



北京大学企业大数据研究中心

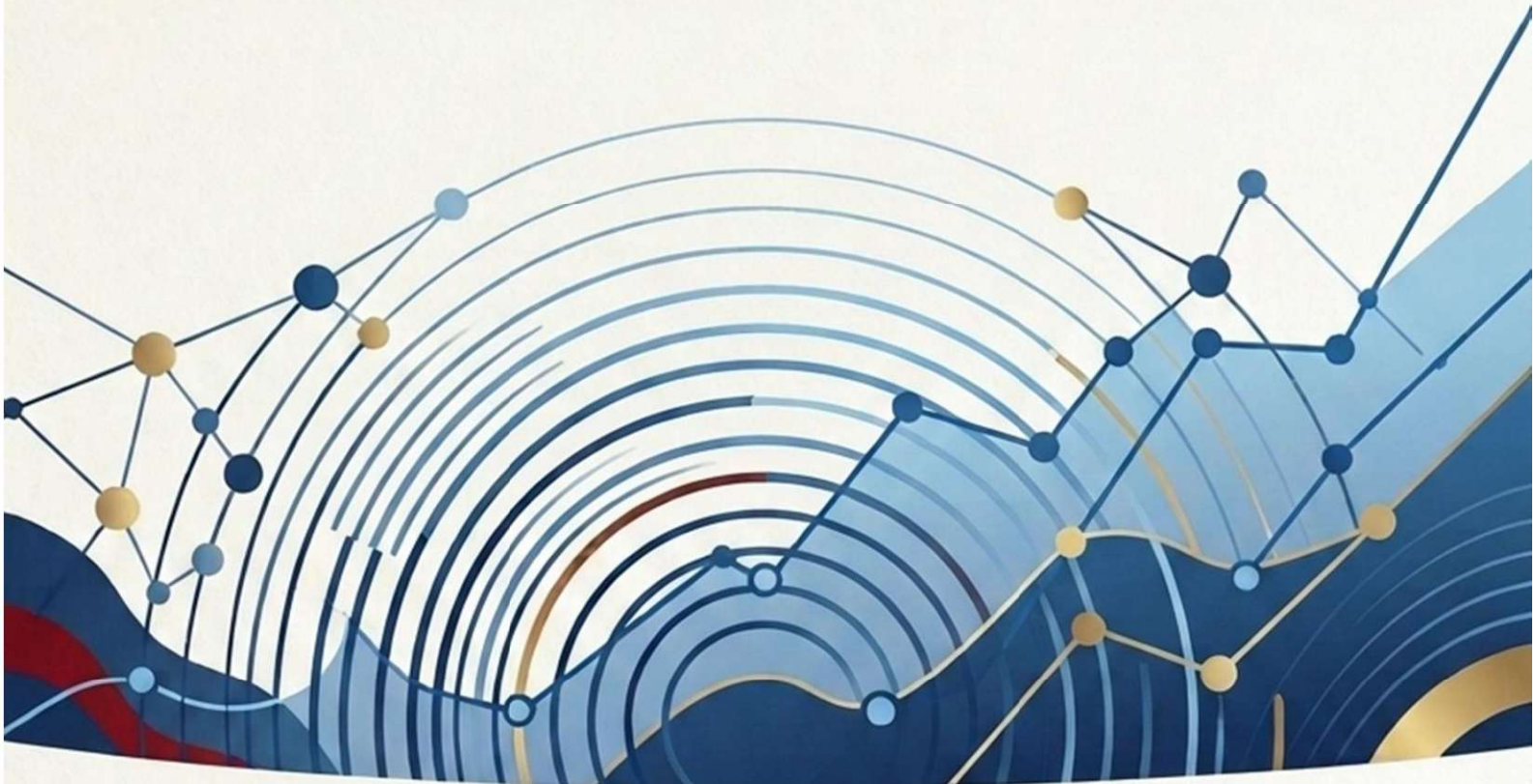


北京大学中国社会科学调查中心
INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCE SURVEY, PEKING UNIVERSITY

Ant Group Research
蚂蚁集团研究院



网商银行



小微经营者 理财行为调查报告

北京大学企业大数据研究中心
北京大学中国社会科学调查中心
蚂蚁集团研究院
网商银行

2026年4月

更多免费行业报告

并购家

www.ipopo.cn

调查报告参与者

张晓波 北京大学光华管理学院讲席教授、北京大学企业大数据研究中心主任

向 勳 北京大学光华管理学院博士研究生

承子珺 上海财经大学金融学院助理研究员

孙 妍 北京大学中国社会科学调查中心副研究员

张 彧 网商银行董事会办公室研究员

李振华 蚂蚁集团研究院院长

谢 专 蚂蚁集团研究院高级研究员

技术支持

数字经济开放研究平台、蚂蚁集团客户体验及权益保障部、网商银行

免责声明

本报告由本课题组成员根据当前认为可靠的信息撰写,报告中所提供的信息仅供参考。本课题组不保证本报告所载资料来源及观点出处绝对准确和完整,也不对因使用本报告材料而引起的损失承担任何法律责任。本报告所载信息、意见、推算及预测仅反映课题组成员于报告发布当日的判断,并不一定反映本课题组的观点。如有变更,恕不另行通知。

本报告版权为北京大学企业大数据研究中心、北京大学中国社会科学调查中心、蚂蚁集团研究院和网商银行所有。未经事先书面许可,任何机构或个人不得更改或以任何方式传送、复印或分发本报告的材料、内容或其复印本给除版权所有方以外任何其他人。北京大学企业大数据研究中心、北京大学中国社会科学调查中心、蚂蚁集团研究院和网商银行对本免责声明具有修改权和最终解释权。

© 版权保护

摘要

为了深入了解小微经营者的财富管理现状、理财需求和行为特征，为更具精准性和普惠性的金融产品设计提供决策依据，北京大学企业大数据研究中心、北京大学中国社会科学调查中心与蚂蚁集团研究院、网商银行联合开展了小微经营者理财调查。课题组在实地走访的基础上设计了聚焦小微经营者理财行为的调研问卷，并通过支付宝和网商银行线上调研平台开展调研，样本聚焦活跃小微经营者群体，最终回收有效问卷 11776 份。基于本次调研的分析，我国小微经营者的理财行为呈现以下的特点：

1. **生意与个人资金往往不严格分账。**调查显示，大约只有四成的小微经营者会严格分账管理生意与个人资金。大多数个体经营者在资金使用上界限模糊，生意资金和家庭资金经常混用。只有经营规模较大、组织形式更正规的公司制企业，才能在财务管理上做到相对规范的隔离。

2. **生意经营资金追求流动性，个人资金追求收益性。**生意资金被视为“生存之水”，高度看重流动性与灵活性，偏好活期及货币基金；个人资金则侧重“财富积累”，更追求保本、安全与收益，对银行理财和进取型资产的配置随资金规模增长而显著增强。

3. **宏观经济形势与经营情况对小微理财意愿影响强烈。**数据显示，接近六成的小微经营者有理财需求。经营状况良好且对未来生意有信心的群体，参与金融投资的积极性更高。相比之下，处于亏损状态的经营者更倾向于收缩投资，将资金留作应急或转向低风险渠道。

4. **互联网正在逐渐成为小微理财的主要渠道。**数字化金融服务在小微群体中的渗透率极高，互联网银行凭借操作方便和赎回额度受限少等优势，解决了小微资金高频周转的痛点，成为他们管理经营资金的核心平台。

5. **小微经营者的经营利润分配表现出强烈的实业导向，家庭财富与生产经营高度捆绑。**调查显示小微经营者将超过 50% 的资金重新投入到实业经营中，体现了积极进取的企业家精神。小微经营者的家庭财富深度捆绑在生产经营中，房产则是他们财富积累和潜在融资抵押的重要手段。在金融资产配置上，他们整体表现稳健，将大部分风险额度留给了实业经营。

6. **生意繁忙、缺少时间精力用于理财是小微经营者的重要痛点，信贷与理财存在显著渠道粘性。**他们普遍反映无暇研究理财细节，因此更倾向于选择操作便捷、门槛低的互联网渠道，或通过已有业务往来的银行进行“一站式”管理。因此，理财渠道的选择很大程度上源于银行其他类型业务的客户连带效应。例如，贷款业务和理财业务之间存在联动，即获得某一类线下银行贷款的主体，往往在该类银行的使用率上表现突出。

7. 在产品设计和监管政策方面，小微经营性资金理财存在三大值得关注的问题：第一，申赎额度限制与大额资金周转需求存在错配。第二，收益率披露口径的不统一增加了决策成本。第三，底层投资信息透明度有待提升。

目录

一、 小微经营者理财调查的背景、设计与实施	1
二、 小微经营者的投资行为：经营性资金	3
（一）小微的资金管理：生意与个人资金往往不严格分账	3
（二）小微的投资产品：半数以上的小微有闲置资金的金融投资需求，实际投资重视流动性	4
（三）小微的理财渠道：互联网银行已为主要渠道，贷款和理财存在渠道粘性 ..	6
（四）小微经营性资金理财决策的影响因素	10
（1）经营及预期：理财者经营情况更优且对未来更有信心	10
（2）教育背景：受教育程度及专业背景显著提升理财专业度	11
（3）信息来源：理财决策高度依赖独立判断，但营销不可忽视	12
（4）痛点难点：小微经营者的关心因素	13
（5）产品设计：申赎额度、收益率披露与底层信息	14
（五）小微的经营利润分配：实业导向高于金融导向	15
三、 小微经营者的投资决策：个人资金	17
（一） 小微的家庭资产配置	17
（1） 实业与房产双支柱，金融资产作为重要补充	17
（2） 与普通居民相比表现出更强的理财参与度与多元化特征	18
（3） 家庭财富与生意经营高度捆绑	19
（4） 小微家庭资产配置在不同人群中的差异	21
（二） 小微的金融投资特征	22
（三） 小微的理财收益率与风险	23
（四） 小结：小微经营者的投资行为画像	24
四、 总结与讨论	25
参考文献	27

表 1 调研问卷与样本构成	2
表 2 小微财务隔离程度 (%)	4
表 3 小微选择从该渠道购买理财的原因 (%)	8
表 4 小微贷款渠道与理财渠道关联性 (%)	8
表 5 小微投资与个体经营特征	11
表 6 小微金融投资痛点与教育背景 (%)	12
表 7 小微投资决策判断来源 (%)	13
表 8 小微投资理财中的痛点 (%)	14
图 1 金融投资需求比例与没有需求的原因	4
图 2 小微经营性资金投资分布与其财务管理模式	5
图 3 小微经营性资金投资分布与其经营形式	6
图 4 小微经营性资金购买理财产品的渠道	7
图 5 小微购买网商银行理财产品的原因	10
图 6 小微经营者利润分配，分注册类型	16
图 7 小微经营者利润分配，分本季度盈亏情况	17
图 8 小微经营与普通人群持有各类资产的比例	19
图 9 小微经营者家庭资产配置比重	19
图 10 行业风险与小微经营者家庭资产配置	20
图 11 小微经营者家庭资产配置比重，分注册类型	21
图 12 小微个体特征与家庭资产配置	22
图 13 小微经营者的金融资产配置	23
图 14 小微经营者的经营利润率与理财收益率分布	24

一、小微经营者理财调查的背景、设计与实施

小微经营者是国民经济的毛细血管，小微的融资难题一直受到学术界和政策层的高度关注。然而，从小微经营者作为“投资者”的角度切入，探讨其资产配置行为和理财需求的系统性研究相对偏少。随着我国经济进入高质量发展阶段，关注小微经营者的资产配置逻辑，既能够弥补当前研究领域的空白，也具有深远的现实意义。

从现实维度看，我国居民的财富配置结构正面临深刻转型。在过去较长一段时期内，房产占据了居民家庭资产的绝对比重（李凤等，2016）。当前随着房地产市场供求关系发生重大变化，居民财富开始由实物资产向金融资产转移，资产配置呈现出多元化和去杠杆化的特征（中国人民银行，2025）。小微经营者作为拥有较多可支配现金流的活跃群体，其理财行为不仅关系到个体家庭的财富保值增值，更通过资金的流动性管理直接影响到小微企业的抗风险能力和经营韧性。作为“生产者”与“消费者”的双重主体，小微经营者以其庞大的规模吸纳了城镇就业人口的绝对主力，是稳就业、保民生的“压舱石”（Kong et al., 2022）。因此，深入分析小微经营者的理财现状，有助于金融机构提供更具精准性和普惠性的金融产品，更能通过优化财富管理支撑实体经济，实现金融服务民生的高质量目标。

从理论意义来看，过去关于投资理财行为的微观调查与实证研究主要针对两类群体：一是以大型上市公司为主体（彭俞超等，2018；曹伟等，2023），二是以普通城镇家庭为对象（尹志超等，2015；厦门大学和蚂蚁集团研究院，2025）。相比之下，小微经营者这一群体具有家庭户主和企业主的双重身份，这种特殊的身份属性使得他们的资金在生产经营与家庭生活之间的配置具有特殊性和复杂性。目前针对该群体的理财偏好、风险感知以及公私资金分账行为的实证研究尚不充分，其财富投资行为逻辑仍处于“黑箱”状态，研究者难以对这一庞大群体勾勒出完整且精准的财富画像。

在此背景下，北京大学企业大数据研究中心、北京大学中国社会科学调查中心与蚂蚁集团研究院、网商银行联合开展了小微经营者理财调查。课题组前期在北京、杭州、上海、重庆等地进行了实地走访。在此基础上，课题组设计了聚焦小微经营者理财行为的调研问卷，并于2025年12月23日至2026年1月7日通过支付宝和网商银行线上调研平台开展调研，

样本聚焦活跃小微经营者¹群体，最终回收有效答卷 11776 份。

本次问卷调查覆盖全国大多数省份，涵盖不同收入、年龄、职业背景的小微经营者群体。就规模而言，样本企业的平均年营业收入为 77 万元。有 50.6% 在 10 万元以下，89.1% 在 100 万元以下，98.6% 在 500 万元以下。按照注册性质和规模来划分，样本企业有 45.6% 为未注册个体户，40.0% 为注册个体户，14.4% 为注册的公司制企业。就行业分布而言，绝大部分小微经营者集中在服务业（86.5%），少量在制造业或建筑业（6.4%）和在农林牧渔业（7.2%）。从地区分布来看，调研样本广泛分布于全国 31 个省、直辖市和自治区，其中比例最高的五个省份为广东（17%）、浙江（8.5%）、江苏（8.1%）、河南（7.9%）和山东（7.0%）。小微经营者的平均年龄为 39 岁，42.2% 的经营者年龄在 35 岁以下，2.6% 在 65 岁以上，33% 为女性。

本次调查问卷分为两部分：第一部分为中国小微经营者调查（OSOME）2025 年四季度问卷内增加的“小微投资理财模块”，包含资金分账、生意经营资金投资情况、个人资金投资情况等题目，共回收 9266 份有效样本。第二部分为小微理财专题问卷。为针对性的了解小微经营者经营性资金的理财行为特征，专门对小微企业主或管理人员投放问卷²。专题问卷包含小微基本信息、投资理财需求、理财渠道、当前资产配置、理财所面临痛点、个人基本信息等模块，共回收 2510 份有效样本。两份问卷的主要内容与样本构成如表 1 所示。

表 1 调研问卷与样本构成

	中国小微经营者调查	小微理财专题调查
样本情况		
样本数	9266	2510
样本选取范围	活跃小微经营者	小微企业主或管理人员
样本构成	个体工商户为主	注册企业为主

内容覆盖情况

¹小微经营者：支付宝服务的符合《统计上大小微型企业划分办法（2017）》划分的小型、微型企业和年营业收入不超过 1000 万元的小微经营者。活跃小微经营者筛选标准是，过去十二个月内：至少有三个月有交易；总交易笔数大于 90 笔；总交易流水超过 2000 元。

²包括小微企业的法人、股东、高管、以及财务管理人员或者账户管理人员，相比于个体工商户或者未注册个体工商户的经营者，这个样本群体具有更明显的企业属性，其理财行为更加体现经营性资金而不是个人或家庭资金理财的配置特征。

经营性资金投资	资金分账、投资产品、理财渠道	资金分账、投资产品、理财渠道
个人资金投资	投资产品、理财渠道	投资产品、资产配置比例、理财渠道、收益率
其他内容	经营情况、信心预期、融资情况等	投资理财面临的痛点、理财决策关心因素

在后续章节中，我们将通过两个核心维度展开分析：第二章重点关注其作为企业主的行为，探讨经营资金的管理、经营利润的分配、理财渠道的选择以及影响经营资金理财决策的因素。第三章则转向其作为个人的视角，分析家庭资产组合的整体特征。最后一章将汇总调研发现，并对金融机构如何优化小微金融服务提出针对性建议。

为了便于理解，报告对小微经营者的“两本账”进行了明确界定。**第一本账即经营性资金**，指企业账户内专门用于生意运转的资金，涵盖了原材料采购、员工工资发放、店面租金以及扩大生产规模的再投资。**第二本账即个人资金**，则是指经营者用于家庭日常生活、子女教育、医疗保障以及长期财富积累的资金。虽然在实际操作中，小微经营者常会出现公私资金交叉使用的情况，但本报告在分析时将尽可能剥离这两者的决策动机，以便更准确地刻画其理财画像。

二、小微经营者的投资行为：经营性资金

（一）小微的资金管理：生意与个人资金往往不严格分账

小微经营者在资金使用时往往不会严格区分来源和用途。如表 2 所示，只有 42.6% 的小微经营者会严格分账管理生意与个人资金，而超过一半表示存在混用现象或者“不确定”。分经营形式来看，公司制企业在资金管理上最为规范，64.5% 的经营者能够严格实现生意与家庭资金的分离，仅有约五分之一存在混用现象。相比之下，个体户群体的公私界限较为模糊，无论是注册个体户还是未注册个体户，能做到资金严格分开的比例均不足五成，而将生意与家庭资金混在一起的比例则高达 40% 左右。这表明随着企业组织形式的正规化，财务隔离的程度也随之提高，而个体经营者普遍缺乏明确的财务边界。总体而言，企业形式越正规，财务隔离程度越高。

本章聚焦小微经营者的企业投资行为。若无特殊说明，本章余下部分所指的理财投资均为严格分账的小微经营者利用生意经营期间账上的流动闲置资金（即经营性资金）进行投

资的行为。家庭和个人投资行为留待下一章讨论。

表 2 小微财务隔离程度 (%)

	总体	公司制企业	注册个体户	未注册个体户
生意和家庭的钱：				
严格分开	42.6	64.5	41.5	38.6
混在一起	35.4	17.0	38.3	36.6
不确定	22.1	18.6	20.2	24.8

注：数据来自 OSOME2025 年第四季度问卷与小微理财专题调查，样本量为 11776。

（二）小微的投资产品：半数以上的小微有闲置资金的金融投资需求，实际投资重视流动性

首先，如图 1 所示，从总的金融投资需求来看，59%的小微经营者有使用生意闲置资金进行投资理财的需求。而在回答没有投资理财需求（41%）的受访者中，最主要的理由为没有闲置资金或闲置资金很少（56.9%），其次为“经营资金需要随时支取”（29.3%）和“害怕亏损或被骗”（7.9%）。总之，小微企业闲置资金具有较强的投资理财需求，而资金门槛、流动性与收益率要求是小微经营者不进行投资的主要因素。

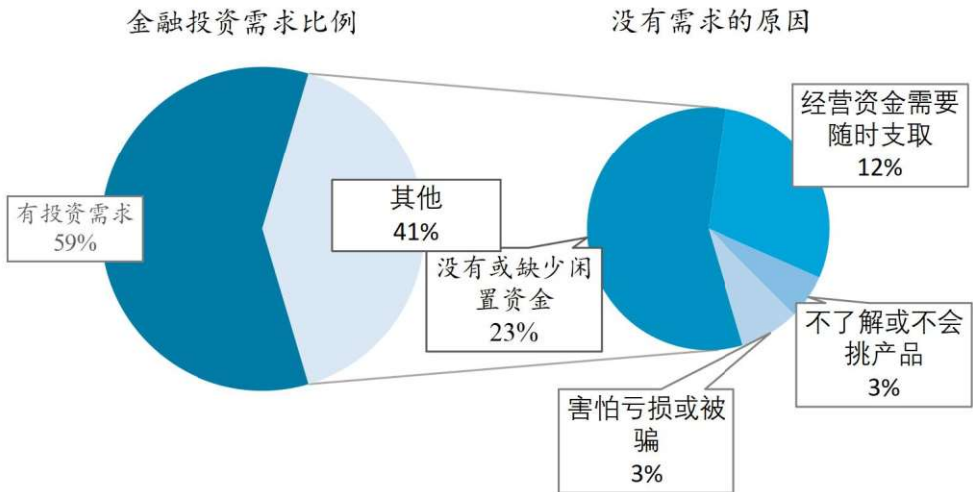


图 1 金融投资需求比例与没有需求的原因

注：数据来自小微理财专题调查，样本量为 1438（严格分账样本）。另外我们也检查了未严格分账的样本，数据分布类似，限于篇幅不再展示。

接下来，我们关注不同类型的小微经营性资金的理财投资的分配模式。首先我们关注财务管理模式对小微经营者经营性理财投资分配的影响，如图 2 所示。第一，从生意和家庭资金隔离程度来看，严格分账的小微经营者投资种类更多元化。在企业能够“严格分开企业与家庭资金”的经营者，其投资风格更为稳健且多元。他们更倾向于配置银行理财（34.6%）和股票基金（18.7%），比例均高于资金“混在一起”（或不好说）的群体。相反，资金混合的经营者对活期存款依赖度较高，但在高收益投资上的参与度普遍较低。

第二，从企业财务管理参与度来看，“与专门人员共同管理企业财务”的群体展现出最强的理财意识，他们在银行理财产品（46.9%）和货币基金（39.3%）上的投入比例最高，显示出对流动性与收益的双重追求。有趣的是，“不参与企业财务管理”的经营者虽然在存款上投入最少，但在股票、基金等高风险投资上的比例（32.0%）却意外地高，甚至超过了亲自管理者，这可能意味着他们更倾向于将资金交由专业机构或他人打理以博取高收益。总体而言，财务管理越规范、参与度越高的经营者，其资产配置越趋向于理性和多元化。

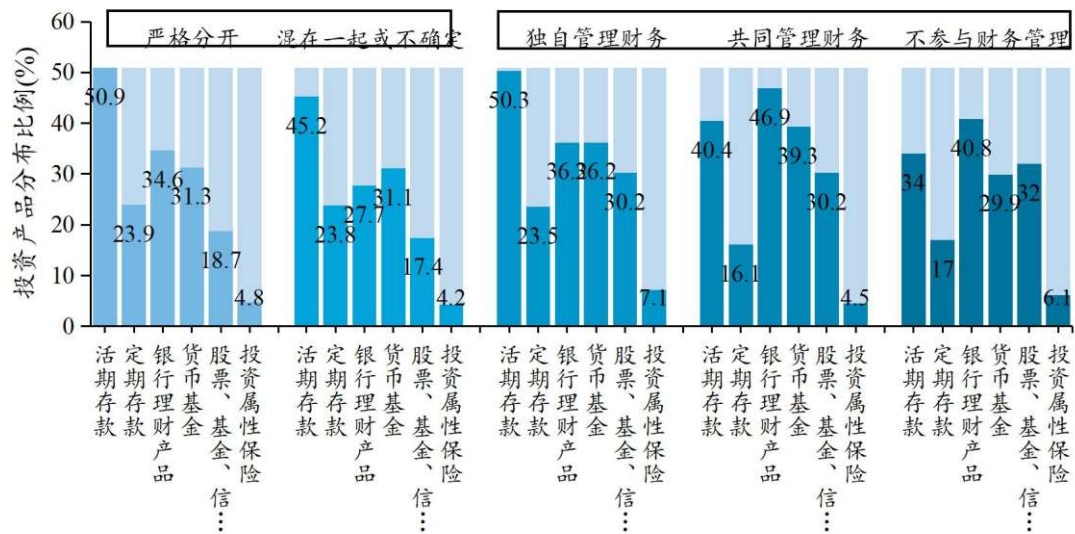


图 2 小微经营性资金投资分布与其财务管理模式

注：数据来自 OSOME2025 年第四季度问卷与小微理财专题调查，样本量为 5011（严格分账样本）；6765（混在一起或不确定样本）。

除了财务管理模式外，我们还观察了不同经营组织形式和行业类型组别在经营性资金投资分配上的差异，如图 3 所示。从经营组织形式来看，随着组织形式的正规化，小微经营性资金非存款类金融理财产品投资参与度呈现递增趋势。具体到不同主体，公司制企业在

投资中表现最为积极和多元化。它们在货币基金（34.6%）、银行理财产品（41.0%）以及股票、基金、信托等高风险资产（27.7%）上的配置比例均显著高于其他类型，同时其活期存款比例最低（39.7%），显示出较强的资金管理和增值意愿。相比之下，个体户的资产配置更趋保守。注册个体户虽然在银行理财产品和货币基金上有一定配置，但整体略低于公司制企业。而未注册个体户则表现出最强的保守倾向，其活期存款比例最高，但在股票、基金等风险资产以及投资属性保险上的配置均为各群体中最低，反映出该群体对资金流动性的高度依赖以及相对保守的理财导向。

分行业来看，三大行业在企业资金的投资产品分布上具有显著差异。农林牧渔业表现最为保守，其活期存款（59.9%）和定期存款（26.9%）比例均为各行业最高，而对于银行理财、货币基金等理财产品的配置意愿最低。相比之下，制造业与建筑业更倾向于稳健增值，其活期存款比例最低（44.8%），但银行理财产品配置比例最高（40.9%），且在股票等风险资产上的投入也略高于其他行业；这可能与其资金规模较大及周转特性有关。服务业则呈现出对流动性的偏好，虽然活期存款比例也较高（51.0%），但其货币基金配置比例达到 32.4%，居各行业之首。总体而言，传统第一产业偏向储蓄，第二产业注重理财增值，第三产业则兼顾流动性与灵活性。

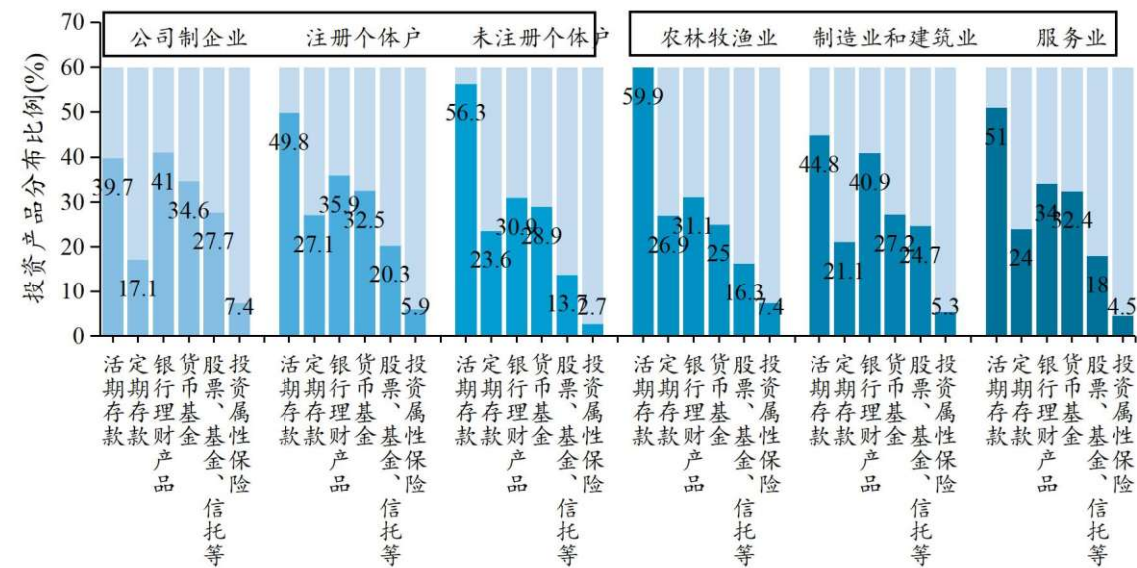


图 3 小微经营性资金投资分布与其经营形式

注：数据来自 OSOME2025 年第四季度问卷与小微理财专题调查，样本量为 5011。

（三）小微的理财渠道：互联网银行已为主要渠道，贷款和理财存在渠道粘性

接下来我们聚焦小微经营性资金购买银行理财产品的渠道，如图 4 所示。首先，网商等互联网银行呈现出压倒性的普及率³。从总体比例来看，互联网银行的使用率⁴高达 74.3%，远超国有大行（39.6%）和股份制银行（24.5%），显示出数字化金融服务的极高渗透度。细分来看，不同注册类型的主体对银行的选择略有差异但趋势一致。公司制企业和未注册个体户对互联网银行的依赖度最高，均达到 75% 左右；而注册个体户虽然也高度依赖互联网银行，但其使用国有大行和城商农商行的比例相对略高，显示出更强的本地化或传统金融需求。

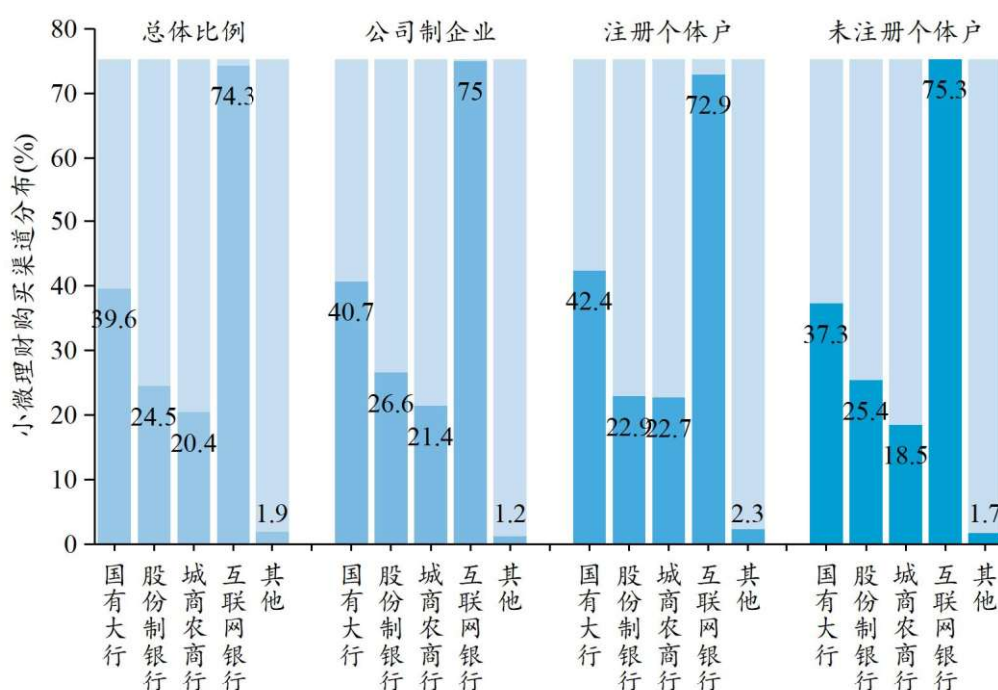


图 4 小微经营性资金购买理财产品的渠道

注：数据来自 OSOME2025 年第四季度问卷与小微理财专题调查，样本量为 5011。

此外，国有大行等传统银行的核心竞争力在于资金安全方面的信用背书，互联网银行凭借用户体验和资金灵活性差异化竞争。如表 3 所示，超过七成的用户选择国有大行是因为“感觉资金安全有保障”，这一比例显著高于互联网银行。相比之下，互联网银行的优势则

³ 需要指出的是，这可能与我们的问卷投放渠道（网商银行及支付宝页面）相关。

⁴ 即通过互联网银行购买理财产品的群体占有所有购买理财群体的比例。后文的“使用率”定义类似。

集中体现在极致的用户体验与资金灵活性上。在“购买和赎回操作方便”和“申购赎回额度足够”这两个维度上，互联网银行分别达到了 42.9%和 33.1%，均大幅领先于国有大行和其他传统银行。这表明互联网银行通过技术手段解决了小微资金高频周转、需随时调用的痛点，以高效便捷的服务实现差异化竞争。

表 3 小微选择从该渠道购买理财的原因（%）

	国有 大行	股份 制银 行	城商 农商 行	网商等 互联网 银行	其 他
感觉资金安全有保障	72.6	49.3	81.3	57.1	43.8
投资收益更稳健	49.2	58.8	37.5	45.2	33.3
收益率满足预期	28.3	32.4	43.8	29.8	29.2
申购赎回额度足够	20.5	27.7	31.3	33.1	20.8
购买和赎回操作方便	27.0	37.8	31.3	42.9	20.8
投资期限和用款时间匹配	12.1	19.6	12.5	16.6	12.5
其他	4.9	1.4	0.0	4.3	27.1

注：数据来自小微理财专题调查，样本量为 1050。

除了资金信任和便利性的抉择外，理财渠道的选择还可能来源于银行其他类型业务的客户连带效应。例如，贷款业务和理财业务之间存在联动，即获得某一类线下银行贷款的主体，往往在该类银行的使用率上表现突出。如表 4 所示，获得国有大行线下贷款的主体，其国有大行使用率高达 50.4%。此外，从本季度贷款渠道来看，通过传统银行⁵获得贷款的群体相比从非传统银行渠道获得贷款的用户，在传统银行渠道购买理财产品的比例更高，进一步印证了以上结论。然而，无论线下资金来自何处，互联网银行始终是重要的补充渠道，使用率普遍在 60%以上。值得一提的是，即使是通过传统银行获得贷款的群体，仍有 65.2%使用了互联网银行，而通过非传统渠道获贷的群体对互联网银行的依赖更是高达 74.0%，进一步印证了互联网银行在小微金融服务中的重要补充作用。

⁵ “传统银行”是指有线下网点的银行，包括国有、股份制、城市、民营、农村信用社、外资银行；非传统银行主要指互联网银行。

表 4 小微贷款渠道与理财渠道关联性 (%)

	国有 大行	股份制 银行	城商农 商行	互联网银 行	其他
Panel A: 分本季度线下贷款来源 (%)					
国有大行	50.4	29.4	25.8	68.3	2.0
股份制银行	39.3	42.0	22.3	67.9	0.9
城商农商行	35.6	28.9	33.3	60.0	0.0
其他线下机构	31.8	22.7	9.1	72.7	13.6
Panel B: 分机构贷款渠道 (%)					
本季度从传统银行渠道获得贷款	41.2	30.1	25.9	65.2	2.5
本季度从非传统银行获得贷款	40.5	24.0	20.4	74.0	1.9

注：数据来自 OSOME2025 年第四季度问卷，样本量为 3575。

总而言之，互联网银行渠道已成为小微经营者理财的主要渠道，传统银行则以其信用背书受到看重资金安全的经营者欢迎。用户在二者之间的抉择，本质上是在“追求安全”与“享受便利”之间做出的权衡。我们以网商银行为例进一步说明互联网银行和传统银行渠道的客户竞争态势。如图 5 所示，对于购买网商银行理财产品的用户而言，对支付宝收款和网商生态绑定带来的操作便利性的看重程度堪比收益率（20% v.s. 21%）。除了收益与便捷，信任感也是不可忽视的一环。16.4%的用户基于对网商银行资金安全保障能力的信任而选择在此投资。同时，产品本身的竞争力也十分重要，15.7%的用户看中了其丰富的理财种类，而 12.1%的用户则是因为理财申购赎回额度足够，能够满足大额资金的配置需求。此外，还有一部分用户是基于生态圈的惯性，例如因使用网商银行贷款等服务导致资金留存（7.7%），或是看重其与阿里及支付宝业务的高度关联（6.5%）。总体而言，高收益、支付生态的便捷性以及品牌信任感，共同构成了用户选择网商银行理财的主流逻辑。

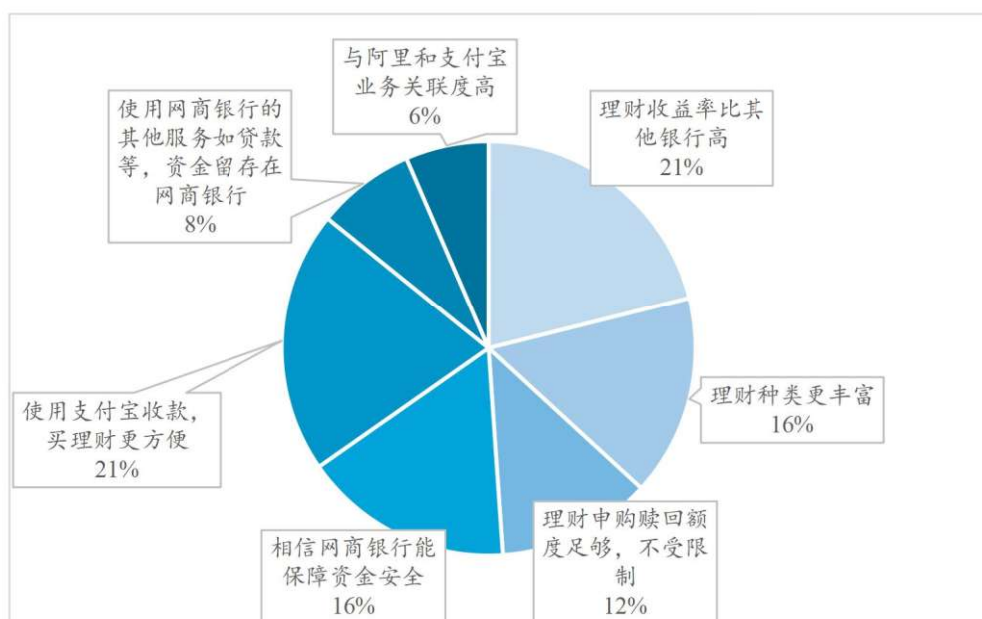


图 5 小微购买网商银行理财产品的原因

注：数据来自小微理财专题调查，样本量为 1438。

【访谈案例】

作为多家重资产酒店的运营者，面对高昂房租与市场波动，金总深知现金流是企业的生命线。为了兼顾收益与灵活性，他避开了提现受限的传统银行理财，转而选择网商银行理财产品。转投网商银行后，他最看重其理财产品“赎回额度充足且即时到账”的优势。这种高流动性不仅让他能灵活应对装修或租金支付等临时资金周转，还省去了转账手续费与繁琐流程。对他而言，这不仅是理财，更是保障企业经营安全、随时可调用的资金缓冲池。

（四）小微经营性资金理财决策的影响因素

（1）经营及预期：理财者经营情况更优且对未来更有信心

小微经营性资金理财投资行为与其自身经营状况息息相关。如表 5 所示，在经营特征方面，购买非存款类金融产品⁶的经营者表现出明显的优势。他们的企业规模更大、盈利能力更强，平均营业收入和净利润率均显著高于未购买者。同时，这类企业的抗风险能力和数字化程度也更高，表现为更充裕的现金流维持时间和更高的线上营收占比。此外，地理分布数据显示，购买理财产品的经营者更多集中在一线及新一线城市。总体而言，购买非存款类金融产品的经营者通常拥有更优质的教育背景和更稳健的经营状况。

⁶ 此处定义的非存款类金融产品包括银行理财产品、货币市场基金、股票、基金、信托、投资性保险等；存款类金融产品包括活期和定期存款。

最后，尤为值得关注的是双方对未来的预期差异。理财群体对自身经营前景持更乐观态度，预期下季度的需求、收入及雇员数均保持正向或平稳变动，即便预期成本上升，也显示出潜在的扩张意愿；相反，未理财群体对自身业务普遍悲观，各项指标均为负值，呈现收缩态势。有趣的是，两者对宏观经济（GDP）的看法差异不大，且理财群体对房价下跌的预期甚至更为悲观，这表明理财群体的信心并非源于对外部大环境的盲目乐观，而是源于对自己企业核心竞争力的理性认可。

表 5 小微投资与个体经营特征

	购买非存款类金融产品	没有购买非存款类金融产品
Panel A: 经营收入特征		
营业收入（万元）	12.1	7.9
净利润率（%）	5.5	2.4
现金流维持时间（月）	3.3	2.3
线上营收占比（%）	22.0	14.7
家庭消费同比变动（%）	0.93	0.03
Panel B: 预期特征		
预期下季度需求变动（%）	0.2	-0.7
预期下季度收入变动（%）	0.4	-0.6
预期下季度成本变动（%）	0.7	0.0
预期下季度雇员数变动（%）	0.0	-0.4
预期未来一年 GDP 变动（%）	3.3	3.4
预期未来一年房价变动（%）	-5.9	-4.5
预期未来一年长期利率变动（%）	2.5	2.3
预期未来一年 CPI 变动（%）	-0.1	-0.5

注：数据来自 OSOME2025 年第四季度问卷，样本量为 3575。

（2）教育背景：受教育程度及专业背景显著提升理财专业度

教育背景深刻影响了小微经营者在理财过程中的风险敏感度与专业化诉求。随着受教育程度的提升，经营者从单纯关注“本金安全”转向对“产品构成”与“信息透明度”的全面审视。

如表 6 所示，受教育程度较高的经营者（大专及以上）表现出更强的市场敏锐度，他们不仅关注损失，更关注资金的增值效率。大专及以上学历者对“收益率持续下降”的关注度高达 49.1%，远超高中及以下学历者的 38.7%。这表明高学历经营者更倾向于主动管理资产，对资金的机会成本有更清晰的认知。另外，高学历人群也表现出更强的抗风险意识。虽然两类群体对“市场波动导致本金亏损”的关注度均在 45% 左右，但高学历群体在关注本金的同时，对理财过程中的“交易费用过高”（19.5%）和“缺乏专业投顾支持”（11.7%）也表现出更高的关切。

最后，专业背景（尤其是经管类）会显著提升经营者对金融产品底层的关注度。拥有经管类专业背景的经营者对“产品信息不透明”的关注度达到 14.9%，为所有学科背景中最高，显著高于高中及以下群体的 8.5%。他们更看重底层资产的真实性与披露频率，对“盲盒式”理财的容忍度较低。

表 6 小微金融投资痛点与教育背景（%）

	学历		专业		
	高中及以下	大专及以上	经管类	理工科	其他人文社科
市场波动导致本金亏损	44.7	46.3	47.6	47.6	45.7
收益率持续下降	38.7	49.1	49.5	53.4	49.7
产品太多，选品困难	25.8	24.5	24.6	23.9	26.1
交易费用过高	16.7	19.5	19.7	21.3	17.7
缺乏专业投顾支持	9.3	11.7	11.1	12.9	13.0
产品准入门槛高	7.1	9.4	10.2	10.5	6.5
流动性差	9.5	12.9	14.6	13.5	9.0
产品信息不透明	8.5	12.5	14.9	12.7	9.5
销售误导	5.6	7.5	8.2	6.5	7.9
购买不够便利	3.7	3.9	3.9	2.7	5.4
其他	6.1	5.5	3.8	3.2	4.3

注：数据来自 OSOME2025 年第四季度问卷与小微理财专题调查，样本量为 5011。

（3）信息来源：理财决策高度依赖独立判断，但营销不可忽视

整体而言，小微经营者的金融投资行为主要依赖“自己的独立分析判断”。如表 7 所示，公司制企业主的这一比例最高，达到 68.27%，显著高于注册个体户（62.3%）和未注册个体

户（59.88%），显示出正规经营者在决策上更具独立性和自主性。

相比之下，个体户群体更容易受到外部信息的影响。例如，在“看到 APP 上的热销榜单或广告”这一因素上，未注册个体户（15.74%）和注册个体户（14.16%）的比例均明显高于公司制企业（9.55%）。此外，未注册个体户也更倾向于听取家人的意见。至于“银行客户经理建议”和“朋友推荐”这两项因素，三类群体之间的差异相对较小，均占有一定比例但非主导地位。总体来看，随着企业正规化程度的提高（从未注册个体户到公司制企业），投资决策更趋向于理性与独立，对广告和非专业意见的依赖度逐渐降低。

表 7 小微投资决策判断来源（%）

	公司制企业	注册个体户	未注册个体户
自己的独立分析判断	68.27	62.3	59.88
看到 APP 上的热销榜单或广告	9.55	14.16	15.74
家人的意见	3.16	3.54	4.63
身边赚了钱的朋友推荐	6.57	7.18	6.48
银行客户经理或理财顾问的建议	9.82	8.9	9.26
其他	2.63	3.92	4.01

注：数据来自小微理财专题调查，样本量为 1438。

（4）痛点难点：小微经营者的关心因素

接下来我们聚焦小微经营者在实际理财中遇到的痛点。首先，理财产品往往要求一定的资金门槛，小微经营者可能缺少足够的闲置资金。如表 8 所示，其中注册个体户因资金缺乏而不买理财的比例最高，达到 22.6%，略高于公司制企业和未注册个体户。

在剔除资金不足的样本后，不同类型主体的顾虑呈现出差异化特征。首先，收益率担忧毫不意外地占据重要地位，这说明银行理财产品在有金融投资资金基础的人群中吸引力较低的很大一部分原因仍是收益较低。令人惊讶的是，汇报“不够灵活”为不购买理财主要原因的小微经营者比例同样较高，甚至高于收益率担忧，尤其是公司制企业，这表明企业资金对流动性的极高要求。

除了以上因素外，“没有时间精力”和“信息不对称”也是主要原因，表明市场上理财产品虽多但筛选成本高。正如上一节结果所示，小微经营者理财决策以自主决策为主，缺乏投顾支持，面临的信息壁垒较高。此外，交易费用和购买便利性等因素虽非核心障碍，但也占

据客观比例。

表 8 小微投资理财中的痛点 (%)

	公司制企业	注册个体户	未注册个体户
Panel A: 因资金缺乏而没有投资			
	19.4	22.6	18.8
Panel B: 剔除资金缺乏的样本后:			
收益率低	31.0	27.8	28.3
没有时间精力	31.0	31.3	25.8
不够灵活	38.8	34.9	33.7
信息不对称	17.6	17.8	17.5
交易费用高	9.4	7.3	9.0
购买不方便	8.2	10.6	9.9

注：数据来自 OSOME2025 年第四季度问卷与小微理财专题调查，样本量为 5011。

【访谈案例】“时间对我来说是成本。”

做留学起家的韩总，如今又忙着在出海业务上干得风生水起。看着账上趴着的几十万现金，银行经理劝他做点高收益投资，他却连连摆手。“以前上班还盯着基金股票，现在真顾不上。”韩总坦言，创业后时间成了最贵的奢侈品。对他而言，与其耗费心神盯盘博取几个点的波动，不如把精力全砸在实业扩张上。如今，他只买最简单的保本理财，对他来说，资金的安全与灵活，远比那点“睡后收入”重要得多。

(5) 产品设计：申赎额度、收益率披露与底层信息

除了线上调研结果外，基于课题组对小微经营者的实地访谈，我们发现理财产品设计在以下三个方面与小微经营者需求存在结构性背离。

第一，申赎额度限制与大额资金周转需求存在错配。现行监管对现金管理类理财产品设有申赎限额，通常为单个客户、单个产品、单个渠道每日限额 1 万元。这一标准对普通消费者基本适用，但对于经营资金规模较大的小微经营者而言存在明显制约。部分机构通过接入数十只产品将客户每日申赎额度提高至数十万元，但对于营业收入超过百万元的经营主体来说，仍然难以充分满足需求。监管限制申赎额度的核心考量是防范巨额赎回的流动性风险，但多数产品条款已包含巨额赎回延迟到账的约定。针对有大额资金管理需求的经营性客户，

在充分投资者教育和风险揭示的前提下，采取差异化监管策略，对特定客户类型适当放宽部分产品的申赎限额，在风险可控与服务普惠之间寻求更优平衡，或许是一个值得考虑的策略。

第二，收益率披露口径的不统一增加了决策成本。访谈发现，客户对理财产品收益率存在想关注但难分析的困境。银行理财产品的收益率展示口径多样，7日年化、近1个月、近1年、成立以来等标准并存，部分机构倾向选择性展示业绩较好的时间段，甚至在产品上线初期提高收益率吸引客户，买入后收益率明显下降。这种信息披露的非标准化和选择性，不仅增加了时间精力本就有限的小微经营者的决策难度，也削弱了市场透明度。

第三，底层投资信息透明度有待提升。与公募基金已形成季度披露持仓、及时披露基金经理变更的成熟体系相比，银行理财产品在底层资产信息披露方面仍有较大提升空间。投向不透明不仅制约客户对产品风险收益特征的准确理解，也限制了第三方机构开展产品分析评价的能力。课题组发现小微经营者普遍缺乏时间精力进行深入研究，且受教育程度更高和经营越正规的小微经营者越关注底层资产信息，且在这种情况下信息透明度的提升尤为重要。

因此，未来针对小微经营者的理财产品设计应更注重经营者的特定需求，在流动性、透明度与标准化等方面进行革新，核心在于“快”（大额资金进出灵活）、“真”（收益展示披露清晰）和“明”（底层资产看得清楚）。

（五）小微的经营利润分配：实业导向高于金融导向

前文我们已经讨论了小微经营者作为经营实体运用经营性资金进行金融理财投资的特征。接下来我们转向关注其经营利润除了理财投资外的其他分配方式，以引出下一章对其作为个人决策特征的讨论。小微经营者在获得利润后，在利润的分配上表现出了显著的“实业导向”特征，倾向于将资金重新投入生产经营而非单纯转化为金融资产。数据显示，小微经营者最主要的利润分配去向是加大现有生意的投资，占比达到35.9%。此外，有18.1%的经营者选择投资其他实业，试图通过多元化经营来规避单一行业的周期性风险。总体来看，小微经营者投资在各类实业的总计比重超过了50%，这体现了强烈的企业家精神。在实业投资之外，金融理财等非实业投向构成了利润分配的第二大去向，合计占比为30.4%。这种分配结构说明经营者在坚持实业为本的同时，也开始利用金融工具进行流动性管理和财富保值。

而企业组织形式决定了其利润分配的规范性与去向偏好。公司制企业和注册个体户在追加现有生意投资方面表现最为积极，比例分别达到35.8%和38.7%。相比之下，未注册个体户在现有生意上的追加投资比例仅为27.5%，且用于分红或提回个人账户的比例高达24.7%，

显著超过其他群体。这种差异反映了不同经营主体的投资逻辑。公司制企业通常拥有更规范的财务管理和长远的发展规划，因此更愿意将利润留在企业内部进行再生产。而未注册个体户多以生存为第一目标，由于缺乏明确的公私分账制度，利润往往直接转化为家庭生活开支。更深层的原因在于，缺乏法律注册登记意味着产权保护在制度上存在弱点。这种不确定性削弱了未注册经营者长期深耕生意的信心，使他们更倾向于将利润提现以规避潜在风险，而非继续在缺乏制度保障的实业中追加投入。

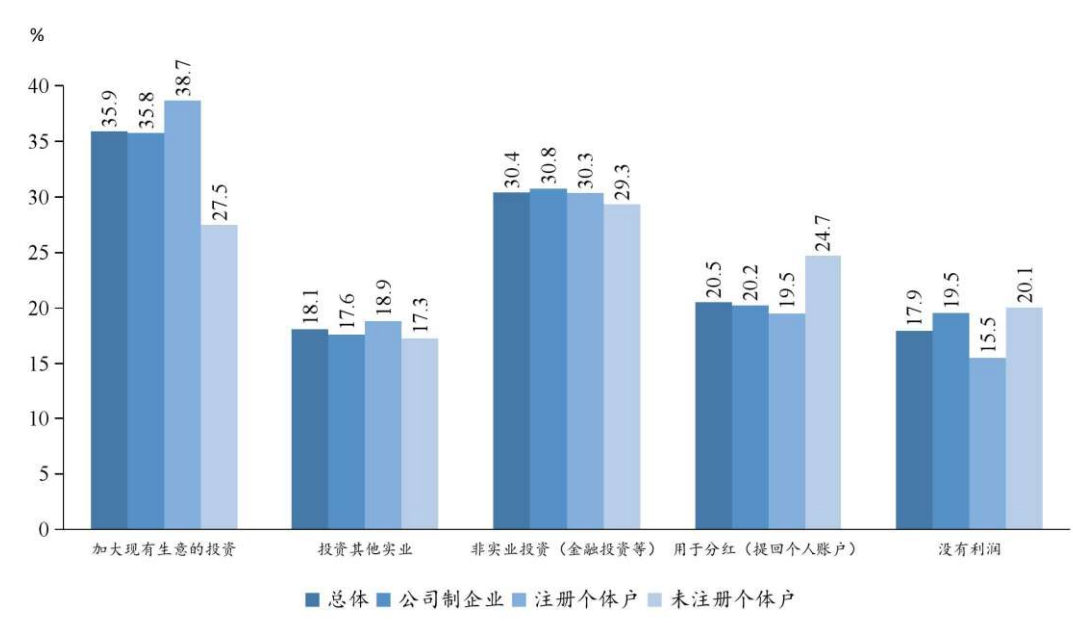


图 6 小微经营者利润分配，分注册类型

注：数据来自小微理财专题调查，样本选取范围为全体经营者样本，样本量为 2510。

同时，我们也发现小微经营者将利润投入实业的意愿受到自身经营状况和盈利水平的强烈影响。如图 7 所示，随着企业利润率的提升，经营者追加实业投资的动力明显增强。在利润率超过 5% 的盈利企业中，有超过 40% 的利润被重新投入到现有生意中，这显示出经营状况良好的小微企业具有更强的扩张信心。

相比之下，处于亏损状态的小微经营者在实业投资上表现得十分谨慎。对于这部分群体而言，由于实体经营缺乏足够的回报，他们更倾向于将资金撤出生产环节，转向更为稳健的避险渠道。亏损经营者将利润提回到个人账户或进行外部理财的比例显著高于盈利群体。这种现象说明，当实体经营的利润率难以达到预期时，经营者会通过收缩投资规模来保护家庭财富的安全。这种基于收益率对比而进行的理性切换，反映出小微经营者在面对宏观经济波动时，具有很强的韧性、生存本能和灵活的资产调度能力。

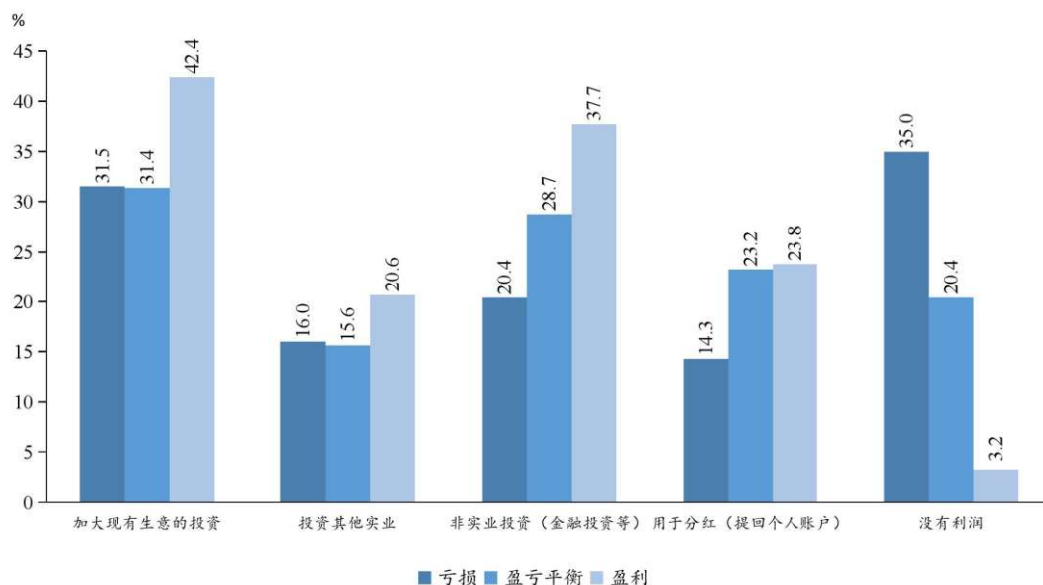


图 7 小微经营者利润分配，分本季度盈亏情况

注：数据来自小微理财专题调查，样本选取范围为全体经营者样本，样本量为 2510。

三、小微经营者的投资决策：个人资金

（一）小微的家庭资产配置

在接下来的一章，我们探讨小微经营者的“第二本账”，即——个人资金的分配与投资决策。小微经营者兼具“个人”与“企业主”的双重身份，这一核心属性决定了小微经营者在资产配置上呈现出与普通非经营者截然不同的特征。通过对调研数据的分析，我们可以从总体分布、人群差异及典型分类三个维度，系统勾勒出这一群体的资产配置画像。

（1）实业与房产双支柱，金融资产作为重要补充

首先，从整体资产结构来看，小微经营者的资产配置以经营性资产与房产为双支柱，并表现出明显的实业依赖与风险对冲并存的特征。如图 8 所示，小微经营者持有率最高的三类资产为现金与存款（89.9%）、房产（84.4%）与基金（66.3%）。而从各类资产的具体配置比例来看，小微经营者房产配置比例最高(24.1%，见图 9),表明小微经营者更倾向于将房产作为财富积累和潜在融资抵押物的重要手段。经营性资产以 20.9%的平均比例紧随其后，这反映了小微经营者将大量财富锁死在生产经营活动中，资产的流动性受业务周期影响较大。在金融资产方面，小微经营者表现出一定的风险规避倾向。其低风险金融资产占比（20.3%）在金融资产中最高，但高风险金融资产（10.7%）和投资属性保险（11.0%）的配置比例相

对较低。这表明小微经营者更倾向于将“风险额度”留给实业经营，而在金融理财上追求资金的安全与灵活性。

(2) 与普通居民相比表现出更强的理财参与度与多元化特征

通过对比小微经营者与普通城乡居民的家庭资产持有情况,我们可以发现小微群体在资产配置上表现出更强的参与度和多元化特征。首先, **小微经营者的资产配置的整体参与度更高**。如图 8 所示,小微经营者在各类资产的持有比例上均高于普通居民,显示出小微群体不仅拥有更活跃的现金流,还在财富管理意识上更为超前。

小微经营者和普通人群的核心差异点在于金融产品的持有情况。在股票、基金及理财产品的综合持有率方面,小微经营者的持有比例为 83.5%,高出普通居民 32.2 个百分点。在金融产品内部来看,小微经营者持有股票和基金的比例高于居民,持有理财产品的比例则偏低,反映了小微群体对金融投资更强的依赖性、接纳度和风险承受能力。

另外, **小微经营者的风险保障与资产多元化意识比普通人群更显著**。小微经营者持有投资属性保险的比例为 17.8%,是普通居民的 3.6 倍左右。此外,他们在实体股权投资以及外汇等其他金融资产上的配置比例也远高于普通人群,体现了其作为企业主在应对风险和追求资产增值时更具全球视野和专业敏锐度。尽管在其他资产配置上差异巨大,但两类群体在现金与存款的持有比例上相当接近,均在 85%以上,这说明无论是否经营生意,保持充足的账面流动性依然是各类家庭资产配置的共同基石。

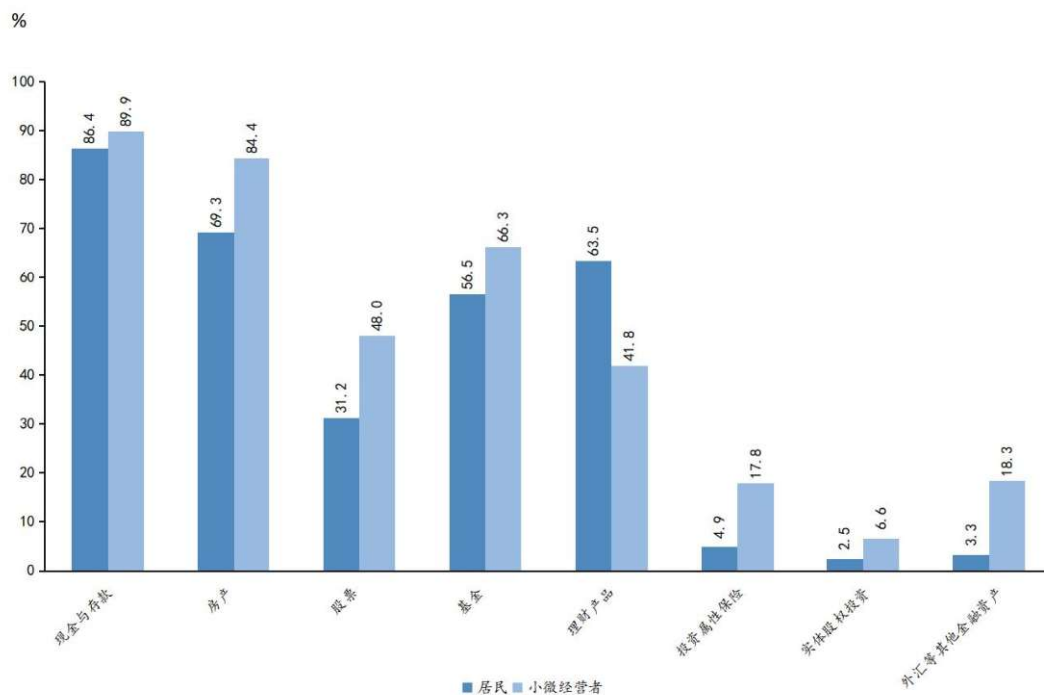


图 8 小微经营与普通人群持有各类资产的比例

注：小微经营者数据来自中国小微经营者调查（2025Q4）与小微理财专题调查合并样本，样本选取范围为全体经营者，样本数为 11776。居民数据来自《中国家庭消费与财富报告（2025Q3）》。

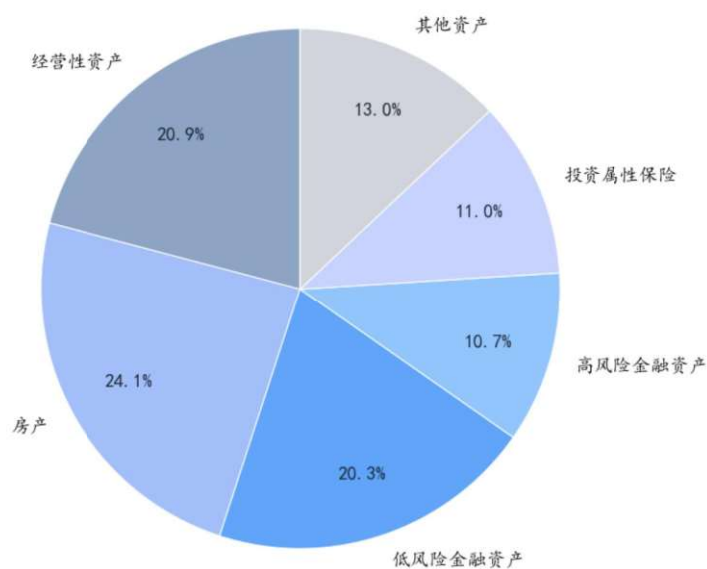


图 9 小微经营者家庭资产配置比重

注：数据来自小微理财专题调查，样本选取范围为全体经营者样本，样本量为 2510。

（3）家庭财富与生意经营高度捆绑

前文我们已经发现，小微经营者的家庭账和生意账往往是不可分割的。

首先，小微经营者的家庭投资往往是与生意风险互相对冲的。图 10 展示了不同行业的风险程度与家庭资产配置中即高风险资产占比的关系。我们可以发现两者之间存在较为明显的负向关系——当经营者所处的行业波动较大、经营风险较高时⁷，他们在家庭层面的金融投资反而会变得更加保守。对于很多小微经营者来说，实业经营本身就是一项高风险、高投入的活动，他们已经将大部分的“风险额度”留给了生意。因此，在打理家庭资产时，他们更倾向于追求稳健，以确保在生意遇到波动时，家庭财富能起到“压舱石”的作用。

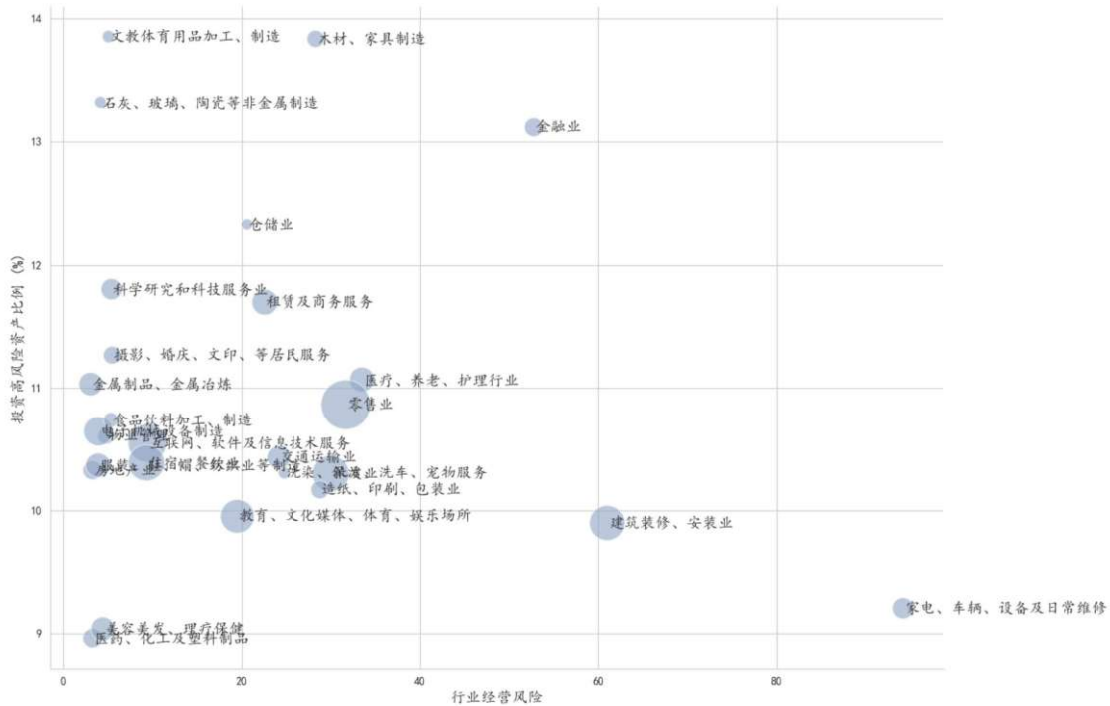


图 10 行业风险与小微经营者家庭资产配置

注：数据来自小微理财专题调查，样本选取范围为全体经营者样本，样本量为 2510。

此外，生意形式的差异也直接影响了经营者资产配置的复杂程度与规模。如图 11 所示，公司制企业呈现出明显的“高投入、高资产”特征。其经营性资产和房产占比均为最高，且在低风险金融资产上也保持了较高的配置水平（20.6%），反映出较强的资本实力和风险抵御意识。而对于未注册个体户而言，经营性资产占比最低（18.8%），且高风险金融资产配置也最为保守（10.8%）。这类群体往往处于生存期或小规模经营阶段，资产配置以维持基本周转和保障生活为主。

⁷ 行业经营风险采用变异系数来衡量，具体计算方法为该行业内所有企业经营利润的标准差与平均值之比。

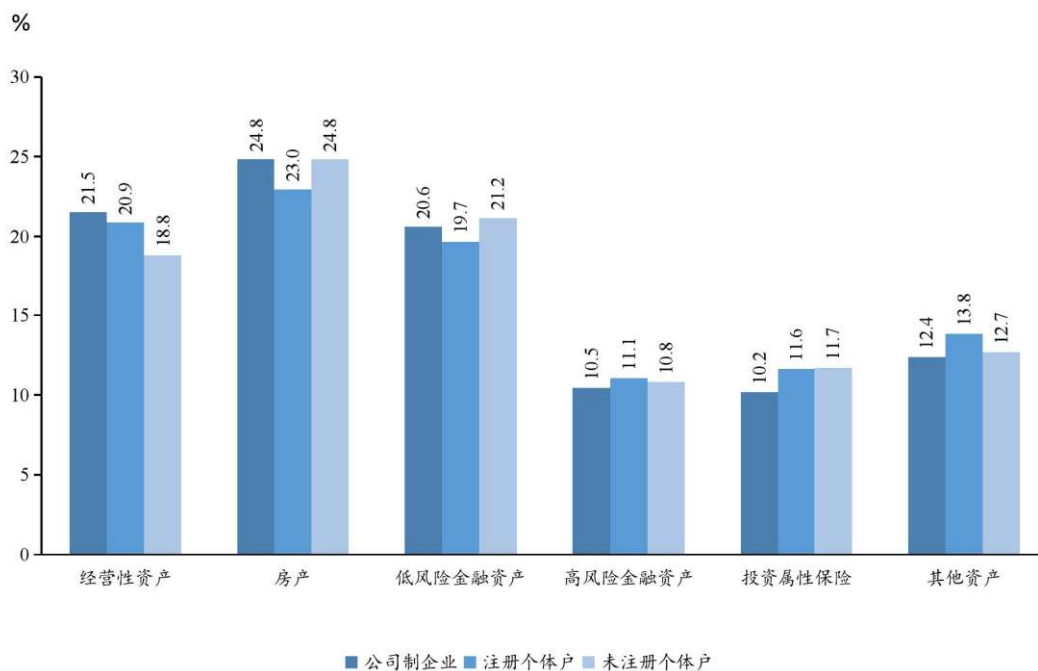


图 11 小微经营者家庭资产配置比重，分注册类型

注：数据来自小微理财专题调查，样本选取范围为全体经营者样本，样本量为 2510。

（4）小微家庭资产配置在不同人群中的差异

最后，小微经营者的家庭资产配置状况与人群特征直接相关。图 12 展示了不同性别、年龄段经营者的资产持有率与配置比例情况。整体来看，随着经营者年龄的增长，其资产配置重心表现出从“事业拼搏”向“稳健养老”转移的趋势。在这一过程中，房产和经营性资产的配比变化最为直观。年轻经营者正处于创业和扩张的高峰期，他们往往将更多的资金投入经营性资产中，以追求生意的快速增长。而随着年龄步入中老年阶段，经营者对房产的依赖度明显提升，房产占比往往会随着岁数增长而递增。这种转变反映了小微经营者在完成初步财富积累后，逐渐通过实物资产来完成落袋为安的思路。

从性别差异来看，男性和女性经营者在风险偏好上也各具特色。男性经营者在经营性资产上的投入通常略高，表现出更强的扩张意愿；而女性经营者则在低风险金融资产和保险产品的配置上更为积极。例如，在青年女性群体中，保险产品的配置比例相对更高，这体现了她们在打理生意之余，更加注重为自身建立风险防火墙的细腻思维。

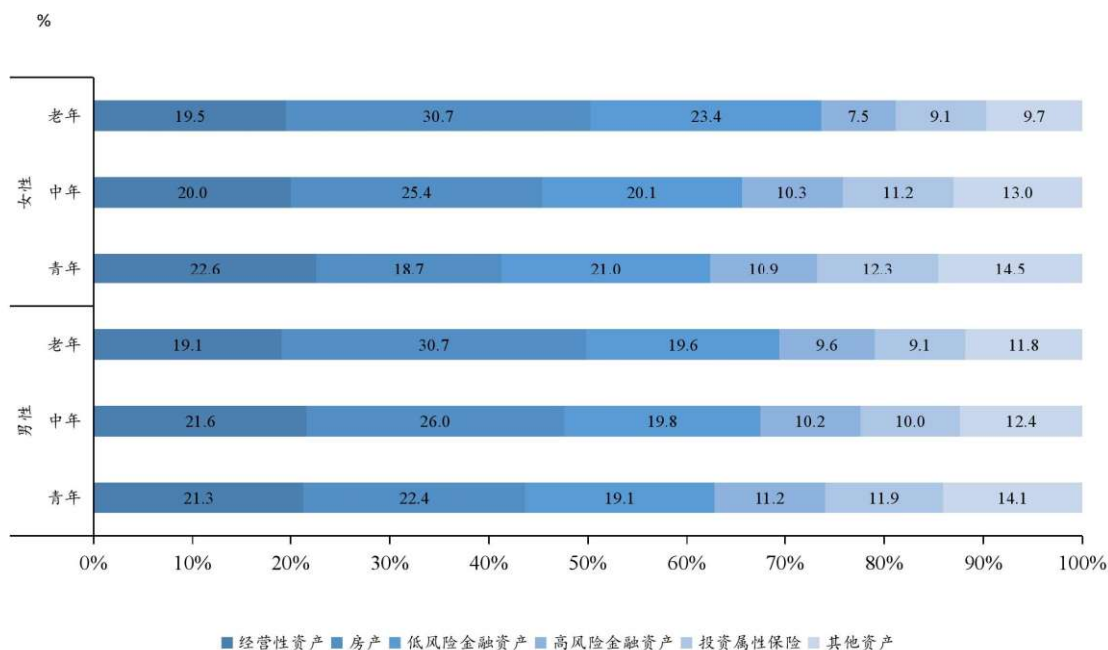


图 12 小微个体特征与家庭资产配置

注：数据来自小微理财专题调查，样本选取范围为全体经营者样本，样本量为 2510。

【访谈案例】“在自己财富增长的高峰期，拿出一部分钱存给未来。”

“90 后”郭总曾经是在互联网大厂拼搏的高薪白领，如今经营着一家网球培训机构。身处事业高峰期的她，在理财上却显示出一种与年龄不符的冷静。相比于在瞬息万变的金融市场里杀进杀出，她选择将上百万的资金“砸”进商业养老金里。这种做法在同龄人中并不多见，她不仅一次性投入了 150 万，每年还坚持追加 20 万。对她而言，理财的核心原因是**强制储蓄与资金安全**——把钱锁死，防止自己现在乱花，为未来做保障。

（二）小微的金融投资特征

小微经营者在金融资产配置上表现出稳健与进取并存的特征。从家庭总资产的构成来看，包含低风险资产、高风险资产及理财保险在内的金融资产合计占比达到 42.0%。其中，低风险金融资产是配置的核心，占比达到 20.3%，这为经营者在生意波动时提供了必要的现金流储备。高风险金融资产配置则相对适度，占比为 10.7%，显示出经营者在追求增值的同时，对金融市场风险保持了一定的克制。

在具体工具的选择上，小微经营者表现出了对流动性和安全性表现出了明确的需求。如图 13 所示，在低风险资产配置中，货币基金以 59.3% 的比例位居首位。这类产品既能产生收益，又具备灵活支付的特点，能够很好地满足生意资金需要频繁周转的需求。同时，有

17.8%的经营者配置了年金或增额寿等理财保险。这一选择说明经营者在打理生意之余，也开始利用长期保险工具来分散经营风险，为家庭财富建立一道“防火墙”。

在高风险资产方面，小微经营者更倾向于购买基金类产品而非自己构建投资组合。在股票和基金配置中，混合型基金占比为 30.5%，股票型公募基金占比为 18.8%。上述结果表明，面对波动的金融市场，经营者更愿意通过主动管理型产品，利用专业机构的投研能力来获取回报，而不是完全依靠个人操作。

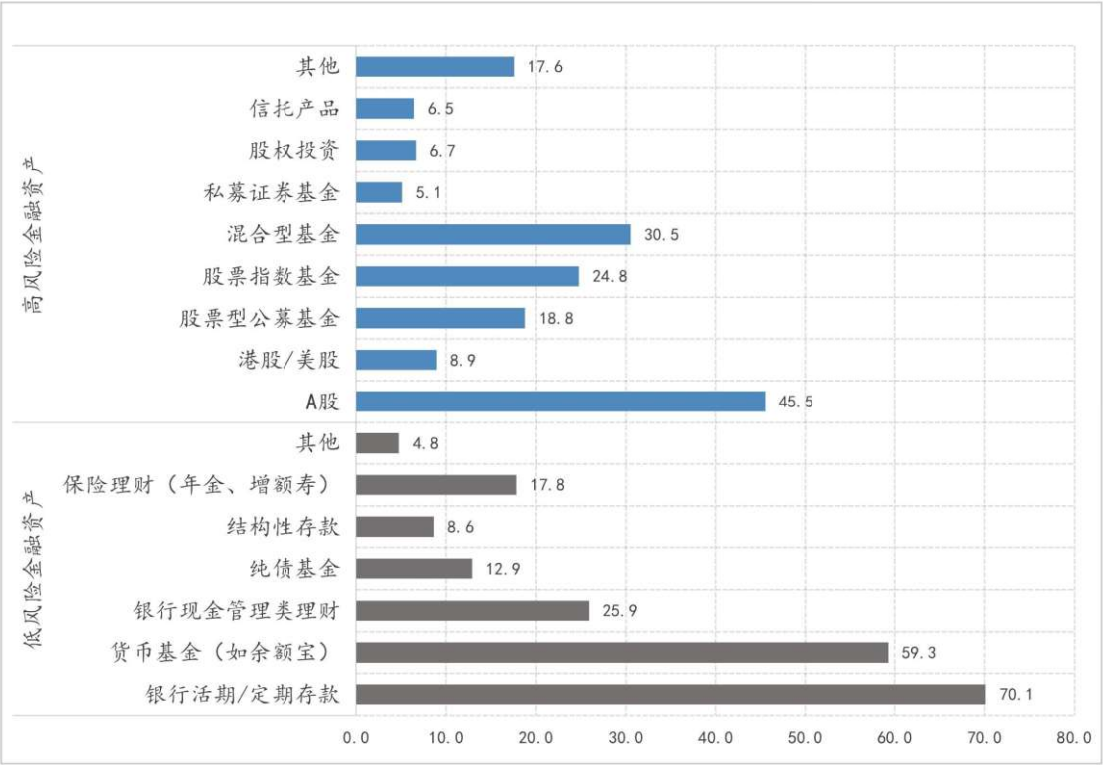


图 13 小微经营者的金融资产配置

注：数据来自小微理财专题调查，样本选取范围为全体经营者样本，样本量为 2510。

（三）小微的理财收益率与风险

从经营利润率来看，小微经营者的盈利面仍有待提升。如图 14 所示⁸，仅有 43%的小微经营者在生意中实现了盈利，却约有 30% 的经营者处于不同程度的亏损状态，其中亏损在 10% 以内的占比为 8.9%。处于盈亏平衡状态（没有明显亏损或盈利）的群体规模最大，占比达到 26.5%。在盈利群体中，利润率在 10%以内的微利经营者占比为 23.0%，而利润率超过 20%的高盈利群体仅占 8.3%。这说明对大多数小微经营者而言，实业经营的利润空间普遍较窄，抗风险能力相对脆弱。

⁸ 居民数据来自《中国家庭财富与消费报告（2025 年第三季度）》，具体请参见参考文献。

相比之下，小微经营者理财收益率为正的比例为 64.5%，而理财亏损的比例显著低于经营亏损。仅有不到 16% 的经营者在理财中出现本金亏损，这远低于经营亏损的比例。其次，理财收益表现出更强的“向阳性”，有 33.4% 的经营者理财收益率在 10% 以内，占比最高。值得注意的是，理财收益率在 10% 以上的经营者合计占比超过 30%，显著高于实业盈利超过 10% 的比例（20.4%）。

另外，通过对比小微经营者的经营利润率与理财收益率可以发现，小微企业的实体经营表现出较为明显的两极分化特征，而理财收益则相对向稳健区间集中。这种分布差异也解释了小微经营者资产配置逻辑的转变。当实业经营面临较大不确定性且平均利润率有限时，理财不仅起到了财富“避风港”的作用，甚至在部分情况下成为了经营收入的重要补充。对于那 26.5% 处于盈亏平衡边缘的经营者来说，理财收益的稳定性对于维持家庭财务平衡和企业现金流安全具有重要意义。

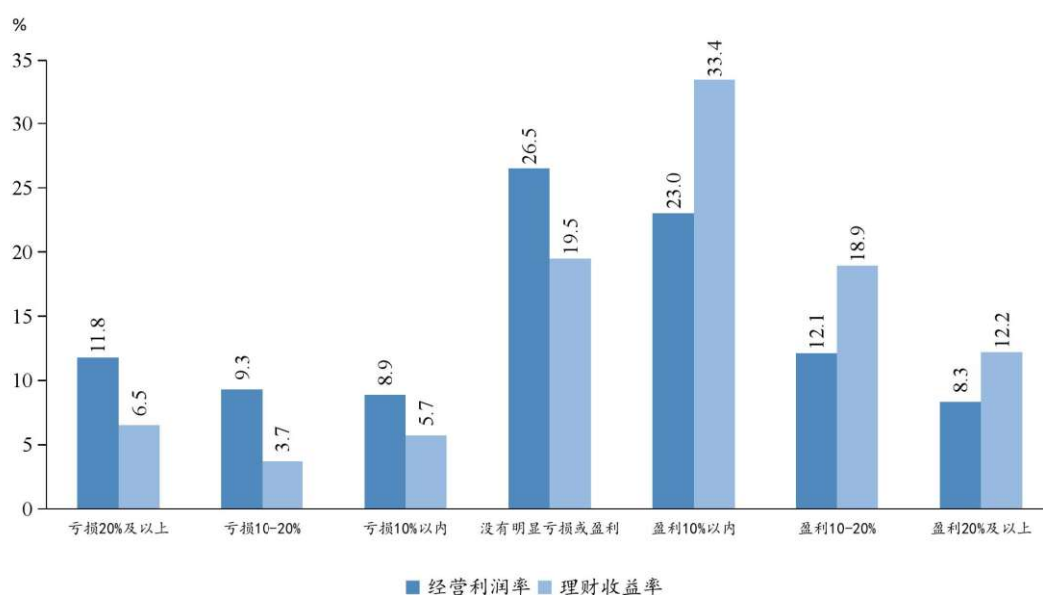


图 14 小微经营者的经营利润率与理财收益率分布

注：数据来自小微理财专题调查，样本选取范围为全体经营者样本，样本量为 2510。

（四）小结：小微经营者的投资行为画像

基于配置思路与经营现状，我们可以将小微经营者归纳为以下几类典型画像：

1. 实业投资型

这类经营者通常拥有较好的经营收益或者处于业务的上升期，表现出强烈的企业家精神与扩张动力。调研显示，利润率超过 5% 的企业中，有四成以上的利润被重新投入到现有生

意中。他们倾向于将大量甚至全部资金投入实业，通过追加资本来巩固业务护城河。在皮草行业的访谈中，这种“深耕基本盘”的意愿非常普遍。不少经营者提到，尽管前几年行情有所波动，但随着市场回暖，他们还是倾向于把赚到的钱拿来更新设备或开发新样衣。对他们而言，实业是财富的根源，理财只是闲时的一种补充。

2. 稳健防御型

这类经营者以生存和周转为第一目标，对现金流的控制比较严苛。以项目组访谈的某微型赛车项目的为例，创业者作为一名金融系的大三学生，在运营中展现出了极高的克制。公司正处于从单纯的赛事策划向产品研发转型的关键阶段，面对研发失败可能带来的财务压力，他坚持不进行外部融资，完全依靠自有现金流运营。

3. 房产压舱型

在访谈中我们发现，即便是在金融工具丰富的今天，房产依然是许多传统小微经营者心中不可动摇的“压舱石”。在对两家皮草类企业的访谈记录中，经营者多次提到，“反正我们有房产证，随时可以抵押贷款”。对他们而言，房产不仅是居住空间，更是一种“信用证”。这种配置思路反映了小微经营者的一种生存智慧：通过房产这种实物资产来锚定财富，并在生意需要资金支持时，利用房产的抵押功能快速变现。

4. 多元平衡型

这类经营者通常具有较高的专业背景或正规公司化运作经验。他们不仅能做到公私账目分明，在理财上也更倾向于“把专业的事交给专业的人”。以某食品类企业的创始人为例，在课题组访谈中，观察到企业具备典型的职业经理人思维。在配置资产时，他们不会盲目跟风，而是会利用专业投研能力，通过配置混合型基金或主动管理型产品来获取回报，而非完全依靠个人构建股票投资组合。

四、总结与讨论

根据本次线上线下结合的大规模调研发现，我国小微经营者的理财行为呈现出极强的“家企联动”特征，其投资决策不仅是单纯的财富增值手段，更是平衡经营风险与家庭安全的核心策略。作为兼具“企业主”与“家庭户主”双重身份的群体，其资产配置逻辑表现为一种独特的内生性博弈。

在经营资金管理方面，小微经营者普遍面临“公私不分”的现状，仅有约四成的受访者能

够做到生意与个人资金的严格分账。这种财务界限的模糊性在个体工商户中尤为突出，而公司制企业则表现出更高的规范性。对于这部分经营性资金，小微经营者表现出极高的流动性偏好，将其视为保障企业周转的“生存之水”，因此在产品选择上高度向货币基金和活期存款倾斜。同时，理财渠道呈现出显著的数字化迁徙，互联网银行凭借极致的便捷性与资金调度的灵活性，已成为超过七成小微经营者的核心理财平台。

在个人与家庭资产配置层面，实业与房产构成了小微经营者财富的“双支柱”。调研显示，小微经营者将超过五成的利润重新投入到实业经营中，体现了强烈的企业家精神，且倾向于将房产作为财富积累和潜在融资抵押的重要手段。与普通城镇居民相比，小微经营者展现出更强的财富管理参与度，其金融资产持有比例高达八成以上，远超普通人群。

影响理财决策的关键因素包括经营现状、信心预期及教育背景。经营状况良好且对未来有信心的群体，参与金融投资的积极性显著更高，而处于亏损状态的经营者则表现出明显的避险收缩态势。此外，受教育程度的提升显著增强了经营者的抗风险意识与对信息透明度的诉求，尤其是经管类背景的经营者展现出更高的理财专业度。

另外理财投资在很大程度上承担着风险对冲的“稳定器”功能。当实业利润空间受限时，理财收益成为了经营收入的重要补充，有效增强了小微个体的经营韧性与抗风险能力。深入理解这一群体的财富行为黑箱，不仅有助于弥补学术空白，更能为金融机构设计精准、普惠的金融服务方案提供决策支持，从而通过优化财富管理支持实体经济与民生发展。

参考文献

李凤, 罗建东, 路晓蒙, 等. 中国家庭资产状况、变动趋势及其影响因素[J]. 管理世界, 2016, (02): 45-56+187. DOI: 10.19744/j.cnki.11-1235/f.2016.02.007.

中国人民银行. 中国货币政策执行报告: 2025 年第三季度[R], 2025. <https://www.pbc.gov.cn/zhengcehuobisi/125207/125227/125957/f5c4690f2cbd40918bf24c2d39ac58af/2025111413250965929/index.html>.

Tao Kong, Xiaohan Yang, Ranran Wang, Zijun Cheng, Changyu Ren, Shuo Liu, Zhenhua Li, Fang Wang, Xiaoyin Ma, Juxing Gu, and Xiaobo Zhang. One Year after COVID: The Challenges and Outlook of Chinese Micro and Small Enterprises[J], China Economic Journal, 2022, (01), 1-28. DOI: <https://doi.org/10.1080/17528963.2021.1995246>.

彭俞超, 韩珣, 李建军. 经济政策不确定性与企业金融化[J]. 中国工业经济, 2018, (01): 137-155. DOI: 10.19581/j.cnki.ciejjournal.20180115.010.

曹伟, 蔡好东, 赵璨. 企业金融资产的配置动机: 基于产权性质与异质性股东参股的分析[J]. 中国工业经济, 2023, (02): 150-168. DOI: 10.19581/j.cnki.ciejjournal.2023.02.009.

尹志超, 吴雨, 甘犁. 金融可得性、金融市场参与和家庭资产选择[J]. 经济研究, 2015, 50(03): 87-99.

厦门大学蚂蚁集团研究院. 中国家庭消费与财富报告: 2025 年第三季度[R], 2025. <https://chow.xmu.edu.cn/info/1032/41002.htm>.