

envoyo

2026 PAZARYERİ KATEGORİ TRENDLERİ

Temu, Alibaba, Amazon, Etsy ve Walmart için
ülke bazlı trend ve zayıflayan kategori analizi

Hazırlayan: Envoyo

2026 Pazaryeri Kategori Trendleri

Temu, Alibaba, Amazon, Etsy ve Walmart için ülke bazlı trend ve zayıflayan kategori analizi

2026'da e-ticaret tarafında kategori seçimi artık sadece "çok satan ürün" mantığıyla yapılamıyor. Aynı ürün Amazon'da güçlü görünürken Temu'da fiyat baskısına, Etsy'de kişiselleştirme eksikliğine, Walmart'ta ise operasyonel hacim ve hızlı teslimat beklentisine takılabiliyor. Özellikle ABD ve Avrupa'da gümrük, reklam maliyeti, ürün güvenliği ve platform rekabeti kategori kararını doğrudan etkiliyor.

ABD e-ticaret satışlarının toplam perakende içindeki payı artmaya devam ederken, İngiltere gibi pazarlarda online alışveriş penetrasyonu çok yüksek seviyelere ulaşmış durumda. Bu da Amazon, Etsy, Temu ve Walmart gibi platformlarda ürün seçiminin daha veri odaklı yapılmasını zorunlu hale getiriyor.

Bu çalışma; platform, ülke ve kategori eşleşmesini birlikte ele alarak 2026'da hangi alanlarda fırsat olduğunu, hangi kategorilerde ise yeni satıcılar için risklerin yükseldiğini göstermeyi amaçlar.

Amazon 2026: Hacim büyük ama her kategoriye girilir dönemi bitti

Amazon hâlâ ABD, UK ve Almanya gibi pazarlarda en güçlü ürün arama ve satın alma platformlarından biri. Ancak 2026'da Amazon'da başarı için iki konu belirleyici: reklam maliyetini kaldıracabilecek brüt marj ve ürünün güvenilirlik algısı.

Amazon'un kendi ürün öneri içeriklerinde öne çıkan yüksek talep örnekleri arasında surge protector, ayakkabı, acne patch, insulated tumbler, whey protein, baby wipes, cat litter, under-cabinet lights ve pest control gibi ürünler yer alıyor. Bu liste bize Amazon'da trendin "günlük kullanım + problem çözen ürün + tekrarlı tüketim" tarafına kaydığını gösteriyor.

Amazon satıcı araştırmalarında markaların en büyük endişeleri artan shipping cost, ürün maliyeti ve reklam giderleri olarak öne çıkıyor. Bu nedenle sadece satış potansiyeline değil, net kârlılığa ve reklam taşıma kapasitesine bakmak gerekiyor.

Ülke	2026'da trend kategoriler	Zayıflayan / dikkatli girilecek kategoriler	Yorum
ABD	Health & Household, Beauty & Personal Care, Pet Supplies, Home & Kitchen, Baby essentials, Sports & Outdoors	Generic electronics, ucuz tekstil, çok benzer private label mutfak ürünleri	Hacim yüksek ama CPC ve review bariyeri sert. Marjı düşük ürünler reklamı taşıyamaz.
UK	Fashion, Food & Beverages, Beauty/Health/Care, Electronics, Pet Products, Household Appliances	Sadece fiyat avantajıyla gelen ürünler, regülasyon riski yüksek kozmetik/elektronik	Online alışveriş penetrasyonu yüksek; tüketici yorum, teslimat ve iade deneyimine duyarlı.
Almanya	Home, baby, beauty, pet, functional household, sürdürülebilir ambalaj ürünleri	Sertifikasız elektronik, regülasyonsuz oyuncak, düşük kaliteli kozmetik	Tüketici güveni, kalite ve mevzuat hassasiyeti yüksek.
BAE / GCC	Beauty, fragrance, modest fashion, premium home, baby, wellness	Ucuz ve kalitesiz algısı yaratan generic ürünler	Fiyat kadar marka algısı, ambalaj ve premium sunum önemli.
Türkiye'den ihracat	Kozmetik, tekstil, ev tekstili, doğal bakım, bebek/çocuk ürünleri, gıda dışı hediye ürünleri	Ağır, kırılğan, düşük fiyatlı ve reklam marjı düşük ürünler	Türkiye üretim avantajı olan kategorilerde güçlü; fakat listeleme, yorum ve reklam bütçesi olmadan avantaj yetmez.

Etsy 2026: Kişiselleştirme, duygu ve hikâye satıyor

Etsy 2026'da klasik ürün pazaryerinden çok "kişisel anlamı olan ürün" platformu gibi çalışıyor. Alıcılar evlerini yeniliyor, düğün ve kutlama planlıyor, yeni hobiler arıyor ve gündelik hayatı daha kişisel hissettirecek ürünlere yöneliyor.

Etsy tarafında Gen Z'nin "just because" yani özel gün olmadan küçük hediye alma davranışı öne çıkıyor. Bu, kişiselleştirilmiş küçük hediyeler, dekoratif objeler, özel gün ürünleri ve duygusal bağ kuran ürünler için güçlü bir fırsat yaratıyor.

Düğün, bridesmaid hediyeleri, statement jewelry, floral/wildflower dekor, kişiselleştirilmiş ev ürünleri ve craft supplies Etsy'de 2026'ya taşınan güçlü alanlar arasında yer alıyor.

Ülke	2026'da trend kategoriler	Zayıflayan / dikkatli girilecek kategoriler	Yorum
ABD	Personalized gifts, wedding decor, bridesmaid gifts, custom jewelry, home decor, craft supplies	Kişiselleştirmesiz print ürünleri, çok kopyalanmış POD tasarımlar	Hediye ve düğün sezonu Etsy'nin ana motorlarından biri.
UK	Personalized home gifts, linen products, wedding stationery, table decor, handmade jewelry	Generic takı, düşük kaliteli dijital print, benzer kupa/t-shirt tasarımları	Hediye kültürü güçlü; fakat farklılaşma şart.
Almanya	Natural materials, minimalist handmade home, personalized baby gifts, sustainable packaging	Aşırı renkli/kalitesiz görünen hızlı trend ürünler	Materyal, kalite ve sürdürülebilirlik dili önemli.
Fransa	Wedding accessories, romantic home decor, artisan jewelry, botanical/floral ürünler	Seri üretim hissi veren ürünler	Tasarım dili ve estetik bütünlük kritik.
Türkiye'den Etsy ihracatı	El işi takı, kişiselleştirilmiş ev ürünleri, seramik, tekstil, düğün/nişan ürünleri, dijital davetiye	Sıradan POD, telsiz ama çok kullanılan clipart ürünleri	El işçiliği, tekstil ve takı üretimi Etsy için avantajlı.

Walmart 2026: ABD'de hacim, güven ve hızlı teslimat platformu

Walmart Marketplace, Amazon kadar geniş ama daha "mass retail" mantığında çalışıyor. Walmart tarafında trend kategoriler genelde pratik, güvenilir, ev ve aile odaklı ürünler etrafında şekilleniyor.

Walmart'ta hızlı teslimat, WFS kullanımı, stok sürekliliği ve fiyat rekabeti çok önemli. Platformun fiziksel mağaza gücü ve dijital marketplace büyümesi birleştiğinde, özellikle ABD pazarında hacim odaklı satıcılar için güçlü bir kanal ortaya çıkıyor.

Türkiye'den Walmart'a girecek markalar için ev gereçleri, tekstil, çocuk ürünleri, basic fashion, outdoor ve organizör/storage ürünleri daha mantıklı görünmektedir.

Ülke / pazar	2026'da trend kategoriler	Zayıflayan / dikkatli girilecek kategoriler	Yorum
ABD	Home, hardlines, food & wellness, fashion & apparel, toys & seasonal	Premium niş tasarım ürünleri, çok yüksek fiyatlı butik ürünler	Walmart'ta value for money çok önemli.
Kanada / Kuzey Amerika genişleme	Home essentials, pet, baby, outdoor, kitchen, cleaning	Regülasyon gerektiren kozmetik/elektronik, hacimsiz niş ürünler	Ana güç ABD olsa da Kuzey Amerika genişlemesi takip edilmeli.
Türkiye'den Walmart'a	Ev gereçleri, tekstil, çocuk ürünleri, basic fashion, outdoor, organizör/storage ürünleri	Kırılgan, ağır, yüksek iade riski olan ürünler	WFS'e uygun, barkod/etiket/kolileme düzeni güçlü ürünler tercih edilmeli.

Temu 2026: Avrupa'da hızlı büyüyor ama regülasyon riski artıyor

Temu 2026'da özellikle Avrupa'da çok hızlı büyüyen bir trafik kanalı. İspanya ve İtalya gibi pazarlarda kullanıcı büyümesi güçlü sinyaller veriyor. Ancak Temu tarafında kategori seçimi ciddi regülasyon ve fiyat baskısı altında yapılmalı.

Avrupa'da düşük fiyatlı küçük paket modeli üzerindeki gümrük ve ürün güvenliği baskısı artıyor. Özellikle oyuncak, elektronik, çocuk ürünleri ve sertifikasyon gerektiren kategorilerde dikkatli ilerlemek gerekiyor.

Temu, marka inşasından çok stok eritme, hacim, kampanya ve düşük fiyatlı ürün test kanalı gibi düşünülmelidir. Premium marka konumlaması gerektiren ürünlerde tek ana kanal olarak değerlendirilmesi riskli olur.

Ülke	2026'da trend kategoriler	Zayıflayan / riskli kategoriler	Yorum
ABD	Local inventory, household essentials, low-cost accessories, basic fashion, small home goods	Çin'den direkt düşük fiyatlı gönderi modeli, sertifikasız elektronik	Tarife ve de minimis değişimleri düşük fiyat avantajını zorlayabilir.
UK	Home accessories, fashion accessories, beauty tools, small gadgets, seasonal products	Kalite algısı zayıf ürünler, çocuk/elektronik güvenlik riski taşıyan ürünler	Hızlı teslimat ve güvenilirlik beklentisi artıyor.
Almanya	Organizer, home, basic apparel, low-risk accessories	Sertifikasız elektronik, oyuncak, çocuk ürünleri	Regülasyon ve ürün güvenliği hassasiyeti yüksek.
İspanya / İtalya	Fashion accessories, home decor, beauty tools, seasonal low-ticket ürünler	Çok düşük marjlı ürünler, kolay kopyalanan ürünler	Kullanıcı büyümesi bu pazarlarda güçlü.
Türkiye'den Temu'ya	Ev tekstili, aksesuar, organizer, basic fashion, küçük ev ürünleri	Premium marka konumlaması gerektiren ürünler, regülasyonlu kozmetik/elektronik	Hacim kanalı olabilir ama marka değeri inşa etmek için tek başına ideal değil.

Alibaba 2026: B2B'de ürün değil, tedarik güveni satılıyor

Alibaba.com'u Amazon, Etsy veya Walmart gibi B2C pazaryeri olarak okumamak gerekir. Alibaba daha çok B2B talep, toptan satış, distribütör bulma ve global sourcing platformu olarak çalışır.

Alibaba'da başarılı olmak için tekil ürün satmaktan çok üretim kapasitesi, MOQ esnekliği, sertifika, numune süreci, özelleştirme ve ihracat operasyonu anlatılmalıdır.

Türkiye üreticileri için Alibaba; tekstil, kozmetik/private label, ambalaj, endüstriyel ürün, ev tekstili ve hediyelik kategorilerinde güçlü bir B2B fırsat kanalı olabilir.

Alıcı pazarı	2026'da trend B2B kategoriler	Zayıflayan / dikkatli girilecek kategoriler	Yorum
ABD	Industrial supplies, beauty/private label, packaging, home improvement, pet, apparel sourcing	Sadece fiyat odaklı, sertifikasız, MOQ esnekliği olmayan ürünler	ABD alıcısı fiyat kadar teslimat ve belge güveni arıyor.
UK	Skincare & cosmetics, gifts, consumer electronics, home goods	Regülasyon belgesi zayıf kozmetik/elektronik	Avrupa KOBİ sourcing verilerinde bu kategoriler güçlü.
Almanya	Industrial, machinery parts, sustainable packaging, technical textile, certified consumer goods	Belgesiz ürün, kalite standardı düşük üretim	Almanya'da B2B karar süreci kalite ve sertifikaya bağlı.
Fransa / İtalya / İspanya	Fashion manufacturing, accessories, home decor, beauty packaging, gifts	Çok standart, tasarım değeri olmayan ürünler	Tasarım ve materyal dili güçlü olmalı.

Alıcı pazarı	2026'da trend B2B kategoriler	Zayıflayan / dikkatli girilecek kategoriler	Yorum
MENA / GCC	Cosmetics, fragrance packaging, modest fashion, hospitality textile, premium gifts	Ucuz ve markasız görünen ürünler	Ambalaj, özelleştirme ve hızlı numune süreci önemlidir.
Türkiye'den Alibaba'ya	Tekstil, kozmetik/private label, endüstriyel ürünler, ambalaj, ev tekstili, gıda dışı hediyeelik	Sadece katalog yüklenen, İngilizce açıklaması zayıf ürünler	RFQ takibi ve satış ekibi disiplini ürün kadar önemli.

2026'da öne çıkan ana kategori kümeleri

Aşağıdaki kategoriler, birçok pazaryerinde ortak şekilde güçlenmektedir. Ancak her kategori her platformda aynı stratejiyle çalışmaz; ürünün fiyatı, reklam maliyeti, belge gerekliliği ve hedef ülke davranışı birlikte değerlendirilmelidir.

Kategori	Güçlü olduğu platformlar	Güçlü olduğu ülkeler	Neden trend?
Beauty & Personal Care	Amazon, Walmart, Alibaba, Temu	ABD, UK, Almanya, GCC	Tekrarlı tüketim, influencer etkisi, private label potansiyeli
Home & Kitchen / Home Decor	Amazon, Etsy, Walmart, Temu	ABD, UK, Almanya, İtalya, İspanya	Ev yaşamı, organizatör, dekorasyon ve küçük yenileme alışkanlıkları
Pet Products	Amazon, Walmart	ABD, UK, Almanya	Sadık tüketici, tekrarlı satın alma, premiumlaşma
Personalized Gifts	Etsy, Amazon Handmade	ABD, UK, Fransa	Duygusal hediye, özel gün ve "just because" alışverişi
Baby & Kids Essentials	Amazon, Walmart, Etsy	ABD, UK, Almanya	Güvenilirlik ve sürekli ihtiyaç
Fashion Accessories	Etsy, Temu, Amazon	ABD, UK, İspanya, İtalya	Düşük sepet bariyeri, görsel satın alma, trend hızı
Industrial / B2B Supplies	Alibaba, Amazon Business	ABD, Almanya, UK	Tedarik çeşitlendirme ve B2B dijitalleşme
Sustainable / Natural Materials	Etsy, Amazon, Alibaba	Almanya, UK, Fransa	Materyal kalitesi, sürdürülebilirlik ve premium algı

Zayıflayan veya yeni satıcı için riskli hale gelen kategoriler

Burada "demode" ifadesini tamamen talebi bitmiş kategori anlamında değil, yeni satıcı için riski artan kategori olarak okumak daha doğru olur.

Kategori tipi	Neden riskli?	Hangi platformda daha riskli?
Generic electronics	Sertifika, iade, arıza, regülasyon ve yoğun rekabet	Amazon, Temu, Walmart
Sıradan POD t-shirt/kupa	Etsy ve Amazon'da aşırı doygun, farklılaşma zor	Etsy, Amazon
Çok düşük fiyatlı aksesuar	Temu fiyatları marjı düşürüyor	Amazon, Etsy, Temu
Sertifikasız oyuncak / çocuk ürünü	AB ve ABD'de güvenlik hassasiyeti artıyor	Temu, Amazon, Walmart
Ağır ve hacimli düşük fiyatlı ürün	Lojistik maliyeti kâr bitiriyor	Amazon, Walmart
Kopya/trend takipçi ürünler	IP, görsel telif ve platform ihlali riski	Temu, Amazon, Etsy
Regülasyonsuz kozmetik	İçerik, etiket, claim ve belge riski yüksek	Amazon, Walmart, Temu

Türkiye'deki üretici ve markalar için 2026 strateji önerisi

Amazon için: Beauty, home textile, pet, baby, niche fashion ve functional home ürünlerinde ilerlenmeli. Ancak ürün başına brüt marj, reklam bütçesi, ilk yorum stratejisi ve stok planı net kurulmalı. Amazon'da sadece ürün göndermek yetmez; lansman, Vine, PPC, kupon, fiyat testi ve içerik kalitesi birlikte yönetilmeli.

Etsy için: Türkiye'nin el işçiliği, takı, seramik, tekstil, kişiselleştirme ve düşük ürünleri avantajı yüksek. Etsy'de başarı, ürünün kendisinden çok hikâye, fotoğraf, personalization opsiyonu ve hediye diliyle gelir.

Walmart için: Türkiye'den Walmart'a girecek ürünlerde ev, çocuk, tekstil, organizeler, outdoor ve basic fashion daha mantıklı. WFS'e uygun, barkod/kolileme sistemi düzgün ve stok devamlılığı olan ürünler tercih edilmeli.

Temu için: Temu, marka değeri yüksek ürünler için ana kanal değil; fiyat rekabetine uygun, düşük riskli, küçük hacimli ve hızlı dönen ürünler için test/hacim kanalı olarak değerlendirilmeli. Regülasyonlu ürünlerde çok dikkatli olunmalı.

Alibaba için: Alibaba'da Türkiye'nin en büyük fırsatı B2B üretim gücü. Tekstil, kozmetik/private label, ambalaj, endüstriyel ürün, ev tekstili ve hediyelik kategorilerinde profesyonel katalog, sertifika, MOQ, numune ve RFQ takip sistemi kurulursa güçlü sonuç alınabilir.

Sonuç: Kazanan kategori değil, doğru platform-kategori-ülke eşleşmesi olacak

2026'da tek bir "en iyi kategori" yok. Aynı ürün Amazon ABD'de pahalı reklam maliyeti nedeniyle zorlanabilir, Etsy UK'de kişiselleştirme ile büyüyebilir, Alibaba'da B2B distribütör talebi yaratabilir veya Temu'da fiyat baskısı nedeniyle marka değerini aşağı çekebilir.

Bu nedenle 2026 kategori stratejisi Amazon için güven, yorum, reklam ve kârlılık; Etsy için hikâye, kişiselleştirme ve estetik; Walmart için hacim, fiyat ve hızlı teslimat; Temu için düşük fiyat, hızlı dönen ürün ve regülasyon dikkati; Alibaba için B2B güven, üretim kapasitesi ve aktif satış takibi üzerine kurulmalıdır.

Net öneri: Türkiye'deki üreticiler 2026'da her pazaryerine aynı ürünle girme yaklaşımını bırakmalı. Bunun yerine ürünleri üç sepete ayırmalı: Amazon/Walmart için hacimli ve kârlı ürünler, Etsy için hikâyesi ve kişiselleştirmesi güçlü ürünler, Alibaba için B2B üretim ve toptan satış potansiyeli olan ürünler. Temu ise yalnızca fiyat ve hacim stratejisi net olan ürünlerde kullanılmalıdır.

Kaynaklar


- **U.S. Census Bureau - Quarterly Retail E-Commerce Sales** - <https://www.census.gov/retail/ecommerce.html>
- **International Trade Administration - United Kingdom E-Commerce** - <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/united-kingdom-ecommerce>
- **Amazon Sell - Product Ideas and Selling Trends** - <https://sell.amazon.com/blog/products-to-sell>
- **Jungle Scout - State of the Amazon Seller Report 2025** - <https://www.junglescout.com/resources/reports/amazon-seller-report-2025/>
- **Etsy Seller Handbook - Spring/Summer 2026 Marketplace Insights** - <https://www.etsy.com/seller-handbook/article/1473931456647>
- **Etsy Seller Handbook - Fall/Winter 2025 Trends** - <https://www.etsy.com/seller-handbook/article/1417223353768>
- **Walmart Marketplace - New Seller Savings 2026** - <https://marketplace.walmart.com/new-seller-savings-2026/>
- **Reuters - Walmart partners with JPMorgan to speed payments to online sellers** - <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/walmart-partners-with-jpmorgan-speed-payments-online-sellers-2025-03-24/>
- **Digital Commerce 360 - Walmart Marketplace seller tools and growth** - <https://www.digitalcommerce360.com/2025/08/28/walmart-marketplace-sellers-summit-new-tools-summer-2025/>
- **Ecommerce News Europe - Temu grows rapidly in Spain and Italy** - <https://ecommercenews.eu/temu-grows-rapidly-in-spain-and-italy/>

- **Reuters - EU says Temu breached rules on illegal products** - <https://www.reuters.com/sustainability/eu-says-temu-breach-rules-prevent-sale-illegal-products-2025-07-28/>
- **Council of the European Union - Customs duty on small parcels as of 1 July 2026** - <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2025/12/12/customs-council-agrees-to-levy-customs-duty-on-small-parcels-as-of-1-july-2026/>
- **Retail Times - Alibaba.com research on 2025 product sourcing strategies** - <https://retailtimes.co.uk/alibaba-com-publishes-new-research-on-2025-product-sourcing-strategies/>
- **ECDB - Leading eCommerce categories in top markets** - <https://ecdb.com/blog/leading-ecommerce-categories-in-top-markets/5134>

envoyo

 0534 693 28 49

 envoyo@envoyo.net

 www.envoyo.net