



EBEBK

EBEBK anne ve bebeğin doğum öncesinden başlayıp 4 yaşa kadar olan sürecindeki tüm ihtiyaçlarını karşılamayı hedefleyen şirket 2001'de Online, 2003'te ilk fiziksel mağazasını açmıştır. 2011'de Topbaş ailesi tarafından satın alındıktan sonra 2015 yılında HelloBaby markasını bünyesine katıp 2024'te globalleşme yolunda Birleşik Krallık'ta 2025'te ise Irak'ta ilk fiziksel mağazasını açmıştır. Ürün gamına baktığımızda ise ana kategoriler olarak;

- Hızlı Tüketim Ürünleri – bebek bezi, mama, bakım ürünleri vb.
- Tamamlayıcı Ürünler – banyo, emzirme, güvenlik , oyuncak vb.
- Bebek Araç Gereç ve Mobilya
- Tekstil

Güçlü Marka Bilinirliği ve Pazar Payı

Şirketin 2026/3 itibariyle 3 Birleşik Krallık, 1 Irak ve Türkiye'de 279 standart, 24 adet mini olmak üzere 303 mağazaya ulaştığını görmekteyiz. 2022'de mağaza sayısı 224, 2024'te 270 iken geçtiğimiz yıla kıyasla 30 mağaza açılışı görmekteyiz. Şirketin mağaza açılışı bileşik büyüme oranı ise %7,6'dır. Nielsen'in verilerine baktığımızda güçlü Pazar payının artarak devam ettiğini izlerken Bebek Bezi için %13,7, Biberon Mama için %29.4 olarak gerçekleşirken 2023 yılına kıyasla ortalama 3-5 puan Pazar kazanımını pozitif değerlendirmektedir.

Artan Müşteri Trafik

2025 yılında geçtiğimiz yıla kıyasla ;

- Mağaza ziyaretçi sayısı %6,6 artış ile 53.7m kişi
- Mağaza ziyaretçi sayısı bileşik büyüme oranı ise 2022'den bu yana %8,6
- Mağaza satış adedi %17,4 artış ile 92.08m adede
- Mağaza satış adedi bileşik büyüme oranı ise 2022'den bu yana %11
- E-bebek ziyaret sayısı %4,8 artış ile 136.4m kişiye
- E-bebek satış adedinin ise %6 artış ile 8.86m adede
- E-Bebek satış adedi bileşik büyüme oranının ise 2022'den bu yana %12 artış gösterdiğini görmekteyiz.

Yukarıdaki operasyonel performansa baktığımız zaman artan müşteri trafiğinin devamını ve buna paralel olarak güçlü hacimsel artış ile beraber satış ve karlılık büyümesinin sürmesini beklemekteyiz. EBEBK için 2031 yılına kadar;

- Mağaza ziyaretçi sayısında yatay seyir
- Mağaza satış adedinin %4.8 CAGR
- E-bebek.com ziyaretçi sayısının %3 CAGR
- E-bebek.c.om satış adedinin ise %3.8 CAGR ile büyümesini beklemekteyiz.

Fiziksel mağazacılık tarafında trafik büyümesinde yatay seyir beklesek de verimlilik odaklı yatırımlar sonucu fatura başına adet için %4,5 CAGR beklemekteyiz.

Yatırım Teması

- Güçlü Pazar payı ve marka bilinirliği
- Defansif iş modeli
- Globalleşme yolunda yapılan mağazacılık yatırımları
- Kuzey Irak'ta doğurganlık hızının 3.41 seviyelerinde olması
- Lojistik yatırımlar sonucu artan verimlilik ve satış büyümesi
- Online satışlardaki güçlü büyüme potansiyeli
- 2030 yılında 1mlr \$ hasılat hedefi
- Sadakat programı ile dönüşüm oranlarındaki artış potansiyeli

Şirket için ana yatırım tezimizi oluştururken özellikle sadakat programı ve online satış büyüme potansiyelini şirket için ana katalizör olarak görürken, globalleşme yolunda yapmış olduğu yatırımların ve Kuzey Irak gibi riskli ama potansiyel pazarın büyüme ve defansif yapı yolunda destekleyici unsurlar olduğunu düşünmekteyiz. Güncel yatırım teması doğrultusunda EBEBK'i araştırma kapsamımıza almaktayız ve **136 TL Hedef Fiyat ile AL** tavsiyemizi başlatmaktayız.

13 Mart 2026

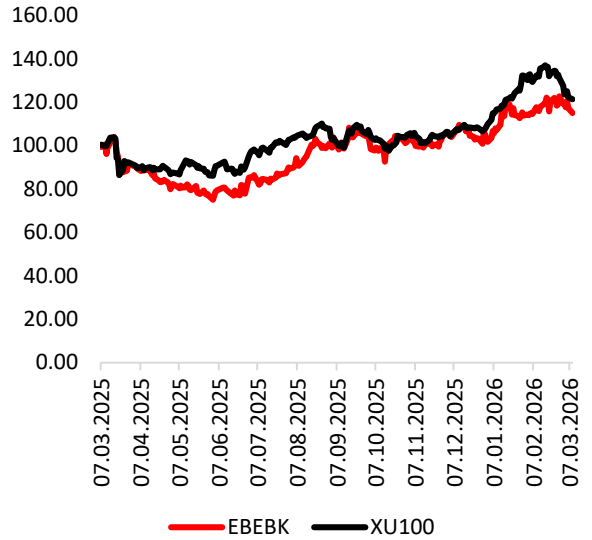
Son Fiyat	63,20
Piyasa Değeri (milyon TL)	9,840
Piyasa Değeri (milyon USD)	223,3
Hedef Fiyat	136,00
Tavsiye	AL
F/K	177,3
FD/FAVÖK	2,87
PD/DD	2,16
Hisse Sayısı (milyon lot)	160,00
FDPO (%)	22,79
Günlük Ort. İşlem Hacmi (milyon TL)	30,716

FİYAT
PERFORMANSI
(%)

	1 AY	3 AY	12 AY
BİST100'E GÖRE	-14.11	-23.67	-30.30
Nominal (TL)	-2.25	7.11	15.75
Nominal (USD)	-3.36	3.83	-4.79

ORTAKLIK YAPISI

	%
Mahmud Muhammed Topbaş	16,92
Ahmet Afif Topbaş	16,51
Musa Topbaş	16,35
Halil Erdoğan	10,83
Fatma Hande Topbaş	5,86
Fatma Zehra Ülker	5,85
Diğer	27,68





1. 4Q25 Finansal Hatırlatma

EBEBK, 2025 4.çeyrekte 7.53 mİr TL Hasılat, 1 mİr TL FAVÖK, 12.9 m TL Net Kar ile beklentilerimize paralel sonuçlar açıkladığını görmekteyiz.

Operasyonel başarı hikayesi

4Q25'de geçtiğimiz yılın aynı dönemine kıyasla satışlar %21,4 artış gösterirken 2025 yılına kümüle olarak baktığımızda ise %15,3 artış gösterdiğini görmekteyiz. Operasyonel performansa baktığımızda ise 4Q25'de geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre ;

- Mağaza ziyaretçi sayısı %7,5 artış ile 13.99m kişiye
- Ebebek.com ziyaretçi sayısı %2,6 artış göstererek 33.78m kişiye
- Mağaza başına nominal fatura tutarı %36,2 artış göstererek 1044 TL'ye
- Ebebek.com nominal sipariş başına tutarı %52,8 artış ile 1674 TL'ye
- Toplam satış adedi %21 artış göstererek 27.89m adede ulaştığını izlemekteyiz.

2025 yılına kümüle olarak baktığımızda ise geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre;

- Mağaza ziyaretçi sayısı %6,6 artış ile 53.69m kişiye
- Ebebek.com ziyaret sayısı %4,8 artış ile 136.4m kişiye
- Mağaza başına nominal fatura tutarı %33,9 artış göstererek 919 TL'ye
- Ebebek.com nominal sipariş başına tutarı %45,8 artış göstererek 1406 TL'ye
- Toplam satış adedi %16 artış göstererek 105.4m adede ulaştığını izlerken operasyonel performansı pozitif değerlendirmekteyiz.

Operasyonel performansı etkileyen gelişmelere baktığımızda ise özellikle tedarik zinciri ve lojistik yönlü verimlilik artışı, stok ve nakit akış yönetimi, hızlı teslimat, çevrimdışı kasa, sadakat yönetimi gibi çalışmaların etkili olduğunu görmekteyiz.

Mağaza büyümesinin sürmesi

Mağaza sayısına baktığımızda 4Q25'de 14 yeni mağaza açılışıyla beraber toplam mağaza sayısının 300'e çıktığını görmekteyiz. Mağaza konseptine göre baktığımızda ise 14 açılışın 9'u standart mağaza, 5'inin ise mini konseptli mağaza olduğunu görmekteyiz. Uluslararası operasyonlarına baktığımızda ise Birleşik Krallık'ta 3, Kuzey Irak'ta 1 mağaza ile faaliyetlerine devam etmektedir.

Finansal karne

Kar marjlarına baktığımız zaman çeyrekssel olarak yatay seyir izlerken geçtiğimiz yılın aynı dönemine kıyasla güçlü büyümenin sürdüğünü görmekteyiz. Kar marjlarında artışın sebeplerine baktığımızda mağaza sayısındaki ve hacimsel artış, operasyonel verimlilik, stok yönetimi, borçlanma oranlarındaki düşüş etkili olduğunu izlemekteyiz. Net Kar tarafında ise 4Q25'de 17.1m TL Net Zarar açıklansa da azınlık payları etkisiyle ana ortaklı paylarında 12.9m TL Net Kar görmekteyiz. Buna ek olarak 4Q25'de Tuna Çocuk'un alımından dolayı doğan şerefiyenin değer düşüklüğü olarak 65m TL'lik giderin zarar olarak muhasebeleştirildiğini görmekteyiz.

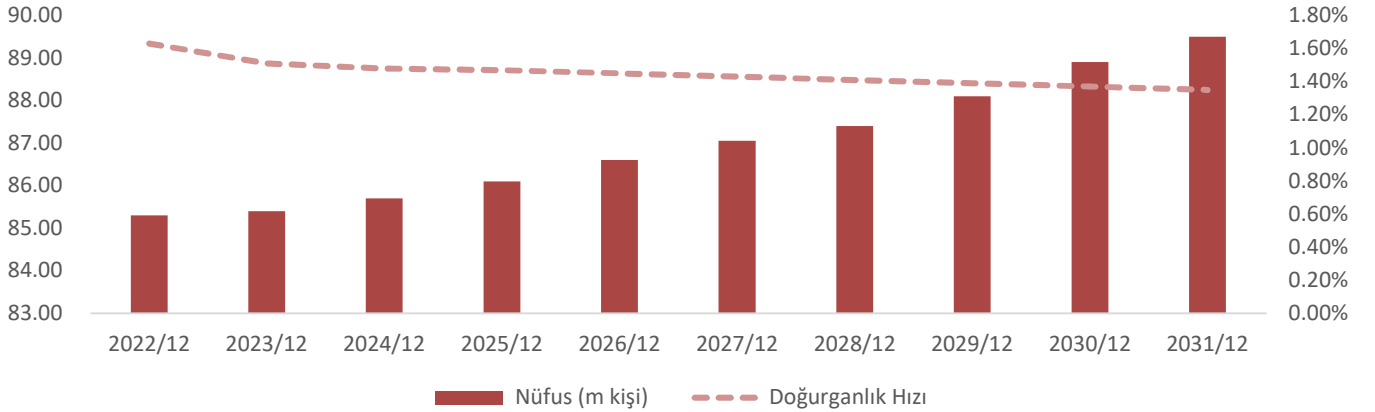
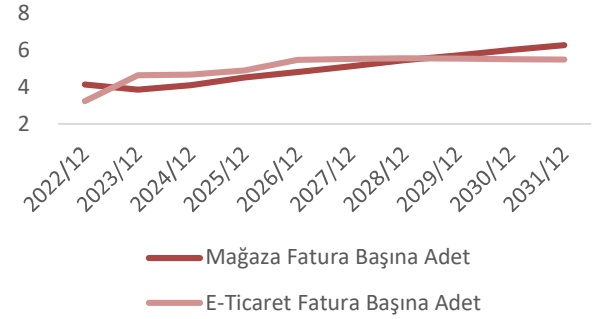
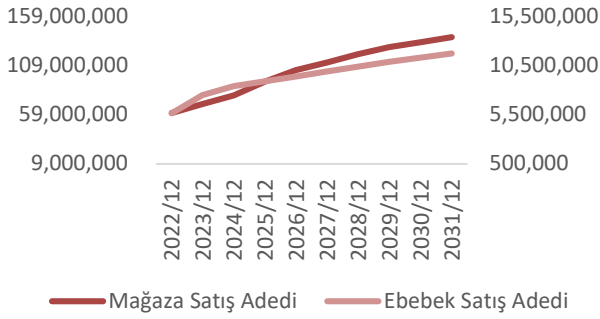
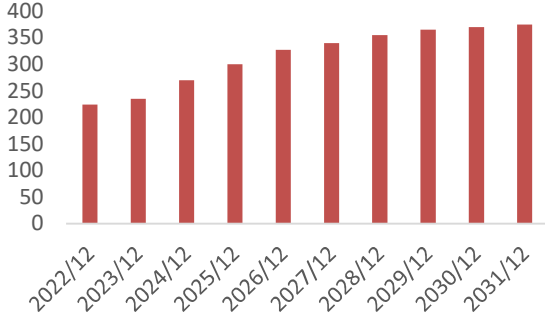
Borç yapısında azalış

4Q25'de finansal borçlar %10 daralma gösterirken Net Borç ise nakit pozisyon değişiminden kaynaklı %49 daralma göstermiştir. Şirket 0.09x NetBorç/FAVOK çarpanlarıyla işlem görürken finansal yapısının sağlıklı olduğunu düşünmekteyiz.

Sonuç olarak baktığımızda beklentilere paralel sonuçları **POZİTİF** değerlendirmekteyiz. Enflasyonist koşullara rağmen mağaza büyümesi ve operasyonel verimliliğini büyüttüğünü izlerken önümüzdeki dönemde yapılan yatırımların verimlilik üzerindeki tam etkisini karlılık üzerinde göreceğimizi düşünmekteyiz. Önceki toplantı döneminde 2026 yılıyla ilgili 2025 yılında oluşacak yüksek bazdan endişe duyulmadığı ve buna paralel bütçeleme yapıldıklarını belirtirken sürdürülebilir büyümenin ön plana çıktığını görmekteyiz. EBEBK 4Q25 itibarıyla 2.86x FD/FAVOK çarpanlarıyla işlem görürken makul fiyatlandığını düşünmekteyiz.



2. Operasyonel Veriler



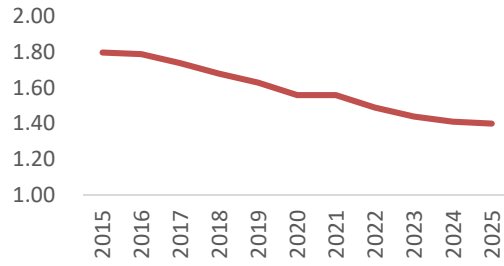
Fiziksel Mağazacılık için Türkiye'deki mağaza sayısına baktığımızda, nüfus artış hızı ve doğurganlık hızını da incelediğimizde projeksiyonumuzda mağaza büyümesinden ziyade m² artışı ve verimlilik artışı odaklı projeksiyon izlemesini beklemekteyiz. TÜİK verilerine göre toplam doğum sayısı 2014'te 1.34 milyondan 2024'te 938 bine gerilemiş olsa da, doğum sırasına göre kırılıma baktığımızda düşüşün ağırlıklı olarak ikinci, üçüncü ve dördüncü+ doğumlardan kaynaklandığını, ebebek için ticari açıdan en kritik segment olan birinci doğumların ise 2021 yılından itibaren ~380-390 bin bandında yatay seyrettiğini görmekteyiz. İlk çocuktaki ebeveyn harcama tutarının sonraki çocuklara kıyasla belirgin şekilde yüksek olması ve ebeveyn olma yaşının yükselmesiyle birlikte toplam sepet tutarının artması, sektörü demografik baskıya karşı destekleyen yapısal faktörler olarak öne çıkmaktadır. Bu çerçevede mağaza satış adedinde büyüme trendinin sürmesini, şirketin yapmış olduğu tedarik zinciri odaklı lojistik yatırımları, stok ve nakit akış yönetimi, sadakat programı ve çevrimdışı kasa gibi etkenler sonucu mağaza sayısı büyümesi görece yatay seyretse de verimlilik odaklı kârlılık ve satış hacminin sürmesini beklemekteyiz.



Yurt dışı projeksiyonuna baktığımızda ise Avrupa'da bebek başına ortalama harcama 2.500\$ bandındayken, Türkiye'de 800\$ bandında seyretmesi E-Bebek için pazara yeni girmiş olsa da büyük bir pastadan pay alımı açısından ebebelog ve mağazacılık tecrübesinin de etkisiyle önemli potansiyeller barındırdığını düşünmekteyiz. Özellikle Ebebek için önemli sayılabilecek segmentlerden olan Mama grubunda Türkiye'de bebek başına ortalama 9.5-10kg tüketim bulunurken gelişmiş Avrupa ülkelerinde bu rakamın Türkiye'nin 3-4 katına ulaştığını, farklılaşmanın büyük ölçüde emzirme oranları ve gelir düzeyi ile açıklandığını görmekteyiz. Şirket İngiltere operasyonlarında yol haritasını yeniden değerlendirirken, mağaza optimizasyonu ve operasyonel verimliliğe odaklanmaktadır. İngiltere'den çekilme gündeminde olmadığı vurgulanırken, kısa vadede konsolide FAVÖK'e pozitif katkı beklenmemektedir. İngiltere için toplam Bebek Pazarı Büyüklüğü 6-7 mlr Pound iken 2030 projeksiyonunda %4 bileşik büyüme beklenmektedir.

Şirket	Mağaza Sayısı	Odak Noktası	Fiziki Pazar Payı
Süpermarketler (Asda, Tesco)	2500 +	Hızlı Tüketim	45,0%
Boots (Mothercare)	1900+	Eczane/Bakım	15,0%
Smyths Toys	120	Oyuncak vb.	10,0%
Mamas&Papas	106	Premium	8,0%
JoJo Maman Bebe	47	Premium	4,0%
John Lewis	34	Premium	6,0%

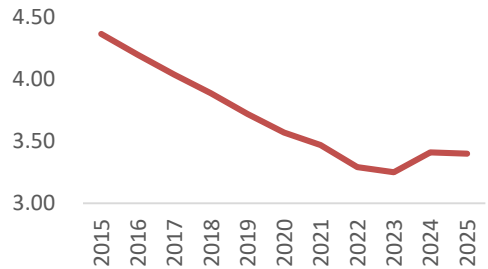
İngiltere Doğurganlık Hızı



Kuzey Irak için veriler sınırlı olsa da pazarın 500m – 1mlr \$ arasında olduğu tahmin edilmektedir. Jeopolitik ve coğrafi açıdan soru işaretleriyle dolu bir bölge olsa da Türkiye'nin iki katından fazla olan 3.41 doğurganlık hızının Pazar için ana katalizör olduğunu görmekteyiz. Fiziki mağazalara baktığımızda ise kurumsal yapının zayıf olduğu ve pazarın büyük çoğunluğunun yerel esnaflardan oluştuğunu görmekteyiz. Kuzey Irak için online alışveriş oranının bölgesel faktörler etkisinde %5-10 seviyesinde olması Ebebek gibi kurumsal ve tecrübeli yapı için önemli fırsatlar barındırdığını görmekteyiz.

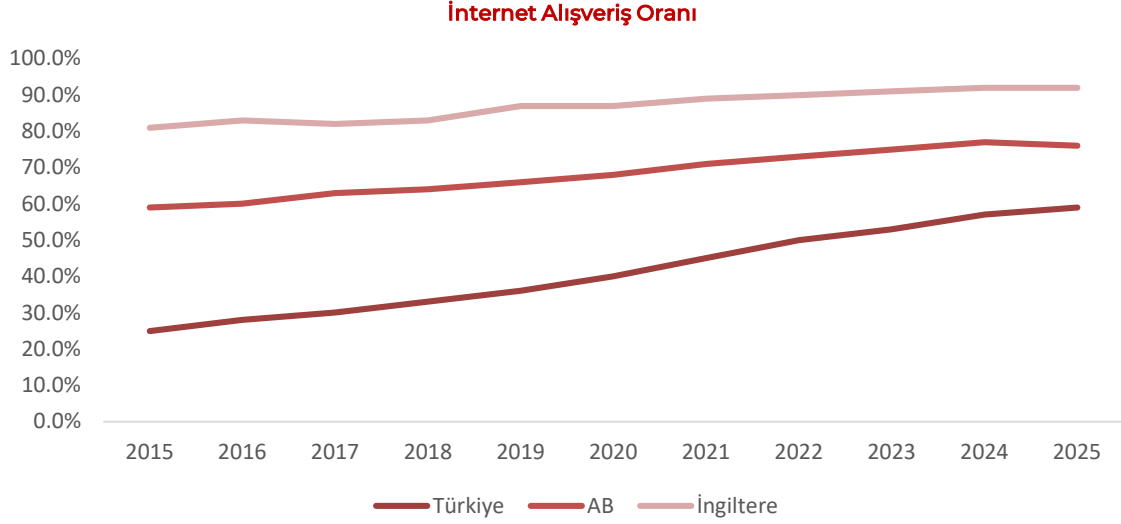
	İngiltere	Kuzey Irak
Doğurganlık Hızı	1,41	3,45
0-14 Yaş Oranı	17,0%	40,0%
Kişi Başına Gelir(usd)	48.000	7.500
Rekabet	Yüksek	Düşük
Risk	Düşük	Yüksek
Pazar Büyüme Hızı	4,0%	10,0%

Kuzey Irak Doğurganlık Hızı





Online segment için baktığımızda Türkiye’de internet alışveriş oranı 2015’de %25 seviyelerindeyken 2025 itibarıyla %60 lı seviyelere geldiğini görmekteyiz. Kullanım alışkanlıklarındaki hızlı değişimi izlese de bu rakamın hala AB ve İngiltere ortalamasının altında olduğunu görmekteyiz. Önümüzdeki süreçte artan kullanım oranlarıyla birlikte E-bebek özelinde internet ziyaretçi sayısı ve internet alışveriş adedi büyümesinin fiziksel mağazanın önüne geçmesini beklemekteyiz. Mağazacılığın şirket için öneminin yüksek olduğunu bir kez daha hatırlatırken sadakat programlarının da etkisiyle satışa dönüşüm oranının daha yüksek olduğu verimli mağazacılık sisteminde ilerlenmesini, online segmentin ise artan trafik ve stabil dönüşüm oranı büyümesinin devamını beklemekteyiz.

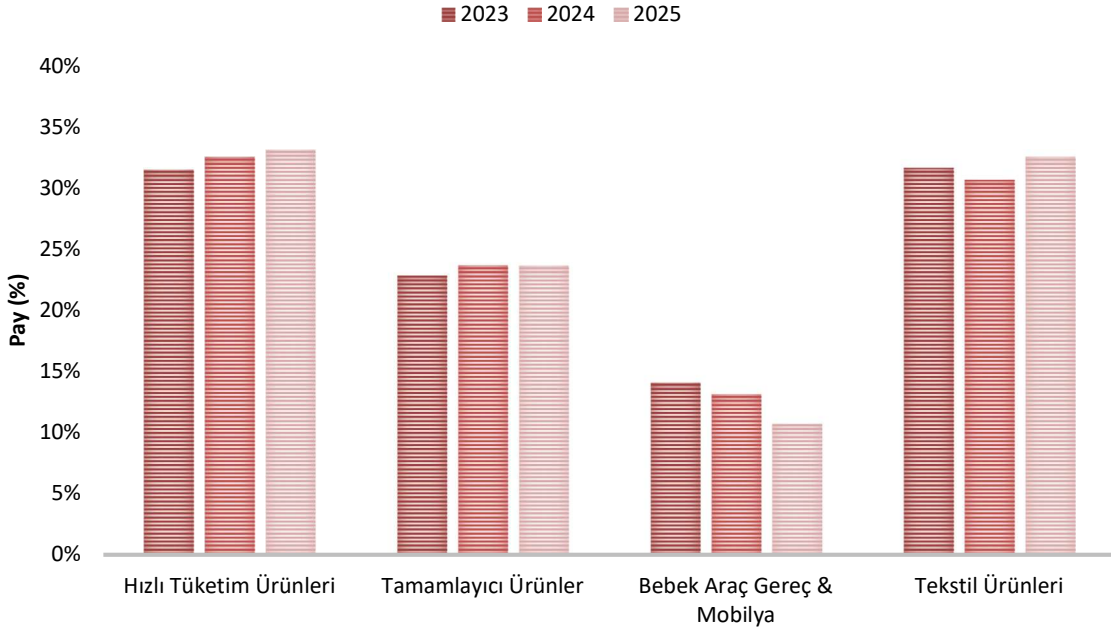




3. Ürün Portföyü

Şirketin 4 ana ürün gamı bulunurken bunlar sırasıyla ;

- **Hızlı Tüketim Ürünleri** şirketin en güçlü konumlandığı ürün segmentlerinden birisi olurken ürün gamının içinde bebek bezi, bebek maması, bebek bakım ve temizlik ürünleri ve ıslak mendil yer almaktadır. Ürün grubunun Ebebek Türkiye cirosu içindeki payı ise son üç yıldır %31+ seviyelerinde seyrettiğini görmekteyiz.
- **Tamamlayıcı Ürünler** banyo ve sağlık, emzirme, beslenme, güvenlik ve oyuncak vb. ürünlerini oluştururken Ürün grubunun Ebebek Türkiye cirosu içindeki payı son üç yıldır %22+ seviyelerinde seyrettiğini görmekteyiz.
- **Bebek Araç Gereç ve Mobilya Ürünlerinde** son üç yılda sınırlı da olsa Pazar kaybı yaşanırken segment daralmasının e-bebekten bağımsız olarak alım gücündeki daralmaya paralel olarak azaldığını düşünmekteyiz. 2025 yılında Ürün grubunun Ebebek Türkiye cirosu içindeki payı %10.74 olarak gerçekleştiğini görmekteyiz. (2024: %12.17)
- **Tekstil Ürünlerinde** temel ürünlerde yüksek kalite ve fiyat performans stratejisiyle ilerlendiğini izlerken şirketin Ürün grubunun Ebebek Türkiye cirosu içindeki payı %32.53 olmuştur.



Bunlara ek olarak 19.6.2025'te ürün portföyünü geliştirmek ve güçlendirmek amaçlı **Mothercare** ile 10 yıllık stratejik lisans anlaşması imzalandığını görmekteyiz. Bu anlaşma ile Mothercare markasının Türkiye pazarında kullanım hakkını elde ederken e-bebek markalarının da Mothercare mağazalarında satışa sunulmasının önünün açılmasını pozitif değerlendirmekteyiz. Anlaşmanın e-bebek için yurt içinde Pazar payı artışına yurt dışında ise kurumsal imaj ve marka bilinirliğini arttıracaklarını düşünmekteyiz.

4. Yatırımlar

Şirket teknolojik dönüşüm, operasyonel verimlilik, lojistik ve yapay zeka olmak üzere yatırımların oluşturduğunu izlerken sırasıyla değinmek gerekirse;

- **Akıllı Stok Yazılımı ile Global Operasyon Mükemmelliği Faz 1-2** Geçmiş verileri analiz ederek mağazalara ürün dağıtımını amaçlanırken yapay zeka ile talep tahmininde bulunma üzerine çalışmaların sürdürüldüğünü görmekteyiz.
- **Mağazacılık ve E Ticaret Operasyonları için Sorter ve Otomasyon Mağazacılık** ve e-ticaret lojistiğini tek bir çatıda buluştururken siparişten teslimata kadar geçen sürenin kısaltılmasının amaçlanması
- **Yeni Depo Yatırımları** Uşak – Beylerhan bölgesinde faaliyete alınan tesiste İstanbul ve Trakya dışındaki mağazaların ürün besleme operasyonları için çalışılırken Anadolu bölgesine yönelik sevkiyatların hızlandırılmasının amaçlanması
- **Offline Kasa** ile tüm mağazalarda kesintisiz, hızlı ve güvenli satış imkanı sunulmasının amaçlanması
- **Dijital Tedarik Yöntemi** satın alma ve mal kabul süreçlerini e posta trafiğinden arındırarak uçtan uca izlenebilir bir yapı haline getirmenin amaçlanması
- **Mini Mağaza Sipariş Hazırlama ve İkmal Operasyonu** hızlı tüketim ürünleri ağırlıklı küçük mağazalar için ürünün personele ulaştığı otomatik raflama ve shuttle yatırımı olarak amaçlanmasının planlandığını görmekteyiz.

5. Riskler

- Doğum oranlarındaki majör düşüşler
- Yurtdışı operasyonda istenilen hedeflerin ulaşılamaması
- Kur riski
- Enflasyonist baskılar sonucu alım gücünde düşüş

Önümüzdeki dönemde mağaza ağıının verimlilik odaklı genişlemesi, sadakat programının 2026 3. çeyrekte devreye alınması, Mothercare lisans anlaşmasının ürün portföyüne katkısı ve lojistik otomasyon yatırımlarının maliyet avantajı yaratması, sektörün defansif yapısı gereği şirketin uzun vadeli görünümünü pozitif olarak değerlendirmekteyiz. **İndirgenmiş nakit akımları (İNA) analizimiz doğrultusunda EBEBK için 136,00 TL Hedef Fiyat ile AL tavsiyemizi başlatıyoruz.**



EBEBK	2026/12	2027/12	2028/12	2029/12	2030/12	2031/12
Satışlar	36.102.547.536	42.779.545.362	51.251.212.569	58.845.984.796	64.855.693.239	70.791.624.463
%	30,5%	18,5%	19,8%	14,8%	10,2%	9,2%
EBIT	3.321.434.373	4.149.615.900	5.227.623.682	6.296.520.373	7.198.981.950	8.141.036.813
NOPAT	2.491.075.780	3.112.211.925	3.920.717.762	4.722.390.280	5.399.236.462	6.105.777.610
Amortisman (+)	1.371.896.806	1.625.622.724	1.896.294.865	2.177.301.437	2.334.804.957	2.477.706.856
Net İşletme Sermayesi						
Değişimi(-)	411.364.073	68.922.373	-10.969.290	-81.864.478	-151.734.072	-194.246.037
Yatırım Harcamaları	-1.552.409.544	-1.839.520.451	-2.152.550.928	-2.412.685.377	-2.594.227.730	-2.760.873.354
Serbest Nakit Akışı	1.899.198.970	2.829.391.825	3.675.430.989	4.568.870.819	5.291.547.762	6.016.857.149
İndirgenmiş Nakit Akışı	1.466.987.714	1.860.937.208	1.909.296.231	2.204.821.568	2.197.726.992	2.414.418.039
İskonto Faktörü	0,77	0,66	0,52	0,48	0,42	0,40

EBEBK	2026/12	2027/12	2028/12	2029/12	2030/12	2031/12
Risksiz Faiz Oranı	27,0%	20,0%	21,0%	16,0%	15,0%	12,0%
ERP	6,5%	6,5%	6,5%	6,5%	6,5%	6,5%
Beta	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Özsermaye Oranı	62,0%	64,0%	66,0%	68,0%	70,0%	70,0%
Borç Oranı	38,0%	36,0%	34,0%	32,0%	30,0%	30,0%
Özsermaye Maliyeti	33,5%	26,5%	27,5%	22,5%	21,5%	18,5%
Vergi	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%
Borç Maliyeti	30,5%	23,5%	24,5%	19,5%	18,5%	15,5%
AOSM	29,5%	23,3%	24,4%	20,0%	19,2%	16,4%

Hedef Fiyat	136,00
Serbest Nakit Akışı Toplam	12.054.187.753
Artık Değer	10.018.655.032
Firma Değeri	22.072.842.785
Toplam Borç	333.268.155
Azinlık Payı	0
Özsermaye Değeri	21.739.574.630
Sermaye	160.000.000
Hisse Kapanış	63,20
Potansiyel Getiri	%115

EBEBK	2026/12	2027/12	2028/12	2029/12	2030/12	2031/12
Mağaza Sayısı	327	340	355	365	370	375
%	9,0%	4,0%	4,4%	2,8%	1,4%	1,4%
Mağaza Başına Satış Adedi	317.699	328.818	338.683	348.843	357.564	366.503
%	3,5%	3,5%	3,0%	3,0%	2,5%	2,5%
Mağaza Başına Ziyaretçi Sayısı	173.684	168.386	163.018	158.439	154.126	149.541
%	-3,0%	-3,1%	-3,2%	-2,8%	-2,7%	-3,0%
Mağaza Ziyaretçi Sayısı	56.794.732	57.251.304	57.871.443	57.830.173	57.026.701	56.077.813
%	5,8%	0,8%	1,1%	-0,1%	-1,4%	-1,7%
Ebebek.com Ziyaretçi Sayısı	141.272.342	146.145.716	150.986.161	156.558.932	162.473.821	168.200.886
%	3,5%	3,4%	3,3%	3,7%	3,8%	3,5%
Mağaza+E-Ticaret Satış Adedi	117.832.080	126.348.955	135.370.116	142.979.447	148.431.723	154.070.771
%	11,7%	7,2%	7,1%	5,6%	3,8%	3,8%
E-Ticaret Toplam Satış Adedi	13.944.652	14.550.833	15.137.812	15.651.744	16.133.007	16.632.071
%	4,3%	4,3%	4,0%	3,4%	3,1%	3,1%
Mağaza Satış Adedi	103.887.428	111.798.122	120.232.304	127.327.703	132.298.716	137.438.700
%	12,8%	7,6%	7,5%	5,9%	3,9%	3,9%
Ebebek Satış Adedi	9.351.101	9.865.412	10.358.682	10.824.823	11.257.816	11.708.129
%	5,5%	5,5%	5,0%	4,5%	4,0%	4,0%
Pazaryeri Satış Adedi	4.593.551	4.685.422	4.779.130	4.826.921	4.875.191	4.923.942
%	2,0%	2,0%	2,0%	1,0%	1,0%	1,0%

EBEBK	2026/12	2027/12	2028/12	2029/12	2030/12	2031/12
Mağaza Satışa Dönüşüm Oranı	38,0%	38,0%	38,0%	38,5%	38,5%	39,0%
fatura sayısı	21.581.998	21.755.495	21.991.148	22.264.617	21.955.280	21.870.347
Ebebek Satışa Dönüşüm Oranı	1,8%	1,8%	1,8%	1,8%	1,8%	1,8%
fatura sayısı	2.542.902	2.630.623	2.717.751	2.818.061	2.924.529	3.027.616

EBEBK	2026/12	2027/12	2028/12	2029/12	2030/12	2031/12
Mağaza Fatura Başına Tutar	1.473,33	1.727,55	2.043,18	2.312,78	2.571,00	2.805,86
% değişim	24,9%	17,3%	18,3%	13,2%	11,2%	9,1%
E-Ticaret Fatura Başına Tutar	1.139,62	1.336,27	1.580,40	1.788,94	1.988,67	2.170,34
% değişim	24,9%	17,3%	18,3%	13,2%	11,2%	9,1%
Pazaryeri Ortalama Satış Fiyatı	306	359	424	479	532	580
% değişim	24,6%	17,1%	18,1%	13,1%	11,1%	9,0%

EBEBK	2026/12	2027/12	2028/12	2029/12	2030/12	2031/12
Nüfus (m kişi)	86,60	87,05	87,40	88,10	88,90	89,50
% değişim	0,6%	0,5%	0,4%	0,8%	0,9%	0,7%
Doğurganlık Hızı	1,45%	1,43%	1,41%	1,39%	1,37%	1,35%

YASAL UYARI

Burada yer alan bilgiler Marbaş Menkul Değerler tarafından bilgilendirme amacıyla hazırlanmıştır. Yatırım sinyal, bilgi, yorum ve tavsiyeleri yatırım danışmanlığı kapsamında değildir. Yatırım danışmanlığı hizmeti; aracı kurumlar, portföy yönetim şirketleri, mevduat kabul etmeyen bankalar ile müşteri arasında imzalanacak yatırım danışmanlığı sözleşmesi çerçevesinde sunulmaktadır. Burada yer alan sinyal, yorum ve tavsiyeler, herhangi bir yatırım aracının alım satım önerisi ya da getiri vaadi olarak yorumlanmamalıdır. Bu görüşler mali durumunuz ile risk ve getiri tercihlerinize uygun olmayabilir ve sadece burada yer alan bilgilere ve sinyallere dayanarak yatırım kararı verilmesi beklentilerinize uygun sonuçlar doğurmayabilir. Burada yer alan sinyaller, fiyatlar, veriler ve bilgilerin tam ve doğru olduğu garanti edilemez; içerik, haber verilmeksizin değiştirilebilir. Tüm sinyal ve veriler, Marbaş Menkul Değerler tarafından güvenilir olduğuna inanılan kaynaklardan alınmıştır. Bu sinyal ve kaynakların kullanılması nedeni ile ortaya çıkabilecek hatalardan ve zararlardan Marbaş Menkul Değerler sorumlu değildir.

ARAŞTIRMA BİRİMİ

İletişim Bilgileri:

✉ iletisim@marbasmenkul.com.tr

☎ +90 (212) 286 30 00 / 331

☎ +90 (212) 286 30 50

📍 Esentepe Mah. Ecza Sk. Safter İş Hanı
No:6, İç Kapı:7, Şişli/İstanbul