------|------|------|------|

|           |               |                                                                                                   |        |        |        |
|-----------|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|
| <b>1</b>  | <b>570242</b> | Carpets and other floor coverings, of man-made textile materials, woven, not tufted or flocked    | 19.421 | 15,359 | 11.929 |
|           | <b>570330</b> | Carpets and other floor coverings, of man-made textile materials, tufted "needle punched", . . .  |        |        | 583    |
| <b>2</b>  | <b>570331</b> | Turf, of man-made textile materials, tufted "needle punched", whether or not made up              | 275    | 167    | 299    |
| <b>3</b>  | <b>570339</b> | Carpets and other floor coverings, of man-made textile materials, tufted "needle punched"         | 726    | 337    | 284    |
| <b>4</b>  | <b>570500</b> | Carpets and other textile floor coverings, whether or not made up (excl. knotted, woven or        | 99     | 109    | 214    |
| <b>5</b>  | <b>570292</b> | Carpets and other floor coverings, of man-made textile materials, woven, not tufted or flocked, . | 23     | 12     | 82     |
| <b>6</b>  | <b>570390</b> | Carpet tiles of vegetable textile materials or coarse animal hair, tufted "needle punched",       | 59     | 60     | 78     |
| <b>7</b>  | <b>570110</b> | Carpets and other textile floor coverings, of wool or fine animal hair, knotted, whether or       | 178    | 34     | 47     |
| <b>8</b>  | <b>570310</b> | Carpets and other floor coverings, of wool or fine animal hair, tufted "needle punched", whether  | 22     | 2      | 26     |
| <b>9</b>  | <b>570231</b> | Carpets and other floor coverings, of wool or fine animal hair, woven, not tufted or flocked      | 0      | 0      | 8      |
| <b>10</b> | <b>570210</b> | Kelem, Schumacks, Karamanie and similar hand-woven rugs, whether or not made up                   | 18     | 0      | 7      |

Kaynak: ITC Trademap

#### 4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

##### 4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Hindistan’da 2024 yılı sevkiyatlarının yaklaşık %34ü Kuzey Hindistan’dan gerçekleşmiştir. Uttar Pradesh: Bhadohi ve Mirzapur, Hindistan’ın en büyük el dokuma halı üretim merkezleridir. Bhadohi, “Halı Şehri” olarak anılmaktadır. Jammu & Kashmir bölgesi ise Kashmir el yapımı halıları ile ünlüdür. Yerel Hintli rakipler bu bölgelerdedir.

İhracat yoluyla pazara girişte, tüketim, finans ve lojistik merkezlerine odaklanılması faydalı olacaktır. Konut, ofis ve otel projelerinin yoğunlaştığı, yüksek alım gücüne sahip Mumbai, Pune, Delhi, Ahmedabad, Bengaluru ve Haydarabad gibi büyük şehirler, Türk halı ihracatçıları için en uygun hedef pazarlar olarak öne çıkmaktadır.

##### 4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Hindistan halı ve kilim pazarı, az sayıda büyük ölçekli oyuncu ile binlerce küçük atölyenin bir arada bulunduğu orta derecede yoğunlaşmış bir yapıya sahiptir. Yüksek kalite el dokuma, makine dokuma ve lüks segment halı üretiminde büyük firmalar ön plana çıkmakta ve başta ihracat olmak üzere pazarı domine etmektedir. Küçük üreticiler ise daha çok iç pazar ve yerel talepler için çalışmaktadır.

Sektörde öne çıkan firmalar Jaipur Rugs Pvt. Ltd., Obeetee Pvt. Ltd., Welspun India Ltd., Saraswati Global Pvt. Ltd. Prasad Carpet International, Carpet Couture by Rashi Rugs And Carpets In Style olarak sıralanabilir.

##### 4.2.1 İlgili Oda/Birlik/Dernek/STKlar ve İletişim Bilgileri

| Kuruluşun Adı                                       | Web Sitesi                                                                                      | E-Posta                                     |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| The Textile Association India                       | <a href="https://www.textileassociationindia.org/">https://www.textileassociationindia.org/</a> | taicnt@gmail.com                            |
| Carpet Export Promotion Council (CEPC)              | <a href="https://www.cepc.co.in/">https://www.cepc.co.in/</a>                                   | info@cepc.co.in                             |
| All India Carpet Manufacturers' Association (AICMA) | <a href="https://aicma.co.in/">https://aicma.co.in/</a>                                         | office@aicma.co.in<br>president@aicma.co.in |

##### 4.2.2 Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

| Adı                                                     | Web Sitesi                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <u>Federation of Indian Export Organisations (FIEO)</u> | fieo.org<br><a href="https://fieo.org/Offrings-from-Indian-Exporters.php">https://fieo.org/Offrings-from-Indian-Exporters.php</a> |

|             |                |
|-------------|----------------|
| IndiaMart   | indiamart.com  |
| Trade India | tradeindia.com |
| Justdial    | justdial.com   |

#### 4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Hindistan'a halı ithalatı için, Taşıma Belgesi, Paket Listesi, Ticari Fatura, Menşe Şahadetnamesi zorunludur.

#### 4.4 Sektörde sevk öncesi inceleme zorunluluğu var mıdır? Varsa yetkilendirilmiş gözetim şirketleri hangileridir?

Sektörde sevk öncesi inceleme zorunluluğu bulunmamaktadır.

#### 4.5 Sektördeki Önemli Fuarlar

| Fuar                                                  | Web Sitesi                                                                                              |
|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Bharat Tex                                            | <a href="https://bharat-tex.com/">https://bharat-tex.com/</a>                                           |
| Index Plus                                            | <a href="https://indexplus.in/home-decor-aesthetics">https://indexplus.in/home-decor-aesthetics</a>     |
| HGH India                                             | <a href="https://hghindia.com/hgh-product-range/">https://hghindia.com/hgh-product-range/</a>           |
| India Carpet Expo (ICE)                               | <a href="http://cepc.co.in">cepc.co.in</a> <a href="http://indiacarpetexpo.com">indiacarpetexpo.com</a> |
| IHGF Delhi Fair (Spring & Autumn)                     | <a href="https://www.ihgfdelhifair.in/">https://www.ihgfdelhifair.in/</a>                               |
| FuMMA Uluslararası Mobilya Fuarı (FIFEX)              | <a href="https://www.fifex.in/">https://www.fifex.in/</a>                                               |
| India Interior Expo                                   | <a href="https://www.indiainterior.in/">https://www.indiainterior.in/</a>                               |
| Handicrafts & Carpet Sector Skill Council Exhibitions | <a href="http://www.ihgfdelhifair.in">www.ihgfdelhifair.in</a>                                          |

#### 4.6 Sektör firmalarına hitap eden ve gerçekleştirilmesi planlanan ticaret heyetleri

Güneydoğu Anadolu Halı İhracatçıları Birliği (GAHİB) halı sektörü ticaret heyeti 25 Şubat – 2 Mart 2024 tarihleri arasında Delhi ve Mumbai şehirlerinde gerçekleşmiştir.

<https://www.gaib.org.tr/tr/hali/faaliyet-raporlari/hindistan-sektorel-ticaret-heyeti-61.html>

#### 4.7 Varsa Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

Hindistan'da kamu tarafından açılan ihalelere, Maliye Bakanlığı, Harcama Departmanı, Satın Alma Politikası Bölümü ile birlikte Ulusal Bilişim Merkezi (NIC) tarafından tasarlanmış ve yürütülen Merkezi Kamu Satınalma Platformu (CPPP) <https://eprocure.gov.in/cppp/> bağlantı adresinden ulaşılabilir. Hindistan Tekstil Bakanlığının resmi internet sitesinden de faydalanılması mümkündür. <https://texmin.nic.in/coming-tender>

Kamu dışındaki ihaleler için de <https://www.cepc.co.in/tenders> linkinden faydalanılabilir.

#### **4.8 Ülkenin, Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi**

Hindistan'ın Türkiye ile FTA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları bulunmamaktadır. Diğer ülkelerle 14 serbest ticaret anlaşması (STA) ve 6 tercihli ticaret anlaşması (PTA) imzalamış durumdadır. Ticaret anlaşmaları aşağıda sıralanmaktadır.

STA'lar: Sri Lanka, Güney Asya Serbest Ticaret Bölgesi SAFTA), Butan, Tayland, Singapur, ASEAN-Hindistan Serbest Ticaret Bölgesi (AIFTA), Güney Kore, Japonya, Malezya, Mauritius, Nepal, BAE, Avustralya ve Hindistan EFTA Ticaret ve Ekonomik Ortaklık Anlaşması (İzlanda, Lihtenştayn, Norveç ve İsviçre).

Tercihli Ticaret Anlaşmaları (PTA): Asya Pasifik Ticaret Anlaşması (APTA - Bangladeş, Çin, Hindistan, Güney Kore, Lao ve Sri Lanka), gelişmekte olan ülkeler arasında Küresel Ticaret Tercihleri Sistemi (GSTP), Afganistan, Mercosur, Şili ve SAARC Tercihli Ticaret Düzenlemesi Anlaşması (SAPTA - Bangladeş, Butan, Hindistan, Maldivler, Nepal, Pakistan ve Sri Lanka).

#### **4.9 Sektörde Standartlar**

Hindistan'da standartlar, Hindistan Standartları Bürosu (BIS) tarafından düzenlenmektedir. Mevcut durumda geleneksel halılarda BIS (Bureau of Indian Standards) onayı aranmamaktadır.

Ancak bazı bazı tekstil ve zemin kaplaması türleri için (otomotiv dokumasız halı ve paspasları vb.) BIS sertifikası zorunluluğu getirilmesine yönelik çalışmalar bulunmaktadır. Ayrıntılı bilgilere <https://www.bis.gov.in/> adresinden ulaşılabilir.

Birçok ülke gibi Hindistan da, kanserojen olduğu bilinen belirli azo boyalarının kullanımını kısıtlamıştır. Ayrıca halılarda kullanılan malzemelerin insan sağlığına zararlı maddeler içermemesi gerekmektedir.

#### **4.10 Sektörde Etiketleme**

Ülkede etiketleme için tercih edilen dil İngilizce veya Hintçedir. Ürünlerin, ülke menşei, üretici bilgileri ve ürün özellikleri, malzeme içeriği gibi detayları içeren uygun etiketlerle etiketlenmesi zorunludur.

#### **4.11 Sektörde Ambalajlama**

Sektörde ambalajlamaya yönelik özel bir zorunluluk bulunmamakta olup, ürünlerin uluslararası taşımacılık standartlarına uygun şekilde paketlenmesi yeterlidir. Ancak halıların, uzun nakliye süresi ve Hindistan'ın yüksek nemli iklim koşulları göz önünde bulundurularak ambalajlanması faydalı olacaktır.

#### 4.12 Lojistik

Hindistan ile Türkiye arasındaki ticaretin lojistiği, daha hızlı geçiş için Süveyş Kanalı ve Kızıldeniz güzergahlarıyla kolaylaştırılmaktadır. İlgili önemli limanlar arasında Hindistan'daki Nhava Sheva ve Mundra ile Türkiye'deki Ambarlı, Evyap, Aliğa ve Mersin gibi çeşitli limanlar yer alıyor. Mundra ve Nhava Sheva'dan Hindistan'ın büyük iç merkezlerine uzanan entegre demiryolu bağlantıları, tedarik zincirinin verimliliğini artırmaktadır. Hâlihazırda ülkemiz ile Hindistan arasındaki navlun süresi Süveyş Kanalı kullanılan hatlarda 10-15 gün iken son 2 yılda birçok geminin taşımacılıkta Afrika'yı dolanarak taşımacılık yapmak zorunda kaldığı bilinmektedir. Bu durumda, ilgili sürelerin 30-40 günü bulduğu durumlar yaşanmaktadır.

#### 4.13 Dağıtım Kanalları

Hindistan'ın geniş coğrafyası, farklı bölgelerindeki altyapı farklılıkları ve çeşitli pazar dinamikleri, halı sektöründe etkin ve esnek dağıtım kanalları oluşturmayı gerektirmektedir. Büyük ticari projeler (otel, ofis vb.) için üreticiden doğrudan satış yöntemi tercih edilirken, perakende satış ve küçük ölçekli projeler için yerel distribütörler kullanılmaktadır. Online platformlar da sektör için giderek daha önemli bir rol oynamaktadır. Yüksek değerli ve el dokuması halılar için ise multi-brand mağazalar, dekorasyon butik zincirleri ve online perakende kanalları yaygın olarak kullanılmaktadır. Ayrıca yabancı firmalar, Hindistan'da üretim yapmak veya yerel bayi açmak amacıyla lisans anlaşmaları veya ortak girişimler yoluyla pazara entegre olabilmektedir.

#### 4.14 E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat)

Hindistan'da e-ticaret hızla büyümektedir. E-ticaret platformları halı markalarının ürünlerini geniş kitlelere ulaştırmak için kullandığı temel mecralardır. Marka web siteleri ve mobil uygulamalar da oldukça popülerdir.

##### 4.14.1 Ülkedeki Pazaryerleri

Hindistan'daki başlıca halı pazaryerleri

- IndiaMart
- TradeIndia
- Amazon.in
- Flipkart
- Craftsvilla
- Pepperfry
- Urban Ladder
- Myntra
- Rug Republic
- Jaipur Rugs Online
- Ikea

olarak sıralanabilir.

#### 4.14.2 Özel Günler, Bayramlar v.b.

Hindistan’da birçok resmî tatil bulunmaktadır. Ulusal olarak Holi, Diwali, Bhai Duj gibi festivaller, Maha Shivaratri, Ram Navami, Mahavir Jayanti, Good Friday, Buddha Purnima, Ramazan Bayramı, Janmashtami, Hz. Muhammed’in doğum günü, Guru Nanak’ın Doğum günü gibi dini bayramlar, Yılbaşı tatili, Christmas’ın yanısıra, Mahatma Gandhi’nin doğum günü de resmi, bayram olarak kutlanmaktadır. Eyaletlerin farklı resmî tatilleri de mevcuttur. İş seyahatleri/toplantılar düzenlenirken özel günlere dikkat edilmesi faydalı olacaktır.

Başta Diwali olmak üzere büyük festivaller sırasında, markalar büyük indirim kampanyaları düzenlemektedir. Bu kampanyalar, bayrama özel fırsatlar sunarak, özellikle ev dekorasyonu alımlarını artırmaktadır.

#### 4.14.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Hindistan’da en popüler sosyal medya platformları arasında WhatsApp, Instagram, Facebook, X ve LinkedIn öne çıkmaktadır

#### 4.14.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Hindistan’da e-ticaret yoluyla yapılan ihracat, geleneksel ticaret ile benzerdir.

#### 4.14.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Hindistan’da e-ticaret, tüketicileri korumayı ve adil uygulamaları sağlamayı amaçlayan bir dizi yasa ve politikayla düzenlenmektedir. Temel düzenlemeler arasında Tüketiciyi Koruma Yasası, 2019, Bilgi Teknolojileri Yasası, 2000 ve Rekabet Yasası, 2002 yer alır. Bu yasalar, tüketici hakları, veri koruma ve rekabete aykırı uygulamalar gibi alanları ele alır.

Tüketiciyi korumak için Hindistan Hükümeti’nin e-Ticaret hakkındaki Kılavuzları:

<https://consumeraffairs.nic.in/sites/default/files/file-uploads/latestnews/Guidelines%20on%20e-Commerce%20date%20extend.pdf>

#### 4.14.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri

Hindistan’daki başlıca e-ticaret lojistik şirketleri, e-ticaret sektörünün büyümesine paralel olarak önemli bir rol oynamaktadır. Bu şirketler, e-ticaret firmalarına hızlı ve güvenilir teslimat çözümleri sunarak müşteri memnuniyetini artırmayı hedeflemektedir.

Delhivery, Ecom Express, Blue Dart, DTDC, Ekart Logistics ve Xpressbees Shadowfax, Gati ve Mahindra Logistics gibi şirketler ön plandadır.

#### 4.15 Tanıtım ve Pazarlama

Hindistan'da halı sektöründe tanıtım ve pazarlama geleneksel ve dijital kanalların bir arada kullanımı ile yapılabilir. Öncelikle Hindistan'da fuarlara katılım sağlayarak yeni bağlantılar kurmak oldukça önemlidir. Fuarlar firmalarımızın bilinirliğinde önemli rol oynamakta ve yüz yüze görüşmeler işbirliğini kolaylaştırmaktadır. Bu bakımdan ticaret heyetlerine katılım da önerilmektedir.

Fiziksel mağazalar ve showroomlar, hâlâ sektörde önemli bir pazarlama kanalıdır. Müşteriler, ürünleri yerinde görüp deneyimleyerek satın alma kararlarını daha kolay verebilmektedir. Tüketicilerin, halı dokusunu, hav yüksekliğini ve renkleri görmesi fayda sağlamaktadır. Ayrıca yerel distribütörler ve acentelerle iş birliği yapılması faydalı olacaktır.

Diğer taraftan, tanıtım ve pazarlama için online pazaryerlerinin kullanımı da önemlidir. Büyük pazaryerleri olan Amazon India ve Flipkart gibi platformlar ve marka resmi web siteleri ürünlerin geniş kitlelere ulaştırılmasında önemli rol oynamaktadır. Jaipur Rugs, Obeetee, Surya gibi önemli yerel markalar, kendi web siteleri üzerinden de satış yapmaktadır.

Sosyal medya reklamları, influencer pazarlaması da oldukça etkili bir stratejidir. Markalar, Instagram ve YouTube gibi platformlarda ev dekorasyonu ve iç mekan tasarımında ön plana çıkan yaşam tarzı influencer'ları ile işbirlikleri yaparak daha geniş kitlelere ulaşmayı başarmaktadır. Dijital reklamcılıkta ise özellikle Google Ads gibi platformlarda kullanılan hedefli reklam stratejileri, markaların potansiyel müşterilerine ulaşmasını kolaylaştırmaktadır.

#### 4.16 Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Hindistan halı ve kilim pazarında alıcı tercihleri premium, sürdürülebilir ve tasarım odaklı ürünlere yönelmektedir. Tüketiciler, hem estetik hem de çevresel kriterleri göz önünde bulundurarak doğal lif ve düşük karbon ayak izi olan ürünleri tercih etmektedir. Özellikle el dokuma ve yüksek kalite segmentlerinde kişiye özel tasarımlar ve üretim talepleri artmaktadır. Ürünün orijinallliğini ve kalite standardını gösteren QR kodlu doğrulama ve sertifika sistemlerine olan ilgi artmaktadır.

Dijitalleşme ile e-ticaret platformları ve mobil uygulamaların önemi gitgide artmaktadır. Artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) teknolojilerini kullanan uygulamalar, alıcılar tarafından giderek daha fazla tercih edilmektedir.

Tasarımda ise geleneksel desenler, nostaljik halılar, çiçek desenleri popülarlığını korusa da son yıllarda sade renklere ve jüt, bambu ipeği gibi doğal malzemelere olan ilgi de artmaktadır. Özellikle şehirli ve genç tüketiciler, IKEA gibi global markaların etkisiyle sade tasarımlara, minimalist desenlere yönelmektedir.

Bölgesel farklılıklar da tüketici tercihlerini etkilemektedir. Örneğin kış mevsiminin yaşandığı Kuzey Hindistan (özellikle Uttar Pradesh, Rajasthan, Delhi ve Jammu & Kashmir) gibi bölgelerde yünlü, kalın ve el dokuma halılara talep yüksektir. Bu

şehirler aynı zamanda üretim merkezi olduğu için geleneksel desenler, kültürel motifler ve el işçiliğine olan ilgi daha fazladır. Güney Hindistan (Tamil Nadu, Telangana, Kerala, Andhra Pradesh) ise yılın her mevsimi sıcak ve nemlidir, bu nedenle daha hafif veya jüt halı ve kilimlere olan talep daha fazladır.

#### 4.17 Sektörde Vergiler

Gümrük vergisi, birkaç bileşenden oluşmaktadır. Temel Gümrük Vergisi (BCD), ithal edilen mallara uygulanan ana vergidir ve ürün türüne göre değişiklik göstermektedir. Halılar için (5701, 5702 ve 5703 HS Code) genellikle %20 uygulanmaktadır. Entegre Mal ve Hizmet Vergisi (IGST), BCD'ye ek olarak uygulanır ve halı ürünlerinde çoğunlukla %5–12 civarındadır. Sosyal Refah Ek Vergisi (SWS) gibi ek vergiler de zaman zaman devreye girebilir. Ayrıca, belirli ülkelerden ithal edilen ürünlerde anti-dumping veya koruma vergileri gibi ek önlemler uygulanabilmektedir. Hindistan'a ihracat yapan firmalar, güncel vergi oranlarını ve uygulanabilir ek vergileri <https://www.cbic.gov.in/> <https://www.old.icegate.gov.in/Webappl/Trade-Guide-on-Imports> ve <https://indiantradeportal.in/> web sayfaları üzerinden takip edebilmektedir.

#### 4.18 Varsa Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

Mevcut durumda halı için BIS (Bureau of Indian Standards) sertifikası zorunlu olmasa da, bazı büyük alıcıların BIS uyumunu talep ettiği bilinmektedir. Benzer şekilde büyük hacimli ithalatlarda veya belirli ürün gruplarında zorunlu olmasa da ithalatçı tarafından kalite sertifikaları veya menşe belgeleri talep edilebilir; bu durum ithalat sürecini uzatabilir ve ek maliyet yaratabilir.

Hindistan'daki işlemler genellikle uzun sürebildiğinden, zamanlama planlaması yapılırken bu durum göz önünde bulundurulmalıdır. Özellikle zararlı azo boyaları başta olmak üzere, insan sağlığına zararlı kimyasal maddelerin (ağır metaller, formaldehit) varlığına dair Hindistan Gümrüğü'nün rastgele test zorunluluğu ihracat süresini uzatabilmektedir.

### 5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Hindistan halı sektörünün önümüzdeki yıllarda büyümesini sürdürmesi beklenmektedir. Pazar büyüklüğünün 1,08 milyar ABD doları seviyesinden 2030 yılına kadar 1,72 milyar ABD dolarına ulaşmasının öngörülmesi yatırımcılar için fırsatlar sunmaktadır.

Hindistan'daki gelir artışı ve orta sınıfın hızla büyümesi, tüketici tercihlerinde değişime neden olmuş ve daha kaliteli ve şık iç mekana sahip olma algısı halı talebini artırmıştır. Ayrıca artan lüks konut projeleri, otel zincirleri ve kurumsal dekorasyon alanları Türk halıcılar için önemli ihracat fırsatları sunmaktadır.

Yüksek harcanabilir gelire sahip tüketici sınıfı, premium ve lüks segmentte; geleneksel Türk motifleri, yün, ipek veya karışım halılar, premium el işçiliği ve nadir motifler içeren, 'one of a kind' ürünlere odaklanmaktadır.

Hindistan’da “Türk Halısı” algısı olumludur. Türk halılarının tarihi itibar ve güvenilirliği, Hint tüketiciler nezdinde önemli bir rekabet avantajı ve tercih sebebidir. Türkiye'nin dokuma ve tufted halılardaki teknolojik ve tasarım üstünlüğü de ön plana çıkmaktadır.

Hindistan halı sektöründe çevre dostu üretim yöntemlerine olan talep artmaktadır. Yeşil pazarlama stratejileri ve sürdürülebilir üretim yöntemleri, sektör için yeni fırsatlar yaratmaktadır.

E-ticaretin yaygınlaşması sayesinde, dijital platformlar aracılığıyla geniş bir kitleye ulaşmak mümkündür.

## **6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler**

Hindistan halı sektöründe Türk ihracatçıları bekleyen temel tehditler, yoğun rekabet ortamı, korumacılık eğilimleri ve ekonomik risklerden kaynaklanmaktadır.

Hint halı sektörü, özellikle Kuzey Hindistan’ın özellikle Bhadohi, Mirzapur gibi bölgelerinde yoğunlaşmış, köklü ve çok sayıda yerel üretici tarafından domine edilmektedir. Düşük işçilik maliyetleri ve yerel hammadde kaynakları sayesinde Hint üreticiler, özellikle orta ve düşük fiyatlı segmentlerde Türk ihracatçılarına kıyasla önemli bir fiyat avantajına sahiptir.

Diğer taraftan özellikle makine halıları segmentinde, Çin ve Vietnam’ın, Hindistan’ın toplam halı ithalatının yaklaşık %50’sini karşılaması ihracatçılarımız için en önemli fiyat ve hacim rekabetini oluşturmaktadır.

Hintli yerel halı üreticilerinin ülkemize yönelik çalışmaları ihracatımızı olumsuz etkileyebilmektedir. Hindistan Halı İhracatını Teşvik Konseyi (CEPC), Türkiye’nin Hindistan’dan ithal ettiği halılara %46 oranında gümrük vergisi uygulamasına karşılık, Hindistan’ın da Türkiye’den ithal edilen makine halılarına mütekabiliyet çerçevesinde yüksek vergi koymasına çağrısında bulunmaktadır.

Ayrıca 2025 yılında ABD’nin Hindistan halı ihracatına yönelik %50’ye varan ek gümrük vergileri, ülkenin başlıca ihracat pazarında ciddi kayıplara yol açmıştır. Bu gelişme kısa vadede Hintli ihracatçıları olumsuz etkilerken, uzun vadede üreticilerin iç pazara yönelmesine ve ithalat talebinin azalmasına yol açabilir.

## **7. Halı Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler**

Hindistan’ın coğrafi ve endüstriyel çeşitliliği göz önüne alınarak, hedef bölgelerin ihtiyaçlarına uygun ürün ve pazarlama stratejileri geliştirilmesinde yarar bulunmaktadır. Ayrıca hızla artan orta sınıf ailelerin tüketim alışkanlıklarının daha yakından analiz edilmesi doğru ürün gruplarının seçilmesini kolaylaştıracaktır.

Çin ve Vietnam’ın, Hindistan halı ithalatında özellikle düşük fiyatlı segment halılarda en büyük tedarikçi konumunda olması nedeniyle bu halı çeşitlerinden ziyade orta, yüksek ve premium kalite halılara odaklanılması faydalı olacaktır. Ürünlerde “Türk Halısı” vurgusu yapılması, pazarlama stratejilerinde Türk halısının tarihsel değeri ve kalitesinin altının çizilmesi katkı sağlayacaktır. Hindistan’da yerel alıcılarla doğrudan yüz yüze görüşülmesi anlaşma yapılmasını kolaylaştırmaktadır. Bu kapsamda Hindistan’daki fuarlara ve ticaret heyetlerine katılım sağlanması da oldukça önemlidir.

E-Ticaret Platformlarının gücünden faydalanılması, güçlü bir dağıtım ağına ve itibara sahip güvenilir yerel distribütörler ve bayilerle çalışılması faydalı olacaktır.

## 8. Genel Değerlendirme

Hindistan halı sektörü, son yıllarda kaydettiği etkileyici büyüme ile ihracatçılarımıza önemli potansiyel sunmaktadır. Kentleşmenin hızlanması, orta sınıfın artması, gelir düzeylerindeki artış, ev dekorasyonuna olan ilginin yükselmesi, değişen, modernleşen yaşam tarzı Hint tarzı halılar dışındaki halılara olan talebi önemli ölçüde artırmaktadır.

Hindistan halı sektörü aynı zamanda yerel rekabetin, karmaşık idari süreçlerin zorladığı bir alandır. Türk ihracatçılarımızın, Türkiye'nin güçlü üretim kabiliyetini ve marka itibarını kullanarak bu pazarda başarılı olabilmesi için detaylı ve odaklanmış bir strateji benimsemesi gerekmektedir.

## 9. Yararlı Adresler

### Devlet Kuruluşları

<https://texmin.nic.in/>

<https://www.dgft.gov.in/CP/>

<https://www.bis.gov.in/>

<http://www.mca.gov.in/>

<http://www.investindia.gov.in/>

### Carpet Export Promotion Council (CEPC)

<https://www.cepc.co.in/>

### Gümrük Uygulamaları

<https://www.old.icegate.gov.in/Webappl/index.jsp>

[www.indiantradeportal.in](http://www.indiantradeportal.in)

### Federation of Indian Export Organizations

FIEO Firma Arama Sayfası:

<https://fieo.org/Offrings-from-Indian-Exporters.php>

FIEO – Talep/Duyuru Yükleme Sayfası:

<https://fieo.org/TradingZoneSell.php?actionType=2>

## Önemli Ticaret Odaları

<https://www.ficci.in/>

<https://www.cii.in/>

<https://www.phdcci.in/>

<https://www.assochem.org/>

## 10. Kaynakça

<https://ibef.org/exports/carpet-industry-in-india>

<https://indiantextilejournal.com/category/home-textiles/>

<https://indiantradeportal.in/vs.jsp?lang=0&id=0,31,24100,24103>

<https://textilevaluechain.in>

<https://ticaret.gov.tr/data/5f8d738f13b8763b2051494d/Hindistan%20Pazar%20Bilgileri-2025.pdf>

<https://timesofindia.indiatimes.com/city/varanasi/export-council-for-reciprocal-tariffs-on-machine-made-carpets-from-turkiye/articleshow/121195562.cms>

<https://www.aljazeera.com/economy/2025/9/11/no-consignments-to-the-us-as-tariffs-hit-indias-carpet-industry>

<https://www.cepc.co.in/>

<https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/india-carpets-and-rugs-market/companies>

<https://www.newindianexpress.com/business/2025/Aug/24/us-tariff-carpet-exporters-see-business-loss-labourer-migration>

<https://www.newindianexpress.com/nation/2025/May/16/traders-urge-centre-to-impose-reciprocal-tariffs-on-carpets-imported-from-turkey>

<https://www.old.icegate.gov.in/Webappl/Trade-Guide-on-Imports>

<https://www.statista.com/outlook/cmo/furniture/home-decor/carpets-rugs/india>

<https://www.texmin.gov.in/sites/default/files/MOT%202024-25%20English%20Report%2012.03.2025.pdf>

<https://www.trademap.org/Index.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1>