

尼泊尔五金建材市场需求

尼泊尔五金建材市场是一个高度依赖进口、刚需旺盛、性价比至上、印度与中国双雄主导的增长型市场。核心驱动力来自灾后重建、城市化、旅游业基建、政府大型工程四大板块，整体呈现基础建材稳、五金工具旺、装饰材料增、水电管材缺的特点。

一、市场规模与结构（2025-2026）

整体规模：

DIY 与五金商店市场规模：48.61 亿美元（2025 年）

建筑建材总市场：约 40 亿美元，年增速 7.5%

进口依赖度：60%-70% 依赖进口，本土产能仅满足约 30%

主要进口来源（按货值）：

印度：约 51%（陆路近、交货快、传统优势）

中国：约 28%（性价比高、品类全、增速最快）

日韩 / 欧盟：约 10%-15%（高端、品牌、特种材料）

二、核心品类需求详情

1. 五金工具与紧固件（高频消耗）

手动工具

扳手、钳子、螺丝刀、锤子、卷尺、锯子、凿子

中国平价工具占 60%+ 市场（价格比印度低 15-20%）

电动工具

电钻、角磨机、切割机、砂轮机

需求：装修、维修、小型工程、木工

品牌：中国（东成、博大）、印度、二手日本货

紧固件（螺丝、螺母、螺栓）

年进口量：近万批次，中国 + 印度占 90%

材质：碳钢、镀锌为主（防锈优先）

门窗五金

门锁、合页、拉手、滑轮、插销、闭门器

材质：铁、不锈钢、铝合金；中国产品占 70%

消防、燃气、工业（主要自印度进口）

2. 装饰与装修材料（中产阶级增长）

瓷砖（陶瓷 / 玻化砖）

墙地砖、仿古砖、防滑砖（厨房 / 卫生间 / 地面）

来源：中国（广东）、印度；中国砖因花色与价格占 50%+

涂料 / 油漆 / 腻子

内墙乳胶漆、外墙漆、木器漆、防水漆

特点：耐候、防霉、抗紫外线（雨季 + 强日照）

品牌：印度（主流）、中国（性价比）、欧美（高端）

门窗

铝合金窗、塑钢窗、木门、铁皮门

需求：隔音、隔热、防盗、耐用

3. 电气与照明（刚需 + 升级）

电线电缆

铜芯线、护套线、电力电缆（100% 进口）

开关插座、配电箱

需求：安全、阻燃、耐用；中国产品占 40%+

照明灯具

LED 灯泡、灯管、吸顶灯、筒灯、户外灯

中国 LED 产品因低价、节能占据 80%+ 市场

4. 防水材料（高原雨季刚需）

防水卷材、防水涂料、堵漏剂

需求：屋顶、卫生间、外墙、地下室、水利工程

缺口极大（本土产能不足，进口占 80%）

三、市场核心特征

1. 极度价格敏感

人均 GDP 低，70% 项目首选中低端产品

性价比 > 品牌，中国产品优势显著

2. 地理与气候驱动

多山 + 地震：抗震建材、钢筋、结构五金刚需

雨季长（6-9 月）：防水材料、排水管道、防霉涂料旺销

温差大：保温材料、隔热门窗需求稳定

3. 渠道结构

线下（90%）：加德满都 New Road、Kumaripati 为核心建材集群；各地城镇夫妻店

线上（10%）：Daraz、Sastodeal（五金、工具、小家电）

层级多：进口商 → 批发商 → 零售商 → 终端

四、中国产品优势与机会

绝对优势品类

五金工具、紧固件、手动 / 电动工具（价低、质稳）

PVC/PPR 管材管件（比印度低 15-25%）

瓷砖、灯具、开关插座、小家电

脚手架、模板、铁丝网、标准件

高增长蓝海

抗震建材、钢结构、轻钢龙骨（灾后重建）

防水材料、保温材料、环保涂料（政策鼓励）

LED 照明、太阳能配件（电力短缺）

小型工程机械、发电机、水泵（基建）