



2025年度

海外日资企业实况调查 | 全球篇

-经营环境剧变之下，日资企业海外业务仍实现盈利-

日本贸易振兴机构（JETRO）

调查部

2025年11月

目录

本年度调查概要	2
主要调查结果	3
I. 营业利润预期	4
II. 今后业务开展的方向	12
III. 美国加征关税措施的影响	20
IV. 劳动力短缺、工资	31
V. 总结	38

本年度调查概要

调查目的：掌握海外日资企业活动的实际状况，并将调查结果广泛提供给日资企业和政策负责人。

调查方法：利用JETRO海外事务所的网络，在82个国家和地区选出17,708家日资企业（日方出资比例超过10%的本地法人、日本企业的分公司或派驻人员办事处），采取在线发放和回收问卷的方式，以这些企业为对象开展问卷调查。其中，7,485家企业提交了有效答卷。有效回答率为42.3%。

本年度调查的特点：尽管美国加征关税引发国际贸易环境动荡，海外日资企业的业绩整体仍保持稳健增长态势。

本报告汇总并分析了各国和地区日资企业的业绩预期，以及在人才保障方面面临的课题与应对举措。

本报告的内容：在介绍各主要地区的调查结果之前，将先行报告以下内容：I. 营业利润预期；II. 今后业务开展的方向；III. 美国加征关税措施的影响；IV. 劳动力短缺、工资。

各地区调查概要

地区	对象企业数	有效答卷企业数	回答率	实施时间	对象国家和地区
北美	2,056家	735家	35.7%	9月2日-25日	2个国家
中南美	745家	420家	56.4%	8月20日-9月26日	7个国家
欧洲	1,449家	778家	53.7%	8月20日-9月19日	25个国家
俄罗斯	78家	50家	64.1%	9月4日-24日	1个国家
亚洲大洋洲（注）	12,900家	5,109家	39.6%	8月19日-9月17日	20个国家和地区
中东	206家	177家	85.9%	9月1日-22日	8个国家
非洲	274家	216家	78.8%	9月1日-22日	19个国家
所有地区小计	17,708家	7,485家	42.3%		82个国家和地区

（注）①包括东北亚（中国、香港、澳门、台湾、韩国）、东盟（不含文莱、东帝汶）、西南亚（印度、孟加拉国、巴基斯坦、斯里兰卡）及大洋洲（澳大利亚、新西兰）。②为明确回答意图，在不改变原文主旨的前提下，对自由回答内容进行了适当补充和编辑。

主要调查结果

1. 盈利企业占比达66.5%，连续两年上升

中东、西南亚及非洲地区盈利企业占比创历史新高；对美贸易依存度较高的墨西哥等国景气度出现恶化

2. “全球南方”国家的业务扩张意愿持续高涨

在西南亚和非洲地区，以制造业企业为中心推进业务扩张，美国市场需求亦持续增长

3. 关税措施对约四成对美出口的制造业企业造成显著负面影响

关税影响波及整个供应链。汽车行业约每两家企业就有一家营业利润受到冲击

4. 人才争夺日趋激烈，超过三成企业表示用工环境恶化

扩张意愿较强的国家普遍面临严重的劳动力短缺问题；在越南，日资企业正与以中国企业为代表的亚洲企业展开激烈的人才竞争

(注) ①只要没有注释单独列出，本调查中的“主要国家和地区”是指中国、香港、韩国、新加坡、泰国、印度尼西亚、越南、印度、澳大利亚、美国、墨西哥、巴西、英国、法国、德国、荷兰、阿联酋、南非共和国这18个国家和地区。

②日本总公司的企业分类依据日本《中小企业基本法》和《为促进新事业创造及产业投资而部分修订产业竞争力强化法等法律》的相关定义，按大企业、中坚企业和中小企业进行划分并开展调查。但在本调查结果中，“大企业”的数据包含了“中坚企业”。

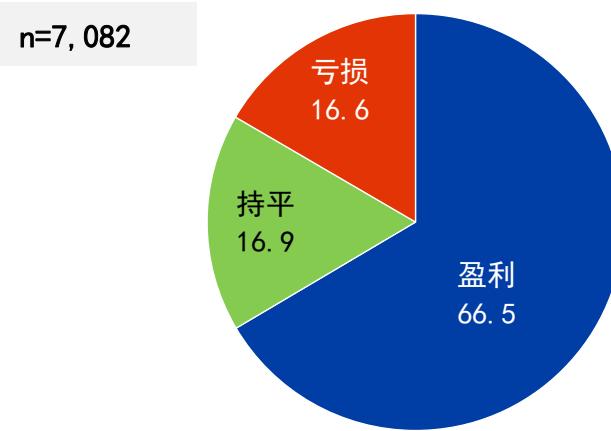
I. 营业利润预期

-盈利企业占比达66.5%，连续两年上升-

1 | 盈利企业占比连续两年上升

- 2025年预计“盈利”的企业占比为66.5%，较上年增加0.6个百分点。“亏损”为16.6%，较上年减少0.4个百分点。盈利占比连续两年上升。亏损占比为自2019年以来的最低值。
- 大企业（包括中坚企业）的盈利占比超过七成。从行业分布来看，银行业的盈利企业占比最高，超过八成。建筑、成套设备等行业中，约有近三成企业亏损；零售、餐饮行业的盈利企业占比则不足半数。

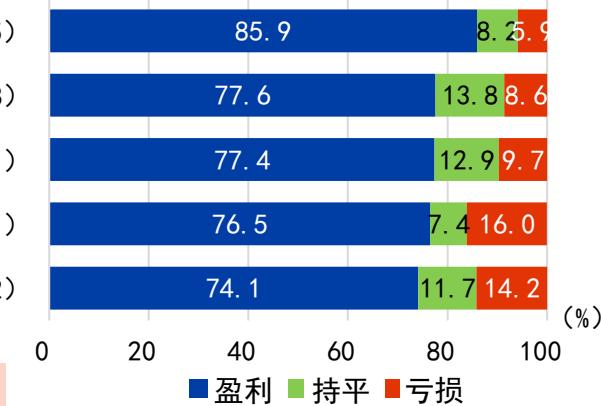
海外日资企业2025年营业利润预测



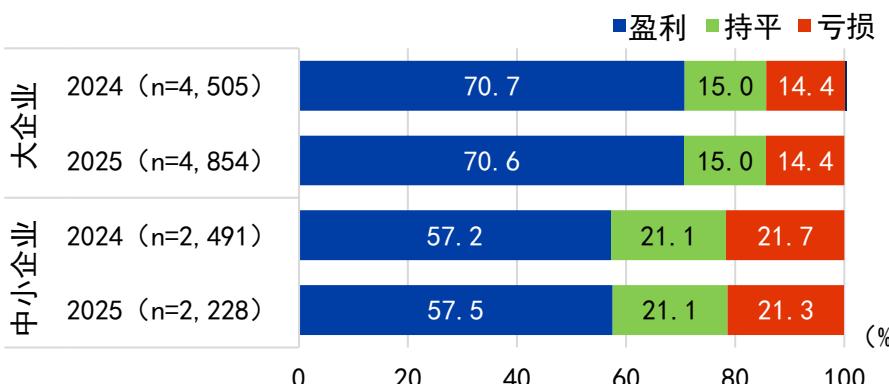
盈利占比前5位的行业

银行 (n=85)
精密仪器 (n=58)
信息通讯设备与业务用设备 (n=31)
橡胶产品 (n=81)
非银行类 (n=162)

■ 盈利 ■ 持平 ■ 亏损



亏损占比前5位的行业



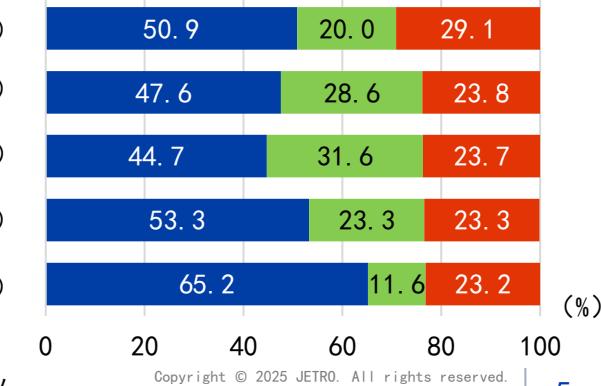
建筑、成套设备等 (n=275)

零售 (n=63)

餐饮 (n=38)

纺织 (n=60)

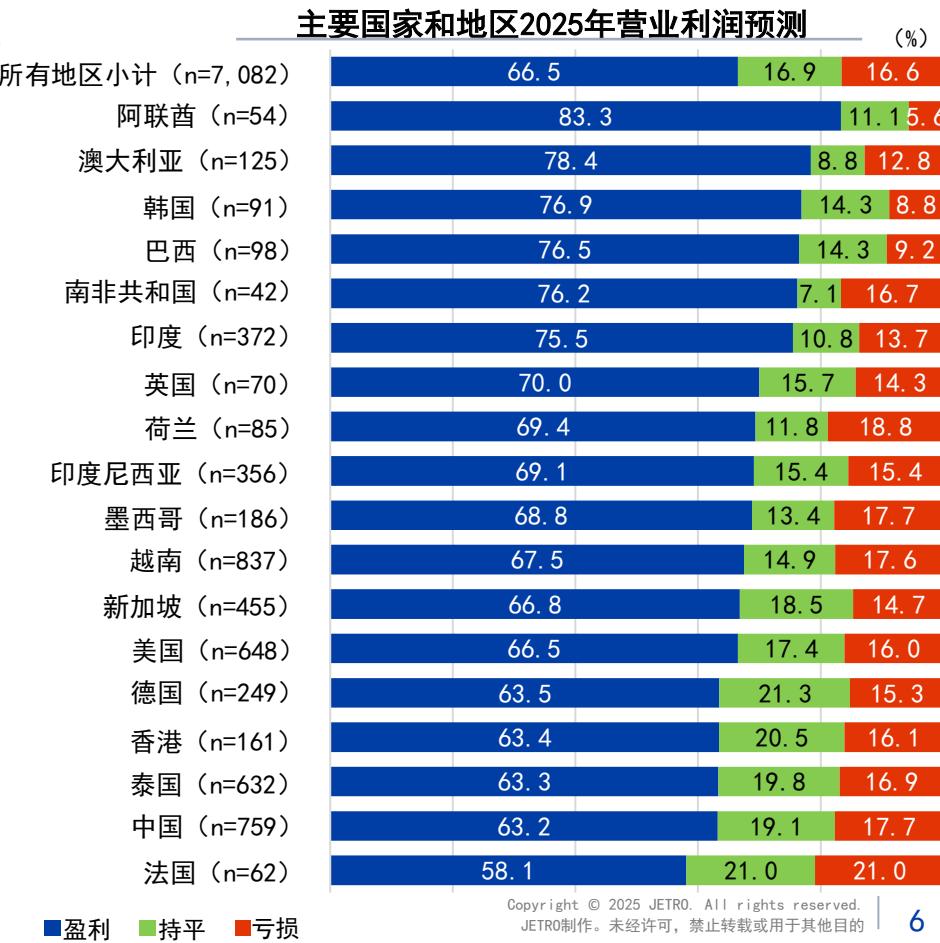
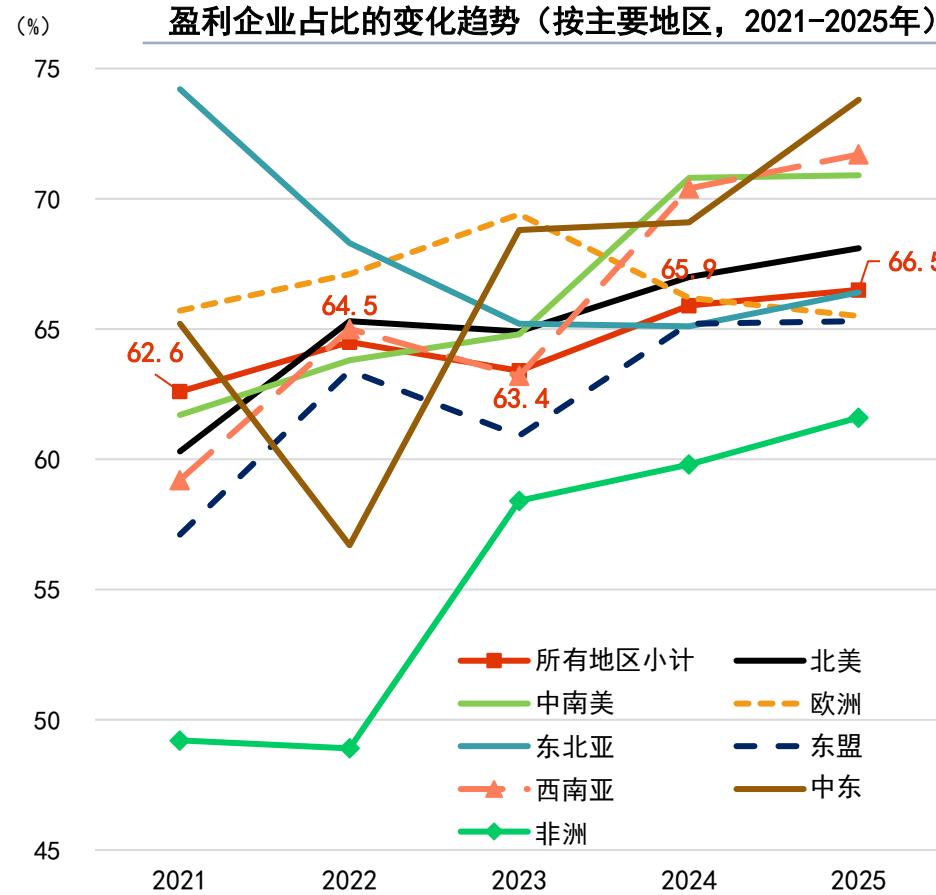
钢铁 (n=69)



(注) 仅列示n=30及以上的行业。

2 | 中东、西南亚及非洲地区盈利企业占比创历史新高

- 中东的盈利企业占比为73.8%，较上年增加4.7个百分点，西南亚（71.7%）和中南美（70.9%）均超过七成。非洲（61.6%）自2013年有可比数据以来，盈利企业占比首次突破六成。**
 - 在主要国家和地区中，阿拉伯联合酋长国（阿联酋）、澳大利亚、韩国、巴西、南非共和国（南非）等的盈利占比较高，均为八成左右。其中，阿联酋受出口目的地市场（中东和非洲）的需求增加等因素推动，盈利占比较高上年增加4.3个百分点。**
- ※西南亚为能够进行对比的2008年以来，中东为能够进行对比的2015年以来，非洲为能够进行对比的2013年以来。

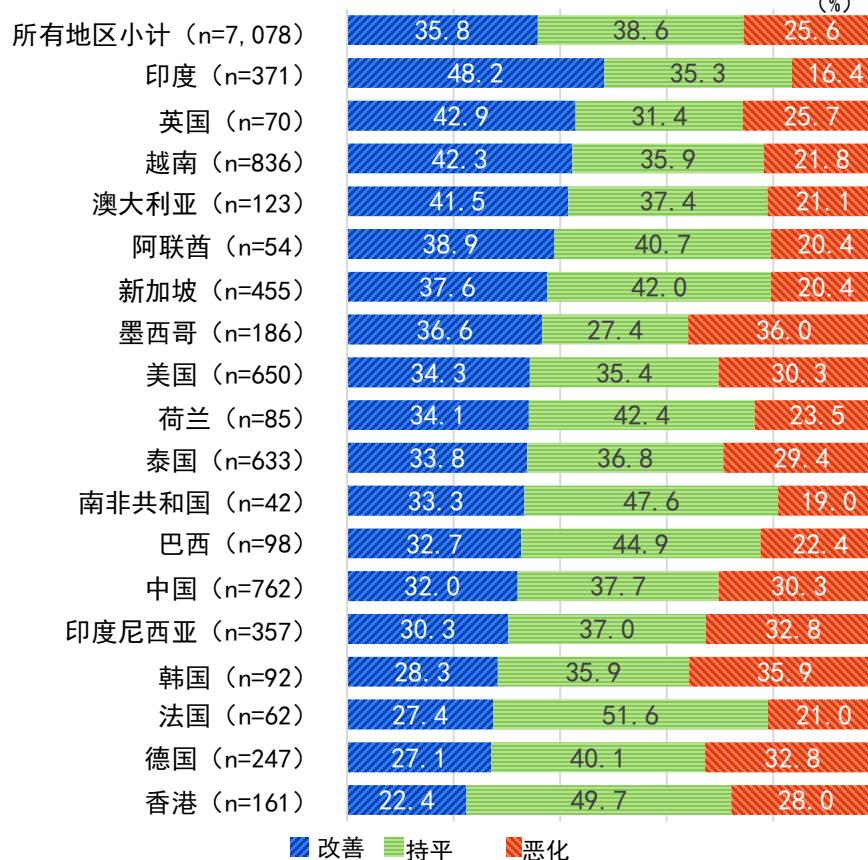


3 | “改善”与“恶化”占比均小幅回落，景气度基本持平

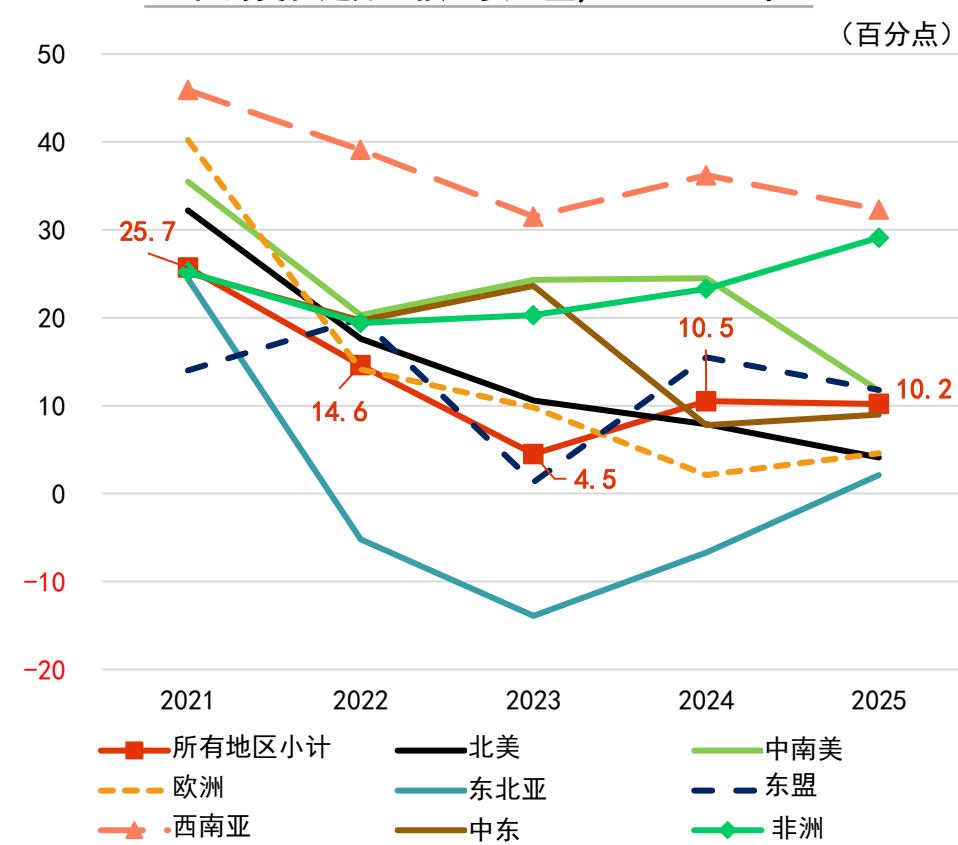
- 2025年营业利润较上年“改善”的企业占比为35.8%（较上年减少0.9个百分点），“恶化”的企业占比为25.6%（较上年减少0.6个百分点）。中国的“改善”占比较上年增加7.5个百分点，“恶化”占比时隔四年再次降至四成以下。
- 表示景气度的DI值（注）的所有地区小计为10.2个百分点，较上年减少0.3个百分点。中南美的DI值为11.7个百分点，较上年下降12.8个百分点，主要受墨西哥、巴西等国家“改善”占比下降10-20个百分点等因素影响。

（注）Diffusion Index的简称。本调查中是指较上年“改善”的企业占比（%）减去“恶化”的企业占比（%）后得到的数值。

主要国家和地区2025年营业利润预测（改善/恶化）



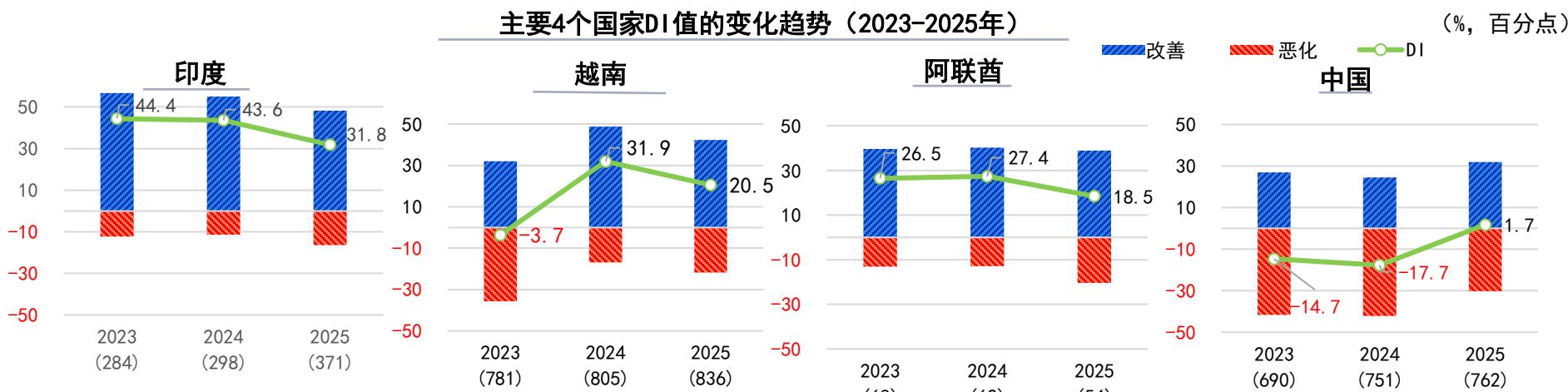
DI值的变化趋势（按主要地区，2021-2025年）



（注）所有地区小计包括大洋洲和俄罗斯。

4 | “全球南方”国家需求增长显著，中国DI值回升

- 在回答“改善”的原因中，印度有78.7%、阿联酋有90%的企业选择了“当地市场的需求增加”，显示出强劲内需对业绩改善的有力支撑。在越南和阿联酋，“出口目的地市场的需求增加”同样位居主要原因之列。
- 中国受成本降低与生产效率提高的带动，“改善”占比突破三成，时隔四年再次超越“恶化”占比。DI值也由上年的-17.7个百分点回升至1.7个百分点，提升近20个百分点。



（注）括弧内数字为n。

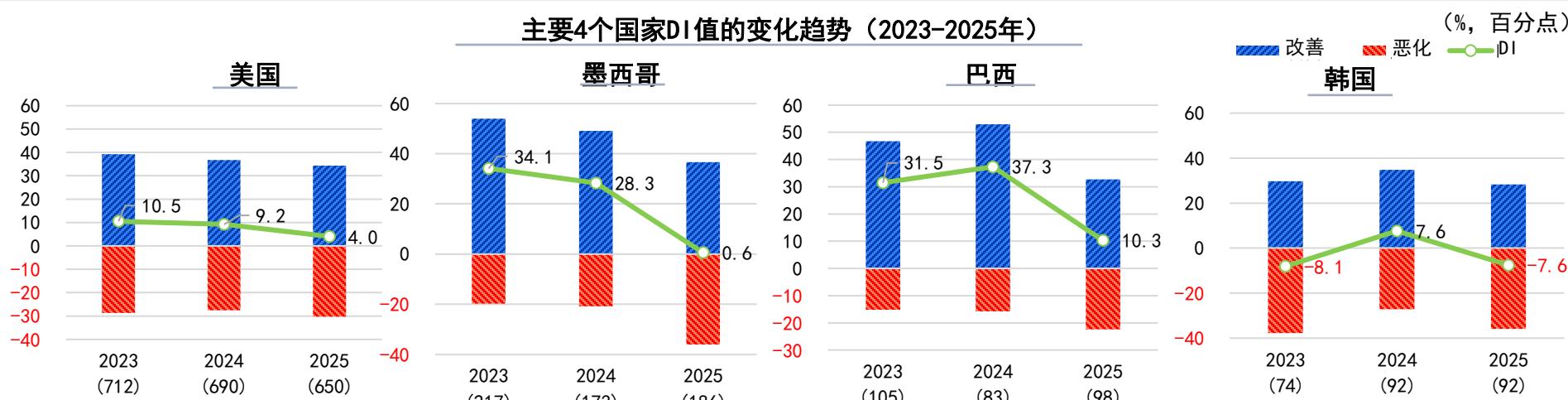
2025年营业利润预测（较上年）改善的原因

	印度 (n=178)	(%)		越南 (n=354)	(%)		阿联酋 (n=20)	(%)		中国 (n=243)	(%)
1 当地市场的需求增加	78.7		1 当地市场的需求增加	49.7		1 当地市场的需求增加	90.0		1 当地市场的需求增加	46.5	
2 当地市场的销售体制增强	37.1		2 出口目的地市场的需求增加	35.0		2 出口目的地市场的需求增加	45.0		2 出口目的地市场的需求增加	30.0	
3 生产效率、销售效率和开工率等提高	30.3		3 当地市场的销售体制增强	22.0		2 当地市场的销售体制增强	45.0		3 生产效率、销售效率和开工率等提高	28.4	
4 出口目的地市场的需求增加	21.3		4 生产效率、销售效率和开工率等提高	21.2		3 销售价格的调整	25.0		4 人工费降低	27.6	
5 原材料和零部件的采购成本降低	15.2		5 销售价格的调整	15.3		4 生产效率、销售效率和开工率等提高	20.0		5 其他支出（如管理费）减少	23.0	

（注）原因为多选。

5 | 墨西哥的DI值较上年下降27.7个百分点

- 墨西哥、巴西、韩国的DI值较上年显著恶化。**墨西哥的DI值较上年大幅下降27.7个百分点；韩国则由去年的7.6个百分点下降15.2个百分点，转为负值。墨西哥回答“与美国有贸易往来”的企业占比（参见第三章）约为八成，巴西与韩国也均超过半数。
- 美国的DI值为4.0个百分点。尽管“改善”占比仍高于“恶化”占比，但较上年下降5.2个百分点。



（注）括弧内数字表示样本数（n）。

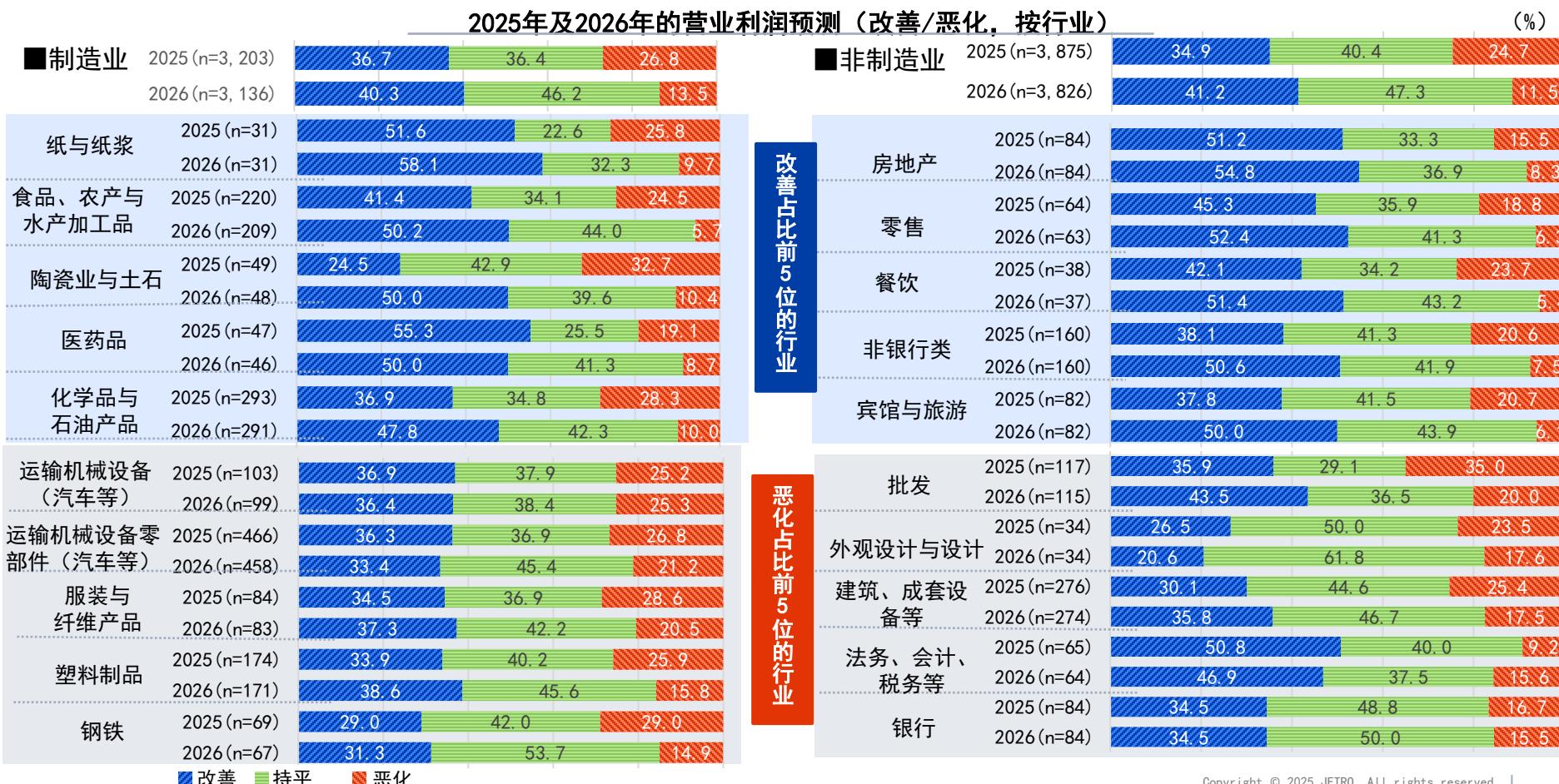
2025年营业利润预测（较上年）恶化的原因

美国 (n=197) (%)		墨西哥 (n=67) (%)		巴西 (n=22) (%)		韩国 (n=33) (%)	
1 原材料和零部件的采购成本上升	42.6	1 当地市场的需求减少	49.3	1 原材料和零部件的采购成本上升	54.5	1 当地市场的需求减少	63.6
2 当地市场的需求减少	36.0	2 人工费上涨	41.8	2 与其他公司的竞争加剧等原因导致市场份额缩小	50.0	2 与其他公司的竞争加剧等原因导致市场份额缩小	39.4
3 人工费上涨	31.5	3 原材料和零部件的采购成本上升	28.4	3 人工费上涨	45.5	3 人工费上涨	36.4
4 其他支出（如管理费）增加	16.2	4 出口目的地市场的需求减少	25.4	4 当地市场的需求减少	27.3	3 出口目的地市场的需求减少	36.4
5 与其他公司的竞争加剧等原因导致市场份额缩小	15.7	5 汇率波动	23.9	5 汇率波动	22.7	5 原材料和零部件的采购成本上升	18.2

（注）原因为多选。

6 | 2026年制造业和非制造业的预期改善占比均超过四成

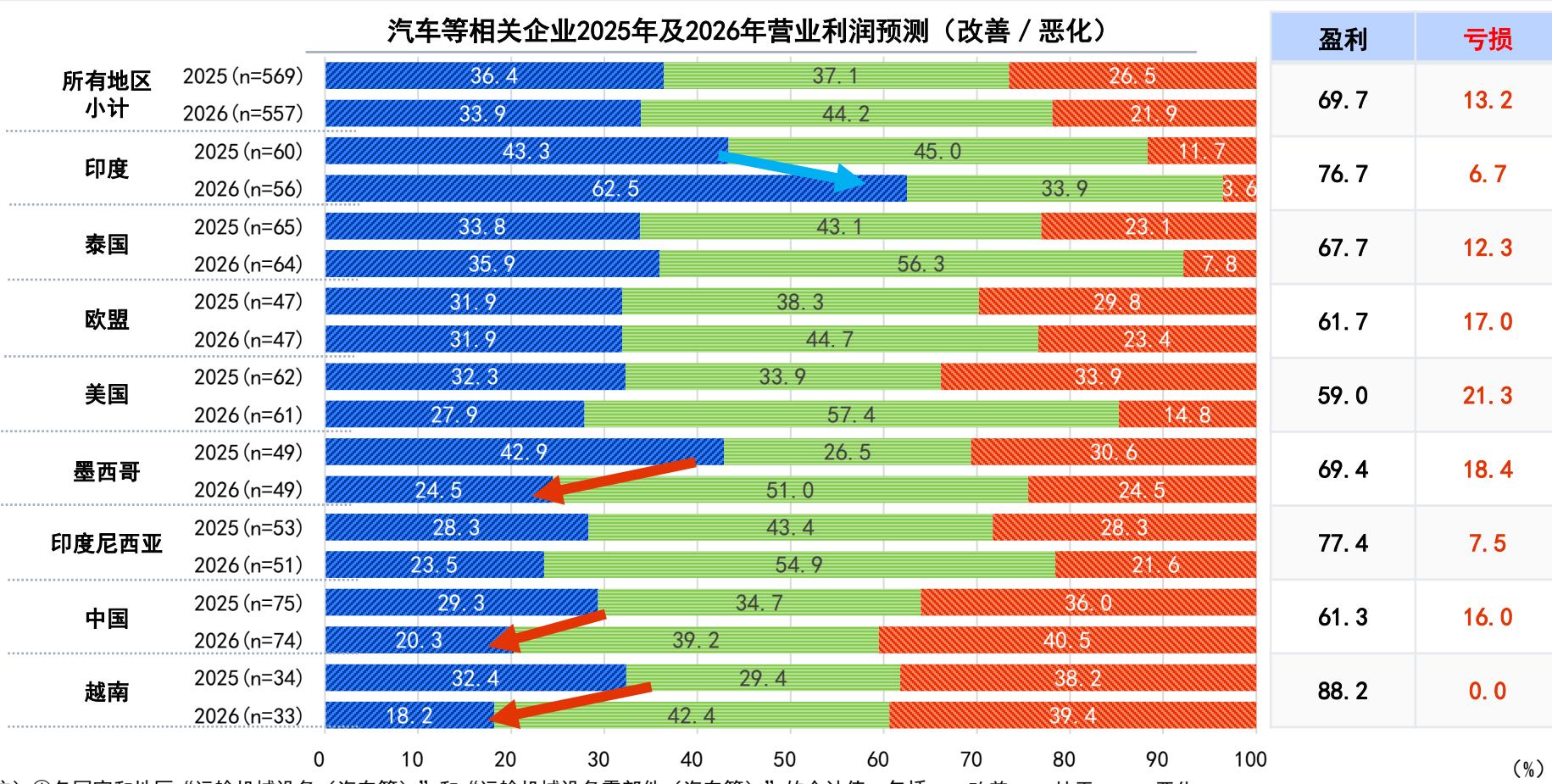
- 在2026年营业利润预期（较2025年）中，制造业（40.3%）和非制造业（41.2%）回答“改善”的企业占比均超过四成；回答“恶化”的企业占比均较上年减少10个百分点以上。制造业DI值上升至26.8个百分点，非制造业上升至29.7个百分点。
- 从行业分布来看，预测2026年营业利润较上年“恶化”的企业占比较高的行业主要为运输机械设备（汽车等）和运输机械设备零部件（汽车等），占比分别为25.3%和21.2%。在制造业中，预测“改善”的企业占比较高的行业包括纸与纸浆（58.1%）以及食品、农产与水产加工品（50.2%）；在非制造业中，则以房地产（54.8%）和零售（52.4%）表现最为突出。



(注) ①2026年的营业利润预期改善占比和恶化占比分别列出前5位行业。②仅列示n=30及以上的行业。

7 | 印度汽车相关企业的预期改善占比超过六成，但整体呈现放缓趋势

- 2025年预计实现盈利的汽车等相关企业（注）占比为69.7%，较上年增加1.4个百分点。其中，越南、印度和印度尼西亚的盈利企业占比均超过七成；而美国和墨西哥的亏损企业占比约为两成。**
- 在对2026年营业利润变化的预测中，中国、越南和墨西哥回答“改善”的企业占比均出现明显下降。而印度预测“改善”的企业占比达到62.5%，在主要国家和地区中居首，且较其2025年的占比大幅提高19.2个百分点。**



(注) ①各国家和地区“运输机械设备（汽车等）”和“运输机械设备零部件（汽车等）”的合计值。包括摩托车。②仅列示n=30及以上的国家和地区（不包括欧盟）。③右侧的盈利与亏损占比为2025年各国家和地区汽车相关企业的营业利润预期。

改善 持平 恶化

Copyright © 2025 JETRO. All rights reserved.
JETRO制作。未经许可，禁止转载或用于其他目的

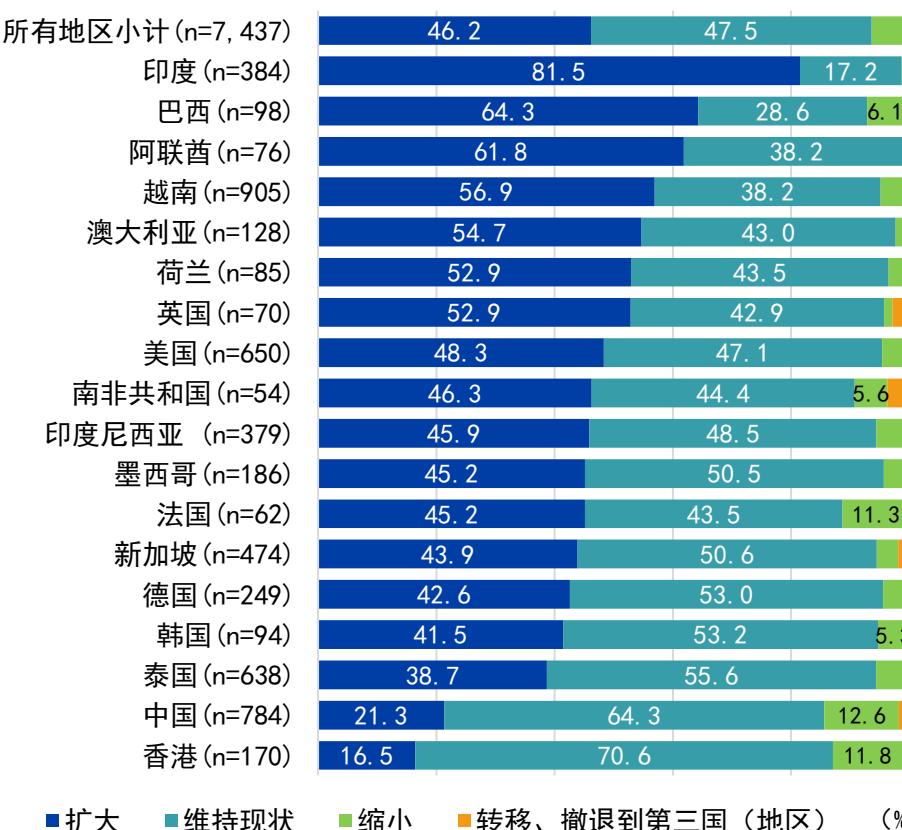
II. 今后业务开展的方向

- “全球南方”国家的业务扩张意愿持续高涨-

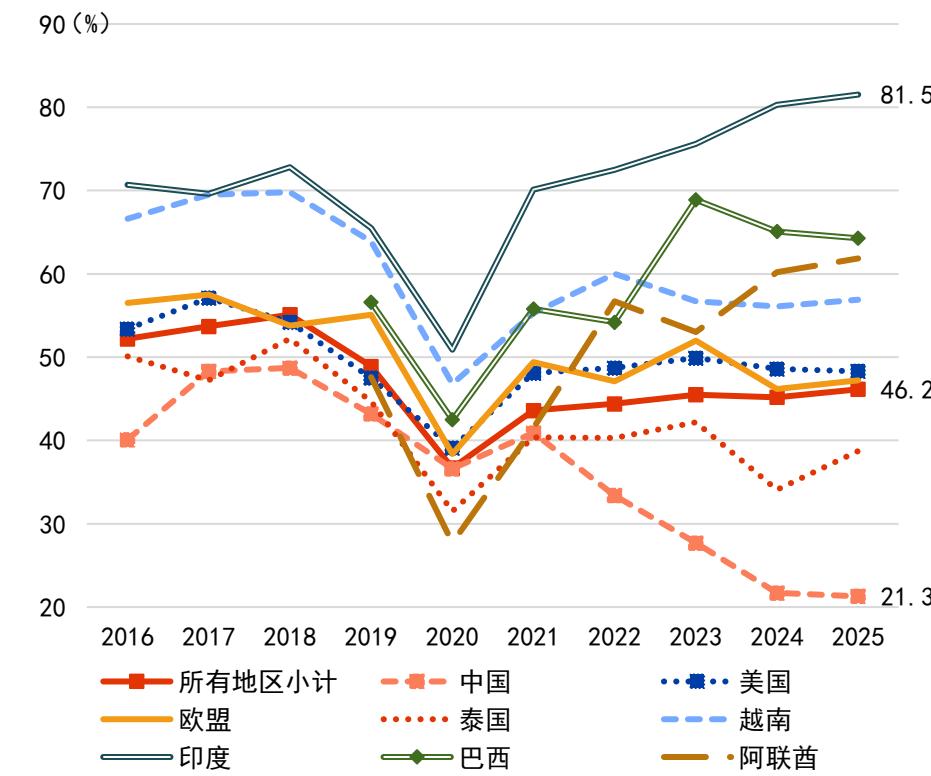
1 | 印度的扩张意愿超过八成，中国市场显现企稳迹象

- 回答今后1-2年“扩大”当地业务的企业占比为46.2%，较上年增加1.0个百分点，但自新冠疫情以来仍持续徘徊在五成以下。其中，印度已连续两年有超过八成的企业表示希望“扩大”当地业务。
- 中国回答“扩大”的企业占比为21.3%，较上年小幅下降0.4个百分点，已连续三年低于三成，创下自2007年以来具备可比数据的历史最低水平，但较上年降幅有所收窄。

今后1-2年业务开展的方向（按主要国家和地区）



“扩大”占比的变化趋势（按主要国家和地区，2016-2025年）



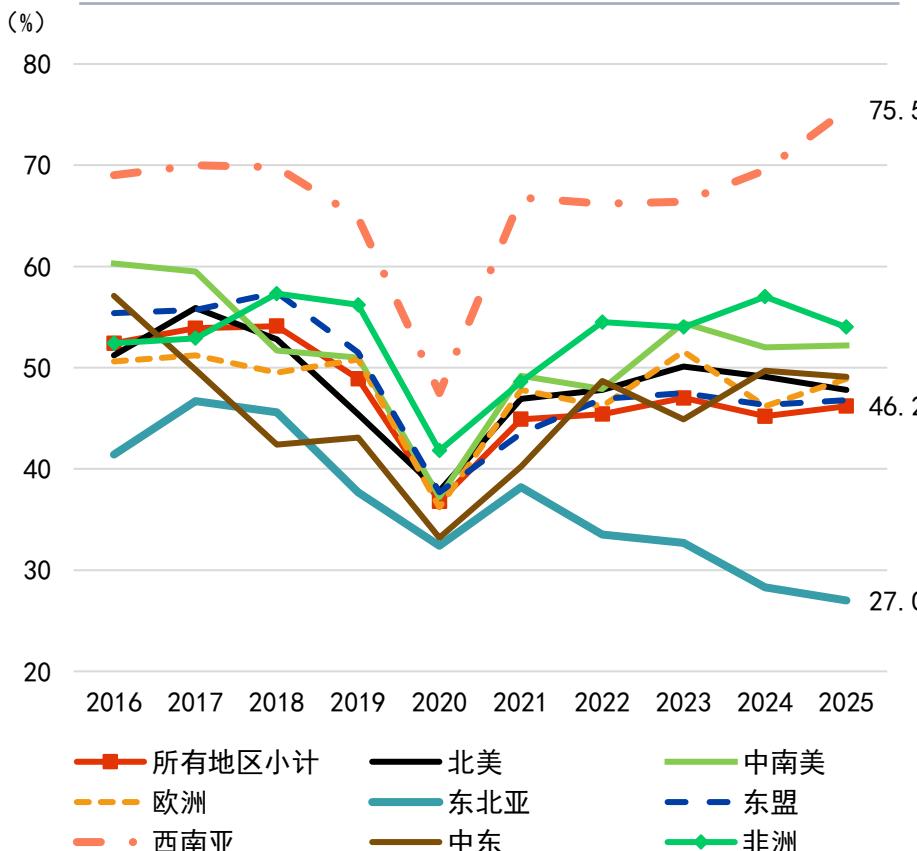
(注) ①所有地区小计包括大洋洲和俄罗斯。

②巴西和阿联酋受到限制，为2019年后数据。

2 | 西南亚扩张意愿回升

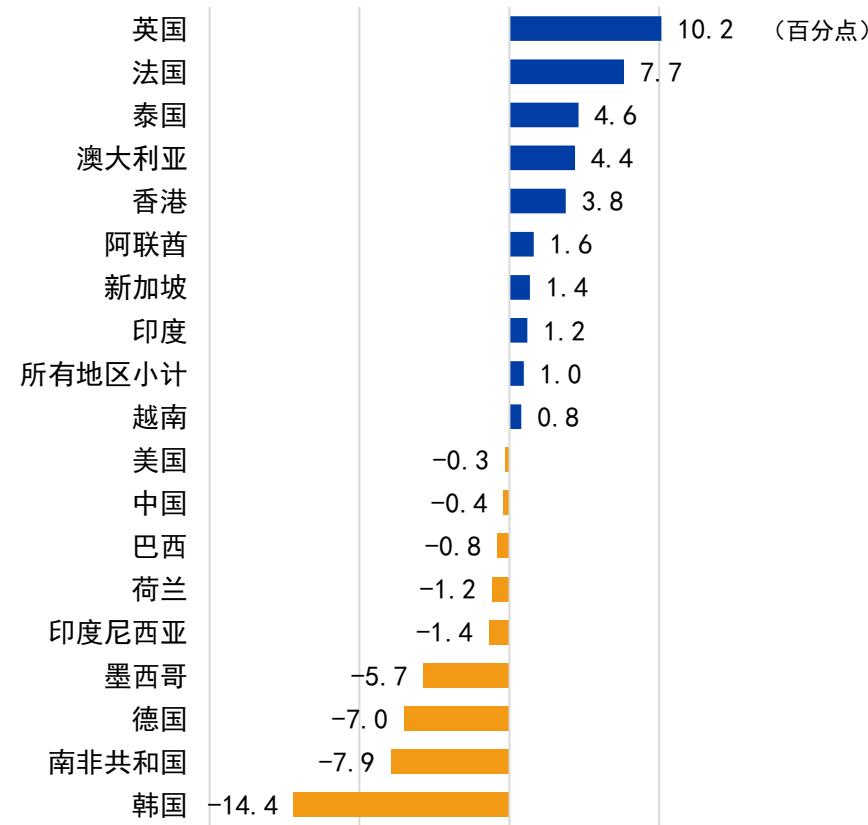
- 从地区分布来看，西南亚的“扩大”占比增加6.0个百分点。在上一年度调查中，欧洲“扩大”占比曾下降5个百分点以上，本次则回升2.7个百分点，呈现出一定改善态势。相比之下，东北亚地区的“扩大”占比下降1.3个百分点，创下自2007年以来的新低。
- 英国回答“扩大”的企业占比增加10.2个百分点，达到2014年以来的最高水平。法国增加7.7个百分点，从上年扩张意愿走低的状态中有所恢复；韩国则较上年大幅下降14.4个百分点。

“扩大”占比的变化趋势（按主要地区，2016–2025年）



(注) 所有地区小计包括大洋洲和俄罗斯。

回答“扩大”的占比与上年的对比（按国家和地区）



3 | 西南亚和非洲制造业扩张意愿显著增强

- 制造业回答“扩大”的企业占比较上年增加1.3个百分点。从地区分布来看，西南亚（78%）和非洲（70.4%）的扩张意愿均超过七成。从行业来看，医药品的“扩大”占比较上年增加20.7个百分点。
- 非制造业回答“扩大”的企业占比与上年基本持平。从地区来看，仅西南亚（73.1%）超过七成，中南美（56.4%）紧随其后。从行业来看，房地产行业回答“扩大”的企业占比约为六成，较上年增加14个百分点。

今后1-2年业务开展的方向（制造业） (%)

制造业 (n=3,214)	44.4	48.3	6.2
---------------	------	------	-----

按地区

西南亚 (n=250)	78.0	20.4	1.6
非洲 (n=54)	70.4	25.9	3.7
中东 (n=35)	57.1	42.9	0.0
北美 (n=390)	49.5	45.4	5.1
中南美 (n=200)	47.5	45.0	7.0
欧洲 (n=343)	47.5	45.8	5.0
东盟 (n=1,368)	41.2	52.0	5.9
东北亚 (n=528)	27.3	58.9	11.9

今后1-2年业务开展的方向（非制造业） (%)

非制造业 (n=4,223)	47.5	46.8	4.7
----------------	------	------	-----

西南亚 (n=264)	73.1	23.9	3.0
非洲 (n=161)	48.4	45.3	6.3
中东 (n=140)	47.1	49.3	3.6
北美 (n=342)	45.9	50.0	3.9
中南美 (n=218)	56.4	38.5	5.1
欧洲 (n=428)	50.0	44.9	5.1
东盟 (n=1,789)	51.1	44.2	4.7
东北亚 (n=711)	26.9	62.4	9.8

(注) 非制造业按地区的排序方式与制造业一致。

按行业

医药品 (n=48)	75.0	22.9	2.1
食品、农产与水产加工品 (n=220)	70.9	26.4	2.7
医疗器械 (n=59)	64.4	32.2	3.4
化学品与石油产品 (n=294)	54.4	42.2	3.4
电器电子产品 (n=198)	50.5	40.4	8.1

房地产 (n=86)	59.3	38.4	2.3
非银行类 (n=161)	57.8	37.9	4.3
通信、IT等 (n=270)	52.2	38.9	7.0
咨询 (n=121)	52.1	42.1	5.0
销售公司 (n=757)	51.3	43.2	5.5

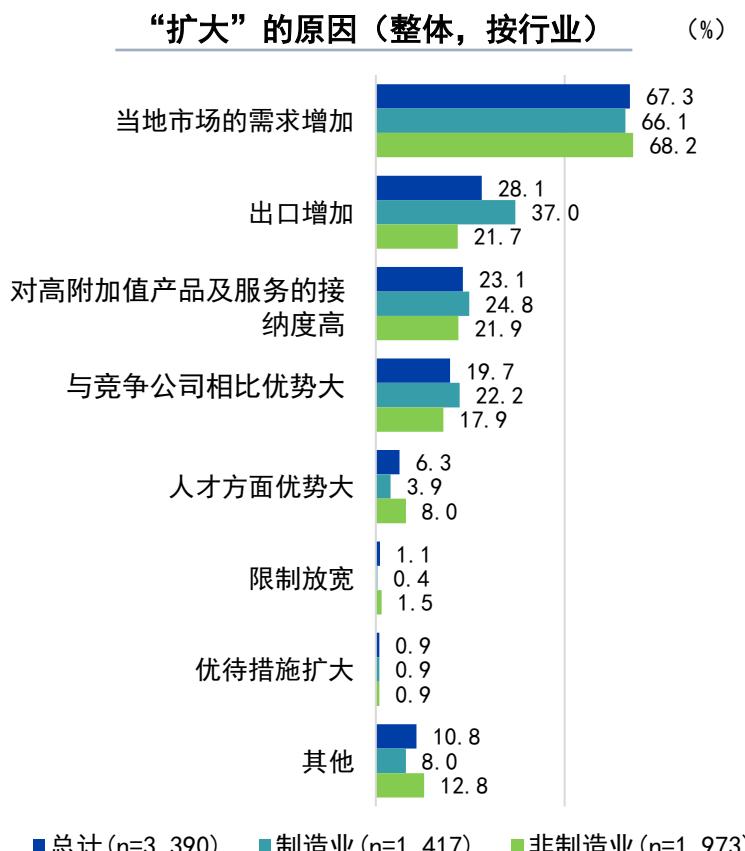
■ 扩大 ■ 维持现状 ■ 缩小 ■ 转移、撤退到第三国（地区）

(注) 按行业仅列示n=40及以上且扩大占比前5位的行业。

Copyright © 2025 JETRO. All rights reserved.
JETRO制作。未经许可，禁止转载或用于其他目的

4 | 美国“当地市场的需求增加”的占比增加

- 在业务扩张的原因中，选择“当地市场的需求增加”的企业占比最高，达到67.3%。
- 在选择该项原因的企业中，印度以88.1%的占比连续两年位居首位，其后为巴西、美国和印度尼西亚，上述国家的占比均超过七成。其中，美国（74.5%）较上年增加4.9个百分点。在背景因素方面，多家企业指出，受制造业回流美国趋势影响，当地市场需求有所增加。



“扩大”的原因（各原因占比前5位的国家和地区）(%, 百分点)

当地市场的需求增加		
	回答占比	较上年
1 印度 (310)	88.1	-0.8
2 巴西 (63)	74.6	-6.9
3 美国 (310)	74.5	4.9
4 印度尼西亚 (172)	70.9	-4.1
5 中国 (163)	66.9	1.9

出口增加		
	回答占比	较上年
1 阿联酋 (47)	48.9	2.1
2 越南 (509)	39.1	-2.0
3 泰国 (245)	35.9	-7.4
4 中国 (163)	33.1	6.2
5 新加坡 (204)	28.4	-10.4

- 基础设施需求扩大（印度）
- 制造业回流推动需求增长（美国）
- 客户门店数量增加（印度尼西亚）

对高附加值产品及服务的接纳度高		
	回答占比	较上年
1 巴西 (63)	36.5	10.6
2 英国 (37)	35.1	-6.8
3 中国 (163)	31.3	1.9
4 澳大利亚 (67)	29.9	8.8
5 荷兰 (45)	28.9	7.7

与竞争公司相比优势大		
	回答占比	较上年
1 印度尼西亚 (172)	27.9	1.1
2 巴西 (63)	27.0	-0.8
2 英国 (37)	27.0	-5.3
4 荷兰 (45)	26.7	8.5
5 泰国 (245)	23.7	6.5

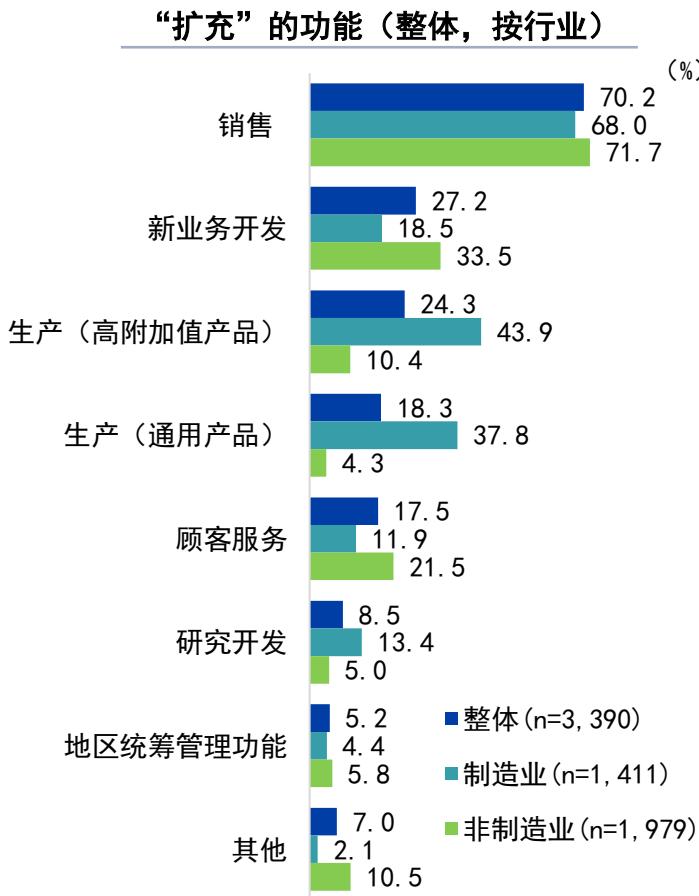
- 符合清真认证要求（印度尼西亚）
- 因遵纪守法而获得大企业的更多订单（巴西）

(注) ①括弧内数字为n。仅列示n=30及以上的国家和地区。②为明确回答意图，在不改变原文主旨的前提下，对自由回答内容进行了适当补充和编辑。

(注) 原因为多选。

5 | 制造业中逾四成企业倾向于扩充高附加值产品生产

- 从业务功能扩充的方向来看，选择“销售”的企业占比超过七成。**若聚焦制造业，在食品、农产与水产加工品以及运输机械设备（汽车等）行业中，计划扩充“销售”功能的企业占比均超过八成。
- 制造业中有43.9%的企业表示将扩充“生产（高附加值产品）”功能。**其中，金属产品和运输机械设备（汽车等）行业的该项占比均超过五成。此外，金属产品行业中，回答将扩大“生产（通用产品）”功能的企业占比也较高，达到57.6%。



“扩充”的功能（制造业，占比前5位的行业）

销售		新业务开发	
1 食品、农产与水产加工品 (155)	85.8	1 普通机械设备 (131)	24.4
2 运输机械设备（汽车等） (40)	80.0	2 化学品与石油产品 (157)	24.2
3 化学品与石油产品 (157)	74.5	3 其他制造业 (86)	20.9
4 电器电子产品 (98)	71.4	4 电器电子产品零部件 (100)	19.0
5 普通机械设备 (131)	70.2	5 食品、农产与水产加工品 (155)	16.8

生产（高附加值产品）		生产（通用产品）	
1 金属产品 (85)	56.5	1 金属产品 (85)	57.6
2 运输机械设备（汽车等） (40)	50.0	2 运输机械设备零部件（汽车等） (153)	46.4
3 运输机械设备零部件（汽车等） (153)	48.4	3 塑料制品 (64)	42.2
4 塑料制品 (64)	48.4	4 运输机械设备（汽车等） (40)	40.0
5 电器电子产品零部件 (100)	47.0	5 电器电子产品零部件 (100)	39.0

(注) ①括弧内数字表示样本数 (n)。②仅列示n=40及以上的行业。

(注) 功能为多选。

6 | 日资企业在“全球南方”持续布局生产网络

- 无论制造业还是非制造业，德国和新加坡回答将扩充“销售”功能的企业占比均高于各地区平均水平。
- “生产”功能的扩充意愿主要集中于全球南方国家。**其中，印度、越南、墨西哥和印度尼西亚在高附加值产品和通用产品的生产功能上均表现出较强的扩充意愿。

“扩充”的功能（按功能划分的占比前8位的国家和地区，制造业）

(%)

销售		生产（高附加值产品）		生产（通用产品）	
1	新加坡 (39)	92.3	1	印度 (167)	50.3
2	巴西 (33)	84.8	2	墨西哥 (38)	50.0
3	德国 (43)	74.4	3	越南 (207)	49.8
4	印度尼西亚 (86)	72.1	4	泰国 (105)	48.6
5	中国 (93)	67.7	5	中国 (93)	48.4
6	美国 (171)	66.7	6	印度尼西亚 (86)	47.7
7	印度 (167)	65.3	7	美国 (171)	37.4
8	泰国 (105)	61.0	8	德国 (43)	34.9

“扩充”的功能（按功能划分的占比前8位的国家和地区，非制造业）

(%)

销售		新业务开发		客户服务	
1	墨西哥 (45)	86.7	1	澳大利亚 (57)	42.1
2	德国 (61)	83.6	2	墨西哥 (45)	40.0
3	美国 (133)	77.4	3	印度 (143)	37.8
4	印度 (143)	76.2	4	印度尼西亚 (85)	36.5
5	阿联酋 (37)	75.7	5	中国 (71)	32.4
6	中国 (71)	74.6	5	阿联酋 (37)	32.4
7	泰国 (140)	74.3	7	新加坡 (167)	32.3
8	新加坡 (167)	71.9	8	越南 (304)	31.3

(注) ①括弧内数字表示样本数 (n)。②仅列示n=30及以上的国家和地区。

7 | 中国经济低迷抑制扩张意愿，美国企业对前景持谨慎态度

- 在中国，企业选择缩小业务或转移、撤退的主要原因在于经济低迷导致经营状况恶化及市场需求减少。
- 在美国，受关税政策影响，未来经营环境的不确定性上升，许多企业因此暂缓扩大业务计划。部分企业还指出，关税措施导致订单减少、成本上升，正考虑缩小业务规模或进行转移、撤退。

“维持现状”的主要原因

中国

- 盈利状况虽呈改善趋势，但波动较大，仍需密切关注宏观经济走势（金属产品）
- 受中国经济低迷及美国关税政策影响（塑料制品）
- 在市场难以出现大幅扩张的背景下，与当地企业的竞争日益加剧（普通机械设备）

美国

- 关税政策前景不明朗，业务扩张存在风险（销售公司）
- 尽管关税政策可能导致产业收缩，但预计部分海外产能将回流美国（运输机械设备（汽车等））
- 制造业及汽车产业整体前景仍不明朗（化学品与石油产品）

韩国

- 竞争激烈，业务扩张难度较大（化学品与石油产品）

香港

- 受局势动荡及加征关税等因素影响，市场复苏前景不明朗（普通机械设备）

(注) ①下划线部分是涉及美国关税的描述。

②为明确回答意图，在不改变原文主旨的前提下，对自由回答内容进行了适当补充和编辑。

“缩小”业务规模的主要原因

中国

- 客户业务转向东南亚导致订单减少（塑料制品）
- 日本总部调整采购方针导致订单大幅下滑（普通机械设备）
- 在华日资企业设备投资缩减（电器电子产品）
- 受经济低迷影响，正推进对亏损业务的清理（批发）

美国

- 受关税影响，成本出现上升（批发）
- 来自现有客户的订单减少。新客户亦因关税影响而持观望态度（金属产品）
- 因主要客户的销售量下降，正着手削减固定成本（运输机械设备零部件（汽车等））

法国

- 与其他企业竞争加剧导致订单减少（电器电子产品）

泰国

- 需与中国企业的低价同类产品竞争（普通机械设备）

“转移、撤退”到第三国的主要原因

中国

- 日本总公司基于宏观经济形势作出相关经营决策（普通机械设备）
- 预计未来市场需求难以恢复（运输机械设备（汽车等））
- 因持续亏损（农林水产业）

美国

- 维护成本上升及互征关税，导致利润下降（化学品与石油产品）
- 除需求下降和成本上升外，关税成本亦难以转嫁至产品价格（运输机械设备（汽车等））

新加坡

- 随着周边国家基础设施逐步完善，企业原有竞争优势有所减弱（销售公司）

英国

- 人工费及维护成本持续上升（通信、IT等）

III. 美国加征关税措施的影响

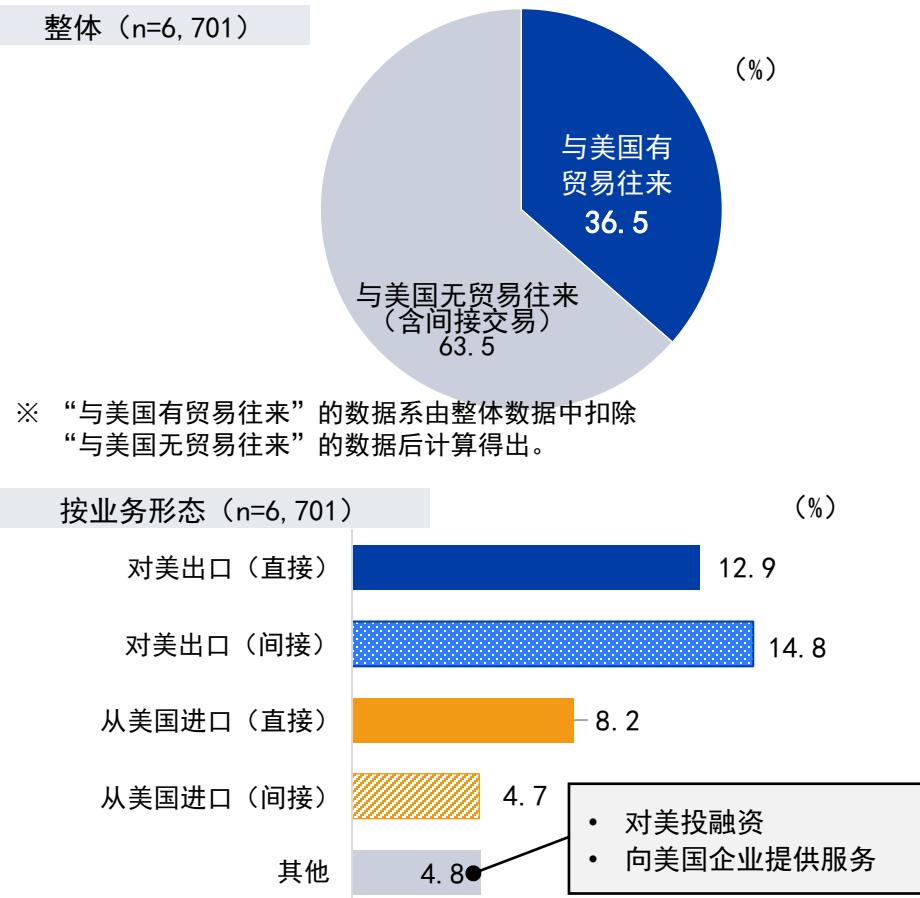
-四成对美出口制造业企业受到显著负面冲击-

※ 本部分问卷的调查对象不包含在美日资企业。“对营业利润预期的影响”，系以截至2025年8月15日已实施的美国第二届特朗普政府加征关税措施，以及相关国家和地区（包括所在国/地区及第三国/地区）采取的反制措施等为前提进行判断。

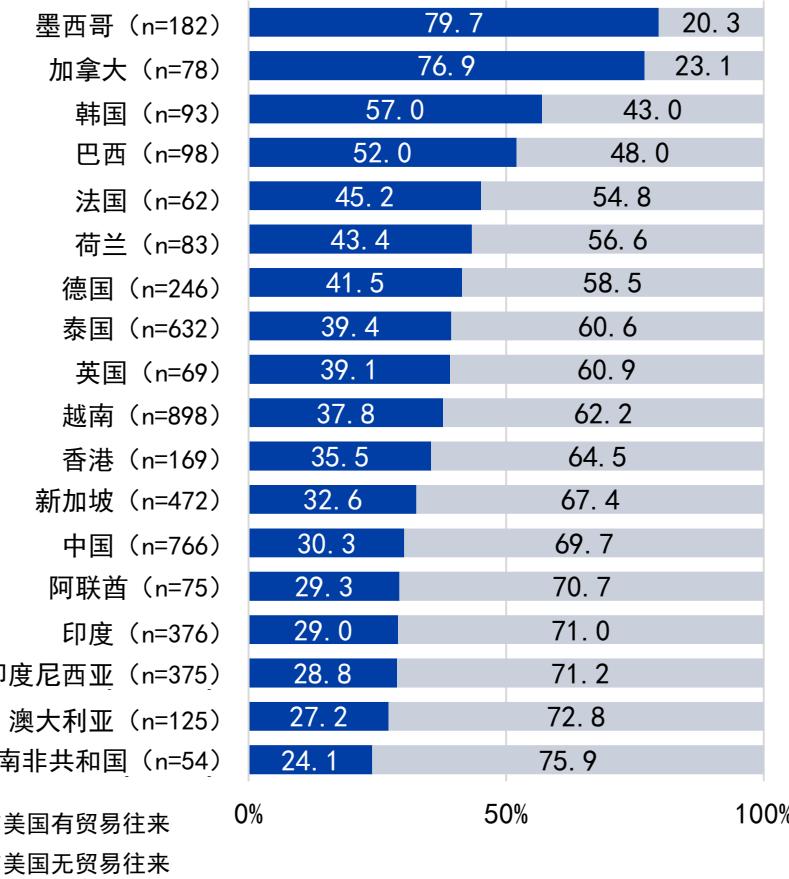
1 | 与美国有贸易往来的企业约占37%

- 与美国存在某种形式贸易往来的企业占整体的36.5%。从国家和地区来看，在地理位置邻近美国的墨西哥和加拿大，与美国有贸易往来的企业占比均超过四分之三；韩国和巴西的占比则均超过半数。
- 在业务形态方面，对美出口占比最高。其中，经第三国和地区或客户中转的出口占比达14.8%。

与美国的贸易往来情况（截至回答问卷时）：整体情况 / 按业务形态 / 按国家和地区



※ “与美国有贸易往来”的数据系由整体数据中扣除“与美国无贸易往来”的数据后计算得出。

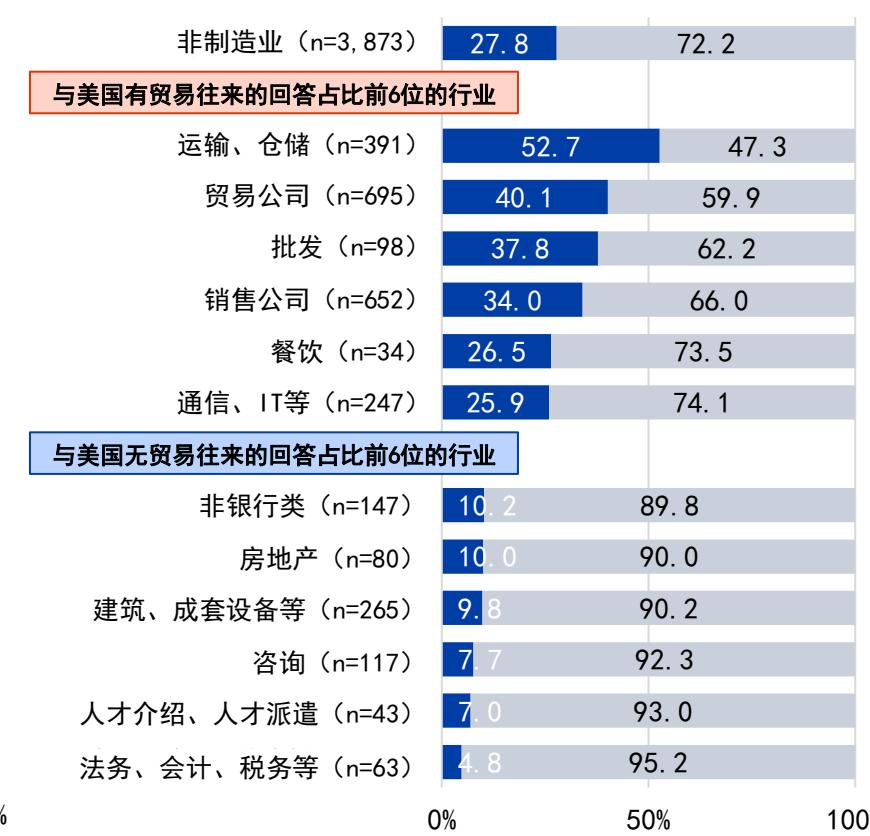
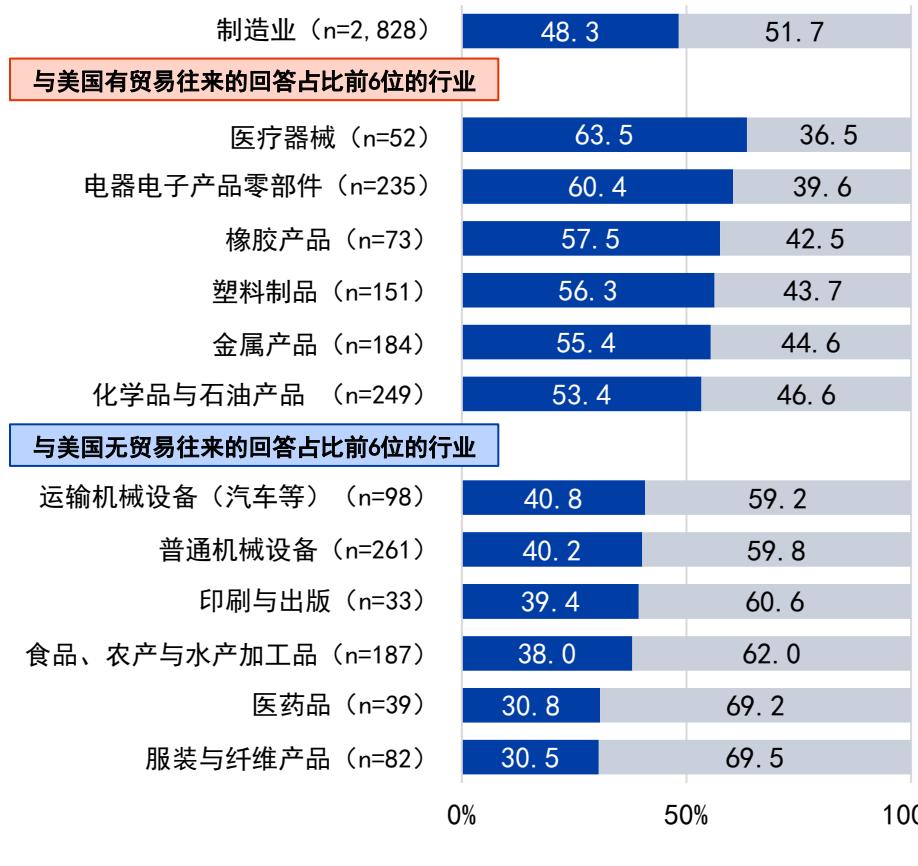


(注) ①业务形态为多选。②“间接”系指“经第三国和地区或客户中转”。③在美日资企业不在本次调查对象范围内。

2 | 约五成制造业企业与美国存在贸易往来

- 在制造业中，48.3%的企业表示与美国存在某种形式的贸易往来（包括贸易及其他业务），比非制造业（27.8%）高出20个百分点以上。其中，医疗器械及电器电子产品零部件行业的占比均超过六成。**
- 在非制造业中，运输与仓储行业过半数企业表示与美国存在贸易往来；贸易公司和批发业的占比约为四成。**

与美国的贸易往来情况（截至回答问卷时）：按行业



■与美国有贸易往来

■与美国无贸易往来（含间接交易）

(注) ①仅列示n=30及以上的行业。

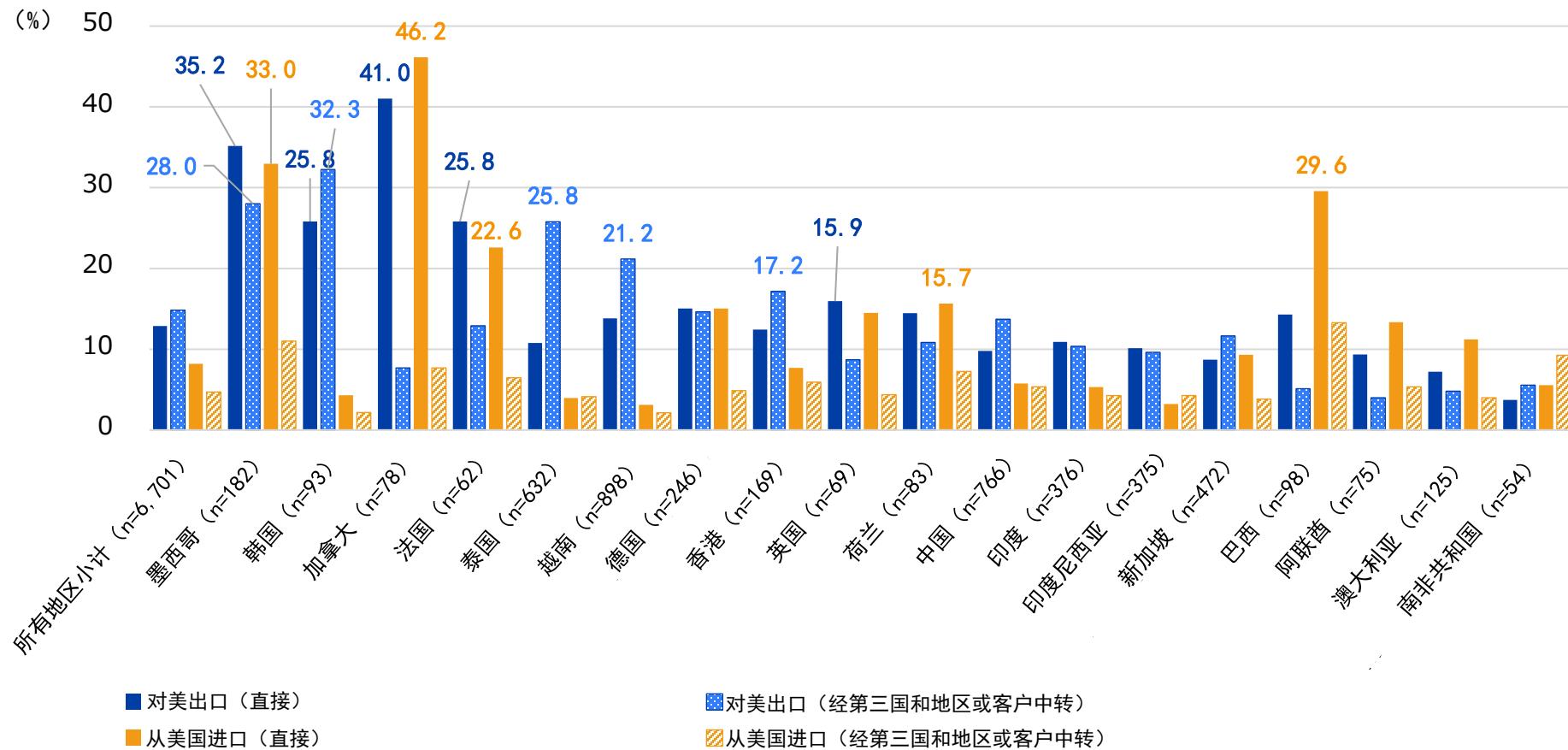
②在美日资企业不在本次调查对象范围内。

Copyright © 2025 JETRO. All rights reserved.
JETRO制作。未经许可，禁止转载或用于其他目的

3 在对美国出口交易中，墨西哥、加拿大和韩国占比尤为突出

- 在与美国存在贸易往来的企业中，出口交易（包括直接出口和间接出口）的占比整体高于进口交易。
- 无论是对美直接出口还是直接进口，地理位置邻近美国的墨西哥和加拿大，其占比均显著高于其他国家和地区。在对美直接出口方面，韩国（25.8%）位居其后；在从美国直接进口方面，巴西（29.6%）紧随其后。

与美国的贸易往来情况（截至回答时）：按业务形态（进出口）

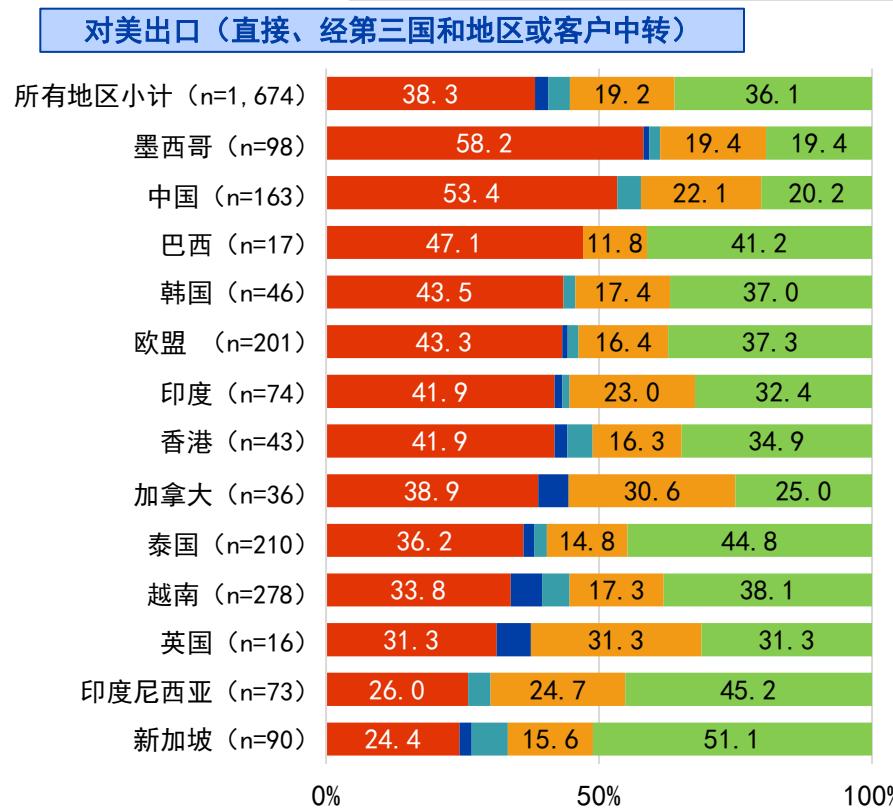


(注) ① n为回答本问题的企业总数。②在美日资企业不在本次调查对象范围内。

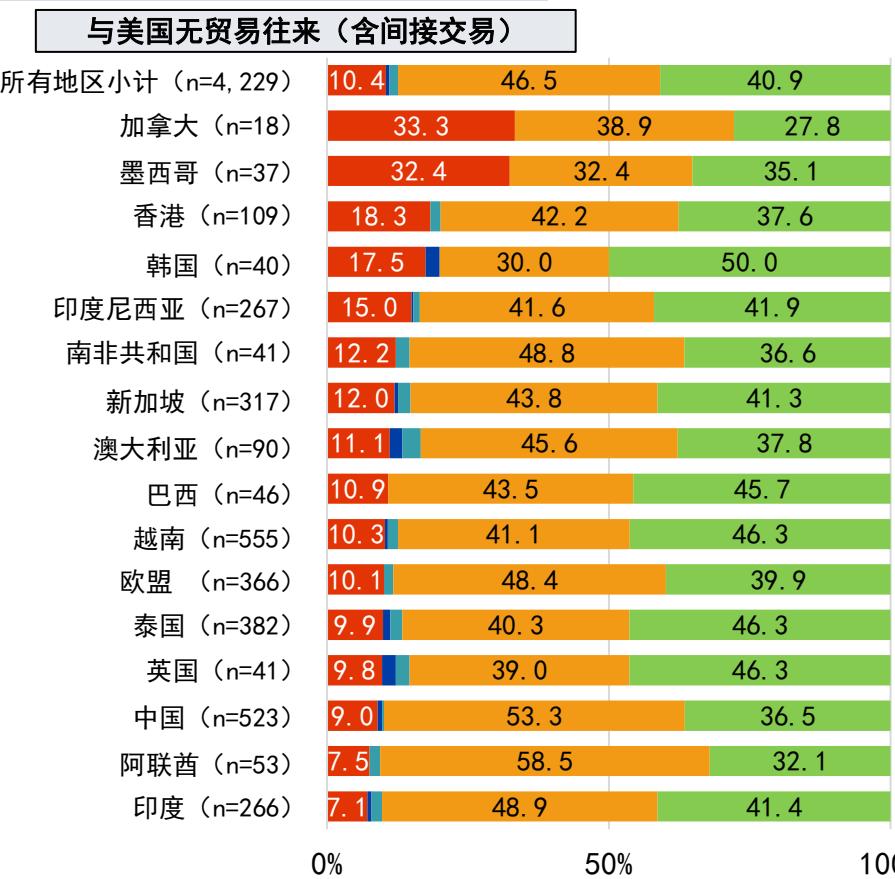
4 | 墨西哥和中国的对美出口企业受到的负面影响尤为显著

- 在墨西哥和中国，超过半数开展对美出口业务的企业回答“负面影响较大”。
- 与美国无贸易往来的企业中，多数认为“无影响”。但在地理位置邻近美国的加拿大和墨西哥，回答“负面影响较大”的企业占比超过三成。

上调关税措施等对2025年营业利润预测产生的影响（按国家和地区）



■ 负面影响较大
■ 正负面影响相当
■ 目前尚不明确



注：①仅列示n=15及以上的国家和地区。②在美日资企业不在本次调查对象范围内。③针对截至2025年8月15日前已实施措施所产生影响的调查结果。④欧洲主要国家的数据统一纳入欧盟进行统计。

Copyright © 2025 JETRO. All rights reserved.
JETRO制作。未经许可，禁止转载或用于其他目的

5 | 美国市场需求减少和竞争力下降是负面影响的主要原因

- 在有对美出口业务的企业中，针对营业利润预测受到负面影响的原因，“美国市场需求减少”的回答占比最高，在越南、泰国和加拿大均超过六成。其中，在加拿大，约七成企业还指出“在美国市场的成本竞争力下降”，显示关税导致的成本上升对企业，尤其是制造业企业，造成了显著影响。
- 在墨西哥，超过四成的企业将“当地市场需求减少”列为导致负面影响的重要原因。

选择上调关税措施等对营业利润预测产生负面影响的原因

(主要10个国家和地区，有对美出口业务的企业，直接、经第三国和地区或客户中转)

(%)

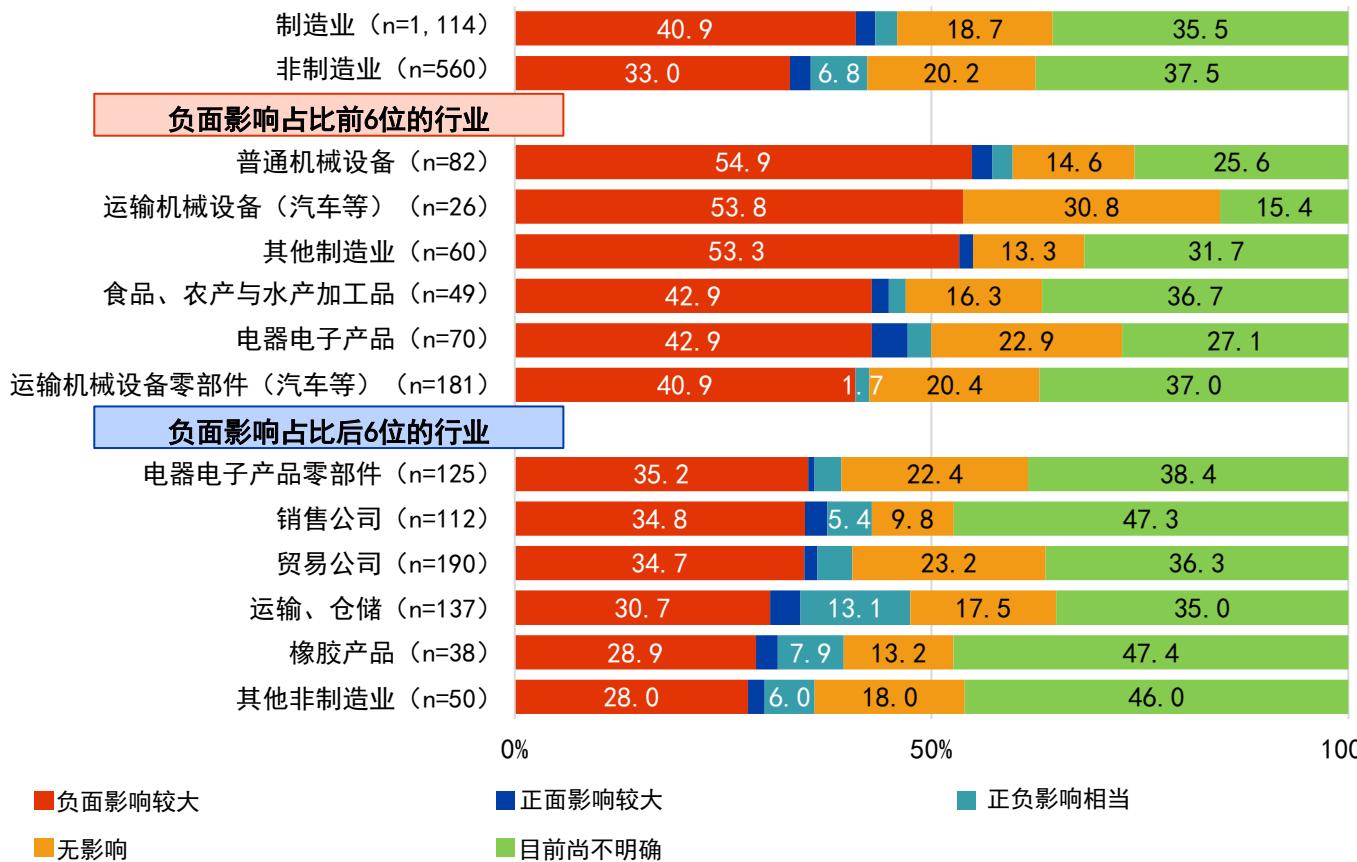
国家和地区	整体	美国市场			当地市场(进驻地国家和地区)			美国以外的出口市场			采购、进口成本增加	全球经济衰退导致销售额和利润率下降
		需求减少	竞争加剧	成本竞争力下降	需求减少	竞争加剧	成本竞争力下降	需求减少	竞争加剧	成本竞争力下降		
所有地区小计	699	56.2	10.7	34.0	23.7	9.4	9.6	7.3	3.7	2.0	17.2	20.2
越南	106	67.9	14.2	30.2	18.9	8.5	10.4	7.5	2.8	2.8	10.4	12.3
中国	92	54.3	6.5	33.7	21.7	7.6	5.4	6.5	1.1	1.1	19.6	17.4
欧盟	91	52.7	7.7	41.8	23.1	9.9	9.9	4.4	1.1	2.2	22.0	20.9
泰国	81	64.2	11.1	33.3	25.9	11.1	7.4	6.2	3.7	0.0	9.9	14.8
墨西哥	59	57.6	13.6	23.7	42.4	11.9	8.5	3.4	1.7	0.0	32.2	23.7
印度	32	50.0	0.0	34.4	18.8	3.1	6.3	0.0	6.3	0.0	12.5	6.3
新加坡	27	48.1	11.1	29.6	18.5	11.1	3.7	18.5	11.1	3.7	11.1	25.9
印度尼西亚	22	54.5	4.5	59.1	13.6	4.5	0.0	9.1	0.0	0.0	9.1	40.9
韩国	21	47.6	14.3	52.4	9.5	14.3	14.3	14.3	4.8	4.8	9.5	19.0
加拿大	13	61.5	30.8	69.2	23.1	23.1	23.1	0.0	0.0	0.0	53.8	23.1

(注) ①在美日资企业不在本次调查对象范围内。②仅统计回答“负面影响较大”或“正负面影响相当”的企业所选择的原因(多选)。③选项中不包含“其他”。④针对截至2025年8月15日前已实施措施所产生影响的调查结果。⑤仅列示有对美出口业务的企业中，n=45及以上的国家和地区，以及加拿大。⑥红色背景表示该原因项下占比高于所有地区合计值的国家和地区；红色粗体字表示该国家和地区中占比最高的原因选项。⑦欧洲主要国家的数据统一纳入欧盟进行统计。
JETRO制作。未经许可，禁止转载或用于其他目的 | 25

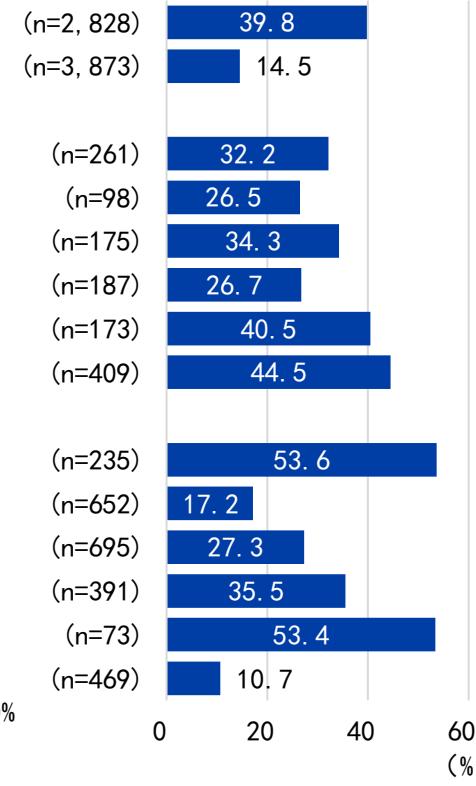
6 | 有对美出口业务的制造业企业中，约四成受到负面影响

- 制造业中有对美国出口业务的企业中，约四成回答“负面影响较大”。**从行业分布来看，普通机械设备、运输机械设备（汽车等）以及其他制造业中，该占比均超过五成。
- 在“负面影响较大”占比较低的行业中，回答“目前尚不明确”的比例相对较高。**不少企业表示影响程度“取决于未来形势及客户战略”**，显示出当前多数企业仍处于观望阶段。

上调关税措施等对2025年营业利润预测产生的影响
(有对美出口业务的企业（直接、经第三国和地区或客户中转），按行业)



各行业中，有对美出口业务（直接或间接）的企业占总体的比例

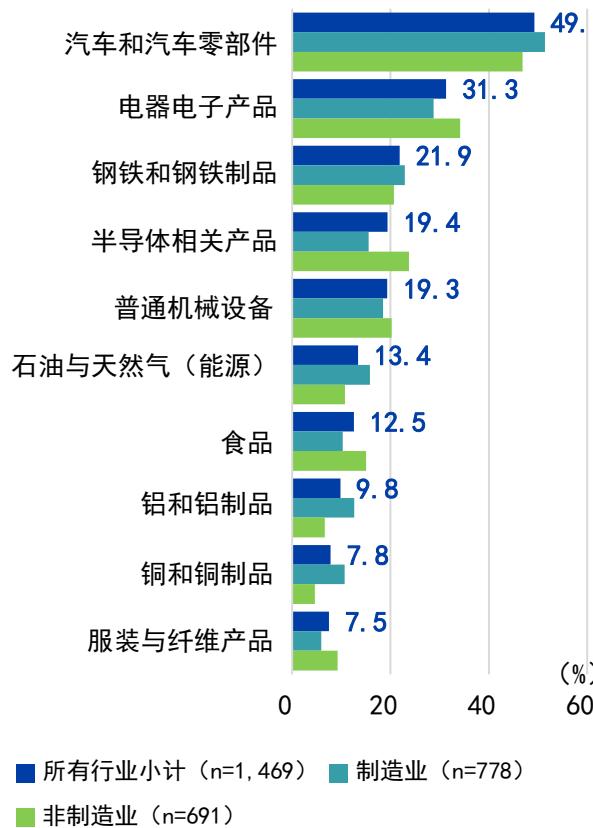


(注) ①仅列示n=30及以上的行业。②在美日资企业不在本次调查对象范围内。③针对截至2025年8月15日前已实施措施所产生影响的调查结果制作。未经许可，禁止转载或用于其他目的。

7 | 关税措施的影响已波及整个供应链

- 在营业利润受到较大影响的品类中，美国加征关税的汽车和钢铁等行业位居前列。受影响的不仅包括生产成品及零部件的制造企业，还涉及物流相关的运输与仓储企业，以及提供原材料和零部件的贸易公司和销售公司等，其回答占比同样较高，这表明，关税措施已对整个供应链产生了广泛冲击。

营业利润受影响较大的前10个品类



受影响较大的前4个品类（按行业，占比前7位行业）

汽车和汽车零部件		(%)
1 运输机械设备零部件（汽车等） (106)	96.2	
2 运输机械设备（汽车等） (20)	95.0	
3 橡胶产品 (24)	83.3	
4 电器电子产品零部件 (66)	66.7	
5 运输、仓储 (117)	66.7	
6 化学品与石油产品 (74)	58.1	
7 塑料制品 (45)	55.6	
电器电子产品		(%)
1 电器电子产品 (59)	84.7	
2 电器电子产品零部件 (66)	72.7	
3 建筑、成套设备等 (29)	48.3	
4 运输、仓储 (117)	42.7	
5 销售公司 (171)	39.2	
6 其他制造业 (47)	36.2	
7 贸易公司 (142)	28.9	
钢铁和钢铁制品		(%)
1 钢铁 (20)	70.0	
2 金属产品 (49)	51.0	
3 普通机械设备 (85)	45.9	
4 运输机械设备（汽车等） (20)	35.0	
5 运输机械设备零部件（汽车等） (106)	32.1	
6 贸易公司 (142)	31.0	
7 其他非制造业 (62)	25.8	
半导体相关产品		(%)
1 电器电子产品 (59)	39.0	
2 销售公司 (171)	35.1	
3 建筑、成套设备等 (29)	34.5	
4 运输、仓储 (117)	27.4	
5 电器电子产品零部件 (66)	24.2	
6 贸易公司 (142)	23.2	
7 其他制造业 (47)	21.3	

(注) ①仅针对在“上调关税措施等对2025年营业利润预测产生的影响”相关问题中回答受到某种影响的企业。

②每家企业最多可选择3个影响较大的品类。③在美日资企业不在本次调查对象范围内。④右表括弧内数字表示样本数 (n)。Copyright © 2025 JETRO. All rights reserved.

JETRO制作。未经许可，禁止转载或用于其他目的

8 在多个国家和地区，日资企业对未来与中国企业竞争加剧表示担忧

- 在主要国家和地区，日资企业普遍对未来可能出现的负面影响表示担忧。尤其是在制造业较为集中的亚洲地区，日资企业一方面期待本地采购需求扩大带动市场增长，另一方面也高度警惕与中国企业之间的竞争进一步加剧，趋于白热化。
- 在加拿大和墨西哥，日资企业虽期待通过利用《美墨加三国协议》（USMCA）提升自身竞争力，但同时也对2026年协议条款可能修订所带来的不确定性表示担忧。

对上调关税措施及反制措施影响的未来期待与担忧（自由回答）

<图例>

对正面影响的期待

对负面影响的担忧

+ 更换美国供应商带动需求增长
 - 区域内客户竞争力下降导致需求减少
 - 中国及印度产品涌入导致竞争加剧
 - 生产和采购成本增加
 - 未来的投资意愿降低



+ 本地采购需求扩大带动市场增长
 相对于美国竞品，国内竞争力提高
 - 印度和中国的保护主义加速
 - 当地货币兑美元持续贬值
 - 未来的消费意愿与投资意愿降低
 - 生产和采购成本增加，采购困难




+ 对美出口产品的成本竞争力提高
 - 中国及印度产品涌入导致竞争加剧、
 价格下跌
 - 生产和采购成本增加

+ 对非洲商业的关注度提高
 - 未来的投资意愿降低



+ 以亚洲和大洋洲为核心构建的供应链，使其在美国潜在客户中被视为低风险选择
 - 因更换中国供应商，澳大利亚国内采购竞争加剧



+ 本地采购需求扩大带动市场增长、投资增加
 + 作为美国竞品的替代品，日本产品获得商机
 - 美国停止出口导致生产萎缩、需求减少
 - 出口目的地转移对生产计划与定价造成扰动
 - 美国针对中国出口管制采取反制措施
 - 未来的投资意愿降低
 - 生产和采购成本增加，采购困难




+ 本地采购需求扩大带动市场增长
 - 对美出口减少导致生产萎缩、需求减少

+ 物流枢纽建设加速带动需求增长
 + 本地采购需求扩大带动订单与投资增长
 - 中国企业投资增加导致竞争加剧
 - 中国产品涌入导致价格下跌
 - 生产和采购成本增加，采购困难
 - 未来的消费意愿与投资意愿降低



+ 通过利用《美墨加三国协议》（USMCA），
 在美国市场相关业务中，相比欧洲和亚洲竞争
 对手更具竞争优势
 - （美国）扩大加征关税措施的适用范围导致
 成本增加



+ 通过利用USMCA扩大商机
 + 近岸外包加速
 - USMCA条款修订导致竞争优势下降
 - 墨西哥产品因失去出口市场而滞留国内
 - 未来的投资意愿降低



- 中国产品涌入导致价格下跌
 - 物流周期延长
 - 巴西产品因失去出口市场而滞留国内

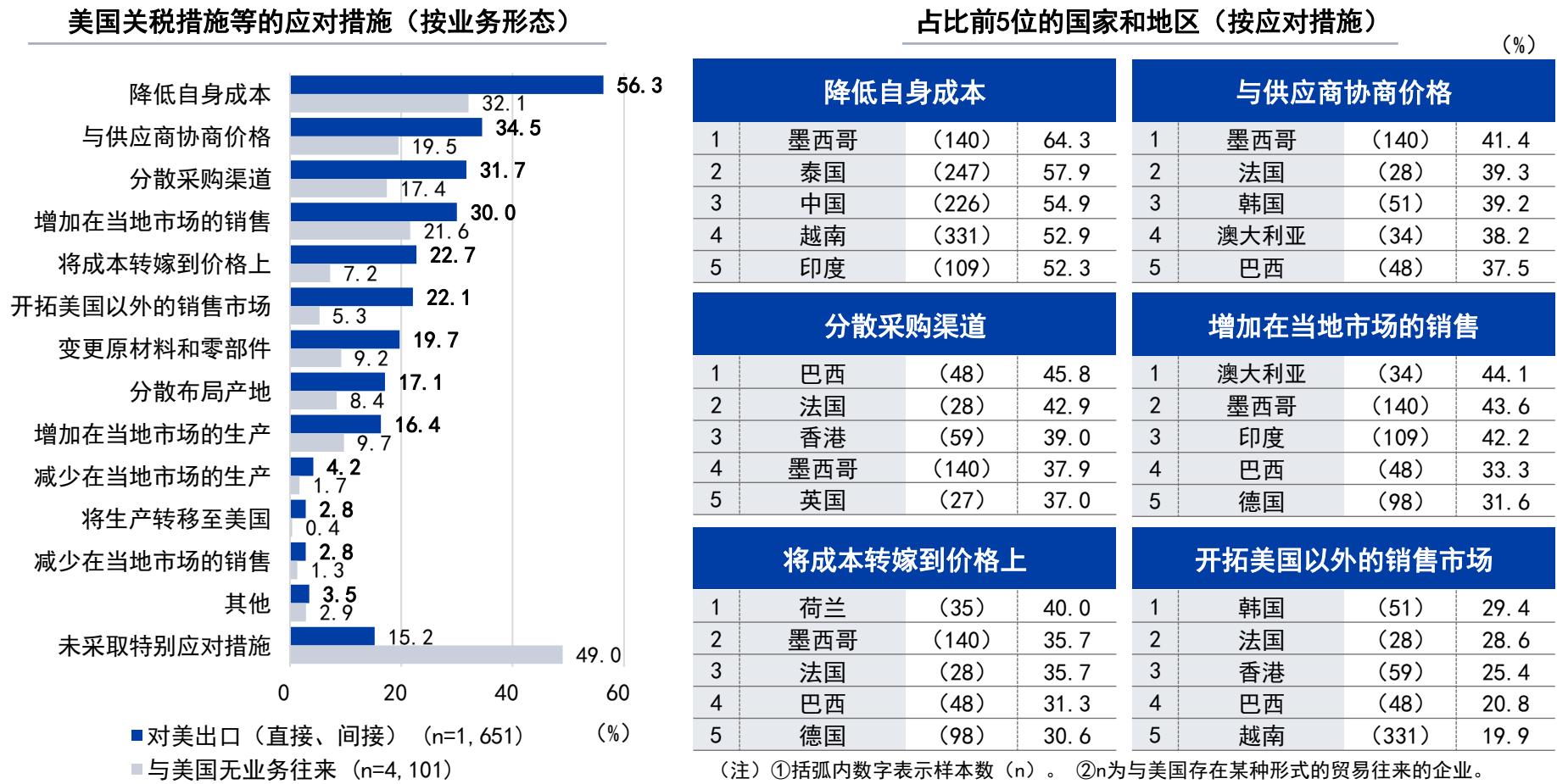


(注) ①为明确回答意图，在不改变原文主旨的前提下，对自由回答内容进行了适当补充和编辑。

②根据18个国家和地区约1,500家企业关于未来影响的自由回答编制而成。③在美日资企业不在本次调查对象范围内。

9 | 企业采取的主要应对措施包括“降低成本”与“强化销售网络”

- 作为应对美国加征关税等措施的对策，超过半数开展对美出口业务的企业选择“降低自身成本”。三成以上企业同时采取了“与供应商协商价格”“分散采购渠道”以及“增加在当地市场的销售”等措施。
- 欧洲国家在“将成本转嫁到价格上”选项中的占比较高；而在对美直接出口企业较多的韩国和法国，企业选择“开拓美国以外的销售市场”的占比显著高于其他国家和地区。



（注）①多选。②不包含选项中的“其他”。③在美日资企业在本次调查对象范围内。

JETRO制作。未经许可，禁止转载或用于其他目的。

10 | 企业通过强化进驻国家和地区的供应链积极应对外部环境变化

- 在采购方面**，加拿大、墨西哥及亚洲地区的企业普遍致力于“**提高本地采购率**”。
- 在生产方面**，亚洲地区“**启动本地化生产**”和“**开发新产品**”等举措尤为突出。
- 在销售方面**，企业普遍推进跨区域“**开拓新市场与业务领域**”，同时亦呈现出强化本地内需市场的趋势。

美国关税措施等的具体应对措施（自由回答）

	采购	生产	销售
加拿大 墨西哥	<ul style="list-style-type: none"> 为满足USMCA的原产地规则，推进北美地区内的本地采购 与供应商协商区域内采购原材料的必要性 	<ul style="list-style-type: none"> 将生产由日本转移至墨西哥 在加拿大开拓制造委托方 优化生产体制/提高生产体制的灵活性 	<ul style="list-style-type: none"> 增加加拿大制造产品，专注加拿大国内销售 做好销量下滑预期，承担部分关税 推进销售渠道多元化（从汽车领域拓展至航空等领域） 部署有望扩大利润的自有品牌商品 强调基于USMCA框架的价格稳定性优势
中南美	<ul style="list-style-type: none"> 确保亚洲和欧洲的采购渠道 		<ul style="list-style-type: none"> 以巴西为中心，着力拓展面向南美地区的销售
欧洲	<ul style="list-style-type: none"> 开拓美国以外的采购渠道 	<ul style="list-style-type: none"> 通过数字化转型提高效率 	<ul style="list-style-type: none"> 开拓欧洲区域内的销售渠道 推进销售渠道多元化（转向非车载领域等） 投资可实现差异化的技术 调整库存水平与销售价格
东盟 大洋洲	<ul style="list-style-type: none"> 研究将美国进口材料转为本地采购的可能性 提高本地采购率，争取获取原产地证书 	<ul style="list-style-type: none"> 推进新型高附加值产品（高价产品及专用产品等）的开发 开发替代品（经济版） 启动本地化生产，实施区域内生产转移 	<ul style="list-style-type: none"> 开拓美国以外的新出口市场 加强区域内交易
印度	<ul style="list-style-type: none"> 提高本地采购率 推进地产地消 	<ul style="list-style-type: none"> 探讨在印度国内实现自主生产 开发面向美国以外市场的产品 	<ul style="list-style-type: none"> 专注于内需（印度市场） 开拓美国以外的新出口市场 吸纳美国竞品的替代需求
中国	<ul style="list-style-type: none"> 提高本地采购率 开拓美国以外的采购渠道 	<ul style="list-style-type: none"> 将生产转移至关税相对较低的国家和地区的集团旗下企业 	<ul style="list-style-type: none"> 为满足本地采购需求，增加销售人员配置 巩固并增设国内销售网点 拓展新业务领域 扩大与东南亚、中东及非洲地区的贸易往来
中东 非洲	<ul style="list-style-type: none"> 将采购来源转向印度、中国 分散采购渠道 		<ul style="list-style-type: none"> 开拓面向消费者的销售渠道 将业务领域扩展至周边相关行业

(注) ①为明确回答意图，在不改变原文主旨的前提下，对自由回答内容进行了适当补充和编辑。

②根据18个国家和地区的应对措施相关自由回答编制而成。③在美日资企业不在本次调查对象范围内。

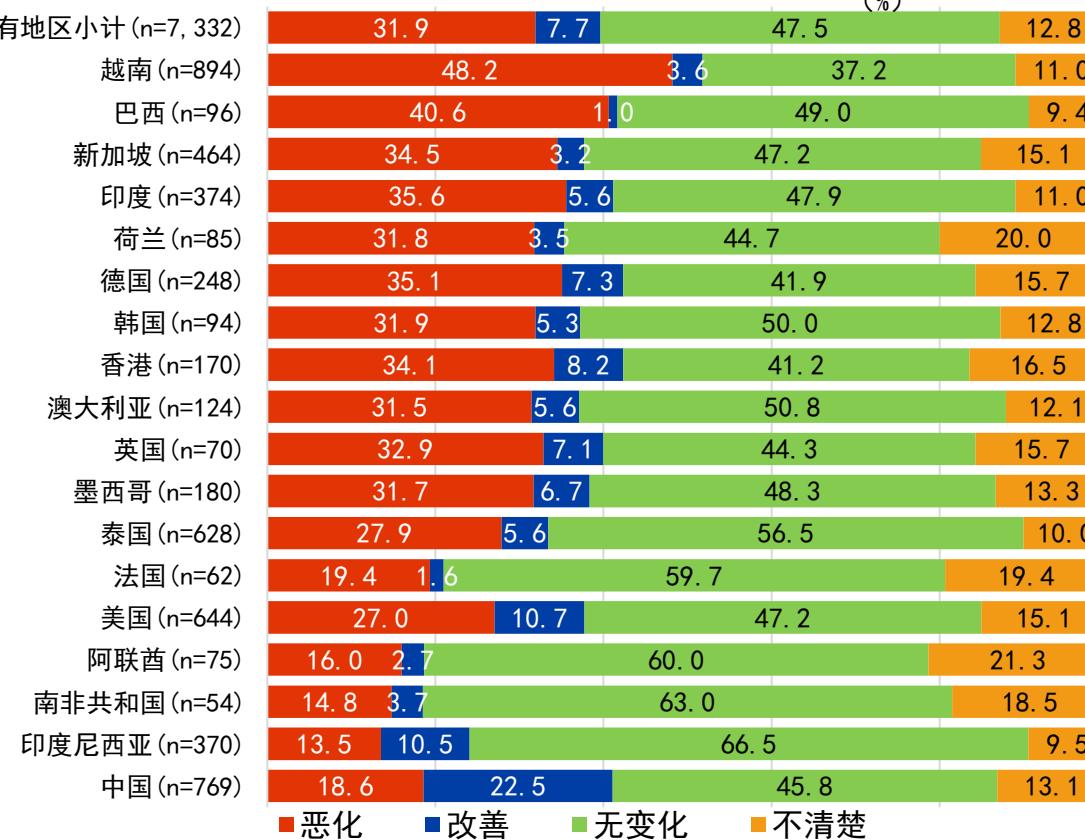
IV. 劳动力短缺、工资 -人才争夺日趋激烈，超过三成企业表示用工环境恶化-

1 | 劳动力短缺呈恶化趋势，唯中国改善占比超过恶化占比

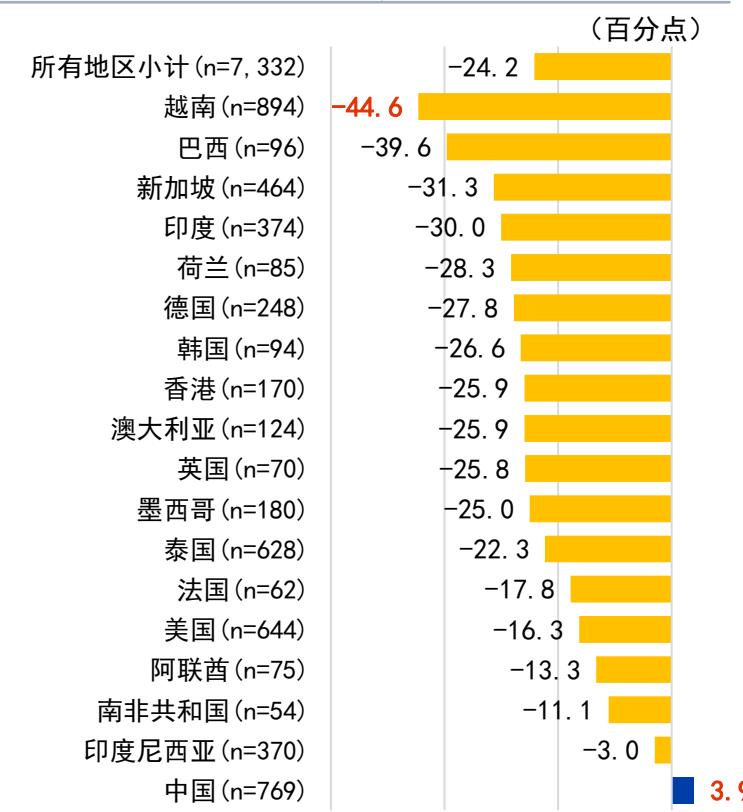
- 关于当地劳动力市场的人才保障情况，近两年回答“无变化”的企业占比最高；回答“恶化”的企业占比为31.9%，明显高于回答“改善”的企业占比（7.7%）。
- 从各国家和地区的DI值（注）来看，在印度、巴西、越南等未来业务扩张意愿较强的国家，负值尤为显著。其中，**越南的负值超过40个百分点**。相比之下，**尽管中国经济增速放缓、青年失业率处于高位，但劳动力市场整体趋于宽松，成为主要国家和地区中唯一呈现正值的国家**。

（注）Diffusion Index的简称。本调查中是指较上年“改善”的企业占比（%）减去“恶化”的企业占比（%）后得到的数值。

近两年的人才保障情况（按主要国家和地区）



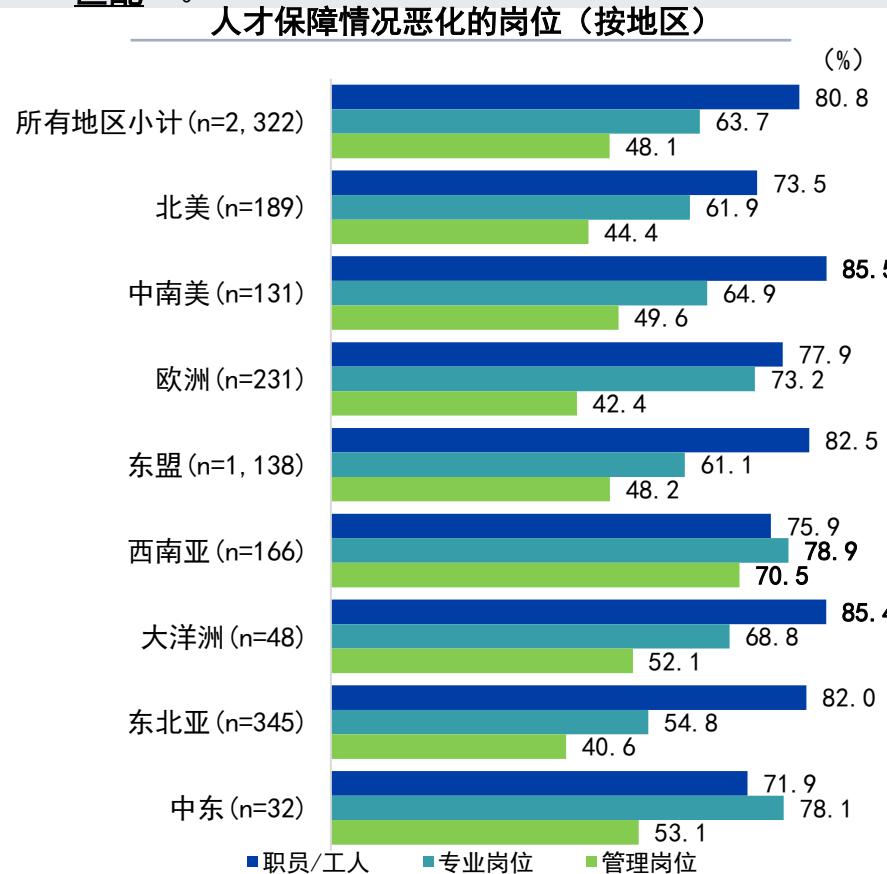
近两年的人才保障情况 (DI值, 按主要国家和地区)



（注）国家和地区按DI值从低到高排序。

2 | 企业在确保职员/工人方面面临困难，薪资待遇是主要影响因素

- 在反映用工形势恶化的企业中，约八成企业表示在确保职员/工人方面面临困难。这一占比在中南美洲和大洋洲尤为突出。而在西南亚地区，专业岗位与管理岗位的恶化占比较高。从行业分布来看，制造业各类岗位的用工形势整体上均较非制造业更为严峻。与此同时，在非制造业领域，通信和IT、咨询以及建筑和成套设备等行业，在确保专业人才方面同样面临较大挑战。
- 用工形势恶化的背景在于，各类岗位普遍存在“薪资待遇要求水平提高”的情况。对于职员/工人与专业岗位，企业普遍认为主要原因是“企业间的人才争夺战日趋激烈”；而对于管理岗位，企业则指出“岗位需求与求职者技能不匹配”。



显著恶化的行业（按岗位，占比前3位的行业）

职员/工人		专业岗位	
服装与纤维产品 (n=46)	97.8	通信、IT等 (n=77)	90.9
塑料制品 (n=78)	97.4	咨询 (n=32)	87.5
金属产品 (n=95)	95.8	建筑、成套设备等 (n=96)	86.5
管理岗位			
非银行类 (n=32)	62.5	电器电子产品 (n=71)	56.3
批发 (n=34)	55.9		

(注) ①多选。②以近两年回答人才保障情况“恶化”的企业为对象。③仅列示n=30及以上的地区和行业。

④所有地区小计包括俄罗斯和非洲。

3 在越南，日资企业与中国企业之间的人才竞争日趋激烈

- 在人才争夺较为激烈的竞争对手中，当地企业占比最高。另一方面，也有超过三成企业表示，人才竞争并未进一步加剧。
- 从近两年人才保障情况出现恶化的国家和地区来看，在印度，随着日资企业持续加大投资并积极拓展业务，日资企业之间的人才竞争尤为突出；在越南，日资企业主要面临来自亚洲企业的竞争，尤其是近年来加速布局的中国企业；而在巴西，除当地企业和日资企业外，欧洲企业在人才竞争中的占比同样较高。

在人才保障方面，竞争日趋激烈的对手企业所属资本国/地区

(%)

	当地	日本	中国	台湾	美国	欧洲	韩国	印度	与其他公司之间的竞争并未加剧
所有地区小计、(n=7,169)	41.7	23.6	18.0	4.7	6.8	7.9	7.7	1.0	34.7
制造业 (n=3,104)	43.8	20.6	22.8	7.3	6.9	7.4	10.0	0.9	30.3
非制造业 (n=4,065)	40.1	25.9	14.4	2.7	6.6	8.2	6.0	1.1	38.1

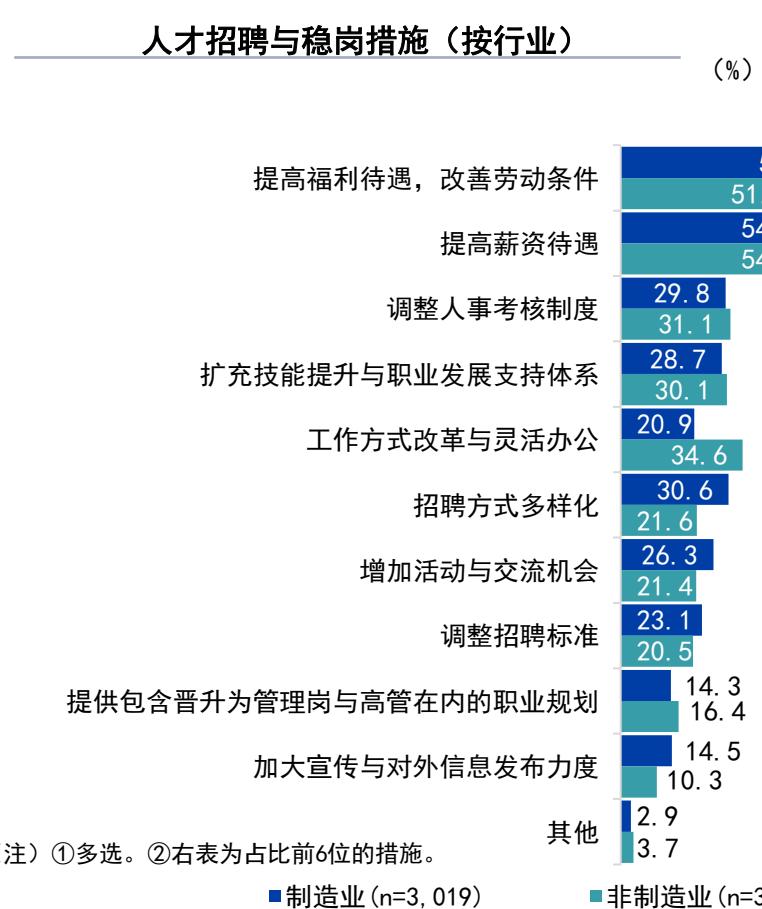
按行业	巴西 (n=90)	46.7	27.8	21.1	1.1	17.8	22.2	6.7	2.2	17.8
	印度 (n=369)	54.5	37.4	4.3	3.8	10.3	13.0	10.3	-	23.8
	越南 (n=876)	29.0	33.7	33.9	22.4	6.4	8.8	30.7	0.6	26.6
	韩国 (n=92)	55.4	28.3	5.4	0.0	12.0	9.8	-	0.0	28.3
	美国 (n=631)	53.7	25.7	6.2	1.7	-	4.9	4.9	1.4	30.1
	墨西哥 (n=176)	31.3	33.0	31.3	1.7	18.2	15.9	9.7	0.6	32.4
	新加坡 (n=449)	42.3	23.4	18.7	3.1	12.2	13.6	4.2	1.1	34.3
	泰国 (n=627)	32.1	29.3	34.3	4.1	2.7	4.3	3.3	0.5	34.9
	德国 (n=232)	49.6	17.7	12.5	1.3	2.2	-	0.9	0.9	38.8
	香港 (n=167)	34.1	33.5	24.0	2.4	8.4	6.6	1.8	0.6	38.9
	南非共和国 (n=54)	37.0	7.4	33.3	0.0	1.9	11.1	1.9	11.1	40.7
	荷兰 (n=83)	45.8	13.3	8.4	1.2	6.0	-	1.2	2.4	41.0
	澳大利亚 (n=121)	43.8	18.2	5.8	0.0	5.0	4.1	0.0	0.8	41.3
	英国 (n=66)	43.9	18.2	4.5	1.5	3.0	-	3.0	3.0	42.4
	中国 (n=750)	50.4	15.7	-	1.1	2.8	3.5	0.5	0.1	43.2
	印度尼西亚 (n=368)	28.0	27.2	25.3	2.4	3.8	5.4	9.5	1.1	44.6
	法国 (n=58)	37.9	8.6	8.6	1.7	8.6	-	1.7	0.0	53.4
	阿联酋 (n=74)	14.9	18.9	13.5	1.4	8.1	10.8	6.8	6.8	60.8

(注) ①多选。②红色背景表示该国家/地区占比前3位的竞争对手企业。③“-”符号表示当地企业与资本国/地区企业为同一主体。此外，针对欧洲地区，“当地企业”定义为“包括进驻国家和地区以外的国家和地区的欧洲企业”。

Copyright © 2025 JETRO. All rights reserved.
JETRO制作。未经许可，禁止转载或用于其他目的

4 | 企业通过提高福利待遇促进招聘与稳岗

- 为促进人才招聘与稳岗，各行业致力于“提高福利待遇，改善劳动条件”以及“提高薪资待遇”的企业占比普遍超过半数。其次，制造业中致力于推进“招聘方式多样化”的企业占比较高；而非制造业企业则更侧重于“工作方式改革与灵活办公”。
- 从国家和地区来看，印度和巴西的日资企业在各项应对措施上的回答占比相对较高。这反映出在两国人才保障形势普遍恶化的背景下，企业正通过多元化的策略积极应对。



人才招聘与稳岗措施（各措施占比前3位的国家和地区）

(%)

措施	国家/地区 (n)	占比 (%)
1. 提高福利待遇，改善劳动条件		
巴西 (n=89)	68.5	
韩国 (n=90)	66.7	
英国 (n=66)	63.6	
2. 提高薪资待遇		
阿联酋 (n=68)	66.2	
印度 (n=355)	61.1	
越南 (n=858)	61.1	
3. 调整人事考核制度		
韩国 (n=90)	43.3	
巴西 (n=89)	42.7	
印度 (n=355)	42.3	
4. 扩充技能提升与职业发展支持体系		
巴西 (n=89)	39.3	
阿联酋 (n=68)	36.8	
印度 (n=355)	35.5	
5. 工作方式变革与灵活办公		
德国 (n=228)	57.5	
英国 (n=66)	54.5	
法国 (n=54)	53.7	
6. 招聘方式多样化		
印度 (n=355)	36.1	
墨西哥 (n=175)	32.6	
越南 (n=858)	32.2	

5 | 通过与高校合作及充分利用社交媒体，积极推进人才招聘

- 从具体措施来看，在招聘方面，企业通过与当地高校合作及充分利用社交媒体等方式确保人才；在稳岗方面，企业采取的措施有提供赴日派遣机会、支持员工提升个人技能（取得专业资格等），以及通过组织联谊会和员工旅行等活动提升员工敬业度。

日资企业采取的人才招聘与稳岗措施

越南

招聘

稳岗

- 扩大通勤班车的覆盖范围，拓展招聘区域。**加强与高校的合作，积极邀请高中生参观工厂**（信息通讯设备与业务用设备）
- 充分利用**当地社交媒体**（销售公司）
- 将业务进行量化评分，明确职责与重要性。针对工人，实施技能水平评分制，并每年开展评估测试（运输机械设备零部件（汽车等））
- 组织员工旅行和联谊会（医疗器械）
- 开设日语培训课程并承担日语能力考试相关费用，以支持员工取得日语资格证书**（贸易公司）

巴西

招聘

稳岗

招聘

稳岗

- 通过高校平台与社交媒体渠道，发布实习岗位信息**（运输机械设备零部件（汽车等））

- 举办**升职宴，员工可携家属一同参加**（电力、燃气等）

印度

招聘

稳岗

- 将招聘重心从社会招聘**转向校园招聘，并对新人进行从零开始的系统培训**（销售公司）
- 与高等院校及职业院校合作**，保障人才供应（运输机械设备（汽车等））
- 举办家庭日活动，邀请员工家属参与互动体验（汽车等）
- 组织联谊会收集员工诉求，推动改善与落实**（化学品与石油产品）
- 派遣工程师赴日本母公司学习工作方式及商务礼仪，同时感受文化差异**（通信、IT等）

其他主要国家和地区

招聘

稳岗

招聘

稳岗

- 修订招聘方针与标准，**明确对工作经验、教育背景及技能等的要求**（美国/金属产品）
- 调整**招聘制度，为具备特殊技能的工程师设立区别于普通工程师的待遇体系**（中国/有色金属）
- 推行毕业生内部推荐招聘机制（英国/销售公司）
- 放宽语言要求**。此前要求必须掌握日语，现扩大至对日语感兴趣者即可应聘（美国/有色金属）
- 为保障关键研发项目的连续推进，**发放限时留任奖金**（美国/医疗器械）
- 增加休假天数（荷兰/化学品与石油产品）
- 改为**以当地市场为基准进行薪酬对标管理**（新加坡/持股与统筹管理公司）
- 由公司承担费用，完善本地员工健康保险制度（德国/销售公司）
- 将每日固定工作时间缩短1小时**（泰国/贸易公司）
- 每年提供一次回国探亲往返机票（阿联酋/其他非制造业）
- 推行“进修假”制度，承担在线课程费用**（南非共和国/贸易公司）

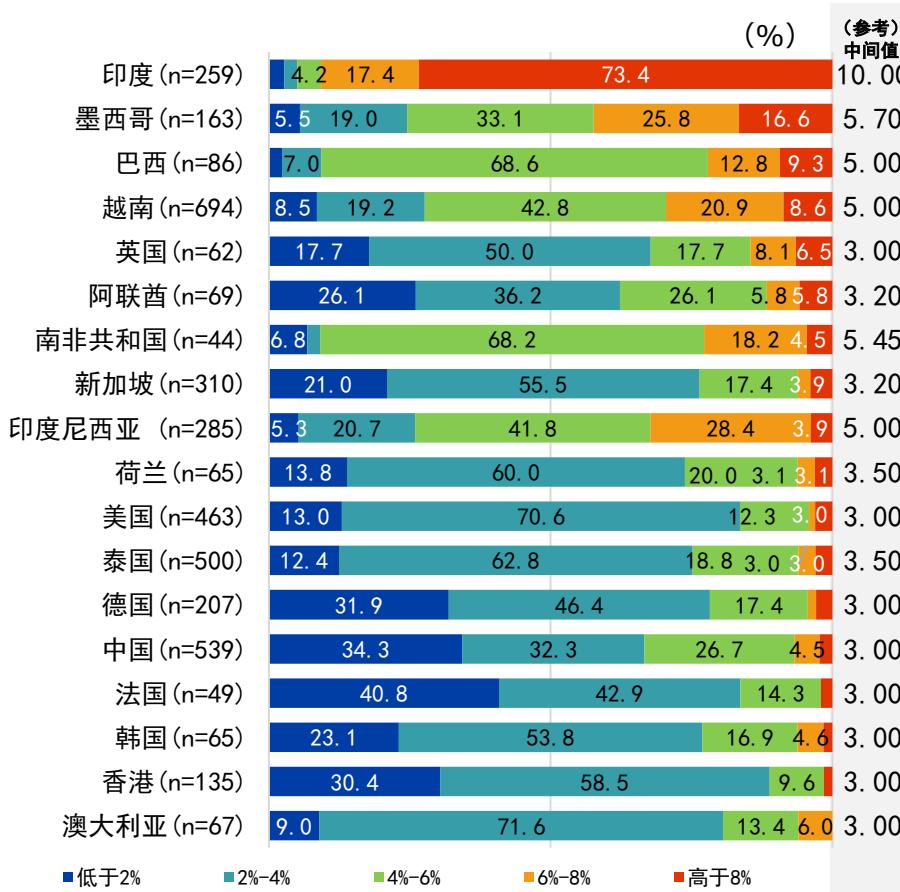
(注) ① 左表呈现的是2024年在越南、巴西、印度，非管理岗位与管理岗位离职率低于5%的日资企业所采取的措施。

② 为明确回答意图，在不改变原文主旨的前提下，对自由回答内容进行了适当补充和编辑。

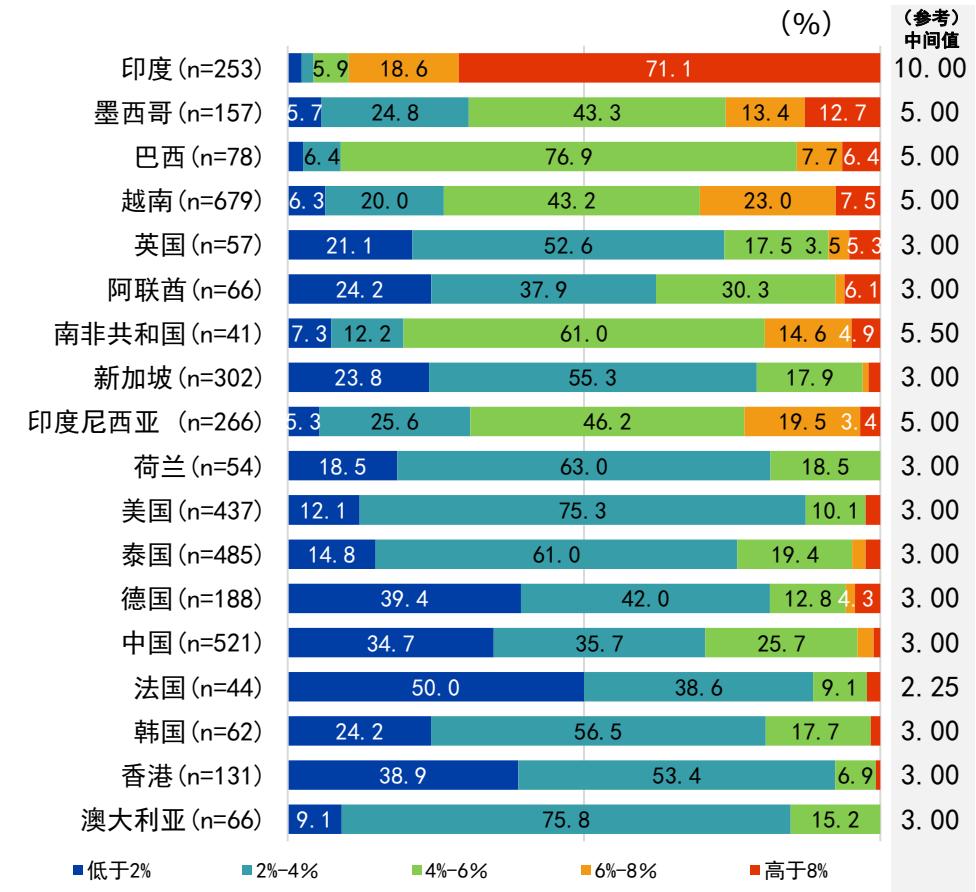
6 在人才争夺日趋激烈的国家和地区，基本工资增长率处于较高水平

- 2025年和2026年各国家和地区的基本工资增长率（名义值、平均值）均高于通胀预期。
- 在印度、越南等人才争夺日趋激烈的新兴国家和地区，基本工资增长率呈现更为明显的上升趋势。尤其是在印度，超过七成企业将基本工资增长率设定在8%及以上。

基本工资增长率（名义值，按主要国家和地区，2025年）



基本工资增长率（名义值，按主要国家和地区，2026年）



(注) ①基于各公司回答的基本工资增长率数据，展示了不同增长区间的企业分布情况。②按2025年基本工资增长率高于8%的企业占比由高到低排序。

VI. 总结

调查结果的总结

- 1. 在营业利润预测方面**, 2025年预计实现盈利的企业占比达66.5%, 连续两年上升。其中, 中东、西南亚和中南美地区的盈利企业占比超过七成, 非洲地区也首次突破六成。尽管四成以上企业预期2026年营业利润将进一步改善, 但在墨西哥、巴西、韩国等与美国贸易往来较为密切的国家, 预期业绩恶化的企业有所增加。
从今后业务开展方向看, 印度已连续两年有超过八成企业希望“扩大”业务; 非洲地区制造业中七成企业表达了扩张意愿。以制造业为中心, 企业在全球南方持续推进业务扩张。从行业来看, 医药品、食品、农产与水产加工品行业有超过七成企业回答“扩大”业务。
- 2. 关于美国关税措施的影响**, 在整体对美出口企业中, 约四成企业表示“负面影响较大”, 在墨西哥和中国, 这一比例更是超过五成。在汽车及零部件供应链领域, 近五成企业受到波及。在对未来的担忧方面, 除“美国市场需求减少”外, 企业普遍指出, 在进驻市场中与中国等第三国企业的竞争加剧尤为突出。对美出口企业主要采取降低自身成本、分散采购渠道及强化销售网络等措施应对关税影响, 具体包括提高本地采购率、启动本地化生产、开拓新的销售市场等供应链优化举措。
- 3. 劳动力短缺**问题持续加剧。关于近两年的人才保障情况, 表示“恶化”的企业占比超过三成, 在越南、巴西、印度等今后业务扩张意愿较强的国家, 恶化趋势尤为明显。在人才获取方面, 当地企业仍是主要竞争对手, 而在越南, 中国企业已成为最大的竞争对手。半数以上企业通过提高福利待遇、改善劳动条件及提高薪资水平加以应对; 同时, 也有企业尝试通过与高校合作、利用社交媒体招聘, 并通过技能提升培训和内部活动来提高员工稳岗率。

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/ora2/20250024>



本报告相关咨询请联系

日本贸易振兴机构（JETRO）

调查部国际经济课



03-3582-5177



ORI@jetro.go.jp



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

本报告所提供的信息仅供参考，使用者应自行判断相关信息的适用性，并自行承担因使用本报告信息而产生的一切责任。JETRO在编制本报告过程中已尽力确保信息的准确性，但对于因使用本报告所载信息而导致的任何损失或不利影响，JETRO概不承担任何责任，敬请谅解。

未经允许，严禁转载