

尼泊尔轻工纺织市场需求

尼泊尔轻工纺织市场是高度依赖进口、刚需稳定、性价比为王、中国产品占绝对主导的市场，核心需求集中在成衣、面料、家纺、辅料四大类，同时受传统服饰、旅游业、户外徒步、中产阶级消费升级四大因素强力驱动。

一、市场规模与结构（2025-2026）

整体规模：

服装市场（Apparel）：116 亿美元（2025），年增速 2.89%

纺织面料 + 家纺 + 辅料：超 30 亿美元

进口依赖度：成衣 80%、面料 70%、辅料 95% 依赖进口

中国主导地位：

2024-25 财年，尼泊尔自中国进口：

成衣（Ready-made garments）：280.8 亿卢比（≈2 亿美元）

纺织面料（Textiles）：219.7 亿卢比（≈1.57 亿美元）

中国占尼泊尔成衣供应 80%、面料 55%、辅料 94%

二、核心品类需求详情

1. 服装成衣（最大刚需）

主流品类与热销款

女装（56% 份额）

日常：T 恤、衬衫、阔腿裤、牛仔裤、连衣裙、打底衫

传统：纱丽（Sari）、Kurta（库尔塔）、Daura-Suruwal

季节：轻型防风外套、薄羽绒服、披肩（适应高原温差）

男装

棉质 T 恤、衬衫、休闲裤、夹克、Dhaka 帽（传统）

童装

棉质、耐脏、低价为主，中国平价童装占 90%

户外 / 徒步服（旅游刚需）

速干衣、冲锋衣、抓绒衣、登山裤、防晒衫

游客 + 本地向导 + 学生群体稳定需求

价格带（核心）

低端（5-15 美元）：60% 市场，中国大众款（T 恤、裤子、基础款）

中端（15-50 美元）：30% 市场，中国品牌 / 品质款、印度中档

高端（>50 美元）：10%，欧美 / 日韩品牌、本地手工

2. 纺织面料（服装厂刚需）

主流面料

化纤 / 涤纶：65%，中国为主，用于休闲装、工装、家纺
纯棉 / 棉混纺：30%，中国 + 印度，T 恤、衬衫、传统服饰
功能性面料：速干、防水、保暖、防紫外线（户外 / 医疗）
印花 / 提花布：服装 + 家纺，中国占 55%

传统面料

Dhaka 布：用于帽子、围巾、民族服装
Bandhani（扎染）、手工植物染布：旅游 + 高端市场

3. 家纺（稳定增长）

核心需求

床上用品：床单、被罩、枕套、毛毯、羊毛毯（山区刚需）
家居装饰：窗帘、沙发套、桌布、靠垫
手工地毯：尼泊尔特色，出口欧美 + 中国西藏
特点
保暖、耐用、耐脏优先
城市中产阶级推动印花、简约、环保家纺增长

4. 服装辅料（高频、高复购）

热销品类

纽扣、拉链、线、松紧带、衬布、织带、商标、包装

数据

2024 年进口 1.67 亿美元，中国占 1.57 亿（94%）
几乎 100% 依赖进口，中国平价辅料垄断市场

三、消费特征与市场逻辑

1. 极度价格敏感

人均年收入低，70% 消费者首选 < 15 美元服装
性价比 > 品牌，中国产品因 ** 价低 20-30%** 碾压印度 / 欧美

2. 气候与地理驱动

海拔高、温差大：薄外套、披肩、抓绒、保暖内衣全年旺
山路多：耐磨、耐脏、易洗面料优先

3. 旅游业强力拉动（关键）

年游客超百万：户外服、围巾、披肩、手工毯、纪念品爆发
加德满都 Thamel（泰米尔区）为旅游纺织核心区

4. 传统 + 现代融合

日常穿西式成衣，节日 / 仪式穿纱丽、Dhaka、Daura
年轻群体（18-35 岁）爱传统图案 + 现代版型

5. 渠道结构

线下（75%）：加德满都 New Road、Kumaripati、地方集市
线上（25%）：Daraz、Facebook/Instagram 带货、货到付款（COD）

四、中国产品优势与机会

绝对优势品类

大众成衣：T 恤、裤子、连衣裙、童装（低价、款多、交货快）

化纤 / 印花面料：比印度低 15-20%，适配本地服装厂

家纺：床单、窗帘、毛毯（量大、价优）

所有辅料：纽扣、拉链、线等（94% 份额）

新兴高增长机会

户外 / 徒步面料与成衣（旅游复苏）

有机棉 / 再生纤维（环保趋势，年增 30%）

中产阶级时尚款（网红同款、快时尚）

学生校服 / 工装（政府 / 学校采购）

