



2024年度

# 海外日资企业实况调查 | 亚洲、大洋洲篇

-景气度方面，印度持续向好，东盟恢复，中国低迷-

日本贸易振兴机构（JETRO）

调查部

2024年11月28日



# 目录

主要调查结果	2
本年度调查概要	3
I. 营业利润预期	6
II. 业务开展	15
III. 竞争环境变化	23
IV. 供应链管理	30
V. 出口FTA/EPA	41
VI. 工资实际情况	46

# 主要调查结果

## 1. 2024年盈利占比、景气度均有所恢复，中国、泰国当地需求减少成为阻碍

- ❖ 营业利润盈利占比较上年调查结果增长了3.4个百分点。印度为2008年以来最高。以东盟为代表的众多国家和地区也有所增长，但中国为2013年以来最低（→P6-8）。
- ❖ 景气度方面，中国、缅甸、泰国以外的改善超过恶化。印度当地需求增加使景气度增加，但中国当地需求减少和竞争白热化使景气度降低（→P9-14）。

## 2. 业务扩大意愿为43.8%，较上年调查结果略有降低

- ❖ 关于探讨今后扩大业务的企业，印度为80.3%，居首位。泰国扩大意愿降低，中国创历史新低（→P17-22）。

## 3. 竞争环境愈发严峻，在东盟的制造业上也与中国企业出现竞争

- ❖ 主力产品和服务的市场份额较5年前增加的企业为37.8%。印度超过6成。另一方面，竞争对手增加的企业为48.6%，中国超过6成（→P23-24）。
- ❖ 将当地企业作为竞争对手的企业为74.2%，数量最多，紧随其后的是日本企业（62.4%）。在东盟的制造业方面，将中国企业作为最主要竞争对手的占比相对较高，特别是在电器电子产品零部件、化学与医药等领域竞争激烈（→P25-29）。

## 4. 加速重建供应链，将生产从中日两国转到东盟的情况明显

- ❖ 受到成本增加、供应链中断等影响，近5年开拓新供应商的企业（制造业）为71.5%。今后1-2年方针为扩大本地采购的企业为39.3%，较上年调查结果（30.3%）有所增长（→P30-36）。
- ❖ 近5年将生产从其他国家和地区转来的企业（制造业）为15.6%。从日本或中国转到东盟的情况较多，特别是转到越南的为24.8%，数量最多。转移原因有提高成本竞争力、规避中国风险等（→P37-40）。

# 2024年度调查概要（1）

## 调查目的

- 本次调查的目的在于掌握亚洲、大洋洲日资企业活动的实际状况，并公布调查结果。

## 调查对象

- 东北亚5个国家和地区、东盟9个国家、西南亚4个国家、大洋洲2个国家共计20个国家和地区开展业务的日资企业（日方直接或间接出资比例超过10%的企业、日本企业的分公司或派驻人员办事处）。

## 调查时期

- 2024年 8月20日-9月18日

## 回收情况

- 对13,727家企业进行了问卷调查，5,007家企业给出了有效回答。各国家和地区的详细情况如右表所示（有效回答率为36.5%）。

## 备注

- 调查始于1987年，本年度为第38次调查。
- 自2007年度起，将非制造业追加为调查对象。
- 将回答1个问题以上的企业视为有效回答。
- 各幻灯片括弧内数据为有效回答企业数。
- 图表中的数据为四舍五入后的值，因此合计值不一定为100%。
- 对台湾的调查由公益财团法人日本台湾交流协会协助实施。

	调查对象 企业数	调查企业数		详细情况		(家、%) 有效 回答率
		有效回答	占比	制造业	非制造业	
总数	13,727	5,007	100	2,190	2,817	36.5
东北亚	2,518	1,276	25.5	555	721	50.7
中国	1,366	771	15.4	420	351	56.4
台湾	569	226	4.5	66	160	39.7
香港与澳门	414	186	3.7	26	160	44.9
韩国	169	93	1.9	43	50	55.0
东盟	9,246	3,065	61.2	1,378	1,687	33.1
越南	2,243	863	17.2	404	459	38.5
泰国	2,203	541	10.8	300	241	24.6
印度尼西亚	1,482	476	9.5	267	209	32.1
新加坡	1,116	415	8.3	87	328	37.2
马来西亚	917	359	7.2	177	182	39.1
菲律宾	527	166	3.3	72	94	31.5
柬埔寨	295	111	2.2	29	82	37.6
缅甸	375	99	2.0	25	74	26.4
老挝	88	35	0.7	17	18	39.8
西南亚	1,449	469	9.4	213	256	32.4
印度	1,130	313	6.3	148	165	27.7
孟加拉国	175	79	1.6	32	47	45.1
巴基斯坦	65	46	0.9	21	25	70.8
斯里兰卡	79	31	0.6	12	19	39.2
大洋洲	514	197	3.9	44	153	38.3
澳大利亚	347	155	3.1	30	125	44.7
新西兰	167	42	0.8	14	28	25.1

# 2024年度调查概要（2）

## 各行业占比（制造业）

	有效回答	占比
制造业 合计	2,190	43.7
运输机械设备零部件	314	6.3
铁、有色金属、金属	285	5.7
电器电子产品零部件	197	3.9
普通机械设备	184	3.7
化学与医药	180	3.6
电器电子产品	151	3.0
塑料制品	149	3.0
食品	143	2.9
纺织与服装	116	2.3
橡胶、陶瓷业、土石	99	2.0
纸、木制品、印刷	81	1.6
精密仪器与医疗器械	65	1.3
运输机械设备	62	1.2
其他制造业	164	3.3

## 各行业占比（非制造业）

	有效回答	占比
非制造业 合计	2,817	56.3
贸易公司与批发业	555	11.1
销售公司	406	8.1
运输业	303	6.1
业务相关服务业	270	5.4
信息通讯业	267	5.3
建筑业	223	4.5
金融与保险业	172	3.4
房地产与租赁业	74	1.5
旅游、娱乐业	62	1.2
零售业	54	1.1
矿业与能源	51	1.0
教育与医疗	42	0.8
餐饮业	24	0.5
农林水产业	8	0.2
其他非制造业	306	6.1

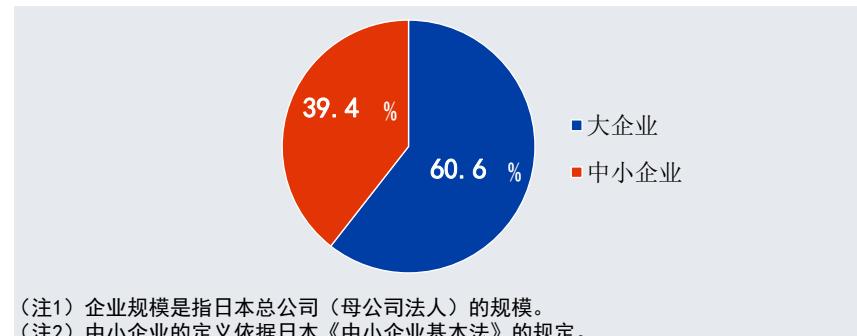
## 各国家和地区的企

	大企业	中小企业
总数	3,032	1,975
东北亚	823	453
中国	463	308
台湾	168	58
香港与澳门	118	68
韩国	74	19
东盟	1,697	1,368
越南	447	416
泰国	209	332
印度尼西亚	290	186
新加坡	284	131
马来西亚	230	129
菲律宾	102	64
柬埔寨	59	52
缅甸	58	41
老挝	18	17

（注1）行业分类的详情如下页所述。

（注2）派驻人员办事处包含在“其他非制造业”中。

## 大企业与中小企业的占比



（注1）企业规模是指日本总公司（母公司法人）的规模。

（注2）中小企业的定义依据日本《中小企业基本法》的规定。

## 西南亚

印度	257	56
孟加拉国	49	30
巴基斯坦	40	6
斯里兰卡	14	17

## 大洋洲

澳大利亚	128	27
新西兰	24	18

# 2024年度调查概要 (3)

No.	中分类	小分类
1	食品	食品、农产与水产加工品
2	纺织与服装	纺织（纺纱、织物、化纤） 服装与纤维产品（含鞋类、手套、皮革制品、缝制品）
3	纸、木制品、印刷	木材与木制品 家具、室内装饰与装备 纸与纸浆 印刷与出版
4	化学与医药	化学品与石油产品 医药品
5	塑料制品	塑料制品
6	橡胶、陶瓷业、土石	橡胶产品 陶瓷业与土石
7	铁、有色金属、金属	钢铁（含铸造品、锻造品） 有色金属 金属产品（含电镀加工）
8	普通机械设备	普通机械设备（含通用设备、生产用设备 机床、农用机械、建筑机械、模具、机械工具）
9	电器电子产品	电器电子产品 信息通讯设备与业务用设备
10	电器电子产品零部件	电器电子产品零部件
11	精密仪器与医疗器械	精密仪器（分析仪器、光学仪器等） 医疗器械
12	运输机械设备	运输机械设备（汽车、摩托车） 运输机械设备（铁路列车、船舶、航空、运输车辆）
13	运输机械设备零部件	运输机械设备零部件（汽车、摩托车） 运输机械设备零部件（铁路列车、船舶、航空、运输车辆）
14	其他制造业	日用品、文具、杂货 其他制造业
15	农林水产业	农林水产业

No.	中分类	小分类
16	矿业与能源	矿业 电、煤气、供暖、水
17	建筑业	建筑、成套设备、工程
18	运输业	运输、仓储
19	信息通讯业	通信、IT、软件、信息系统、数字化服务 BPO（商务流程外包） 媒体、大众传媒、文化创意 广告、营销、调查
20	贸易公司与批发业	贸易公司 批发
21	零售业	零售
22	销售公司	销售公司
23	金融与保险业	银行 非银行类（保险、证券、信用卡、租赁等）
24	房地产与租赁业	房地产 大厦与设施管理、空调、保安、保洁 租借
25	业务相关服务业	咨询 法务、会计、税务等专业服务 持股与统筹管理公司 外观设计与设计 修理、保养、检查、分析 人才介绍、人才派遣
26	旅游、娱乐业	宾馆与旅游 娱乐与生活相关服务（含大型活动、体育设施、美容美发）
27	餐饮业	餐饮
28	教育与医疗	教育与研究机构 医疗、福祉、保健
29	其他非制造业	其他

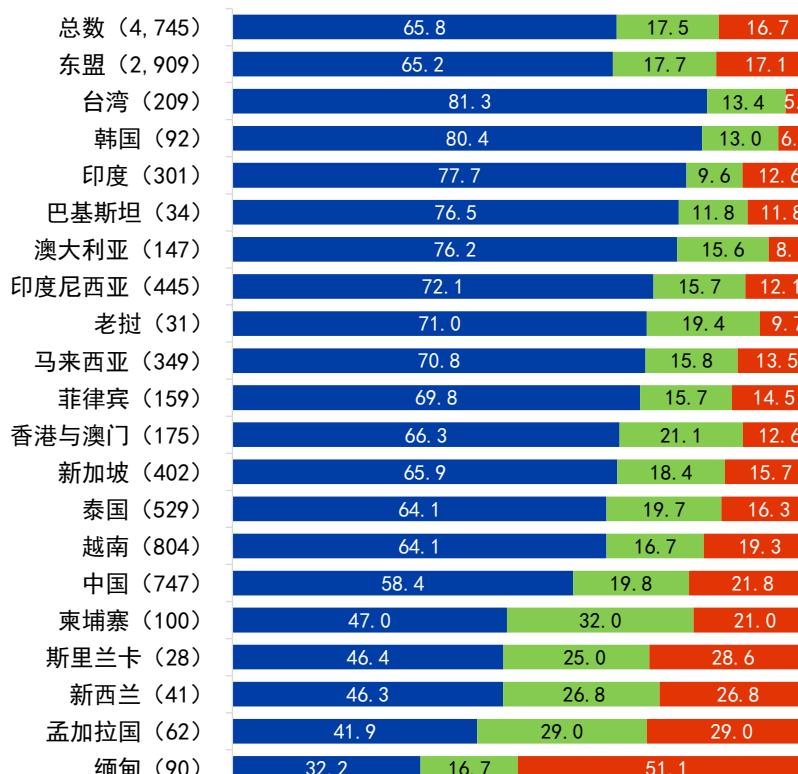
## 1

# 2024年营业利润预测：

## 东盟、印度的盈利占比均有所增长，中国跌破6成

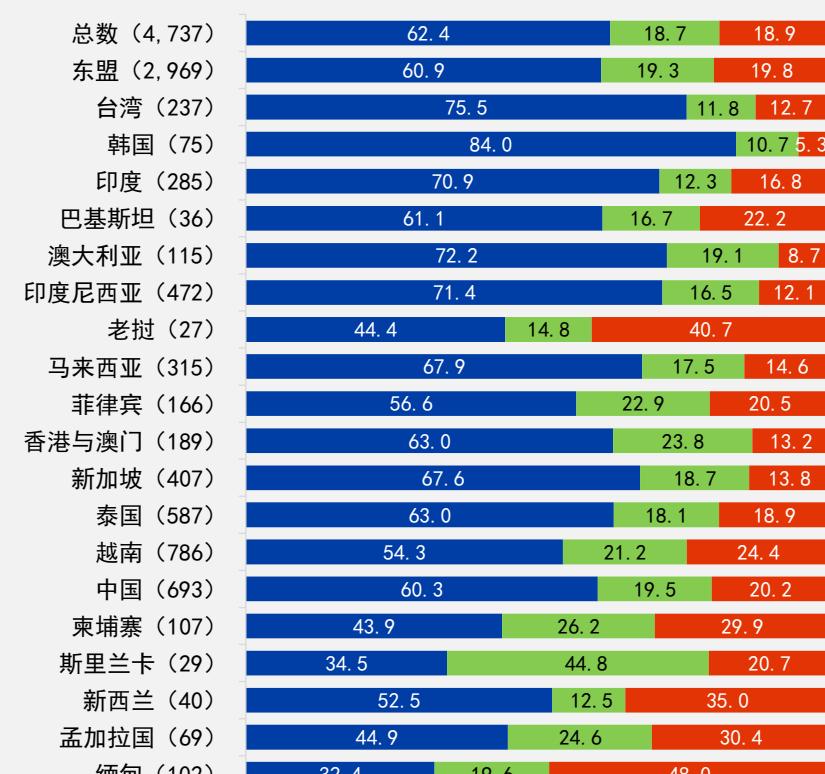
- 2024年营业利润预测回答“盈利”的企业为65.8%，较上年调查结果（62.4%）增长了3.4个百分点。“亏损”为16.7%，较上年调查结果（18.9%）降低了2.2个百分点。
- 从国家和地区来看，中国为58.4%，较上年调查结果降低了1.9个百分点，为2013年以来最低。东盟增长了4.3个百分点。印度增长了6.8个百分点，为2008年以来最高。

2024年营业利润预测（按国家和地区） (%)



■ 盈利 ■ 持平 ■ 亏损

(参考) 2023年营业利润预测（按国家和地区） (%)

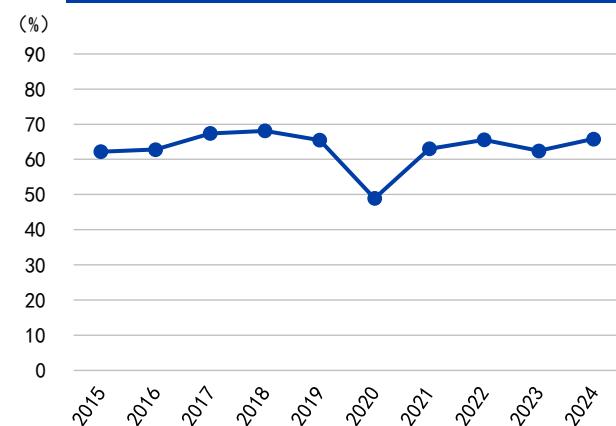


■ 盈利 ■ 持平 ■ 亏损

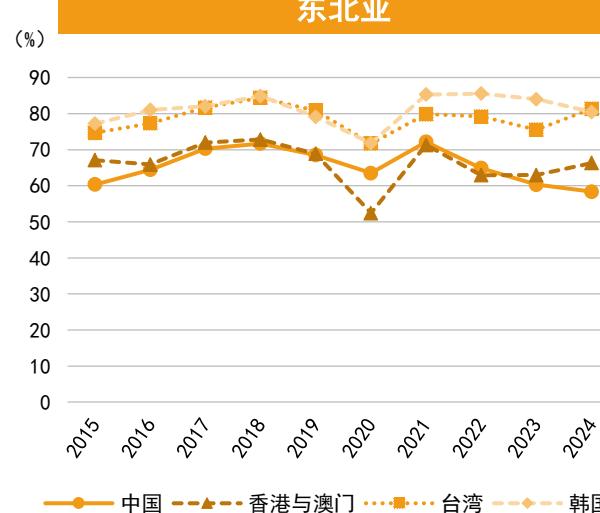
## 营业利润预测（各地区走势）： 西南亚3个国家盈利占比有所增长

盈利企业占比的走势（按国家和地区）

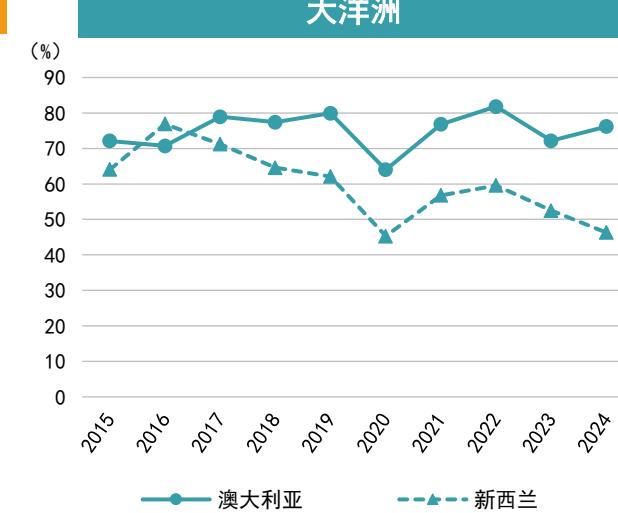
## 整体



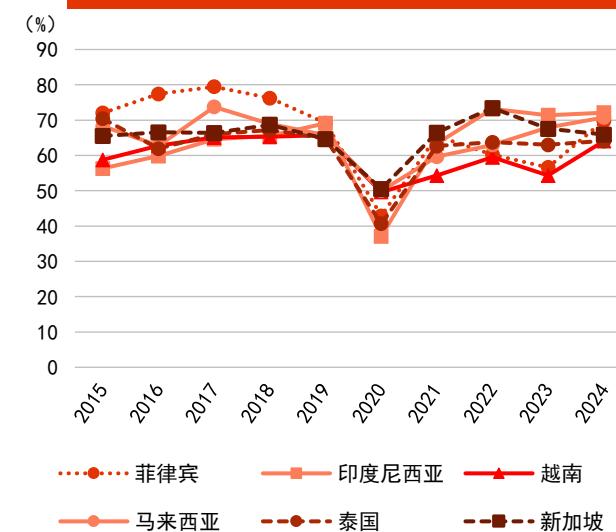
## 东北亚



## 大洋洲



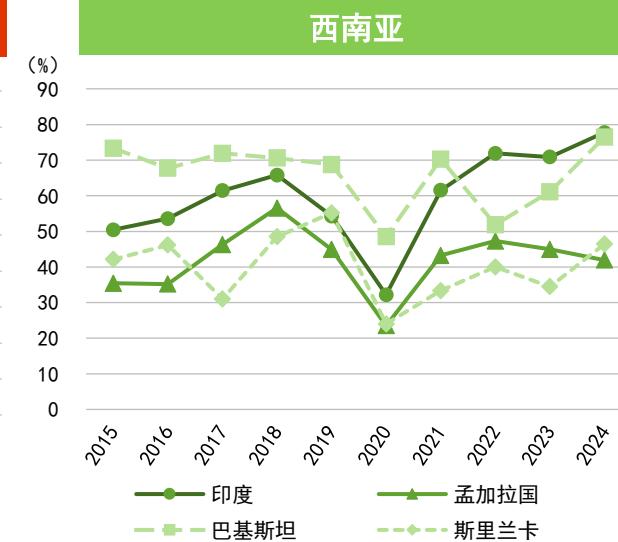
## 东盟六国



## 东盟 (CLM)



## 西南亚

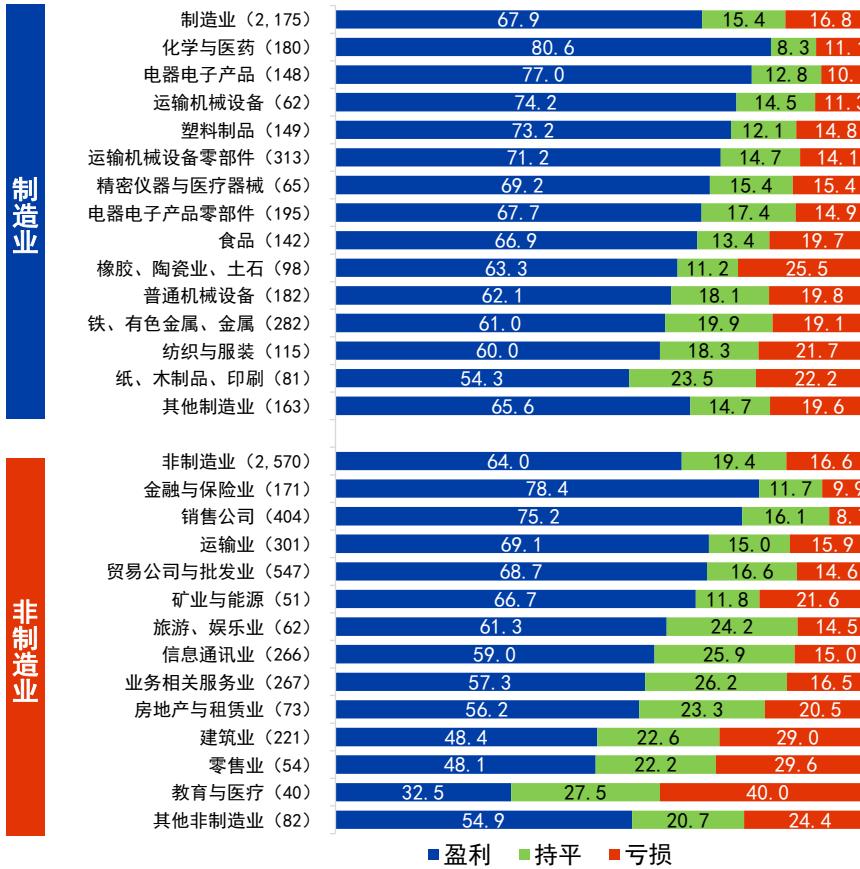


## 2024年营业利润预测（按行业）： 制造业、非制造业的盈利占比均有所增长

- 从行业来看2024年营业利润预测，制造业的盈利占比为67.9%，非制造业为64.0%，较上年调查结果分别增长了5.1个百分点和1.9个百分点。
- 多数行业的盈利占比较上年调查结果有所增长。电器电子产品零部件、电器电子产品等增长幅度较大。此外，运输机械设备降低了6.4个百分点，但运输机械设备零部件有所增长。

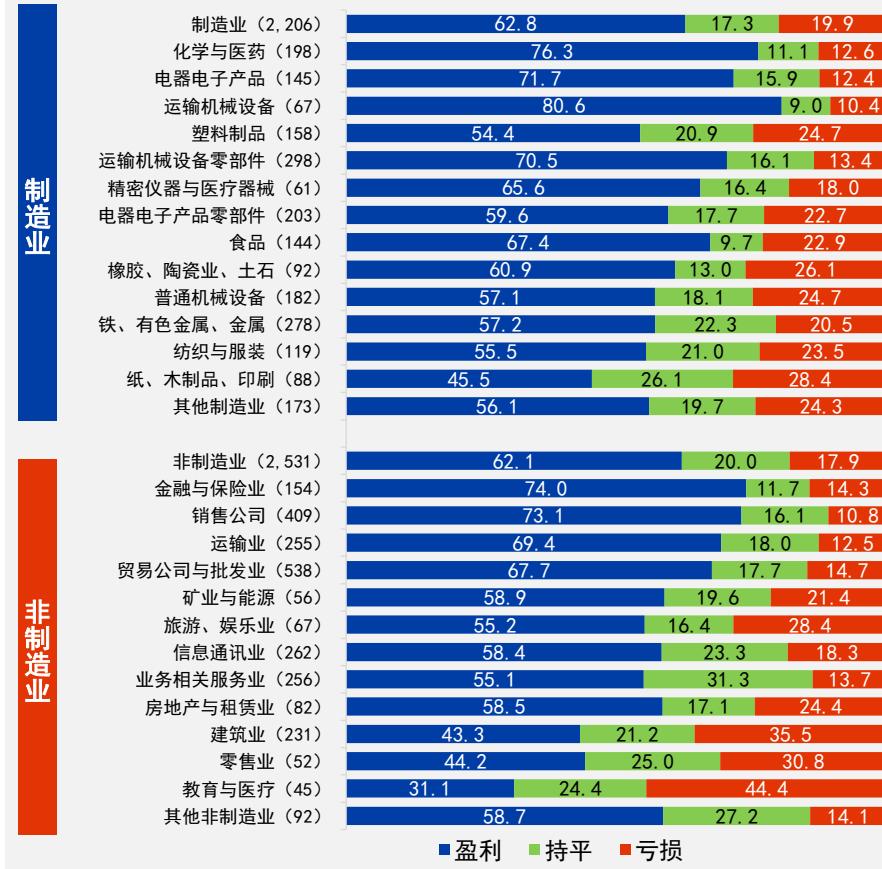
2024年营业利润预测（按行业）

（%）



（参考）2023年营业利润预测（按行业）

（%）

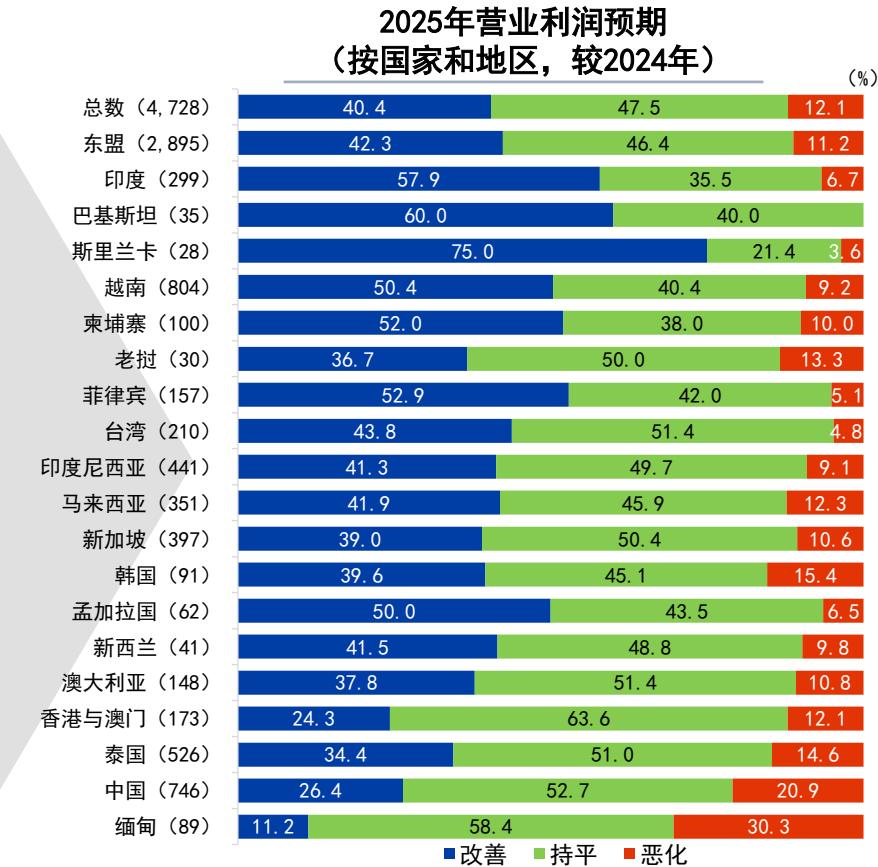
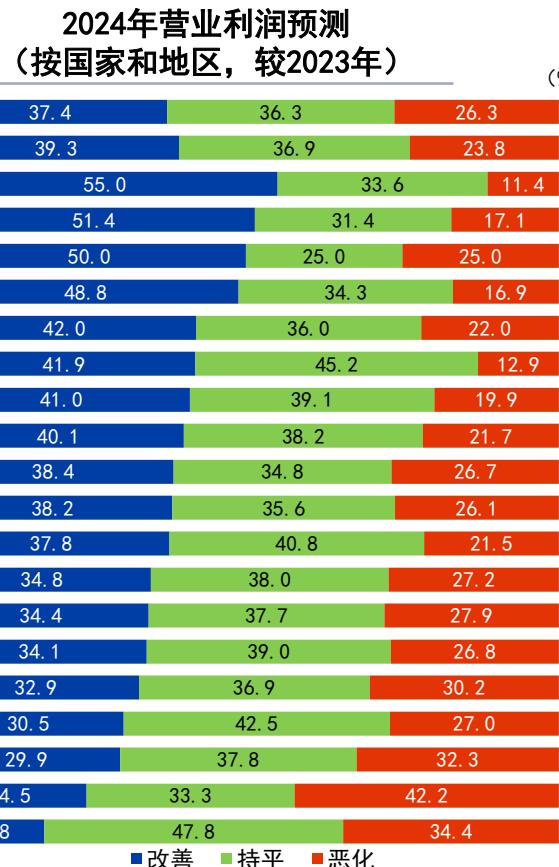


（注）有效答卷企业数超过35家的行业。

## 4

## 营业利润预期（改善或恶化）： 2024年营业利润预测改善的占比有所增长

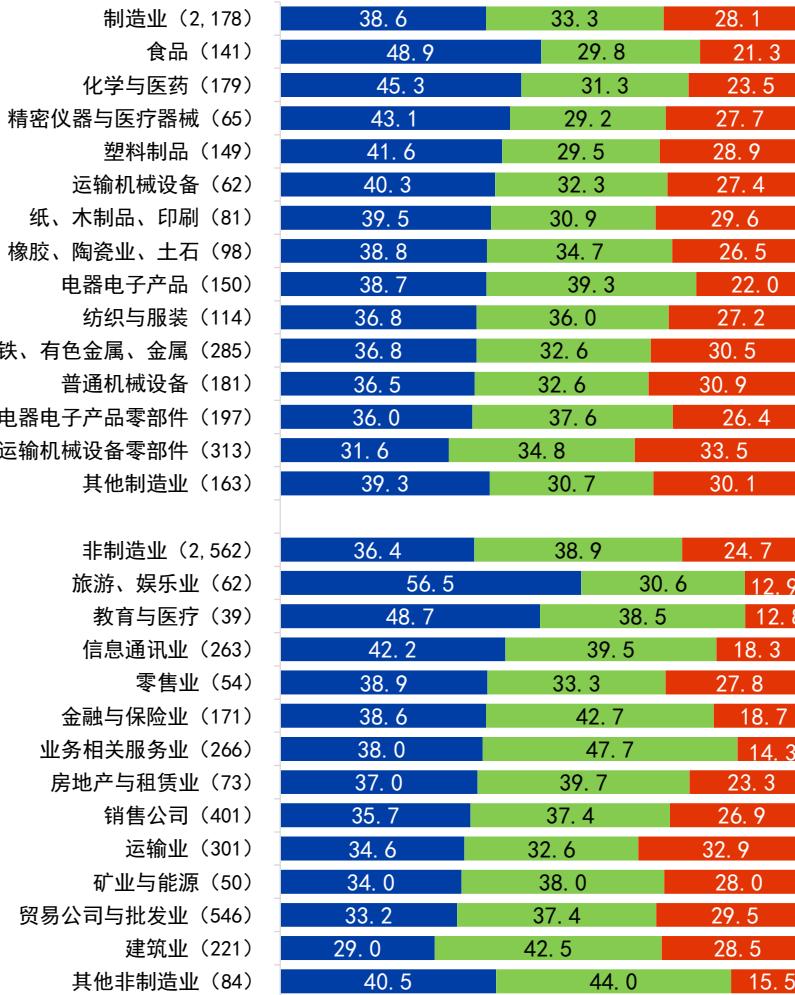
- 2024年营业利润预测（较2023年）回答“改善”的企业为37.4%，较上年调查结果增长了4.3个百分点。回答“恶化”的企业为26.3%，降低了6.5个百分点。从国家和地区来看，斯里兰卡（22.4个百分点）、越南（16.8个百分点）、巴基斯坦（15.3个百分点）、台湾（14.7个百分点）回答“改善”的占比大幅增长。
- 2025年营业利润预测回答“改善”的占比较2024年（预测）增长了3.0个百分点，回答“恶化”的占比降低了14.2个百分点。



# 营业利润预期（改善或恶化，按行业）： 制造业和非制造业2024年营业利润预期改善的占比均有所增长

2024年营业利润预测（较2023年，按行业）

（%）

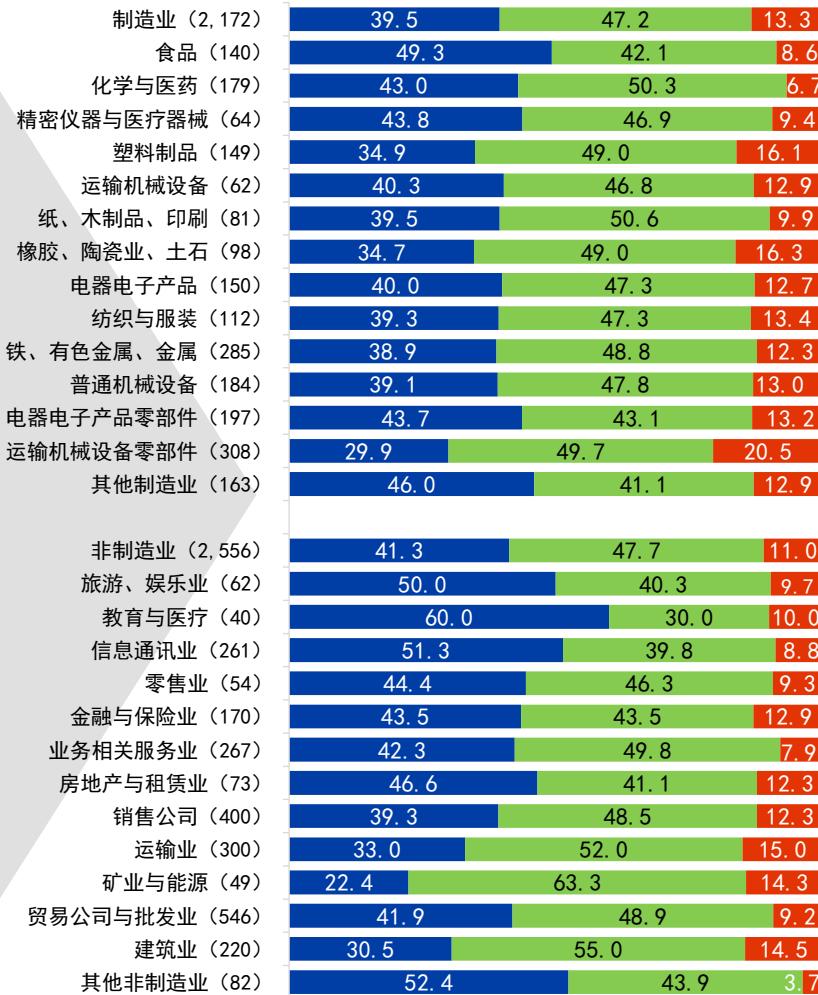


■改善 ■持平 ■恶化

（注）有效答卷企业数在30家以上的行业。

2025年营业利润预期（较2024年，按行业）

（%）



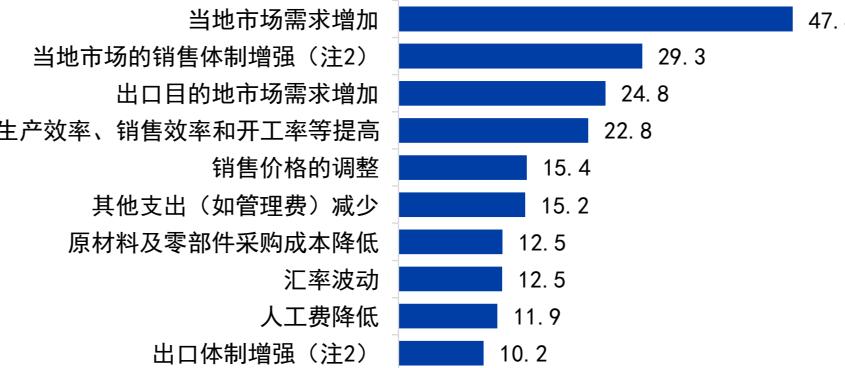
■改善 ■持平 ■恶化

## 6

## 营业利润改善或恶化的原因（2024年）： 当地市场需求增减带来的影响较大

- 2024年营业利润预测的改善原因中，“当地市场需求增加”的占比最高，为47.4%。从国家和地区来看，印度超过7成，韩国、台湾超过6成。
- 恶化原因中，“当地市场需求减少”的占比最高，为53.3%。从国家和地区来看，泰国超过7成，中国、印度尼西亚、缅甸超过6成。

2024年营业利润预测改善的原因（多选） (%)



(注1) 有效答卷企业数为1,759家。

(注2) 销售/出口体制增强是指扩充产品、服务、人员等。

2024年营业利润预测恶化的原因（多选） (%)



(注1) 有效答卷企业数为1,240家。

(注2) 销售/出口体制缩减是指减少产品、服务、人员等。

印度 (163) 76.7 (%)

韩国 (32) 62.5

台湾 (82) 62.2

马来西亚 (133) 49.6

印度尼西亚 (168) 48.8

泰国 (171) 73.1 (%)

中国 (315) 66.7

印度尼西亚 (118) 65.3

缅甸 (31) 61.3

韩国 (25) 56.0

中国 (315) 49.8 (%)

印度 (34) 44.1

韩国 (25) 40.0

香港与澳门 (46) 39.1

新加坡 (86) 36.0

台湾 (45) 35.6

(注) 列出有效答卷企业数在20家以上且超过整体平均的国家和地区。

## 营业利润改善或恶化的原因（2025年）：

## 印度内需有望增加，销售体制有望得到强化

- 2025年营业利润预期的改善原因中，“当地市场需求增加”的占比最高，为49.6%。印度超过7成，台湾、韩国、印度尼西亚超过5成。紧随其后的是“当地销售体制增强（扩充产品、服务、人员）”，印度超过5成。
- 预期的恶化原因中，“当地市场需求减少”最多，中国超过7成。

## 2025年营业利润预期改善的原因（多选）

（%）



（注1）有效答卷企业数为1,898家。

（注2）强化销售/出口体制是指扩充产品、服务、人员等。

## 2025年营业利润预期恶化的原因（多选）

（%）



（注1）有效答卷企业数为570家。

（注2）销售/出口体制缩减是指减少产品、服务、人员等。

印度（173）

74.6

台湾（90）

63.3

韩国（36）

55.6

印度尼西亚（179）

55.3

印度（173）

51.4

澳大利亚（55）

49.1

印度尼西亚（179）

46.4

菲律宾（83）

45.8

韩国（36）

44.4

马来西亚（146）

43.2

孟加拉国（31）

41.9

台湾（90）

41.1

中国（156）

71.2

泰国（77）

63.6

印度尼西亚（39）

59.0

缅甸（27）

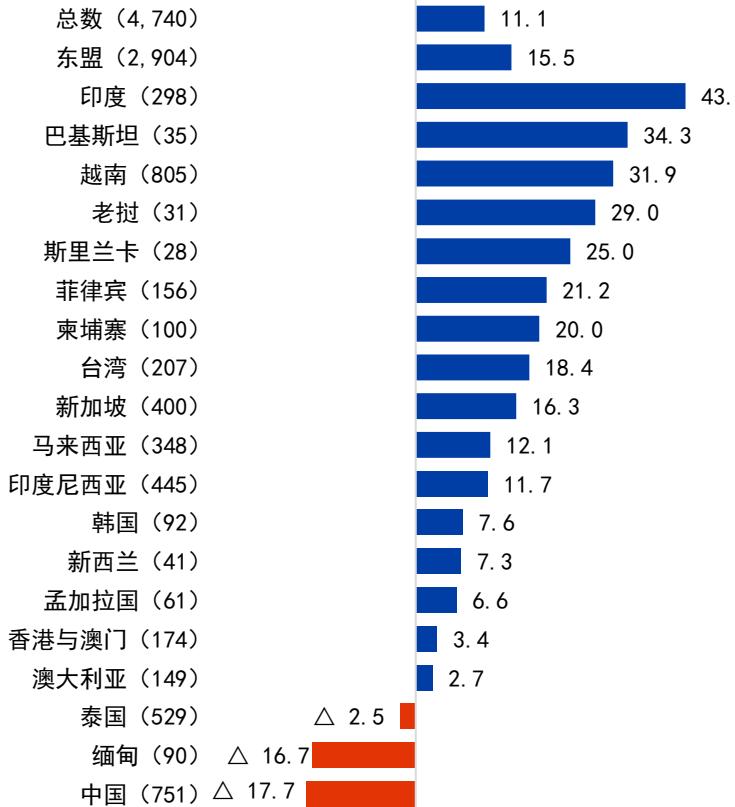
55.6

（注）列出有效答卷企业数在20家以上且超过整体平均的国家和地区。

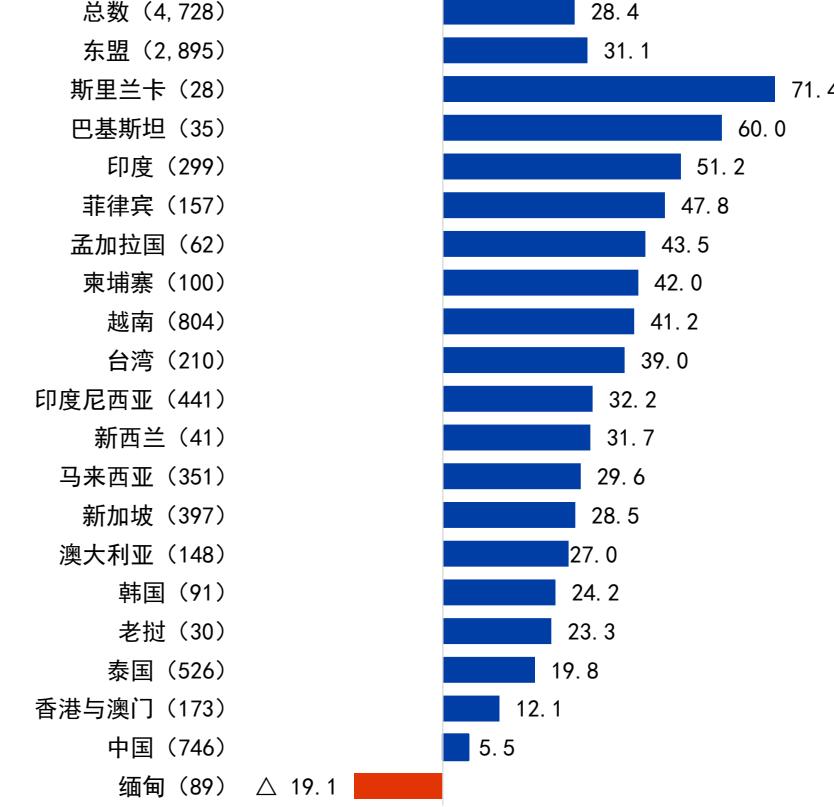
## 景气度DI： 多数国家和地区景气度得到大幅改善

- 显示2024年景气度的DI值（注）为11.1个百分点，较上年调查结果增长了10个百分点以上。台湾增长了29.4个百分点，韩国增长了15.7个百分点，东盟增长了14.2个百分点。另一方面，中国降低了2.9个百分点。
- 2025年的DI值为28.4个百分点，对改善的期待进一步增加。与2024年相比，东盟和印度较高，分别为15.6个百分点和7.6个百分点。

2024年的DI值（按国家和地区）  
(百分点)



2025年的DI值（按国家和地区）  
(百分点)



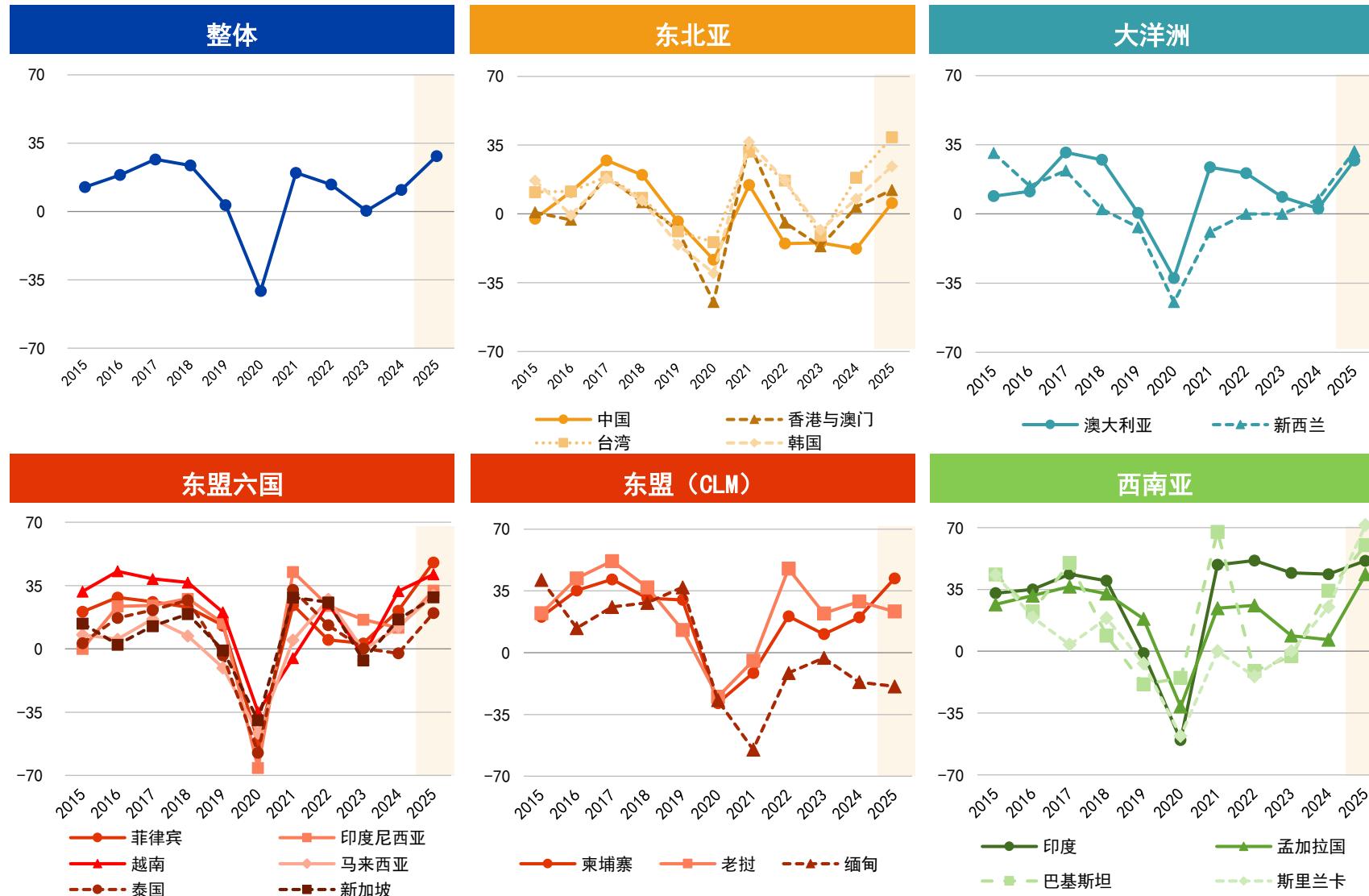
(注) DI值为Diffusion Index的简称。该值是回答“改善”的企业占比减去回答“恶化”的企业占比后所得数值。  
是通过数据显示景气度如何变化的指标。

# 景气度DI（各地区走势）：

## 2024年多数国家和地区景气度有所改善

DI值的走势（按国家和地区，2025年为预测）

（百分点）



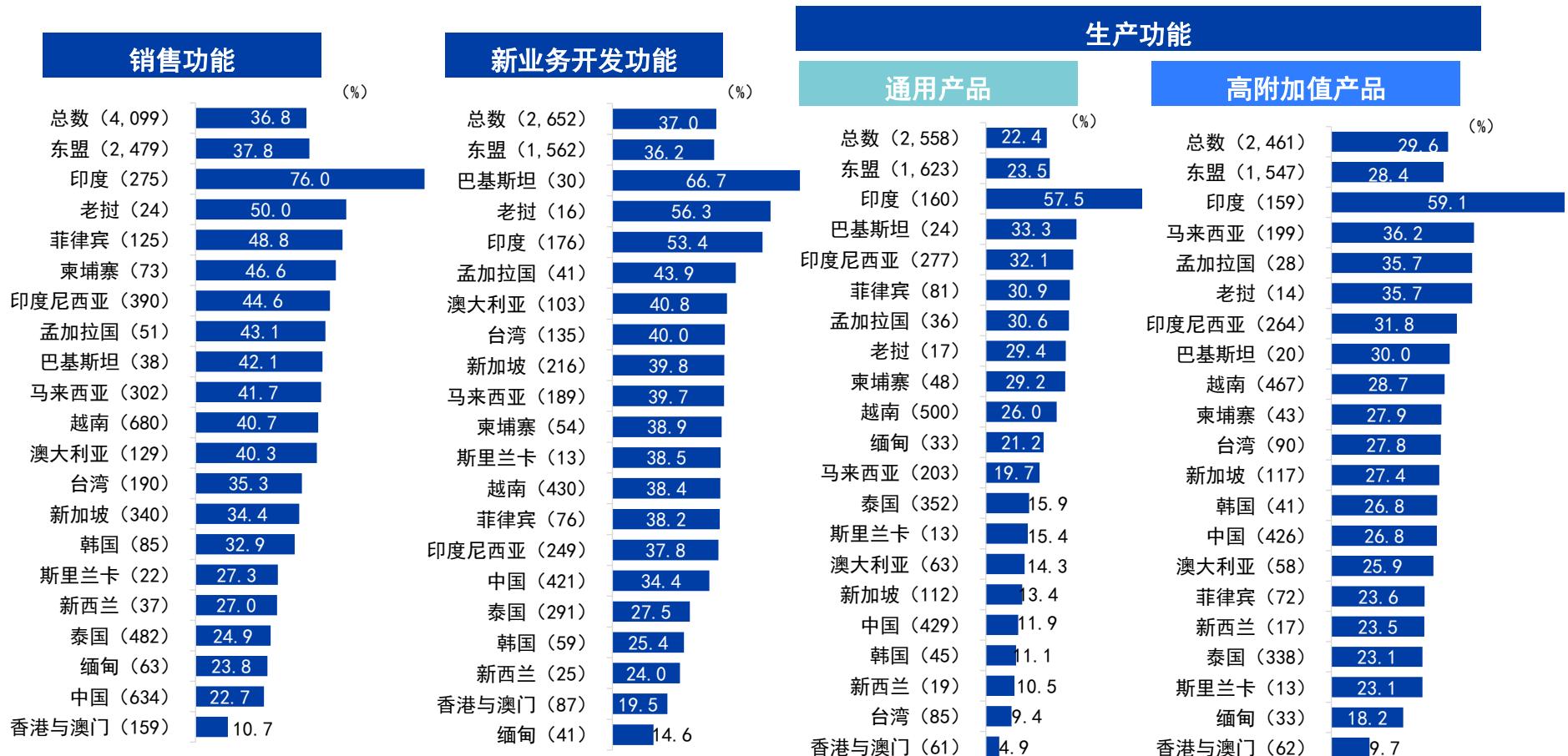
（注）2015-2024年为表示调查当年较上年如何变化的DI值。

2025年为本次调查结果中表示2025年较2024年有怎样预期的DI值。

# 1 | 后疫情时代的业务开展： 在扩充生产功能方面，高附加值产品超过通用产品

- 后疫情时代扩充销售功能和新业务开发功能的企业都大约为37%。在扩充生产功能方面，高附加值产品（29.6%）比通用产品（22.4%）更多。
- 从国家和地区来看，在印度同时扩充销售功能和生产功能的企业占比居首位。

后疫情时代扩充的功能（多选）



(注) 拥有各功能的企业为分母。

## 2

## 后疫情时代的业务开展： 推动当地人才的培养和雇佣，加强生产设备

- 后疫情时代实施的措施中，培养当地人才（54. 2%）、增加雇佣（31. 2%）的企业占比较多。
- 制造业方面，实施加强设备措施的企业占比为36. 0%。印度、孟加拉国、老挝有约5成的企业加强设备，在越南、菲律宾有4成以上。

后疫情时代实施的措施（多选）

	培养当地人才	增加当地人才雇佣	派驻驻在员本土化	推动脱碳（引进可再生能源、节能）	与当地企业合作/出资	(%)
总数 (4, 300)	54. 2	31. 2	18. 3	16. 1	11. 4	
东盟 (2, 649)	54. 2	31. 9	16. 9	15. 9	10. 7	
越南 (746)	49. 1	34. 5	16. 1	14. 3	12. 5	
泰国 (474)	54. 2	23. 4	15. 4	15. 2	7. 8	
印度尼西亚 (409)	57. 7	31. 1	14. 2	17. 6	9. 5	
新加坡 (358)	50. 0	32. 7	26. 3	14. 0	10. 9	
马来西亚 (313)	58. 8	35. 8	17. 9	24. 9	12. 1	
菲律宾 (144)	57. 6	40. 3	13. 9	17. 4	10. 4	
柬埔寨 (98)	67. 3	30. 6	9. 2	12. 2	16. 3	
缅甸 (75)	58. 7	21. 3	21. 3	4. 0	4. 0	
老挝 (32)	62. 5	50. 0	9. 4	3. 1	9. 4	
印度 (289)	52. 9	60. 2	15. 9	18. 0	13. 8	
孟加拉国 (66)	62. 1	40. 9	15. 2	4. 5	18. 2	
巴基斯坦 (43)	44. 2	18. 6	16. 3	25. 6	4. 7	
斯里兰卡 (28)	50. 0	25. 0	14. 3	7. 1	7. 1	
澳大利亚 (119)	50. 4	39. 5	13. 4	31. 1	14. 3	
新西兰 (33)	36. 4	30. 3	3. 0	21. 2	18. 2	
中国 (658)	55. 2	15. 3	27. 8	15. 8	13. 2	
台湾 (199)	57. 8	35. 7	12. 6	15. 6	11. 6	
香港与澳门 (134)	54. 5	17. 2	25. 4	9. 7	6. 7	
韩国 (82)	54. 9	36. 6	15. 9	13. 4	13. 4	

后疫情时代实施的措施（制造业，多选）

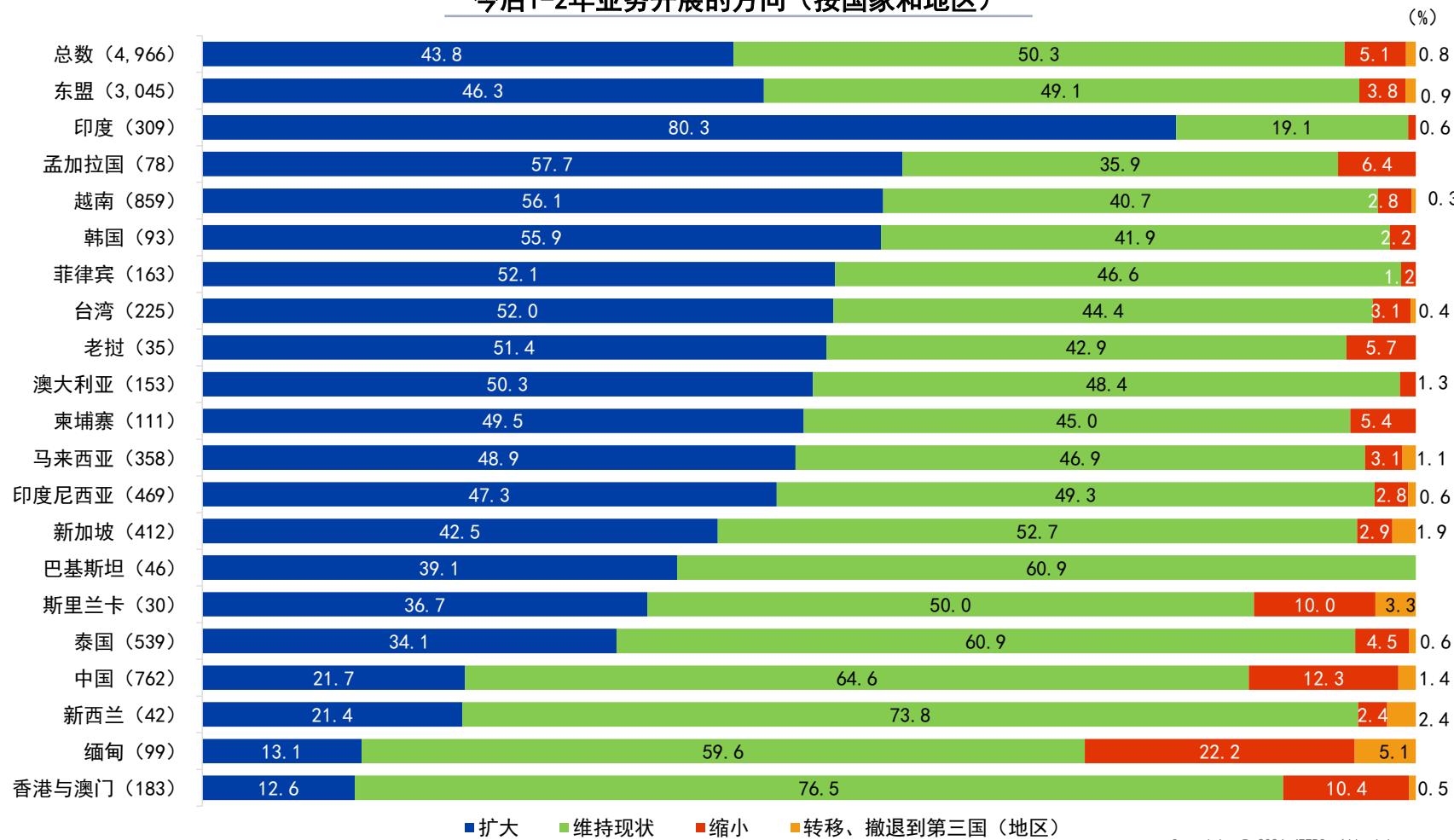
	加强设备	生产产品种类多样化	引进新生技术	扩大从当地企业采购	生产产品种类高度化	(%)
总数 (1, 961)	36. 0	25. 4	21. 2	19. 8	15. 0	
东盟 (1, 236)	37. 5	26. 3	21. 2	18. 0	14. 5	
越南 (364)	44. 0	30. 8	24. 2	21. 4	16. 8	
泰国 (276)	33. 3	26. 1	18. 8	19. 6	12. 7	
印度尼西亚 (231)	39. 4	24. 2	17. 7	15. 2	13. 0	
新加坡 (80)	17. 5	10. 0	15. 0	1. 3	8. 8	
马来西亚 (157)	36. 3	29. 3	26. 1	19. 1	17. 8	
菲律宾 (64)	43. 8	18. 8	20. 3	25. 0	10. 9	
柬埔寨 (29)	37. 9	41. 4	34. 5	20. 7	24. 1	
缅甸 (19)	10. 5	10. 5	5. 3	10. 5	0. 0	
老挝 (16)	50. 0	31. 3	25. 0	6. 3	25. 0	
印度 (140)	52. 1	24. 3	24. 3	33. 6	19. 3	
孟加拉国 (26)	50. 0	34. 6	26. 9	11. 5	23. 1	
巴基斯坦 (20)	35. 0	30. 0	10. 0	35. 0	35. 0	
斯里兰卡 (11)	36. 4	9. 1	27. 3	9. 1	9. 1	
澳大利亚 (25)	12. 0	8. 0	8. 0	0. 0	16. 0	
新西兰 (12)	33. 3	0. 0	8. 3	8. 3	8. 3	
中国 (373)	30. 3	27. 1	24. 4	23. 9	15. 3	
台湾 (61)	21. 3	14. 8	8. 2	19. 7	8. 2	
香港与澳门 (20)	5. 0	20. 0	5. 0	5. 0	15. 0	
韩国 (37)	32. 4	21. 6	18. 9	10. 8	10. 8	

(注) 高出总数5个百分点以上的数值用淡橙色表示，高出10个百分点以上的数值用橙色表示。

### 3 | 今后的业务开展： 业务扩大意愿略有降低，中国创历史新低

- 关于今后1-2年业务开展的方向，回答“扩大”的企业占比为43.8%，较上年调查结果（45.5%）降低了1.7个百分点。此外，回答“缩小”“转移、撤退到第三国（地区）”的企业占比合计为5.9%，较上年调查结果（5.4%）增长了0.5个百分点。

今后1-2年业务开展的方向（按国家和地区）



（注）中国的历史新低是指自2007年度包括非制造业在内实施调查以来的历史新低。

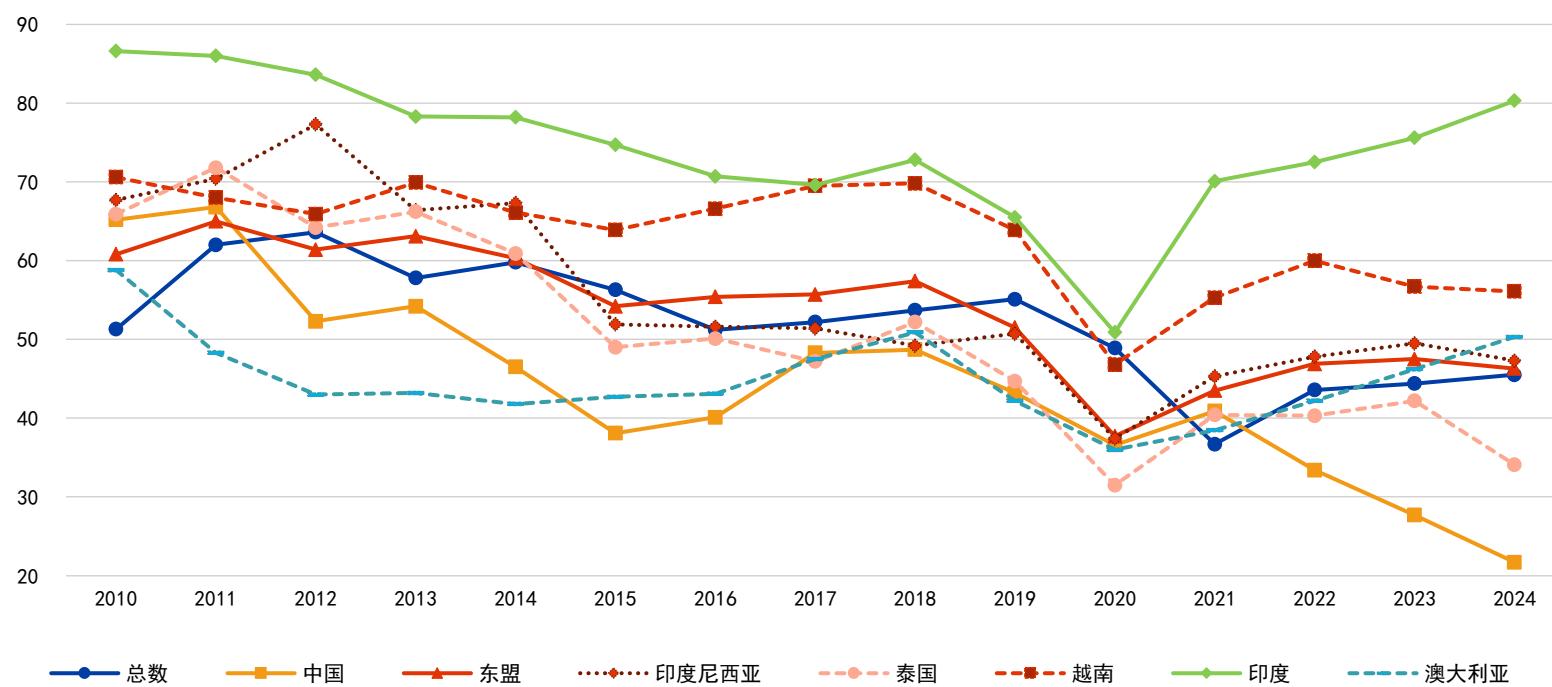
## 4

## 今后的业务开展： 印度的扩大意愿持续保持高水平，中国、泰国有所降低

- 东盟回答“扩大”的企业占比较上年调查结果降低了1.2个百分点，其中泰国的降幅（8.1个百分点）较大。中国较上年调查结果有所降低（6.0个百分点），自2021年以来持续低迷。
- 另外，印度为80.3%（4.7个百分点），澳大利亚为50.3%（4.1个百分点），较上年调查结果均有所增长，印度继续位居首位。

今后1-2年“扩大”业务的企业占比走势

(%)



(注) 柬埔寨、老挝分别自2010年、2011年之后包含在东盟的平均值中。

## 5

## 扩大业务的原因： “当地市场需求扩大”最多

- 关于今后1-2年“扩大”业务的原因，回答“当地市场需求扩大”的企业占比为67.0%，继上年调查结果后依旧最高。东盟和西南亚回答“出口增加”的企业占比相对较高，东北亚回答“对高附加值产品和服务的接受度高”的企业占比相对较高。

今后1-2年“扩大”业务的原因（多选）

（%）

	当地市场需求扩大	出口增加	对高附加值产品和服务的接受度高	与竞争公司相比优势大	人才方面优势大	限制放宽	优待措施扩大	其他
总数 (2,126)	67.0	33.3	22.7	19.3	6.8	1.1	1.0	10.4
东盟 (1,379)	63.6	37.1	20.4	19.7	6.3	0.9	0.7	10.9
越南 (472)	64.8	41.1	15.7	16.7	7.4	1.3	0.2	10.0
印度尼西亚 (220)	75.0	25.0	22.7	26.8	6.8	0.0	0.0	10.0
泰国 (180)	63.3	43.3	26.1	17.2	5.0	0.6	0.6	12.2
马来西亚 (171)	62.6	35.7	24.0	20.5	5.3	0.6	1.8	9.9
新加坡 (170)	53.5	38.8	23.5	15.9	2.4	0.6	1.8	15.3
菲律宾 (84)	64.3	28.6	17.9	19.0	8.3	2.4	1.2	10.7
柬埔寨 (52)	55.8	32.7	23.1	26.9	13.5	3.8	0.0	9.6
老挝 (18)	33.3	66.7	16.7	27.8	0.0	0.0	0.0	11.1
缅甸 (12)	41.7	33.3	0.0	41.7	8.3	0.0	0.0	8.3
印度 (243)	88.9	25.5	23.0	13.6	8.6	0.8	2.1	4.9
孟加拉国 (43)	67.4	39.5	32.6	11.6	14.0	2.3	0.0	11.6
巴基斯坦 (18)	61.1	38.9	33.3	27.8	27.8	5.6	0.0	5.6
斯里兰卡 (11)	63.6	18.2	18.2	9.1	9.1	27.3	0.0	0.0
澳大利亚 (76)	64.5	22.4	21.1	15.8	6.6	0.0	3.9	18.4
新西兰 (9)	55.6	33.3	22.2	11.1	0.0	0.0	0.0	22.2
中国 (160)	65.0	26.9	29.4	25.6	6.3	1.3	3.1	13.1
台湾 (114)	71.1	28.9	28.9	21.9	2.6	0.0	0.0	8.8
韩国 (50)	70.0	16.0	36.0	20.0	6.0	0.0	0.0	6.0
香港与澳门 (23)	47.8	26.1	30.4	26.1	13.0	4.3	0.0	13.0

(注) 回答占比7成以上用深橙色表示，5成以上且不到7成用橙色表示，3成以上且不到5成用淡橙色表示。

## 6

## 扩充的功能： “销售”继续位居首位

- 向回答今后1-2年“扩大”业务的企业询问要扩充的功能，回答明显最多的是占比68.2%的“销售”，紧随其后的是“新业务开发”“生产（高附加值产品）”。
- 从国家和地区来看，中国、韩国等回答“研究开发”的企业占比相对较高，大洋洲回答“新业务开发”的企业占比相对较高。

扩充的功能（多选）

（%）

	销售	新业务开发	生产（高附加值产品）	生产（通用产品）	定制化服务	研究开发	地区统筹管理功能	其他
总数 (2,148)	68.2	28.4	27.9	20.7	19.0	8.6	3.7	6.1
东盟 (1,393)	67.3	26.8	27.3	21.3	17.8	6.7	3.3	6.5
越南 (476)	62.2	26.5	27.1	25.4	16.6	5.3	0.6	5.5
印度尼西亚 (220)	71.4	27.3	27.7	26.4	16.8	8.2	2.7	8.6
泰国 (182)	72.5	27.5	36.3	19.2	15.4	7.1	3.8	3.3
马来西亚 (174)	70.1	21.3	33.9	20.7	20.1	10.3	4.0	4.6
新加坡 (173)	74.6	28.3	18.5	5.8	17.3	5.8	9.8	10.4
菲律宾 (84)	65.5	26.2	17.9	22.6	15.5	7.1	6.0	9.5
柬埔寨 (54)	50.0	31.5	20.4	16.7	35.2	5.6	1.9	11.1
老挝 (18)	55.6	44.4	27.8	33.3	27.8	5.6	0.0	0.0
缅甸 (12)	75.0	33.3	16.7	25.0	16.7	0.0	0.0	0.0
印度 (246)	70.3	25.2	32.5	28.0	27.6	11.8	5.7	4.9
孟加拉国 (43)	51.2	37.2	39.5	25.6	18.6	11.6	2.3	14.0
巴基斯坦 (18)	77.8	38.9	44.4	11.1	38.9	22.2	0.0	5.6
斯里兰卡 (11)	63.6	54.5	9.1	0.0	9.1	0.0	0.0	18.2
澳大利亚 (76)	72.4	44.7	11.8	11.8	19.7	5.3	3.9	2.6
新西兰 (9)	88.9	44.4	0.0	11.1	11.1	11.1	0.0	0.0
中国 (164)	67.7	27.4	38.4	22.0	14.6	18.9	5.5	4.3
台湾 (114)	73.7	32.5	21.9	11.4	17.5	8.8	2.6	7.9
韩国 (51)	66.7	33.3	23.5	11.8	19.6	13.7	2.0	0.0
香港与澳门 (23)	82.6	34.8	17.4	4.3	26.1	0.0	8.7	4.3

（注）回答占比7成以上用深橙色表示，5成以上且不到7成用橙色表示，3成以上且不到5成用淡橙色表示。

# 今后的业务开展： 制造业方面，扩充的功能也是“销售”最多

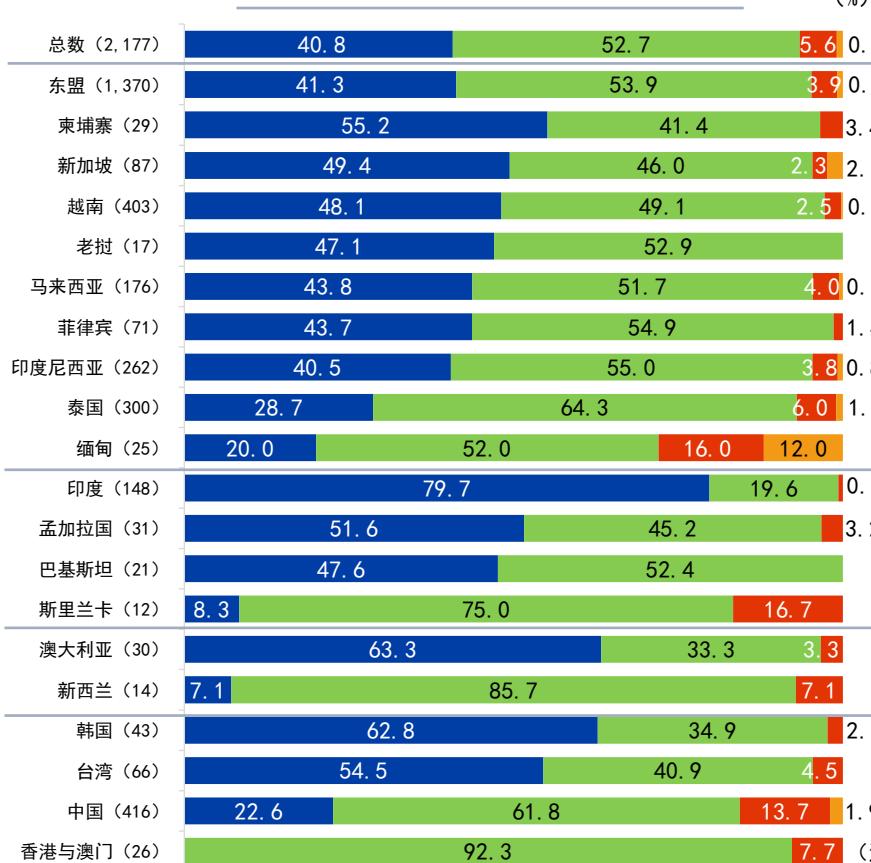
仅制造业

- 关于今后1-2年的业务开展，在制造业中，回答“扩大”的企业占比为40.8%。从国家和地区来看，印度的占比最高，为79.7%，澳大利亚和韩国超过6成。
- 关于扩充的功能，在制造业中，回答“销售”的企业占比也最高，为65.2%，但“生产（高附加值产品）”“生产（通用产品）”均超过4成。

今后1-2年业务开展的方向

(制造业，按国家和地区)

(%)



扩充的功能（制造业，按国家和地区）

(%)

	销售	生产 (高附加 值产品)	生产 (通 用产品)	新业务 开发	研究开发	定制化服 务
总数 (882)	65.2	47.5	42.6	17.9	13.4	10.7
东盟 (563)	63.9	45.1	45.3	15.3	10.1	8.5
柬埔寨 (16)	43.8	37.5	50.0	12.5	12.5	6.3
新加坡 (42)	92.9	33.3	16.7	11.9	9.5	11.9
越南 (193)	56.5	43.0	53.9	11.9	9.3	6.2
老挝 (8)	37.5	37.5	62.5	12.5	12.5	12.5
马来西亚 (77)	59.7	61.0	42.9	11.7	18.2	16.9
菲律宾 (31)	58.1	35.5	48.4	19.4	3.2	6.5
印度尼西亚 (105)	73.3	39.0	49.5	20.0	13.3	11.4
泰国 (86)	66.3	55.8	32.6	22.1	3.5	2.3
缅甸 (5)	80.0	20.0	60.0	0.0	0.0	0.0
印度 (117)	67.5	54.7	47.9	21.4	15.4	13.7
孟加拉国 (15)	53.3	73.3	53.3	26.7	20.0	13.3
巴基斯坦 (10)	100.0	60.0	20.0	20.0	30.0	30.0
斯里兰卡	无有效数据 (注1)					
澳大利亚 (19)	68.4	21.1	15.8	36.8	15.8	10.5
新西兰	无有效数据 (注1)					
韩国 (27)	66.7	40.7	22.2	22.2	14.8	25.9
台湾 (36)	77.8	44.4	30.6	27.8	13.9	19.4
中国 (93)	62.4	55.9	36.6	19.4	26.9	9.7
香港与澳门	无有效数据 (注1)					

(注1) 有效答卷企业数在5家以上的国家和地区。扩充的功能列出回答占比在10%以上的项目。

(注2) 回答占比7成以上用深橙色表示，5成以上且不到7成用橙色表示，3成以上且不到5成用淡橙色表示。

## 8

# 脱碳措施：

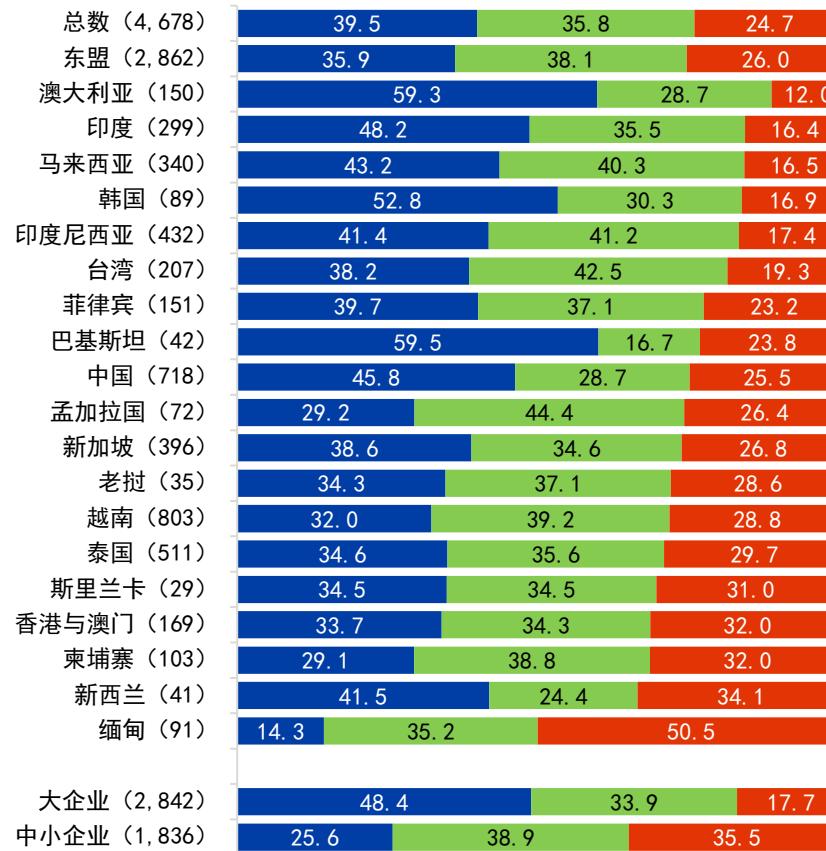
## 超过7成的企业开展或探讨脱碳措施

- 关于是否已经以温室气体减排等某种形式开展脱碳措施的问题，回答“已经采取措施”或者“尚未采取措施，计划今后采取措施”的企业占比为75.3%。
- 从行业来看，制造业为84.0%，非制造业为68.5%，制造业较上年调查结果增长了0.8个百分点。运输机械设备零部件、矿业与能源回答“已经采取措施”的企业占比超过6成。

### 是否已在进驻地以某种形式采取脱碳措施、

### 或者是否有计划采取措施（按国家和地区）

（%）



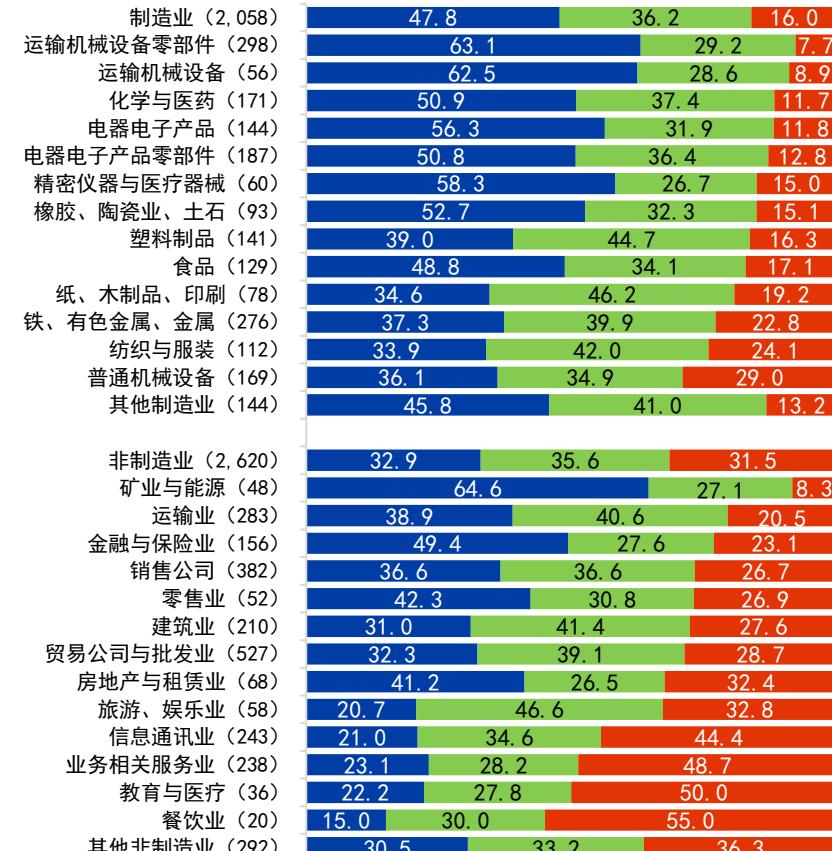
■ 已经采取措施

■ 尚未采取措施，计划今后采取措施

### 是否已在进驻地以某种形式采取脱碳措施、

### 或者是否有计划采取措施（按行业）

（%）



■ 没有采取措施的计划

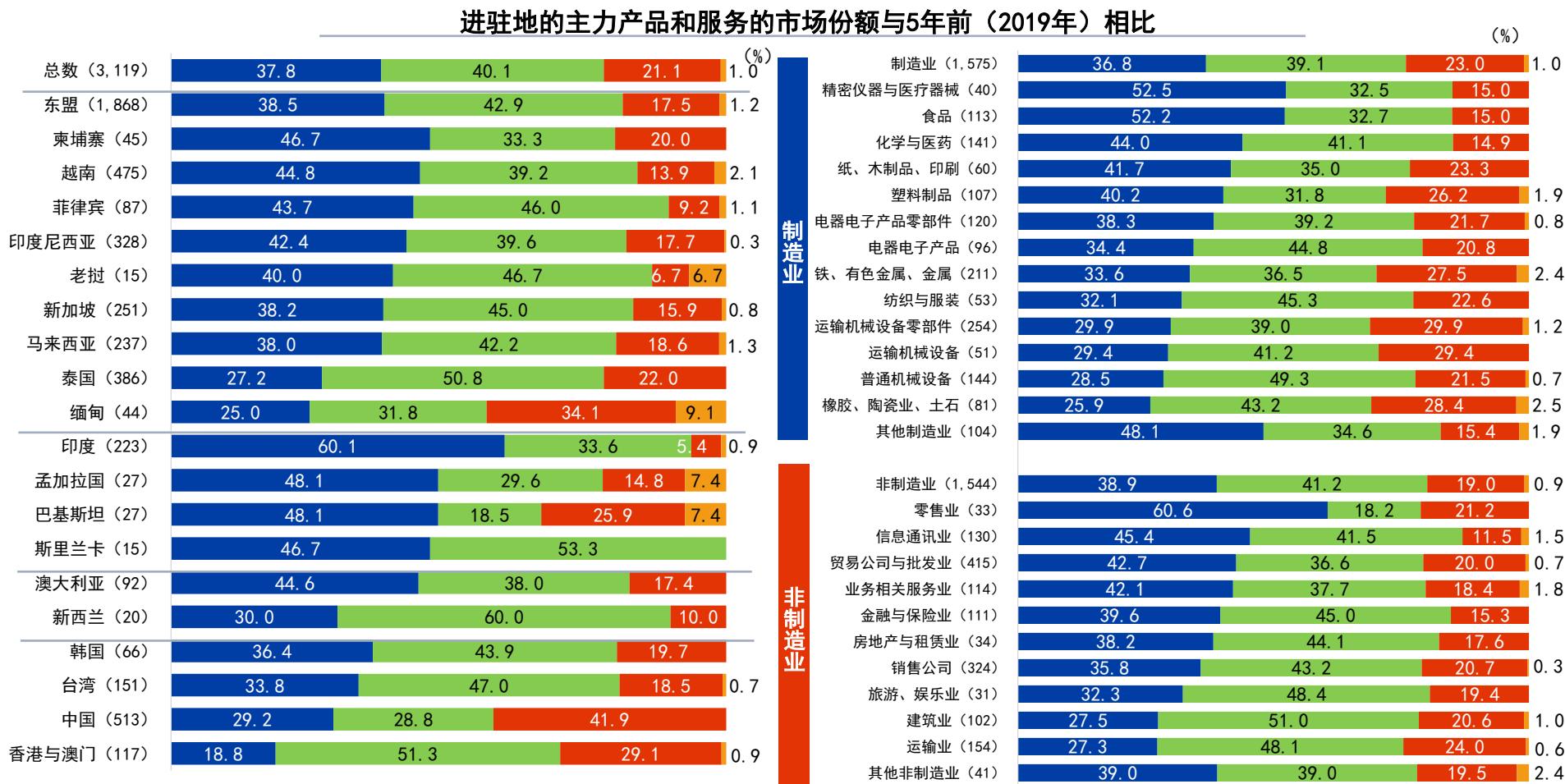
Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved.  
JETRO制作。未经许可，禁止转载或用于其他目的

(注) 各行业有效答卷企业数在20家以上。

## 1

# 市场份额： 西南亚扩大明显

- 主力产品和服务的市场份额与2019年相比回答“增加”的企业占比在西南亚相对较高，印度超过6成。缅甸、中国回答“缩小”的企业占比超过3成。
- 从行业来看，精密仪器与医疗器械、食品、零售业回答“增加”的企业占比超过5成。



■增加

■持平

■缩小

■在进驻地市场没有竞争

(注) 各行业有效答卷企业数在30家以上。

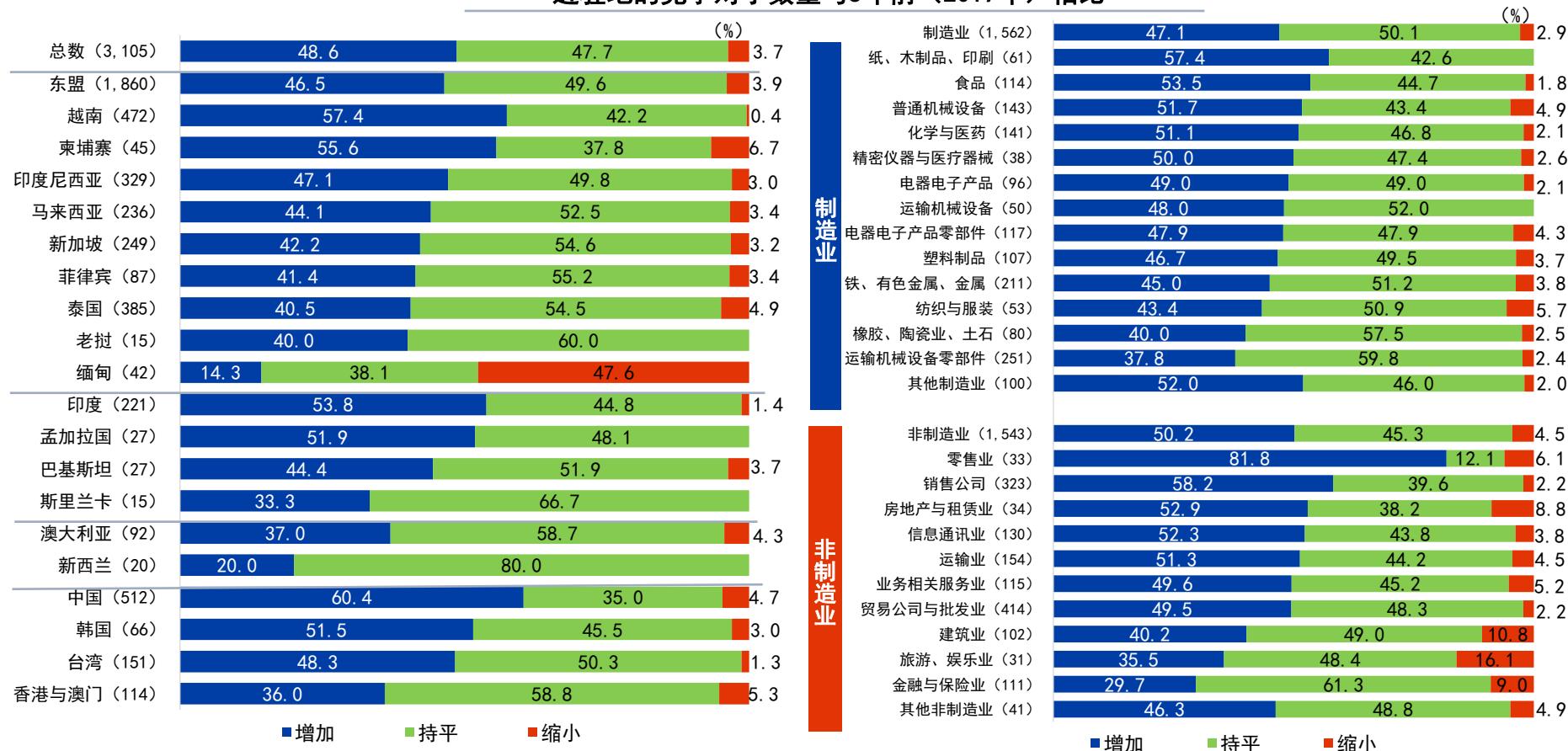
Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved.  
JETRO制作。未经许可，禁止转载或用于其他目的

## 竞争对手数量：

# 多数国家和地区有所增加，中国很明显

- 竞争对手数量与2019年相比回答“增加”的企业占比在中国超过6成，在越南、柬埔寨、印度、孟加拉国、韩国超过5成。在缅甸回答“缩小”的企业占比为47.6%。
- 从行业来看，零售业（81.8%）、销售公司（58.2%）、纸、木制品、印刷（57.4%）、食品（53.5%）、房地产与租赁业（52.9%）等回答“增加”的企业占比较高。

进驻地的竞争对手数量与5年前（2019年）相比



(注) 各行业有效答卷企业数在30家以上。

Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved.  
JETRO制作。未经许可，禁止转载或用于其他目的

## 3

## 竞争对手企业： 当地企业最多，中国超过95%

- 关于进驻地的竞争对手这一问题，回答当地企业的占比为74.2%，回答日本企业的占比紧随其后，为62.4%。当地企业的占比在中国（96.7%）最高，韩国（86.4%）、斯里兰卡（80.0%）、台湾（79.5%）、柬埔寨（78.0%）也相对较高。
- 东盟以老挝（78.6%）、泰国（64.2%）为中心，中国企业的占比较高。

竞争对手（竞争力前3位，多选）

（%）

	当地企业	日本企业	中国企业	台湾企业	韩国企业	欧洲企业	美国企业	印度企业	其他
总数 (3,156)	74.2	62.4	41.6	12.2	16.7	21.2	13.5	3.5	6.3
东盟 (1,894)	69.2	64.6	53.8	12.6	19.5	16.2	10.3	3.8	6.9
越南 (505)	73.7	62.4	47.1	19.2	30.5	10.5	6.3	1.8	6.7
泰国 (374)	74.6	74.1	64.2	11.0	9.4	11.0	6.4	4.8	3.5
印度尼西亚 (333)	68.5	64.6	53.5	10.8	23.4	15.9	6.9	6.3	5.1
新加坡 (256)	50.0	60.5	57.8	10.2	15.6	31.6	27.7	4.3	8.6
马来西亚 (239)	69.5	62.3	57.3	11.3	11.7	20.5	13.0	3.8	5.0
菲律宾 (87)	71.3	70.1	37.9	8.0	13.8	16.1	14.9	2.3	10.3
柬埔寨 (50)	78.0	54.0	36.0	8.0	20.0	20.0	2.0	2.0	22.0
缅甸 (36)	77.8	55.6	44.4	2.8	22.2	13.9	0.0	2.8	13.9
老挝 (14)	57.1	28.6	78.6	0.0	28.6	7.1	7.1	0.0	57.1
印度 (235)	74.9	54.9	26.0	5.1	18.3	47.7	17.9	-	7.2
孟加拉国 (33)	69.7	33.3	42.4	3.0	15.2	33.3	0.0	27.3	9.1
巴基斯坦 (23)	60.9	34.8	78.3	8.7	26.1	13.0	8.7	4.3	17.4
斯里兰卡 (15)	80.0	33.3	33.3	6.7	0.0	20.0	6.7	40.0	6.7
澳大利亚 (90)	65.6	48.9	33.3	4.4	12.2	30.0	25.6	6.7	4.4
新西兰 (21)	66.7	28.6	28.6	4.8	4.8	4.8	14.3	4.8	42.9
中国 (512)	96.7	63.7	-	19.5	12.5	22.9	16.8	1.8	4.1
台湾 (156)	79.5	70.5	34.6	-	15.4	26.9	21.8	1.9	1.9
香港与澳门 (111)	51.4	60.4	68.5	21.6	4.5	21.6	19.8	1.8	5.4
韩国 (66)	86.4	59.1	43.9	3.0	-	33.3	24.2	1.5	0.0

（注1）竞争对手以进驻地国家和地区登记企业的出资国家和地区分类为准。不是所提供产品和服务的原产国家和地区分类。

（注2）回答占比7成以上为橙色，5成以上且不到7成为淡橙色

## 东盟的竞争对手（1）： 在制造业方面，中国企业的占比较高

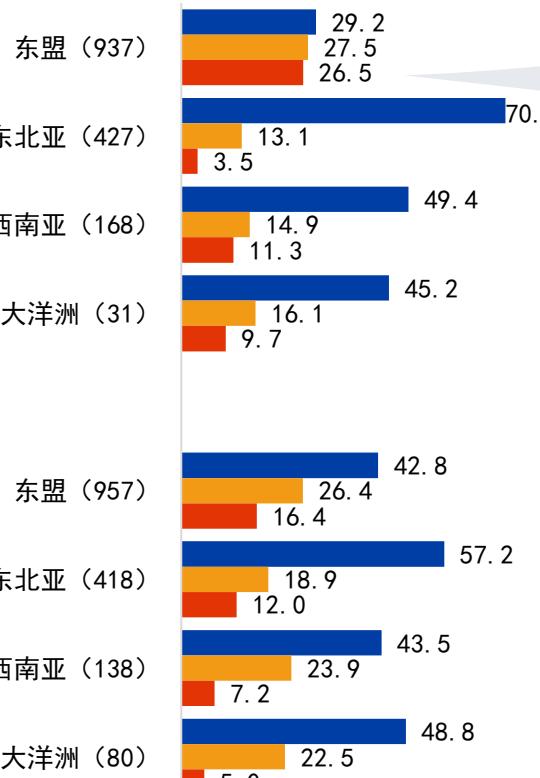
- 关于竞争力最强的对手这一问题，东盟制造业与其他地区相比，回答当地企业的占比为29. 2%，数量最低，但日本企业（27. 5%）、中国企业（26. 5%）的占比较高。
- 从国家和地区来看，泰国、马来西亚、新加坡回答中国企业的占比超过3成。

制造业

非制造业

竞争力最强的对手

（%）



■当地企业 ■日本企业 ■中国企业

(注) 在华日资企业回答的“中国企业”已计入“当地企业”。

将中国企业列为竞争力最强对手的占比（制造业，东盟各国）

（%）



(注) 有效答卷企业数在30家以上的国家和地区。

## 5 | 东盟的竞争对手（2）： 在电器电子产品零部件、化学与医药方面与中国企业开展竞争

仅制造业

- 在泰国、越南、马来西亚的电器电子产品零部件、化学与医药等行业，将中国企业列为最具竞争力对手的回答占比较高。
- 在运输机械设备零部件行业，关于将中国企业列为最具竞争力对手的回答占比，泰国为34. 5%，越南为22. 2%，而印度尼西亚只有8. 9%。

将中国企业列为竞争力最强对手的回答占比（制造业，按行业）

（%）

泰国		越南		马来西亚		印度尼西亚	
电器电子产品零部件 (16)	50. 0	电器电子产品零部件 (19)	36. 8	电器电子产品零部件 (18)	44. 4	普通机械设备 (17)	17. 6
化学与医药 (20)	35. 0	化学与医药 (18)	27. 8	电器电子产品 (15)	40. 0	塑料制品 (20)	15. 0
运输机械设备零部件 (55)	34. 5	普通机械设备 (16)	25. 0	化学与医药 (17)	29. 4	橡胶、陶瓷业、土石 (16)	12. 5
铁、有色金属、金属 (38)	34. 2	塑料制品 (26)	23. 1			铁、有色金属、金属 (28)	10. 7
普通机械设备 (34)	29. 4	铁、有色金属、金属 (58)	22. 4			运输机械设备零部件 (45)	8. 9
塑料制品 (19)	26. 3	运输机械设备零部件 (27)	22. 2				
		食品 (20)	10. 0				

（注1）列出东盟主要国家中有效答卷企业数在15家以上的行业。

（注2）行业名称的括弧内为有效答卷企业数。

## 6

## 视作最大竞争对手的原因： 成本竞争力和决策效率构成威胁

- 关于视作最大竞争对手的原因，东盟、东北亚、西南亚一样，回答“成本竞争力”的占比最高。特别是中国超过8成。
- 在中国列出“决策效率”的企业占比为55.8%，超过半数，大洋洲列出“品牌和知名度”的占比与其他地区相比较高。

视作最大竞争对手的原因（多选，回答占比在20%以上的项目）

（%）

	成本竞争力	决策效率	品牌和知名度	销售网络	产品和服务的技术能力	与当地企业合作	营业力强大	(参考) 最大竞争对手		
								当地	日资	中资
总数 (3,131)	74.7	35.6	29.2	26.5	24.9	23.9	22.8	45.0	23.0	16.0
东盟 (1,880)	75.1	30.9	26.6	25.3	23.7	23.2	20.8	36.1	27.0	21.4
越南 (502)	76.1	31.3	24.5	24.9	20.1	19.5	23.1	39.6	25.3	18.0
泰国 (372)	79.8	29.0	20.2	21.8	25.5	22.6	19.9	30.5	34.5	27.8
印度尼西亚 (330)	76.1	29.1	26.4	25.5	27.6	28.5	19.1	38.7	31.5	17.4
新加坡 (255)	68.2	35.7	37.3	29.0	29.4	20.8	20.4	28.1	19.9	25.0
马来西亚 (237)	77.6	35.4	25.3	23.2	20.7	24.9	20.3	37.7	20.9	25.9
菲律宾 (85)	71.8	23.5	31.8	24.7	22.4	25.9	23.5	39.1	31.0	11.5
柬埔寨 (49)	63.3	26.5	34.7	40.8	14.3	32.7	10.2	40.0	26.0	14.0
缅甸 (36)	58.3	22.2	36.1	27.8	16.7	13.9	22.2	58.3	19.4	2.8
老挝 (14)	78.6	21.4	28.6	35.7	14.3	35.7	35.7	28.6	7.1	57.1
印度 (235)	74.0	40.0	40.9	31.9	28.5	22.1	25.5	46.8	20.9	5.5
孟加拉国 (32)	62.5	25.0	31.3	31.3	25.0	31.3	34.4	39.4	12.1	24.2
巴基斯坦 (23)	78.3	21.7	30.4	39.1	13.0	26.1	17.4	39.1	17.4	26.1
斯里兰卡 (15)	60.0	13.3	20.0	26.7	6.7	26.7	26.7	73.3	6.7	13.3
澳大利亚 (88)	48.9	26.1	63.6	40.9	29.5	27.3	33.0	45.6	22.2	6.7
新西兰 (21)	52.4	19.0	42.9	38.1	9.5	28.6	28.6	57.1	14.3	4.8
中国 (509)	84.7	55.8	21.2	24.0	23.8	27.5	27.3	80.3	10.5	-
台湾 (154)	65.6	29.2	41.6	23.4	32.5	24.7	19.5	42.3	24.4	14.1
香港与澳门 (109)	71.6	42.2	30.3	30.3	33.0	20.2	20.2	25.2	29.7	32.4
韩国 (65)	63.1	35.4	40.0	32.3	32.3	16.9	26.2	53.0	15.2	10.6

(注1) 高出总数5个百分点以上的数值用淡橙色表示，高出10个百分点以上的数值用橙色表示。

(注2) 最大竞争对手是指竞争力最强对手的回答占比，列出了总数中的前3位（当地、日资、中资）。

该占比的有效答卷企业数与左表不同。

## 竞争环境下的措施： 进驻地市场的竞争对策根据国家和地区有所不同

- 关于进驻地市场的竞争对策，回答“强化营业和宣传”“削减成本”“产品和服务多元化”等的占比较高。
- 西南亚回答“产品和服务多元化”“开发产品和服务”的占比较高。

在进驻地市场的竞争中重点采取的对策（多选，回答占比在20%以上的项目）

（%）

	强化 营业和宣传	削减成本	产品和服务多 元化	开发产品和服 务	与当地企业 协作和合作	扩大销售渠 道	降低 价格	(参考) 最大竞争对手		
								当地	日资	中资
总数 (3,178)	39.6	39.0	38.3	32.9	28.6	27.7	22.8	45.0	23.0	16.0
东盟 (1,910)	41.3	38.3	37.2	29.4	27.8	27.5	21.5	36.1	27.0	21.4
越南 (506)	45.5	34.2	34.8	28.5	29.1	30.0	23.9	39.6	25.3	18.0
泰国 (387)	35.9	39.8	36.2	26.4	24.0	23.5	26.6	30.5	34.5	27.8
印度尼西亚 (329)	39.5	54.1	41.0	33.7	28.3	26.7	21.6	38.7	31.5	17.4
新加坡 (259)	40.5	24.3	39.0	32.4	27.8	23.9	14.7	37.7	20.9	25.9
马来西亚 (238)	42.4	39.9	36.6	31.9	28.6	29.8	21.4	28.1	19.9	25.0
菲律宾 (89)	43.8	43.8	31.5	19.1	33.7	38.2	14.6	39.1	31.0	11.5
柬埔寨 (51)	49.0	25.5	49.0	29.4	27.5	27.5	11.8	40.0	26.0	14.0
缅甸 (37)	32.4	35.1	29.7	27.0	29.7	27.0	16.2	58.3	19.4	2.8
老挝 (14)	50.0	21.4	57.1	14.3	21.4	28.6	14.3	28.6	7.1	57.1
印度 (232)	39.2	37.5	43.5	40.9	30.2	31.9	22.4	46.8	20.9	5.5
孟加拉国 (32)	40.6	43.8	40.6	40.6	25.0	25.0	28.1	39.4	12.1	24.2
巴基斯坦 (25)	36.0	48.0	56.0	52.0	4.0	40.0	16.0	39.1	17.4	26.1
斯里兰卡 (15)	46.7	26.7	33.3	33.3	20.0	40.0	26.7	73.3	6.7	13.3
澳大利亚 (94)	40.4	29.8	37.2	37.2	28.7	41.5	8.5	45.6	22.2	6.7
新西兰 (21)	42.9	38.1	28.6	33.3	23.8	38.1	4.8	57.1	14.3	4.8
中国 (514)	32.5	54.9	36.2	40.9	31.5	23.3	35.4	80.3	10.5	-
台湾 (155)	45.2	23.2	46.5	35.5	38.7	27.7	10.3	42.3	24.4	14.1
香港与澳门 (111)	35.1	28.8	37.8	20.7	22.5	26.1	27.0	25.2	29.7	32.4
韩国 (69)	42.0	10.1	44.9	43.5	26.1	23.2	13.0	53.0	15.2	10.6

(注1) 高出总数5个百分点以上的数值用淡橙色表示，高出10个百分点以上的数值用橙色表示。

(注2) 最大竞争对手是指竞争力最强对手的回答占比，列出了总数中的前3位（当地、日资、中资）。

该占比的有效答卷企业数与左表不同。

## 1

## 供应商的详情：

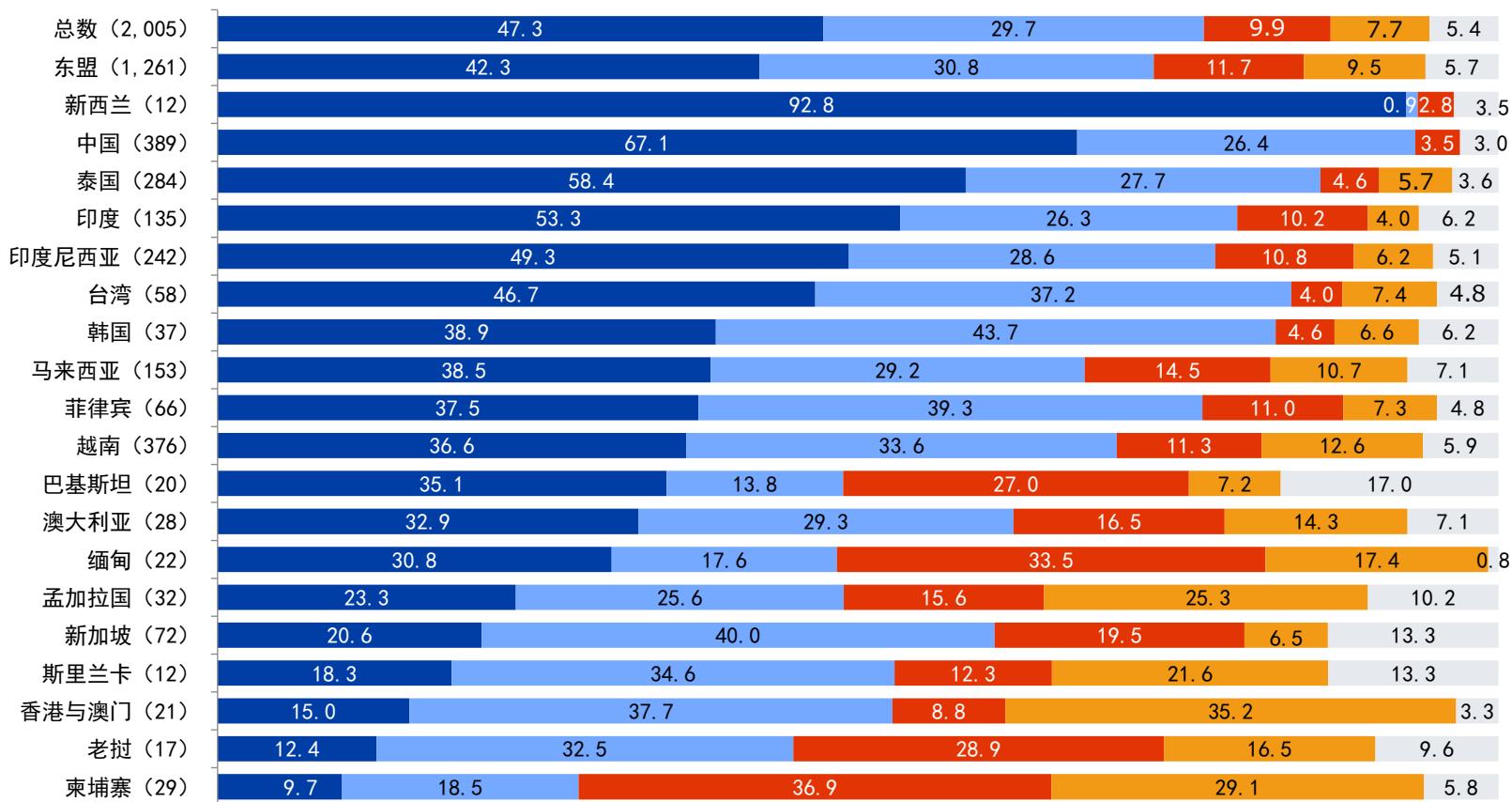
## 中国、泰国、印度等的本地采购率超过5成

仅制造业

- 本地采购率为47.3%。特别是中国、泰国、印度等超过5成。多数国家和地区的第2位供应商是日本，韩国、新加坡、菲律宾略高，均在4成左右。
- 另外，关于本地采购率达8成以上的企业占比，中国特别高，为51.2%，泰国（37.7%）、印度（34.1%）、印度尼西亚（30.6%）等也超过3成。

原材料及零部件供应商的详情（按国家和地区，回答率100%）

（%）



■当地

■日本

■东盟

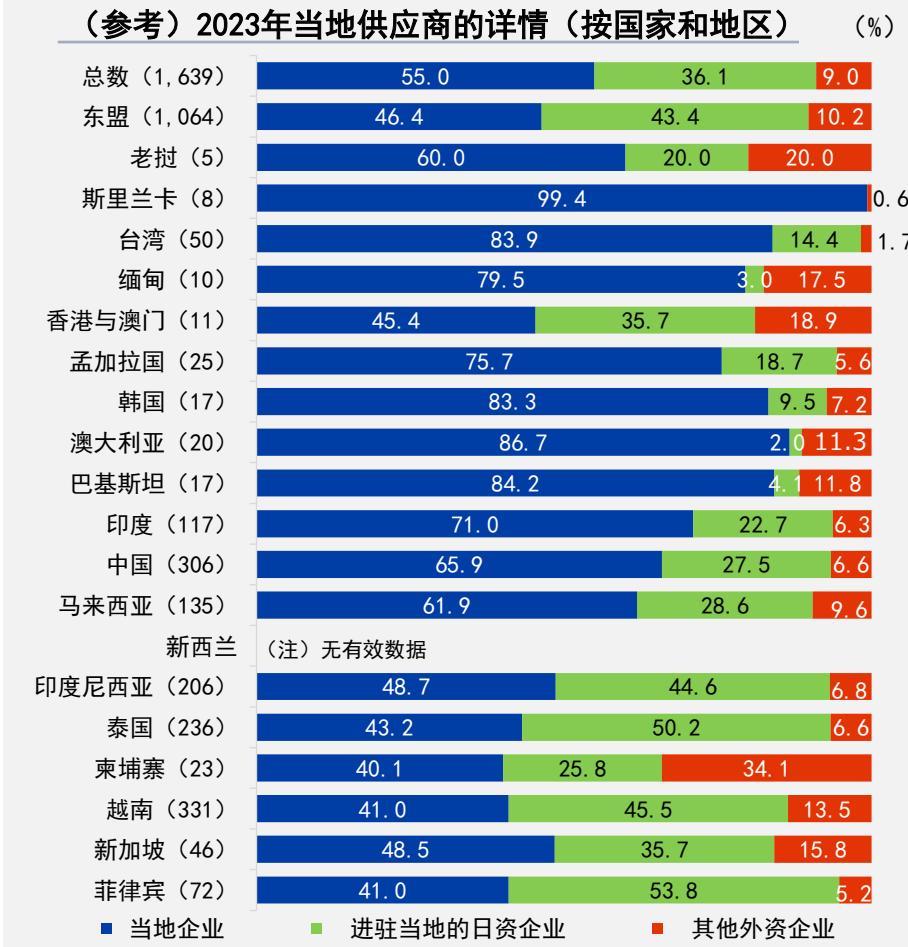
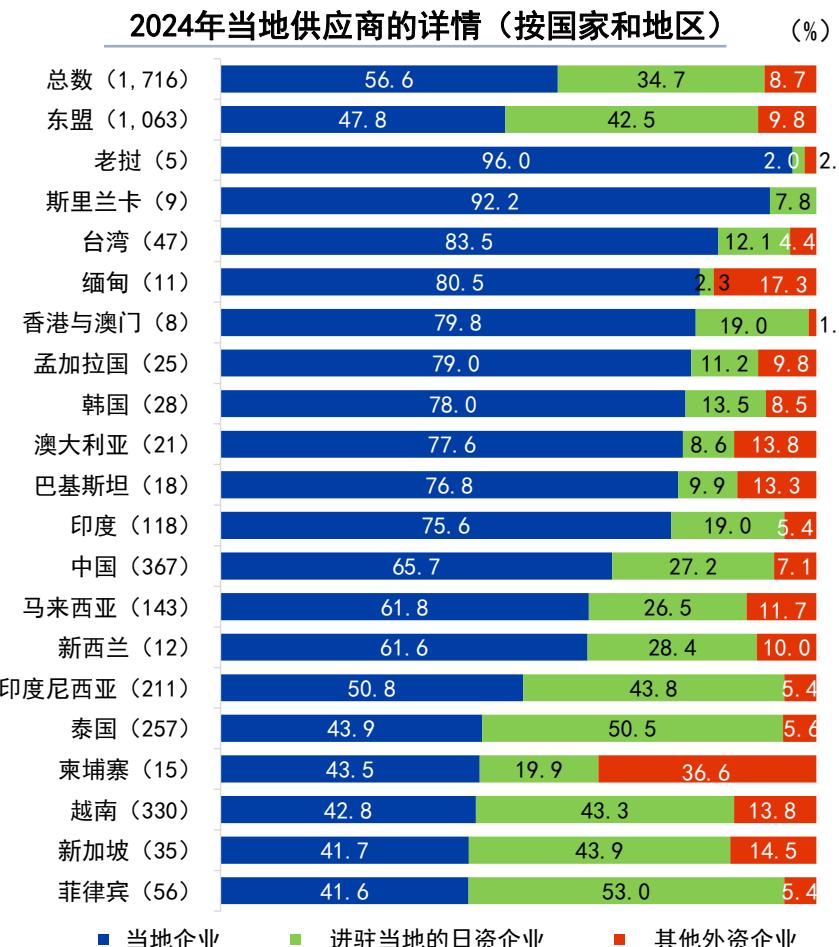
■中国

■其他

## 2 | 当地供应商的详情： 当地企业超过5成，东盟的日资企业占比仍然较高

仅制造业

- 当地供应商的详情如下：当地企业占比为56.6%，较上年调查结果略有增长。进驻当地日资企业为34.7%，降低了1.4个百分点。印度的当地企业占比较上年调查结果增长了4.6个百分点。
- 多数国家和地区的当地企业占据半数，但泰国、菲律宾的当地日资企业超过半数，新加坡、印度尼西亚、越南也较高，为4成多。



(注) 有效答卷企业数在5家以上的国家和地区。

## 3

## 近5年对采购方针造成影响的背景： 回答通货膨胀导致成本增加的占比最多

仅制造业

- 关于近5年（2019–2024年）对采购方针造成影响的背景这一问题，回答“全球通货膨胀导致原料及零部件费用增加”的企业占比最高，为76.1%，紧随其后的是“全球通货膨胀导致物流成本增加”“新冠疫情蔓延导致供应链中断”。

近5年对采购方针造成影响的背景（按国家和地区）

（%）

	全球通货膨胀导致原料及零部件费用增加	全球通货膨胀导致物流成本增加	新冠疫情蔓延导致供应链中断	中美贸易摩擦的影响	当地政府的国产化促进政策	推动环保和脱碳的热潮高涨	其他
总数 (1,998)	76.1	55.9	41.0	26.2	13.8	12.6	6.3
东盟 (1,246)	78.5	60.1	41.5	25.0	10.3	11.8	5.3
越南 (363)	74.4	55.6	43.3	30.0	3.6	11.3	5.0
泰国 (282)	85.5	61.0	35.8	20.9	3.9	9.6	4.6
印度尼西亚 (231)	78.4	58.0	32.9	19.0	34.2	9.1	3.9
新加坡 (76)	76.3	67.1	53.9	26.3	9.2	17.1	6.6
马来西亚 (166)	81.9	63.3	53.0	35.5	7.8	18.1	4.8
菲律宾 (66)	81.8	72.7	45.5	21.2	7.6	16.7	3.0
柬埔寨 (26)	69.2	61.5	53.8	15.4	0.0	7.7	11.5
缅甸 (21)	52.4	57.1	19.0	9.5	0.0	0.0	38.1
老挝 (15)	60.0	60.0	40.0	6.7	0.0	13.3	0.0
印度 (134)	76.9	59.7	38.8	20.9	37.3	9.7	4.5
孟加拉国 (30)	73.3	66.7	43.3	30.0	0.0	3.3	16.7
巴基斯坦 (21)	71.4	66.7	38.1	14.3	33.3	9.5	9.5
斯里兰卡 (12)	75.0	75.0	33.3	8.3	0.0	25.0	8.3
澳大利亚 (28)	71.4	64.3	60.7	7.1	7.1	28.6	0.0
新西兰 (14)	92.9	85.7	42.9	7.1	0.0	28.6	0.0
中国 (389)	69.2	37.3	40.9	33.7	20.3	14.4	8.7
台湾 (60)	76.7	56.7	31.7	23.3	1.7	20.0	6.7
香港与澳门 (24)	66.7	54.2	33.3	45.8	16.7	12.5	12.5
韩国 (40)	72.5	55.0	40.0	27.5	10.0	7.5	10.0

(注) 高出总数5个百分点以上的数值用淡橙色表示，高出10个百分点以上的数值用橙色表示。

## 4

## 近5年对采购方针造成影响的背景： 电器电子产品相关也受到新冠疫情和中美贸易摩擦的影响

仅制造业

- 从行业来看，电器电子产品回答“新冠疫情蔓延导致供应链中断”“中美贸易摩擦的影响”的占比高出总数10个百分点以上。此外，精密仪器与医疗器械、运输机械设备回答“当地政府的国产化促进政策”的占比高于其他行业。

近5年对采购方针造成影响的背景（制造业，按行业）

（%）

	全球通货膨胀导致原料及零部件费用增加	全球通货膨胀导致物流成本增加	新冠疫情蔓延导致供应链中断	中美贸易摩擦的影响	当地政府的国产化促进政策	推动环保和脱碳的热潮高涨	其他
总数 (1,998)	76.1	55.9	41.0	26.2	13.8	12.6	6.3
食品 (133)	80.5	51.9	39.1	12.0	5.3	11.3	9.8
纺织与服装 (107)	70.1	67.3	36.4	18.7	7.5	11.2	6.5
纸、木制品、印刷 (73)	78.1	67.1	53.4	20.5	6.8	11.0	8.2
化学与医药 (170)	73.5	68.8	45.9	20.6	11.2	17.6	5.9
塑料制品 (137)	73.7	52.6	35.8	25.5	8.8	7.3	5.8
橡胶、陶瓷业、土石 (89)	82.0	59.6	48.3	25.8	13.5	16.9	7.9
铁、有色金属、金属 (267)	73.8	50.6	30.3	30.0	18.0	9.0	5.2
普通机械设备 (165)	76.4	50.3	37.6	25.5	13.9	8.5	9.1
电器电子产品 (137)	79.6	59.1	57.7	43.8	15.3	16.1	2.9
电器电子产品零部件 (178)	78.1	56.7	47.2	44.4	6.2	12.9	3.9
精密仪器与医疗器械 (58)	72.4	60.3	58.6	34.5	31.0	12.1	6.9
运输机械设备 (56)	64.3	42.9	46.4	17.9	23.2	16.1	12.5
运输机械设备零部件 (286)	80.1	50.0	35.0	18.9	20.3	14.3	5.2
其他制造业 (142)	73.2	57.7	37.3	23.9	14.1	15.5	5.6

（注）高出总数5个百分点以上的数值用淡橙色表示，高出10个百分点以上的数值用橙色表示。

## 5

# 近5年实施的采购措施： 7成以上开拓新供应商

仅制造业

- 关于近5年（2019–2024年）实施的采购措施这一问题，回答“开拓新供应商”的占比最高，紧随其后的是“增加本地采购”“供应商分散化”。
- 中国和印度回答“增加本地采购”的占比超过6成，越南也超过5成。本地采购率低的国家和地区回答“采购国家和地区分散化”的占比呈偏高趋势。

近5年实施的采购措施（按国家和地区）

（%）

	开拓新供应商	增加本地采购	供应商分散化	强化自制化	采购国家和地区分散化	改为注重环保和脱碳的采购方针	其他
总数 (1,924)	71.5	46.7	31.1	24.8	19.2	10.8	4.3
东盟 (1,199)	73.6	43.7	31.8	23.4	22.0	10.5	4.2
越南 (359)	77.7	51.3	30.9	26.7	22.0	8.4	3.9
泰国 (270)	72.6	42.6	26.7	26.7	14.4	8.9	3.3
印度尼西亚 (226)	73.0	48.7	30.5	24.8	16.8	7.5	2.7
新加坡 (69)	58.0	18.8	42.0	14.5	37.7	15.9	13.0
马来西亚 (152)	75.7	39.5	40.1	21.1	29.6	18.4	3.9
菲律宾 (62)	75.8	46.8	35.5	12.9	27.4	19.4	3.2
柬埔寨 (26)	73.1	34.6	42.3	15.4	38.5	7.7	3.8
缅甸 (19)	57.9	15.8	15.8	0.0	21.1	0.0	15.8
老挝 (16)	62.5	6.3	18.8	18.8	37.5	12.5	0.0
印度 (130)	78.5	63.8	34.6	31.5	13.1	10.8	2.3
孟加拉国 (29)	65.5	24.1	27.6	17.2	34.5	10.3	3.4
巴基斯坦 (21)	57.1	52.4	19.0	42.9	14.3	9.5	9.5
斯里兰卡 (10)	80.0	0.0	40.0	30.0	20.0	20.0	0.0
澳大利亚 (28)	67.9	14.3	39.3	21.4	32.1	25.0	3.6
新西兰 (12)	41.7	25.0	25.0	33.3	8.3	25.0	8.3
中国 (381)	70.1	60.1	27.0	27.3	7.1	9.2	4.7
台湾 (56)	58.9	37.5	35.7	19.6	32.1	17.9	3.6
香港与澳门 (21)	47.6	33.3	23.8	19.0	38.1	9.5	9.5
韩国 (37)	48.6	27.0	37.8	24.3	27.0	8.1	5.4

（注）高出总数5个百分点以上的数值用淡橙色表示，高出10个百分点以上的数值用橙色表示。

## 6

## 近5年实施的采购措施：

## 运输机械设备及其零部件超过半数增加本地采购

仅制造业

- 从行业来看，运输机械设备、运输机械设备零部件在不断推动“增加本地采购”“强化自制化”。
- 化学与医药回答“增加本地采购”和“采购国家和地区分散化”的占比相同。电器电子产品也在不断推动“增加本地采购”“强化自制化”“采购国家和地区分散化”。

近5年实施的采购措施（制造业，按行业）

（%）

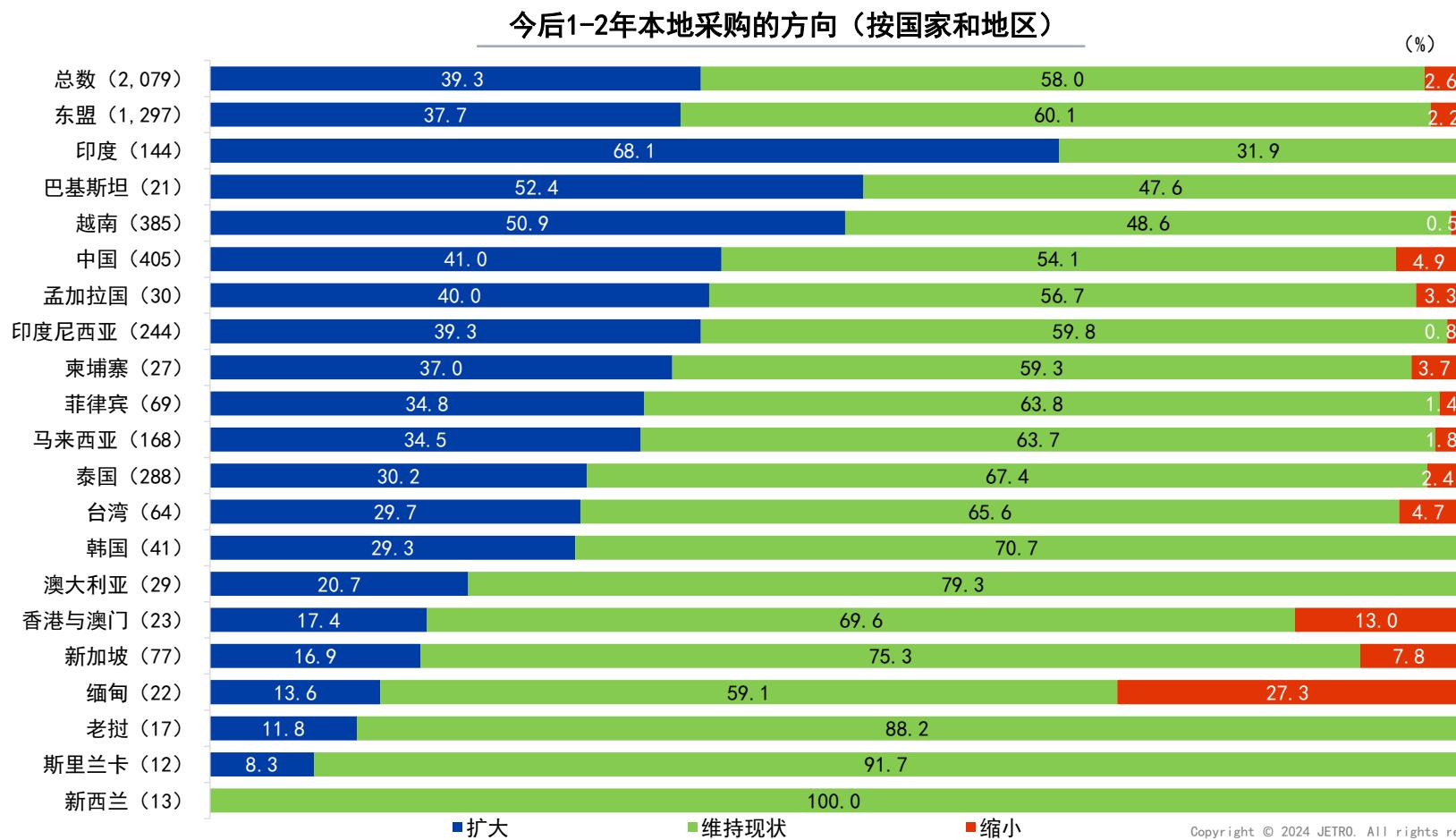
	开拓新供应商	增加本地采购	供应商分散化	强化自制化	采购国家和地区分散化	改为注重环保和脱碳的采购方针	其他
总数 (1,924)	71.5	46.7	31.1	24.8	19.2	10.8	4.3
食品 (122)	73.8	33.6	54.1	20.5	18.0	10.7	2.5
纺织与服装 (106)	67.0	47.2	23.6	10.4	17.0	9.4	2.8
纸、木制品、印刷 (71)	77.5	38.0	36.6	35.2	16.9	12.7	1.4
化学与医药 (161)	70.2	35.4	41.0	14.9	34.2	14.9	5.6
塑料制品 (135)	69.6	50.4	29.6	14.1	11.9	4.4	4.4
橡胶、陶瓷业、土石 (84)	76.2	47.6	28.6	16.7	27.4	19.0	1.2
铁、有色金属、金属 (253)	70.4	44.3	26.5	23.7	18.2	8.3	2.8
普通机械设备 (160)	70.6	54.4	34.4	40.0	15.6	6.3	5.6
电器电子产品 (135)	74.1	47.4	28.1	31.1	28.9	14.1	7.4
电器电子产品零部件 (167)	68.9	46.1	35.3	19.8	21.0	13.8	4.8
精密仪器与医疗器械 (56)	66.1	50.0	30.4	37.5	21.4	5.4	5.4
运输机械设备 (57)	61.4	63.2	21.1	26.3	15.8	12.3	5.3
运输机械设备零部件 (277)	75.1	53.1	22.4	31.4	11.2	9.0	5.1
其他制造业 (140)	72.9	46.4	29.3	26.4	18.6	15.0	3.6

(注) 高出总数5个百分点以上的数值用淡橙色表示，高出10个百分点以上的数值用橙色表示。

## 今后的本地采购预期： 维持现状最多，扩大增长到4成

仅制造业

- 关于今后1-2年本地采购的方向，回答“维持现状”的占比将近6成，“扩大”为39.3%，较上年调查结果（30.3%）大幅增长。印度、越南等回答“扩大”的占比为5成以上。
- 另外，中国、泰国、台湾、印度回答“扩大”的企业中，目前本地采购率为5成以上的企业超过半数。另一方面，越南、菲律宾、马来西亚本地采购率不到5成的企业较多。



## 8

## 近5年的功能转移： 生产功能的转移为15. 6%，转移到越南最多

- 回答近5年（2019–2024年）从其他国家和地区转来生产功能的占比为15. 6%。越南回答“有转移”的件数、占比均最多。
- 从行业来看，运输机械设备零部件，铁、有色金属、金属，电器电子产品零部件，普通机械设备，电器电子产品等排位靠前。

回答“有转移”的企业占比



回答“有转移”的行业（各国家和地区前3位行业）

国家/地区	企业数 (家)
越南 (181)	
铁、有色金属、金属	32
电器电子产品零部件	19
塑料制品	18
中国 (99)	
运输机械设备零部件	14
电器电子产品零部件	13
普通机械设备	12
泰国 (99)	
运输机械设备零部件	20
铁、有色金属、金属	17
普通机械设备	9
印度尼西亚 (68)	
普通机械设备	12
运输机械设备零部件	11
铁、有色金属、金属	6
其他制造业	6
马来西亚 (60)	
电器电子产品零部件	12
电器电子产品	10
化学与医药	7
橡胶、陶瓷业、土石	7
印度 (52)	
运输机械设备零部件	14
普通机械设备	10
化学与医药	6
孟加拉国 (14)	
纺织与服装	5
精密仪器与医疗器械	4
橡胶、陶瓷业、土石	3
柬埔寨 (14)	
电器电子产品零部件	3
运输机械设备零部件	3
纺织与服装	3

(注1) 列出回答“有转移”企业数前9位的国家和地区。

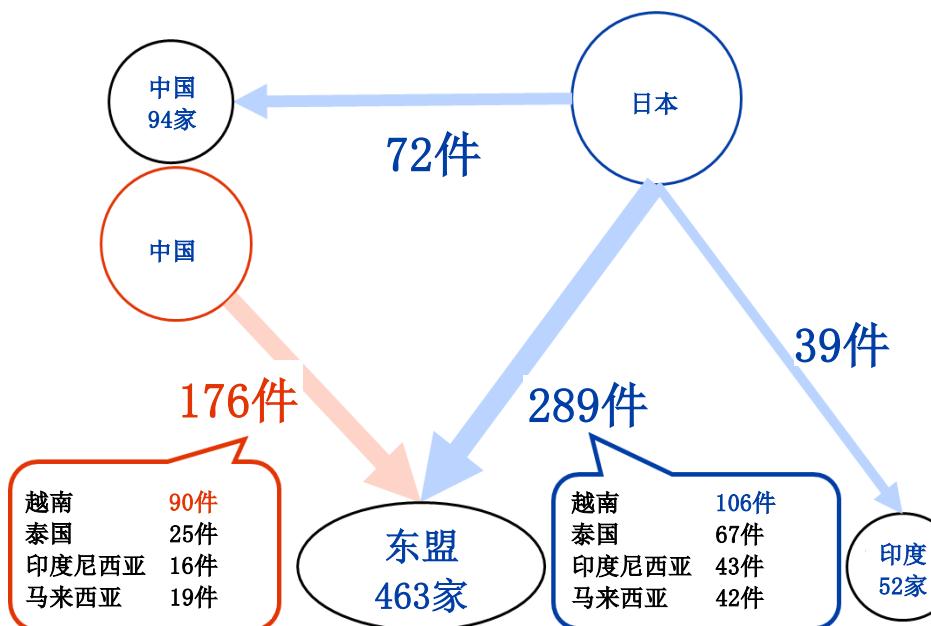
(注2) 国家和地区名称的括弧内为有效答卷企业数。

## 9

## 近5年的功能转移： 将生产从中日转移到东盟的情况明显

- 将生产从日本、中国转移到越南、泰国、印度尼西亚等东盟国家的情况明显。
- 回答转移规模为“1-50%”的企业超过半数，也有企业已转移100%。
- 所有地区在转移原因这一问题上列出“提高成本竞争力”的企业较多。转移到东盟的原因有“（日本）人员不足”“规避中国风险”“当地需求增加”，转移到中国的原因在部分产业上有“应对需求增加”“客户要求推动国产化”等。

主要转出方和转入方（回答企业数：657家，多选）



(注) 存在1家企业从多个国家和地区转入的情况，所以件数和企业数合计不一致。

转移原因	
	转移原因（自由描述）
地区通用	<ul style="list-style-type: none"> <li>提高成本竞争力</li> </ul>
日本→越南	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本工厂人员不足、人工费高涨、功能缩小</li> <li>应对本地采购需求</li> </ul>
中国→越南	<ul style="list-style-type: none"> <li>客户的生产网点从中国迁往越南</li> <li>规避中国风险（客户要求、担心地缘政治风险、各种费用高涨、疫情封城影响）</li> <li>中美贸易摩擦的关税对策</li> </ul>
日本→中国	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本工厂人员不足</li> <li>客户要求推动国产化</li> <li>需求增加（电器电子产品零部件、塑料制品、普通机械设备等）</li> </ul>
日本→东盟	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本工厂人员不足</li> <li>在日本以外地区生产，以便分散风险</li> <li>客户要求当地生产</li> <li>当地需求增加</li> </ul>
日本→印度	<ul style="list-style-type: none"> <li>印度政府要求提高当地生产比例，税收优惠</li> <li>客户强烈要求本地采购</li> </ul>
中国→东盟	<ul style="list-style-type: none"> <li>客户改变方针（本地采购、生产转移等）</li> <li>规避中国风险</li> <li>中美贸易摩擦的关税对策</li> <li>中国工厂生产缩小、关闭、撤退等</li> </ul>

## 10

# 近5年的功能转移： 研究开发功能的转移为4.1%，从日本转移到中国、东盟

- 回答有研究开发功能转移的企业占比为4.1%。日本占转出方的8成以上。
- 转移原因有“削减开发成本”“加快开发”“掌握当地需求”。特别是在中国、印度，听说很多企业转移研究开发功能是为了及时掌握当地市场特有的需求。

回答“有转移”的企业占比



(注) 仅列出回答“有转移”企业数在10家以上的国家和地区。

回答“有转移”企业的转出方 (多选)

转入方	转出方 (%)										
	日本	中国	泰国	新加坡	台湾	越南	印度	马来西亚	韩国	印度尼西亚	其他
总数 (159)	84.9	7.5	5.0	3.8	1.9	1.3	1.3	1.3	0.6	0.6	3.1
东盟 (82)	87.8	9.8	6.1	3.7	2.4	2.4	2.4	0.0	0.0	0.0	1.2
越南 (30)	86.7	16.7	6.7	0.0	0.0	–	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
泰国 (16)	93.8	6.3	–	6.3	0.0	6.3	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0
马来西亚 (14)	92.9	7.1	7.1	0.0	7.1	7.1	0.0	–	0.0	0.0	0.0
印度尼西亚 (11)	81.8	0.0	18.2	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	–	0.0
印度 (16)	75.0	0.0	12.5	18.8	0.0	0.0	–	0.0	6.3	0.0	0.0
中国 (36)	88.9	–	2.8	0.0	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3

(注1) 对回答“已转移”企业的转入方进行调查。由于是多选，横列合计未必是100%。

(注2) 有效答卷企业数在10家以上的国家和地区。

(注3) 回答占比7成以上用深橙色表示。

转移原因

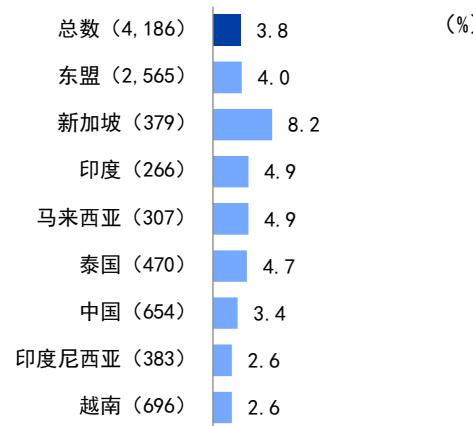
地区通用	转移原因 (自由描述)	
	• 削减开发成本	• 加快开发以缩短交货期
日本→中国	• 中国的份额不断增长，从应对客户和探索市场需求的角度来看，认为在中国拥有功能的优势较大	• 仅在新产品引进、应用开发设计等部分产品上将研究开发功能放在中国
日本→越南	• 在日本很难留住人才	• 生产网点转移导致开发网点转移（将商品开发人才放在制造网点）
日本→泰国	• 供应商网点转移导致研究开发网点转移	
日本→马来西亚	• 预测东盟将成为主要客户，转移相应产品的开发网点	
日本→印度	• 转移印度具有优势的IT服务开发	• 通过当地的产品开发，强化产品竞争力

## 11

# 近5年的功能转移： 地区统筹管理功能的转移为3. 8%，转移到新加坡最多

- 回答有地区统筹管理功能转移的占比为3. 8%。回答“有转移”的件数和占比最多的都是新加坡。
- 虽然转出方以日本最多，但与生产功能、研究开发功能相比有所分散。东盟内部也存在转移。
- 转移原因涉及多方面，有“强化亚洲太平洋地区功能”“强化管理和治理”“人工费高涨”等。

回答“有转移”的企业占比



(注) 仅列出回答“有转移”企业数在10家以上的国家和地区。

回答“有转移”企业的转出方

转入方	总数 (150)	转出方 (%)							
		日本	新加坡	泰国	中国	越南	马来西亚	印度	印度尼西亚
东盟 (96)	51.0	21.9	14.6	14.6	7.3	5.2	4.2	2.1	8.3
新加坡 (30)	46.7	—	30.0	6.7	13.3	10.0	6.7	3.3	13.3
泰国 (21)	66.7	33.3	—	4.8	4.8	4.8	9.5	4.8	0.0
越南 (15)	53.3	13.3	6.7	33.3	—	0.0	0.0	0.0	6.7
马来西亚 (14)	50.0	57.1	7.1	7.1	0.0	—	0.0	0.0	0.0
印度 (13)	53.8	30.8	23.1	7.7	0.0	0.0	—	0.0	0.0
中国 (19)	78.9	5.3	10.5	—	5.3	5.3	0.0	0.0	15.8

(注1) 对回答“已转移”的企业的转入方进行调查。由于可多选，横列合计未必是100%。

(注2) 有效答卷企业数在10家以上的国家和地区。

(注3) 回答占比7成以上用深橙色表示，5成以上且不到7成用橙色表示，3成以上且不到5成用淡橙色表示。

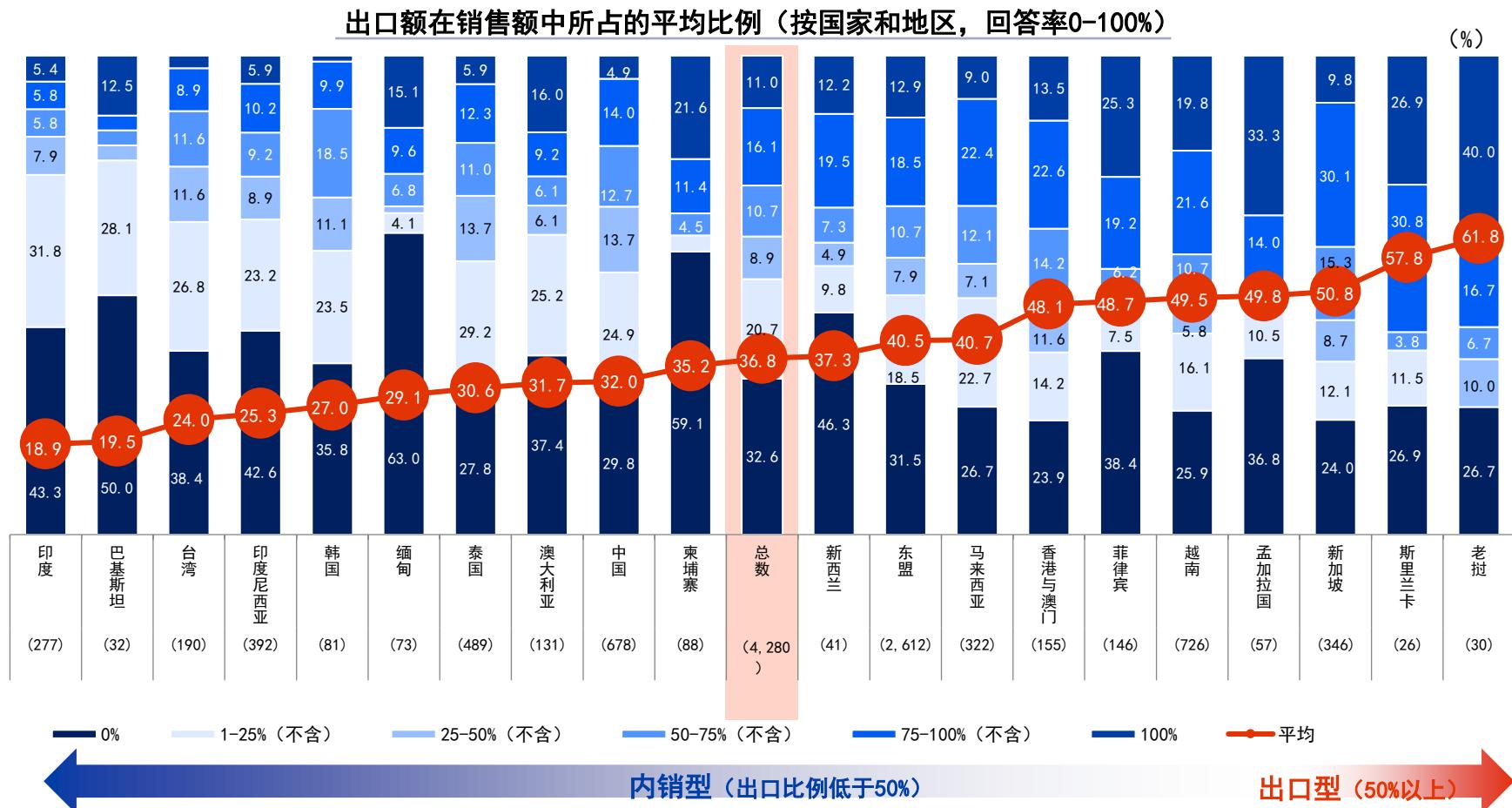
转移原因

	转移原因 (自由描述)
日本→新加坡	<ul style="list-style-type: none"> <li>强化亚洲太平洋地区功能，强化治理</li> <li>推动新加坡的集中采购，利用税制</li> </ul>
日本→泰国	<ul style="list-style-type: none"> <li>在东南亚、印度快速推动业务</li> </ul>
日本→中国	<ul style="list-style-type: none"> <li>随着中国法律制度的高度化，转移总公司企划功能</li> <li>在财务和法务方面，强化中国当地法人的管理</li> <li>应对地方政府，统筹管理集团公司</li> </ul>
泰国→新加坡	<ul style="list-style-type: none"> <li>随着与中国脱钩的潮流，强化与新加坡的合作</li> </ul>
新加坡→马来西亚	<ul style="list-style-type: none"> <li>新加坡人工费高涨，客户减少</li> </ul>

## 1

# 平均出口比例： 出口额在销售额中所占的平均比例略有降低

- 出口额在销售额中所占的平均比例为36. 8%，较上年调查结果降低了0. 3个百分点。
- 从国家和地区来看，中国较上年调查结果降低了2. 6个百分点。另一方面，印度增长了1. 0个百分点，巴基斯坦增长了4. 3个百分点。



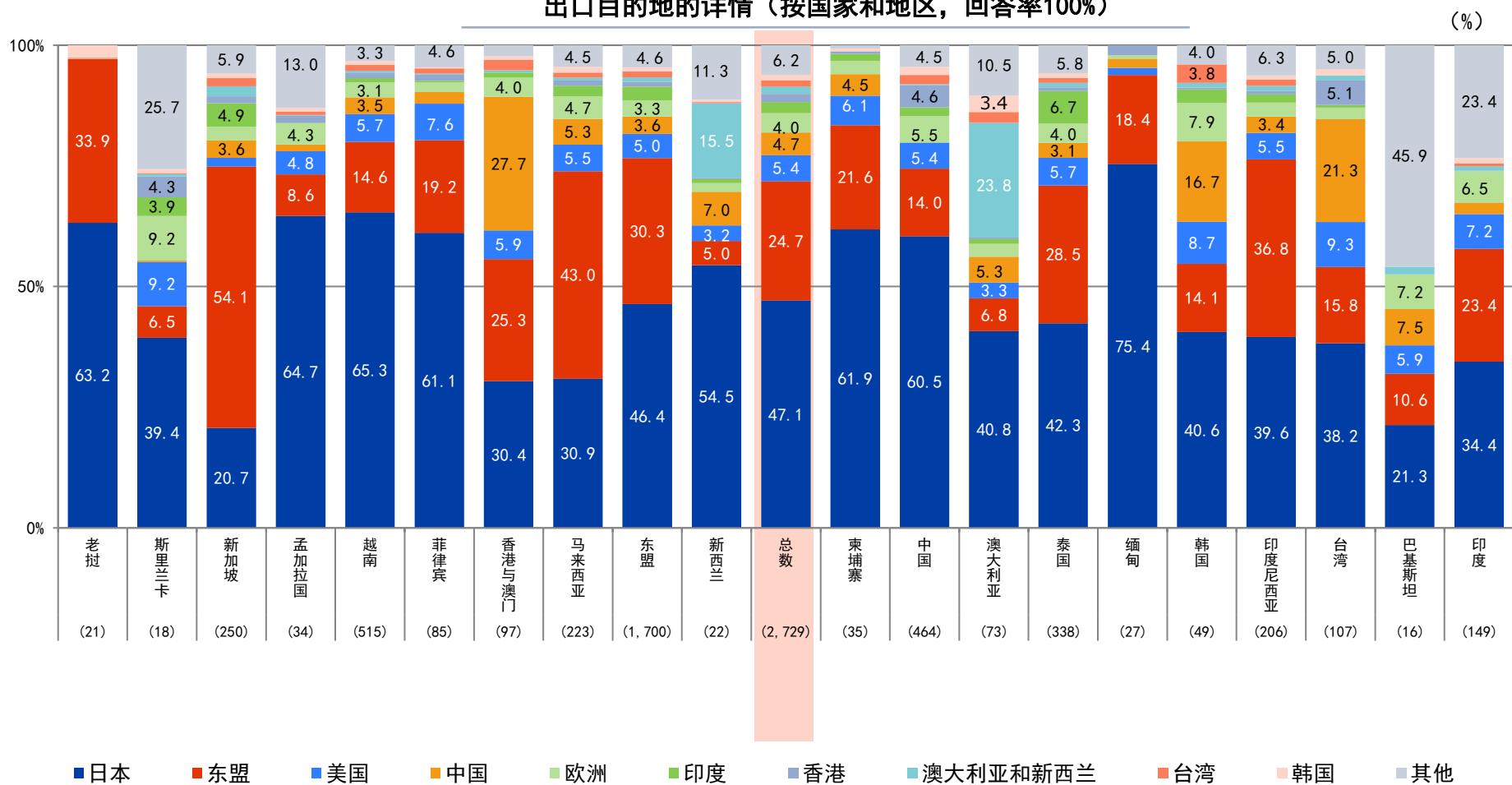
(注) 数值列出3.5%以上。

## 2

## 出口目的地的详情： 向日本出口的比例最多，向东盟出口也很明显

- 在海外日资企业出口目的地的详情（平均）中，日本为47.1%，占比最多。紧随其后的是东盟24.7%、美国5.4%、中国4.7%、欧洲4.0%。

出口目的地的详情（按国家和地区，回答率100%）



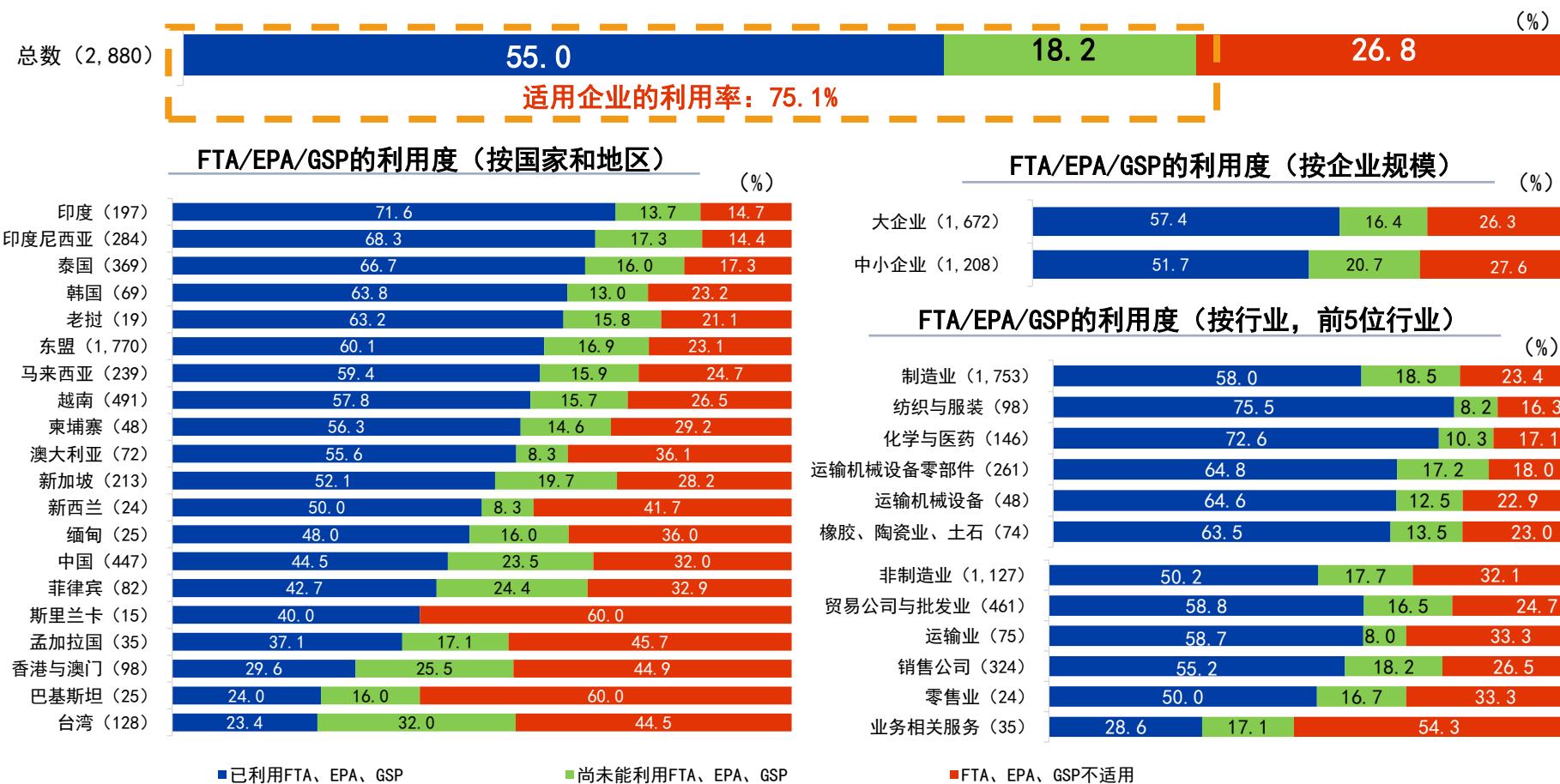
(注) 数值列出3.0%以上。

## 3

## FTA/EPA/GSP利用率：

# 在适用企业中，有超过7成的企业利用了这些制度

- 已利用FTA/EPA/普惠制（GSP）的企业占比为55.0%，将不适用的企业排除在外后，利用率达75.1%。
- 从行业来看，制造业为58.0%，与非制造业相比利用率较高。从企业规模来看，大企业为57.4%，高出中小企业5.7个百分点。



(注1) “不适用”是指进出口商品普通关税为0%、已利用FTA以外的关税减免制度、商品不属于FTA适用对象等。

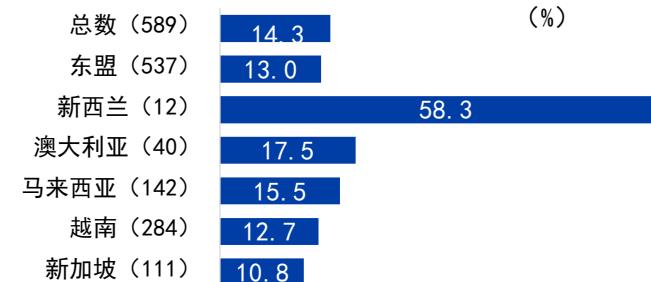
(注2) 各行业有效答卷企业数在10家以上。

## 4

## CPTPP的利用情况： 在与日本之间的进出口中利用比例较高

- 在《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定（CPTPP）》加盟国家和地区已利用FTA的企业中，已利用该协定的比例为14.3%。各国家和地区主要在与日本之间的进出口中已利用的比例较高。从企业规模来看，大企业的利用比例高于中小企业。

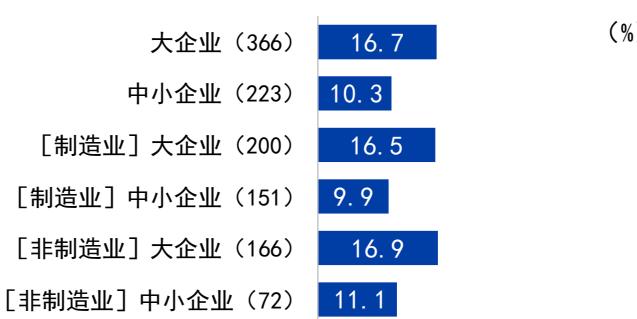
CPTPP的利用情况（按国家和地区）



利用CPTPP的出口目的地（多选）

所在国家和地区	总数 (70)	出口目的地 (%)							
		日本	越南	新加坡	马来西亚	澳大利亚	新西兰	墨西哥	加拿大
东盟 (56)	60.7	21.4	14.3	16.1	21.4	14.3	19.6	14.3	14.3
马来西亚 (22)	45.5	22.7	18.2	—	22.7	18.2	22.7	18.2	18.2
新加坡 (12)	58.3	58.3	—	58.3	41.7	25.0	0.0	0.0	0.0
越南 (22)	77.3	—	18.2	9.1	9.1	4.5	27.3	18.2	18.2
澳大利亚 (7)	57.1	0.0	0.0	0.0	—	28.6	0.0	0.0	0.0
新西兰 (7)	85.7	0.0	28.6	0.0	57.1	—	0.0	0.0	14.3

CPTPP的利用情况（按企业规模）



利用CPTPP的进口目的地（多选）

所在国家和地区	总数 (68)	进口目的地 (%)						
		日本	越南	新加坡	马来西亚	澳大利亚	新西兰	加拿大
东盟 (54)	77.8	13.0	14.8	13.0	1.9	1.9	1.9	1.9
马来西亚 (22)	68.2	27.3	18.2	—	0.0	0.0	0.0	0.0
越南 (20)	95.0	—	20.0	15.0	0.0	0.0	0.0	5.0
新加坡 (12)	66.7	8.3	—	33.3	8.3	8.3	0.0	0.0

(注1) 将回答“已利用FTA”的企业作为分母。

(注2) 左轴是回答企业的所在国家和地区，右轴是进出口对象国家和地区。

(注3) 进口对象国家和地区的有效答卷企业数在10家以上。

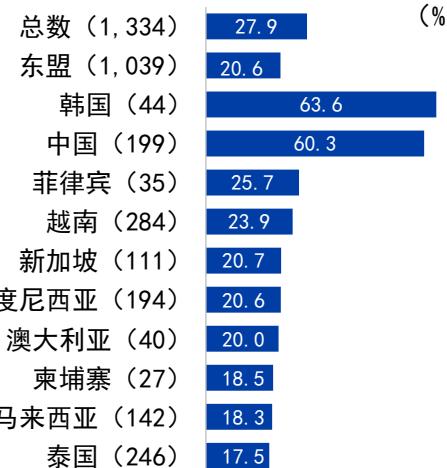
(注) 将回答“已利用FTA”的企业作为分母。

## 5

## RCEP协定的利用情况： 在与日本之间的进出口中利用率较高

- 在《区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）》加盟国家和地区已利用FTA的企业中，利用率为27.9%。从企业规模来看，大企业的利用率高于中小企业。从利用RCEP的进出口目的地来看，在与日本之间的进出口中利用率较高。

### RCEP协定的利用情况（按国家和地区）



### RCEP协定的利用情况（按企业规模）



(注1) 将回答“已利用FTA”的企业作为分母。

(注2) 有效答卷企业数在15家以上。

(注3) 将回答已利用FTA的企业数作为分母。

### 利用RCEP协定的进出口目的地 上表：出口 下表：进口（多选）

(%)

所在国家和地区	出口目的地										
	日本	中国	韩国	越南	泰国	印度尼西亚	马来西亚	新加坡	菲律宾	澳大利亚	新西兰
总数 (353)	46.2	14.4	10.8	14.4	18.1	12.7	9.9	7.1	7.9	5.1	3.4
东盟 (195)	47.7	22.1	12.3	17.9	20.0	17.4	13.8	10.8	10.3	7.2	4.6
中国 (120)	47.5	—	10.8	10.8	19.2	6.7	6.7	3.3	5.0	2.5	1.7
越南 (49)	85.7	24.5	12.2	—	16.3	10.2	8.2	4.1	4.1	2.0	2.0
泰国 (43)	34.9	23.3	14.0	23.3	—	25.6	14.0	11.6	7.0	7.0	2.3
印度尼西亚 (40)	30.0	10.0	7.5	12.5	25.0	—	7.5	15.0	7.5	0.0	2.5
韩国 (28)	35.7	21.4	—	10.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
马来西亚 (26)	30.8	30.8	3.8	26.9	34.6	23.1	—	23.1	15.4	7.7	3.8
新加坡 (23)	26.1	26.1	30.4	43.5	39.1	43.5	52.2	—	34.8	30.4	17.4

所在国家和地区	进口目的地										
	日本	中国	韩国	越南	泰国	印度尼西亚	马来西亚	新加坡	菲律宾	澳大利亚	新西兰
总数 (348)	62.6	24.1	9.2	10.1	15.5	9.2	8.0	7.8	3.2	2.0	1.1
东盟 (190)	59.5	41.1	11.6	13.2	18.9	13.2	11.1	10.0	4.2	3.2	1.6
中国 (120)	64.2	—	8.3	6.7	13.3	3.3	4.2	6.7	1.7	0.0	0.0
越南 (44)	81.8	52.3	9.1	—	22.7	13.6	15.9	9.1	6.8	0.0	0.0
泰国 (43)	51.2	27.9	9.3	14.0	—	7.0	7.0	0.0	4.7	2.3	4.7
印度尼西亚 (40)	52.5	42.5	17.5	15.0	22.5	—	10.0	12.5	0.0	5.0	0.0
韩国 (28)	78.6	17.9	—	7.1	3.6	0.0	0.0	0.0	3.6	0.0	3.6
马来西亚 (26)	53.8	38.5	7.7	23.1	26.9	34.6	—	26.9	7.7	0.0	0.0
新加坡 (23)	52.2	39.1	13.0	8.7	21.7	17.4	21.7	—	4.3	8.7	0.0

(注1) 左轴是回答企业的所在国家和地区，右轴是进出口目的地的国家和地区。

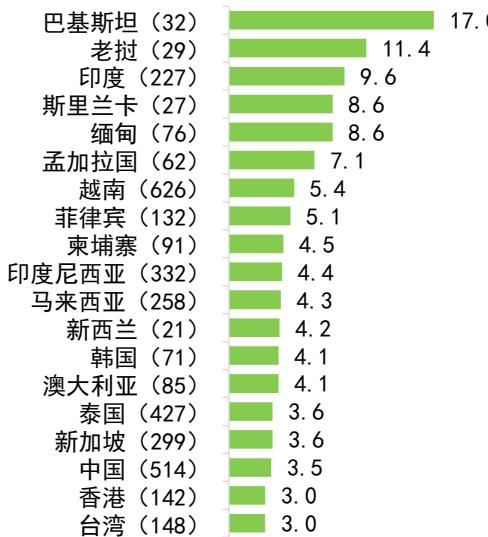
(注2) 有效答卷企业数在15家以上。

(注3) 将回答已利用FTA的企业数作为分母。

# 工资： 同比增长率

2023年 ↓ 2024年

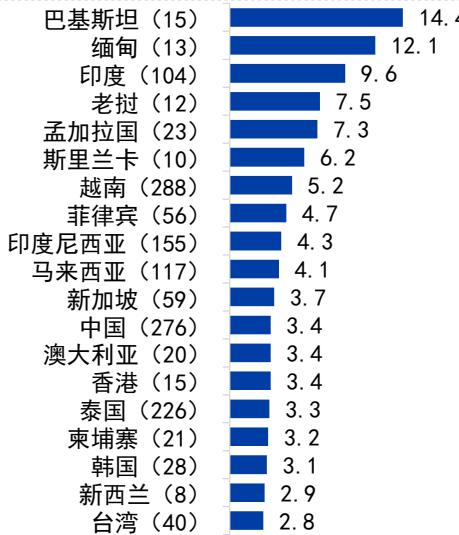
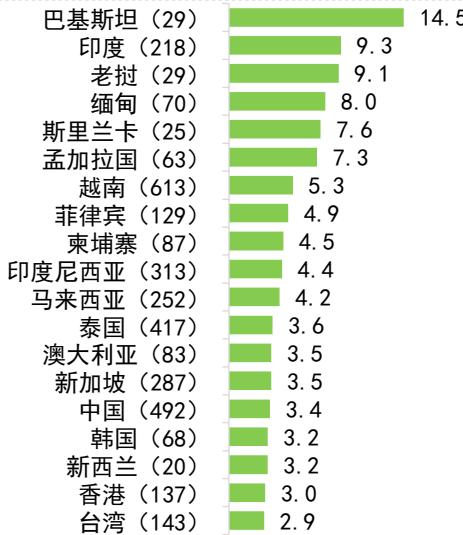
## 总 数



## 制 造 业



## 非 制 造 业



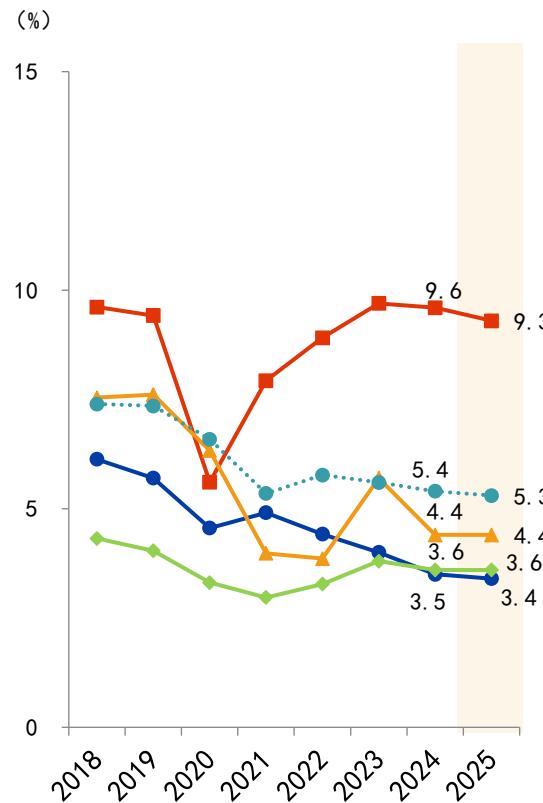
(注1) 有效答卷企业数超过5家的国家和地区。 (注2) 增长率是指除去职能工资、业绩工资等受个人能力左右的工资后的基本工资的增长率（名义）。所有职业平均。

2

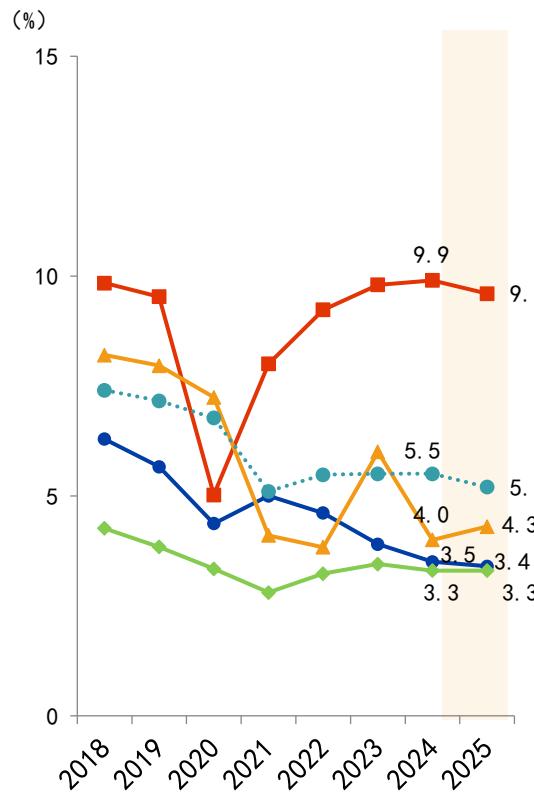
## 工资： 同比增长率（主要国家和地区的走势）

- 2024年主要国家和地区的增长率（总数）较上年调查结果均有所降低。印度为9%多，越南为5%多，印度尼西亚为4%多，泰国和中国为3%多。
- 2025年增长率（总数、预测）与2024年相比均基本持平。

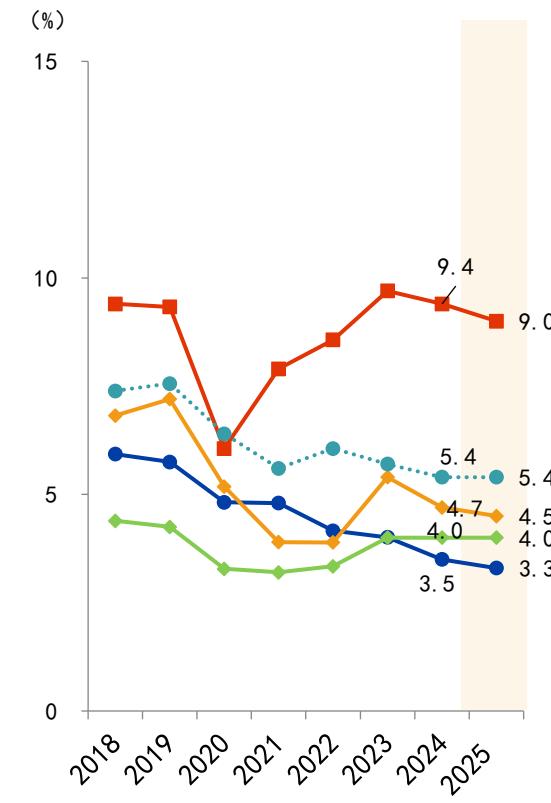
总 数



制 造 业



非 制 造 业



(注) 2025年的数据为预测值。

—●— 中国

—■— 印度

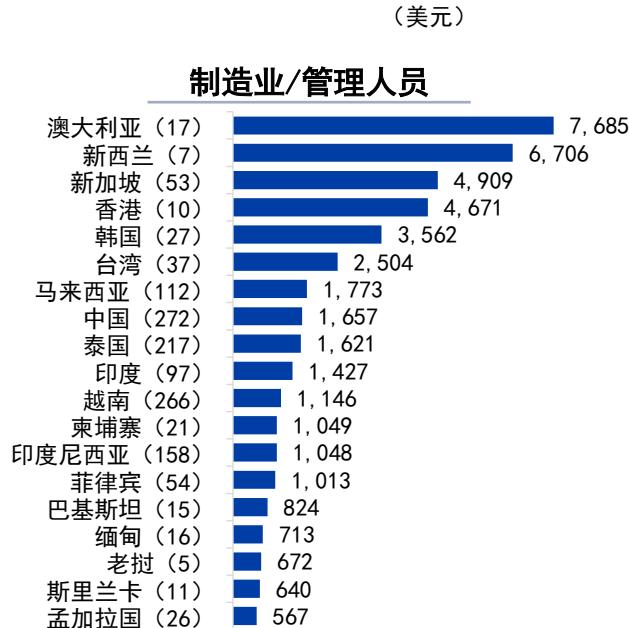
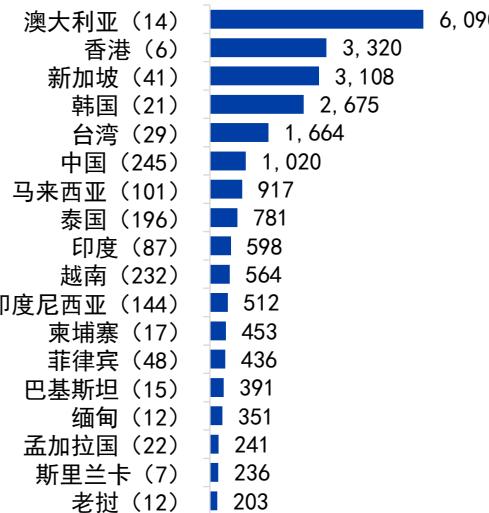
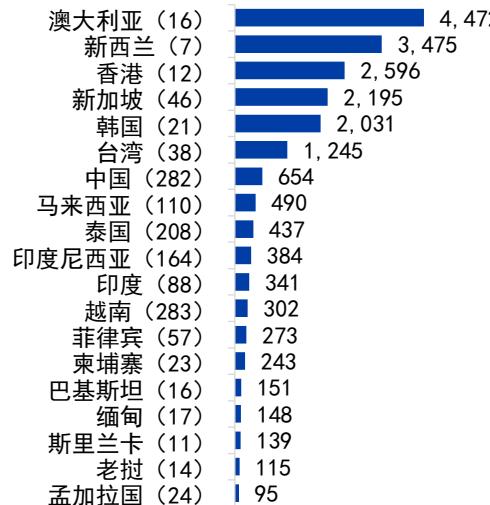
—◆— 泰国

—▲— 印度尼西亚

—●— 越南

# 工资： 基本工资和月工资（平均值）

## 制造业/工人



## 非制造业/职员



## 非制造业/管理人员



(注) 有效答卷企业数超过5家的国家和地区。

- 基本工资：除去各种津贴后的工资，截至2024年8月。
- 工人：正式雇佣的普通工人，有三年左右工作经验。承包工及试用期员工除外。
- 工程师：正式雇佣的骨干技术人员，专科学校或大学本科以上学历，且有五年左右工作经验。
- 管理人员（制造业）：正式雇佣的销售主管课长级别人员，大学本科以上学历，且有十年左右工作经验。
- 职员：正式雇佣的一般职务，有三年左右工作经验。派遣员工及试用期员工除外。
- 管理人员（非制造业）：正式雇佣的销售主管课长级别人员，大学本科以上学历，且有十年左右工作经验。

(注) 柬埔寨用美元回答，缅甸用本国货币或美元回答。其他国家和地区均使用本国或地区的货币回答。币回答。对于各类职务以本国或本地区货币表示的工资的平均值，按照2024年8月的平均汇率（各国家和地区央行公布，中国为外汇管理局公布）换算成美元。

# 工资： 制造业/工人的基本工资与月工资（平均值/中位数）

## 各国家和地区工资



## 各城市工资（平均值从低到高的顺序，前40位）

(美元)

排名	城市等 (国家和地区/城市)	有效答卷企业数	平均值	中位数	排名	城市等 (国家和地区/城市)	有效答卷企业数	平均值	中位数
1	孟加拉国 / 整体	24	95	98	21	印度 / 哈里亚纳邦	14	315	238
2	老挝 / 整体	14	115	108	22	印度尼西亚 / 东爪哇省	13	316	317
3	斯里兰卡 / 整体	11	139	124	23	越南 / 隆安省	11	328	289
4	缅甸 / 整体	17	148	114	24	印度 / 马哈拉施特拉邦	11	337	358
5	巴基斯坦 / 信德	13	158	144	25	印度尼西亚 / 万丹省	11	366	367
6	柬埔寨 / 其他 (注)	10	217	219	26	印度尼西亚 / 西爪哇省	110	387	380
7	越南 / 海阳省	21	242	213	27	印度 / 卡纳塔克邦	17	396	322
8	菲律宾 / 宿务岛	11	243	229	28	越南 / 胡志明市	29	399	309
9	印度 / 拉贾斯坦邦	11	250	238	29	马来西亚 / 槟城州	11	401	363
10	越南 / 河南省	15	256	218	30	越南 / 巴地头顿省	10	413	330
11	柬埔寨 / 金边及周边	13	263	240	31	泰国 / 其他 (注2)	95	422	402
12	菲律宾 / 卡拉巴松	30	268	259	32	泰国 / EEC	84	436	432
13	越南 / 北宁省	13	279	252	33	印度尼西亚 / 雅加达特别行政区	20	475	380
14	越南 / 海防省	20	279	268	34	中国 / 武汉市	12	489	510
15	印度 / 泰米尔纳德邦	17	288	242	35	泰国 / 曼谷	29	491	518
16	越南 / 河内市	28	292	266	36	中国 / 大连市	26	501	490
17	越南 / 兴安省	24	293	284	37	中国 / 深圳市	10	503	462
18	越南 / 同奈省	49	297	289	38	马来西亚 / 雪兰莪州	51	513	453
19	越南 / 平阳省	34	307	284	39	中国 / 中山市	11	515	476
20	菲律宾 / 马尼拉首都圈	10	314	288	40	中国 / 东莞市	13	531	437

(注1) 有效答卷企业数超过10家的国家和地区、城市。没有各城市数据的国家和地区写为“整体”。

(注2) 柬埔寨分为“金边地区（金边市内及周边）”“其他”，泰国分为“曼谷”“EEC（春武里府、罗勇府、北柳府）”“其他”。

## 5

# 工资： 非制造业/职员的基本工资与月工资（平均值 / 中位数）

## 各国家和地区工资



## 各城市工资（平均值从低到高的顺序）

(美元)

排名	城市等 (国家和地区/城市)	有效答卷企业数	平均值	中位数	排名	城市等 (国家和地区/城市)	有效答卷企业数	平均值	中位数
1	斯里兰卡 / 整体	12	296	283	19	中国 / 大连市	25	899	769
2	老挝 / 整体	15	353	339	20	中国 / 成都市	14	902	700
3	孟加拉国 / 整体	39	370	337	21	中国 / 青岛市	17	902	839
4	印度尼西亚 / 西爪哇省	21	469	412	22	马来西亚 / 雪兰莪州	48	965	907
5	越南 / 岘港市	14	507	454	23	印度 / 德里国家首都辖区	11	1022	1047
6	缅甸 / 整体	56	508	381	24	马来西亚 / 吉隆坡	76	1091	1029
7	印度尼西亚 / 雅加达特别行政区	142	545	507	25	中国 / 武汉市	17	1106	1063
8	菲律宾 / 马尼拉首都圈及周边地区	64	567	525	26	中国 / 广州市	13	1294	1287
9	柬埔寨 / 金边地区	59	658	600	27	中国 / 深圳市	11	1503	1203
10	印度 / 哈里亚纳邦	26	676	630	28	台湾 / 台北市	92	1518	1427
11	泰国 / EEC	10	687	648	29	中国 / 上海市	66	1604	1473
12	印度 / 马哈拉施特拉邦	25	698	596	30	中国 / 北京市	38	1638	1470
13	印度 / 卡纳塔克邦	25	720	679	31	韩国 / 首尔市	32	2589	2231
14	印度 / 泰米尔纳德邦	14	735	596	32	香港 / 整体	125	3073	2694
15	泰国 / 其他 (注2)	17	740	662	33	新加坡 / 整体	230	3094	3041
16	越南 / 胡志明市	173	779	726	34	新西兰 / 整体	13	3712	3531
17	越南 / 河内市	118	821	763	35	澳大利亚 / 新南威尔士州	31	4199	3995
18	泰国 / 曼谷	165	864	806	36	澳大利亚 / 维多利亚州	14	4761	4561

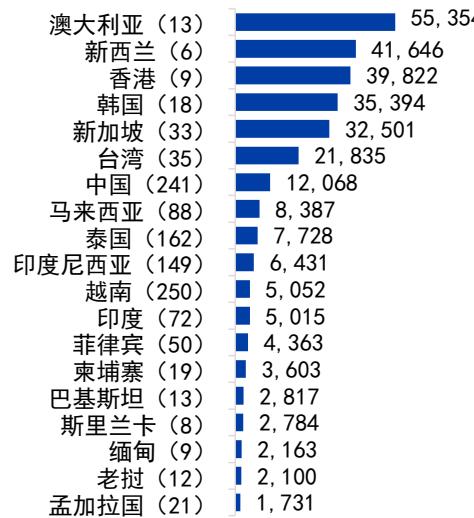
(注1) 有效答卷企业数超过10家的国家和地区、城市。没有各城市数据的国家和地区写为“整体”。

(注2) 泰国分为“曼谷”“EEC (春武里府、罗勇府、北柳府)”“其他”。

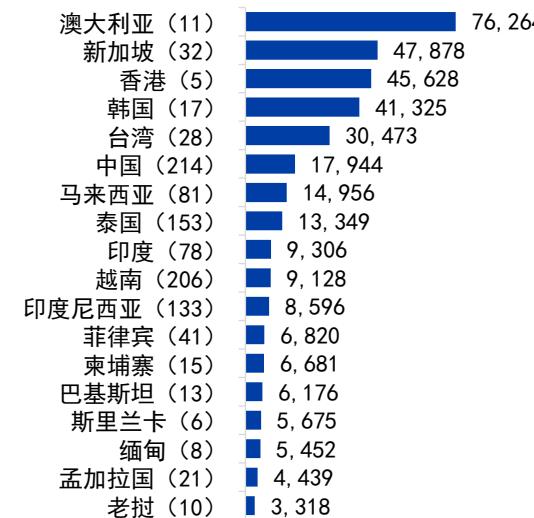
# 工资： 全年实际负担额（平均值）

(美元)

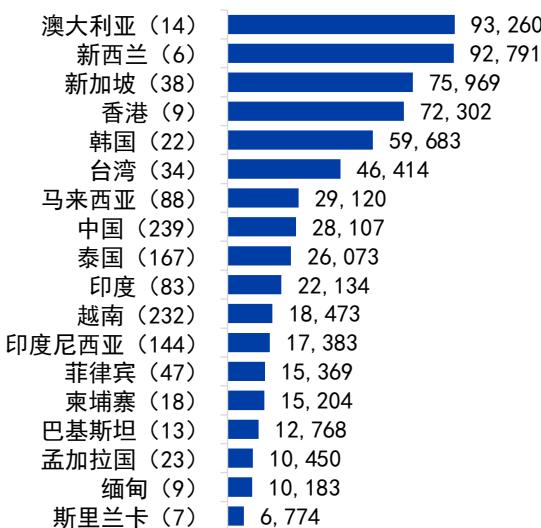
## 制造业/工人



## 制造业/工程师



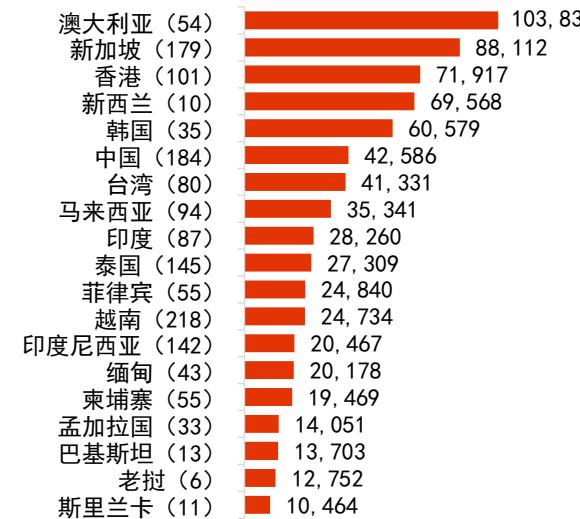
## 制造业/管理人员



## 非制造业/职员



## 非制造业/管理人员



(注) 有效答卷企业数超过5家的国家和地区。

■ 全年实际负担额：企业每一位员工负担的总额（基本工资、各项津贴、社保、加班和奖金等的全年合计值。不包括休金）截至2024年（度）。

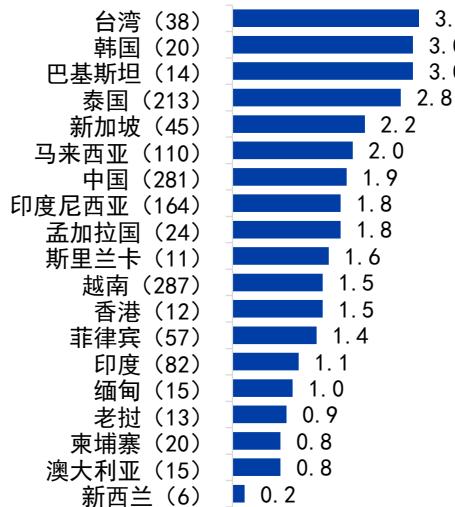
■ 工人、工程师、管理人员（制造业）、职员、管理人员（非制造业）：参照第56页。

(注) 回答时的通货单位和美元换算汇率参照第56页。

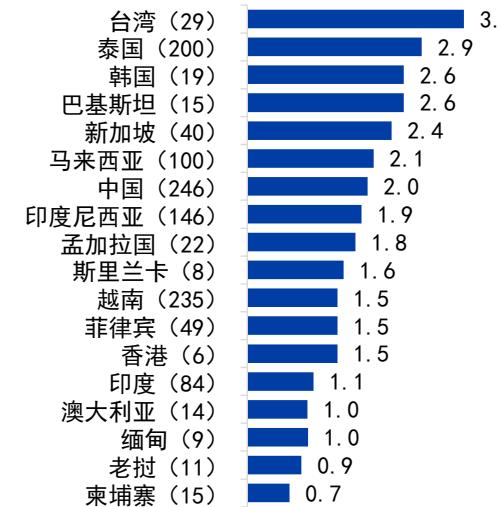
# 工资： 奖金（平均值）

(个月)

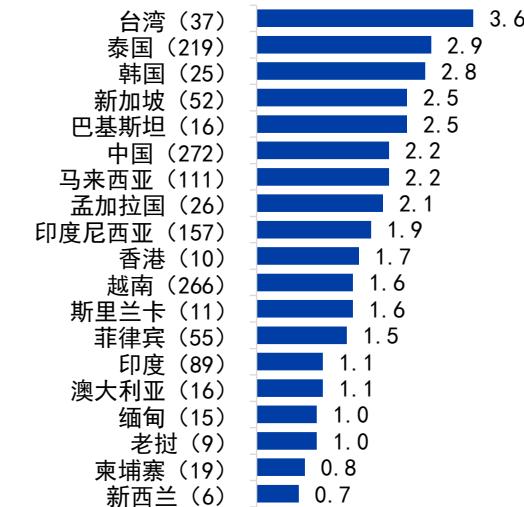
## 制造业/工人



## 制造业/工程师



## 制造业/管理人员



## 非制造业/职员



## 非制造业/管理人员



(注1) 有效答卷企业数超过5家的国家和地区。 (注2) 奖金：以基本工资（个月）为基础的奖金，2024年（度）全年支付部分。

# 请您在阅读完报告后 配合填写问卷调查

(所需时间: 约1分钟)

<https://www.jetro.go.jp/form5/pub/ora2/20240024>



## 本报告相关咨询请联系

日本贸易振兴机构 (JETRO)

调查部

亚洲大洋州课、中国北亚课



0081-3-3582-5179 (亚洲大洋州课)

0081-3-3582-5181 (中国北亚课)



ORF@jetro.go.jp (亚洲大洋州课)

ORG-survey@jetro.go.jp (中国北亚课)



邮编107-6006

日本国东京都港区赤坂1-12-32 ARK森大厦6楼

### ■ 免责条款

请本报告所提供信息的使用人员自行判断相关信息并承担因使用本报告所提供信息而产生的责任。JETRO尽量注意提供准确信息，但对于因本报告提供的信息导致使用者利益受损等情况，JETRO概不负责，敬请谅解。

未经允许，严禁转载