

巴基斯坦家电产业投资推介书

1. 为什么选择巴基斯坦

随着中国加快推进经济结构升级，培育和发展“新质生产力”，传统制造业，尤其是家电制造企业，正寻求在全球范围内实现成本效率、政策确定性与长期市场空间的平衡。在这一关键阶段，巴基斯坦成为具有战略意义的合作伙伴。

在“全天候战略合作伙伴关系”及中巴经济走廊（CPEC）的框架下，巴基斯坦不仅具备完善的工业价值链基础，同时拥有快速增长的消费市场和面向多区域的出口平台。

在国内需求持续上升、制造成本具有竞争力以及政府明确推动产业本地化政策的背景下，巴基斯坦既可作为替代性制造基地，也可成为中国企业的长期增长合作伙伴。

人口规模优势、区位优势以及政策方向协同，使当前阶段成为中国企业进入巴基斯坦市场的具有战略窗口期。

2. 巴基斯坦投资亮点

巴基斯坦家电产业的投资逻辑，主要基于以下五个核心因素：

第一，快速扩张的国内市场。城市化进程加快、电气化水平提升以及中产阶级群体扩大，共同推动家电消费持续增长。

第二，具备成本竞争力的制造环境。劳动力成本优势、本地原材料供应能力以及相对竞争性的能源价格（特别是在经济特区内），为制造业提供了良好的成本基础。

第三，区位与贸易协定优势。巴基斯坦通过中巴自由贸易协定（FTA），以及未来与海湾合作委员会（GCC）成员国的自由贸易安排，并依托欧盟 GSP+ 机制，具备进入区域及全球市场的关税优惠通道。

第四，政府政策支持力度明确。包括对进口整机（CBU，整机进口）实施较高关税保护、对本地化生产给予财政激励，以及为外资企业提供快速审批与服务机制。

第五，中巴经济走廊（CPEC）带来的互联互通能力。巴基斯坦正在形成连接中国、中东、非洲和中亚市场的生产与出口走廊。

3. 市场概况与发展机遇

目前，巴基斯坦家电市场规模约为 11.8 亿美元，并呈现稳定增长态势。市场需求主要集中在冰箱、空调、洗衣机及小家电等品类，反映出家庭渗透率持续提升以及居民购买力逐步改善。

从人口结构来看，巴基斯坦总人口约 2.5127 亿，人口中位年龄 20.8 岁，城市化年增长率约 2.7%。这一人口结构既构成庞大的消费基础，也为家电制造业提供持续稳定的劳动力供给。

同时，电气化水平不断提升、消费信贷覆盖率扩大以及电商平台快速发展，正在推动家电销售渠道逐步正规化、规模化，进一步加速行业增长。

4. 本地制造相较进口的比较优势

近年来，巴基斯坦在多个家电核心品类上仍存在较高进口依赖度。过去三年主要家电类别进口金额如下：2022 财年 5.6056 亿美元，2023 财年 3.5673 亿美元，2024 财年 4.9425 亿美元（具体分类详见附件 Annexure-I）。这一进口规模本身即体现出本地组装与制造的替代空间。与 CBU（整机进口）相比，本地生产在多个维度具备结构性优势：

土地与制造成本更低。工业用地成本及厂房建设成本具有竞争力。

运费与供应链风险更低。减少国际海运依赖，缩短运输周期，降低汇率及航运波动风险。

交付周期更短。本地采购与组装周期通常为 7–30 天，而整机进口周期约为 45–60 天。

营运资金占用更低。本地制造库存周期约 1–2 个月，而整机进口通常需 3–4 个月现金占用。

综合成本指数优势。以本地化制造成本指数 100 为基准，长期可实现 15%–25% 的落地成本优势。CBU 进口成本指数通常在 115–130 区间，受运费、关税及现金周期影响较大。

巴基斯坦政府通过关税结构设计，明确鼓励本地化生产。对整机进口实施较高税率，对原材料及 SKD（半散件组装）产品给予较低关税待遇，对 CKD（全散件组装）逐步过渡至本地化生产给予政策支持。该政策体系形成清晰的“本地制造优先”激励信号。

5. 出口潜力与市场准入优势

巴基斯坦的区位条件，使其具备以单一生产基地辐射多个区域市场的能力。依托中巴经济走廊（CPEC），巴基斯坦实现了中国西部与国际市场之间的直接通道连接。

在贸易政策层面，巴基斯坦已形成较为完善的优惠贸易网络：

中巴自由贸易协定（Pak-China FTA）：为大量工业及工程类产品提供关税优惠，使在巴基斯坦生产的电气及家电产品能够以较低或零关税进入中国市场（具体品类依照协定清单执行）。

欧盟 GSP+ 机制：约 66% 的欧盟关税税目享受免税待遇，为出口导向型制造提供重要优势（需满足欧盟技术与可持续发展标准）。

东盟（ASEAN）区域安排：通过双边优惠贸易协定（PTA/FTA）实现部分工程及耐用消费品的关税减让。

海湾合作委员会（GCC）国家：与沙特、阿联酋、卡塔尔等市场保持稳定贸易往来，家电产品在海湾市场关税水平较低，且需求高度依赖进口。

区域需求增长趋势：近五年主要区域家电市场规模及年均需求增长率如下：

区域	家电进口规模	五年平均增长率
中东	221.2 亿美元	8%
中亚	25 亿美元	20%
非洲	93.9 亿美元	4%

中亚市场的高增长率尤其值得关注，显示出区域新兴消费市场的扩张潜力。

整体而言，巴基斯坦可作为面向中东、中亚及非洲的区域出口枢纽，实现生产与市场多元化布局。

6. 成本与资源竞争优势

巴基斯坦在家电关键投入品方面已具备一定本地化基础：塑料（PP/ABS/HIPS 等工程塑料，冷轧及镀锌钢板，线束与电缆，包装材料，部分铜、铝材料，橡胶密封件及紧固件。

多数本地供应商可按照国际标准生产（如 ISO、ASTM、IEC 等），为进一步提升本地化率提供基础。在压缩机、控制板（PCB）、高端电子元件等领域，本地能力仍相对有限，亦构成未来投资与技术合作的重点方向。

公用事业成本（工业用）

项目	工业电价	经济特区电价
电力	0.08 美元/度	0.08 美元/度
天然气	8.42 美元/MMBTU	8.42 美元/MMBTU
水	按项目具体情况确定	按项目具体情况确定

整体能源成本在区域范围内保持竞争力，经济特区可进一步提升成本可控性与供应稳定性。

劳动力成本结构（平均月成本）

类别	成本（美元/月）
非熟练工	143 美元
半熟练工	160–200 美元
熟练工	214–286 美元
工程师/技术人员	357 美元以上

在维持成本优势的同时，巴基斯坦拥有不断增长的工程技术人才储备。政府正在推动技术与职业教育培训（TVET）体系与产业需求对接，并鼓励与中国企业开展联合培养与技术合作。

7. 产业生态与物流体系

巴基斯坦家电产业已在部分区域形成产业集群效应，尤其集中在旁遮普省的拉合尔（Lahore）及古吉兰瓦拉（Gujranwala）周边区域。这些区域具备：相对成熟的零部件配套网络，技术工人储备，模具、钣金、塑料加工等辅助产业基础，产业集聚为后续规模化生产与本地化率提升提供现实基础。

在物流基础设施方面，巴基斯坦拥有卡拉奇（Karachi）深水港、瓜达尔（Gwadar）港、多个内陆干港，覆盖全国的公路与铁路网络。

上述基础设施支持原材料进口与成品出口的双向流动，为出口型制造布局提供支撑。

8. 政府支持与经济特区（SEZ）框架

在中巴经济走廊（CPEC）框架下，巴基斯坦为外资企业提供结构化的经济特区（SEZ）支持体系。重点经济特区包括：Allama Iqbal Industrial City（旁遮普省）、M3 Industrial City（旁遮普省）、Rachna Industrial Park（旁遮普省）、Rashakai SEZ（开伯尔-普什图省）、Dhabeji、Korangi Creek、Bin Qasim（信德省）。

这些园区通常提供一定期限的企业所得税减免、生产设备与机械进口免关税、公用事业配套支持，“一站式”行政审批服务。

在审批机制方面，联邦及省级政府设立单一窗口机制（Single Window），并设定相对明确的审批时间表，包括公司注册、环境许可、电力与燃气接入等流程。

此外，政府提供投后服务与争议协调机制，以增强投资确定性。

9. 融资环境与投资模式

在融资层面，投资者可获得多元化资金来源支持，包括：本地商业银行与开发性金融机构的项目融资、中国金融机构参与的长期贷款支持（如中资银行参与项目融资）、政府支持的信用担保计划。

融资成本参考：本地项目融资：KIBOR + 3%–5%（约 14%–16% 区间）、中资长期贷款：约 3.5%、政府信用担保支持：约 5%。

投资结构可灵活设计，包括：中巴合资（Joint Venture）模式、外资独资子公司、建设-运营-移交（BOT）模式。

在经济特区及国有工业土地储备体系下，可获得不同规模土地资源支持。

10. 成功案例

中巴合作在家电领域已有实际案例。例如：

- 海尔在巴基斯坦的投资布局
- Dawlance（达沃兰斯）本地制造企业

这些企业已完成多阶段投资，逐步提高本地化率，实现市场份额提升并开展出口业务。

此外，中国企业在电信与能源等领域的长期投资实践，也进一步体现出对巴基斯坦市场的信心。

11. 投资路径

在巴基斯坦设立生产运营体系，一般遵循以下流程：公司注册、土地获取与园区入驻、厂房建设、环评及相关审批、设备安装与试生产、正式投产。

“巴基斯坦—中国家电 B2B 投资会议”将为双方企业提供对接平台，涵盖：项目清单发布、现场交流、实地考察安排

投资者亦可通过巴基斯坦驻北京大使馆及驻华总领馆获取进一步信息支持。

附录 I 巴基斯坦家电产业概况数据

一、市场规模与增长情况

1. 整体市场规模

指标	数值
市场总规模	11.8 亿美元
近五年复合增长率 (CAGR)	约 12%

2. 家庭渗透率 (主要品类)

品类	渗透率
电风扇	90%–95%
冰箱	60%–65%
洗衣机	50%–55%
空调	30%–35%
饮水机	35%–45%
冷柜	20%–25%
微波炉	25%–30%
电视 (LED/LCD)	70%–75%
小型厨房电器	45%–55%
吸尘/清洁电器	10%–15%

可以看出：

- 冰箱、洗衣机仍有提升空间
- 空调渗透率相对较低，具备增长潜力
- 清洁类电器渗透率处于早期阶段

3. 分品类市场规模

序号	品类	市场规模 (百万美元)	CAGR
1	饮水机	331	9%–12%
2	冰箱	225	8%–11%
3	冷柜	178	9%–12%
4	微波炉	166	9%–12%
5	空调	95	8%–12%
6	洗衣机	36	9%–13%

7	电视	24	6%–9%
8	小型厨房电器	71	10%–14%
9	家居清洁电器	24	9%–13%
10	其他小电器	36	8%–12%

二、人口与需求结构

指标	数值
总人口	2.5127 亿
人口中位年龄	20.8 岁
城市化增长率	2.7%
中产阶级占比	约 35%
家庭月可支配收入	82,179 巴基斯坦卢比（2024–2025）

需求驱动因素

驱动因素	当前水平
电气化率	95.6%
消费信贷渗透率	8%–12%
电商增长率	25%–30%

三、进口情况分析

年份	进口额（亿美元）
2022	5.6056
2023	3.5673
2024	4.9425

2024 年按 HS 编码分类进口情况（主要品类）

（单位：百万美元）

- 制冷压缩机（8414.30）：206.57
- 空调整机（8415）：106.04
- 冰箱/冷柜（8418）：62.96
- 洗衣机（8450）：13.39
- 电机（8501.10）：15.97
- 监视器/投影设备（8528）：21.43
- 印刷电路板（8534）：17.85

- 电缆及导体 (8544.42): 21.37

压缩机、空调及关键电子部件构成进口结构中的主要部分,这也是未来本地替代的核心方向。

四、成本结构对比

本地制造 vs CBU (整机进口)

项目	本地制造	整机进口
运输	国内运输成本较低	国际海运 + 内陆运输
关税	0%-20% (部件)	较高有效税负
交付周期	7-30 天	45-60 天
资金占用	1-2 个月	3-4 个月
综合成本指数	100	115-130

长期来看,本地化制造可实现 15%-25%成本优势。

五、税制与关税政策

企业税率

税种	税率
企业所得税	29%
预提税	15%-20%
省级服务税	16%

关税结构

类别	税率区间
原材料	0%-35%
SKD	0%-35%
CBU	0%-35%

政策导向: 逐步降低中间品税负,同时保留成品保护。

六、重点可投资项目

Project A

压缩机与电机制造工厂 (优先级最高)

- 选址：旁遮普工业带 / 重点 SEZ
- 投资额：8,000 万–1.2 亿美元
- 模式：中巴合资（技术转移 + 本地化）
- IRR：18%–22%

Project B

变频空调 PCB 与智能控制模块生产

- 选址：卡拉奇工业走廊
- 投资额：3,500 万–6,000 万美元
- 模式：中资战略投资 + 本地配套
- IRR：20%–25%

Project C

冰箱与冷柜出口型组装厂

- 投资额：5,000 万–9,000 万美元
- 模式：CKD 逐步过渡至完全本地化
- IRR：16%–20%

Project D

HVAC 铜管与换热器制造

- 投资额：2,500 万–4,500 万美元
- IRR：17%–21%

Project E

小家电 OEM 出口集群

- 投资额：1,500 万–3,000 万美元
- IRR：22%–28%