

尼泊尔家用电器市场需求

尼泊尔家电市场整体处于快速增长、高度依赖进口、价格敏感、中低端为主的阶段，核心由电力普及、中产扩容、气候炎热、气荒替代四大因素驱动。中国品牌凭借性价比占据主导，印度、日韩分食中高端与商用市场。

一、市场规模与增长

2025 年市场规模：约 21.2 亿美元（家电整体）

1. 大家电（冰箱、空调、洗衣机、厨电）：13.7 亿美元（主力）

2. 小家电（风扇、电磁炉、电炊具等）：约 7.5 亿美元

增速：2025 - 2029 年 CAGR 5.94%

驱动因素

1. 电力普及：全国通电率 94%（2023），城市停电大幅减少

2. 经济与收入：GDP 增速 4.61%（2024/25），人均 GNI 1517 美元

3. 侨汇支撑：年侨汇 126 亿美元，是消费重要来源

4. 城镇化：城市家庭家电渗透率显著高于农村

二、主要品类需求（2025 - 2026）

1. 空调（增速最快）

需求爆发：极端高温（45°C）+ 电力改善

2024 进口额：29.3 亿卢比（≈2500 万美元），+43.6%

渗透率：城市中产 4.5%（2024），商业酒店 90%+

2. 冰箱 / 冷柜（刚需）

进口依赖：90%

来源：中国 50%、印度 30%、欧美 20%（高端）

商用：食品加工（+8%）、超市（+12%）拉动冷柜

3. 电风扇（绝对普及）

几乎 100% 城市家庭必备

中国产品：**90%+** 市场，价格低（≈25 - 200 元）

关税：10% 关税 + 13% 增值税

4. 厨房电器（电炊具爆发）

LPG 气荒推动电炉、电磁炉、电饭锅暴涨

2025 - 26 前 7 个月：进口电磁炉 13.2 万台（+18%）

主力：Baltra、中国平价品牌（50 - 300 美元）

5. 洗衣机、电视

洗衣机：城市中产渗透率 20 - 30%，半自动为主

电视：32 - 43 寸智能电视主流，中国主导

6. 小家电（高增长）

电熨斗、吹风机、搅拌机、电蚊拍、空气炸锅

价格带：10 - 150 美元最畅销

三、消费特征与偏好

1. 价格极度敏感

人均月收入 ≈ 500 - 1500 元人民币

偏好性价比、节能、基础功能，拒绝溢价

2. 品牌格局（高度进口）

中国：60 - 70%（空调、风扇、小家电、冰箱）

印度（CG、Godrej、Voltas）：20 - 25%，本土化强

韩日（LG、三星、松下、大金）：10 - 15%，高端

本土：几乎无制造，仅组装 / 二手

3. 渠道

线下：传统家电连锁（Nepal Electronics）70%

线上：Daraz 等 8.8%（2025），快速上升

4. 电压：230V/50Hz，产品必须适配

5. 能效：政府补贴一级能效，需求强劲

四、机会与风险

核心机会

空调、电炊具、冷柜、小家电高增长

农村电气化带来增量

中国品牌性价比优势明显（比印度低 20 - 30%）

线上渗透率低、提升快

五、总结

尼泊尔是小而快、中低端、高进口、中国主导的家电市场。短期看空调、电炊具、风扇、冷柜最强；长期看洗衣机、智能电视、小家电随收入稳步扩容。对中国厂商而言，平价、节能、适配 230V、渠道下沉是关键。