



2024年度

海外日资企业实况调查 | 中国篇

—继上年以来，盈利占比及业务扩大意愿均有所下降—

日本贸易振兴机构（JETRO）

调查部

2025年2月



目录

- 主要调查结果..... 2
- 本年度调查概要..... 3
 - I．营业利润预测..... 5
 - II．今后的业务开展..... 12
 - III．竞争环境的变化..... 21
 - IV．供应链管理..... 29
 - V．进出口及EPA/FTA 35
 - VI．应对脱碳..... 39
 - VII．工资实际情况..... 41

主要调查结果

1. 需求萎缩以及日趋激烈的竞争，导致收益和景气度下行。

- ❖ 2024年的营业利润预计“盈利”的企业占比为58.4%，比上年（60.3%）下降1.9个百分点。
- ❖ 不论制造业还是非制造业，大企业的盈利占比均超过六成，高于中小企业。与此同时，非制造业大企业的“亏损”与“持平”的占比不相上下，而制造业中小企业的“亏损”占比接近三成。
- ❖ 2025年DI值，制造业整体预计为正值，但运输设备零部件预计为▲20.8，形势依旧严峻。

2. 扩大业务的意愿在大企业中（不论制造业还是非制造业）均有所回落，回落幅度超过整体平均水平。

- ❖ 回答会“扩大”中国业务的占比，制造业为22.6%，非制造业为20.5%。制造业大企业中回答“扩大”的占比超出整体平均（21.7%）3.3个百分点，但同比则下降7.2个百分点。非制造业大企业中回答“扩大”的占比也同比下降10个百分点以上。回答“维持现状”的企业为了保持现状，会采取向非日资企业扩大销路、向其他领域和其他地区扩大销路、降低成本等措施。
- ❖ 针对答卷企业数较多的行业，观察其利润与业务扩大意愿可以看到，批发和零售业盈利占比低于整体水平，但扩大意愿则高于整体水平。运输设备（含零部件）行业的盈利占比低整体水平5个百分点左右，扩大意愿也低4.5个百分点。电器电子产品（含零部件）行业的盈利占比超过七成，扩大意愿也高于平均水平。

3. 超过八成的日资企业视本土企业为最大竞争对手，业绩坚挺的企业依靠品牌、人才、知识产权谋求差异化。

- ❖ 过去五年，在华日资企业中六成企业回答竞争对手增多，四成企业回答市场份额减少。同时，在华日资企业中80.3%的企业视本土企业（中资企业）为最大竞争对手。
- ❖ 关于中国市场上日资企业的优势和劣势，有较多的企业认为优势在于高性能、高品质及完善的售后服务，劣势在于价格。
- ❖ 对于回答2024年营业利润为盈利且今后会扩大业务的企业（盈利且扩大企业）和整体答卷结果进行比较，可以看到在“高性能与高品质”“品牌渗透程度”“人才”等三项上，盈利且扩大企业超过整体水平10个百分点以上。认为“商业模式”和“知识产权”方面具有优势的占比也相对较高。盈利且扩大企业相对难以卷入价格竞争，更多是依靠品牌、人才、知识产权等谋求差异化。

本年度调查概要（1）

调查目的

■ 本调查活动的目的在于掌握亚洲、大洋洲地区日资企业活动的实际情况，并广泛提供其调查结果。

调查对象

■ 在东北亚5个国家和地区，东盟9个国家、东南亚4个国家、大洋洲2个国家等共计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%的企业以及日本企业的分公司和派驻人员办事处）。

调查期间

■ 2024年8月20日～9月18日

答卷情况

■ 在中国，对1,366家企业进行了问卷调查，771家企业给出了有效答卷。各个国家和地区的详情如右表所示（有效答卷率为56.4%）。

备注

■ 调查始于1987年，本年度为第38次调查。
■ 自2007年调查起，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答卷。
■ 各幻灯片括号内数据为有效答卷企业数。
■ 图表中的数据为四舍五入后的数值，因此合计值不一定等于100%。

	调查对象 企业数	调查企业数		构成		有效 答卷率
		有效答卷	占比	制造业	非制造业	
总数	13,727	5,007	100.0	2,190	2,817	36.5
中国	1,366	771	15.4	420	351	56.4

省市	中国	上海市	广东省	江苏省	辽宁省	北京市	山东省	湖北省	四川省	天津市	重庆市	福建省	浙江省	其他
答卷企业数	771	126	124	86	85	80	64	60	40	28	22	19	17	20

分行业占比						(家、%)		分规模企业数				(家)	
制造业	合计	420	54.5	非制造业	合计	351	45.5		总数	大企业	中小企业		
运输设备零部件	78	10.1		贸易公司与批发业	77	10.0		中国	771	463	308		
铁、有色金属、金属	47	6.1		运输业	52	6.7		上海市	126	66	60		
普通机械设备	39	5.1		销售公司	45	5.8		广东省	124	72	52		
电器电子产品零部件	39	5.1		信息通讯业	43	5.6		江苏省	86	45	41		
食品	33	4.3		业务相关服务业	37	4.8		辽宁省	85	51	34		
化学、医药	29	3.8		金融、保险业	30	3.9		北京市	80	63	17		
塑料制品	25	3.2		零售业	14	1.8		山东省	64	39	25		
电器电子产品	25	3.2		建筑业	7	0.9		湖北省	60	40	20		
纺织与服装	20	2.6		房地产与租赁业	7	0.9		四川省	40	27	13		
精密仪器与医疗器械	16	2.1		旅游、娱乐业	5	0.6		天津市	28	15	13		
纸、木制品、印刷	14	1.8		餐饮业	4	0.5		重庆市	22	14	8		
橡胶、陶瓷业、土石	14	1.8		农林水产业	2	0.3		福建省	19	9	10		
运输设备	9	1.2		教育与医疗	1	0.1		浙江省	17	10	7		
其他制造业	32	4.2		其他非制造业	27	3.5		其他	20	12	8		

本年度调查概要（2）

（注）上一页行业分类的详细情况如下。

No.	中分类	小分类
1	食品	食品、农产及水产加工品
2	纺织与服装	纺织（纺纱、织物、化纤） 服装及纤维产品（含鞋类、手套、皮革制品、缝制品）
3	纸、木制品、印刷	木材及木制品 家具、室内装饰及配件 纸及纸浆 印刷及出版
4	化学、医药	化学品及石油产品 医药品
5	塑料制品	塑料制品
6	橡胶、陶瓷业、土石	橡胶产品 陶瓷业及土石
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 信息通讯设备及业务用设备
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	运输设备	运输设备（汽车、摩托车） 运输设备（铁路列车、船舶、航空、运输车辆）
13	运输设备零部件	运输设备零部件（汽车、摩托车） 运输设备零部件（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

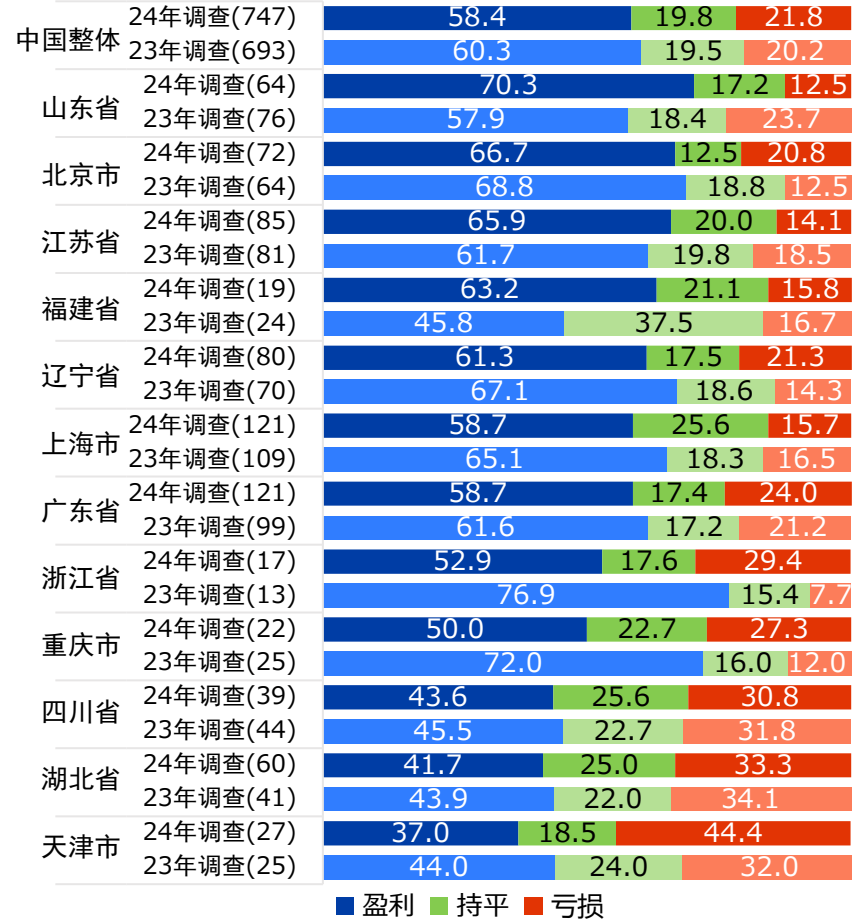
No.	中分类	小分类
16	矿业与能源	矿业 电、气、供热、水
17	建筑业	建筑、成套设备、工程
18	运输业	运输、仓储
19	信息通讯业	通信、IT、软件、信息系统、数字化服务 BPO（业务流程外包） 媒体、大众传媒、文化创意 广告、市场营销、调查
20	贸易公司与批发业	贸易公司 批发
21	零售业	零售
22	销售公司	销售公司
23	金融、保险业	银行 非银行类（保险、证券、信用卡、租赁等）
24	房地产与租赁业	房地产 楼宇与设施管理、空调、保安、保洁 租借
25	业务相关服务业	咨询 法务、会计、税务等专业服务 控股及统筹管理公司 外观设计及设计 修理、保养、检查、分析 人才介绍、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

I . 营业利润预测

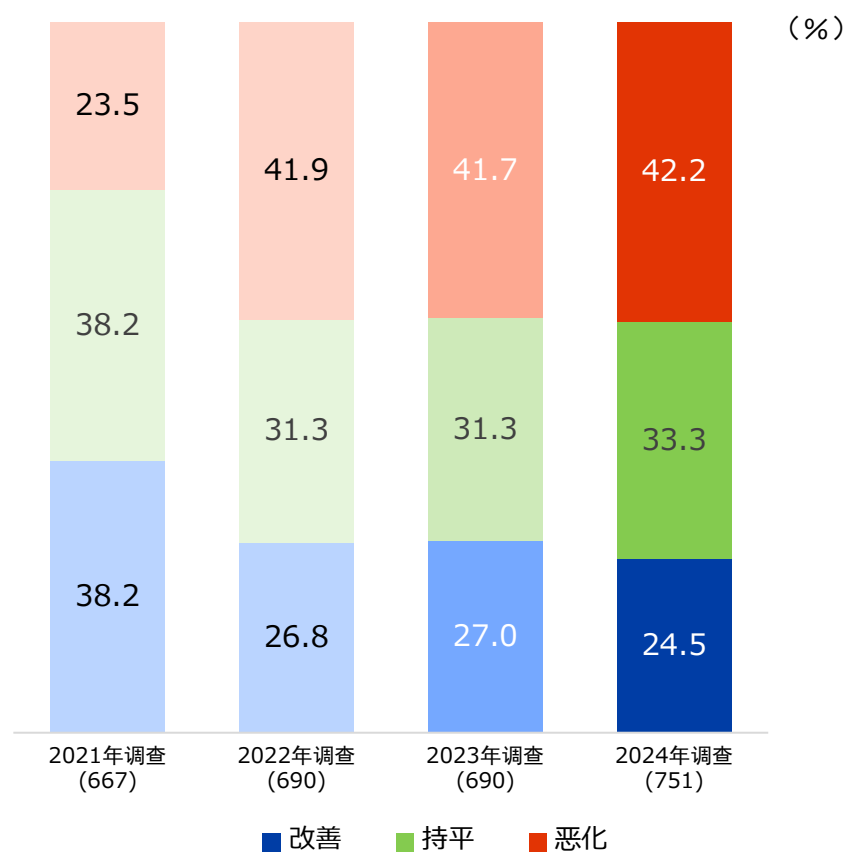
1 | 营业利润预测（分省市）： 盈利占比依旧呈现下降趋势，浙江省、重庆市亏损占比扩大

- 关于2024年的营业利润预测，回答“盈利”的企业占比为58.4%，比上年（60.3%）下降1.9个百分点。
- 分省市来看营业利润预测与上年的比较结果，山东省、江苏省、福建省等地回答盈利的企业占比上升，而浙江省、重庆市回答盈利的企业占比下降20个百分点以上。同时，浙江省、重庆市、天津市回答亏损的企业占比上升10个百分点以上。

2024年营业利润预测（分省市，时间序列） (%)



(参考) 各调查实施年度的本期营业利润预测 (中国整体)



(注) “23年调查” 是针对调查实施年度2023年营业利润预测的回答。下同。

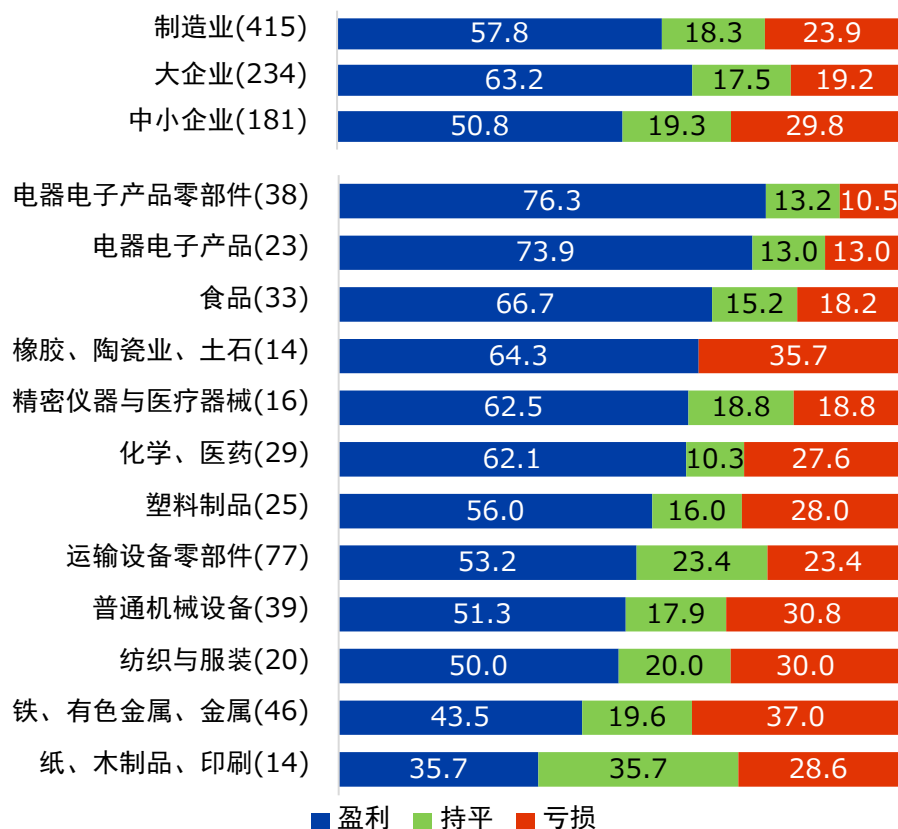
2

营业利润预测（分行业）：

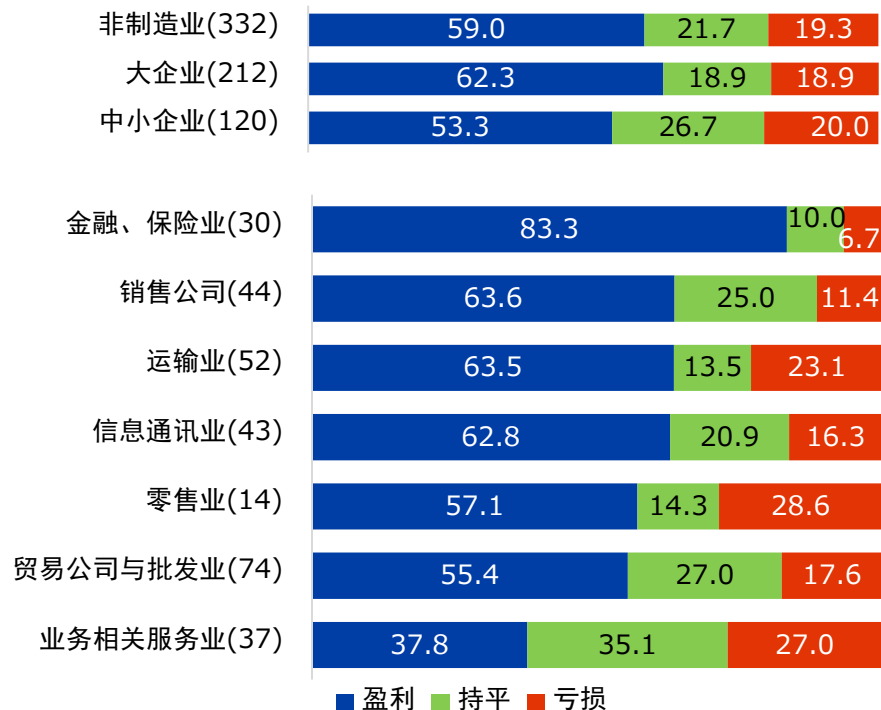
不论制造业还是非制造业，盈利占比均低于六成

- 分行业来看，回答“盈利”的企业占比，制造业为57.8%，非制造业为59.0%。不论制造业还是非制造业，大企业的盈利占比均超过六成，高于中小企业。非制造业的大企业中，“亏损”和“持平”不相上下，制造业的中小企业中亏损占比接近三成。
- 制造业中，电器电子产品及其零部件/餐饮业/橡胶、陶瓷业、土石/精密仪器与医疗器械/化学、医药等行业的盈利占比高于平均水平。非制造业中，金融、保险业/销售公司/运输业/信息通讯业等行业的盈利占比高于平均水平。

2024年营业利润预测（制造业）（%）



2024年营业利润预测（非制造业）（%）



（注）有效答卷企业数在10家以上的行业。

（注）有效答卷企业数在10家以上的行业。

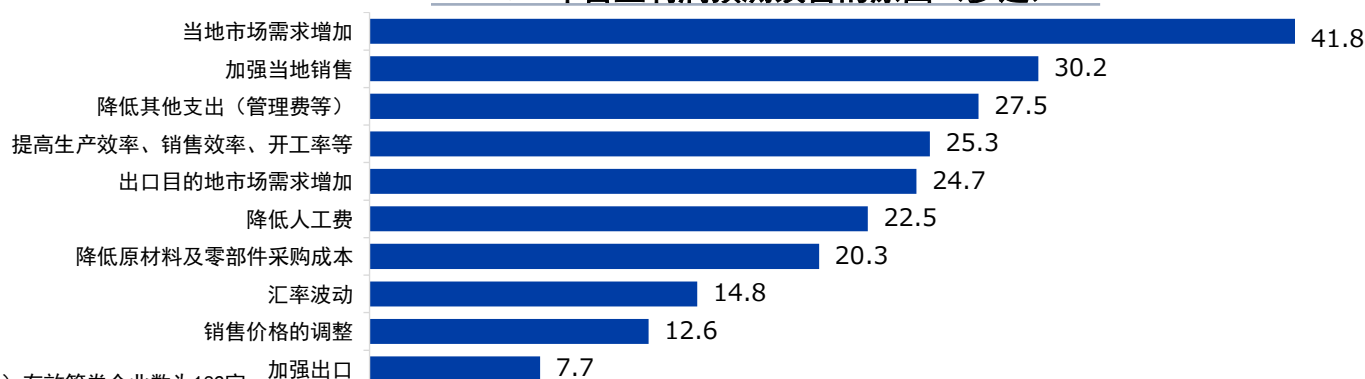
3

营业利润预测改善或恶化的原因（2024年）： 因与其他公司的竞争日趋激烈而导致收益恶化，加强当地销售

- 2024年在华营业利润预测改善的原因中，“当地市场需求增加”的占比为41.8%，继上年调查以来继续稳居第一。紧随其后的是“加强当地销售”，相比上年调查上升10个百分点以上。
- 恶化的原因中，“当地市场需求减少”的占比也达到66.7%，继上年调查以来继续位居榜首。紧随其后的是“与其他公司的竞争日趋激烈”，相比上年调查上升10个百分点以上。

2024年营业利润预测改善的原因（多选）

(%)

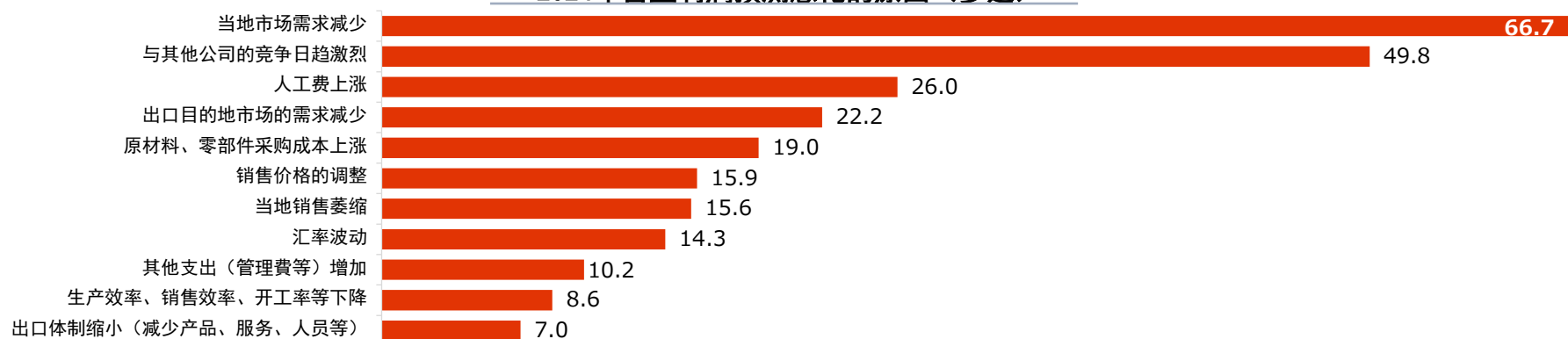


（注1）有效答卷企业数为182家。

（注2）当地销售/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315家。

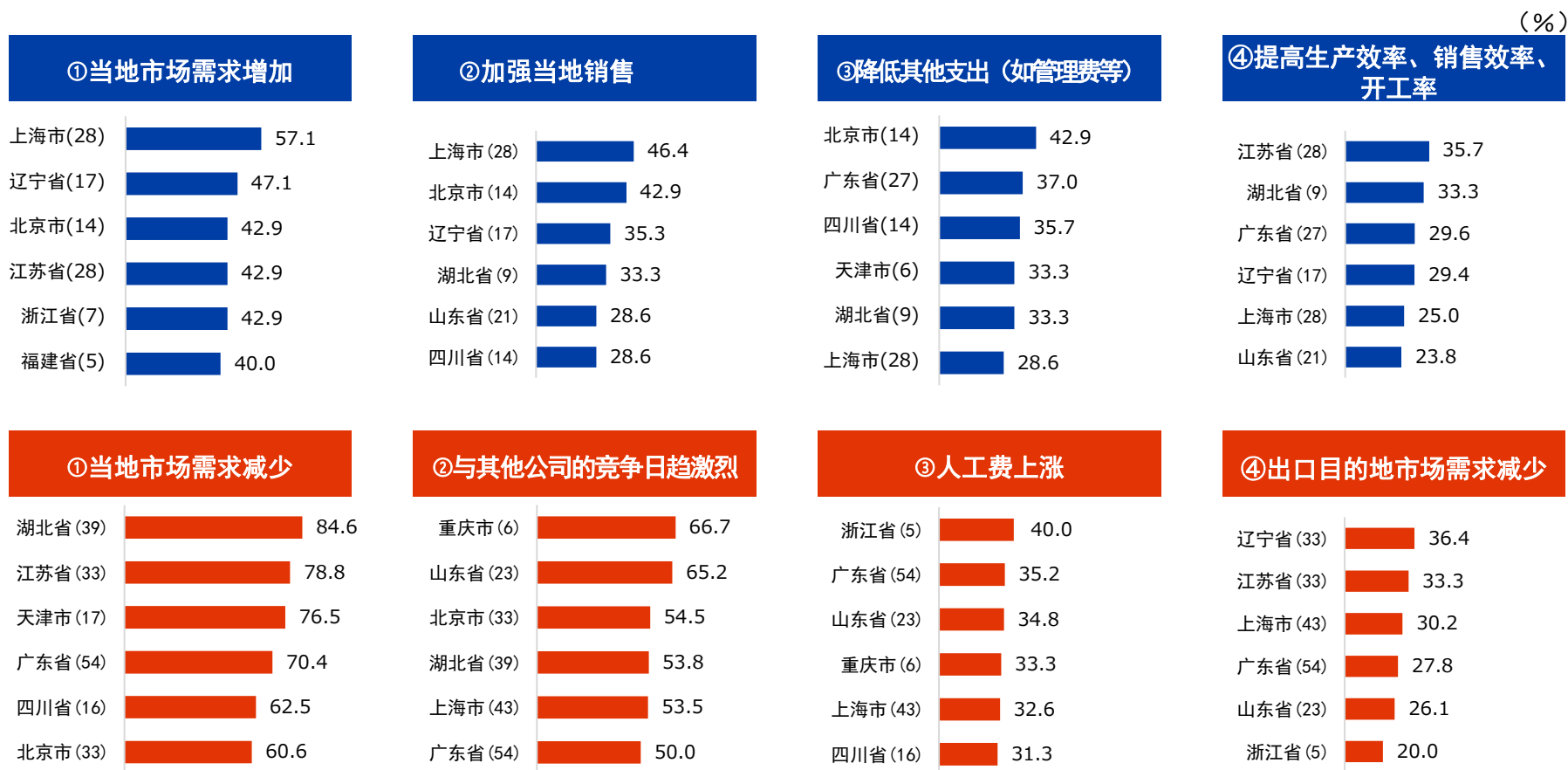
（注2）当地销售/出口体制缩小是指减少产品、服务、人员等。

4

营业利润预测改善或恶化的原因（2024年，分省市）：

关于恶化原因，回答“与其他公司的竞争日趋激烈”的占比同比上升

- 关于改善原因，回答“当地市场需求增加”的企业占比仅在上海市超过五成。
- 关于恶化原因，回答“当地市场需求减少”的企业占比在湖北省、江苏省、天津市、广东省超过七成。回答“与其他公司的竞争日趋激烈”的企业占比在重庆市、山东省、北京市、湖北省、上海市、广东省超过五成。回答“人工费上涨”的企业占比在浙江省、广东省、山东省、重庆市、上海市、四川省超过三成。



（注1）有效答卷企业数在5家以上的省市。多选。
（注4）选取了各选项排在前六的省市。

（注2）改善原因有效答卷企业数为182家。

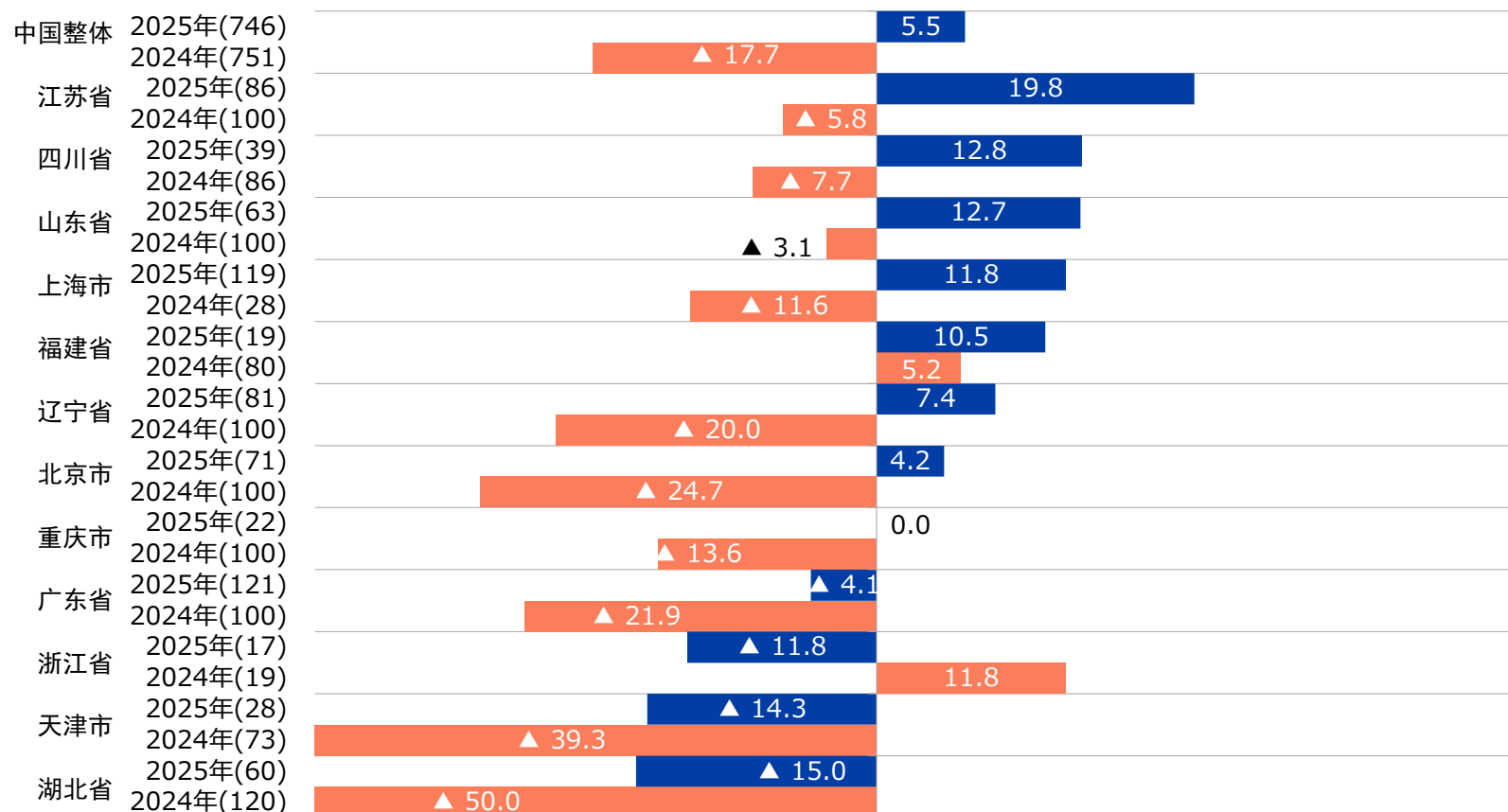
（注3）恶化原因有效答卷企业数为315家。

5 | 景气度DI值（分省市）： 2024年多数地区呈负值，2025年也稍显疲软

- 通过DI值（注）来看营业利润预测，2024年中国整体DI值为负17.7个百分点，分省市来看，除福建省和浙江省外所有地区均为负值。2025年，中国整体DI值为正5.5个百分点，由负转正，但广东省、浙江省、天津市、湖北省仍为负值。

通过DI值来看营业利润预测（分省市）

（百分点）

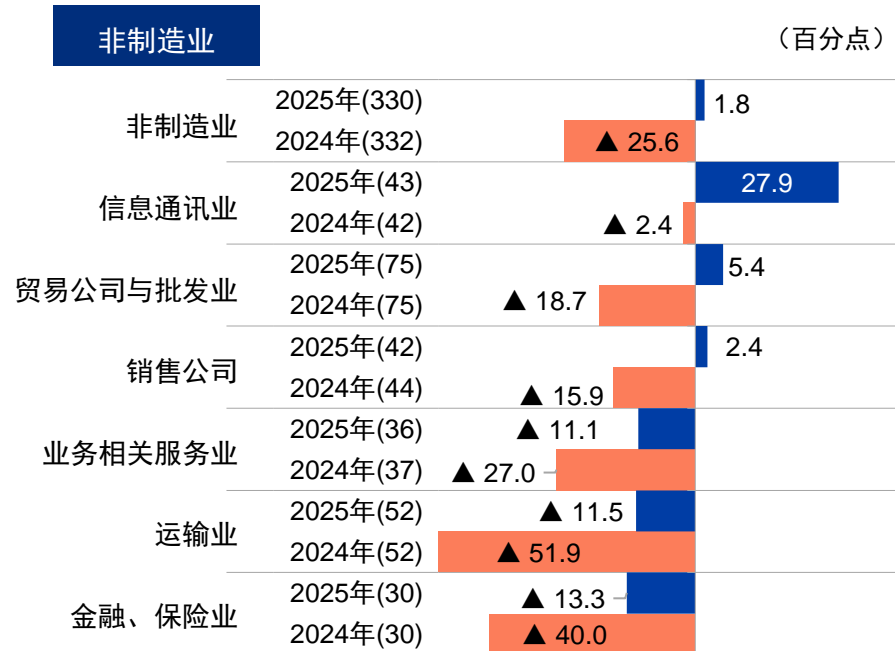
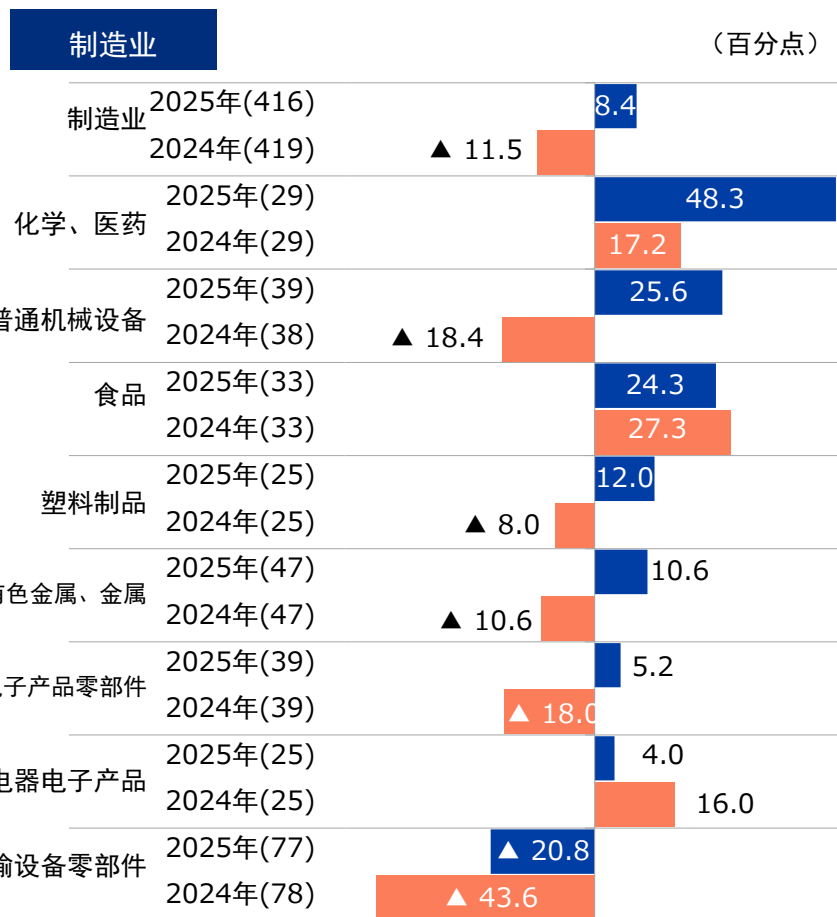


（注）DI值为Diffusion Index的简称，该值是回答“改善”的企业占比减去回答“恶化”的企业占比后所得数值。是通过数据显示景气度如何变化的指标。

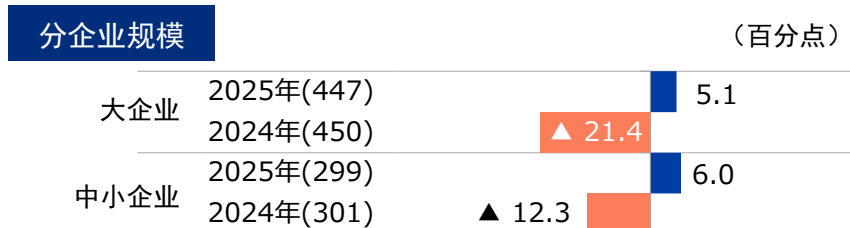
6 | 景气度DI值（分行业、分企业规模）： 非制造业的主要行业中2024年景气度感呈负值

- 分行业来看景气度，制造业整体的2025年DI值由负转正。但运输设备零部件行业2025年景气度预计将持续恶化，DI值为▲20.8。
- 非制造业的2024年DI值在有效答卷企业数20家以上的所有行业中呈负值。2025年虽在信息通讯业、贸易公司与批发业、销售公司等行业中预计会有所改善，但其他行业将依然严峻。

通过DI值来看营业利润预测（分行业、分企业规模）



(注) 有效答卷企业数在20家以上的行业。

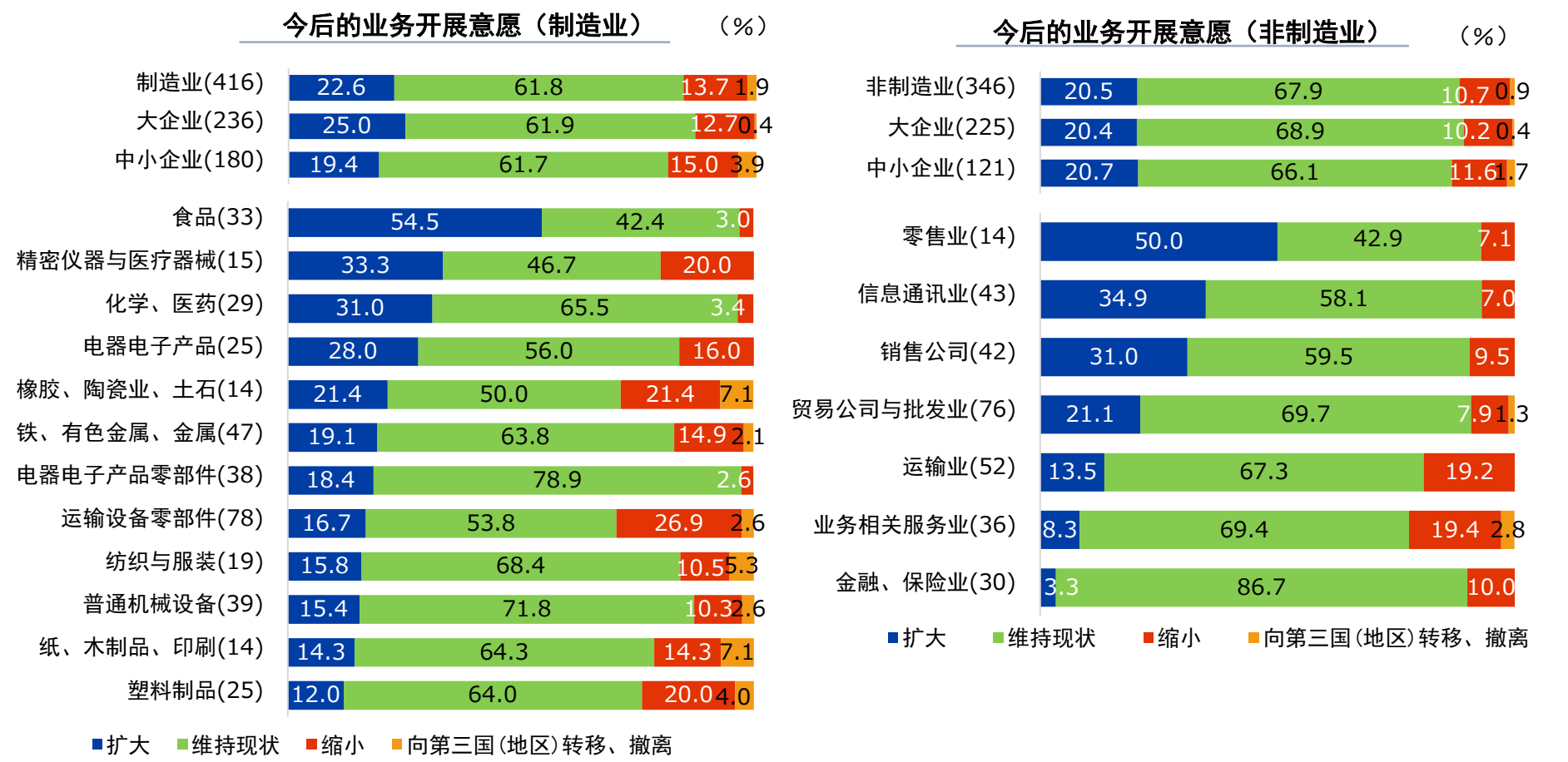


(注) 有效答卷企业数在20家以上的行业。

II. 今后的业务开展

1 | 今后的业务开展意愿（分行业）： 制造业和非制造业回答维持现状的占比最高，达到六成多

- 分行业来看回答“扩大”的企业占比，制造业为22.6%，非制造业为20.5%。分规模来看，制造业的大企业回答“扩大”的占比高出整体平均（21.7%）3.3个百分点。非制造业的中小企业回答“扩大”的占比高出大企业。
- 制造业中的食品行业回答“扩大”的占比超过五成，精密仪器与医疗器械/化学、医药/电器电子产品等行业回答“扩大”的占比高于平均水平。非制造业中的零售业回答“扩大”的占比达到50%，信息通讯业等行业表现出强烈的扩大意愿。

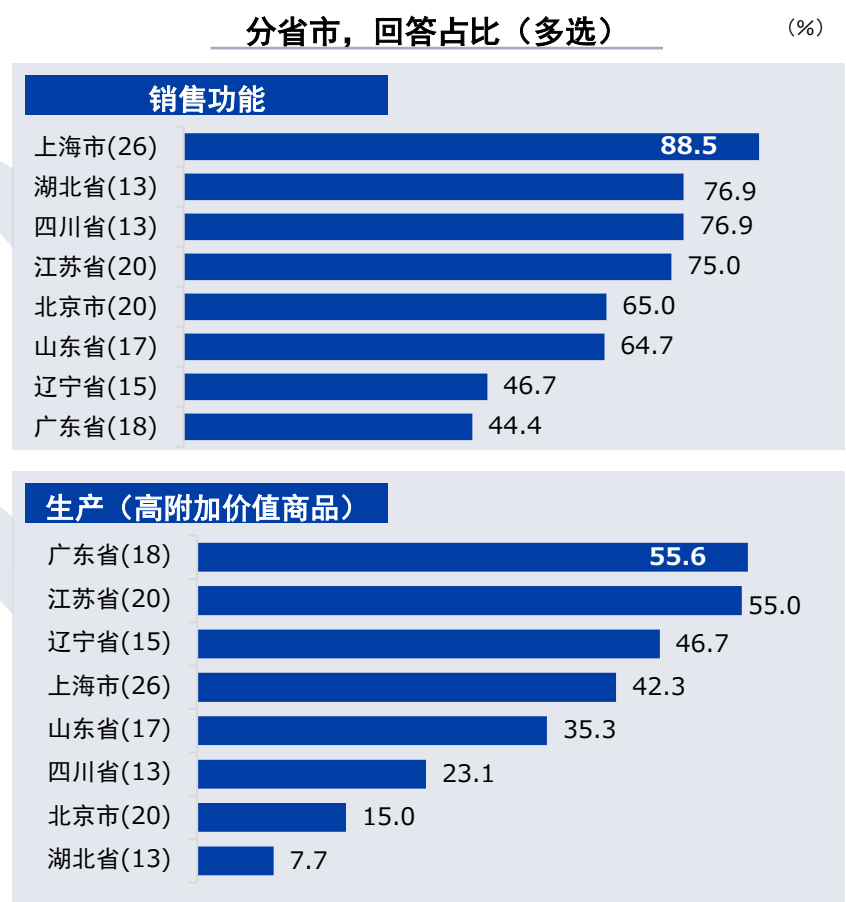
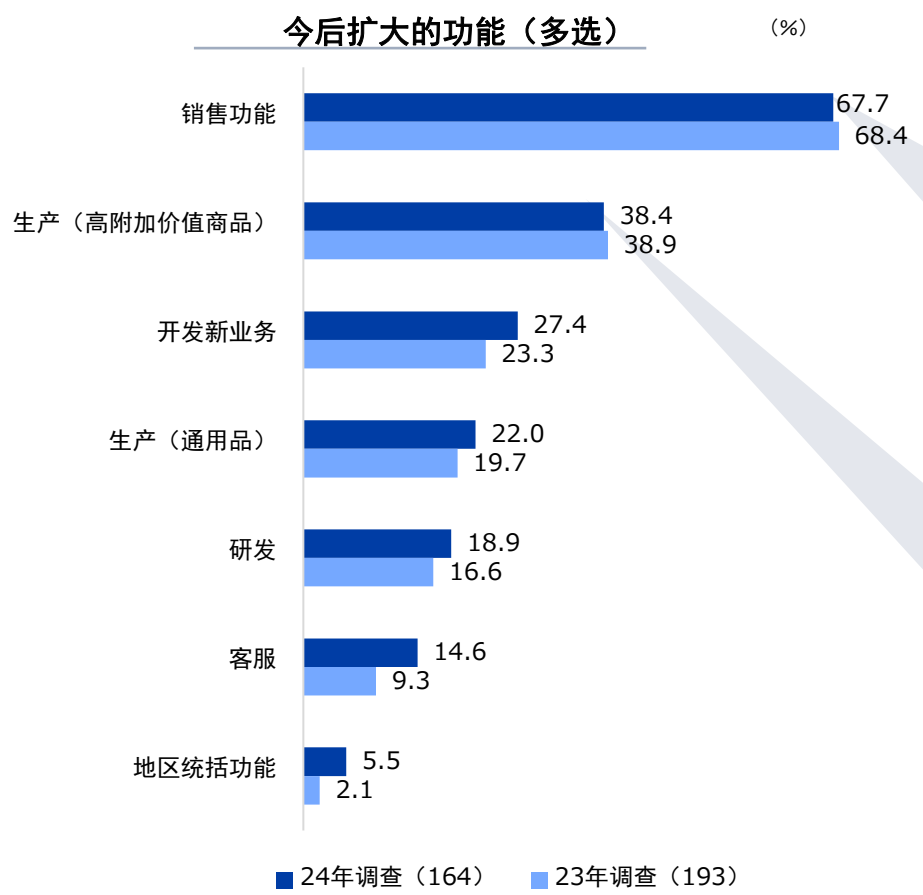


(注) 有效答卷企业数在10家以上的行业。

(注) 有效答卷企业数在10家以上的行业。

2 | 扩大的功能（分省市）： 回答扩大的企业中近七成回答扩大销售功能

- 关于回答“扩大”的企业所希望扩大的功能，继上年调查之后，“销售功能”（67.7%）继续稳居第一，其次是“生产高附加值商品”（38.4%）及“开发新业务”（27.4%）。
- 分省市来看，回答扩大“销售功能”的企业，上海市最多，占比将近九成，回答“生产高附加值商品”的企业，广东省（55.6%）最多。



（注）有效答卷企业数在10家以上的省市。

3

为维持现状所采取的办法和措施（分行业）：
致力于向非日资企业以及其他领域和其他地区扩大销路

- 回答维持现状的企业为保持现状，会采取向非日资企业扩大销路、向其他领域和其他地区扩大销路、降低成本等措施。
- 制造业整体回答“降低成本”的占比最高，运输设备零部件行业七成以上选择向非日资企业扩大销路。

为维持现状所采取的办法和措施（分行业，多选）(%)

	通过向非日资企业扩大销路等工作，拓展新销路	调整体制和战略，向全新领域和地区扩大销售	通过更改采购、削减人员等方式，努力降低成本	人才本土化（派驻人员岗位录用本土人才等）	通过集中生产网点，提高生产效率	研发本土化
总数 (469)	44.3	42.2	39.4	23.0	11.3	5.3
制造业 (245)	42.0	38.0	45.7	18.8	14.3	7.8
食品 (13)	53.8	46.2	38.5	7.7	0.0	0.0
纺织与服装 (13)	15.4	38.5	53.8	0.0	30.8	0.0
纸、木制品、印刷 (9)	55.6	44.4	33.3	11.1	11.1	0.0
化学、医药 (17)	35.3	29.4	47.1	17.6	5.9	17.6
塑料制品 (15)	46.7	46.7	26.7	6.7	13.3	6.7
橡胶、陶瓷业、土石 (7)	28.6	28.6	57.1	28.6	0.0	0.0
铁、有色金属、金属 (29)	48.3	44.8	37.9	20.7	6.9	0.0
普通机械设备 (28)	35.7	50.0	39.3	7.1	3.6	10.7
电器电子产品 (13)	15.4	61.5	46.2	23.1	15.4	7.7
电器电子产品零部件 (29)	31.0	27.6	55.2	34.5	13.8	6.9
精密仪器与医疗器械 (5)	20.0	20.0	60.0	0.0	20.0	0.0
运输设备 (5)	40.0	0.0	80.0	20.0	40.0	20.0
运输设备零部件 (41)	73.2	26.8	46.3	22.0	29.3	9.8
非制造业 (224)	46.9	46.9	32.6	27.7	8.0	2.7
建筑业 (7)	57.1	42.9	28.6	42.9	28.6	0.0
运输业 (32)	75.0	28.1	37.5	34.4	9.4	0.0
信息通讯业 (25)	28.0	60.0	28.0	16.0	8.0	8.0
贸易公司与批发业 (51)	60.8	54.9	33.3	31.4	3.9	3.9
零售业 (6)	0.0	50.0	16.7	33.3	0.0	0.0
销售公司 (24)	41.7	54.2	29.2	25.0	4.2	4.2
金融、保险业 (25)	40.0	56.0	52.0	28.0	20.0	0.0
业务相关服务业 (24)	33.3	54.2	25.0	20.8	8.3	4.2

(注1) 高出总数5个百分点以上的数值以浅橘色、高出10个百分点以上的数值以橘色表示。

(注2) 有效答卷企业数在5家以上的行业（“其他制造业”“其他非制造业”除外）。

Copyright © 2025 JETRO. All rights reserved. 15

本资料由JETRO编制。未经允许，严禁转载。

4 | 缩小业务或转移、撤离的企业原因及具体分布（分省市、分行业）： 广东省以及运输设备零部件行业中缩小、转移、撤离较多

- 回答“缩小”或“转移、撤离”业务的企业，分省市来看广东省最多，分行业来看运输设备零部件行业最多。
- 关于“缩小”的原因，包括需求减少以及汽车销售低迷、竞争加剧等因素。

缩小业务或转移、撤离的企业具体分布
（分省市、分行业）

分省市	105	制造业（416）	65
广东省 (122)	27	运输设备零部件 (78)	23
湖北省 (60)	18	铁、有色金属、金属 (47)	8
上海市 (124)	13	塑料制品 (25)	6
江苏省 (85)	8	普通机械设备 (39)	5
辽宁省 (84)	6	电器电子产品 (25)	4
北京市 (79)	6	橡胶、陶瓷业、土石 (14)	4
山东省 (63)	6	纺织与服装 (19)	3
天津市 (28)	6	精密仪器与医疗器械 (15)	3
四川省 (39)	5	纸、木制品、印刷 (14)	3
福建省 (19)	4	其他制造业 (31)	2
重庆市 (22)	3	非制造业（346）	40
浙江省 (17)	2	运输业 (52)	10
		业务相关服务业 (36)	8
		贸易公司与批发业 (76)	7
		销售公司 (42)	4
		信息通讯业 (43)	3
		金融、保险业 (30)	3
		其他非制造业 (27)	3

“缩小”业务的主要原因

- 需求与销量减少，市场萎缩**
- 包括日本在内的产品开发体制不适应市场。考虑今后1～2年缩小业务，今后3～4年撤离。（医疗器械）
- 日系汽车低迷**
- 日本车销量低迷带来物量减少，与竞争对手的**竞争加剧**（运输设备零部件（汽车等））
 - 因中国的**日系汽车销售下滑**（有色金属）

向第三国“转移、撤离”的主要原因

- 需求与销量减少，市场萎缩**
- 基于今后**中国经济预测**日本母公司决定撤离（普通机械设备）
 - **业务只有停滞或减少的趋势**，不得不**向越南等地转移**（印刷与出版）
- 中国的地缘政治风险**
- 基于客户需求的判断，多家零售企业从风险管理的角度，计划降低对中国的供货依赖（纺织）

（注）回答“缩小业务”或“向第三国（地区）转移、撤离”的企业数在2家以上的行业以及省市。

（出处）JETRO “2024年度海外日资企业实况调查（全球篇）”

5 | 后疫情时代的业务开展（分省市，制造业分省市）： 推动培养本土人才，同时增强生产设备

- 关于后疫情时代采取的措施，半数以上企业提到培养本土人才（55.2%）。
- 仅就制造业而言，培养本土人才（51.5%）排在第一位，增强设备（30.3%）及生产品类多品种化（27.1%）紧随其后。

后疫情时代采取的措施（多选） (%)

	培养本土人才	派驻人员 岗位本土化	推动脱碳化（引进 可再生能源、节能）	加大录用 本土人才	CSR（企业 社会责任）活动
总数 (658)	55.2	27.8	15.8	15.3	15.3
北京市 (59)	64.4	40.7	13.6	18.6	16.9
天津市 (19)	63.2	26.3	15.8	5.3	21.1
浙江省 (15)	60.0	13.3	13.3	6.7	13.3
四川省 (38)	57.9	18.4	5.3	21.1	15.8
江苏省 (69)	56.5	31.9	17.4	10.1	11.6
上海市 (106)	55.7	28.3	7.5	14.2	11.3
重庆市 (18)	55.6	33.3	11.1	11.1	27.8
广东省 (109)	55.0	22.0	25.7	16.5	19.3
辽宁省 (75)	54.7	25.3	18.7	20.0	20.0
山东省 (60)	53.3	18.3	13.3	26.7	6.7
其他 (19)	47.4	36.8	15.8	10.5	21.1
湖北省 (53)	47.2	34.0	18.9	9.4	18.9
福建省 (18)	38.9	44.4	22.2	0.0	0.0

后疫情时代采取的措施（制造业，多选） (%)

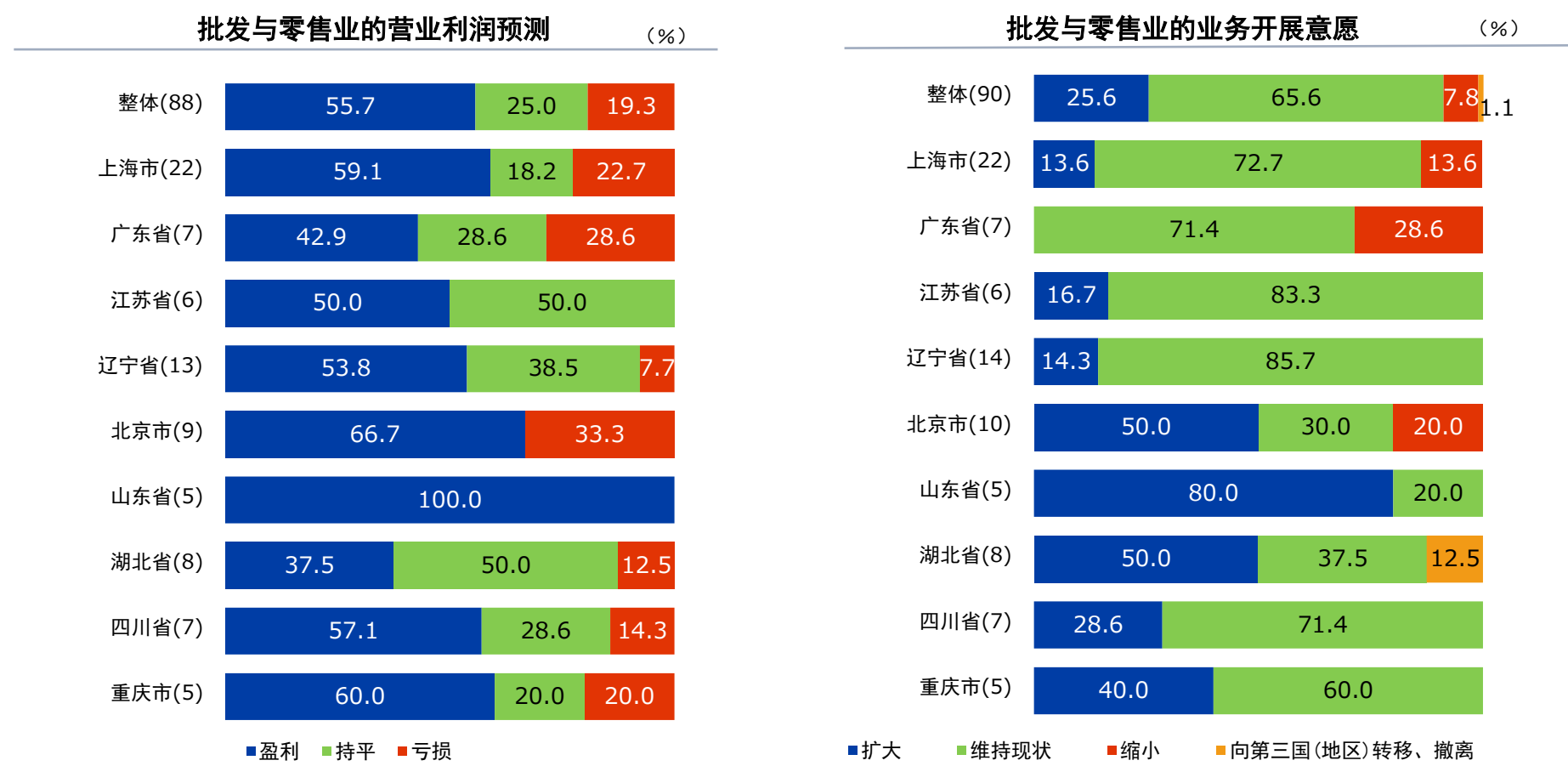
	培养本土人才	增强设备	生产品类 多品种化	派驻人员 岗位本土化	引进新生产 技术
总数 (373)	51.5	30.3	27.1	24.9	24.4
天津市 (10)	70.0	20.0	10.0	30.0	0.0
上海市 (33)	60.6	18.2	24.2	27.3	18.2
山东省 (41)	56.1	34.1	43.9	17.1	31.7
重庆市 (9)	55.6	11.1	22.2	33.3	22.2
广东省 (79)	54.4	31.6	27.8	19.0	31.6
北京市 (13)	53.8	15.4	30.8	30.8	23.1
浙江省 (13)	53.8	46.2	46.2	7.7	15.4
其他 (17)	52.9	52.9	35.3	35.3	35.3
江苏省 (52)	51.9	30.8	17.3	30.8	19.2
四川省 (16)	50.0	31.3	31.3	12.5	25.0
辽宁省 (45)	40.0	40.0	22.2	24.4	28.9
福建省 (15)	40.0	13.3	26.7	40.0	13.3
湖北省 (30)	40.0	23.3	20.0	33.3	16.7

(注1) 高出总数5个百分点以上的数值以浅橘色、高出10个百分点以上的数值以橘色表示。
(注2) 各表选取总数中回答占比排在前五的项目。

6

批发与零售业的营业利润预测及业务开展意愿（分省市）： 山东省、北京市、重庆市盈利占比高且扩大意愿强烈

- 分省市来看批发与零售业（参见注1）的营业利润预测及今后的业务开展意愿，山东省、北京市、重庆市盈利占比达到六成以上，扩大意愿也大幅超过平均（25.6%）水平。湖北省虽然盈利占比低于平均水平，但扩大意愿强烈。



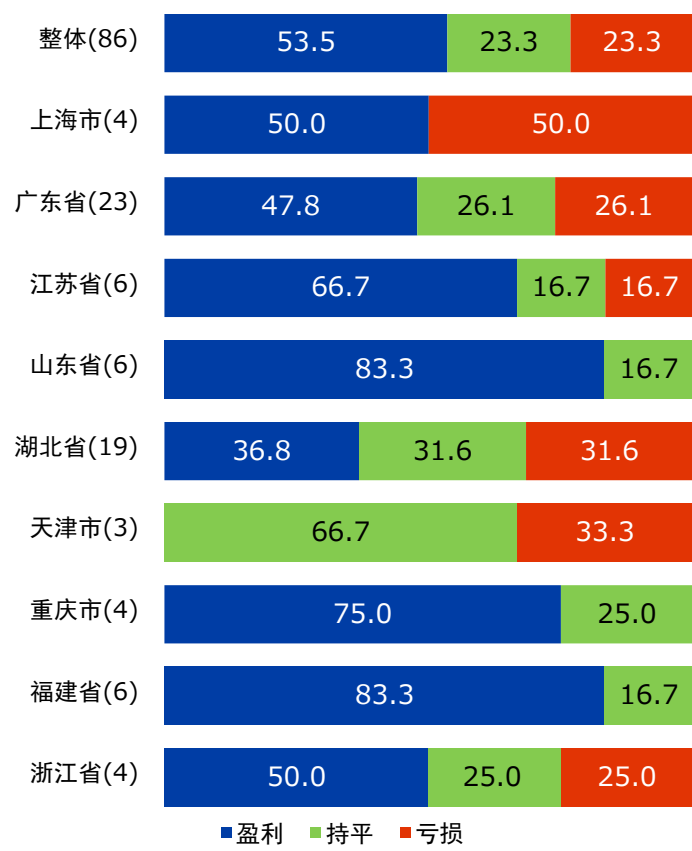
(注1) 行业为“贸易公司与批发业”和“零售业”的合计。
(注2) 省市按回答企业总数由多到少排序（参见第3页）。
(注3) 选取有效答卷企业数在4家以上的省市。

7

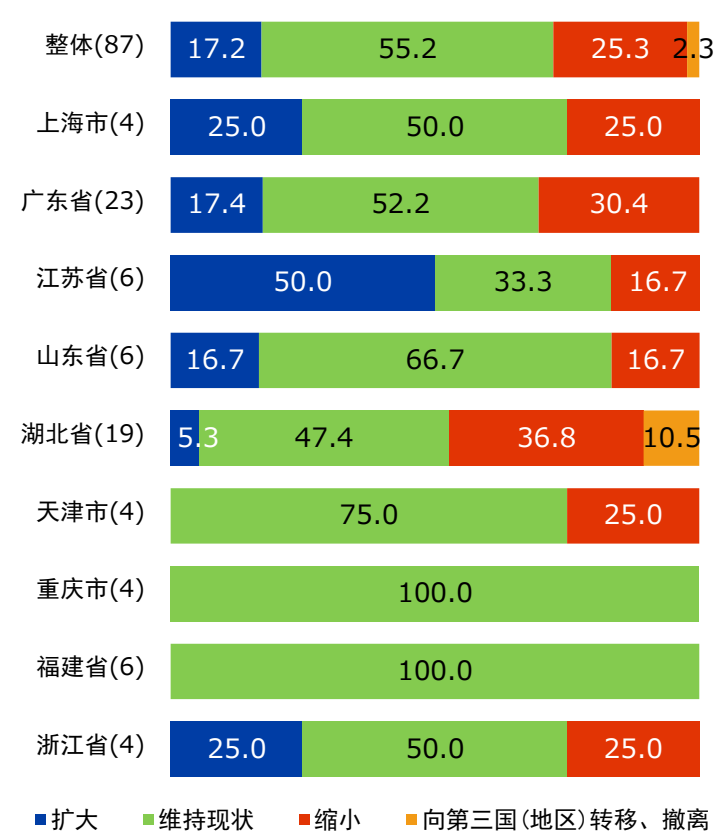
运输设备及其零部件行业的营业利润预测及业务开展意愿（分省市）： 长三角地区盈利占比高且扩大意愿也较强烈

- 分省市来看运输设备及其零部件（参见注1）行业的营业利润预测及今后的业务开展意愿，上海市、江苏省、浙江省等长三角地区过半企业预期盈利且扩大意愿高于行业平均（17.2%）水平。
- 而广东省、湖北省亏损企业数量最多。在湖北省回答“缩小”和“转移、撤离”的企业之和将近一半。

运输设备及其零部件行业的营业利润预测 (%)



运输设备及其零部件行业的业务开展意愿 (%)



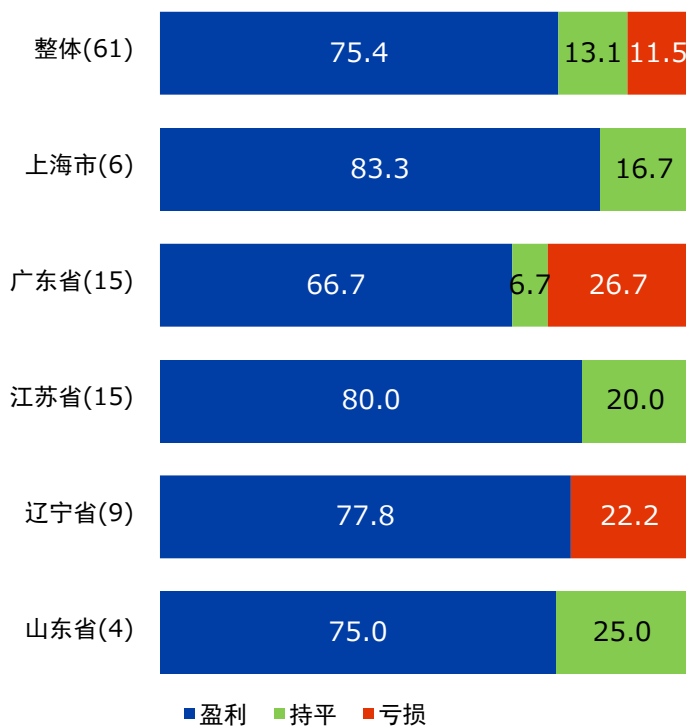
(注1) 行业为“运输设备（汽车等）”和“运输设备零部件（汽车等）”的合计。
 (注2) 省市按回答企业总数由多到少排序（参见第3页）。
 (注3) 选取有效答卷企业数在3家以上的省市。

8

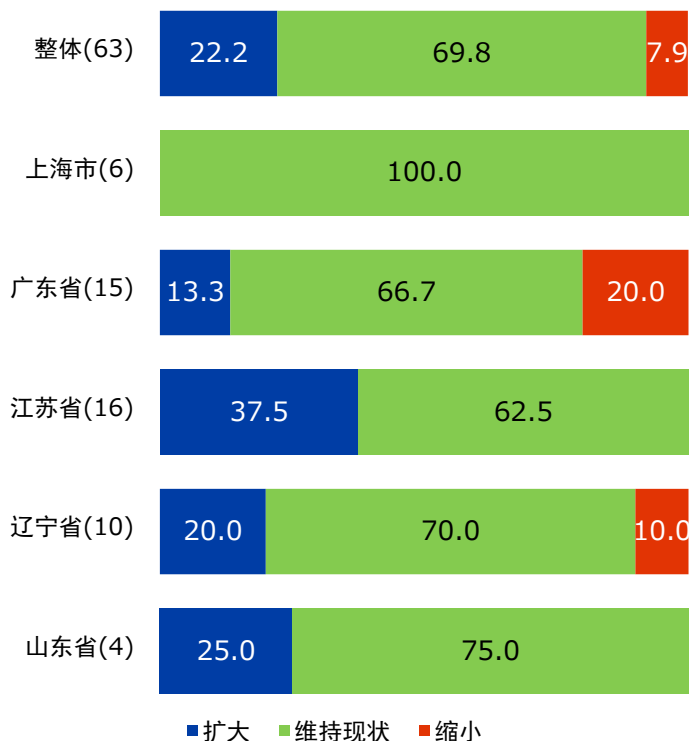
电器电子产品（含零部件）行业的营业利润预测与业务开展意愿（分省市）： 江苏省盈利占比高且扩大意愿较强烈

- 分省市来看电器电子产品（含零部件，参见注1）行业的营业利润预测及今后的业务开展意愿，江苏省的盈利占比为八成且扩大意愿也大幅超过行业平均（22.2%）水平。
- 而广东省、辽宁省的亏损占比较高，广东省的两成企业表现出缩小业务的意向。

电器电子产品（含零部件）行业的营业利润预测 (%)



电器电子产品（含零部件）行业的业务开展意愿 (%)



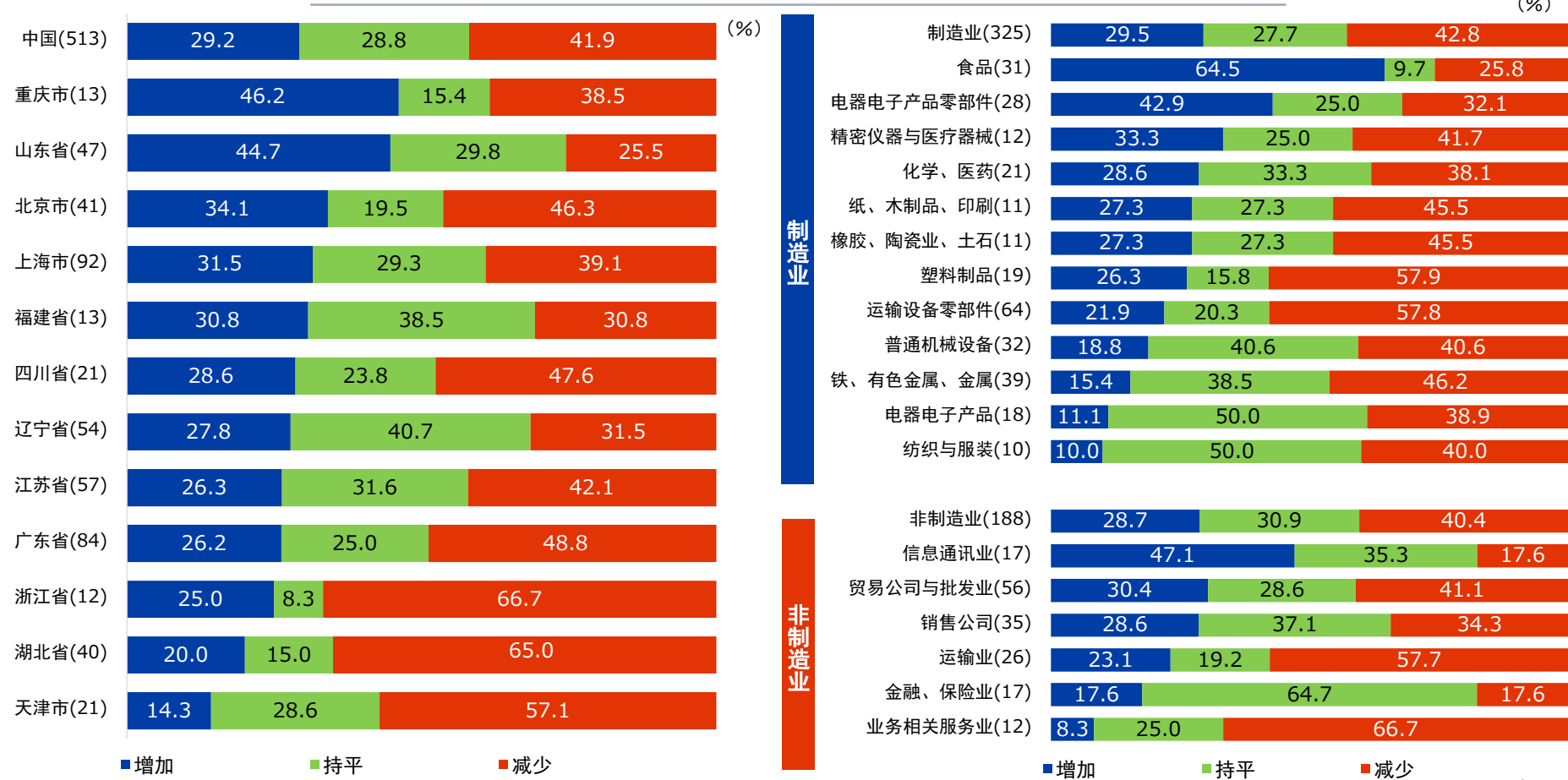
(注1) 行业为“电器电子产品”和“电器电子产品零部件”的合计。
(注2) 省市按回答企业总数由多到少排序（参见第3页）。
(注3) 选取有效答卷企业数在3家以上的省市。

III. 竞争环境的变化

1 市场份额（分省市、分行业）： 超四成企业市场份额比五年前减少

- 与2019年相比认为主要产品及服务的市场份额“减少”的占比在中国整体超过四成。分省市来看，浙江省、湖北省有超过六成的企业回答“减少”。
- 分行业来看，食品行业回答“扩大”的占比超过六成，而业务相关服务业、塑料制品、运输设备零部件、运输业等行业回答“减少”的占比超过五成。

与五年前（2019年）相比，进驻地主要产品及服务的市场份额



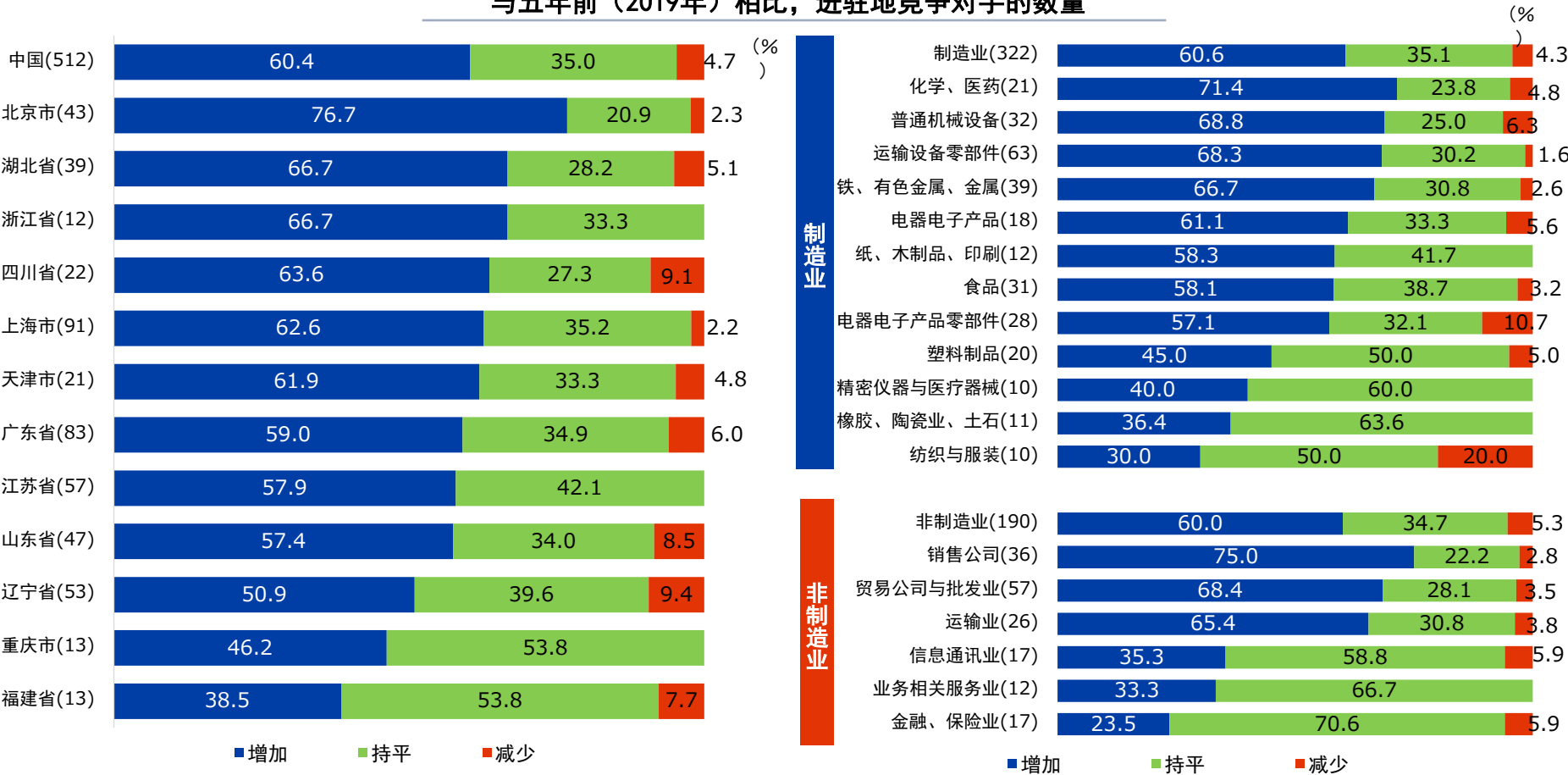
(注) 分行业图表上的行业为除“其他制造业”“其他非制造业”外有效答卷企业数在10家以上的行业。

2

竞争对手的数量（分省市、分行业）：
超六成企业回答与五年前相比竞争对手的数量增加

- 与2019年相比认为竞争对手的数量“增加”的占比在中国整体超过六成。北京市有76.7%的企业回答“增加”。
- 分行业来看，销售公司（75.0%）、化学、医药（71.4%）、普通机械设备（68.8%）、贸易公司与批发业（68.4%）、运输设备零部件（68.3%）等行业回答“增加”的比例较高。

与五年前（2019年）相比，进驻地竞争对手的数量

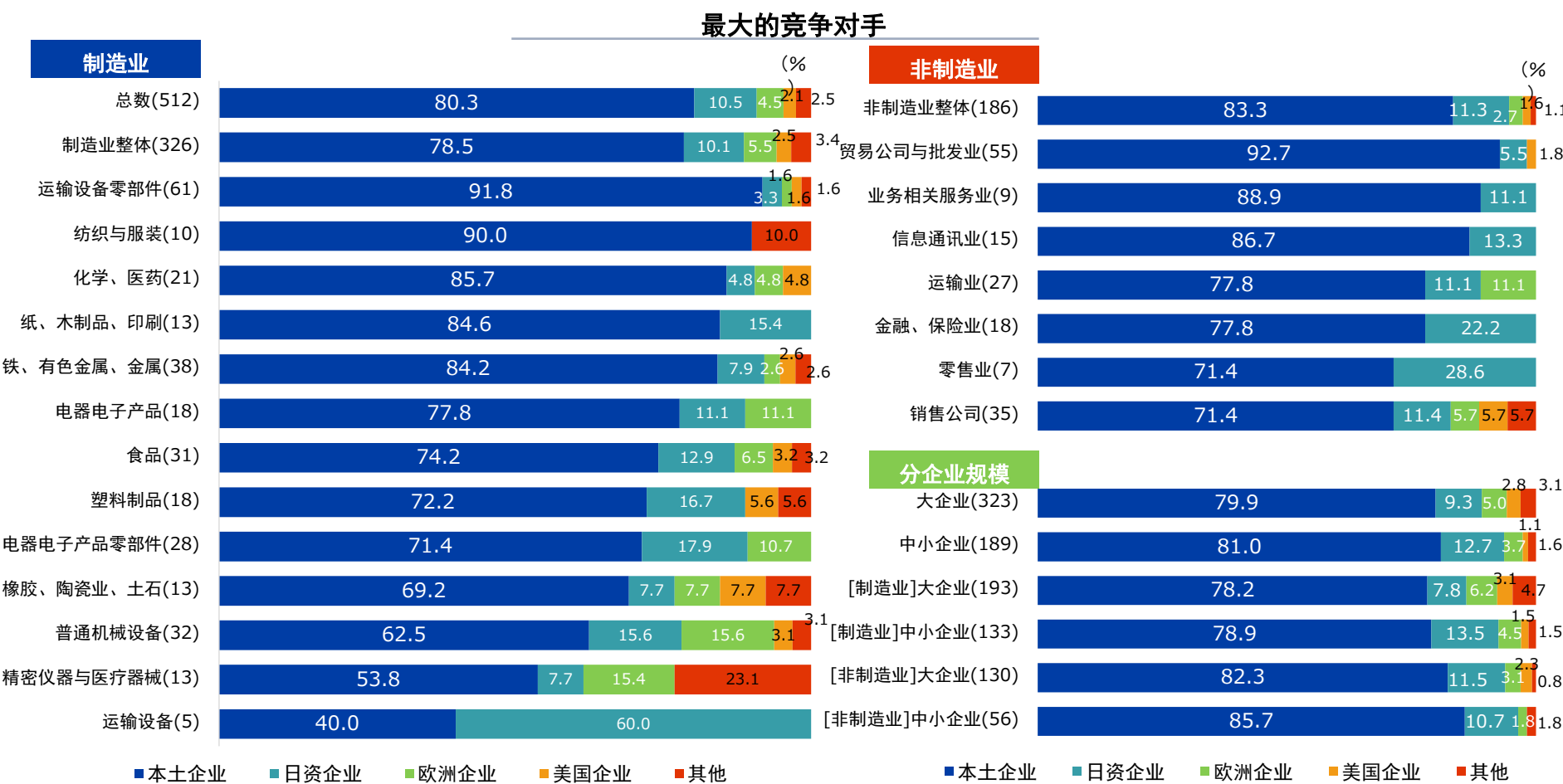


（注）分行业图表上的行业为除“其他制造业”“其他非制造业”外有效答卷企业数在10家以上的行业。

3

最大的竞争对手企业（分行业、分企业规模）：
在华日资企业中有八成企业视本土企业为最大的竞争对手

■ 在华日资企业眼中最大的竞争对手是本土企业，占比达到80.3%。尤其在运输设备零部件、贸易公司与批发业、纺织与服装等行业中这一占比更是达到九成以上。



4

视为最大竞争对手的原因（分行业）：
竞争对手的成本竞争力和快速决策能力形成威胁

- 视为最大竞争对手的原因中，“成本竞争力”占比最高，整体中超过八成。
- 回答“快速决策能力”的企业占比为整体的55.8%，超过一半，回答“品牌及知名度”的企业，在运输设备/精密仪器与医疗器械/金融、保险业等行业中占有较高的比重。

视为最大竞争对手的原因（多选，总数中回答占比20%以上的项目）

(%)

	成本竞争力	快速决策能力（客户应对以及当地市场贴合程度等）	与当地企业合作，结成合作伙伴关系	高超的营销能力（公关战略、向客户提案等）	开发出符合市场需求的产品及服务的能力	交货及提供的速度	销售网络	产品及服务的技术能力	品牌及知名度	合规应对工作的差距
总数 (509)	84.7	55.8	27.5	27.3	26.1	24.8	24.0	23.8	21.2	21.2
制造业 (323)	85.8	53.6	24.8	27.6	24.5	26.3	20.7	26.0	19.5	18.9
纸、木制品、印刷 (12)	100.0	50.0	25.0	25.0	16.7	25.0	25.0	25.0	33.3	25.0
运输设备零部件 (59)	96.6	74.6	25.4	28.8	25.4	35.6	11.9	16.9	6.8	18.6
化学、医药 (21)	95.2	57.1	28.6	23.8	19.0	14.3	23.8	28.6	19.0	14.3
铁、有色金属、金属 (38)	94.7	44.7	23.7	21.1	2.6	15.8	7.9	15.8	5.3	7.9
电器电子产品 (18)	83.3	55.6	11.1	16.7	38.9	22.2	16.7	33.3	22.2	11.1
电器电子产品零部件 (28)	82.1	46.4	21.4	28.6	17.9	35.7	10.7	28.6	10.7	17.9
运输设备 (5)	80.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	40.0	80.0	0.0
普通机械设备 (32)	78.1	59.4	12.5	31.3	37.5	31.3	25.0	40.6	28.1	28.1
塑料制品 (18)	77.8	55.6	22.2	33.3	27.8	5.6	16.7	38.9	5.6	22.2
橡胶、陶瓷业、土石 (13)	76.9	30.8	30.8	23.1	23.1	30.8	30.8	38.5	23.1	15.4
食品 (31)	74.2	38.7	32.3	32.3	32.3	19.4	51.6	25.8	41.9	25.8
纺织与服装 (10)	70.0	40.0	30.0	40.0	30.0	40.0	30.0	30.0	30.0	30.0
精密仪器与医疗器械 (13)	69.2	46.2	38.5	46.2	46.2	30.8	30.8	46.2	53.8	15.4
非制造业 (186)	82.8	59.7	32.3	26.9	29.0	22.0	29.6	19.9	24.2	25.3
贸易公司与批发业 (55)	96.4	76.4	34.5	25.5	30.9	27.3	38.2	16.4	12.7	25.5
业务相关服务业 (9)	88.9	44.4	22.2	11.1	33.3	22.2	11.1	22.2	33.3	22.2
运输业 (27)	85.2	48.1	44.4	33.3	7.4	11.1	25.9	3.7	18.5	25.9
销售公司 (35)	80.0	62.9	25.7	11.4	25.7	31.4	22.9	34.3	25.7	14.3
信息通讯业 (15)	66.7	26.7	20.0	33.3	40.0	6.7	20.0	20.0	26.7	26.7
金融、保险业 (18)	66.7	44.4	44.4	55.6	50.0	11.1	44.4	22.2	50.0	33.3
零售业 (7)	28.6	85.7	28.6	28.6	42.9	42.9	28.6	28.6	42.9	28.6

5

竞争环境下的措施（分行业）：
制造业降低成本，非制造业重视与当地企业的协作

- 作为进驻地市场上的竞争措施，回答“降低成本”的占比最高，尤其在制造业中超过六成。
- 非制造业中，回答“与当地企业开展协作、合作”“产品及服务的多元化”的占比相对较高。

在进驻地市场竞争中着重开展的措施（多选，总数中回答占比20%以上的项目）

(%)

	降低成本 （降低人工费、水电费等费用，提高生产效率等）	产品及服务的开发	产品及服务的多元化	下调价格（包括调整利润空间）	加强营销与公关	与当地企业开展协作、合作	扩大销售渠道（运用EC和SNS，引进新的销售方式）
总数 (514)	54.9	40.9	36.2	35.4	32.5	31.5	23.3
制造业 (325)	62.2	42.5	31.4	36.9	29.2	20.9	21.2
塑料制品 (20)	85.0	40.0	40.0	25.0	10.0	15.0	20.0
运输设备零部件 (60)	80.0	38.3	23.3	51.7	30.0	16.7	11.7
电器电子产品零部件 (28)	75.0	28.6	14.3	46.4	32.1	14.3	10.7
橡胶、陶瓷业、土石 (13)	69.2	53.8	38.5	46.2	15.4	15.4	23.1
运输设备 (6)	66.7	33.3	0.0	16.7	16.7	16.7	0.0
普通机械设备 (32)	62.5	40.6	46.9	53.1	37.5	31.3	21.9
铁、有色金属、金属 (37)	59.5	24.3	32.4	37.8	13.5	18.9	21.6
电器电子产品 (17)	58.8	41.2	41.2	35.3	29.4	17.6	17.6
化学、医药 (21)	57.1	57.1	33.3	23.8	28.6	19.0	9.5
纺织与服装 (10)	50.0	60.0	10.0	20.0	30.0	20.0	20.0
纸、木制品、印刷 (12)	50.0	75.0	25.0	50.0	41.7	25.0	33.3
食品 (31)	35.5	54.8	32.3	16.1	32.3	12.9	45.2
精密仪器与医疗器械 (13)	30.8	15.4	30.8	23.1	61.5	46.2	38.5
非制造业 (189)	42.3	38.1	44.4	32.8	38.1	49.7	27.0
零售业 (7)	71.4	85.7	42.9	57.1	28.6	42.9	57.1
金融、保险业 (18)	55.6	33.3	38.9	16.7	38.9	55.6	11.1
运输业 (27)	51.9	33.3	48.1	59.3	59.3	59.3	14.8
销售公司 (36)	41.7	38.9	41.7	27.8	30.6	41.7	41.7
信息通讯业 (16)	37.5	37.5	37.5	0.0	37.5	43.8	6.3
业务相关服务业 (11)	36.4	45.5	45.5	9.1	18.2	63.6	18.2
贸易公司与批发业 (54)	31.5	31.5	55.6	35.2	35.2	53.7	33.3

（注）除“其他制造业”“其他非制造业”外有效答卷企业数在5家以上的行业。

6

日资企业的优势与劣势（分行业）：
认为优势在于性能和品质，劣势在于价格

- 制造业中有较多的企业认为优势在于“高性能与高品质”，劣势在于“价格”。
此外，运输设备零部件行业的企业，还在“迅速开发出符合市场需求的产品及服务的能力”“市场营销与销售”“投放市场的速度”等方面感觉存在一定劣势。
- 非制造业企业中有不少企业认为在“完善的售后服务”及“人才”方面存在优势。

在目标市场上的优势与劣势 DI值

(多选，分行业，制造业与非制造业答卷企业数排在前四的行业)

(百分点)

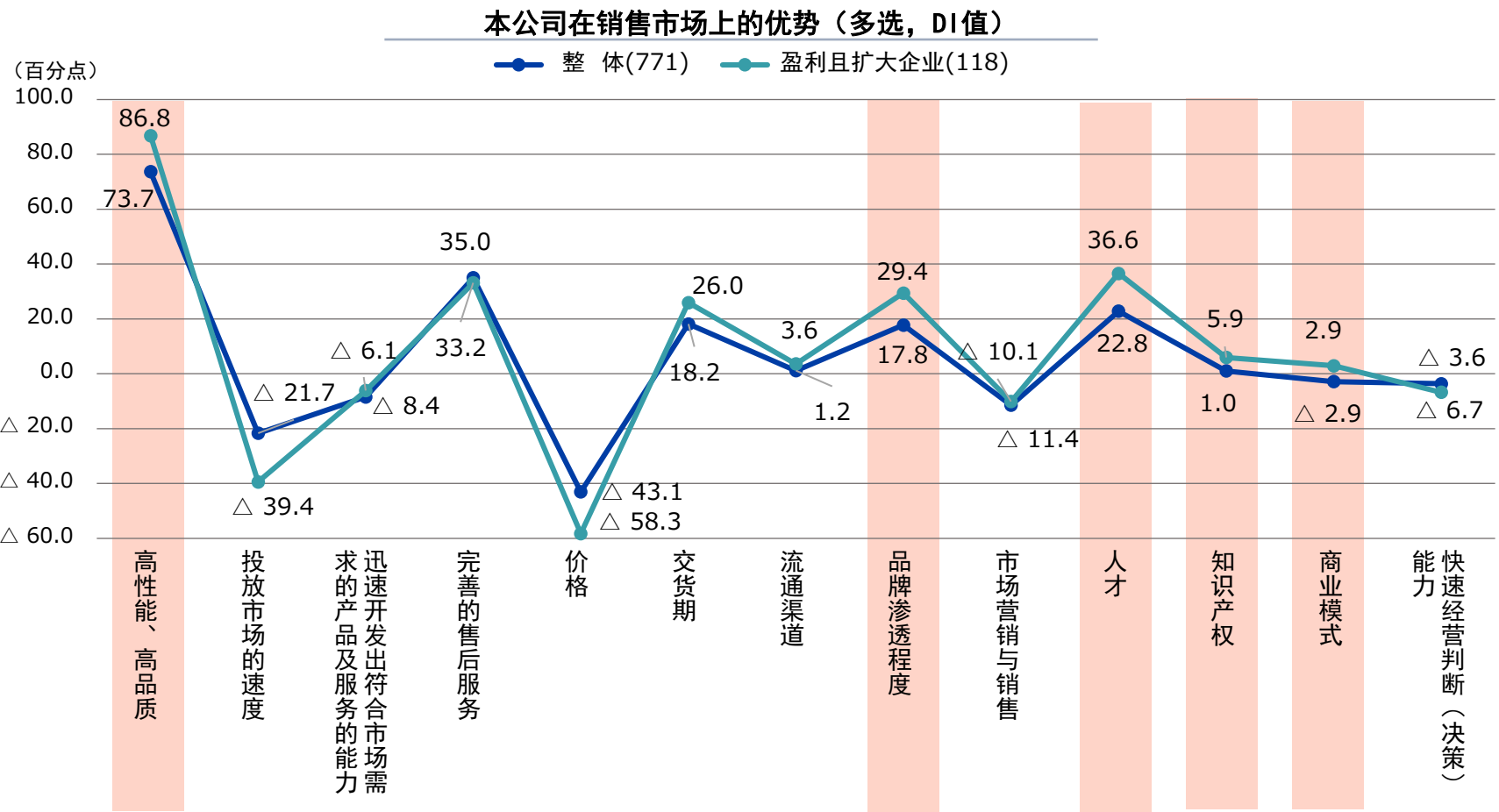
	总数 (771)	制造业 (420)	运输设备 零部件(78)	铁、有 色金属、 金属(47)	普通机械 设备(39)	电器电子 产品零件 (39)	非制造 业(351)	贸易公司 与批发业 (77)	运输业 (52)	销售公司 (45)	信息通讯 业(43)
高性能与高品质	73.7	79.3	75.6	87.2	79.5	84.6	67.0	72.7	59.6	84.4	76.7
完善的售后服务	35.0	33.3	44.9	40.4	15.4	38.5	37.0	46.8	40.4	42.2	37.2
人才	22.8	13.3	25.6	14.9	△ 7.7	12.8	34.2	31.2	26.9	33.3	48.8
交货期	18.2	24.5	33.3	23.4	△ 2.6	35.9	10.5	2.6	19.2	11.1	23.3
品牌渗透程度	17.8	20.2	26.9	19.1	10.3	35.9	14.8	6.5	9.6	51.1	△ 9.3
流通渠道	1.2	△ 2.4	11.5	△ 6.4	△ 15.4	12.8	5.4	24.7	7.7	20.0	△ 7.0
知识产权	1.0	△ 1.2	△ 3.8	△ 4.3	7.7	0.0	3.7	△ 5.2	△ 3.8	11.1	0.0
商业模式	△ 2.9	△ 6.2	△ 12.8	2.1	△ 20.5	2.6	1.1	△ 3.9	△ 1.9	△ 8.9	9.3
快速经营判断（决策）能力	△ 3.6	△ 3.3	△ 9.0	10.6	△ 15.4	12.8	△ 4.0	△ 10.4	△ 15.4	△ 15.6	23.3
迅速开发出符合市场需求的产品及服务的能力	△ 8.4	△ 14.5	△ 29.5	△ 8.5	△ 35.9	△ 2.6	△ 1.1	△ 15.6	3.8	△ 8.9	25.6
市场营销与销售	△ 11.4	△ 16.2	△ 24.4	△ 12.8	△ 35.9	0.0	△ 5.7	△ 9.1	△ 7.7	△ 2.2	△ 11.6
投放市场的速度	△ 21.7	△ 21.4	△ 37.2	△ 19.1	△ 28.2	△ 7.7	△ 21.9	△ 27.3	△ 17.3	△ 42.2	2.3
价格	△ 43.1	△ 48.1	△ 51.3	△ 46.8	△ 46.2	△ 41.0	△ 37.0	△ 53.2	△ 34.6	△ 44.4	△ 14.0

优势

劣势

7 | 日资企业的优势和劣势（与业绩坚挺的企业相比较）： 业绩坚挺且志在扩大的企业在品质、品牌、人才方面具有优势

- 按照销售市场上的优势和劣势，对于回答2024年的营业利润预测为“盈利”且今后将“扩大”业务的企业（盈利且扩大企业，参见注）和整体平均水平进行比较，可以看到在“高性能、高品质”“品牌渗透程度”“人才”等三项上，盈利且扩大企业的优势高出整体平均水平10个百分点以上。
- 盈利且扩大企业相比整体平均水平，更多是依靠品牌、产品及服务品质的高低谋求差异化，而不是依靠价格。



（注）回答2024年营业利润预测为盈利且回答会扩大业务的企业（118家）。

IV. 供应链管理

1

采购供货商构成（分省市、分行业、分企业规模）：

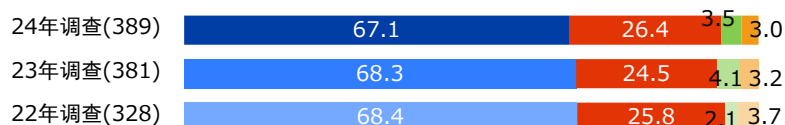
当地采购率约占七成，电器电子产品从日本采购率约占三成

- 中国的采购供货商构成（平均值）中，“当地”（67.1%）占比最高，其次是“日本”（26.4%）和“东盟”（3.5%）。当地采购率比上一年度（68.3%）下降1.2个百分点。分省市来看，湖北省的当地采购率连续3年超过八成。福建省、重庆市、山东省从日本采购率超过三成。
- 分行业来看，食品在当地采购率为76.2%，占比最高。而电器电子产品（31.5%）及其零部件（32.9%）从日本采购率相对较高，超过三成。

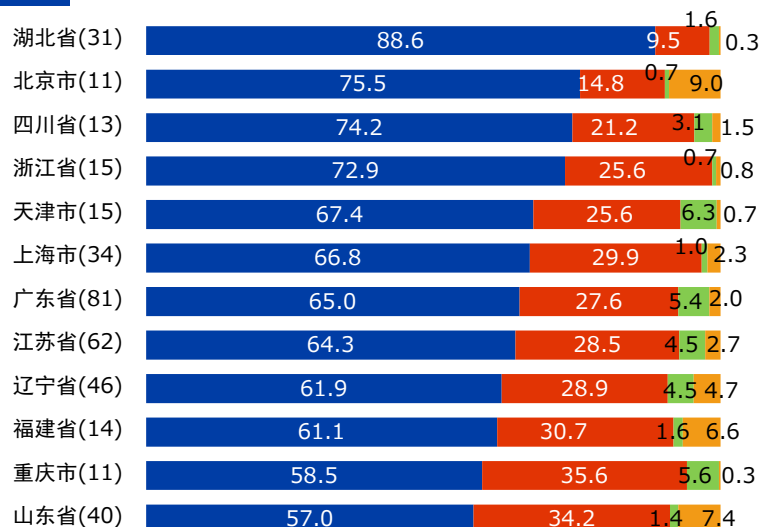
原材料及零部件采购供货商构成（分省市、分行业、分企业规模，使回答的百分比之和达到100%）

中国整体

(%)

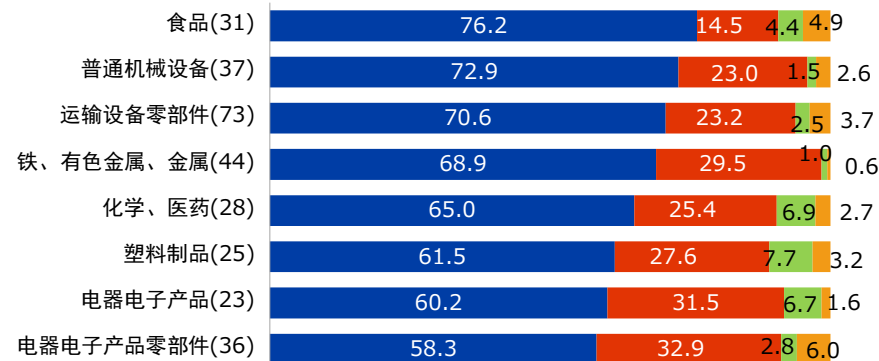


分省市



分行业

(%)



(注) 分行业图表中的行业为有效答卷企业数在20家以上的行业。

分企业规模

(%)



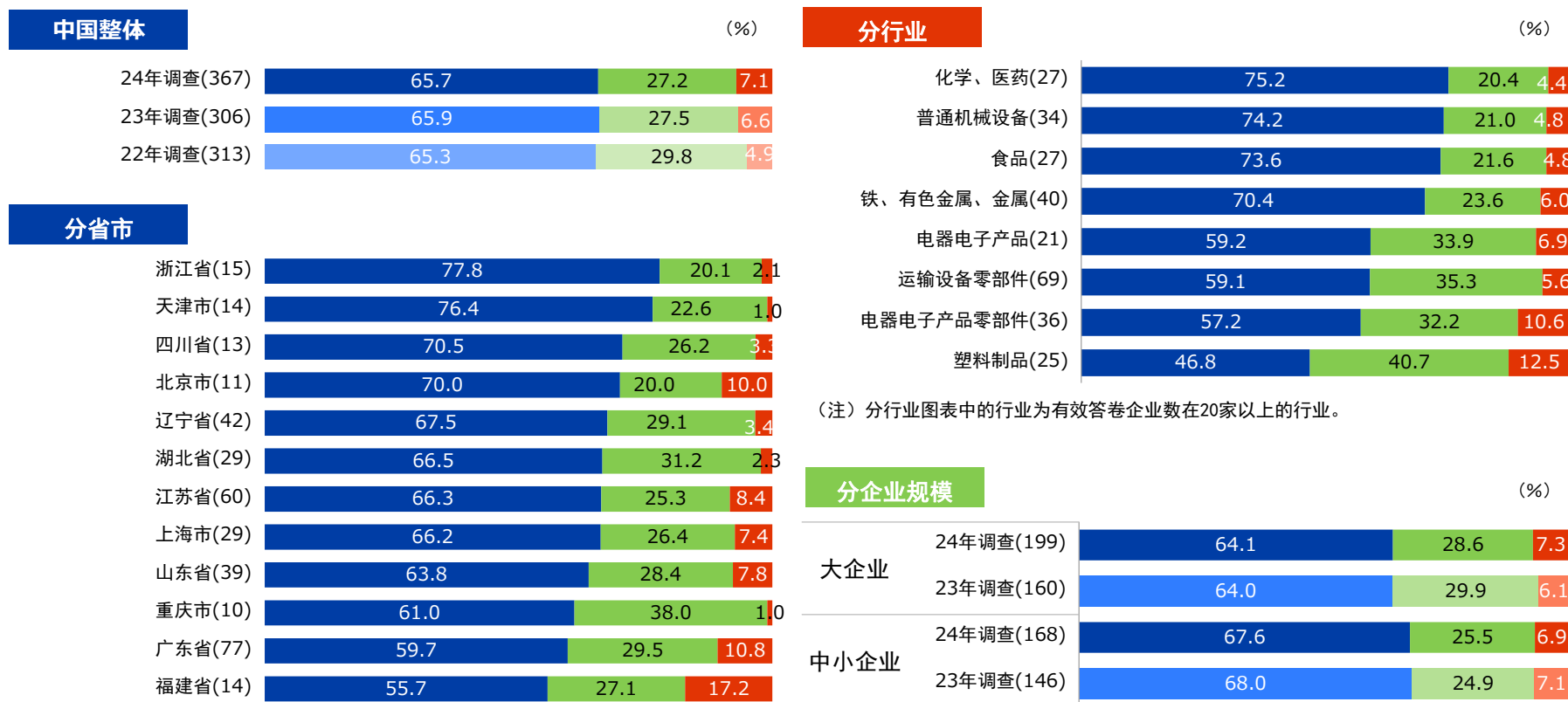
(注) 分省市图表中的省市为有效答卷企业数在5家以上的省市。

■ 当地 ■ 日本 ■ 东盟 ■ 其他

2 本地采购供货商构成（分省市、分行业、分企业规模）： 本土供货商最多，运输设备零部件等行业日资超过三成

- 本地采购供货商构成（平均值）依次为“本土企业”（65.7%），“进驻当地的日资企业”（27.2%）、“其他外资企业”（7.1%）。分省市来看，湖北省、重庆市从日资企业采购比例超过三成。
- 分行业来看，化学、医药行业的占比为75.2%，比例最高，普通机械设备/食品/铁、有色金属、金属等行业的占比超过七成。塑料制品、运输设备零部件、电器电子产品、电器电子产品零部件等行业中从日资企业采购比例超过三成。

本地采购供货商构成（分省市、分行业、分企业规模，使回答的百分比之和达到100%）



（注）分行业图表中的行业为有效答卷企业数在20家以上的行业。

（注）分省市图表中的省市为有效答卷企业数在5家以上的省市。

■ 本土企业 ■ 进驻当地的日资企业 ■ 其他外资企业

3

近5年采取的采购措施（分行业）： 七成企业致力于开拓新供货商

仅限制制造业

- 关于近5年采取的措施，回答“开拓新供货商”“增加当地采购”的占比较高。
- 分行业来看，运输设备行业中回答“开拓新供货商”“增加当地采购”“加强内制化”的占比高于整体，电器电子产品行业中回答“增加当地采购”“加强内制化”，食品行业中回答“分散供应商”，精密仪器与医疗器械行业中回答“加强内制化”的占比相对较高。

近5年采取的采购措施（制造业、分行业，多选）

（%）

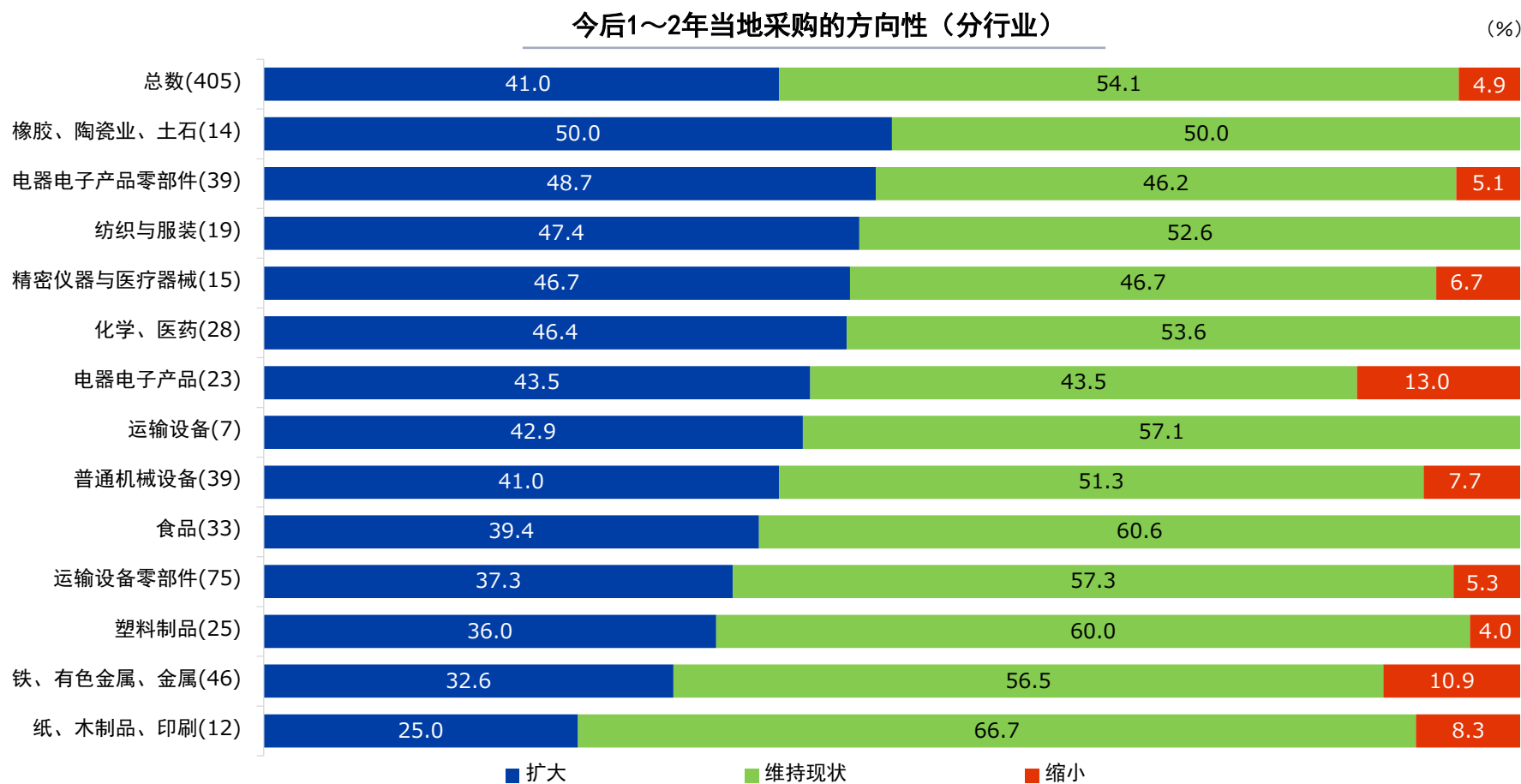
	开拓新供应商	增加本地采购	强化自制化	分散供应商	改为注重环保和脱碳的采购方针	分散采购国家和地区	其他
总数(381)	70.1	60.1	27.3	27.0	9.2	7.1	4.7
运输设备(7)	85.7	71.4	57.1	14.3	0.0	0.0	0.0
纸、木制品、印刷(11)	81.8	36.4	54.5	54.5	0.0	18.2	0.0
化学、医药(26)	76.9	65.4	19.2	23.1	11.5	7.7	3.8
橡胶、陶瓷业、土石(13)	76.9	69.2	23.1	23.1	7.7	7.7	0.0
电器电子产品(24)	75.0	83.3	37.5	16.7	12.5	4.2	12.5
普通机械设备(35)	74.3	48.6	31.4	34.3	8.6	5.7	8.6
运输设备零部件(70)	74.3	62.9	35.7	22.9	11.4	8.6	5.7
食品(29)	72.4	44.8	24.1	44.8	3.4	3.4	3.4
精密仪器与医疗器械(13)	69.2	69.2	53.8	30.8	0.0	0.0	0.0
电器电子产品零部件(38)	68.4	63.2	18.4	34.2	13.2	7.9	2.6
纺织与服装(18)	61.1	55.6	5.6	33.3	5.6	5.6	5.6
塑料制品(24)	58.3	66.7	8.3	33.3	0.0	8.3	4.2
铁、有色金属、金属(43)	55.8	46.5	30.2	9.3	9.3	7.0	4.7

（注）高出总数5个百分点以上的数值以浅橘色、高出10个百分点以上的数值以橘色表示。

4 今后1~2年当地采购的方向性（分行业）： 维持现状最多，扩大也增至四成

仅限制制造业

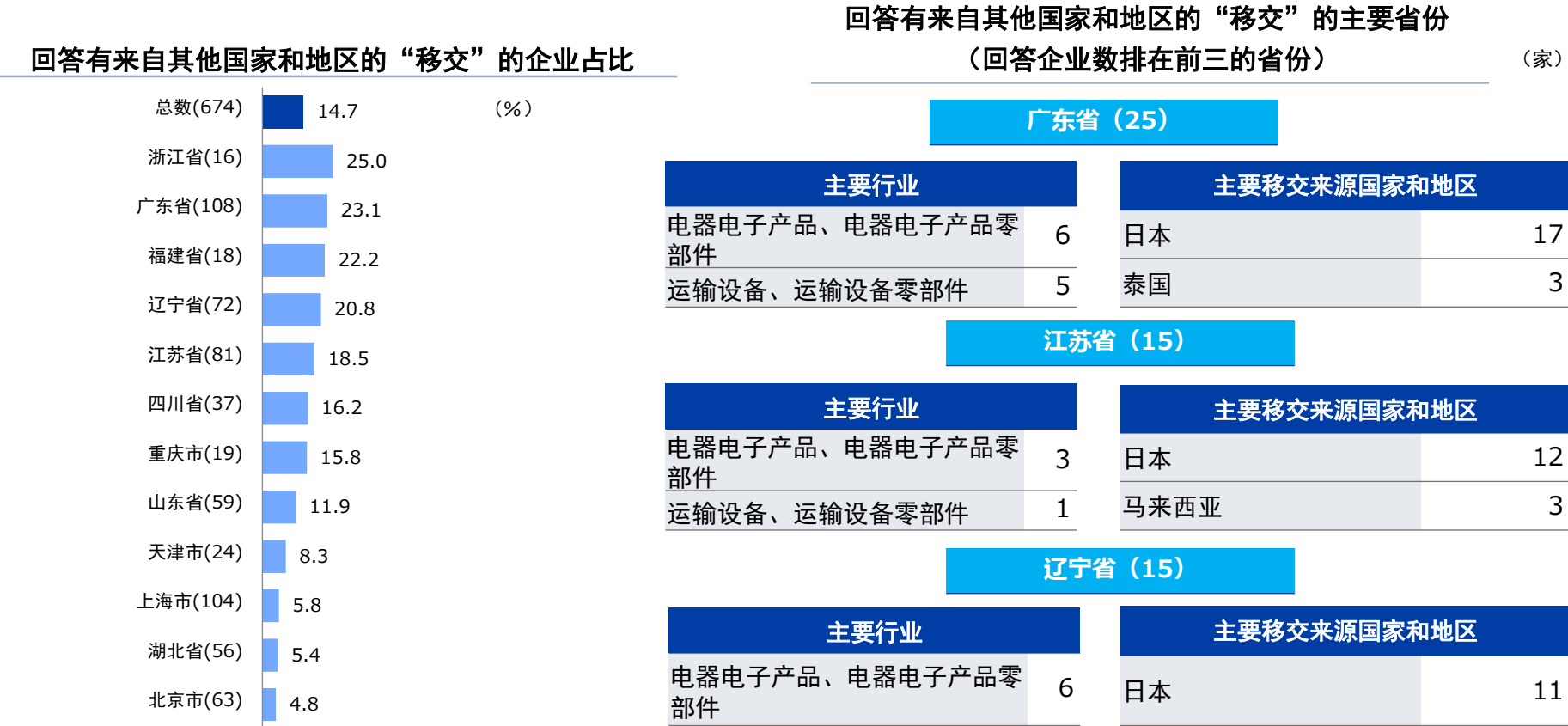
- 关于今后1~2年制造业当地采购的方向性，回答“维持现状”的占比超过五成，回答“扩大”的占比为41%，比上年调查（33.4%）有所上升。
- 分行业来看，橡胶、陶瓷业、土石行业中回答“扩大”的占比达到五成，电器电子产品零部件行业中回答“扩大”的占比相比上年调查上升24.4个百分点，显示出较大增幅。



5

近5年有无生产功能移交（分省市）：
14.7%的企业回答有来自其他国家和地区的生产功能移交

- 回答近5年（2019～2024年）内有来自其他国家和地区的生产功能移交的占比为14.7%。移交来源国方面，不论数量还是占比，日本最多（回答存在生产功能移交的企业中76.6%，多选）。
- 分行业来看，在橡胶、陶瓷业、土石/电器电子产品零部件/普通机械设备等行业中，回答存在生产功能移交的占比超过三成。



(注1) 刊登的是回答“存在移交”且排在前十二的省市。

(注2) 省市名后括号内为有效答卷数。

(注1) 主要行业、主要移交来源国家和地区均为多选。

(注2) 选取中国整体范围内答卷企业数排在前三的行业。

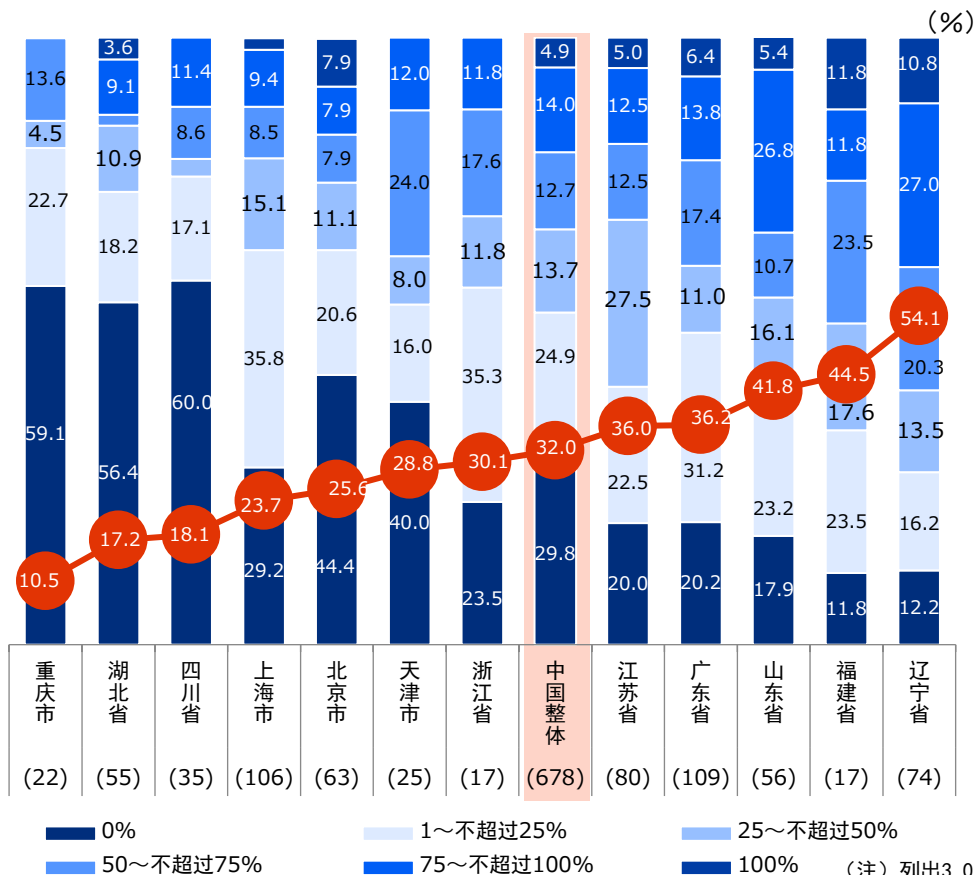
另外，辽宁省的“运输设备、运输设备零部件”无有效答卷。

V. 进出口及EPA/FTA

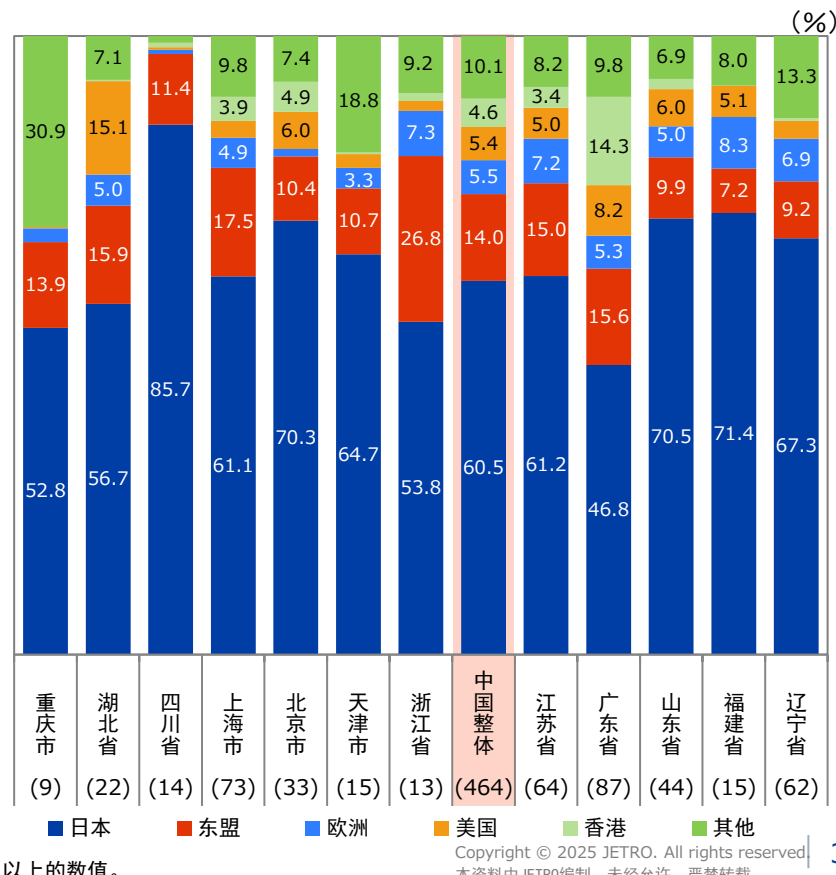
1 | 出口平均占比，出口目的地构成（分省市）： 中国整体的出口平均占比下降，对日出口占比最大

- 从中国整体来看，出口在销售额中的平均占比为32.0%，相比上年（34.6%）转为下降。其中，出口占比100%的企业比例为4.9%，出口占比0%（100%内销型）的企业比例为29.8%。同时，按出口目的地来看，日本占比最多（60.5%），其次是东盟、欧洲。
- 分省市来看，辽宁省的出口平均占比超过五成，重庆市、湖北省、四川省则不到两成。

出口在销售额中的平均占比（分省市，按0~100%来回答）



出口目的地构成（分省市，使回答的百分比之和达到100%）

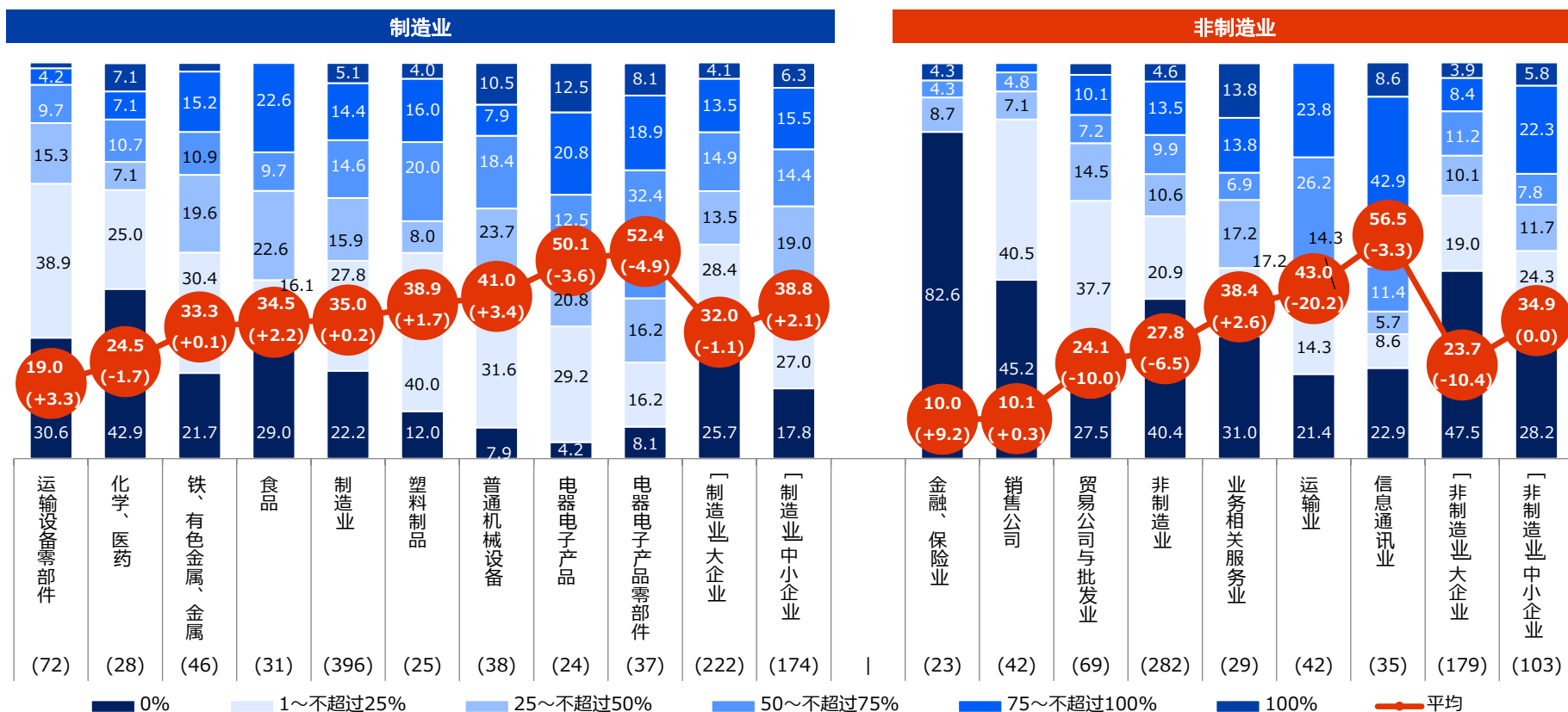


2 | 平均出口占比（分行业）： 出口占比的增幅和降幅在不同行业存在差距

- 分行业来看，出口在销售额中的平均占比，制造业为35.0%，比上年调查（34.8%）略有上升。与上年相比，电器电子产品零部件行业下降4.9个百分点，电器电子产品行业下降3.6个百分点，而普通机械设备行业上升3.4个百分点，运输设备零部件行业上升3.3个百分点。
- 非制造业的占比为27.8%，相比上年调查（34.3%）出现下降。与上年相比，运输业下降20.2个百分点，而金融、保险业上升9.2个百分点。

出口在销售额的平均占比（分行业、分企业规模，按0~100%来回答）

(%)



（注1）列出3.0%以上的数值。（注2）平均值括号内数值代表同比（较上年）增幅和降幅（百分点）。（注3）有效答卷企业数在20家以上的行业。

3

EPA、FTA、GSP利用情况（分行业、分企业规模）： 超四成企业利用EPA及FTA

- 开展贸易的在华日资企业中，利用EPA、FTA、普遍优惠制度（GSP）的企业在整体中的占比为44.5%，达到自2019年以来的最高水平。如果以除去非利用对象的回答企业作为基数，则整体中的占比为65.5%。
- 区域全面经济合作伙伴关系（RCEP）协定的利用率为60.3%。分行业来看，非制造业的利用率超过制造业12.1个百分点。

是否利用EPA、FTA、GSP（仅限有进出口业务的企业）

（注）“非利用对象”是指进出口商品的普通关税为0%或利用EPA、FTA、GSP以外的其他关税减免制度的情况。

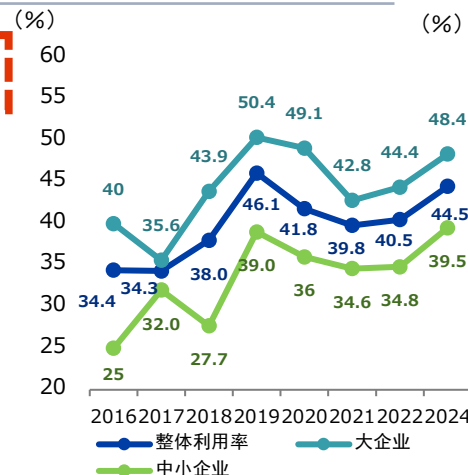
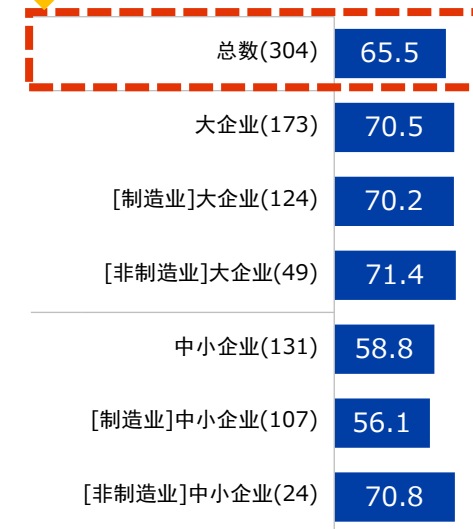
（%）



EPA、FTA、GSP利用率（分企业规模，演变）

（%）

（%）



（注1）到2019年，根据“至少利用一个EPA、FTA的企业数 / 开展进出口的企业数”进行计算。2020年以后，根据“利用EPA、FTA、GSP的企业数 / 开展进出口的企业数”进行计算。

（注2）2023年为非调查对象。

RCEP协定利用率（分行业、分企业规模）

（%）

总数(199)	60.3	制造业(147)	57.1
大企业(122)	63.9	化学、医药(16)	75.0
中小企业(77)	54.5	橡胶、陶瓷业、土石(8)	75.0
[制造业]大企业(87)	59.8	电器电子产品零部件(10)	70.0
[制造业]中小企业(60)	53.3	非制造业(52)	69.2
[非制造业]大企业(35)	74.3	运输业(9)	77.8
[非制造业]中小企业(17)	58.8	贸易公司与批发业(26)	76.9
		销售公司(12)	75.0

RCEP协定利用情况（上层：出口，下层：进口）

（%）

	日本	泰国	韩国	越南	印度尼西亚	马来西亚
出口目的地、总数(120)	47.5	19.2	10.8	10.8	6.7	6.7
	日本	泰国	韩国	越南	新加坡	马来西亚
进口目的地、总数(120)	64.2	13.3	8.3	6.7	6.7	4.2

（注1）以回答“在利用”EPA、FTA、GSP的企业为基数。

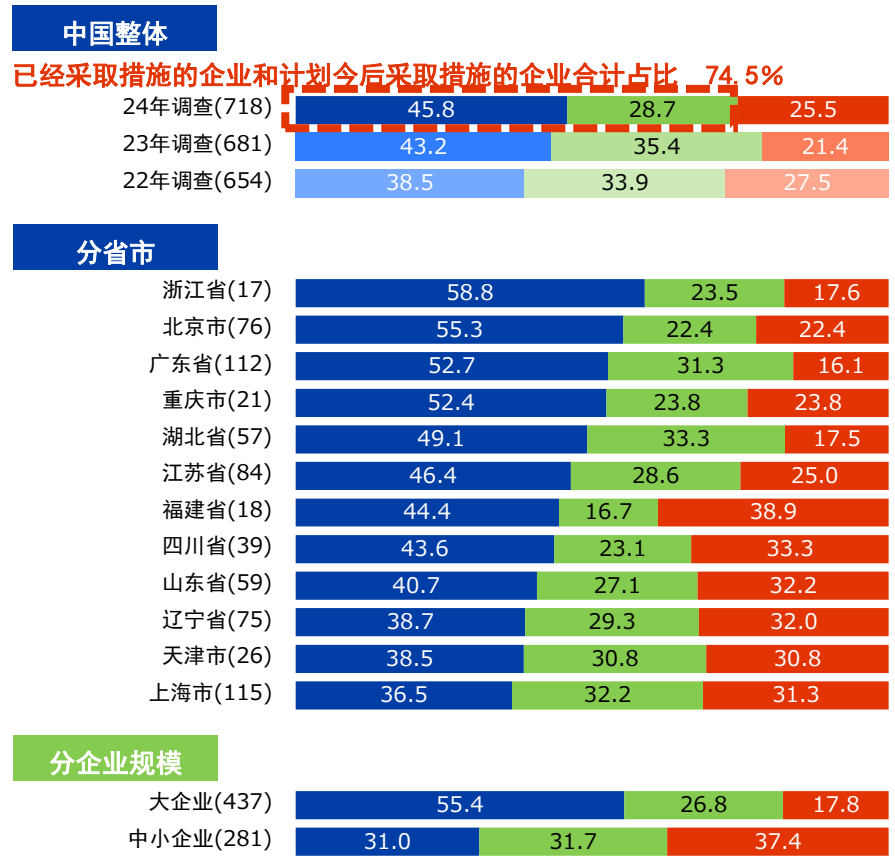
（注2）选取排在前三的行业。

VI. 应对脱碳

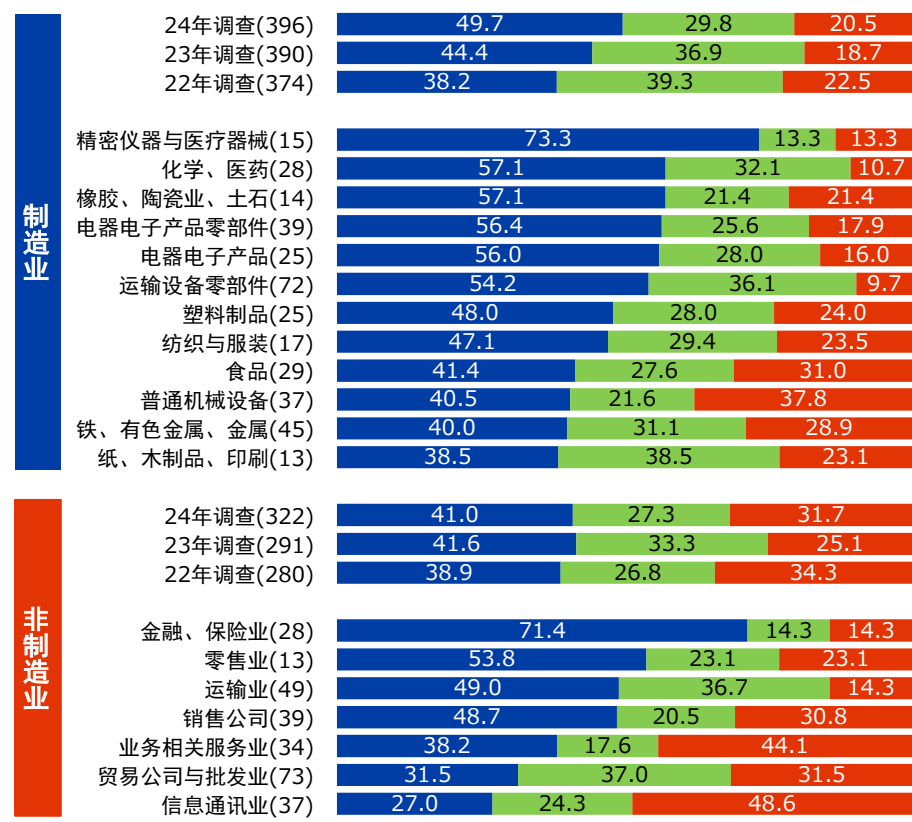
1 | 脱碳措施开展情况（分省市、分行业、分企业规模）： 以制造业为主，开展脱碳工作的企业在增多

- 脱碳工作方面，已经采取措施的企业和计划今后采取措施的企业共计达到74.5%，虽同比下降4.1个百分点，但已经采取措施的企业占比上升2.6个百分点。
- 分行业来看，制造业中回答已经采取措施的企业占比相比上年上升5.3个百分点，达到49.7%，已经采取措施的企业占比将近一半，而非制造业中该回答下降0.6个百分点。分企业规模来看，不论大企业还是中小企业，回答已经采取措施的企业占比均比上年有所上升。

脱碳措施开展情况（分省市、分企业规模） (%)



脱碳措施开展情况（分行业） (%)



（注）有效答卷企业数在10家以上的行业（“其他制造业”“其他非制造业”除外）。

VII. 工资实际情况

1

工资：
同比涨薪率

按中国各市（制造业）

(%)

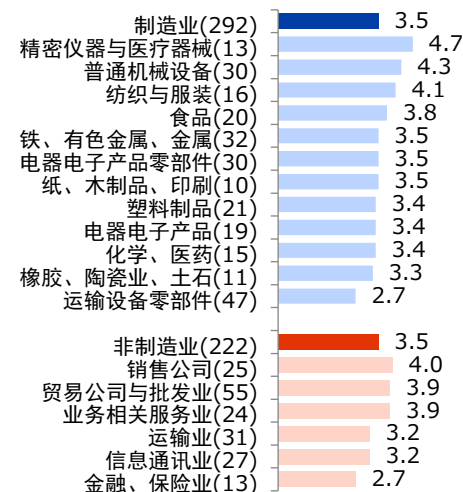
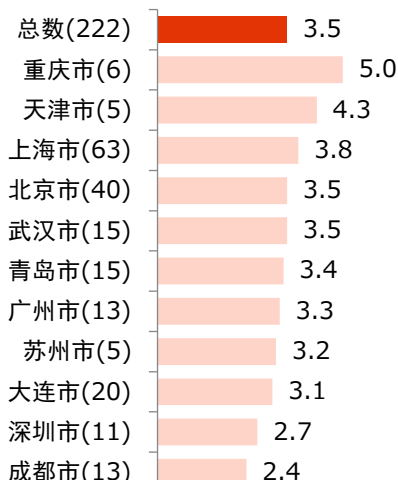
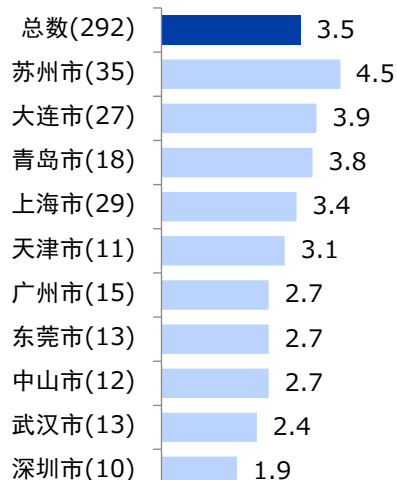
按中国各市（非制造业）

(%)

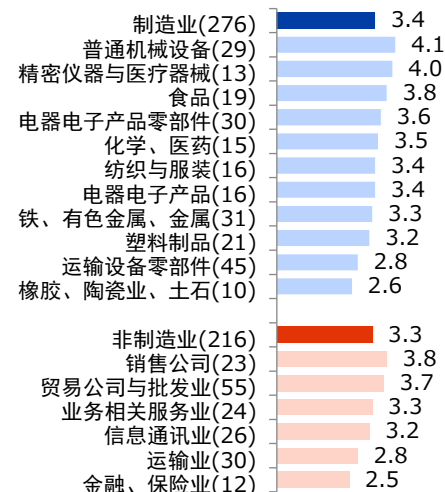
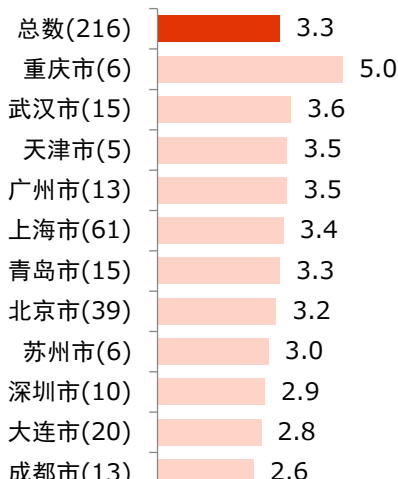
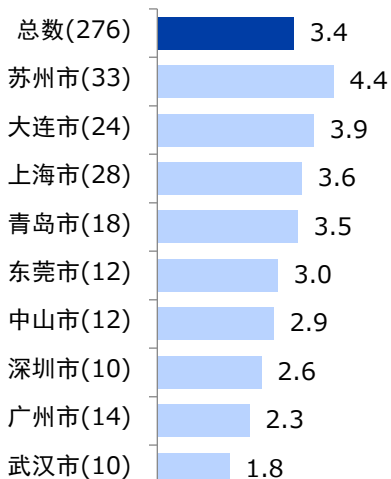
按行业

(%)

2024年 ← 2023年



2025年 ← 2024年



(注1) 有效答卷企业数在10家以上的市（制造业），在5家以上的市（非制造业），在10家以上的行业（“其他制造业”“其他非制造业”除外）。

(注2) 涨薪率的定义参见第44页。

2 | 工资： 月基本工资（制造业）

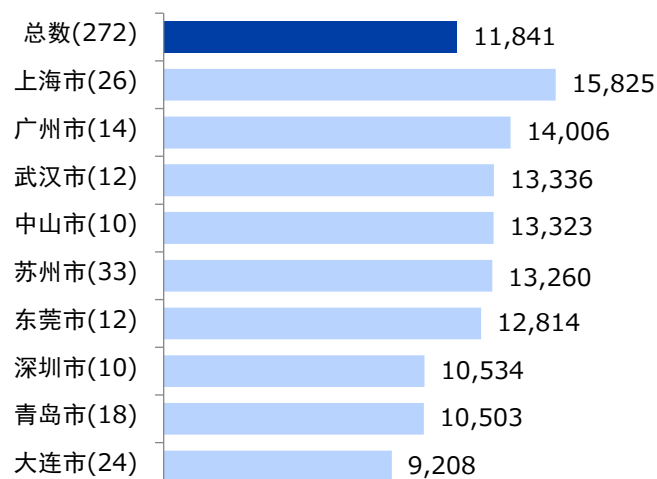
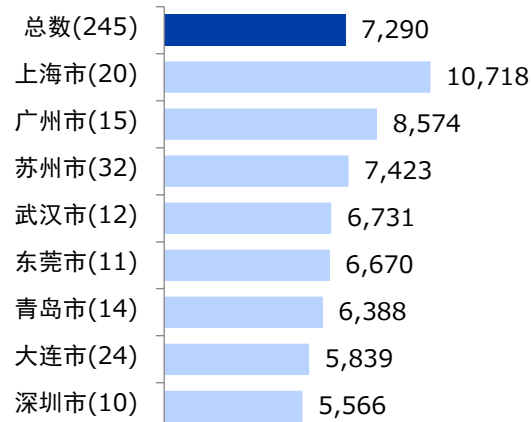
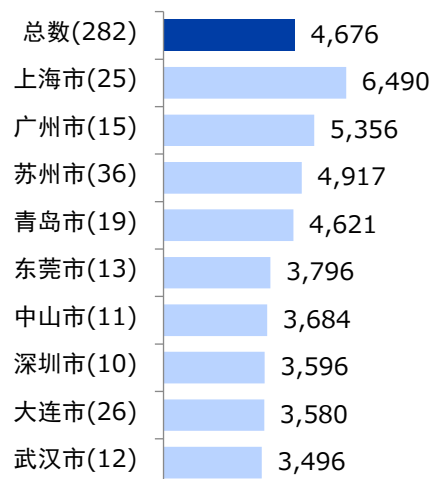
工人

工程师

管理人员

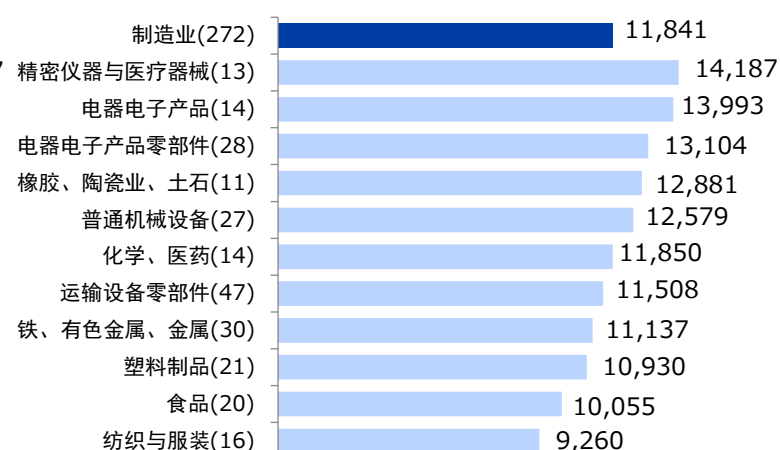
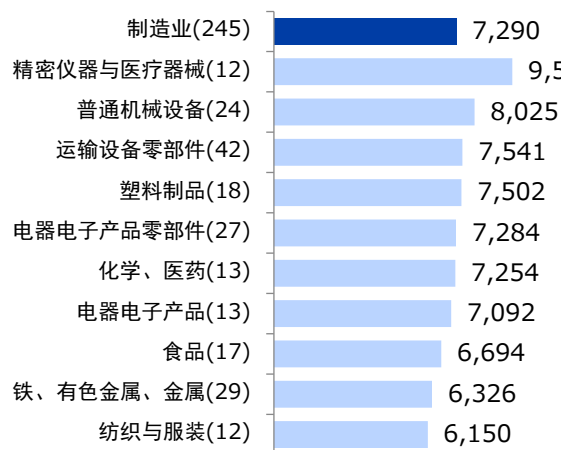
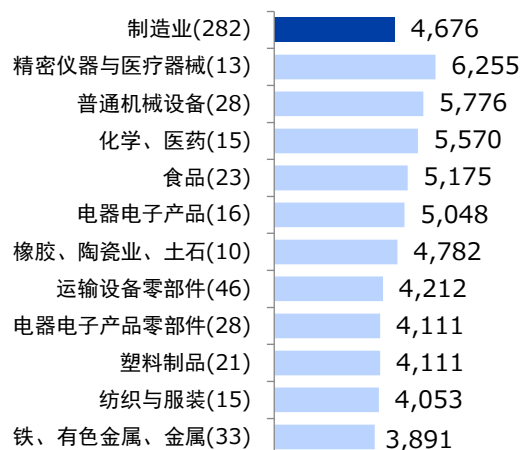
月基本工资（按中国各市，制造业）

（人民币）



月基本工资（分行业，制造业）

（人民币）



（注1）有效答卷企业数在10家以上的市（制造业），在10家以上的行业（“其他非制造业”除外）。

（注2）基本工资及各职级的定义参见第44页。

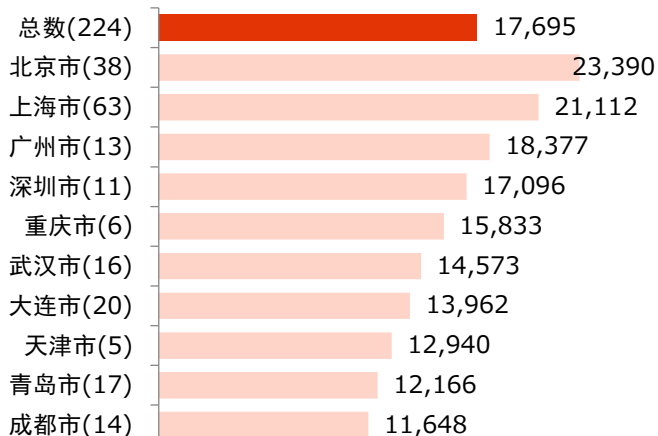
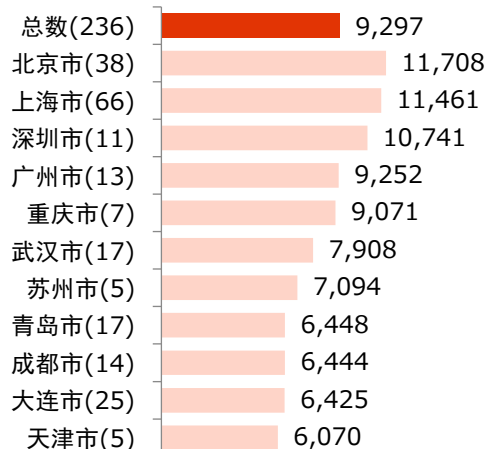
3 | 工资： 月基本工资（非制造业）

职员

管理人员

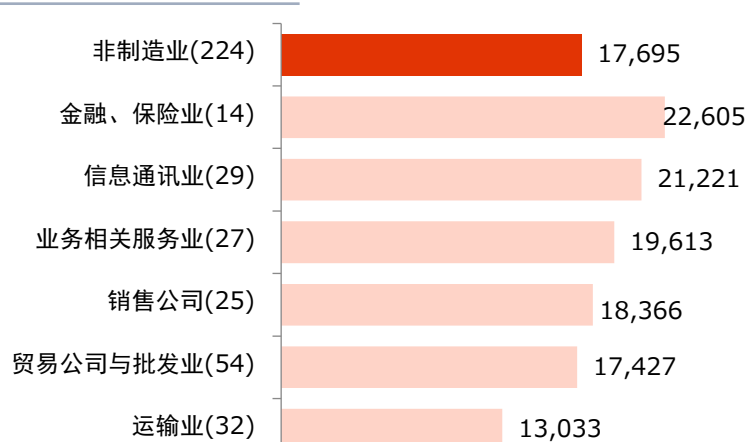
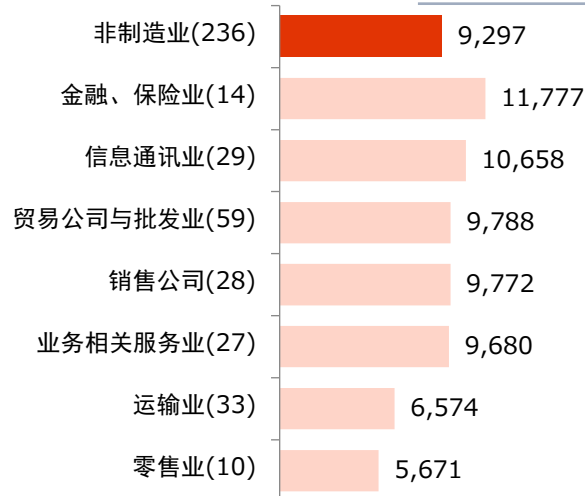
月基本工资（按中国各市，非制造业）

（人民币）



月基本工资（分行业，非制造业）

（人民币）



- **涨薪率**：除职能工资和业绩工资等取决于个人能力的工资以外的基本工资的发薪率（名义）。全行业平均。
- **基本工资**：除去各种津贴后的工资，截至2024年8月。
- **全年实际负担额**：企业对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。不包括退休金）。截至2024年（度）。
- **奖金**：基于基本工资（个月工资）的奖金，2024年（度）全年发放额。
- **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，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，大学本科以上学历，且有十年左右工作经验。
- **职员**：正式雇佣的普通员工，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，大学本科以上学历，且有十年左右工作经验。

（注）有效答卷企业数在5家以上的市（非制造业），在10家以上的行业（“其他非制造业”除外）。

4

工资：
全年实际负担额、奖金（制造业）

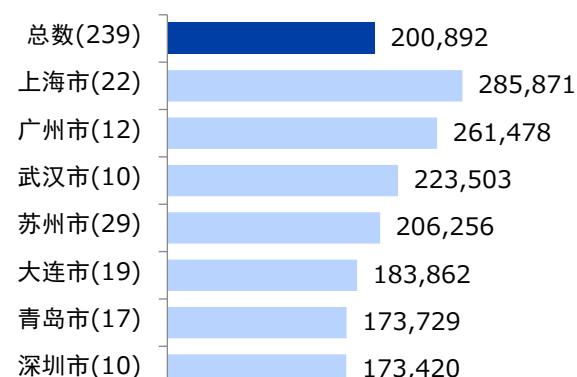
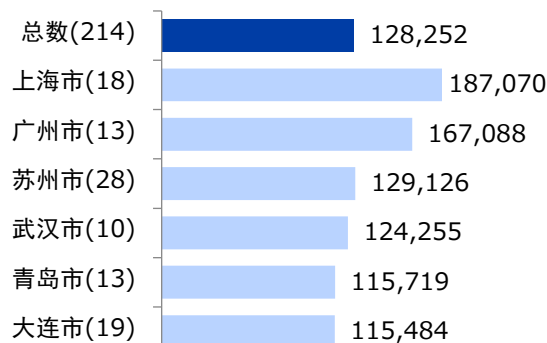
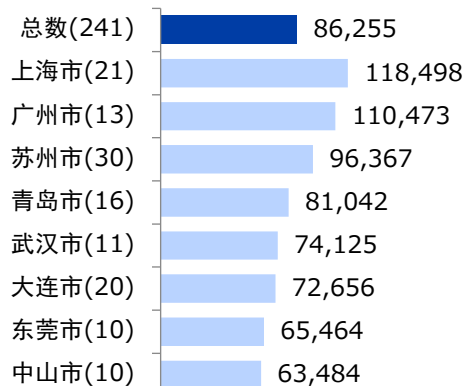
工人

工程师

管理人员

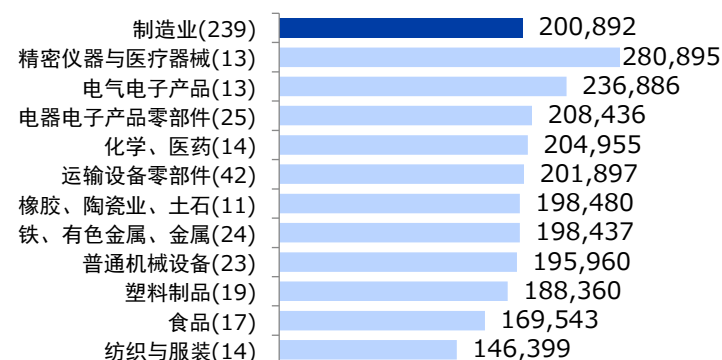
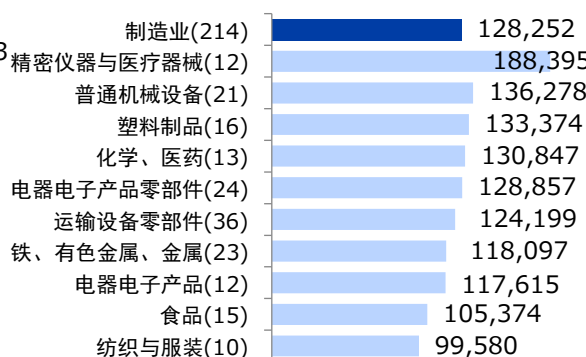
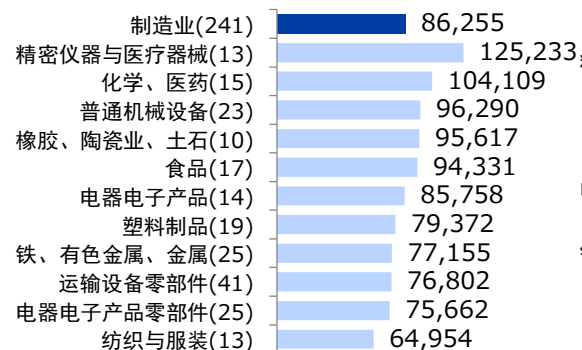
全年实际负担额（按中国各市，制造业）

（人民币）



全年实际负担额（分行业，制造业）

（人民币）



奖金（制造业）

（个月工资）



（注1）有效答卷企业数在10家以上的市（制造业），在10家以上的行业（“其他非制造业”除外）。

（注2）全年实际负担额、奖金及各职级的定义参见第44页。

5

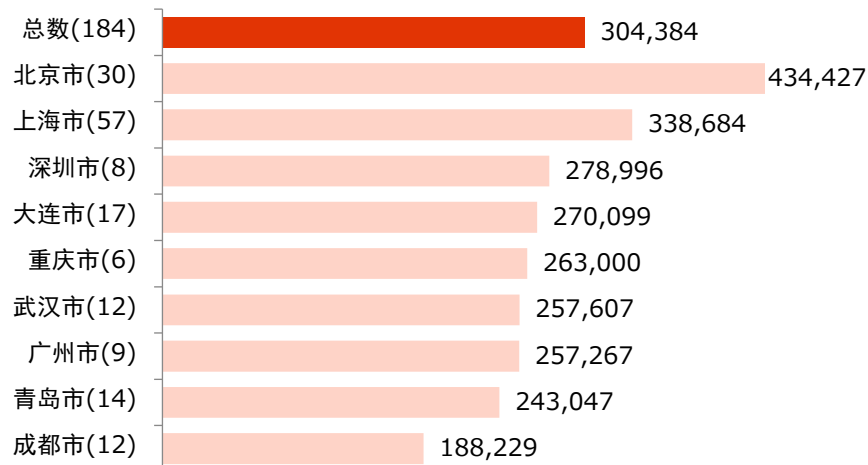
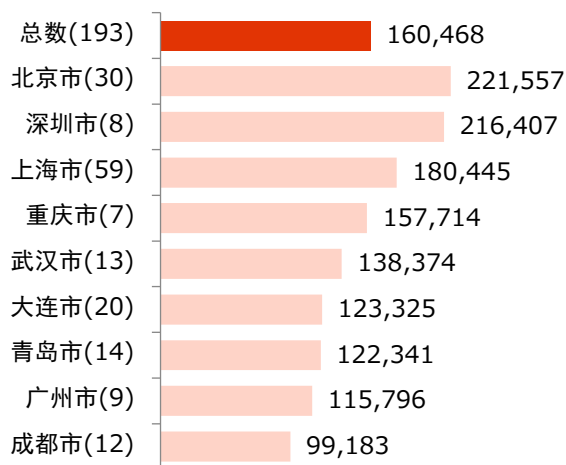
工资： 全年实际负担额、奖金（非制造业）

职员

管理人员

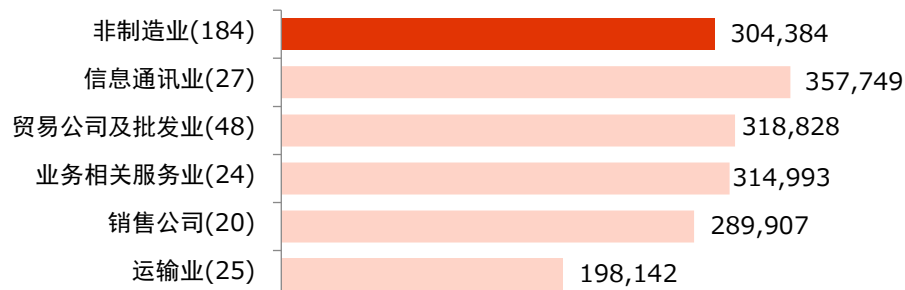
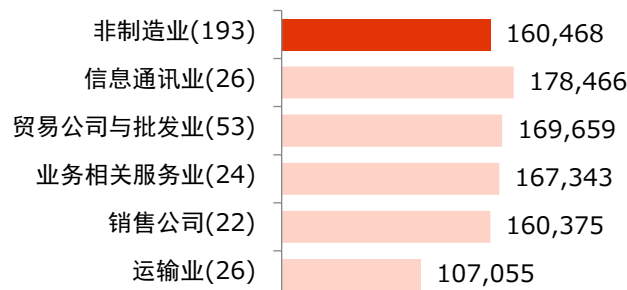
全年实际负担额（按中国各市，非制造业）

（人民币）



全年实际负担额（按行业，非制造业）

（人民币）



奖金（非制造业）

（个月工资）

职员(233) 2.2

管理人员(220) 2.4

（注1）有效答卷企业数在5家以上的市（非制造业），在10家以上的行业（“其他非制造业”除外）。

（注2）全年实际负担额、奖金及各职级的定义参见第44页。

阅读完本报告， 请协助完成问卷调查。 (所需时间：约1分钟)

<https://www.jetro.go.jp/form5/pub/ora2/20240040>



相关咨询请联系

日本贸易振兴机构 (JETRO)

调查部 中国北亚课



03-3582-5181



ORG-survey@jetro.go.jp



〒107-6006
东京都港区赤坂1-12-32 ARK森大厦6层

■ 免责条款

【注】数据零头可能因四舍五入而存在误差。

【免责事项】对于本报告所提供信息，请使用者自行判断并承担因使用本报告所提供信息而产生的责任。JETRO将尽力提供准确信息，但对于因本报告提供的信息而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