

尼泊尔汽车与摩托车配件市场需求

尼泊尔汽车与摩托车配件市场呈现“摩托主导、汽车快速增长、新能源崛起、高度依赖进口、性价比为王”的格局，整体规模大、刚需稳定、中国配件渗透率高，但售后与供应链缺口明显。

一、市场规模与保有量（2025 - 2026）

总保有量：约 585 万辆 机动车

摩托车 >470 万辆（占比约 80%，绝对主力）

汽车（含微面、SUV、货车、巴士）约 115 万辆

电动三轮车 / 电动巴士 / 电动车快速增长（2025 年电动车占新车销量 73% - 76%）

年新增：2024/25 财年新增 37.6 万辆，其中摩托车 29.4 万辆（78%）

配件市场规模：

整车 + 配件进口占尼泊尔总进口约 13%

汽车 / 摩托配件年进口额超 8 亿美元（2025）

线上汽配电商：约 2860 万美元（2025）

二、摩托车配件（最大刚需）

1. 主流车型

印度品牌（85%）：Hero、Bajaj、Yamaha、Suzuki（100cc - 125cc 为主）

中国品牌（15%）：大阳、嘉陵、宗申、力帆、隆鑫等

核心排量：100cc（80%）、125cc（10%）

2. 热销配件（高频刚需）

消耗件（复购最高）

轮胎、内胎、刹车片、刹车线、链条、链轮

机油、空滤、火花塞、电瓶、大灯 / 转向灯

易损件

后视镜、塑料外壳、挡泥板、握把、开关、电缆

改装 / 实用件

货架、尾箱、护杠、雨棚、手机支架、LED 灯

需求特点

山地陡坡多：减震器、链条、刹车片损耗极快

超载普遍：轮毂、轮胎、轴承、发动机大修件需求大

三、汽车配件（增速快、结构分化）

1. 主流车系

传统燃油车

印度车 (Maruti、Tata、Mahindra): 40% - 50% (经济型、配件便宜)

日韩车 (Hyundai、Toyota、Kia、Suzuki): 30%

欧美车 (Ford、Jeep): 10%

中国燃油车: 少量

新能源汽车 (爆发)

中国品牌 (比亚迪、长安深蓝、名爵、小鹏) 占 79.9%

2024/25 财年进口电动车 1.67 万辆, 占乘用车 73%

2. 热销配件

燃油车主流

轮胎、刹车片、刹车盘、减震器、悬挂件

机油三滤、电瓶、火花塞、灯泡、塑料覆盖件

货车 / 巴士: 离合器、变速箱、缸体、曲轴、液压件

电动车新兴需求 (高速增长)

三电系统: 电机控制器、动力电池模组 / BMS、充电口 / 线束

空调压缩机、DC-DC 转换器、高压线束、传感器

充电桩配件、车载充电器、电池冷却系统

四、市场核心特征

1. 高度依赖进口 (几乎 100%)

来源国

印度: 40% - 50% (整车同厂件、价格低、陆路快)

中国: 30% - 40% (售后件、副厂、性价比)

日本 / 韩国 / 德国: 10% - 15% (原厂、高端、高价)

通路

主要经 比尔干杰 (Birgunj) 陆路口岸 (印尼边境)

加德满都 New Road、Kumaripati 为汽配集中区

2. 消费与渠道

价格分层

原厂件 (OE): 15% - 20% (4S 店、高价)

副厂件 (OEM / 替代): 60% - 70% (主流, 中国 / 印度)

拆车 / 翻新件: 10% - 15% (老车、低收入)

渠道结构

线下：夫妻店、多品牌档口、维修厂为主

线上：Daraz、Facebook 电商（货到付款为主）

缺乏全国连锁、正规仓储与标准化售后

3. 环境与使用痛点（驱动需求）

路况极差：山路、陡坡、坑洼多 → 减震、悬挂、轮胎、底盘件需求大

无强制报废：大量 20 年 + 老车 → 大修件、发动机 / 变速箱配件刚需

电力不稳、灰尘大 → 电瓶、空滤、电器件损耗快

超载 / 重载：货车、巴士、摩托均超载 → 传动、制动、车架高频更换

五、增长驱动与趋势

1. 保有量持续高增

2. 摩托年增 25 万 +、汽车年增 8 万 +

二手车活跃（年增 18%）→ 维修配件强需求

3. 新能源革命（最大增量）

4. 电动车关税 10% - 30%（燃油车 180%）

目标：2035 年新能源占 95%

缺口：三电配件、电机维修、电池服务、充电桩

5. 中国配件优势扩大

6. 价格：比印度同品质低 15% - 30%

适配：覆盖 Hero/Bajaj/ 比亚迪 / 长安等主流车型

六、市场机会

摩托通用易损件（中国副厂）：稳定走量

中国电动车三电配件 / 维修包：蓝海、高毛利

商用车（货车 / 巴士）重载件：基建与物流带动

连锁维修 + 标准化配件：市场空白