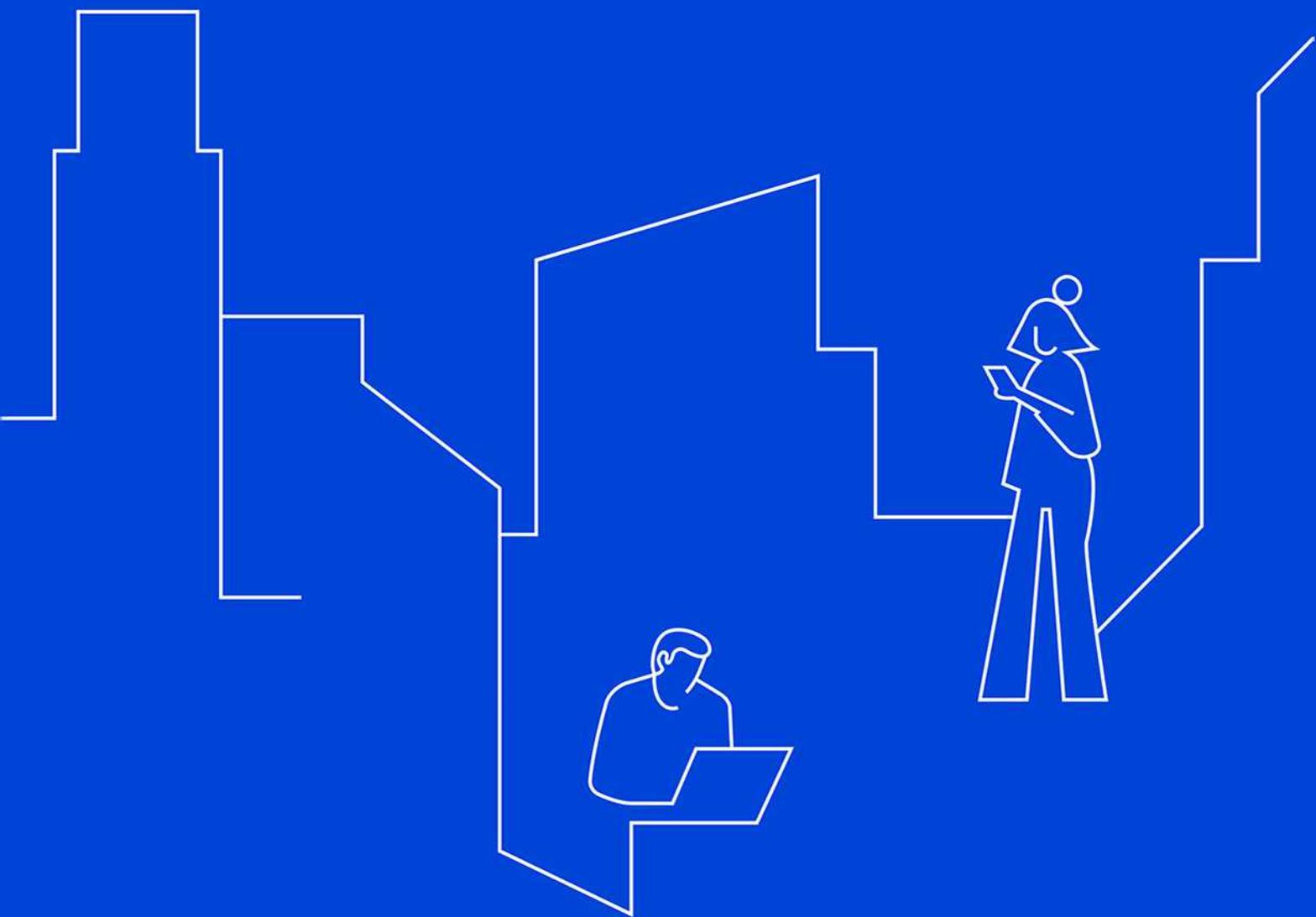


银行业用户体验 大调研报告·小微篇

2019



出品方

 银行用户体验联合实验室

实验室发起方

WeBank 微众银行 **Tencent** / **CDC**
Customer Research & User Experience Design Center

用更多发现 让更好发生

实验室介绍

银行用户体验联合实验室是由微众银行和腾讯 CDC 共同发起成立，以“用更多发现，让更好发生”为宗旨，坚持“创建服务标准，提升用户体验”为愿景，致力于和同业伙伴一起，提升银行用户体验水平，为用户创造有温度的服务。

实验室里程碑

2015 - 2016 年

微众银行与腾讯 CDC 联合发起成立“银行用户体验联合实验室”

2017 年

联合 28 家合作银行首次发布《银行业用户体验大调研报告》

2018 年

联合 36 家合作银行第二次发布《银行业用户体验大调研报告》，首次发布“数字银行用户体验评估体系”

2019 年

联合 50 家合作银行第三次发布《银行业用户体验大调研报告》，发布金融 App 开发工具、用户体验评估工具 2.0 版

实验室发起方

WeBank 微众银行

Tencent / **CDC**
Customer Research &
User Experience Design Center

高校合作伙伴



北京师范大学心理学部
FACULTY OF PSYCHOLOGY
BEIJING NORMAL UNIVERSITY



**NANYANG
TECHNOLOGICAL
UNIVERSITY**
SINGAPORE



深大-微众金融科技研究院
SHENZHEN UNIVERSITY-WEBANK RESEARCH INSTITUTE OF FINTECH

行业合作伙伴



BOSTON
CONSULTING
GROUP



中国用户体验联盟
UXACN User Experience Alliance China

银行合作伙伴

国有大型商业银行

ICBC 中国工商银行

中国农业银行
AGRICULTURAL BANK OF CHINA

中国邮政储蓄银行
POSTAL SAVINGS BANK OF CHINA

股份制商业银行

广发银行 | CGB

华夏银行
HUAXIA BANK

中国平安 平安银行
PING AN BANK

浦发银行
SPD BANK

兴业银行
INDUSTRIAL BANK CO. LTD.

Bank 中国光大银行

中信银行
CHINA CITIC BANK

城市商业银行

北京银行
BANK OF BEIJING

bsb 包商银行

BCS 长沙银行
BANK OF CHANGSHA

重庆银行
BANK OF CHONGQING

大连银行
BANK OF DALIAN

桂林银行
GUILIN BANK

广州银行
BANK OF GUANGZHOU

赣州银行
BANK OF GANZHOU

哈尔滨银行
HarbinBank

HKB 汉口银行

CRBC 华商银行

徽商银行
HUISHANG BANK

九江银行
BANK OF JIUJIANG

江苏银行
BANK OF JIANGSU

辽阳银行
BANK OF LIAOYANG

南京银行
BANK OF NANJING

内蒙古银行
Bank of Inner Mongolia
蒙正于心 高效于行

宁夏银行
BANK OF NINGXIA

齐商银行
QISHANG BANK

上海银行
Bank of Shanghai

四川天府银行
SICHUAN TIANFU BANK

遂宁银行股份有限公司
SUINING BANK CO., LTD.

苏州银行
BANK OF SUZHOU

潍坊银行
BANK OF WEIFANG

西安银行
BANK OF XI'AN

厦门国际银行
XIAMEN INTERNATIONAL BANK

中原银行
ZHONGYUAN BANK

自贡银行
BANK OF ZIGONG

民营银行

湖南三湘银行
BANK OF SANXIANG

SNB 江苏苏宁银行
SUNING BANK

蓝海银行
BLUE OCEAN BANK

上海华瑞银行

XW 新网银行

农村信用社 & 农村商业银行

成都农商银行
CHENGDU RURAL COMMERCIAL BANK

广东省农村信用社联社
GUANGDONG RURAL CREDIT UNION

广州农商银行
GUANGZHOU RURAL COMMERCIAL BANK

洪洞农村商业银行
HONGTONG RURAL COMMERCIAL BANK

SZRCB 苏州农商银行

武汉农村商业银行
WUHAN RURAL COMMERCIAL BANK

外资金融机构

BEA 东亚银行

citi 花旗银行

目录

一 开篇语	3
二 农户：建美好家园，走振兴之路.....	5
2.1 生活：乡村美丽，生活好	5
乡村环境好，农户感受深.....	5
钱包鼓了，会上网了，日子过得更好了	7
2.2 生产：生产强度大，收入来源多，经营保障低.....	13
抢收抢种劳作苦，农忙吃饭都没空	13
“大农”带“小农”，增收办法多	15
农村劳动力老龄化，年轻人群投入少.....	17
“小农”不投保，“大农”投保难	20
发挥综合金融服务力量解决农业问题.....	21
2.3 金融：需求较简单、认知有盲区、依赖线下网点.....	21
扫码付款很流行，存款借钱仍传统	21
银行服务以存取款为主，业务办理主要靠线下	26
金融认知有不足，银行多措并举来解决	28
2.4 银行助力“三农”振兴，打赢脱贫攻坚战.....	30
三 个体户：中国经济的“小蜜蜂”	33
3.1 生活：辛勤努力，撑起“小家”，繁荣“大家”	33
一家人靠一家店，生活经营分不开	33
工作强度大，超六成个体户“全年无休”	34
3.2 经营：努力经营图安稳.....	35
入行虽易，经营不易，未来以“稳”为主	35
个体户面临租金和竞争两大挑战.....	36
生意虽小，收入不少，赚的都是辛苦钱	37
面对互联网的纠结：想拥抱却又有顾虑	39
3.3 金融：收银有痛点，理财要灵活，贷款看成本.....	41
二维码收款很普遍，店面收银有痛点.....	41

偏好简单易懂的理财产品.....	42
影响贷款的因素较多，10%是用户贷款利率的临界点	44
3.4 国家普惠政策指引下，银行大有作为	46
享受多项普惠政策，个体户满意度高.....	46
创新银行服务，护航个体户发展.....	48
四 小微企业主：乐观坚韧，迎难而上	51
4.1 生活：用创业造就更好的生活.....	51
创业是生活和事业的进阶.....	51
操心企业经营，也在乎家庭发展.....	53
4.2 经营：怀理想谋发展，在实践中完善经营	55
经营越长久，岗位设置越齐全，管理软件越普遍.....	55
同行竞争激烈，控制成本压力大.....	57
靠互联网获客拉新，凭产品和口碑维护老客户	58
满意当下，进击未来.....	61
4.3 金融：需求跟着经营走.....	64
公户私户混合用，转账高频额度小	64
面向 B 端和 C 端客户，收款方式各不相同	68
贷款：首次贷款怕麻烦，贷过之后仍愿贷	70
创办的企业，是个人最重要的投资	75
4.4 享受政策红利，期待银行更多支持.....	78
小微政策多又好	78
把握企业发展需求，提供多种银行服务	79
五 结语	81

一 开篇语

《2019 银行业用户体验大调研报告》是微众银行·银行用户体验联合实验室连续第三年发布的专项研究成果。作为今年大调研报告的重要组成部分，《2019 银行业用户体验大调研报告》（小微篇）针对小微经济体这个备受关注的垂直群体，从用户层面展开了新的探索。

小微经济体，是小型、微型经济实体的统称。我国从规模上对经济实体分为两类，一类是大中企业，一类是小微经济体。按照工信部在 2018 年划分的标准，小微经济体又可以分为三类：生产性农户、自营劳动者、小微企业和个体工商户，三类的总体数量约 3.3 亿个左右，照此推算，小微经济体数量占中国经济实体数量的 90%以上。

本次“小微篇”的研究对象包括三个群体，农户、个体户、小微企业主。农户是指常住农村，以盈利为主要目的从事生产经营活动的农业经营主体。个体户是在法律允许范围内，依法经工商行政管理部门登记的从事工商业经营的公民。小微企业主是指，符合国家统计局《统计上大中小微型企业划分办法（2017）》规定的小型企业或微型企业的所有者。由于自营劳动者的经济实体的特征分散且不够明确，暂未纳入。

小微经济体是国民经济的毛细血管，是中国数量最大、范围最广，也是最为下沉的经济实体，是激发中国经济活力和提高市场效率的补充力量。党的十八大以来，党中央、国务院对小微经济体高度重视。2017 年，习近平总书记在全国金融工作会议上强调，“建设普惠金融体系，加强对小微企业、三农和偏远地区的金融服务，推进金融精准扶贫。”2018 年，中国银保监会办公厅下发通知，明确且具体地要求“大力发展普惠金融，强化小微企业、‘三农’、民营企业等领域金融服务”。

当前，银行业金融机构发力普惠金融，在进军小微经济体领域的过程中，银行不断下沉网点和服务，找准与自身优势相结合的客群不断深耕，同时利用金融科技的手段，以更广泛的获客途径、更稳健的风控机制来寻找优质客户，并提供全方位的金融服务。

然而，小微经济体规模庞大、构成复杂、地域分布广泛、需求层次多元，可参考数据稀少，这就导致金融机构在进行相关产品开发和服务创新时，仍缺乏较为清晰的参考依据。而目前绝大部分针对小微经济体的金融服务研究，都只是宏观层面的金融理论研究和政策学术研究，行业需要一份聚焦个体行为和心理分析的微观层面的用户实证研究和案例研究报告。

为了更加深入的了解小微经济体，实验室实地探访多个城市和乡村，面对面访谈多位农户、个体户和小微企业主，以“定性+定量”的研究方式，描绘中国小微经济体的用户体验画像，为银行业打开一扇深入了解小微经济体的窗口，辅助银行完善相关产品和服务决策，帮助银行业提高金融资源的配置效率，促进普惠金融事业的发展，为新时代中国特色社会主义的建设提出用户体验层面的新思考。

本次“小微篇”是行业首份针对小微经济体的用户研究报告，在前期的定性调研、中期的定量分析以及后期的编撰过程中，相关领域的领导、专家给予了大量的指导。在此期间，我们也得到了许多银行合作伙伴的支持，同时也有农户、个体户和小微企业主的大力配合。在此，我们向各方表示诚挚的感谢！

农户



截至 2018 年末，乡镇级区划数 39888 个，乡村常住人口总数为 56401 万人。从整个人口规模来看，农村人口在我国人口中占据较大比例。十八大以来随着助农扶贫政策的不断深入，中国农村、农业及农户形态也在不断发生改变。十九大提出乡村振兴战略，包含一系列目标和发展要求，将新时代农业农村的发展要求概括凝练为二十个字，即产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕。各项政策推动“三农”发展，金融机构在其中有着重要作用，有必要深入了解农户的金融需求。因此，2019 银行业用户体验大调研中实验室将农户作为重要的研究对象之一。

本次针对农户调研的过程中，实验室走入 7 个省市的农村地区对 35 个农户进行深入定性调研，并且在定量调研中采集了 10 个省的农户共计 229 个样本，以此感受农户生产生活变化以及新农村新面貌。本次调研到的农户，行业涉及大田作物种植、水果种植、水产养殖、畜牧业养殖、种桑养蚕。农户类型包含以家庭为单位，分散经营的普通小农户，也包含了集中规模经营的大农户（专业大户、家庭农场、农村合作社、龙头企业），希望能够了解各类农户在生产生活现状和需求。

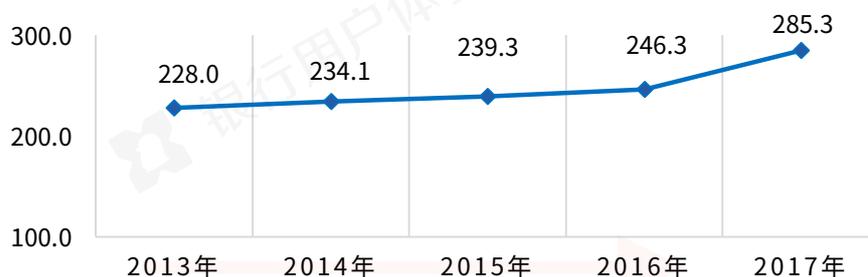
二 农户：建美好家园，走振兴之路

2.1 生活：乡村美丽，生活好

乡村环境好，农户感受深

随着新农村建设的推进，农村不再是印象里的泥泞破败，基础设施、农村居住环境等方面有了较大改善。想要致富先修路，从近5年全国村庄道路长度上来看，村庄道路长度逐年增长，2016年至2017年道路增长速度大幅提高。

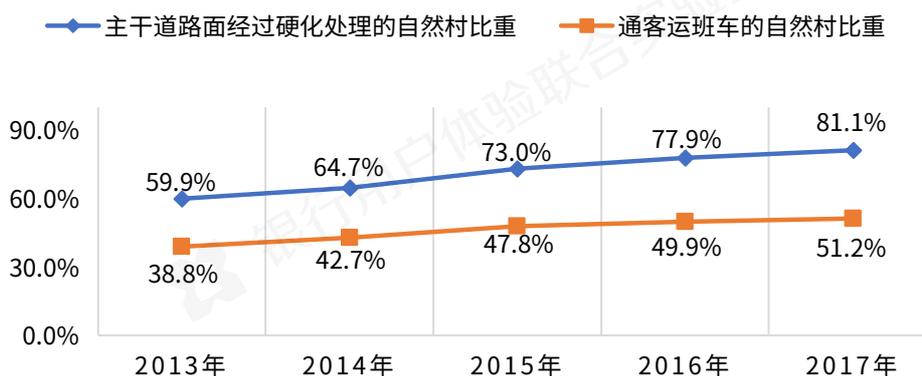
全国村庄道路长度（单位：万公里）



数据来源：《中国城乡建设统计年鉴（2017）》

在攻坚脱贫的过程中，贫困地区的农村基础设施建设也得到了较大改善。统计局发布的《2018 中国农村贫困监测报告》显示，2017 年贫困地区村内主干道路面经过硬化处理的自然村比重为 81.1%，通客运班车的自然村比重为 51.2%，农村基础设施改善的自然村比例在逐年上升。

2013-2017年贫困地区基础设施条件



数据来源：《2018 中国农村贫困监测报告》



【要脱贫先修路】

农村生态现代化进程显示，无论是污水处理、垃圾处理、园林绿化还是环境卫生，2016 年到 2017 年村庄在这些方面的建设投入都有了较大的增长。随着投入的增大，农村生态现代化建设得到了重视，生态环境有了较大的改善。

村庄生态环境建设投入（单位：万元）



数据来源：《中国城乡建设统计年鉴（2017）》

农户作为农村中主要的生活群体，他们对整个农村变化的感受最深。2019 年农户调研数据显示，六成以上农户认为农村的环境卫生越来越好，其次是村子里的道路、水电使用更加方便，再次是医疗条件得到了改善。由此可见，农村正在一步步实现生态宜居，生活便利。

农户认为农村越来越好的地方



数据来源：农户专题调研问卷“您认为目前农村哪些地方做的越来越好？”，N=137

“村里环境比较好了，每天上午都有人打扫卫生，收垃圾，路修好了看着干净很多。”——洛阳农户

“现在农村都很好了，路都修的很好，出行很方便，以前路又窄又泥。”——绵阳农户

“路好了，看着干净了，还有看病方便一点了。”——长沙农户



【依山傍水好风光】



【村间公路坦荡荡】



【环境大有改善的村民医疗站】



【以前的贫困山村，现在的美丽乡村】

钱包鼓了，会上网了，日子过得更好了

• 收入水平不断提升，消费能力不容小觑

随着农村经济的发展，农户收入有了较大提升。2017年农村居民人均可支配收入为13432元，2018年为14617元，截至2019年第三季度，农村居民人均可支配收入为11622元，农村居民人均可支配收入实际增长6.4%。

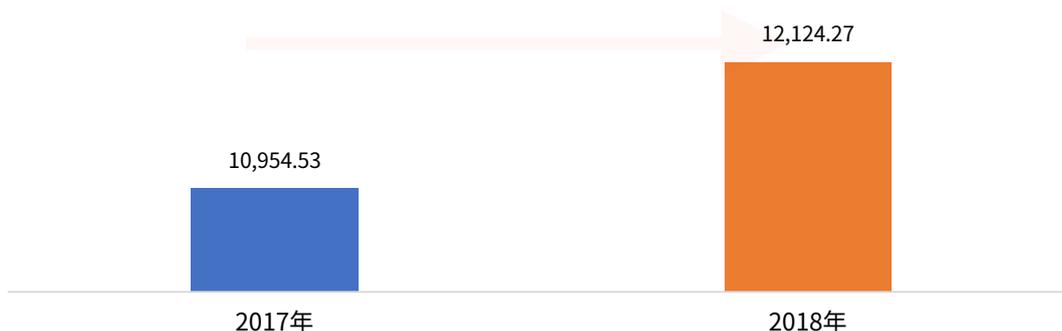
2017-2018年农村居民人均可支配收入（单位：元）



数据来源：国家统计局年度数据

在日常消费过程中，农户的消费行为也发生了一定变化。据国家统计局数据显示，2017年农村居民人均消费支出为10954.53元，2018年农村居民人均消费支出增长至12124.27元。截至2019年第三季度，农村居民人均消费支出实际增长6.7%。

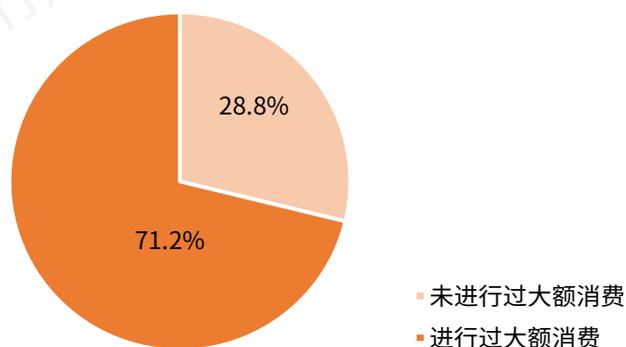
2017-2018年农村居民人均消费支出金额（单位：元）



数据来源：国家统计局年度数据

从具体消费情况来看，调研中有71.2%的农户在过去一年中进行过一次5000元以上的消费。

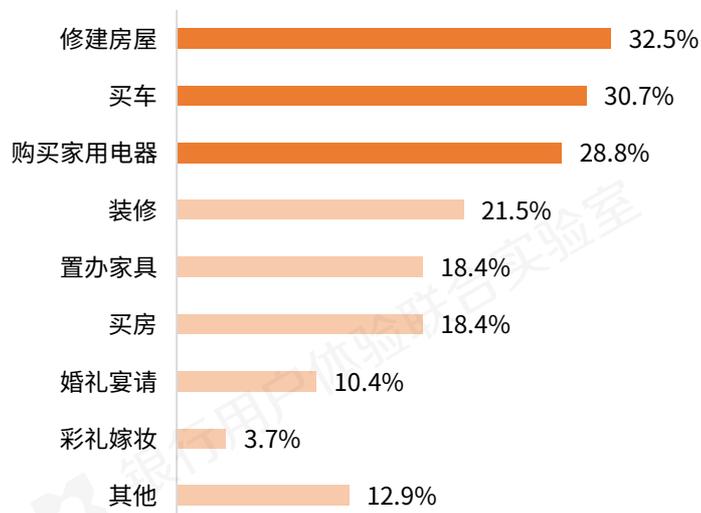
过去一年生活中进行过大额消费



数据来源：农户专题调研问卷“过去一年，您日常生活中进行过哪些大额消费（一次性消费支付5000元以上）？”，N=229

数据分析发现，农户过去一年大额消费主要是进行房屋修建、买车以及家用电器的置备。由此可见，类似于买车这种大件物品的消费在农户中已较为普遍。

过去一年大额消费情况



数据来源：农户专题调研问卷“过去一年，您日常生活中进行过哪些大额消费（一次性消费支付5000元以上）？”，N=163

除了大额消费外，近几年农户主要耐用消费品拥有量同样能够反映出农户消费能力提升。由数据可知，近5年来农户各主要耐用消费品的拥有量一直在增长，尤其是洗衣机、电冰箱及彩色电视机的拥有量已经基本和城镇居民持平。另外，随着移动电话的普及，2017年农户移动电话拥有量略高于城镇居民。

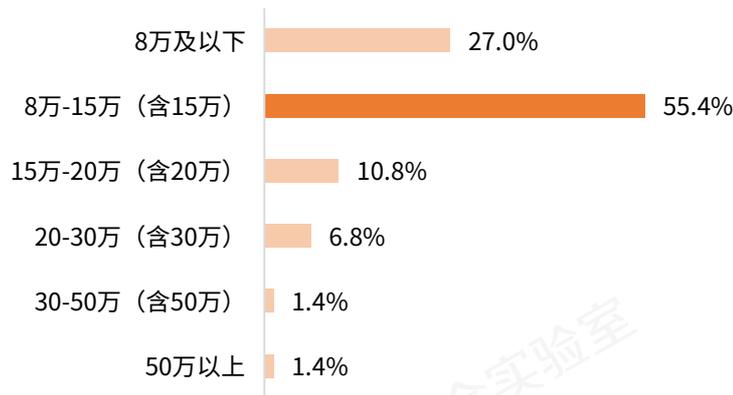
农村及城镇居民主要耐用消费品拥有量对比

指标	2013年		2014年		2015年		2016年		2017年	
	农村	城镇								
家用汽车（辆）	9.9	22.3	11.0	25.7	13.3	30.0	17.4	35.5	19.3	37.5
摩托车（辆）	61.1	20.8	67.6	24.5	67.5	22.7	65.1	20.9	64.1	20.8
电动助力车（辆）	40.3	39.0	45.4	42.5	50.1	45.8	57.7	49.7	61.1	53.1
洗衣机（台）	71.2	88.4	74.8	90.7	78.8	92.3	84.0	94.2	86.3	95.7
电冰箱（柜）（台）	72.9	89.2	77.6	91.7	82.6	94.0	89.5	96.4	91.7	98.0
微波炉（台）	14.1	50.6	14.7	52.6	15.0	53.8	16.1	55.3	17.3	56.9
彩色电视机（台）	112.9	118.6	115.6	122.0	116.9	122.3	118.8	122.3	120.0	123.8
空调（台）	29.8	102.2	34.2	107.4	38.8	114.6	47.6	123.7	52.6	128.6
热水器（台）	43.6	80.3	48.2	83.0	52.5	85.6	59.7	88.7	62.5	90.7
排油烟机（台）	12.4	66.1	13.9	68.2	15.3	69.2	18.4	71.5	20.4	73.7
移动电话（台）	199.5	206.1	215.0	216.6	226.1	223.8	240.7	231.4	246.1	235.4
计算机（台）	20.0	71.5	23.5	76.2	25.7	78.5	27.9	80.0	29.2	80.8

数据来源：《中国统计年鉴（2017）》

本次定性调研过程中发现购车行为在农村已越来越普及。农户调研数据显示，55.4%的农户家用汽车在8万-15万。一定程度反映出，买车出行不再是城市人的专属，农户也有消费能力购买汽车来改善生活。

农户家用汽车价格



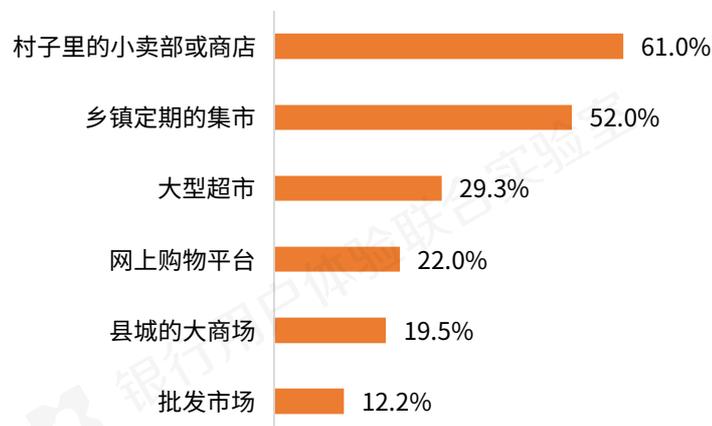
数据来源：农户专题调研问卷“您家购买的汽车价格是？”，N=74

• 互联网改变农户生活和娱乐的方式

据《第44次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2019年6月，我国农村网民规模已达22455万人，占网民整体的26.3%，较2018年底增长305万。可见，互联网在农村普及程度有所提升。

从实验室调研数据来看，从实验室调研数据来看，传统集市和小卖铺依然是农村最受欢迎的生活品购买渠道，但随着农村商业和互联网的发展普及，新兴的超市卖场和电商购物也正在成为农户购物的重要渠道。可见，互联网在改变农户的消费习惯。

农户购买日常生活所需物品的渠道



数据来源：农户专题调研问卷“您在哪些地方购买日常生活所需的商品？”，N=123

“平时小零碎的东西村头的商店都能买到，镇上有集就去逛逛。”——寿光农户

“衣服会在网上买，女儿教过我，有些比店里还便宜些。”——长沙农户



【每逢初一、十五来赶集】

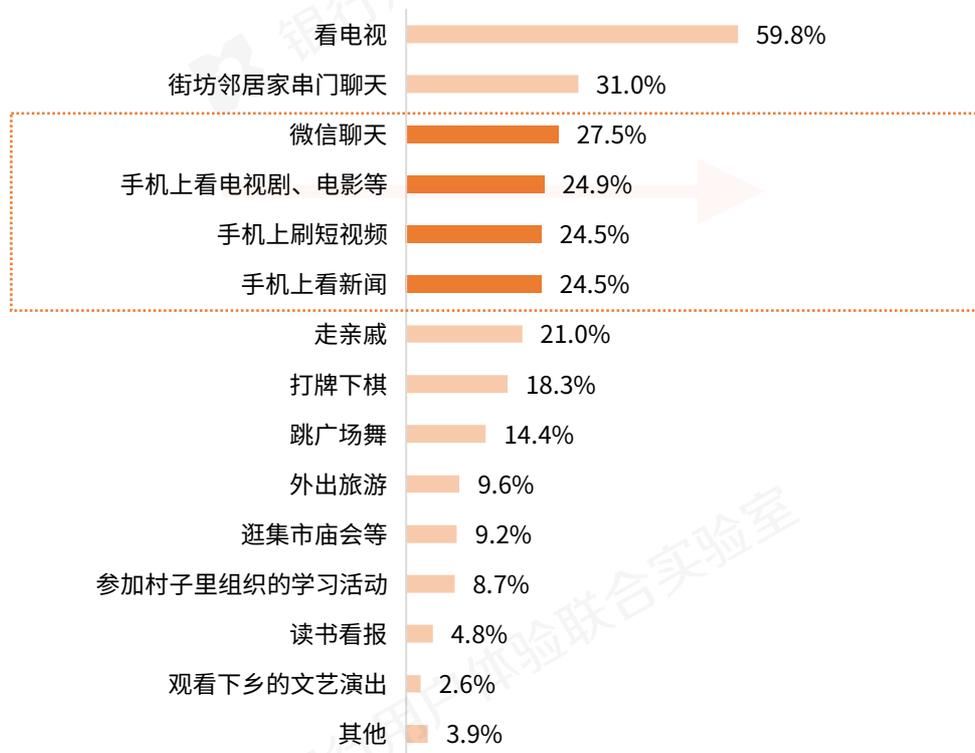


【电商在村镇设立线下渠道】



农户生活的变化除了消费外，也体现在用户业余休闲娱乐生活上。从数据上看，除传统休闲娱乐形式外，使用微信聊天、手机上看视频、刷短视频以及查看新闻已然成为农户日常的主要娱乐方式。因此，农户的信息圈已不再局限于田间炕头，互联网为农户带来了更多看外面世界的通道。整体看来，农户精神文化生活更加多元，从线上的抖音、头条，到线下的广场舞、自发组织的文艺活动。

农户业余休闲娱乐活动



数据来源：农户专题调研问卷“您平时有哪些休闲娱乐活动？”，N=229

“平时和街坊邻居聊个天，在家看电视，手机上看头条。我家里人也经常和村子里的妇女一起跳跳广场舞。”——洛阳农户

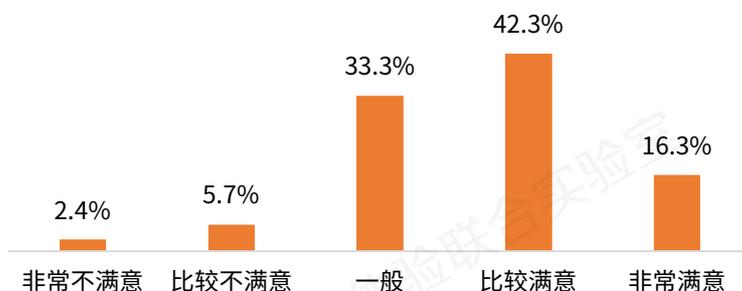
“抖音周围和我年龄差不多都会玩，别人录的（视频）很好笑。晚上看看电视，我主要爱看电视剧。”——长沙农户

“以前村子里吃完晚饭（邻居）坐一起聊天，乘个凉，现在都是手机，没事大人小孩人人抱着手机。”——绵阳农户

• 整体生活较满意，健康养老有压力

对比父辈及多年前的生活情况，农户对目前生活的满意度较高。从调研数据上来看，42.6%的农户对生活比较满意，16.3%的农户非常满意。可见，这些年在农村生活中发生的一系列变化，让农户感受到了较高的幸福感。

农户对目前生活的满意度



数据来源：农户专题调研问卷“您对目前生活的满意度是？”，N=123

“现在日子没啥愁的，吃穿都不缺，过的比较舒服。”——长沙农户

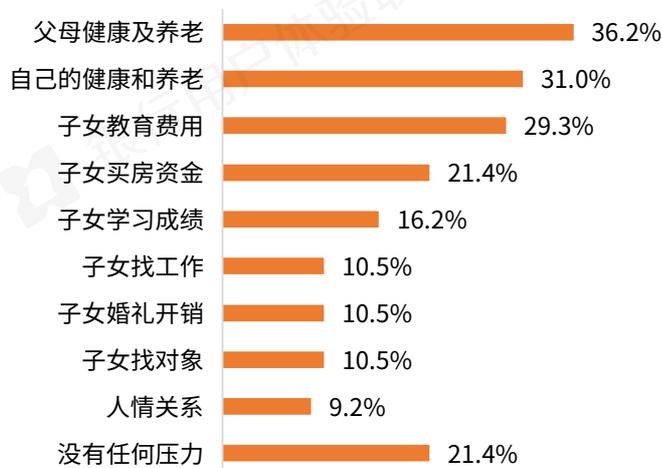
“以前日子不行，口袋没几个钱，房子和路都烂的，没法和现在比，没啥不满意。”——绵阳农户

通过本次定性和定量调研，农户整体的变化主要体现在以下几个方面：

- 收入提升生活富足，大件消费不排斥。
- 融入移动互联网的世界，生活购物更便捷
- 精神风貌好，精神文化生活更多元

上述数据可以看到，农户生存环境、生活便捷度以及消费水平均有了较大提升，但从生活面临的压力来看，家庭成员和自己的健康和养老对于农户仍然是较大的压力。

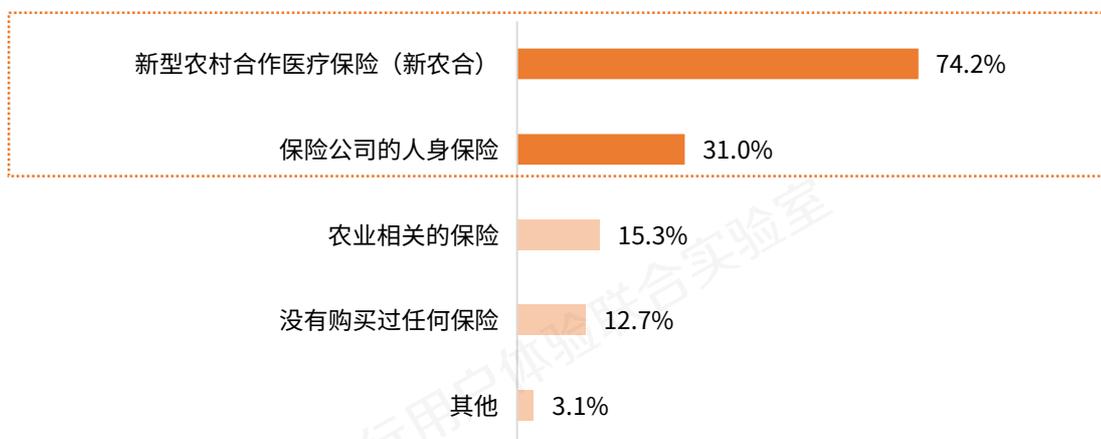
农户目前生活中压力较大的地方



数据来源：农户专题调研问卷“目前，您在生活方面的压力有哪些？”，N=229

在抵御健康风险方面，调研显示，72.4%的农户已参加了新农合，但是商业保险的购买程度相对较低。定性调研中发现，农户对保险认知存在一些偏差，尚未完全认识到保险对个人和家庭的重要性。

农户及其家庭保险购买情况



数据来源：农户专题调研问卷“您及您家庭购买过哪些保险？”，N=229

“新农合村里基本都参加了，很多人都选了最低档，能保就行。”——寿光农户

“亲戚里面有卖保险的，我买这个就是为了帮他一下，村里很多人买保险都是被亲戚说着说着就买了，光听讲的很好，具体能怎么保根本不明白。”——洛阳农户

“村里很多老年人得病了就在家待着了，一般都觉得没必要治。反正年纪也大了。”——寿光农户

针对农户面临的健康问题，目前国家正在大力推动新型农村合作医疗保险来解决。在养老方面，推出了新型农村社会养老保险，通过对农村居民年老时提供基础养老金和个人账户的养老金，以保障农村居民年老时的基本生活为目的。

另外，金融机构也推出了农户养老贷款以帮助其解决养老问题。不同地区养老贷款针对的人群不同，部分产品针对失地农户，也有部分产品针对普通农户。养老贷主要是针对那些家庭经济并不宽裕的农民，实施优惠利率政策，且无需抵押，信用担保，还款来源为农民到龄后领取的养老金，以此来缓解农户养老压力。

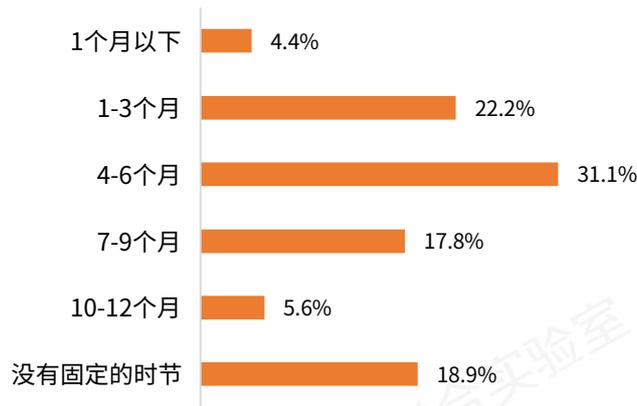
2.2 生产：生产强度大，收入来源多，经营保障低

抢收抢种劳作苦，农忙吃饭都没空

千百年来，中国人对于农户的第一印象就是“辛勤”。本次调研中农户的辛勤，主要体现在进行农业生产过程中的不辞辛苦。

从农户农忙的时间周期上来看，31.1%的农户农忙时间为 4-6 个月，说明大多数农户每年有将近半年的时间为农忙时节。

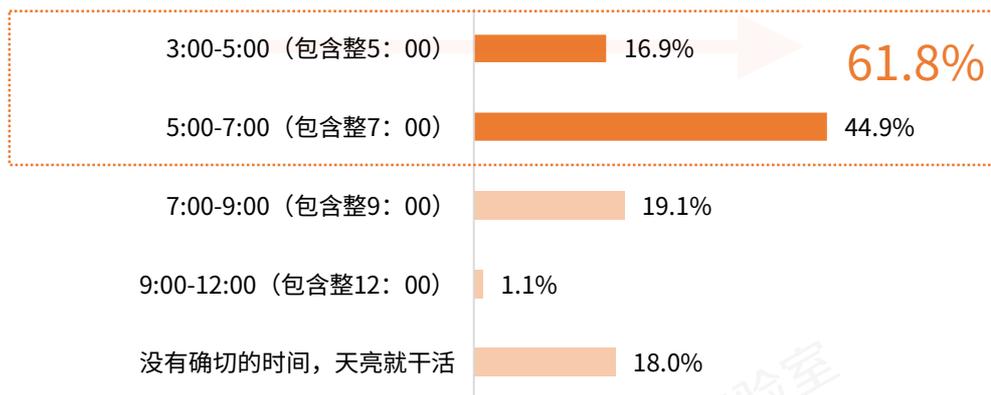
农户农忙的时间周期



数据来源：农户专题调研问卷“您及您家种植或养殖，一般有几个月的时间为农忙时节？”，N=89

农忙时节的作息情况很大程度上能真实的反映出农户辛勤的一面。从农户开始干活的时间点来看，有六成农户在上午7点前已经开始干活。

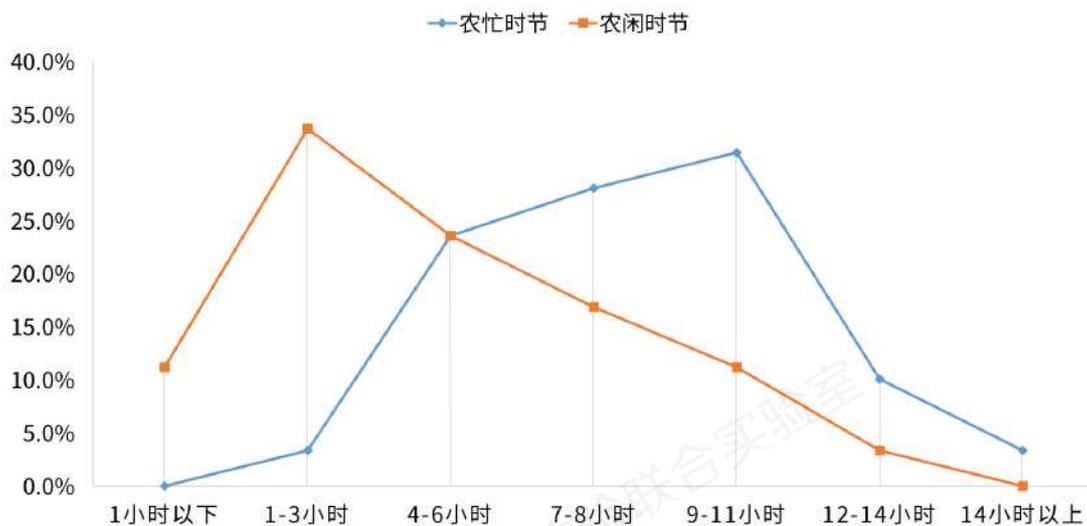
农忙时节开始干活的时间点



数据来源：农户专题调研问卷“过去一年，您及您的家人在农忙时节通常在几点钟开始干农活？”，N=89

农户农忙时节除了早起，大部分的农户一天需要 9-11 个小时用于干农活。另外，即使是农闲时间仍有 33.7%的农户一天中需要干 1-3 小时的农活。

农户农忙农闲时节干活时长

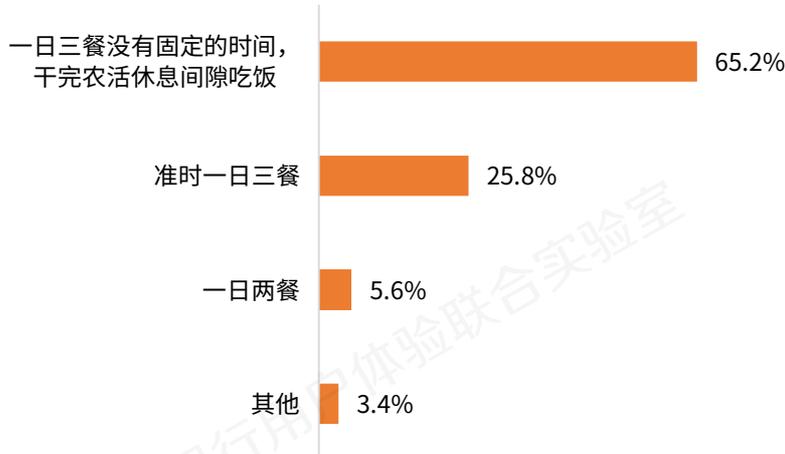


数据来源：农户专题调研问卷“过去一年，您及您的家人农忙/农闲时节每天干活的时节大概有多久？”，N=89

“地里有活的时候，早上一大早起来，趁着比较凉快的时候赶紧干点，天气热了再回来吃饭，等太阳下去了再去干活，农忙的时候一般歇不下来。”——寿光农户

除干活时间较长外，农户在农忙时节几乎无法按照正常的生活节奏吃饭。调查中显示，65.2%的农户在农忙时节，吃饭的时间完全不固定，基本在干完农活的休息间隙吃饭。仅有 25.8%的农户能够按时按点吃饭。

农户农忙时吃饭情况



数据来源：农户专题调研问卷“您农忙时吃饭的情况是？”，N=89

“忙的时候，地里的活干不完，有时基本顾不上吃饭，有时干的差不多了凑合吃两口。”——寿光农户

“粮食这些都有季节，到了该收的季节就得抢收，下一茬雨可能就影响产量，农户一般这个时候都下地了，收庄稼是最重要，累点也没啥。”——驻马店农户

“大农”带“小农”，增收办法多

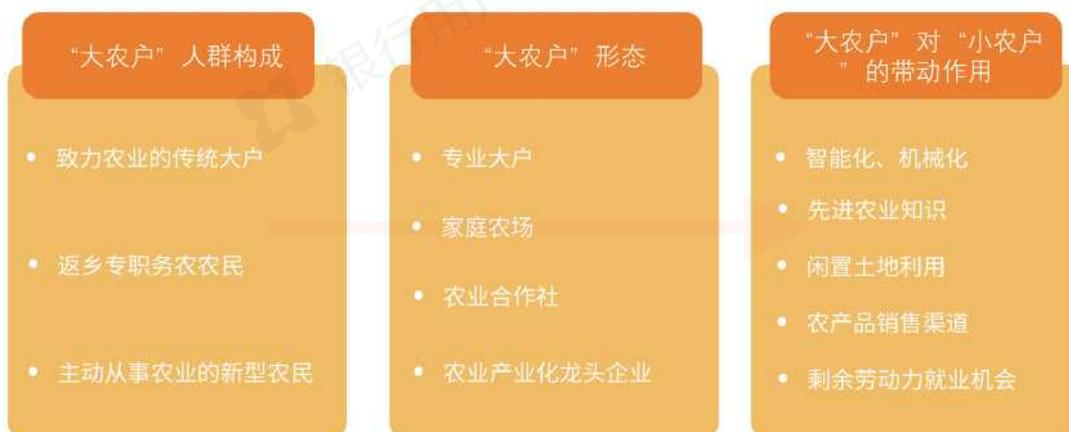
• 发挥“大农”规模优势，带动“小农”积极发展

目前在农村存在两类进行农业生产经营的群体“大农户”和“小农户”。“大农户”包含：专业大户、家庭农场、农业合作社、农业产业化龙头企业。“小农户”主要是普通农户，以家庭为单位进行农业活动，规模较小，以分散经营为主。

据农业部数据显示，2012年全国农业专业合作社共有68.9万个，龙头企业有11.9万个。随着国家加大对上述“大农户”的扶持力度，截止到2016年我国农民专业合作社和龙头企业分别已达179.4万个和13万个，比2012年分别增长了160.4%和8.6%。

调研中发现，农村中“大农户”的主要人群以当地传统大户、返乡致力于农业的农民以及主动选择专职进行农业生产的新农人为主，这些农民在当地以专业大户、家庭农场、农业合作社和农业产业化龙头企业的形态进行农业生产经营。这些“大农户”会承包流转的闲置土地，提高土地利用率。另外，规模化经营需要一定的人力投入，“大农户”会雇佣当地的村民。其次，由于农业生产规模较大，“大农户”有较强的资金、能力和意识发展机械化、智能化，通过不断尝试创新提高农业生产效率。

“大农户”对于整个农村、农业以及“小农户”具有一定的推动作用，他们在加快闲置土地流转、产业集中化、机械化及智能化发展、打通上下游的过程中发挥着巨大的作用。这些新型农户对当地传统农户的影响体现在为农村剩余劳动力提供了就业机会、组织“小农户”建立合作社、与农户合作互利共赢，帮助农户降低直面市场的风险，同时也利于自己扩大规模。因而，“大农户”带动“小农户”有利于传统农户收入提高，也推动了现代农业的发展。



“我做农业几十年了，包了几千亩地，合作社里面也有几百户农户，政府定期在我这里做农技培训，周围农户都愿意过来听，我这边农机设备多，农忙也能给农户帮忙收割。包地，收粮农户也愿意这样。”——驻马店专业大户

“公司把土地承包了，修好设施，农户再返包回去，这样经济压力也小，我们也有足够的劳动力和产出，在这边还是很受农户欢迎。”——绵阳龙头企业

“以前跟风种地，现在进了龙头企业的合作社，收购价格也稳定些，自己风险小了。”——绵阳农户

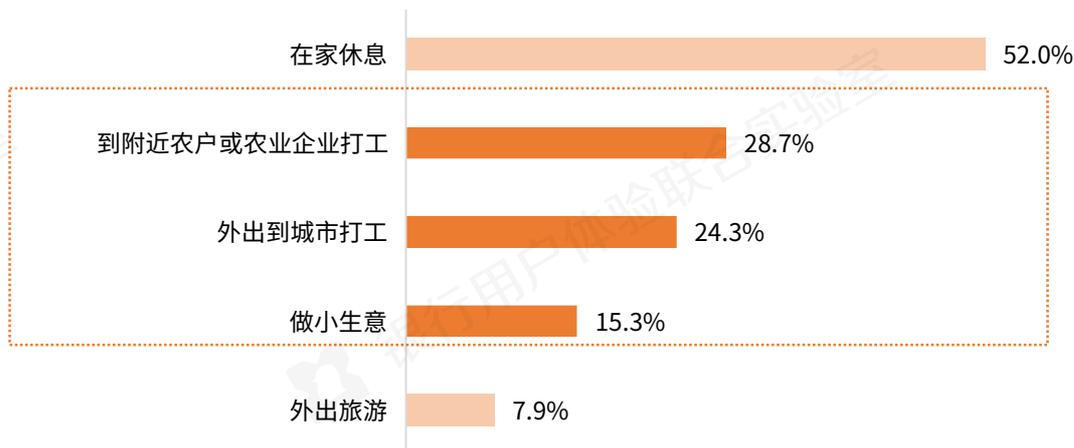


【农闲时节在龙头企业和传统大户打工的当地村民】

• 种养殖所得不再是唯一的收入来源

以往，传统农户的生活完全依赖于农业生产所得，但随着经济发展，农村里的普通农户不再单纯依赖种植或养殖所得维持生计。调研数据显示，农户农闲时节除了在家休息之外，去附近农户或企业打工，前往城市打工以及自己做小生意成为很多普通农户赚钱的方式。

农忙时间以外主要从事的活动



数据来源：农户专题调研问卷“您及您家人一般在农闲或农活较少的时候会进行哪些活动？”，N=202

“地也就几亩地，就农忙在田里干干活，平时闲着也是闲着，我老公在家没事也跑跑车，给别人拉个货，这个一天赚的也不少。”——长沙农户

“大户的农活多，平时周围几个村子农民没啥事干都过来帮忙，一天也能赚个几十一百的。”——驻马店农户

农村劳动力老龄化，年轻人群投入少

• 乡村人口下降，老年人口增加

《2015-2018年中国人口和就业年鉴》数据显示，近5年来农村常住人口总数逐渐减少，然而农村65岁以上老年人口比例5年间提升了2个百分点。另外，老年抚养比用以表明每100名劳动年龄人口要负担多少名老年人的数据指标，通常用于反映社会老龄化的情况。数据上可以看到，近几年，农村老年抚养比逐年上升，一定程度上反映出农村老龄化现象在不断加深。

农村人口情况

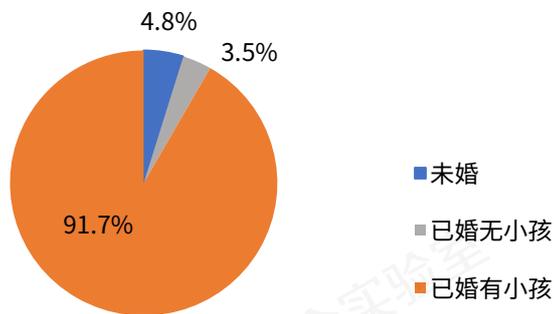


数据来源：《2015-2018年中国人口和就业年鉴》

• 年轻人群在农业生产中投入度不高

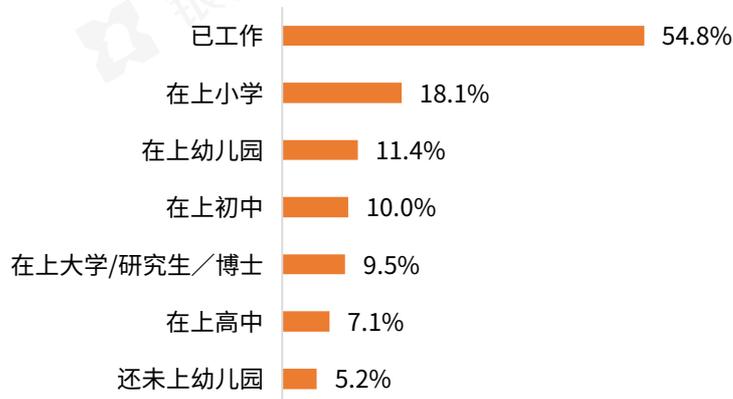
本次调研样本中，91.7%的农户为已婚有小孩，这些农户中有 54.8%子女已经工作。

农户家庭状况



数据来源：农户专题调研问卷“请问您的婚姻状况是？”，N=229

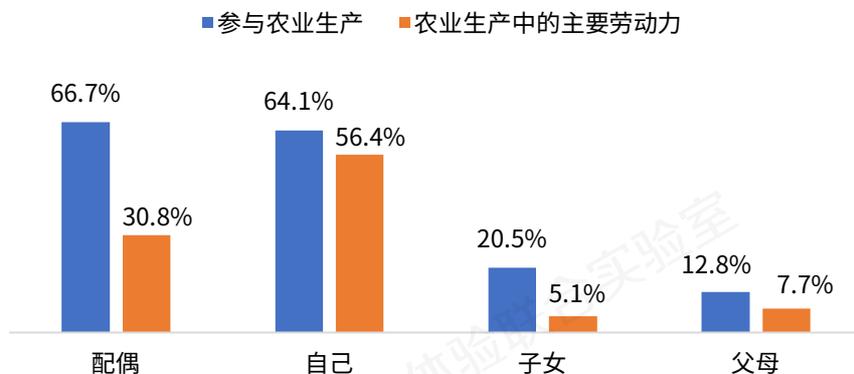
农户子女状况



数据来源：农户专题调研问卷“请问您子女的情况是？”，N=210

从事农业生产的人员数据上来看，子女已工作的农户家庭中参与农业生产的主要是自己和配偶。但从主要劳动力来看，自己和配偶是家庭农业生产的主力军，而子女无论是参与农业生产还是作为主要劳动力的比例均较低。

农户家庭成员参与农业生产的情况



数据来源：农户专题调研问卷“您家目前有哪些家庭成员参与上面所说的种植或养殖？；在种植或养殖中，哪些家庭成员是最主要的劳动者？（全年有一半以上的时间从事种植或养殖）”，N=39

可见，目前在农村农业劳动力主要以年龄较长的人群为主，年轻劳动力较少参与到农业生产中。定性调研中看到农村呈现“年轻子女进城务工，年老父母留村务农”的代际分工模式。由于老年群体对于土地的依恋程度较高，更愿意留在老家从事农业生产，年轻群体对于耕种养殖的认同度较低，纷纷进城从事其它工作以提高收入。对于外出务工农户一般会在两种情况下返乡务农，一类是随着年纪渐长难以找到务工的岗位，务工所得收入难以保障。另一种情况是成家后，在外生活成本和家庭分隔成本过高。

“现在能在村里呆的都是老年人，稍微年轻点的都去外面打工，打工一天赚得比纯种地多。”——长沙农户

“整个村子见不到几个年轻人，要么是老人要么是小孩。年纪轻一点一般都是在城里找不到工作才回来村里。”——洛阳农户

“老人一般喜欢在村里呆着，毕竟舍不得自己的地，年轻人谁管这些，外面能多赚点，赚了钱回来在市区买房，孩子放家里老人带，逢年过节回来。”——绵阳农户

• 农村人口年龄结构变化的利与弊

农村人口变化带来影响既有利的一面，又有一些弊端。首先，从有利的方面来说，农村的年轻人不再从事农业活动而是选择外出务工，一定程度上使整个家庭收入来源更多元，收入水平提高。另外，随着外出务工人员在城市和农村之间的不断迁徙，更多的信息和新鲜事物被带入了农村。

另外，从不利的方面来说，年轻人群在农业生产中参与度不高，为农业生产带来深层次的问题，主要体现在以下两方面：

- **劳动力不足。**大量的青壮年对外劳动力输出，从事农业生产的人群以中老年为主，一定程度上导致农业生产效率下降。

“年纪大了干活还是差一点，得顾着身体，以前天天在地里，现在慢慢干，歇歇干干，体力不行。”——洛阳农户

- **影响先进农技知识及智能化设备接受度和推广度。**调研中看到，机械化、智能化在规模化农业中有所发展，但目前主要是农业大户对智能化的接受度较高，普通农户由于其年龄、教育程度以及以往生产经验影响，对高科技的农业技术认知较少，接受度较低。因此很多普通农户生产的状态仍是日出而作，日落而息，且人力投入成本较高。

“现在机械化这些都是我们这边大户在用，一般农民有的自己也不知道有这个东西，另外，年纪大了他们也不接受，自己种了一辈子地，不用这些照样能干活。”——驻马店农户

“小农”不投保，“大农”投保难

除农业生产力老龄化外，农业生产还存在“小农户”风险意识弱，而“大农户”农业保障需求无法得到满足的情况。在农业生产中，农户普通“小农户”农业生产经营中的风险意识不强主要体现在两方面：

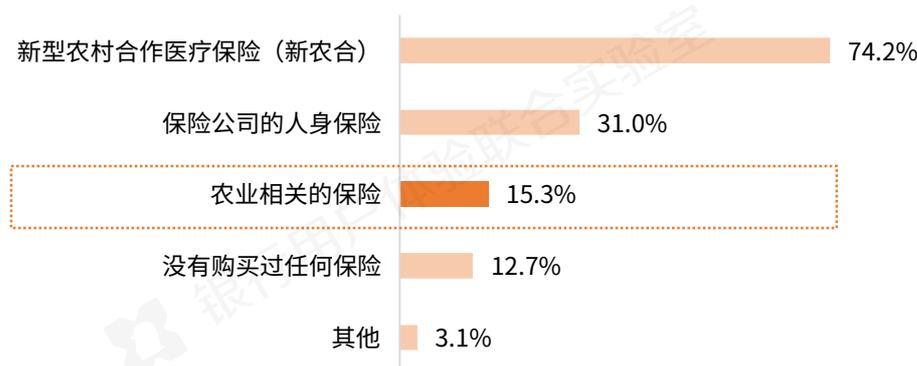
- **理性分析不够，种养殖跟风现象严重。**定性调研了解到，目前普通农户生产经营跟风严重，很少理性的分析市场，做长远打算。因此在生产经营过程中，抗风险能力的很弱。例如：当某一种农作物效益不错时，周围很多农户都会跟风种植或养殖，当市场出现波动时，普通农户很难抵御天灾、价格和市场供求的风险，导致农产品积压、经济受损。

“普通村民种什么养什么就看现在什么卖的好能赚钱，以前中药材好的时候，都种药材，种的人多了卖不上好价钱，就不种了。”——绵阳农户

“前几年鱼价格好，周围很多农户一窝蜂的都养，后来有不好的新闻影响，价格一下子掉下来了，很多农户都赔了不少，不养了。”——葫芦岛农户

- **农业保险认知度低。**普通“小农户”对于农业相关保险的认知和购买程度较低。数据上看，仅有 15.3%的农户购买了农业保险。农户购买农业保险主要靠政府推动，自主购买意愿较低。对于赔付的期望并没有很高，抱着能赔一点是一点的心态。

农户及其家庭保险购买情况



数据来源：农户专题调研问卷“您及您家庭购买过哪些保险？”，N=229

“农业保险都是政府支持的，普通农民谁知道上保险，就是上了保险也不太关心，也不知道啥算赔啥算不赔。能赔多少是多少，自己种的地也就几亩，不赔也无所谓。”——洛阳农户

相比之下，规模型“大农户”对于农业保险的需求较强，会主动寻求保障，但往往很难找到能够满足其需求的保险。

- **种养殖差异大，难以找到完全匹配的险种。**调研中发现，由于农业产业所涉及的种类繁多，不同产业的模式和形态完全不同，在种养殖过程中面临的风险存在较大差异，目前市场上还难以针对每类产业和风险开发相应的保险产品。因此，很多“大农户”农业生产中精准投保的需求难以得到满足。

“养蚕种桑风险很大，桑树受损、蚕病虫害、养殖不当造成的蚕死亡这些都是风险，希望有保险可以保证生产，但是没有找到合适的保险进行投保。”——绵阳龙头企业

“农业都是靠天吃饭，灾害最大的风险。大田作物现在有些保险，我们这种经济作物没有看到有什么保险，一样都要受天灾，有保险最好了。”——驻马店专业大户

- **“大农户”对定损标准难以判断，赔付范围存在疑虑。**由于农业生活面临诸多不确定性，尤其是自然灾害的影响，自然灾害造成的损失如何进行评定，一直是农户较为苦恼的地方。无法完全了解定损的标准就难以判断和选择购买保险，同样也是农业保险购买中较大的阻力之一。

“农业的情况比较复杂，天灾来了，减产了，但是保险怎么去定这个程度，什么标准算减产，损失到什么地步可以赔付，这个东西我们不清楚，说实话对保险公司来说也很难定，所以保险有时候很难买。”——寿光龙头企业

由于农业生产中的不确定性较多，天灾往往会引发大规模的农业损失，因而，无论是农业生产中风险意识弱，还是农业保障不足均会影响农业生产收入的稳定性，以及农业生产规模化发展。

发挥综合金融服务力量解决农业问题

针对目前农户生产过程中存在的问题，银行以及相关金融机构不单单提供金融服务，而是将银行优势的发挥最大化，以综合服务为基础采取了一系列的措施。

- ① **用科技的力量，助力农业，促进生产智能化，销售线上化。**目前，部分互联网公司已进入农村，在当地为农户提供电商渠道。银行同样开始通过互联网金融、电商服务为农产品拓宽销路，为农业发展提供便利。另外，银行在科技输出方面，除了实现数据驱动外，还与当地龙头企业合作或与专注农业的公司合作，将科技赋能到农业生产中，帮助推动农业智能化、现代化发展。
- ② **银保合力下沉服务重心，开发有针对性农业保险产品。**银行与保险机构共建农村网点，探索共同建设新服务场所，扩大农村金融覆盖面。另外，越来越多的保险公司为农业开发更有针对性的保险，如：气象灾害险、农产品责任险等。

2.3 金融：需求较简单、认知有盲区、依赖线下网点

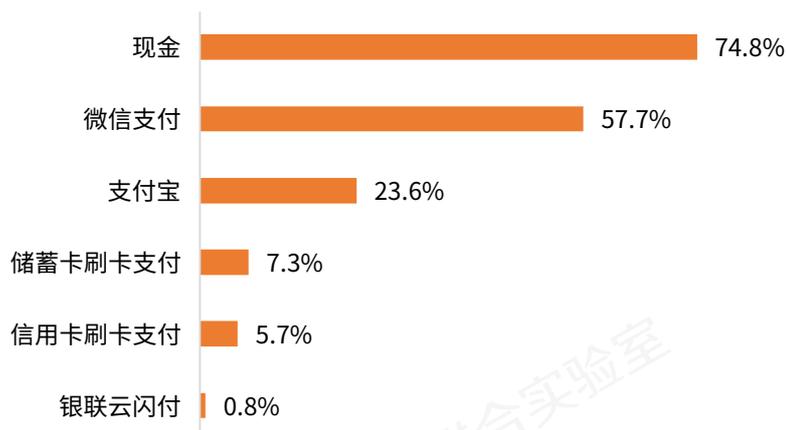
扫码付款很流行，存款借钱仍传统

- **移动支付深入农村**

农户专题调研数据表明，现金仍然是农户日常生活中最主要方式，但微信支付使用比例已占五成以上。2019年4月人民银行统计数据 displays，2018年非银行支付机构为农村地区提供网络支付业务共计2898.02亿笔、金额76.99万亿元；分别增长104.4%、71.11%。其中，互联网支付149.18亿笔、金额2.57万亿元，分别增长21.56%、22.57%；移动支付2748.83亿笔、金额74.42万亿元，分别增长112.25%、73.48%，占网络支付份额分94.85%、96.66%。

在定性走访的过程中同样发现，无论是外出购物，还是收款结算，农户基本能够接受微信支付。移动支付在农户得到普及和应用，一方面得益于互联网的推广和覆盖。另一方面，农村外出务工人员将自己在城里使用的手机应用推荐给农村的家人和朋友，从而间接推动了移动支付在农村的使用。

农户日常支付方式



数据来源：农户专题调研问卷“您生活中购买物品主要的支付（付钱）方式是？”，N=123

“用微信扫一扫付钱，现在很普遍了，在我们这里见过七十多的老太太人家用微信付钱也很溜的。”——驻马店农户

“村里的小卖部，路上卖菜的人家现在都挂着二维码，你拿微信扫一下就行了，现在村里除了年纪太大的不识字的，基本都会用微信买东西。”——长沙农户

“在我这里干活的村民工资我基本都是微信转过去，拿着现金还怕丢了什么的，用微信转过去方便。”——驻马店农户

“支付宝和微信都是我女儿回家教了我几次，现在她打钱都是打到支付宝上或者微信。”——绵阳农户



【穿梭村庄间的班车上，售票员从以前肩挎收钱背包，变成了胸挂收款码】

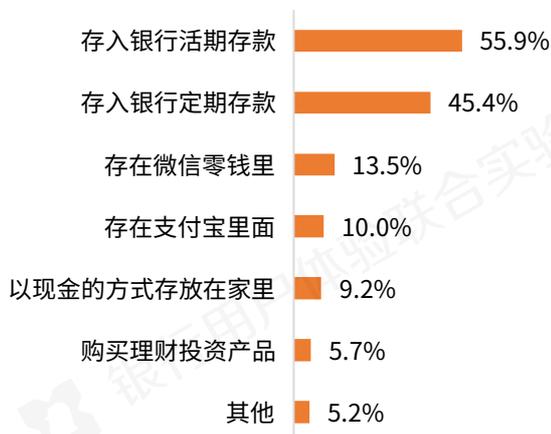


【村口开农资店的大爷也竖起扫一扫支付】

• 资金配置主要靠存款

存钱方面，农户习惯有钱即存，储蓄的目的主要是生活所需、为子女积累。一般闲余资金都存放在银行定期存款中，期限以1-3年为主。对于其他理财投资产品不太相信也很难接受，认为自己懂得不多，不敢购买理财投资产品。因此，农户目前理财投资方式相对比较单一。

农户闲置资金存放情况



数据来源：农户专题调研问卷“您及您的家庭一般会用什么方式管理闲钱？”，N=229

“攒的钱一般都是放银行里面存着，存个定期，一般一年，多一点就三年，这个钱主要是我闺女上学用。”
——长沙农户

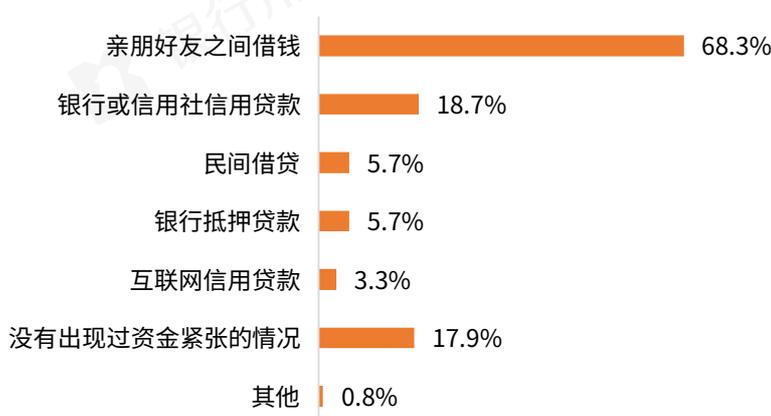
“农民就是存银行还能往哪儿放，三五百块都赶快存到银行。”——绵阳农户

“农民没几个买啥理财投资的，咱也不懂，存起来最踏实，不信人家业务员给说的那些（理财投资）东西。”
——洛阳农户

• 资金紧张情况较多，但贷款意愿不强

农户日常生活中出现资金紧张的情况时，6成以上的农户选择通过亲朋好友之间借钱来解决。通过银行或信用社进行信用贷款的农户仅有18.7%。

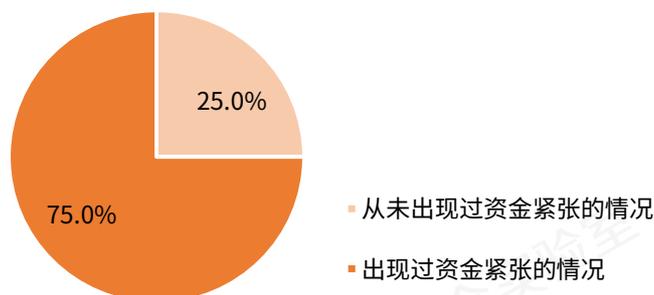
农户日常生活中解决资金紧张问题的方式



数据来源：农户专题调研问卷“日常生活中，当遇到资金紧张的情况时，您一般是怎么解决的？”，N=123

定性调研中了解到，由于农业生产中需要生产资料的投入，导致农户在一段周期内出现资金紧张的情况。调研数据可以看出，有 75.0%的农户在生产经营中出现过资金紧张的情况。

农户生产经营中资金紧张情况



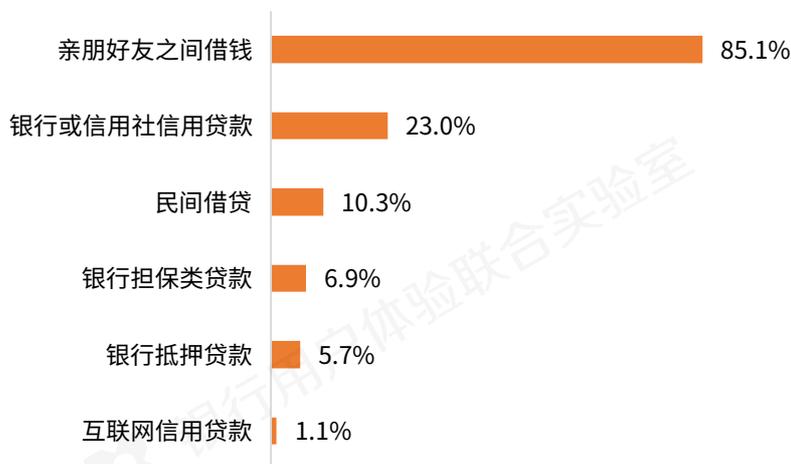
数据来源：农户专题调研问卷“农业生产中，当遇到资金紧张的情况时，您一般是怎么解决的？”，N=116

“种地买种子、施肥这些都要钱，现在这些价钱都不便宜。”——驻马店农户

“我们这一个新棚子建起来也得十来万，旧棚翻新一下也得万把块钱。农民有时候一下子拿不出这么多。”——寿光农户

调研中发现，当农户生产经营过程出现资金紧张的问题时，85.1%会找亲朋好友借钱。另外，有 23.0%的农户会去银行或信用社进行信用贷款。定性调研发现，在农村中主动找银行进行贷款的农户以“大农户”为主，普通的“小农户”很少主动去银行贷款。

农户生产经营过程中解决资金紧张问题的方式



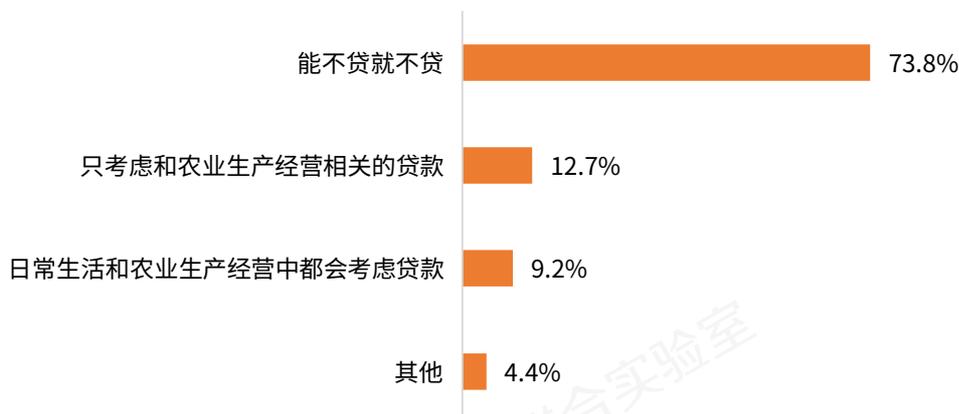
数据来源：农户专题调研问卷“农业生产中，当遇到资金紧张的情况时，您一般是怎么解决的？”，N=87

“农村一般钱不够，只要钱数不大就找亲戚朋友借一点，有借有还。”——长沙农户

“信用社现在也有给农户一个家庭为单位这种贷款，一家 5 万块钱，利息也不多。我知道周围有人借，但是不多。”——绵阳农户

从上述数据可以看到，农户在日常生活和农业生产中均存在资金紧张的情况，但向亲友借款仍是最主要的解决方式。从农户对贷款的态度上来看，73.8%的农户能不贷就不贷，坚持有多少钱干多少事。另有 12.7%的农户只考虑农业经营贷款。仅有 9.2%的农户生活和农业经营中都会考虑贷款。

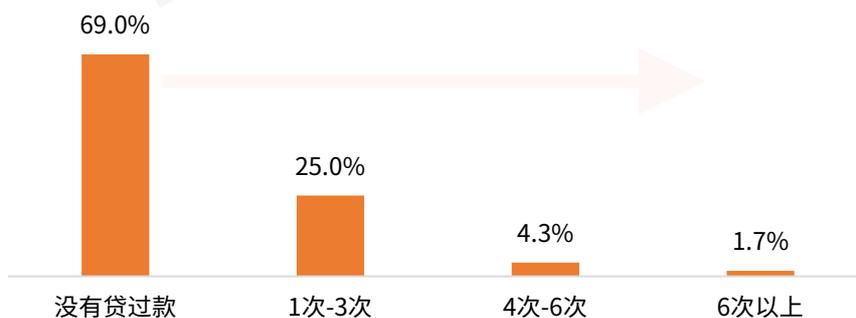
农户对贷款的态度



数据来源：农户专题调研问卷“您对贷款的态度是？”，N=229

另外，从农户农业生产经营贷款情况来看，有 69.0% 的农户从未进行过贷款，仅有 25.0% 的农户进行过 1-3 次贷款。

农户生产经营过程中贷款情况



数据来源：农户专题调研问卷“您在农业生产过程中，进行过几次贷款？（不包含申请过但是没有批下贷款的情况）”，N=116

定性调研过程中了解到农户在面临资金压力时不贷款的主要原因有以下几点：

- **“小农户”不想增加额外的利息负担。**调研中发现，很多农户不愿意贷款的根本原因是需要额外支付利息，而亲友之间的借款基本不需要利息，经济负担会相对小一些。

“像合作社的这些普通农户，现在几万块钱找周围亲戚朋友就能搞定。一般也不会主动贷款，贷款还是有利息有负担。”——常州农户

“种经济作物本身投入就大，刚开始第一年会考虑贷款，后面收成上来了还都可以。赚的钱能把利息抵了。过日子贷款就不一样，为了花贷款就是纯粹的增加负担，和搞农业的贷款不一样，有收入的这种可以考虑贷款，单纯是为了花贷款就完全没有必要。”——洛阳农户

- **认为贷款只贷给“大农户”，自己没有资质。**“小农户”认为自己没有足够实力，银行一般不会给自己贷款。另外，自己和银行之间的关系相对较远，缺少和银行之间的关系很难拿到贷款。

“贷款一般都是大户考虑的事情，我们就这两个棚人家也不见得能贷给我。”——洛阳农户

“人家大户贷款很正常，我们这种很少和银行打交道基本都很难贷到。”——绵阳农户

- **对抵押存在排斥。**调研中，农户认为抵押让自己没有安全感。认为当个人财产进行抵押后，个人生活和生产面临很大的压力，而自己应对风险的能力不够，很容易出现贷款无法偿还的情况，抵押的资产随时有被处置的风险。

“贷款我知道基本都要抵押，把东西抵押心里慌，不想做抵押，就贷不到钱。”——洛阳农户

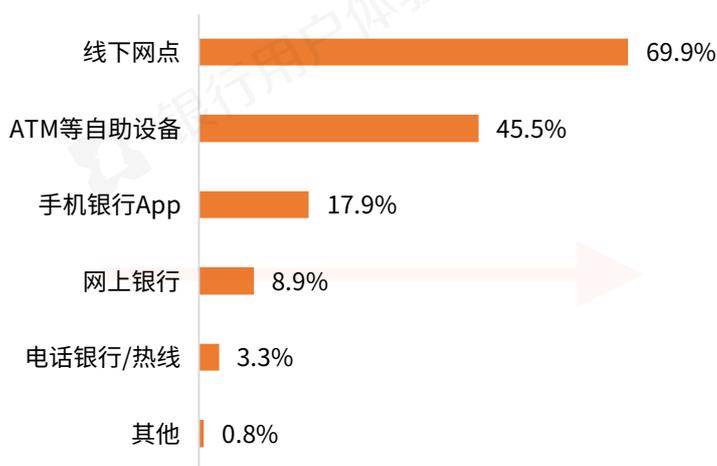
- **抵押物不足。**抵押物不足不仅存在于“小农户”中，同样存在“大农户”中。由于农业生产资料的特殊性，很多物资无法作为抵押物进行贷款，农户个人财产相对有限，因此导致抵押物不足，难以进行贷款。

“目前金融需求这块儿，主要是资金，像现在土地、农机具、板房、大棚不能作为抵押物，我们自己的房产是比较有限的，那钱没法贷出来。”——驻马店专业大户

银行服务以存取款为主，业务办理主要靠线下

农户在银行办理业务主要依赖于线下网点和 ATM 等自助设备。手机银行 App 一般较年轻的农户会使用，年纪较大的农户办理业务以线下网点和 ATM 等自助设备为主。

农户办理银行业务或服务的渠道



数据来源：农户专题调研问卷“过去一年，您使用银行的哪些渠道办理过业务？”，N=123

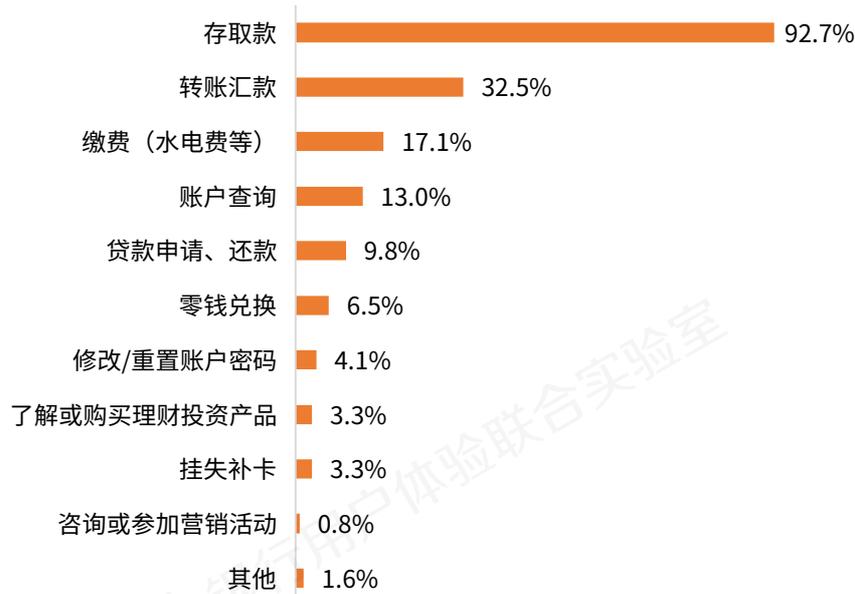
“去银行都是去柜台，手上有银行卡就在大厅的机子上取钱。”——长沙农户

“现在银行卡都会用，年纪大的还喜欢用存折，上面有字写的清楚，看着放心。”——长沙农户

“我上次去银行存钱，人家让我下了银行 App，很少用，手机本来就用的少，我年龄大了，设的啥密码都忘了。”——葫芦岛农户

农户在银行办理的业务主要是存取款，其次是转账汇款。其它类型业务的办理比例较低。

农户在银行办理的业务或服务



数据来源：农户专题调研问卷“您一般去银行或信用社办理哪些业务？”，N=123



【村镇里农商行的 ATM 机和柜台是农户办理银行业务的主要渠道】

对比农户花、存、贷金融服务的使用情况来看，目前互联网平台主要影响了农户消费支付行为，但是在资金管理和贷款方面，农户对互联网平台服务的使用程度低于银行。因此，在解决农户金融需求方面，银行仍发挥着主力军作用。



“存钱取钱，贷款那肯定都是银行，村口镇上都有银行，网上的东西不懂不敢用。”——洛阳农户

“和钱有关系的第一时间肯定都是银行，现在网点多了，办啥事都方便。”——长沙农户

金融认知有不足，银行多措并举来解决

从农户的金融态度和金融行为来看，其在进行金融活动中仍存在一些问題。

- **理财知识薄弱，辨别能力不足易引发金融欺诈**

随着农户收入增加，闲置资金增多，很多金融欺诈行为开始在农村出现。主要是由于农户理财投资行为相对较少，理财投资知识薄弱，对不同类型产品的了解完全处于盲区。当有他人购买收益较高的产品时，会因熟人推荐而盲目跟风购买以追逐高收益，由于其难以辨别产品的安全性和保障性，因而在农户中间易出现金融欺诈现象，导致其经济受损。

- **农户认知仍然存在偏差，对金融服务存在自我排斥**

“小农户”对于贷款服务的认知仍存在较大的偏差，这种偏差主要体现在贷款的准入门槛和贷款抵押上。“小农户”的这些偏差往往会造成金融排斥中的自我排斥现象。金融排斥指弱势群体往往因为客观和主观原因在获得金融服务过程中遇到阻碍。金融排斥中的自我排斥是由于害怕被拒绝或认知偏差而部分群体将自己排斥在金融服务之外的情况。农户存在的自我排斥会导致其贷款意愿较弱，甚至惧怕贷款。因而，农户在日常生产生活中出现资金周转时，更倾向于传统的方式解决，而较少选择贷款。

针对以上问题，银行作为农户较为依赖的金融机构，在推行普惠金融的过程中采取了一系列措施来满足农户金融需求，解决农户金融问题。

- ① **扩大基础金融服务覆盖范围，解决“最后一公里”的问题。**在村子里可以看到，银行与当地小卖部、小商铺进行代理合作，建立助农取款服务点，为村里的农户取款提供便捷。



【村口的助农取款服务点】

- ② **加强网点金融知识宣传，提高农户金融意识。**在农村的银行网点中，设立金融教育专区，帮助农户了解金融知识，防止其在金融服务过程中因金融知识不足而导致经济损失。



【农商行网点内设置公众教育区】

- ③ **增加农户贷款咨询的渠道，提高农户对农业贷款的认知度。**定性调研中看到，当地银行和村委、“大农户”合作，在村委办公室、“大农户”生产经营的基地中专门设立宣传栏，展示农业贷款申请流程和办理事宜，以便于有贷款需求的农户准确了解贷款的流程。
- ④ **联合政府推出针对农户的贷款产品。**在解决“大农户”贷款需求过程中，银行与政府农担合作提供大额的农业贷款。另外，银行联合政府以及保险公司，以农业保险为基础，为农户提供保单贷服务。同时，针对“小农户”，当地信用社或农商银行以农户家庭为单位推出最高额为5万元的小额信用贷款以帮助其解决燃眉之急。
- ⑤ **线上线下结合，深入农村为农户提供一对一贷款服务。**本次调研过程中，我们看到很多扎根农村金融服务的银行人在为农户提供贷款服务过程中深入农村，定期和有贷款需求的农户进行一对一的沟通，实地了解农户生产现状和贷款需求，为农户提供贷款咨询和服务。
- ⑥ **推动农户信用体系建设，从根本上解决贷款难。**农村信用是社会信用体系建设的重要组成部分，是改善“三农”金融服务的有效手段。在完善农村信用过程中，银行发挥了重要的作用。由于农户信用信息的收集面临居住分散、流动性频繁、经济收入不稳定等挑战，在建立农户信用体系的过程中，银行工作人员通过一次次深入农村，了解农户基本情况，摸清农户信用状况，帮助农户建立信用档案。通过合力建设农户信用体系，解决农户贷款中信用数据不足的问题。



【银行工作人员深入农村了解农户贷款需求】

2.4 银行助力“三农”振兴，打赢脱贫攻坚战

据国家统计局数据显示，2019 年前三季度，集中连片特困地区农村居民人均可支配收入 7940 元，比上年同期增加 758 元，增长 10.5%，扣除价格因素影响，实际增长 7.7%，实际增速比全国农村快 1.3 个百分点。国家扶贫开发工作重点县农村居民人均可支配收入 8108 元，比上年同期增加 809 元，增长 11.1%，扣除价格因素影响，实际增长 8.3%，实际增速比全国农村快 1.9 个百分点。

《中国普惠金融指标分析报告（2018 年）》数据显示，截至 2019 年 6 月末，全国扶贫小额信贷累计发放 3834.15 亿元，余额 2287.57 亿元；累计支持建档立卡贫困户 960.14 万户次，余额户数 566.62 万户。扶贫开发项目贷款余额 4274.04 亿元。全国 334 个深度贫困县各项贷款余额 17365.89 亿元，较年初增长 1274.27 亿元，增速 7.92%。产业精准扶贫贷款余额 1.24 万亿元，带动建档立卡贫困人口 805 万人（次）脱贫发展。

另外，本次调研中看到很多银行针对贫困地区建立精准扶贫的机制。如：针对当地的情况和政府合作为贫困地区的农户提供扶贫贷款；与当地贫困县、贫困村共同建立扶贫示范区，帮助当地的农户发展农业生产，改善生活。



【银行和贫困村合作共建扶贫示范村】

从上述数据可以看到，目前我国减贫工作已取得较大成绩。银行等金融机构在脱贫攻坚过程中通过提高农户金融服务的可得性，不断发挥基层力量完善农户征信体系，进一步推动供给侧改革解决农户贷款难的问题。同时金融普惠不单纯解决钱的问题，越来越多的银行关注金融科技普惠，以此助力产业的发展和升级。十九届四中全会提出坚决打赢脱贫攻坚战，建立解决相对贫困的长效机制。因此，银行在脱贫攻坚战中继续发挥作用的同时，需要深入了解相对贫困群体的行为特征以及金融诉求，为其提供行之有效的金融服务，进一步推动脱贫成果的巩固。



个体户



1980年12月11日，浙江温州市工商行政管理局开出了新中国第一份个体工商业营业执照，个体户“持证上岗”的日子由此开始。38年风雨进退中，这个群体从一个人发展到了一个市场，截止2018年底，全国个体户达到6295.9万户。

回到我们日常的生活，清晨接过街边小店递过来热腾腾的早餐，口渴时走进小卖部轻松选购饮料，深夜热闹美味的宵夜档……这种随时购物的愉悦感，都归功于我们身边的个体户们起早贪黑和辛勤付出。

为了更了解这个群体，实验室2019年走过上海、武汉、兰州、阳江4个城市对27个个体户进行深入定性调研，并且在定量调研中采集了1375个样本，本次调研个体户的行业涉及餐饮、零售、生鲜、生活服务类等，希望能够了解个体户在生活、经营和金融等方面的现状和潜在需求。

三个体户：中国经济的“小蜜蜂”

3.1 生活：辛勤努力，撑起“小家”，繁荣“大家”

随着第一张个体工商营业执照的发放，短短不到一个月的时间，1980 年末注册量达 80.6 万户，到 2019 年突破 6 千万，近 40 年里增长了 80 倍。

个体经济从单元上看显得微不足道，但就整体而言，它提供了大量就业岗位。自 2005 年起，全国个体就业人数持续增长，到 2018 年个体就业 16037.6 万人，成为促进就业的重要支撑。

个体户主要以第三产业为主，其中六成从事批发和零售行业，他们的经营与人们日常生活紧密关联，也是商品流通的重要环节。

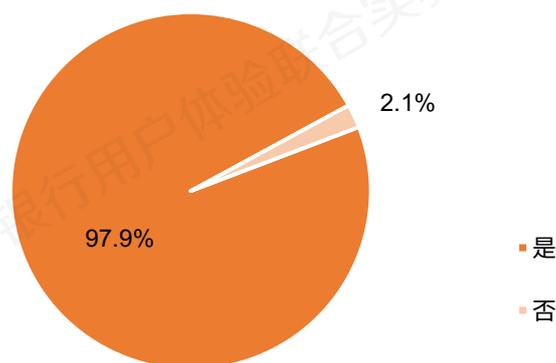


数据来源：全国工商联发布的《中国民营经济发展报告 No.14（2016-2017）》

一家人靠一家店，生活经营分不开

97.9%的个体户主要收入来源于目前的经营活动，店面往往就是个体户小家庭经济来源的全部。

经营活动是否为主要的经济来源



数据来源：个体户调研问卷 A/B，“请问这项经营活动是您主要的经济来源吗？”，N=701/706

个体户上有老下有小，家庭经济来源全靠一个店，手停口就停，生意完全停不下来。

“家里 7 口人，2 个孩子，3 个老人，都靠我们这个店，除开过年的时候放假 1 个星期，平时都要开门做生意，你想想，睁开眼睛就有 7 个人要吃饭，怎么能停。”——阳江海鲜粥铺老板

“饭点人最多，生意好的时候中午 11 点到下午 2 点都有客人，零零碎碎的生意，哪里停得下手吃饭？”——兰州面店老板

因为收入来之不易，个体户大多量入为出，生活较为节俭，而他们最舍得花钱的部分，往往是对下一代的教育，这也是他们持续经营的一大动力。

“这个店我们开了6年了，我和他爹平时没什么大的消费，绝大部分的收入都给孩子读书用了，另外就是养2个老人，一年下来有点结余，也不多，生意还不错，准备继续干下去。”——上海酒馆老板

对于大多数个体户来说，生活和经营经常交织在一起，这不仅体现在吃住等日常生活上，也体现在资金管理上，多数个体户往往将各类资金混在一起，不会刻意区分经营资金和日常生活费用。

“这附近是贵了一些，但能够照顾生意，住太远，店铺开到太晚，也没车回去，近一些方便很多”——上海五金店老板

“经营和生活的钱很难算清楚，店铺每天收款、进货，生活费也是从经营面出，具体收入多少，生活花了多少没仔细算，经常都是靠账户的金额来判断赚了多少钱”——上海酒馆老板

工作强度大，超六成个体户“全年无休”

个体户平均每天工作时长为11.3小时，高出全国企业从业人员2.1小时。他们不仅每天工作强度大，大部分也鲜有休息日，每天都营业的占65.5%。互联网圈里流行的996，对于个体户而言显得并不辛苦，因为个体户工作时间往往是8107。

(早上8点开始，晚上10点结束，没有休息日)



数据来源：个体户平均工作时长来源于个体户调研问卷B，“您平均每天工作多少小时？”，N=690；全国企业就业工作人员平均工作时长来源于国家统计局2019年3月统计数据；个体户调研问卷B，“您平均每月营业多少天？”，N=690

个体户整体繁忙，但不同的行业之间，忙碌状态有所不同。餐饮、生鲜类的个体户每天工作时间基本从早上4点便开始，并且在饭点及前后时段迎来最为繁忙的状态，一天的工作节奏较快。相比之下，生活服务类个体户工作节奏较为舒缓。

不同行业个体户每天的工作状态

	餐饮类	生鲜类	饮品类	服装类	家装类	零售类	美容类	生活服务类
04:01~06:00								
06:01~08:00								
08:01~10:00								
10:01~12:00								
12:01~14:00								
14:01~16:00								
16:01~18:00								
18:01~20:00								
20:01~22:00								
22:01~24:00								

注：● 表示尚未经营/停止营业，● 表示比较清闲/客流一般，● 表示比较繁忙

行业注释：餐饮类（如餐馆/快餐店/大排档/小吃摊等）、零售类（如便利店/小卖部/杂货店/烟酒行等）、饮品类（如奶茶店/冷饮店等）、生鲜类（如海鲜/蔬菜/水果/肉类等）、服装类（如服装/鞋/箱包等）、家装类（如家居用品/五金店/装修用品材料等）、美容类（如化妆品/护肤品/美甲服务等）、生活服务类（如干洗店/家政/快照/数码通讯等）

数据来源：个体户调研问卷 B，“日常经营中，通常最繁忙是哪几个时段？”，N=690

改革开放以来，个体经济从无到有，发展迅速，已经成为国民经济的重要组成部分。个体户群体就像“小蜜蜂”一样，得益于他们的辛勤努力，你我日常生活才变得更加便利，更加精彩。

3.2 经营：努力经营图安稳

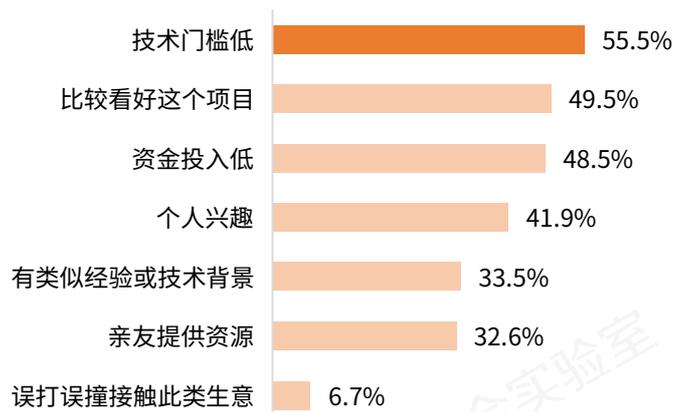
走近个体户可以发现，风险偏好低、图安稳是他们最突出的经营理念。面对日新月异的市场变革，经营压力下的他们，对于改变和探索显得并不那么热衷。

入行虽易，经营不易，未来以“稳”为主

- 入行技术低门槛，经营能力要求高

数据显示，55.5%的个体户因为技术门槛低进行行业，这与其自身学历、专业技能、资金积累等多种因素有关。

从事此类经营活动的原因



数据来源：个体户调研问卷 A，“您当初为什么选择此类经营活动？”，N=687

通过定性调研还发现，在成本越来越高的今天，做生意并不容易。掌握的货源、自身经验、人脉资源等优势都能构筑经营“能力”，不少个体户正是围绕着自己的“能力”来开展经营，形成竞争优势。

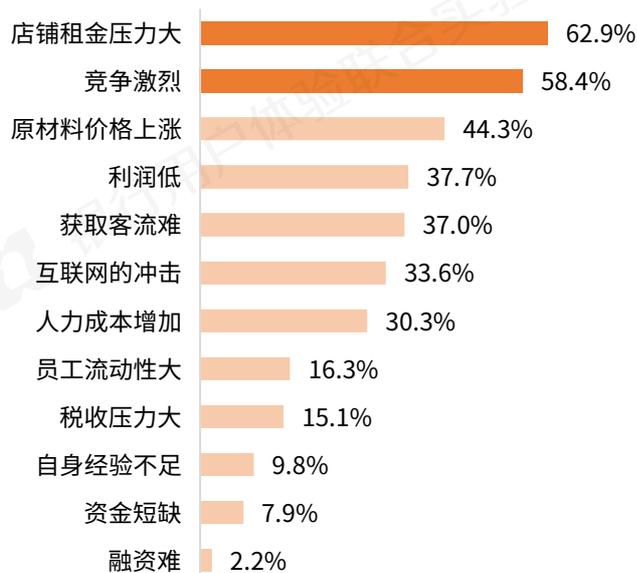
“之前在广州做服装生意，后来觉得餐馆生意不错。听说 15w 的投入就可以开店，我交了加盟费，盘了店面，但没有经验，很多都不知道，稳定的厨师、调味怎么配、菜品怎么创新、怎么吸引顾客？这些我之前都没想过，交了不少学费。最后我实际投入 60w 才真正把店开起来。”——武汉某小龙虾店老板

“这一行价格很透明，水却很深，基本上都是有经验的人在做。没经验，有货不敢进，生意做不大；或者乱抬价，进货卖不出去海鲜死在手里，很快就关门了。”——阳江海鲜店老板

个体户面临租金和竞争两大挑战

从数据上看，店铺资金压力大和竞争激励是个体户经营过程中遇到的最大困难和挑战。

生意经营中遇到的主要困难和挑战

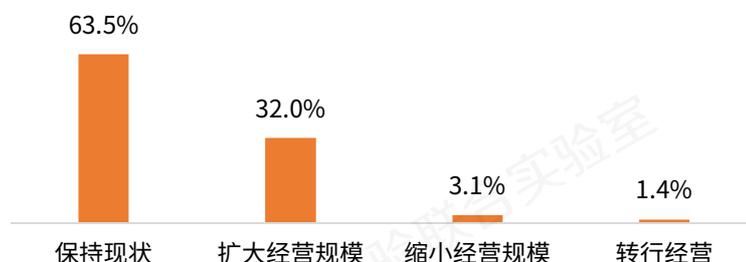


数据来源：个体户调研问卷 A，“您在生意经营中遇到的困难和挑战主要有哪些？”，N=687

• 保持经营现状，未来“走一步看一步”

63.5%的个体户对未来的经营规划选择保持现状，而对于扩大经营一般是想法多于做法，安安稳稳地经营，是他们普遍的思路。

对未来的经营规划



数据来源：个体户调研问卷 B，“未来您的经营规划是？”，N=690

“现在生意难做，走一步算一步吧，将来的事将来再看。”——兰州水果店主

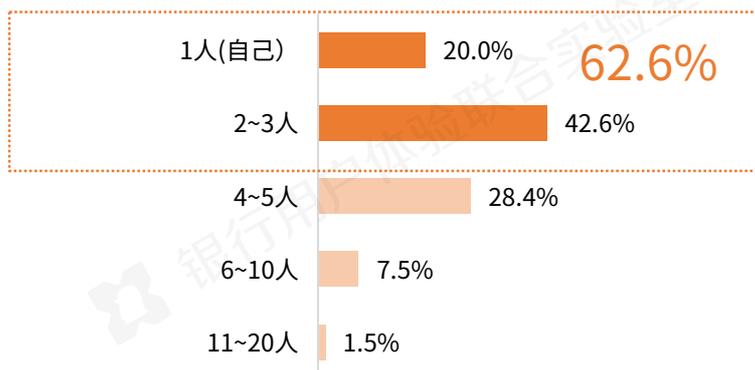
“希望能把店面做大，打算怎么做还没想过，可能存够钱了把店面扩大一些”——上海餐饮店主

生意虽小，收入不少，赚的都是辛苦钱

• 小团队作战，收入不低

六成个体户的员工人数在 3 人以下，经营团队规模较小，加之员工流动性较大，经营中的大小事务往往都需要店主亲自操劳，除雇员外，家人和亲戚也是经营的主要帮手。

员工人数

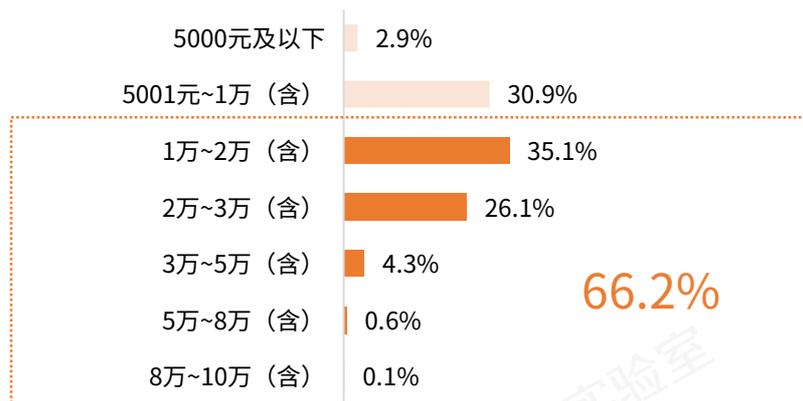


数据来源：个体户调研问卷 B，“目前员工合计多少人（含自己）？”，N=690

“做小生意还是要亲力亲为，现在雇人成本不低，还不好找。如果不是自己的亲戚，很难长久做。”——上海鲜花店老板

66.2%的个体户每月净收入 1 万以上，个体户经营规模虽小，但收入却不算少。

平均每月净收入



数据来源：个体户调研问卷 A，“您平均每月税前营业收入大概是？”，N=687

• 生意进社区，时间越久赚越多

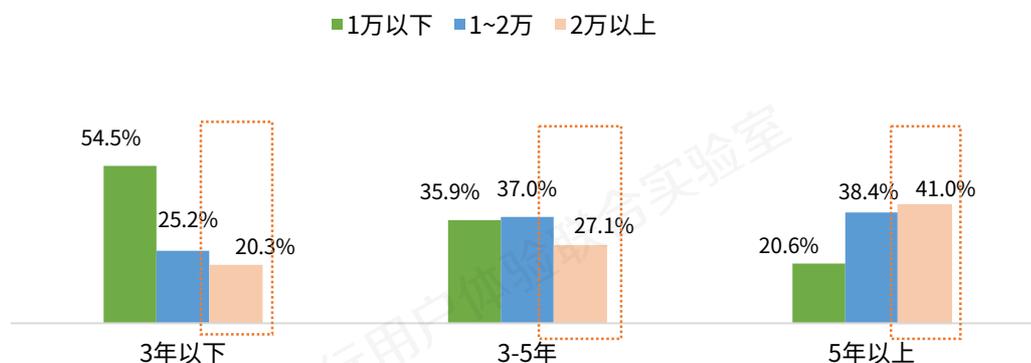
个体户与社区成员形成了邻里关系，很多个体户都会抓住这个优势，灵活地根据社区的需要调整经营策略。

“现社区居民对生鲜需求大，在小区内组建‘线上生鲜群’，充当小区网购生鲜提货点；了解社区企业采购需求，灵活调整收费及发票开具的方案。”——武汉文具百货店老板

“发现居民购买水果需求旺盛，拓展水果销售生意。”——兰州小卖部老板

经营年限越长，个体户的平均每月净收入越高。生意需要和时间做朋友，这句话放在个体户身上非常适用。

不同经营年限的个体户经营平均每月净收入



数据来源：个体户调研问卷 A，“您平均每月税前营业收入大概是？”；“您已从事目前经营活动多长时间？”，N=687

• 深知辛苦钱难赚，希望子女“坐办公室”

多数个体户的收入不低，足以养活一大家子，且每年扣除日常开销后还有一定的结余，但个体户们认为自己“赚的是辛苦钱”，自我认同感较低。

“肯定还是赚钱的，不赚钱怎么会一直做，能给一家人开销，明年还想装修下店面，我们做小生意的，也就想这么多了。”——武汉某水果店老板，2018年净存了15万

自我认同感较低还体现在对下一代的期待上，一些个体户认为上班族工作安稳，长期有保障。希望下一代“坐办公室”，从事“安稳”的工作。

“我的儿子现在大学毕业了，在公司上班，一个月工资 2000 多元。虽然赚的不多，但是起码比我稳定，工资也会涨上去的”——兰州水果店主

“大儿子和儿媳妇在东莞，东莞压力大，一个月两公婆收入 1 万出头，我经营这个店面可以补贴一下他们。坐办公室肯定没有做生意赚钱的，但起码稳定，工作可以更长久。”——阳江餐饮店老板

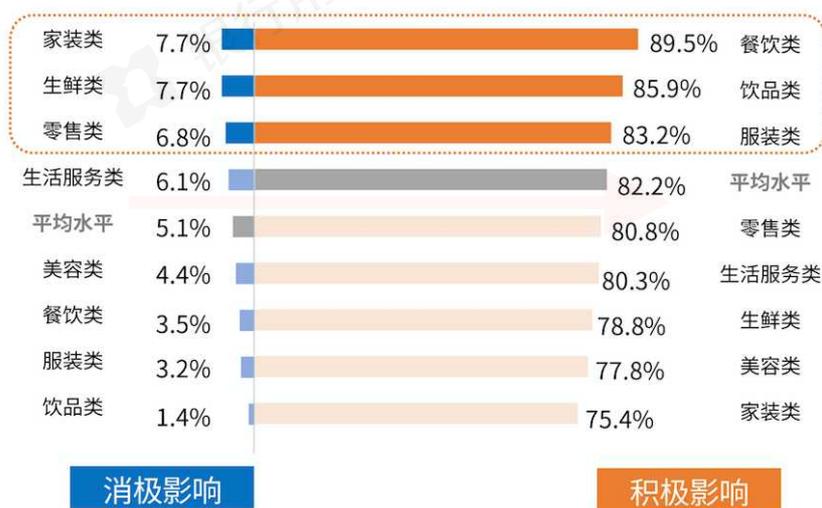
面对互联网的纠结：想拥抱却又有顾虑

• 互联网认同度高≠使用比例高

82.2%的个体户认同互联网对生意经营有积极促进作用。在互联网时代，个体户总体对互联网的认同度很高。

从不同行业来看，餐饮类、饮品类和服装类个体户认为互联网有积极影响得比例相对较高，而家装、生鲜、零售对互联网持消极态度的偏多。

不同行业个体户对互联网渠道的影响感知



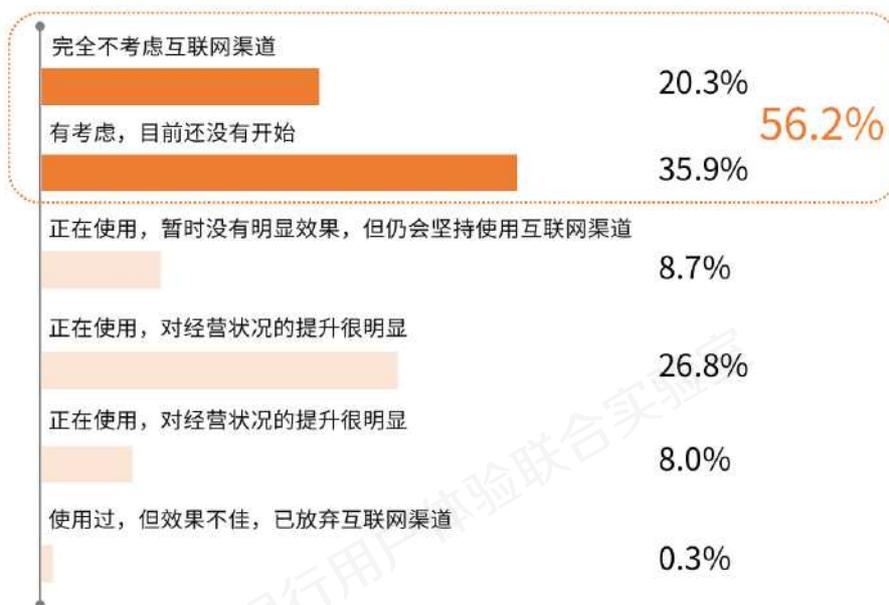
数据来源：个体户调研问卷 B，“您认为互联网对经营/业务发展的影响如何？”，N=690

在调查中发现，一些互联网平台会采用“先低价获客，占领市场再获得红利”的推广手段，这是使个体户对互联网持有消极看法的原因之一。

“现在很多互联网送菜上门的，社区高端的创新零售，一般都会砸钱卖，可以说不惜成本。比如一斤菜一块钱，10块钱5斤番薯，大家肯定会选择下单。他们应该也是算得很清楚，我们做这个小本生意，只需要5个月的时间就能把我们挤死。我们关门之后，这些平台和店面卖的价格肯定比我们卖的还要更高”——上海蔬菜档老板

56.2%的个体户目前没有使用互联网渠道经营，有两成的个体户完全不考虑互联网渠道。个体户虽然对互联网认同率高，但是在实际经营中互联网使用率并不高。

生意经营中，是否考虑通过互联网渠道来经营



数据来源：个体户调研问卷 B，“生意经营中，您是否考虑通过互联网渠道来经营？” N=690

分行业来看，生活服务类个体户在经营中使用互联网渠道的比例相对较高，而服装和零售类个体户使用比例相对较低。

不同行业的个体户经营中互联网渠道使用比例

不同行业	经营中互联网使用比例排名
生活服务类	TOP1
餐饮类	TOP2
饮品类	TOP3
家装类	TOP4
美容类	TOP5
生鲜类	TOP6
服装类	TOP7
零售类	TOP8

数据来源：个体户调研问卷 B，“您是否使用互联网进行经营？”，N=690

● 不使用互联网经营的三层原因

结合定性调研来看，多数个体户在互联网渠道使用上仍停滞不前，主要由以下三大原因所致：

- **一是满足于现状，不想改变。**定性访谈发现，部分个体户对经营现状还算满意，认为使用互联网经营带来的结果是不确定的，担心改变会带来风险。

“平时已经够忙了，现在生意做得还不错，不太考虑用互联网经营，再说，使用了还不清楚是否会带来什么问题”——兰州文具店主

- **二是学习成本高。**借力互联网渠道经营，对大多数个体户来说都意味着需要投入大量的时间去学习和研究，但效果不一定立竿见影。

“我们店在点评上有，也会在上面做一些活动吸引新客户，但也搞不清楚怎么样做才会有效果，有时候投入精力很多，也感觉没带来什么变化，慢慢就放弃了。”——武汉奶茶店主

- **三是投入产出比不确定。**很多互联网平台的服务费、运营活动成本，均需由店家自行承担，部分经营利润低的个体户表示没钱赚，利润低，也让他们动力缺失。

“现在做一个团购抽成 18%，你要知道我们利润真的很薄”——武汉大虾店主

“这一束鲜花，平台和我拿 80 多块钱，我基本上不赚钱的，但是平台卖出去要两百块，到了一些节假日，还能买到两五十、三百甚至更贵。如果顾客到店里来，我可以卖一百一二十块钱。我每天需要买花，摘花，养花，包花，基本上不太可能去搞个网店。”——上海鲜花店主

总结个体户的经营状况发现，个体户收入尚可，但他们对未来最大的希望就是保持现状，对于扩大规模比较谨慎，经营手段上使用互联网渠道经营比例也偏低。风险偏好低，图安稳是他们最主要的经营特征。

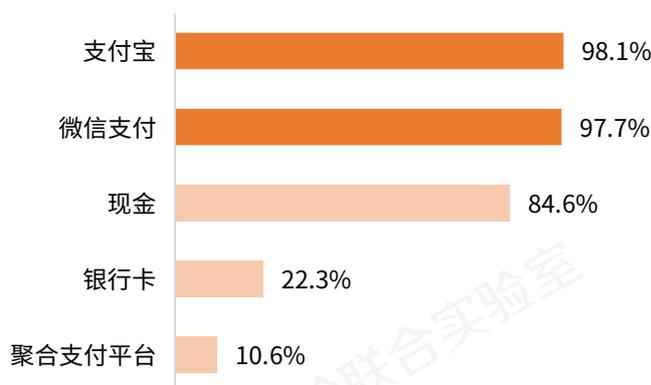
3.3 金融：收银有痛点，理财要灵活，贷款看成本

个体户的经营特性、对金融知识的认知、需求偏好等因素影响他们的金融行为。收款、理财、贷款是他们主要的金融需求，个体户们也通常会通过互联网平台或银行解决金融上面临的问题。

二维码收款很普遍，店面收银有痛点

个体户九成多的收款通过支付宝和微信支付进行，这两大平台是个体户日常收款的主要平台。

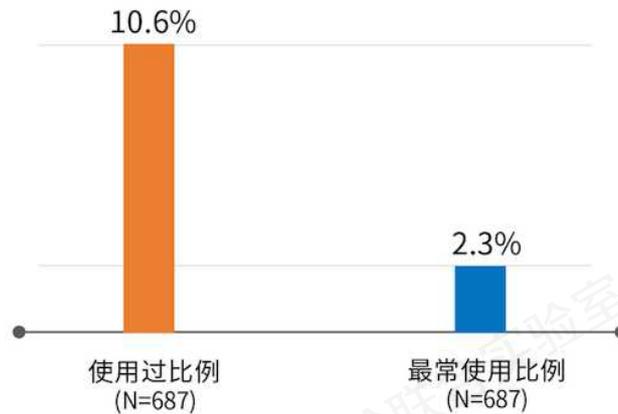
经营中使用过的收款方式



数据来源：个体户调研问卷 A，“您使用过哪些收款方式？”，N=687

除了支付宝和微信以外，聚合支付平台也是手机收款的一种常见形式。经营中 10.6%的个体户使用聚合支付平台来收款，但最常使用比例仅为 2.3%。

聚合支付平台收款方式使用情况



数据来源：个体户调研问卷 A，“在企业经营中，您使用哪种收款方式？”；“其中，您最常用的是那种收款方式？”

目前个体户在收款方面仍面临两大问题：

- **一是二维码不容易管理，容易漏单、少收款。**在客流量大的时候，商户常会无暇兼顾两个收款平台的进账情况，客人付款也相对零散，有时难以确认是否足额收齐。
- **二是对聚合支付的费率和可用性的担忧。**手续费率高，以及未来提价的担心。部分平台偶尔出现收款延时、扫码后无反应的情况，这些一定程度上影响了个体户的使用体验。

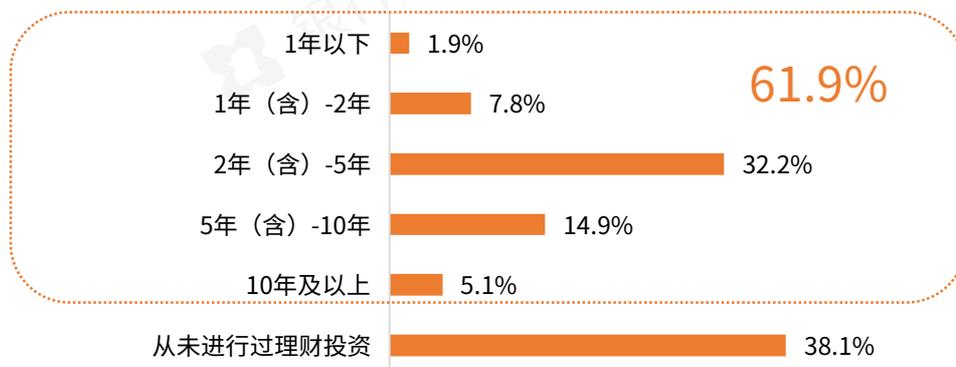
“偶尔也有人员来店面推广聚合支付二维码，附近有些小店都开始用了。但手续费比微信、支付宝高，而且有可能后面还会提价，我目前还照顾得过来，就没开始用。”——武汉文具店主

“需求是有的，我不希望钱在微信里，这个钱出不去，转出要收手续费。但是客人都是用微信和支付宝来付款的，这个没办法。扫描聚合支付的二维码直接入账到银行卡，这肯定是最方便的，但有时候这个平台不太稳定，用户支付了，但是我这边过了十几分钟都没收到。”——上海五金店主

偏好简单易懂的理财产品

61.9%的个体户有投资理财经验，其中一半理财经验为 2~5 年。

个体户理财投资经验



数据来源：个体户调研问卷 B，“您有多少年的理财投资经验？”，N=690

在投资理财时，个体户首要考虑因素是产品风险。

个体户选择理财投资机构/平台关注因素 TOP8

因素	选择比例排名
产品风险	TOP1
收益率	TOP2
平台知名度/口碑	TOP3
操作是否便捷	TOP4
产品种类是否丰富	TOP5
平台功能是否全面	TOP6
产品信息是否清晰	TOP7
平台服务质量	TOP8

数据来源：个体户调研问卷 B，“您选择这些机构或平台时最主要关注的因素？”

在投资理财方式的选择上，对比普通用户，个体户更偏好随存随取的理财产品以及定期理财、定期存款等定期类产品。他们在投资理财方式上的选择更集中于低风险的产品。

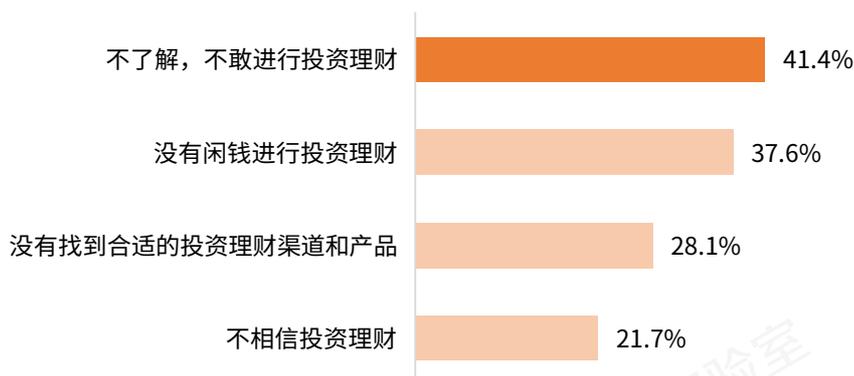
个体户与普通用户理财投资方式 TOP8

个体户		普通用户	
投资方式	选择比例	投资方式	选择比例
随存随取理财产品	60.2%	随存随取理财产品	34.8%
定期理财产品	46.6%	定期理财产品	32.3%
银行定期存款	44.0%	银行活期存款	29.3%
银行活期存款	37.7%	保险	27.4%
P2P 平台理财产品	22.7%	基金	26.8%
基金	22.2%	银行定期存款	23.4%
保险	21.1%	股票	21.5%
股票	14.8%	P2P 平台理财产品	11.5%

数据来源：个体户调研问卷 B，“您目前使用的投资理财方式是？” N=426；2019 年银行业用户体验大调研，“您目前使用的投资理财方式是？” N=863

个体户不进行投资理财的首要原因是“不了解，不敢进行投资理财”，占比 41.4%。这也说明，面对部分个体户风险偏好较低的情况，除了向他们提供简单好理解、且安全性高的产品外，获得信任也是机会点。

没有投资理财的原因



数据来源：个体户调研问卷 B，“您没有投资理财的主要原因是？” N=263

“理财投资知识难懂，产品繁多，选择起来需要专业的知识及判断，还容易亏钱，我还不如放在银行卡里安全。”——阳江瓷砖店老板

影响贷款的因素较多，10%是用户贷款利率的临界点

• 贷款不活跃，缺钱主要找亲友

调研发现，过去一年没有贷款的个体户占七成。个体户更多选择稳定流水，避免盲目消费、盲目扩张，整体比较慎贷惜贷，这也符合他们“图安稳”、“风险偏好低”、“稳步经营”的特点。

过去一年是否有贷款



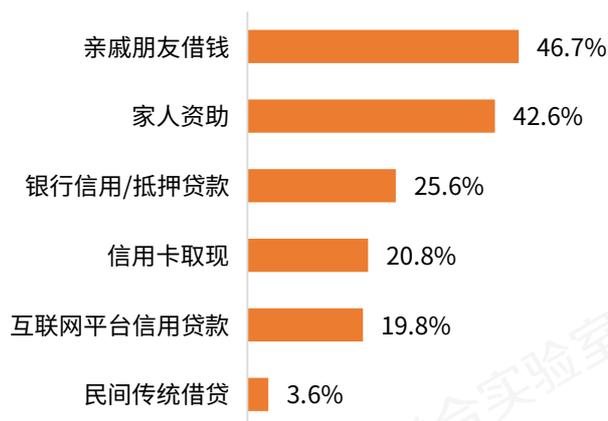
数据来源：个体户调研问卷 A，“过去一年，您在哪些情况下进行了贷款？” N=687

“以前我上班的时候有一张 5 万的信用卡，现在自己开店了，把这张信用卡注销了。一个是我不需要这个卡了，毕竟消费不多，另外生意不能盲目消费，盲目扩张，稳定的经营流水是最重要的。一旦开了提前消费的口子，要补回去就很难了。”——武汉奶茶店老板

“经营贷款能帮助经营，而生活消费贷款纯花销付利息，我个人不会考虑生活消费贷款。”——上海鲜花店主

当遇到资金紧张时，个体户们更倾向于向亲朋好友借钱或者接受家人的资助，而这种亲朋好友之间的互帮互助，通常有“今天我帮你，明天我帮你”的默契，往往利息很低甚至不需要利息。

遇到资金紧张时，更倾向于如何解决



数据来源：个体户调研问卷 A/B，“出现资金紧张时，通常是如何解决？”，N=687/690

“银行给我做贷款，挣不了多少钱手续还麻烦，我也没有什么可以抵押的，不太愿意给我贷，网上那些年化利率太高了，很不划算，我也很少借钱，应急的话找亲戚朋友就行，我们做生意就靠一个“信”字。”——上海水族店老板

• 经营贷款偏好小额短期，年利率 $\leq 10\%$

上文数据可以看到，虽然个体户过去一年进行过贷款的比例整体较低，但仍有部分个体户会在经营中使用贷款，希望能通过贷款来辅助生意。从数据上来看，个体户的经营贷款有三个偏好：总额小，期限短，期望利率低。

经营贷款偏好



数据来源：个体户调研问卷 A，“经营贷款倾向的期限，贷款的频次，贷款的总金额是？”，N=185

无论是通过互联网平台还是通过银行，个体户在经营贷款的考量因素中，利率都是首要考虑的因素。

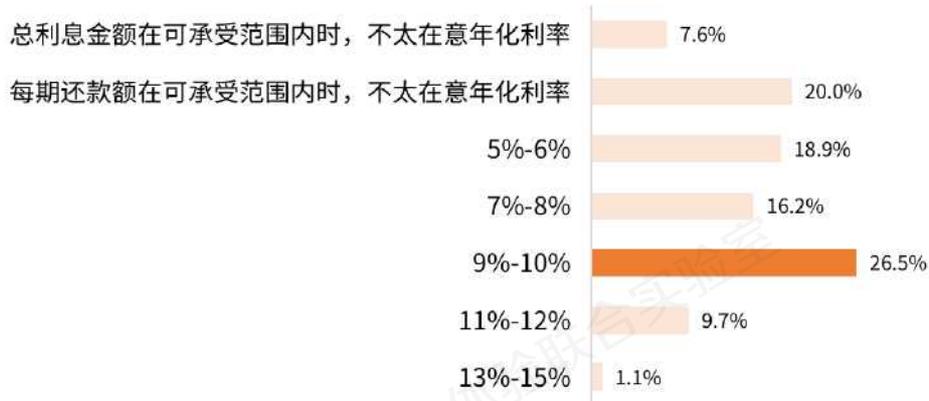
生意经营贷款考量因素 TOP4

排行	银行贷款考量因素	互联网信用贷款考量因素
TOP1	利率	利率
TOP2	放款速度	平台安全性
TOP3	平台安全性	手续简单
TOP4	额度	放款速度

数据来源：个体户调研问卷 A，“在生意经营贷款方面，您主要考虑哪些因素？”，N=185

调研发现，10%的年利率是个体户对利率接受度的临界点。当年利率超过10%的时候，个体户接受程度变低。

个体户可以接受最大的经营贷款年化利率



数据来源：个体户调研问卷 A，“经营贷款，年化利率超过多少时您将不会考虑使用？”，N=135

3.4 国家普惠政策指引下，银行大有作为

近年来，国家出台了一系列减税降费优惠政策，助力个体户减负前行。银行也主动关注个体户群体，推出多种普惠金融产品，优化提升金融服务，支持个体经济的稳健发展。

享受多项普惠政策，个体户满意度高

• 优惠政策支持个体经营

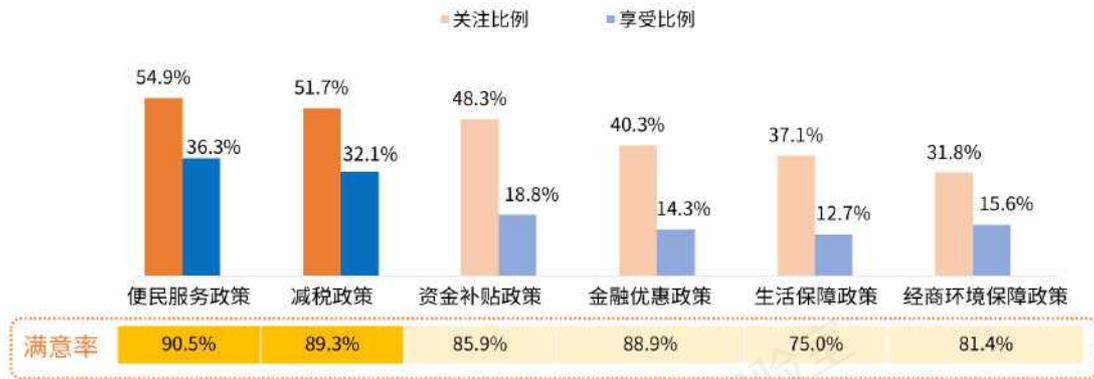
十八大以来，国家出台了很多支持个体经济发展的政策。以减税政策为例，减税涉及增值税、附加税、个人所得税，这些都和个体户的经营、生活息息相关，切实减轻个体户的纳税负担，让个体户有实实在在的获得感。



• 个体受惠好评多

超过五成的个体户关注了便民服务政策和减税政策，其中有三成实实在在享受过这两项政策带来的优惠。

政策的关注和享受情况

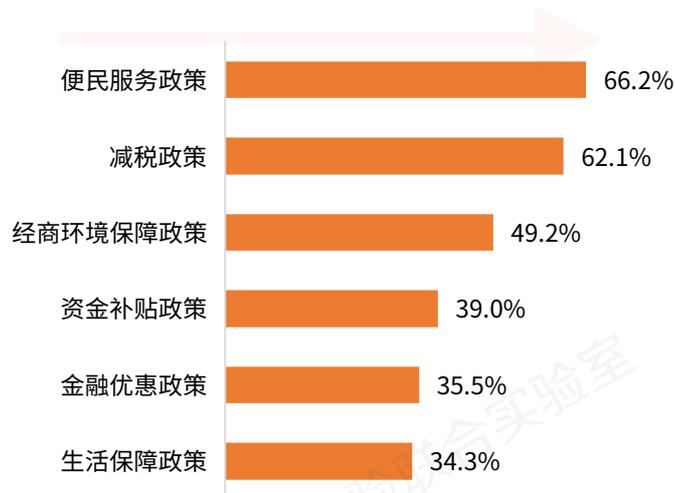


政策注释：便民服务政策（如简化办事流程、资格申请、人事证明等）、减税政策（如增值税、附加税、企业所得税等）、创业补贴政策（如创业补贴、租房补贴等）、金融优惠政策（如银行贷款、融资、利率减免等）、生活保障政策（如教育、生育、养老、医疗等）营商环境保障政策（如扫黑除恶、公平执法等）

数据来源：个体户调研问卷，“您关注过/享受过哪些政策？”，N=3772；“您对享受过的政策满意度如何？”，N=234

从转化率来看，便民服务政策和减税政策转化率高，覆盖面广，在便利个体户生活和促进经营发挥了积极作用。

不同政策的转化率

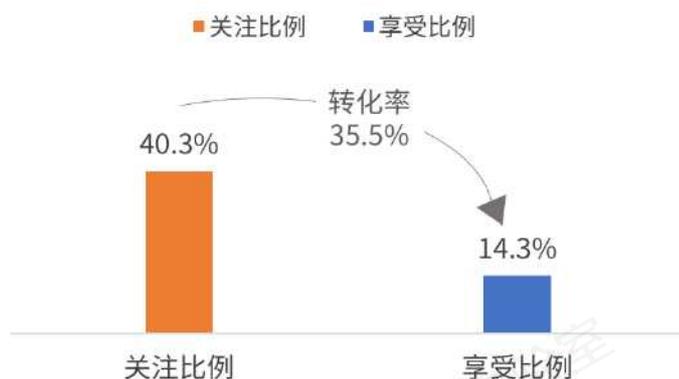


注：转化率为政策享受人数占关注人数的比例

数据来源：个体户调研问卷 A/B，通过对政策的关注比例和享受比例，N=377

与银行提供服务密切关联的金融优惠政策，关注比例 40.3%，享受比例 14.3%，转化率为 35.5%。这也表明，银行在提供服务，落实金融优惠政策上，还有可进步的空间。

金融优惠政策关注和享受比例情况



数据来源：个体户调研问卷 A/B，“您关注过/享受过哪些政策？”，N=377

创新银行服务，护航个体户发展

• 各家银行在行动

从 2018 年开始，中国“两增两控”的监管要求对银行提出了明确的小微金融增长要求。在政策的引导下，五大行表态支持个体经济，强化个体户金融服务。城商行、农商行、农信社等延伸金融服务触角，扎根基层，为个体户提供更有针对性、更加便利的金融服务。

为进一步解决个体户面临的融资难的问题，银行通过科技赋能，创新金融服务模式成为助力个体户发展的新引擎。多家银行都在致力于通过科技手段加大对个体户的覆盖，科技赋能，为个体户打造普惠金融新模式。

• 涵盖金融、经营和生活，构建银行服务生态圈

对于多数个体户来说，他们是“图安稳”、“风险偏好低”、“稳步经营”的一群人，他们并不善于投资理财，经营中又面临着工作时间长，压力大，学习机会少等状况，这是他们的痛点，也是银行的机会点。银行可考虑综合从金融产品供给、非金融服务改善等方面入手，让个体户们体会到银行服务的温度。

① 强化基础金融服务

- **灵活、低风险、简单可理解的理财产品。**结合个体户在经营资金使用和投资理财上的特点，可以发现随存随取、安全性高的类储蓄金融产品是个体户们的一大需求，对于这类产品，需要在体验、产品可理解等方面做的更好，以便于个体户认知和接纳。
- **体验好、短期、便宜的周转型贷款产品。**结合个体户在经营资金周转上的需求，以及短期贷款居多、在意利率、学习机会少的现实需求，银行在为个体户提供贷款产品时，要注重他们的需求，针对性地提供指向经营周转的贷款。
- **符合个体户收款场景的收款产品体验。**此外银行还可以发挥自身优势，结合个体户实际收款场景，帮助个体户们解决在二维码收款的费率、体验等方面的痛点。

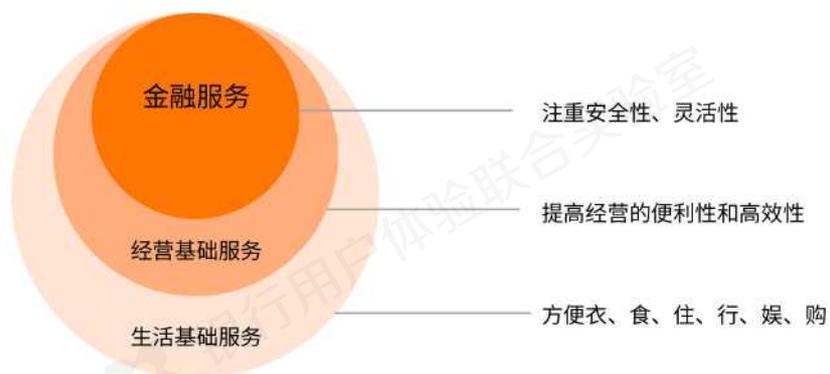
② 提供保障降低个体户风险

由于大部分个体户生意经营支撑了整个家庭，并且普遍压力大、工作时间长，整体上抗风险能力弱。因此，银行可以对个体户们加强保障型保险类产品的供给，降低他们风险，助力经营。

③ 健全非金融服务，强化个体户粘性

除了“本职”的金融服务，银行还可以丰富泛生活类服务，助力经营。银行可以着眼于帮助个体户提高经营便利性和高效性，缓解繁忙的经营压力，为他们提供缴费、出行、教育、医疗、购物等便民服务，满足个体户金融需求以外的泛生活类服务需求，让个体户们体会银行服务的温度。

个体户金融服务生态圈



当银行作为一个有温度的角色进入个体户的经营和生活，关注他们的痛点，解决他们的问题，就能为个体户这个群体提供更好服务，为个体经济发展保驾护航。

小微企业主



小微企业作为国民经济的重要补充力量，在稳定增长、扩大就业、促进创新、繁荣市场、维护和谐与满足居民生活需求等方面发挥着至关重要的作用。数据显示，全国小微企业纳税占国家税收总额的 50%，完成发明专利占全国总量的 65%，新产品开发量占全国总量的 80%，解决全国 70% 新增和再就业人口的就业问题。与此同时，小微企业因其“小”，抗风险能力较弱，在经济新常态、经济增速换挡的背景下，也是在市场发展中极易遭受困境的群体。

为更深入地了解小微企业主，以期在经济发展新环境下为小微企业主及其经营提供更好的产品服务。银行用户体验联合实验室围绕日常生活、企业经营、金融产品和服务需求及使用情况等研究主题，通过电话访谈调研了东莞、太仓、沭阳、郑州地区的小微企业主。另外，在石家庄、郑州、太原、金华进行入户访谈，并且以线上问卷的形式对小微企业主进行了调研。其中，在线问卷调研的小微企业主范围覆盖全国主要省市及各类行业，70% 参与调研的小微企业主企业长期雇员员工在 30 人以下，75% 参与调研小微企业主年营业收入在 500 万以下。实验室希望通过上述调研，深入了解小微企业主生活、经营全貌，为更好地服务小微企业提供洞察和建议。

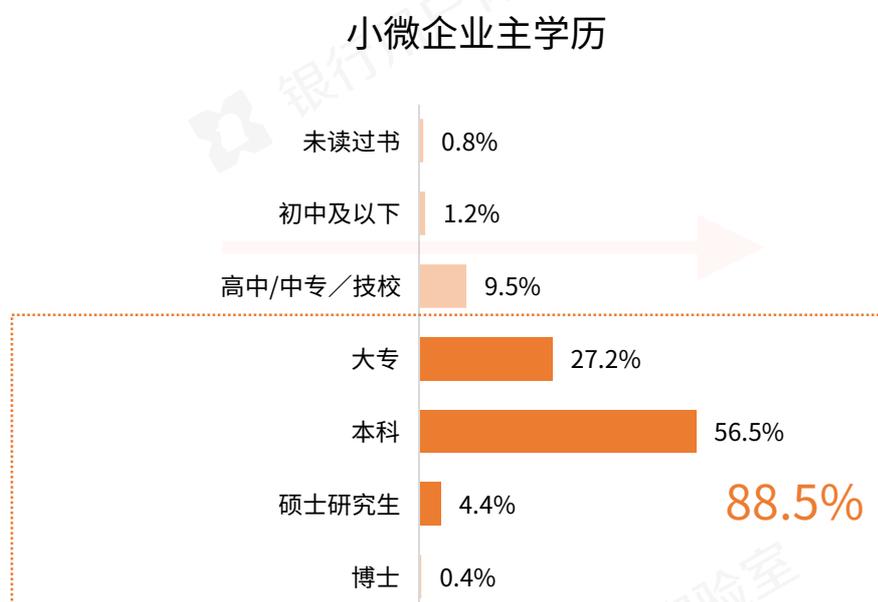
四 小微企业主：乐观坚韧，迎难而上

4.1 生活：用创业造就更好的生活

创业是生活和事业的进阶

从宏观层面来看，小微企业在我国经济发展、技术发明创造、产品和服务创新、创造和吸纳就业人口等方面发挥的作用难以替代。

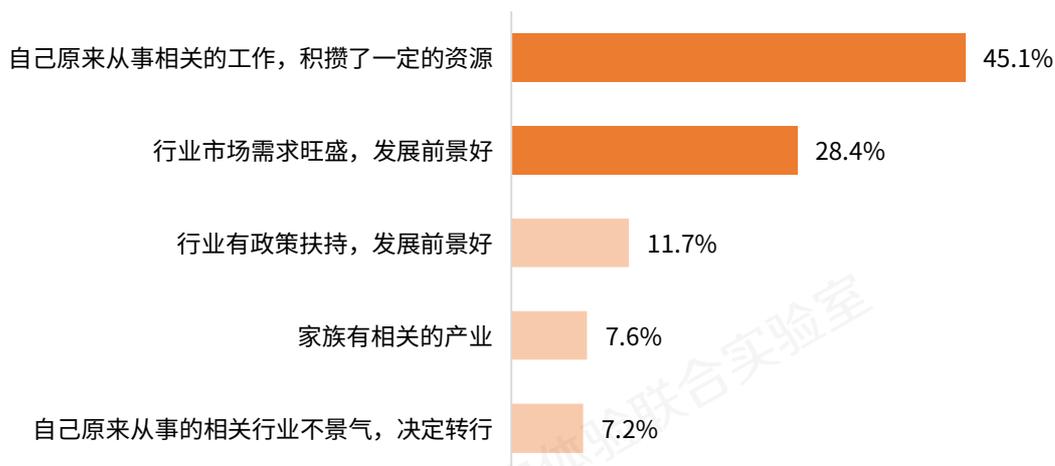
从微观数据来看，小微企业主学历较高，近90%的用户学历在大专及以上学历，其中本科学历用户占比最高，达到56.5%，较高的受教育程度，为经营企业打下了基础。



数据来源：小微企业主调研问卷，“您的学历是？”，N=503

从最初创办或接手名下企业的主要原因来看，大多数小微企业主最初是因为自己从事相关的工作，积攒了一定的资源（比如客户资源、上下游合作关系等），或受行业前景吸引而选择创办企业。由此可知，大多数小微企业主创办企业的初衷是发展，是为了谋求生活和事业的进阶。

最初创办或接手名下企业的主要原因



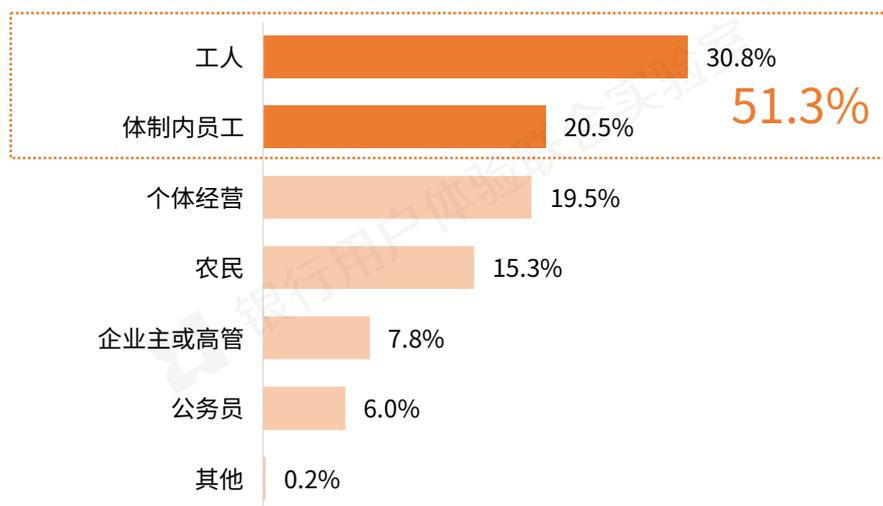
数据来源：小微企业主调研问卷，“您最初开始创办或接手名下企业的主要原因是？”，N=503

“我以前也是在这个行业，2013年开始创业，主要是觉得这个行业前景不错，自己也积累了一些客户资源，想出来自己做。”——东莞制造业用户

“我大学时候就开始接触这一行，毕业之后去的公司也是做这个，后来自己熟悉了，想更进一步吧，就开了现在的公司。”——郑州租赁/商务服务业用户

而从小微企业主父辈的工作类型可以发现，小微企业主和父辈之间职业类型存在较大差异。调研数据显示，超过5成小微企业主父辈是工人或体制内员工。结合前述数据看出，小微企业主学历较高，有一定积累之后开始创办企业，自身生活和成长轨迹和父辈有所不同。

父辈工作类型



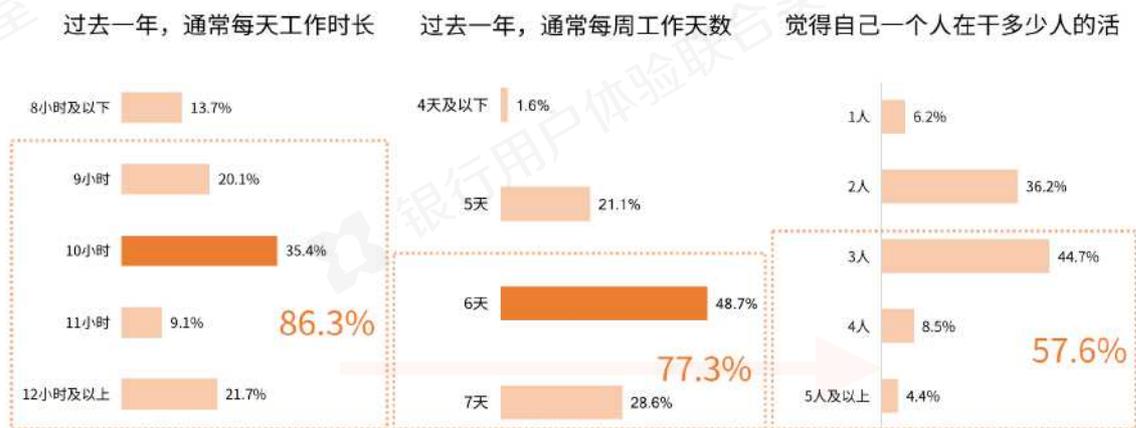
数据来源：小微企业主调研问卷，“您父辈是做什么的？”，N=503

操心企业经营，也在乎家庭发展

• 跑客户，管财务，抓业务，啥都要干休息少

调研发现，小微企业主的生活时间被忙碌的企业经营工作占据。过去一年，86.3%的小微企业主每天工作9个小时及以上；77.3%的小微企业主每周工作6天及以上，其中近30%的小微企业主每周工作7天。整体来看，小微企业主平均每天工作10小时，每周工作6天。

忙碌的主要原因之一在于小微企业主需要身兼数职，超过90%的小微企业主认为自己身兼数职，57.6%的小微企业主认为自己一个人干3个人及以上的活。



数据来源：小微企业主调研问卷，“过去一年，您通常一天工作几个小时？”，N=503；“过去一年，您通常每周工作几天？”，N=503；“您觉得自己一个人在干几个人的工作？”，N=503

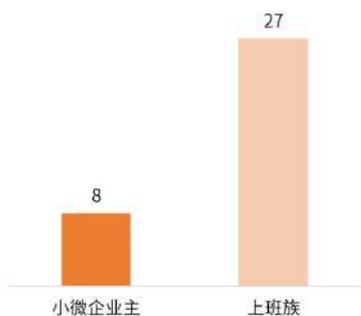
“做的事情比较多，财务、招聘要自己来做，还有公众号文章也是我来想内容，平时还要出差去搞商务的事情。”——重庆教育培训行业用户

“我现在山西全省都有业务，招的商务经验还不是太够，所以还是要经常自己跟着去跑客户，生怕到时候出错。”——太原批发/零售行业用户

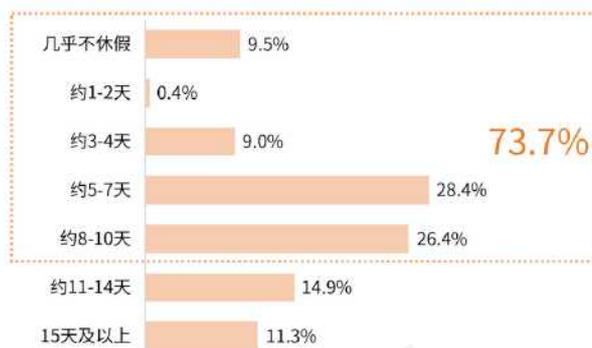
“我这个工作点通常早上9点到晚上12点，周末加班也是常事，公司哪里都需要你，策划、执行、设计、客服都要管着，不然出问题，还要跑客户”——郑州租赁/商务服务业用户

按照2019年法定节假日安排，对比上班族有27个节假日，而小微企业主忙碌的工作节奏贯穿全年。不包括双休日在内，参与调研的小微企业主每年休假平均天数为8天，其中超过70%的小微企业主通常一年的休假天数在10天以内，近10%的小微企业主几乎全年无休假。

不包括双休日在内，通常每年休假天数



不包括双休日在内，通常每年休假天数

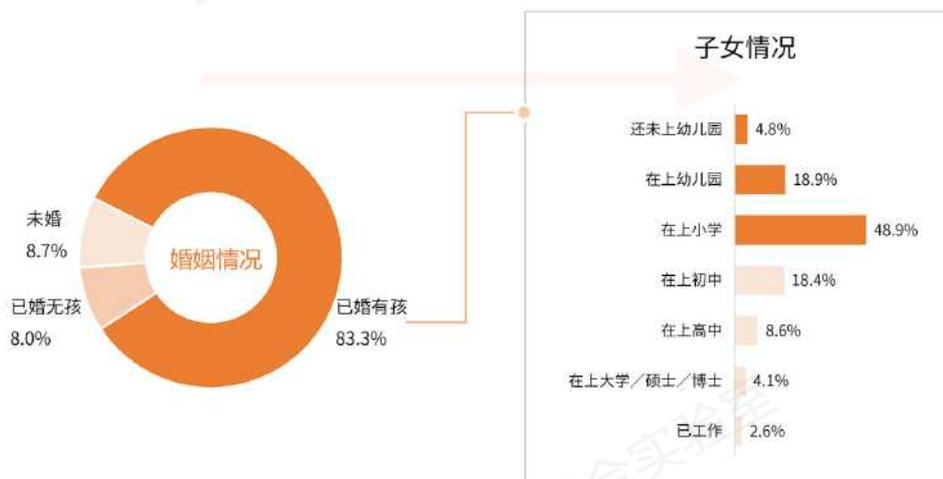


注：休假天数不含双休日，上班族每年休假天数按 2019 年国家法定节假日得出，小微企业主休假天数为调研数据平均值

数据来源：小微企业主调研问卷，“不包括双休日在内，您通常一年的休假时间是？”，N=503

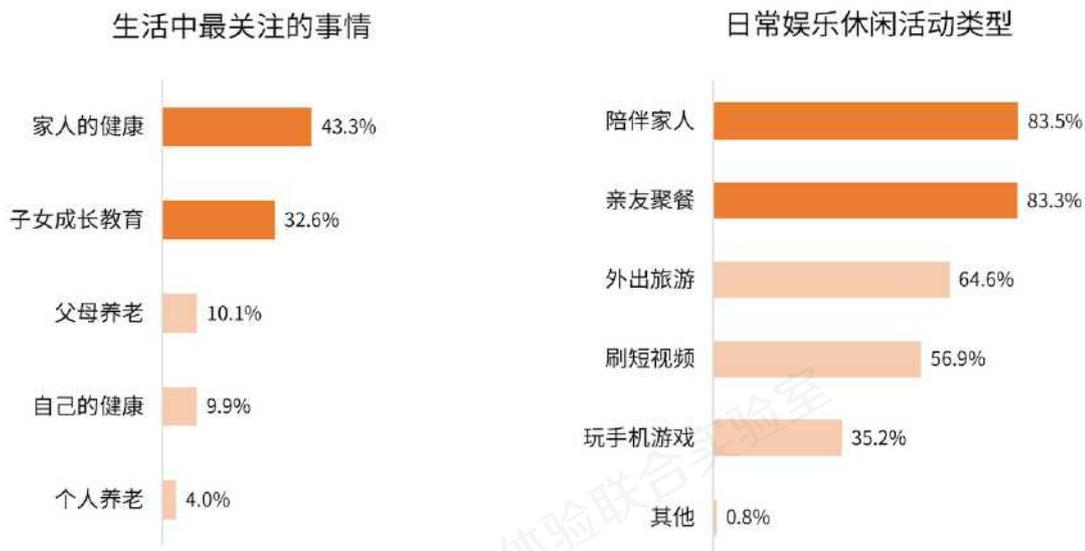
• 已婚有孩比例高，闲暇时间陪家人

调研数据显示，小微企业主已婚比例高，且超过 80%的用户已婚有孩。在已婚有孩的用户中，孩子年龄较小，在上小学或以下的占比超过 72.6%。可见，除企业经营，小微企业主还需要兼顾家庭的发展。



数据来源：小微企业主调研问卷，“您的婚姻情况是？”，N=503；“请问您子女目前的情况是？”，N=419

生活中，小微企业主最关注的是家人的健康、子女成长教育，但对自己的健康、养老关注较少。工作之外的娱乐休闲活动也多与家人一起进行，调研数据显示，小微企业主用户日常娱乐休闲活动主要是陪伴家人、亲友聚餐。



数据来源：小微企业主调研问卷，“您在生活中最关注的是？”，N=503；“工作之外，您日常有哪些娱乐休闲活动？”，N=503

“生活的话就是回归家庭，现在两个娃都还比较小，比较担心他们的身体情况，平时自己忙，有空还是多和他们在一起，今年还抽空带他们去了一趟内蒙古旅游。”——太原批发/零售行业用户

“未来 1-2 年的打算，就是把小朋友从巫县接到万州，这样就可以和我待一起，现在我是两头跑，而且这边的教育、学校也好一些。”——重庆教育培训行业用户

4.2 经营：怀理想谋发展，在实践中完善经营

经营越长久，岗位设置越齐全，管理软件越普遍

与此同时，小微企业的经营抗风险能力较弱，从企业组织形式来看，近 60%参与调研的小微企业主名下企业组织形式是个人独资或合伙企业，一旦经营出现风险，连带责任会直接影响个人生活、家庭的正常运转。

除此之外，小微企业经营标准化、规范化程度仍较低。从岗位设置情况来看，近 70%参与调研的小微企业主其名下企业中法务、行政、人力或财务等基本职能岗位存在一定的缺失。其中，法务是小微企业中缺失率较高的岗位，超过 50%小微企业没有法务岗位。

从企业日常经营中使用的管理相关软件或系统来看：近 20%参与调研的小微企业主名下企业没有使用过任何管理相关的软件或系统。

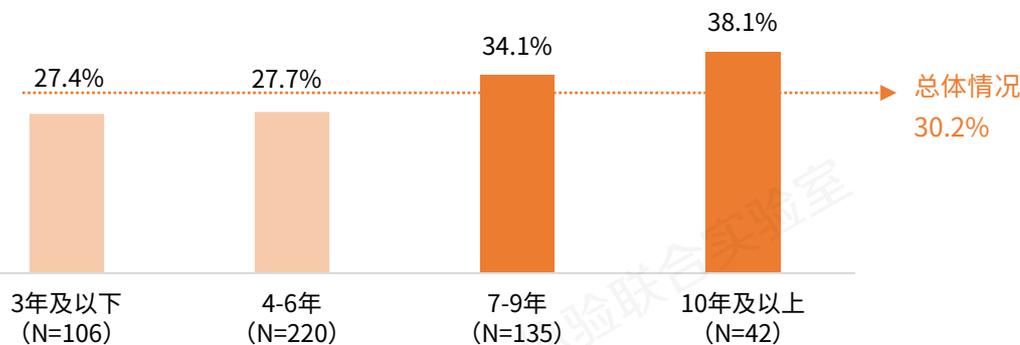
另外，超过 70%参与调研的小微企业主没有为企业员工配齐五险一金，其中 62.8%小微企业主只为员工缴纳了社保，没有缴纳公积金。



数据来源: 小微企业主调研问卷, “您名下的营业执照类型是?”; “以下岗位, 您的公司没有的是?”; “目前企业经营中, 使用了哪类管理相关的软件和系统?”; “目前为员工缴纳五险一金的情况是?”

小微企业经营规范化、标准化程度因经营年限存在差异, 经营年限较长的小微企业, 经营规范化、标准化程度更高。比如, 从企业内部财务、人力、行政和法务等基础岗位设置来看, 经营年限更长的企业, 内部基础岗位配置齐全的比例更高。

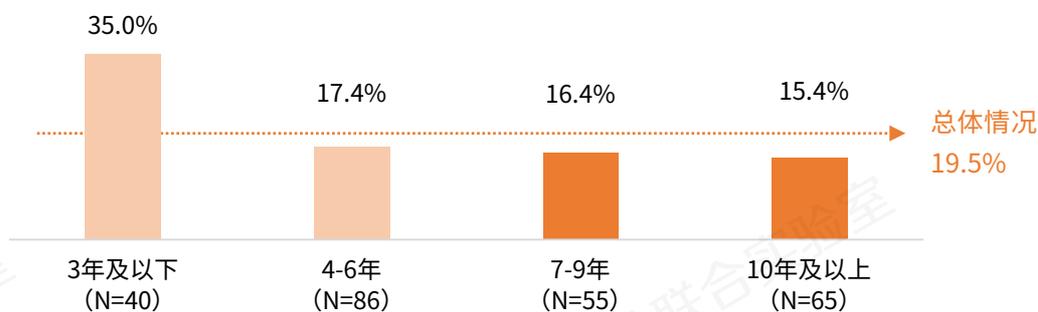
财务/人力/行政/法务等基础岗位都设置的比例



数据来源: 小微企业主调研问卷, “以下岗位, 您的公司没有的是? (如果由外包公司负责的岗位, 则属公司已有岗位)?”

从企业日常经营中使用的管理相关软件或系统来看, 经营年限越长的企业, 没有使用任何软件或管理系统的比例更低, 可见其数字化管理的程度相对较高。

企业经营中未使用任何管理相关软件或系统的比例



数据来源：小微企业主调研问卷，“目前您公司经营中，使用了哪类管理相关的软件和系统？”

结合定性调研发现，小微企业经营标准化、规范化程度是小微企业主为适应经营现实情况做出的选择。提升经营标准化、规范化需要根据企业现实经营情况、业务发展需求量力而行的事情。

以岗位设置为例，小微企业基础岗位缺失率高，主要是因为这些岗位发挥的职能可以通过成本更低的方式来解决（比如第三方专业机构等），固定设置此类岗位会导致用人成本提升。

“不需要什么财务人员，这边的账主要过我账户，税务、做账找个外面的公司帮忙，专门招一个人没必要，还要花钱。”——金华批发/零售业用户

以经营过程中使用的管理软件、系统为例，小微企业未使用相关软件、系统的原因也在于对成本的考量。虽然财务管理软件/系统、考勤管理软件/系统能够更好的规范流程，但使用相应的管理软件、系统，需要支出安装使用、维护费用。因此，在经营规模不大，无法产生规模效应的现实情况下，相应的成本无法被摊薄，使用此类软件或系统会导致利润被削弱。

除此之外，部分小微企业主认为标准化、规范化不一定能够帮助提升企业经营，反而可能会增加相应的管理成本，导致经营效率下降。

“你说的那个（员工考勤管理系统）我能理解，但是我们这边总共也就几个人，你安装那些东西，不就是要安装费用，我还得招一个人来管理维护，这些是要花钱的，但是实际上我现在的管理方式也没问题，大家都适应得很好。”——太原租赁/商务服务业用户

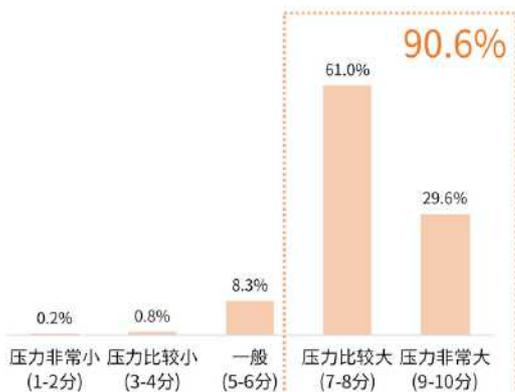
“采购系统、员工管理系统这些还是需要成本的，目前来看还是用老方法，用 Excel 记录考勤、产销等经营信息，新的东西未来再说吧。”——东莞制造业用户

同行竞争激烈，控制成本压力大

调研数据显示，90.6%的小微企业主认为目前企业经营压力较大。与个体户不同的是，小微企业以企业形式开展经营活动，需要雇佣一定数量的员工，并且其连接的上游供应商、下游客户也以企业居多。因此，相比于个体户，小微企业在经营过程中面临的困难和挑战形式更多样。

根据调研数据，小微企业日常经营遇到的困难中，竞争激烈、成本上升（包括用工成本增加、原材料成本上涨等）和获客难等问题和挑战最严峻。除此之外，资金短缺、回款慢、周期长等困难也对企业更进一步形成掣肘。

对目前经营压力的评价



日常经营中遇到的主要困难和挑战



数据来源：小微企业主调研问卷，“请对您目前经营过程中的压力值进行打分？（1分为完全没有压力，10分为压力非常大，分值越高，压力值越大）”，N=503；“您在日常经营中遇到的困难和挑战主要有哪些？”，N=503

“今年压力是比较大，整个环境不太好，竞争越来越激烈，订单量不是很高，客户回款也更慢了。”——东莞制造业用户

“压力比较大，回款周期更长了，人员这边成本也越来越高。”——郑州租赁/商务服务业用户

“竞争越来越激烈，我们这行其实同质化也严重，你能做的别人也能做，客户现在也更有经验，会各处打听价格，然后来压价。”——太原租赁/商务服务业用户

“这几年比较难一些，像我们做制造业，很多客户都是国外的，今年贸易环境不太好，订单量也下降不少，回款也更难了。”——东莞制造业用户

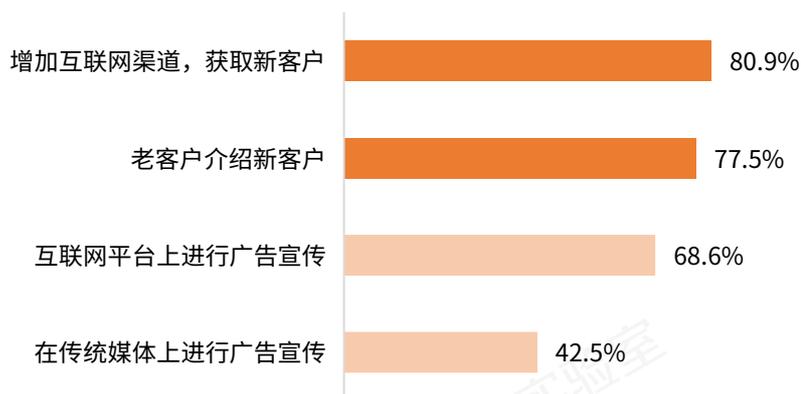
“其实挺想招个人来分担一下压力，但是要找有经验的不容易，接触了几个，工资要求也高，成本还需要考虑一下的。”——太原批发/零售业用户

靠互联网获客拉新，凭产品和口碑维护老客户

● 获客积极拥抱互联网，认可互联网正面影响力

由前所述，获客难是目前小微企业发展面临的主要困难之一，从数据看到，增加互联网渠道和老客户介绍新客户是主要的获客方式。可见，为适应互联网的发展，应对获客难的挑战，小微企业已经开始通过互联网渠道获取新客户。

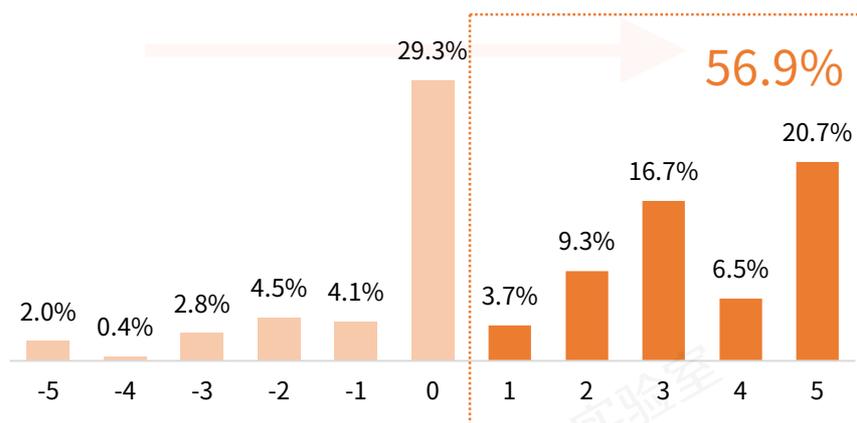
开拓市场，吸引客户的主要方式



数据来源：小微企业主调研问卷，“您一般通过哪些方式进行开拓市场，吸引新客户？”，N=503

小微企业主认为互联网对经营/业务发展是有正面促进作用的。调研数据显示，56.9%小微企业主认为互联网对自身企业经营/业务发展有正面促进影响；另外还有 29.3%小微企业认为对互联网对经营/业务发展没有影响（既不是积极正面影响，也不是负面消极影响）。

互联网对经营/业务发展影响的看法



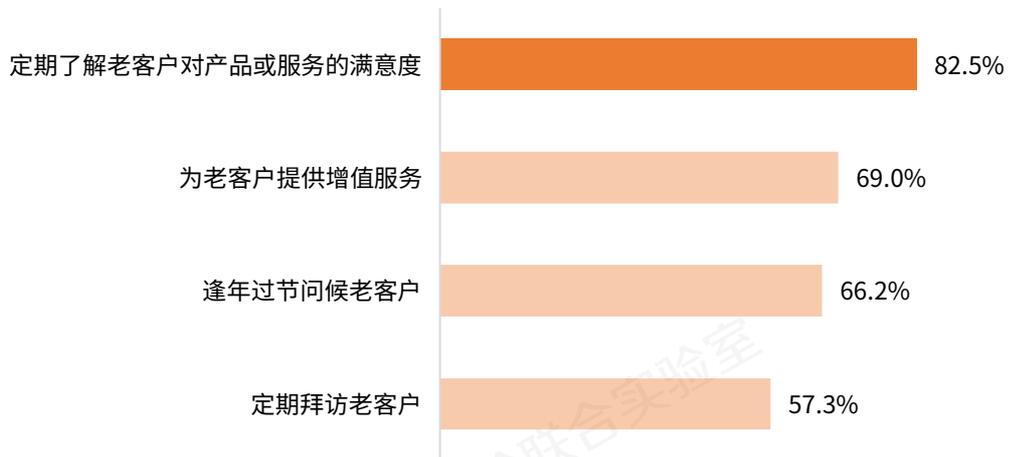
数据来源：小微企业主调研问卷，“您认为互联网对经营/业务发展的影响如何？（-5分表示负面消极影响非常大；0分表示没有影响；+5分表示正面促进影响非常大）”，N=246

“网上平台也要尝试，现在大家都用网络买东西，而且现在客户公司在推行阳光采购，要求要有网上渠道，这样价格透明。其实网上也可以获得一些新客户，不然总是依赖大客户最后会比较被动。”——太原批发/零售业用户

• 用产品和服务留住老客户，对同行圈子依赖强

除了获得新客户之外，维护现有客户对于小微企业经营发展同样重要。小微企业主主要通过定期了解客户对产品或服务的满意度，改善产品或服务来维护老客户。除此之外，定期问候和走访也是维护客户关系常用的方式。

维护老客户的主要方式



注：增值服务主要包括专人对接、上门客服等

数据来源：小微企业主调研问卷，“您一般通过哪些方式维护老客户？”，N=503

“客户最后还是看你的产品质量、性价比，我们通常都是要用产品打动他，另外就是满足他的一些特殊需求，比如某些材料、工艺你能做到，这个合作久了就更容易合作。”——东莞制造业用户

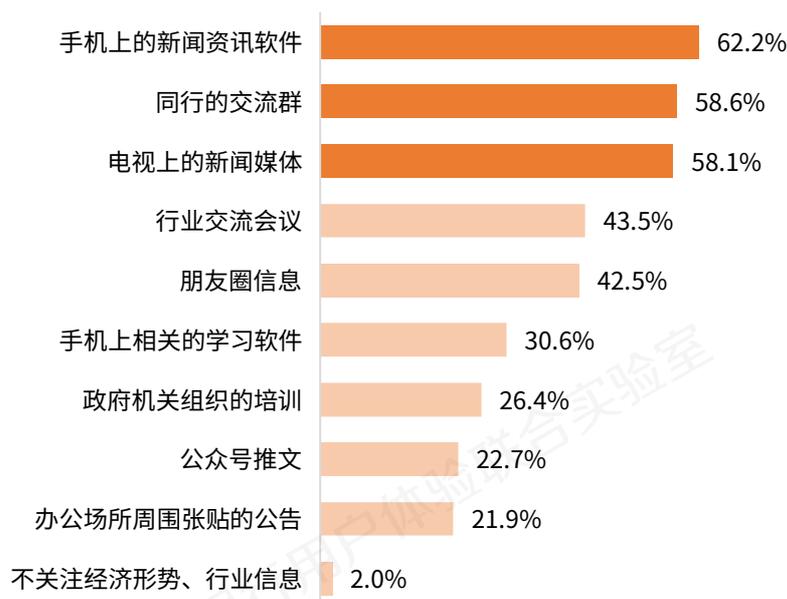
“我们就是强调服务，比如客户有什么问题，我们会直接派高级技术过去解决，去现场解决不完不回来，要做到这种程度。”——太原信息传输、软件和信息技术服务业用户

“客户还是要定期跑，你像我每天早上就要想今天要去见哪个客户，他感兴趣什么，要和他聊什么，你不愿意想这些，你就等着没饭吃。”——太原批发/零售业用户

而在日常经营过程中，小微企业主通过手机新闻资讯软件（比如今日头条）、同行交流群、电视媒体和同行交流会了解经济形势、行业信息的比例较高。

对于银行来说，通过小微企业主常用的线上新闻资讯软件发布营销信息可能效果会更好。另外，小微企业主较为重视从同行交流群、行业交流会议等方式获取信息，因此可以考虑从打造相应的垂直社交圈入手，通过社群运营为小微企业主创造经营上的便利（比如行业信息分享、经营经验交流等），在小微企业主形成对垂直社交圈的认同感之后，开展相关产品和服务的营销。

了解经济形势、行业信息的渠道



数据来源：小微企业主调研问卷，“您一般通过哪些渠道了解经济形势、行业信息？”，N=503

“我平时喜欢看凤凰卫视，了解经济的形势，也喜欢看一点资讯、新浪新闻，主要是在手机上看。”——太仓农、林、牧、渔业用户

“平时有空我会出去讲课，讲一下种植技术这些内容；还有就是和朋友喝茶，交流一下市场行情，分享企业经营的经验。”——沐阳农、林、牧、渔业用户

“我们这边车管所、驾校培训协会每个月都会组织行业会议，主要企业都会在里面做交流。”——重庆教育培训业用户

“我们每年都会去各种各样的展会，比如今年要去广交会（中国进出口商品交易会），去那里可以看到许多同行的产品，了解市场上的新东西。”——金华批发/零售业用户

满意当下，进击未来

• 自我满意度高，事业认同感强

调研数据显示，86.9%的小微企业主对目前的职业感到满意；超过 90%小微企业主认为目前的职业可以发挥自身的能力，并可以从目前的职业中获得满足感。

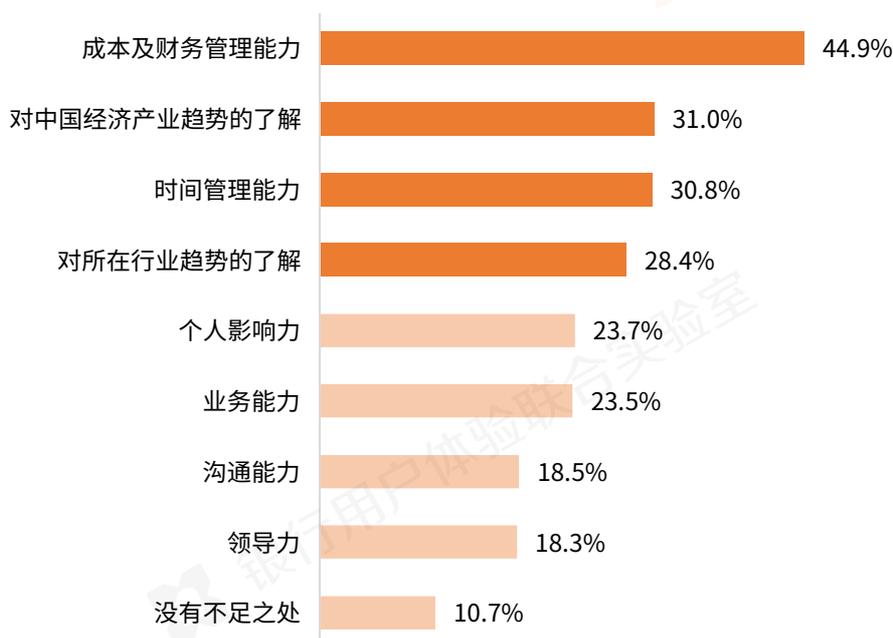
除了对目前从事的职业感到满意之外，小微企业主对自身经营能力感到满意。调研中，96.2%小微企业主非常满意或比较满意自身的综合经营能力。不难发现，经营企业对于小微企业主是“累并快乐着”的过程，虽然各类经营困难导致经营压力较大，但在此之中，也能通过个人能力的发挥，获得对职业的满足感。



数据来源：小微企业主调研问卷，“以下说法和您自身状况的符合程度是：我满意目前的职业？”，N=503；“以下说法和您自身状况的符合程度是：目前的职业可以发挥我的能力，获得满足感？”，N=503；“经营方面，请给您自己综合能力打分是？”，N=503

虽然对目前自身综合经营能力感到满意，但仍有近9成小微企业主认为个人综合能力存在短板，需要继续提升。其中，认为个人成本、财务和时间管理能力，以及对于经济、行业趋势的了解等方面能力存在短板的小微企业主占比较高。

个人综合经营能力主要不足之处



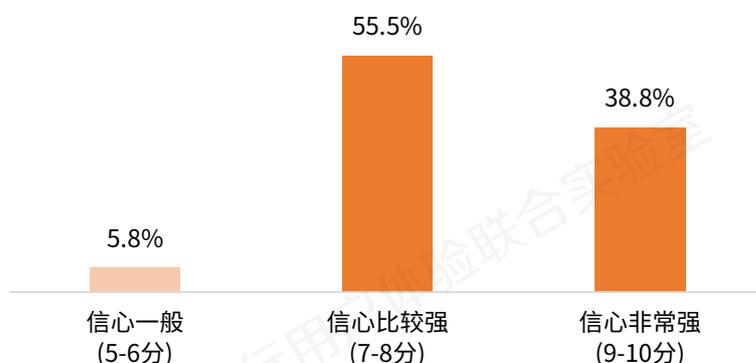
数据来源：小微企业主调研问卷，“在经营能力方面，您觉得自己还有哪些不足？”，N=503

对于银行而言，未来为小微企业提供服务时，可考虑以帮助小微企业主提升综合经营能力为切入点，通过为小微企业主提供能力短板相关的内容资讯，比如成本、财务管理课程，经济及产业洞察等内容，吸引小微企业主接触银行，并在内容运营的基础上获得其对银行的认同感，进而实现银行产品、服务联动营销。

• 信心强，预期高

如前所述，目前小微企业主经营过程中压力较大，面临各类困难和挑战，但与此同时，小微企业主对企业未来的经营信心充足，近95%用户表示对企业未来3年经营信心指数较高。

未来3年经营信心指数



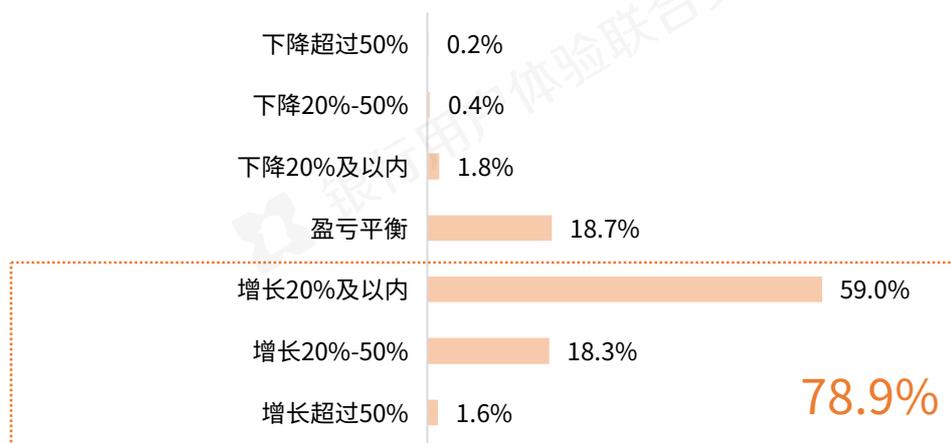
数据来源：小微企业主调研问卷，“您对经营未来3年信心指数是？（1分为非常没有信心，10分为非常有信心）”，N=503

“虽然外部环境比较复杂，但是我自己对行业比较了解，有固定的客户资源，团队也磨合到一定程度，只要订单不是大幅度下降，就不会有大问题。”——东莞制造业用户

“信心是比较足的，现在规模慢慢做起来了，也在和其他养殖户谈合作，客户这边合作也越来越多。”——太仓农、林、牧、渔业用户

经营信心也体现在对未来3年企业营收变化的预期中。调研数据显示，78.9%参与调研的小微企业主认为未来企业营业收入会继续增长。其中，稳步增长是主要的预期方向，近60%的用户认为未来企业营业收入增长幅度在20%及以内。除此之外，18.7%小微企业主认为未来3年企业营业收入会基本保持盈亏平衡。相比之下，仅有2.4%的小微企业主认为未来3年企业营业收入会下降。

对未来3年营业收入变化情况的看法



数据来源：小微企业主调研问卷，“未来3年，您预计企业营业收入每年变化情况是？”，N=503

“未来3年会继续更新设备，提高产品的技术含量，增强竞争力，拓展业务的范围，收入应该会继续往上走。”——东莞制造业用户

“主要是想做自己的IP项目，除此之外也希望引进独立产权，剧目，不仅仅作为乙方身份来服务，而是打

造 ip 开发-策划-招商-销售为一体的业务模式，盈利空间应该是更大的。”——郑州租赁/商务服务业用户

在对未来企业营业收入变化情况预期上，不同行业小微企业主存在差异。其中教育培训、批发和零售业小微企业主对未来 3 年企业营业收入持有增长预期的比例更高，均接近 90%。相比之下，建筑业、住宿和餐饮业小微企业主对未来 3 年企业营业收入持增长预期的比例相对较低。

不同行业认为未来 3 年企业营收会增长的小微企业主比例



注：工业、农/林/牧/渔业、采矿业、科学研究和技术服务业因样本量低于 30，未满足分析需求，因此未纳入行业对比中

数据来源：小微企业主调研问卷，“未来 3 年，您预计企业营业收入每年变化情况是？”

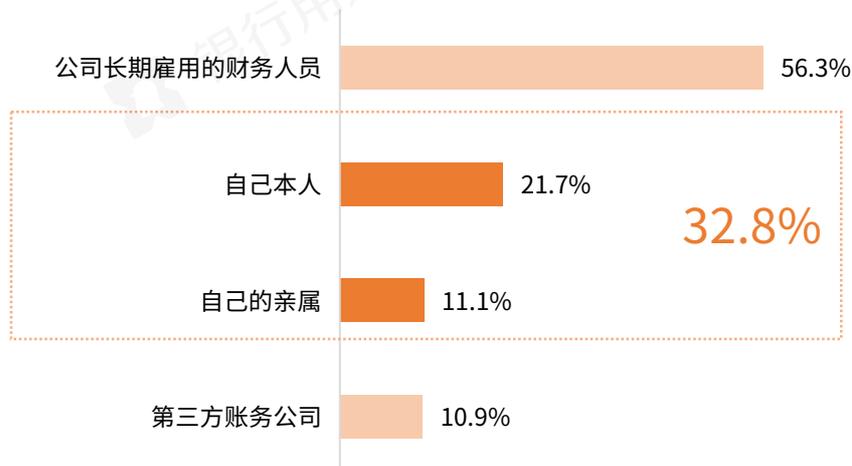
4.3 金融：需求跟着经营走

公户私户混合用，转账高频额度小

- 企业资金和个人资金混合管理仍存在

从日常负责处理企业财务和税务的人员来看，小微企业间差异较大。调研数据显示，56.3%小微企业由长期雇佣的财务人员处理财务和税务，与此同时，有超过 4 成小微企业没有专职的财务人员负责企业财务和税务工作，其中 32.8%小微企业由小微企业本人或自己的亲属负责处理财务和税务，10.9%小微企业通过第三方账务公司处理处理相关事宜。

目前负责处理企业财务和税务的人员类型



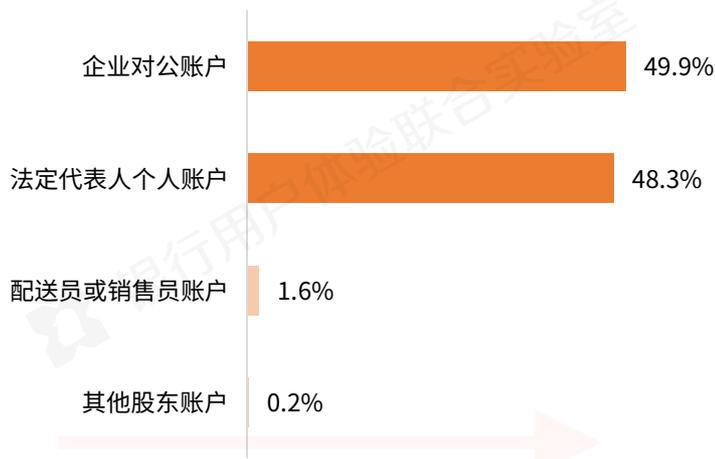
数据来源：小微企业主调研问卷，“您目前公司的财务和税务由哪些人来负责处理？”，N=503

“公司有自己的财务人员，专门负责这块，像每个月的对公户核账也是他们负责。”——东莞制造业用户

“现在的财务是我老婆在管，这个还是让家人管放心一些。”——重庆教育培训业用户

从收款账户来看，法人个人账户仍是主要的收款账户之一，调研数据显示，48.3%小微企业将法人代表个人账户作为企业主要收款账户，个人资金和企业经营资金混同管理的情况较普遍。结合定性调研发现，小微企业主将法定代表人个人账户作为收款账户的另一主要原因还在于小微企业开户门槛较高，不容易开设企业对公账户。

目前企业主要的收款账户



数据来源：小微企业主调研问卷，“公司目前主要的收款账户是？”，N=503

“现在的账都是走对公账户，这个是客户有要求的，所以我们需要按照这个来操作。”——太原批发/零售业用户

“主要是通过个人账户走账，这样的话我自己可以随时了解这个资金的情况。”——金华批发/零售业用户

在收款数量方面，近 80%的小微企业使用统一的一个收款账户收款。对于使用开设多个账户收款的小微企业来说，主要是基于财务策略、响应不同客户的需求而开设多个收款账户。由此可以发现，在开设收款账户上，小微企业受客户要求影响较大。



数据来源：小微企业主调研问卷，“公司目前的收款账户数量是？”，N=503；“您选择分开多个收款账户的主要原因是？”，N=119

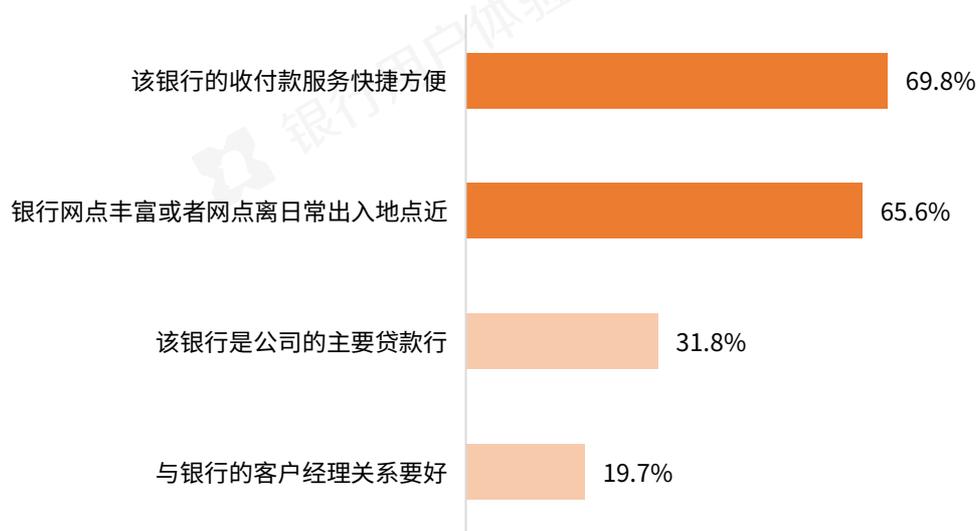
“现在是一个账户，从最开始到现在都是用的这个银行，体验上也比较习惯了。没必要开多个，维护起来也麻烦。”——东莞制造业用户

“现在2个对公账户，开新的账户通常是客户那边要求，比如客户用的是某个银行，它就会要求你也要开那个银行的账户，可能这样财务管理上对他们方便一些吧。”——太原批发/零售业用户

选择结算账户开户行时，主要看重服务的便捷性、网点是否多或者离日常出入地点近，容易触达。除此之外，结合定性调研发现，用户最常使用的结算账户服务银行通常是最初的开户银行，主要原因在于最初开户行使用时间更长，相关规则、流程比较熟悉，业务办理效率更高，存在转换成本。

对于银行而言，可考虑从企业账户开户切入获取小微企业用户资源，并通过资金结算等服务建立忠诚度，进而开展其他业务的交叉销售。

选择结算账户开户行时，最看重的因素



数据来源：小微企业主调研问卷，“选择主要使用的结算账户的开户银行时，您最看重是？”，N=503

“××银行用得比较多，整体上 App、网银，口碑比较好，使用起来体验也不错。”——太原批发/零售业用户

“现在使用的是 2 家银行的对公户，当时选这 2 家的原因是离得比较近，网点多，网点里面服务的人员也多一些，这样就比较方便。”——重庆教育培训业用户

“现在用的是××银行的对公账户，主要是网点比较多，方便。”——太仓农、林、牧、渔业用户

• 转账汇款呈现“频”和“小”的特点

根据调研结果，小微企业日常经营中的转账汇款呈现出“频”（较频繁）和“小”（金额较小）2 个特点。从“频”这一特点来看，超过 70%的小微企业每周都会转账付款，其中超过 40%的小微企业每周转账付款次数在 2 次及以上。

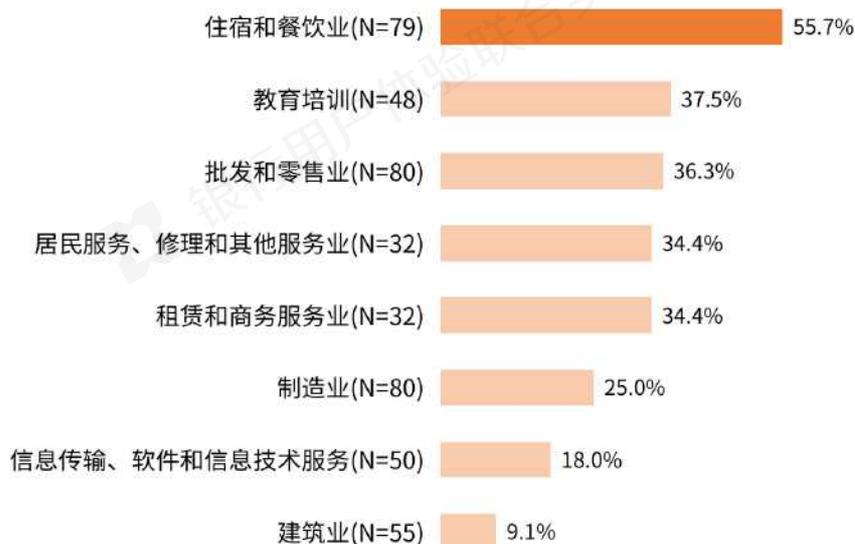
从“小”这一特点来看，超过 8 成小微企业单笔转账金额在 20 万以内，其中超过 3 成单笔转账金额在 5 万以下。



数据来源：小微企业主调研问卷，“日常经营中，企业转账付款的频率是？”，N=503；“日常经营中，单笔转账金额通常是？”，N=503

面向客户类型不同，小微企业转账汇款特点也存在差异。如前所述，住宿和餐饮业小微企业主要服务 C 端客户，交易金额较低，单笔转账金额主要在 5 万以下的小微企业占比较高。

不同行业小微企业单笔转账金额在 5 万以下的比例

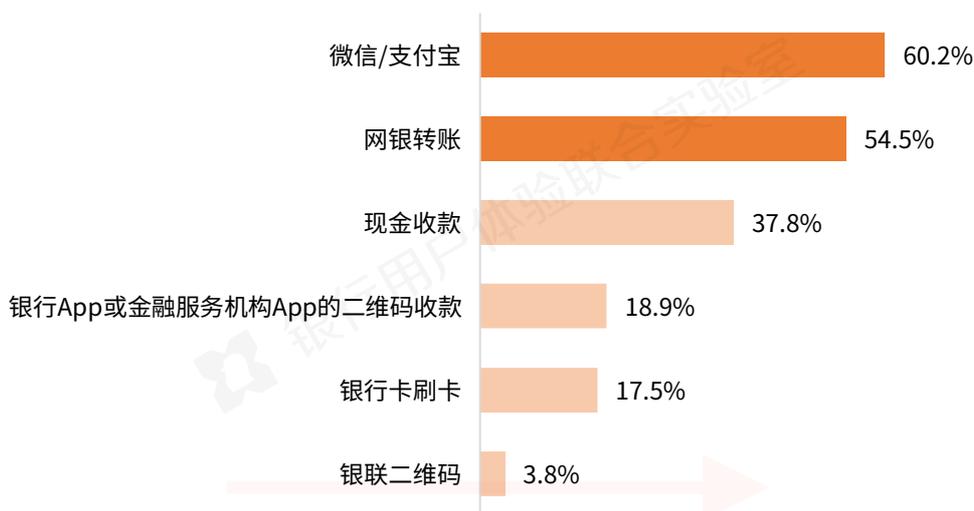


数据来源：小微企业主调研问卷，“日常经营中，单笔转账金额通常是？”

面向 B 端和 C 端客户，收款方式各不相同

小微企业日常资金结算，除了转账汇款之外，还包括收款。在具体收款方式上，微信/支付宝是小微企业主使用比例最高的收款方式，其次是网银转账。结合定性调研发现，小微企业主最常使用微信/支付宝收款的原因在于这两个平台普及率高、资金方便管理；除此之外，客户的使用习惯也是使用微信/支付宝收款的主要原因之一。在选择收款方式时，小微企业自主决定权较弱，能够收回款项，比选择用什么方式收款更重要，因此客户要求对收款方式选择影响较大。

目前常用的收款方式



数据来源：小微企业主调研问卷，“目前收款常用的方式有哪些？”，N=503

“我们都是面向个人客户的，所以要按他们的习惯来，现在大家用微信、支付宝比较多，所以也就主通过这个来收款。”——重庆教育培训用户

“用网银收款，因为客户都是企业，要求这么做，每次资金的数额也比较大，网银的话应该也比较安全。”——东莞制造业用户

对各行业进行分析可以发现，不同年营收规模的小微企业，财务管理和收款模式存在差异。年营收规模越大的企业，财务和税务管理规范化程度更高，主要体现：由长期雇佣员工管理财务和税务的比例更高，使用公账户作为收款账户的比例更高，且用微信/支付宝收款的比例更低。

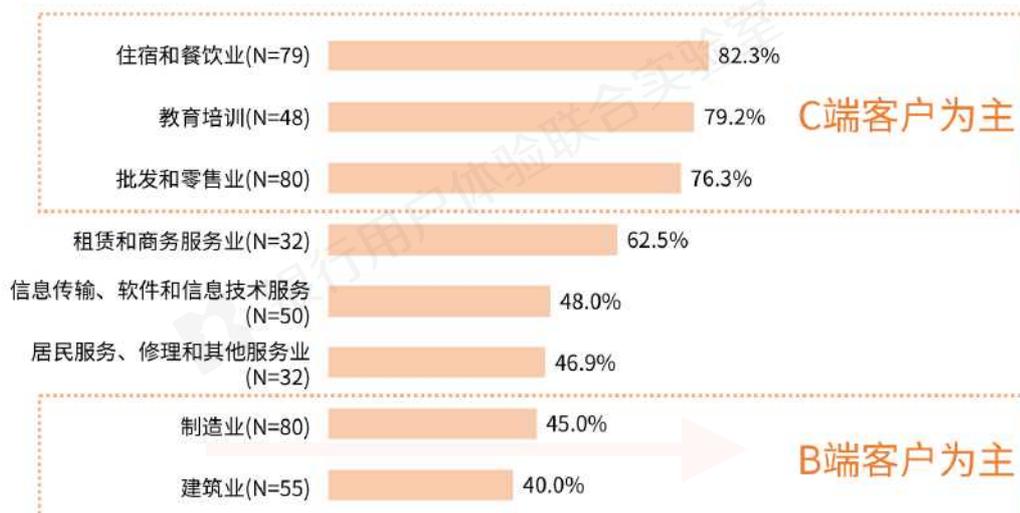


数据来源：小微企业主调研问卷，“您目前公司的财务和税务由哪些人来负责处理？”，N=503；“公司目前主要的收款账户是？”，N=503；“目前收款常用的方式有哪些？”，N=503

服务的客户类型不同，小微企业收款模式存在较大差异。面向 C 端客户提供服务的小微企业，比如住宿/餐饮业、教育培训业的小微企业，客户规模小数量多、交易以高频低额为主特点，在选择收款方式时需要配合用户的使用习惯，使用微信/支付宝收款的比例较高。

相比之下，面向 B 端客户提供服务的小微企业，比如建筑业、制造业的小微企业，客户规模大数量少，交易特征主要是低频高额，对交易资金安全性的重视程度更高，且需要考虑相应平台对交易资金额度的限制，使用微信/支付宝收款的比例较低。

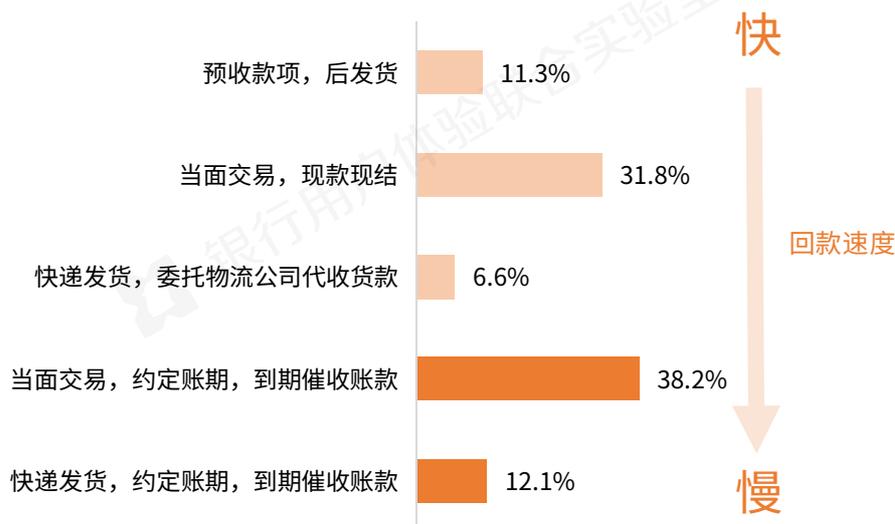
不同行业小微企业使用微信/支付宝收款的比例



数据来源：小微企业调研问卷，“目前收款常用的方式有哪些？”

在收款形式上，超过 50% 的小微企业会和合作方约定账期，到期催收账款，资金回款存在时间差（即账期），如果合作方在账期中出现资金风险，或者小微企业自身因业务经营出现资金需求，会由此产生资金压力。

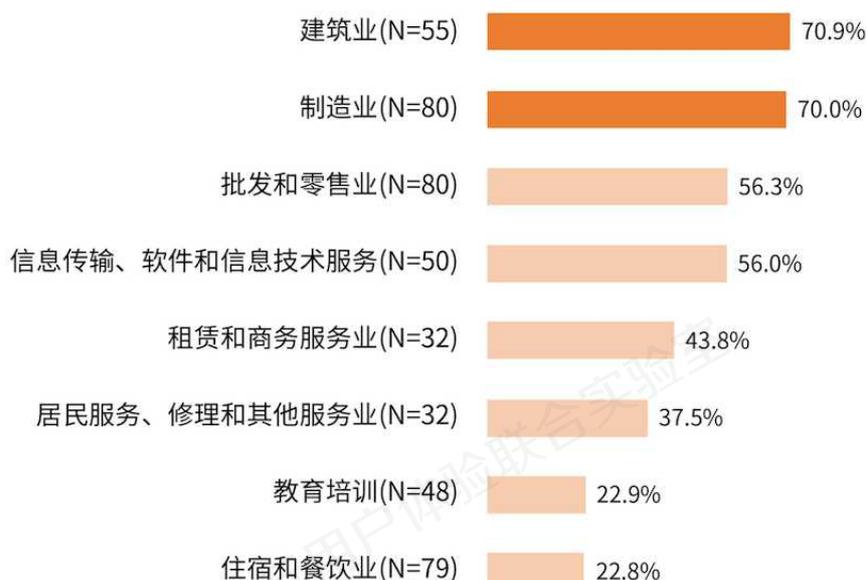
日常经营中，主要的收款形式



数据来源：小微企业主调研问卷，“日常经营中，目前企业主要的收款形式是？”，N=503

在收款形式上，服务的客户类型同样影响较大。整体而言，主要面向 B 端客户的建筑业、制造业小微企业，交易资金额度较大，通常需要满足客户方资金周转的需求，因此采用一定账期收款的比例较高；与之相比，住宿和餐饮行业、教育培训行业的小微企业主要面向 C 端客户，与客户的资金交易高频、小额，通常现款现结。

不同行业小微企业收款存在账期的比例



数据来源：小微企业主调研问卷，“日常经营中，目前企业主要的收款形式是？”

“通常都是有账期，客户通常都是要求账期，先付一部分订金，产品交付之后会收尾款，他们自己也有资金压力。”——东莞制造业用户

“肯定是要有账期的，而且客户看你是企业，在招标的时候会明确要求你背多长的账期，背多少资金。”——太原批发/零售业用户

“我们这边的学员都是在报名的时候直接付款的，所以资金回流这个速度是没问题的。”——重庆教育培训业用户

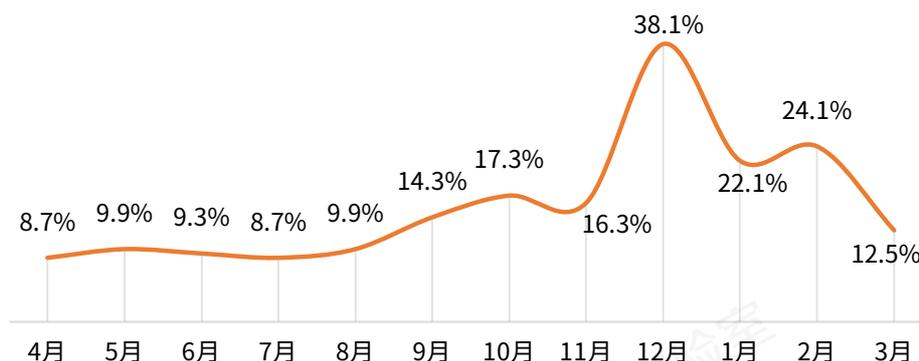
贷款：首次贷款怕麻烦，贷过之后仍愿贷

• 每年 12 月的资金压力最大

调研数据显示，近 80% 的小微企业在一年中会出现周期性资金缺口或压力较大的情况。其中，从 9 月份开始，出现资金压力的企业比例开始上升，12 月份出现资金压力的小微企业比例最高。

结合定性调研发现，小微企业通常因为业务量上升、回款周期拉长出现资金周转需求。9-12 月份资金压力主要来自业务量增加，但受限于结算模式（客户先预付部分订金，不会支付全款），自有资金无法满足需求，由此导致资金压力；1-2 月份出现资金压力的主要原因则在于支付人员成本（比如春节工资等人工费用），加之客户方费用支出窗口关闭（控制预算，优化当年度财务表现），回款周期拉长，导致资金无法及时到位。

企业经营资金压力较大的月份



数据来源：小微企业主调研问卷，“一年中，您在企业经营中所需资金缺口/压力最大的月份是？【多选题】”，N=503

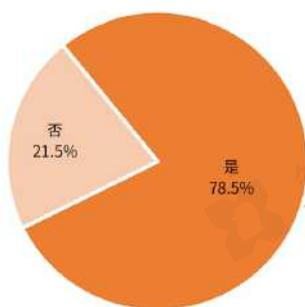
“通常年底资金周转比较困难，因为需要发工资，给供应商结款，并且受月结的影响，许多客户的结款会因为过年假期中断。”——东莞制造业用户

“通常9月份开始就慢慢有压力，年底的话压力会更大，因为我们客户中政府客户比较多，年底他们要封账，回款周期会拉长，没钱进来，但是这个时间段业务量也相对大，要继续做业务、发工资。”——太原信息传输、软件和信息技术服务业用户

“年底资金通常比较紧张，因为那时候客户公司要发放各种礼品，办各种会，项目量会上升，但是需要自己垫款，通常就要周转2个月左右。”——太原批发/零售业用户

调研数据显示，在日常经营中，近8成小微企业主会遇到资金周转的问题。当遇到资金周转问题时，小微企业主主要通过亲戚朋友借钱来应对资金周转问题。结合定性调研可以发现，小微企业主要通过亲戚朋友借钱解决资金周转问题的主要原因是，通过亲戚朋友借钱更方便（比如随借随还、手续简单等），更方便“解燃眉之急”，且利息较低或利息可以协商的空间较大。

日常经营中，是否遇到过资金周转问题



日常经营中，解决资金周转问题的主要方式



数据来源：小微企业主调研问卷，“日常经营中，您使用过哪些方式解决资金周转问题？”，N=503

“有资金需求的话，通常会找朋友借钱来周转，或者通过企业的自有资金来解决，目前企业也有经营一些年，资金有一定的结余。”——东莞制造业用户

“如果需要钱，可能会找家人帮扶一下，或者找村里人接一下，通常我这边需要钱也少一些，10-20万左右”

右。”——太原批发/零售业用户

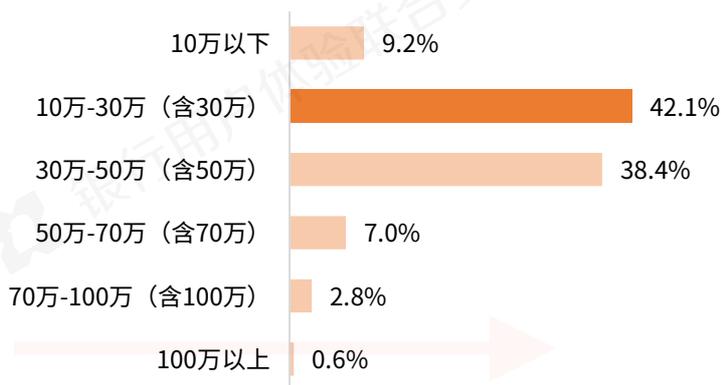
“借钱还是要找银行，因为正规嘛，不会出现什么乱七八糟的事情，风险比较低。”——重庆教育培训业用户

• 额度集中在 10 万-30 万，期限以 6-12 个月为主

如前所述，企业自有资金是部分小微企业主解决资金周转问题的主要方式，与此同时，也有部分比例小微企业主在解决资金周转问题时使用贷款或借款。

从每次贷款或借款金额来看，小微企业主一次贷款或借款的金额为 10 万-30 万（含 30 万）的比例最高，达到 42.1%。

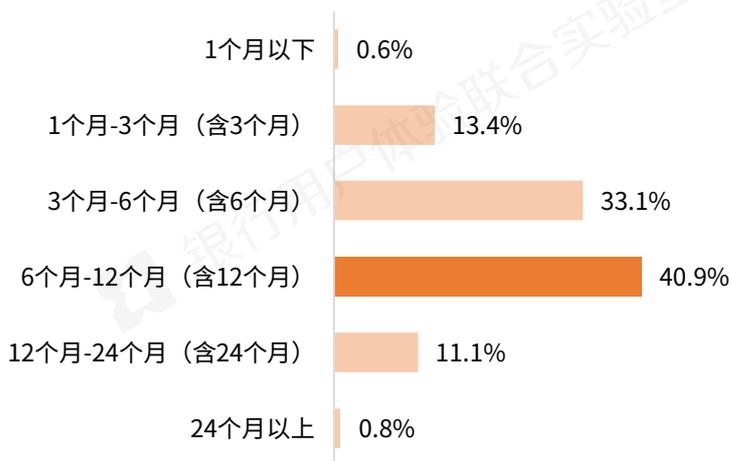
通常一次贷款或借款的金额



数据来源：小微企业主调研问卷，“您一般一次贷款或借款的金额大概是多少？”，N=503

从一次贷款或借款的周期来看，小微企业贷款周期以中短期为主。其中一次贷款或借款周期在 6-12 个月的占比最高，达到 40.9%。

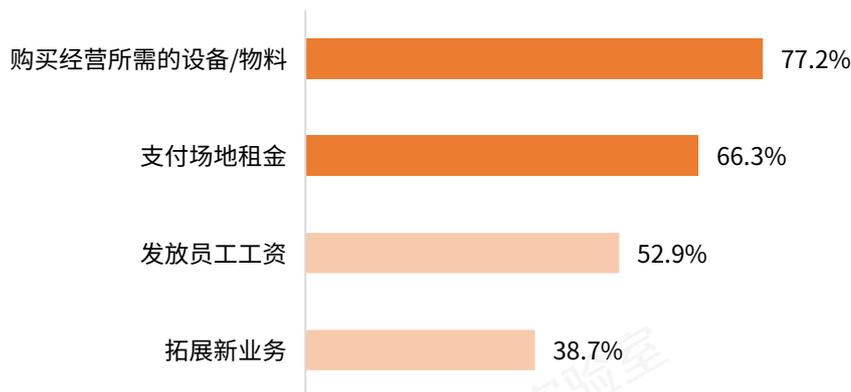
通常一次贷款或借款的周期



数据来源：小微企业主调研问卷，“您一般贷款或借款的期限是多久？”，N=503

通常小微企业主贷款用途主要是购买经营所需的设备/物料，支付场地租金。调研数据显示，近 80%小微企业主为购买经营所需的设备/物料贷款。

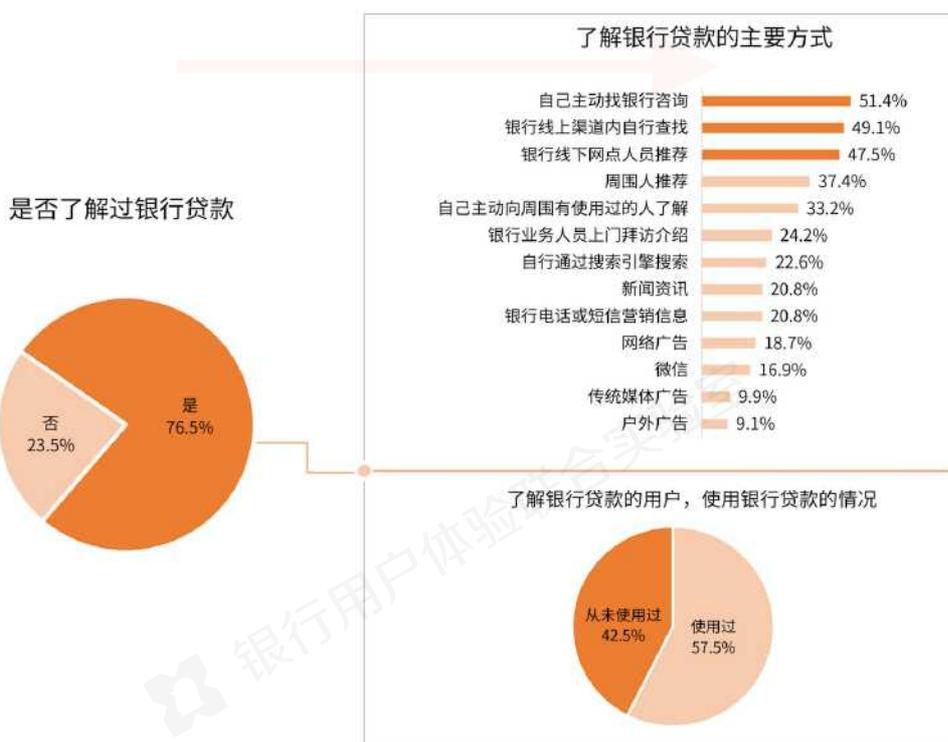
经营中，贷款或借款的主要用途



数据来源：小微企业主调研问卷，“经营中，您贷款或借款的用途是？”，N=503

• 流程复杂让人望而却步

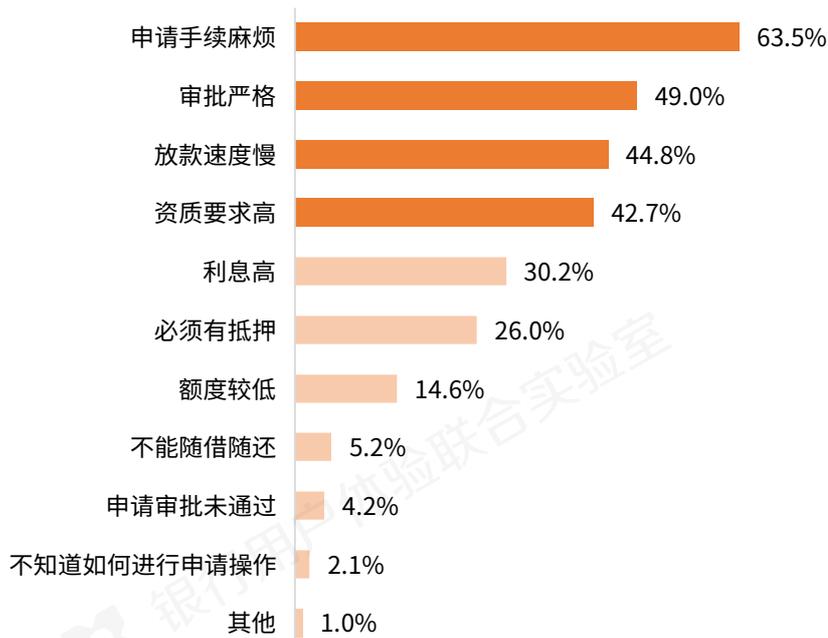
调研数据显示，近 8 成小微企业主了解过银行贷款，且了解银行贷款的方式偏主动。自己主动找银行咨询、银行线上渠道内查找等方式是小微企业主了解银行贷款时主要采用的方式。而从使用银行贷款的情况来看，调研数据显示，了解银行贷款的小微企业主中，仍有超过 4 成小微企业主从未使用过银行贷款。



数据来源：小微企业主调研问卷，“日常经营中，您使用过哪些方式解决资金周转问题？”，N=503；“在经营过程中，您是否了解过银行贷款？”，N=232；“您通过哪些方式了解银行贷款？”，N=385；“在经营过程中，您是否使用过银行贷款？”，N=232

小微企业主了解但没有使用银行贷款的主要原因在于使用门槛高，使用体验不够好。调研数据显示，手续麻烦、审核严格、放款速度慢、资质要求高是小微企业主最终没有使用银行贷款的原因，除此之外，利息高也让部分小微企业主对银行贷款望而却步。

了解但没有使用银行贷款的主要原因



数据来源：小微企业主调研问卷，“您了解但没有使用银行贷款的原因是？”，N=96

“不太想找银行借钱，之前了解过，太复杂了，手续麻烦，还要什么抵押物。”——太仓农、林、牧、渔业用户

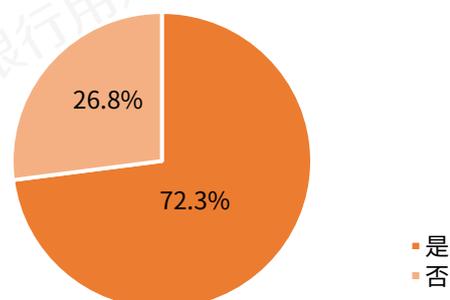
“银行贷款有时候就是要你一定要借满一定期限，但是我们实际上都是只用几个月就可以还的，不太灵活看起来。”——金华批发/零售业用户

“我更喜欢信用卡、借呗这些来周转，银行贷款需要抵押的，我觉得自己是个守财奴，不太能接受要把房子什么的拿去抵押。”——太原批发/零售业用户

• 银行贷款，用过之后愿意继续使用

在未来银行贷款的使用意愿上，超过 70%参与调研的小微企业主表示未来愿意尝试或继续使用银行贷款。

未来是否愿意尝试或继续使用银行贷款



数据来源：小微企业主调研问卷，“您未来是否愿意尝试或继续使用银行贷款？”，N=503

从用户分类来看，使用过银行贷款的用户未来继续使用银行的意愿强于未使用过银行贷款的用户。由此可知，对于银行而言，用户是否有过银行贷款使用体验，对于银行贷款业务的运营转化策略影响有明显差异。

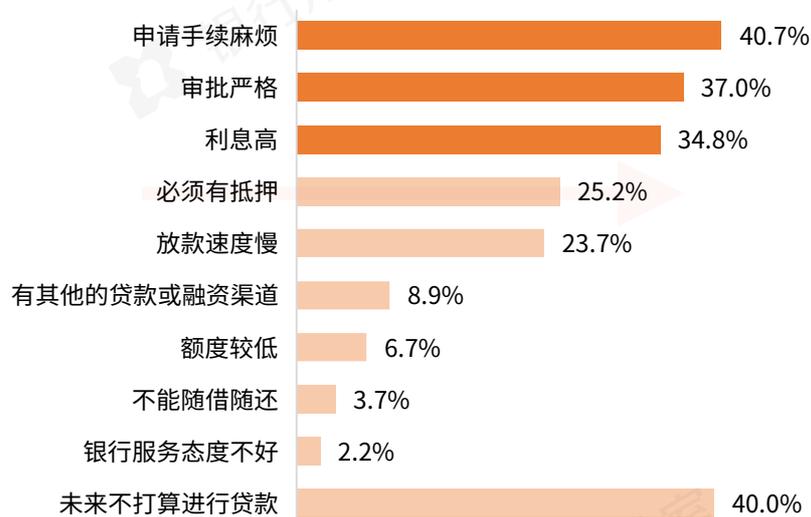
不同用户未来愿意尝试或继续使用银行贷款的比例



数据来源：小微企业主调研问卷，“您未来是否愿意尝试或继续使用银行贷款？”，N=503

对于未来不愿意尝试或继续使用银行贷款的用户，除了没有贷款需求之外，其不愿意尝试或继续使用银行贷款的主要原因也是流程不够便捷、审批严格、利息高。

未来不愿意尝试或继续使用银行贷款的主要原因

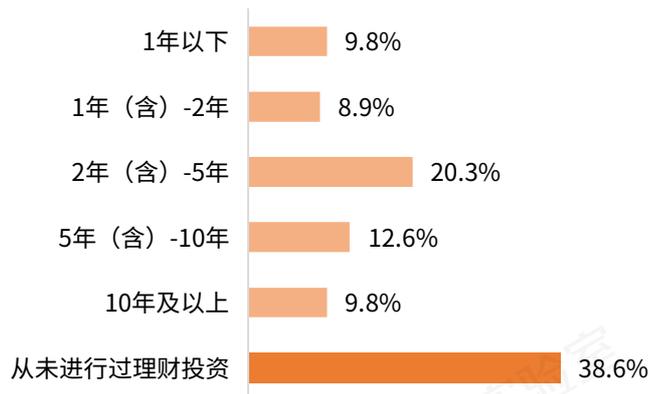


数据来源：小微企业主调研问卷，“您不会尝试或继续使用银行贷款的原因是？”，N=135

创办的企业，是个人最重要的投资

小微企业主理财投资经验较为欠缺，调研数据显示，38.6%小微企业主从未进行过任何理财投资。已有理财投资经验的小微企业主用户，其理财投资年限主要在5年以内。结合定性调研发现，部分小微企业主没有理财投资的原因在于他们将全部的精力投入到了企业经营中，没有时间了解和研究理财投资产品。结合前述小微企业经营情况调研结果，不难发现，小微企业主将主要时间精力投入到企业经营中，并通过企业发展获取财富，因此创办企业、经营企业是小微企业主目前进行的最主要“理财投资”。

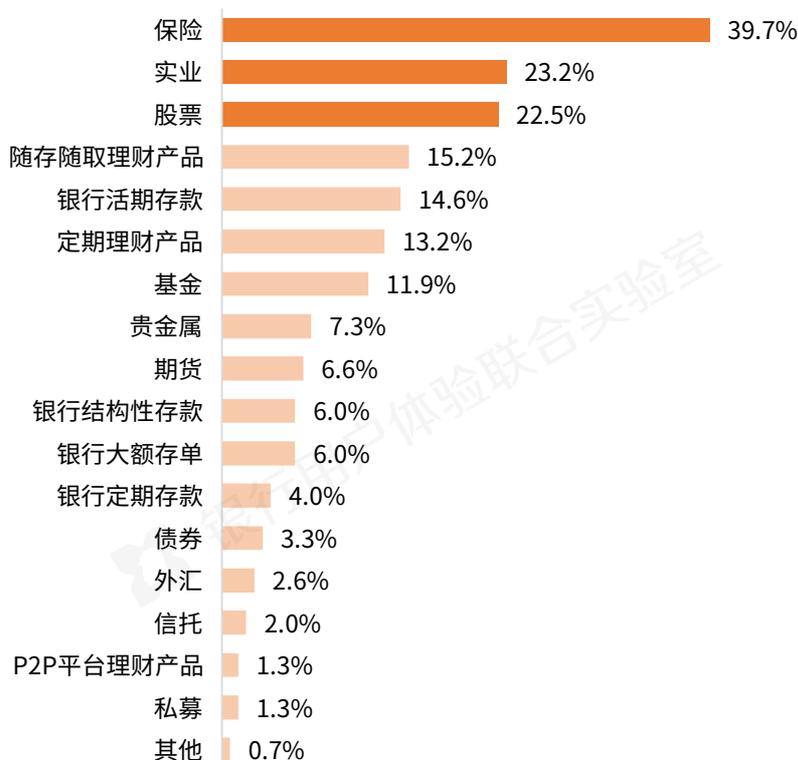
理财投资经验



数据来源：小微企业主调研问卷，“您有多少年理财投资经验？（包括活期、短期及中长期理财投资方式）”，N=246

对于有理财投资经验的用户来说，其目前使用的理财投资方式中，保险、实业和股票的占比较高。结合定性调研可以发现，小微企业主购买的保险通常是兼具保障和理财功能的险种（比如为自己、配偶或孩子购买的分红险、万能险等）。其购买保险的目的除了保障风险之外，还希望通过投保为家人未来提供稳定资金（比如子女的教育金保险），借助保单实现风险隔离，以降低未来因为企业经营失败，债务产生或收入减少给家庭带来压力。除此之外，保单贷款也让部分小微企业用户更愿意将资金投入保险中。

目前使用的理财投资方式



数据来源：小微企业主调研问卷，“您目前使用的投资理财方式是？（包括活期、短期及中长期理财投资）”，N=151

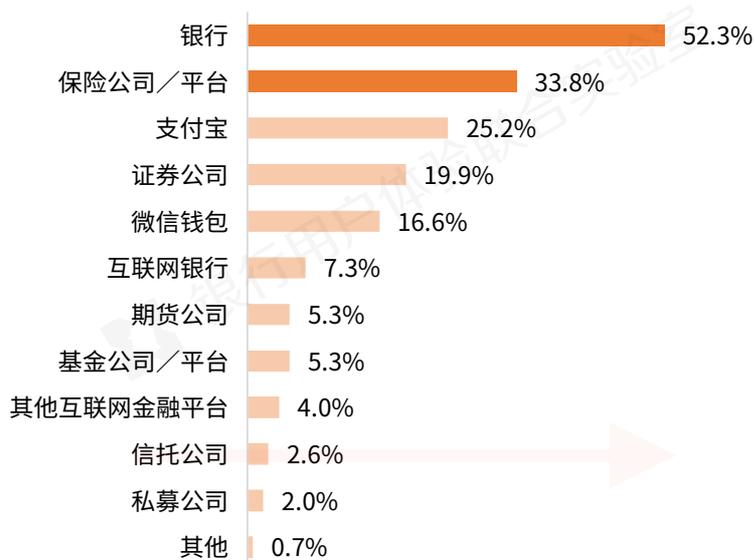
“我给家人都买了保险，因为我不是本地人，家里面的人都没有社保，所以要通过商业保险来解决风险，给2个孩子都买了保险，选择最短的缴费期限，每年每个人10来万，趁着有钱先交好，指不定哪天经营不好没钱了，再说了保单还可以拿来贷款。”——太原批发/零售业用户

“其他理财不怎么做，有钱就再多买套房子。”——重庆教育培训业用户

“会炒炒股，行情比较好，而且收益比较高，主要是看自己承受能力了。”——太原信息传输、软件和信息技术服务业用户

在选择的理财投资机构或平台方面，小微企业主用户较为青睐银行和保险公司，主要在于这些机构安全性更高，资金风险低。调研数据显示，有理财投资经验的小微企业主中，超过 5 成会通过银行进行理财投资，另外有 3 成选择在保险公司/平台理财投资。

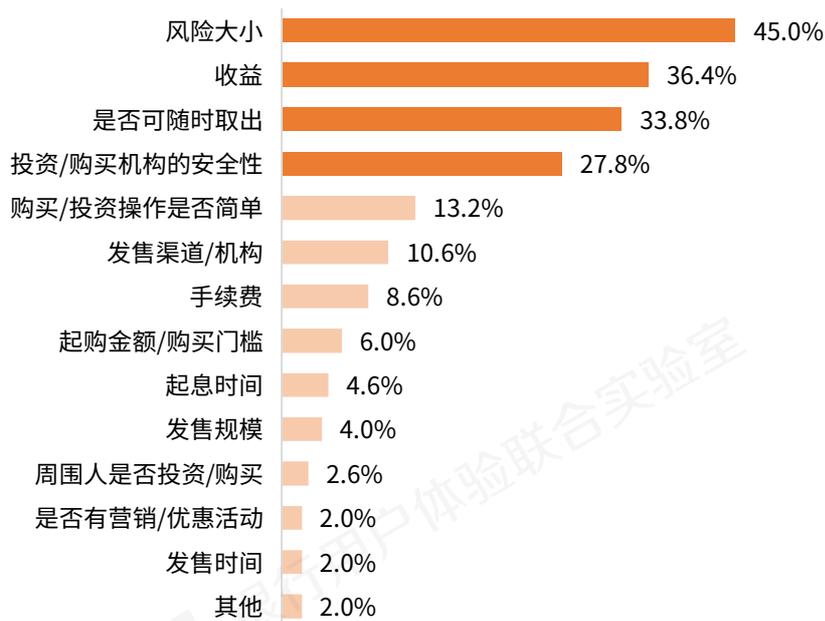
主要选择的理财投资机构或平台



数据来源：小微企业主调研问卷，“您主要在哪些机构或平台进行投资理财？”，N=151

在选择理财投资方式时，小微企业主用户主要考虑的是风险、收益；除此之外，理财投资产品的资金流动性也是其主要考虑的因素，其原因在于能够随时取出资金，可以方便应对企业经营过程中的资金周转需求，在必要的时候用个人资金帮助企业发展。

选择理财投资方式的主要考量因素



注：手续费指申购手续费、赎回手续费等费用

数据来源：小微企业主调研问卷，“您选择理财方式时主要的考量因素是？”，N=151

“我主要会买一些国债、风险低一些，但是也有收益，稳一点才好。”——太原信息传输、软件和信息技术服务业用户

“主要会买一些短期的，流动性强一些的，钱能随时取出来，不要需要的时候没有钱，影响到企业经营。”——金华批发/零售业用户

4.4 享受政策红利，期待银行更多支持

小微政策多又好

近年来，为促进小微企业进一步发展，政府出了一系列配套政策措施，包括减税、资金补贴、金融优惠、生活保障、营商环境等。

小微企业主调研了解了小微企业主对相关优惠政策的关注度、使用情况。调研数据显示，小微企业主对优惠政策的关注度高，超过 90% 的用户关注小微企业减税、金融优惠、便民服务等方面相关的优惠政策。

从各类优惠政策的关注度来看，用户对减税政策、金融优惠政策、便民服务政策和资金补贴政策关注度更高；各项优惠政策的转化率显示，减税政策、便民服务政策的转化率相对较高，其次是金融优惠政策和资金补贴政策。由此可看出，小微企业主用户对此类政策的接受度更高。

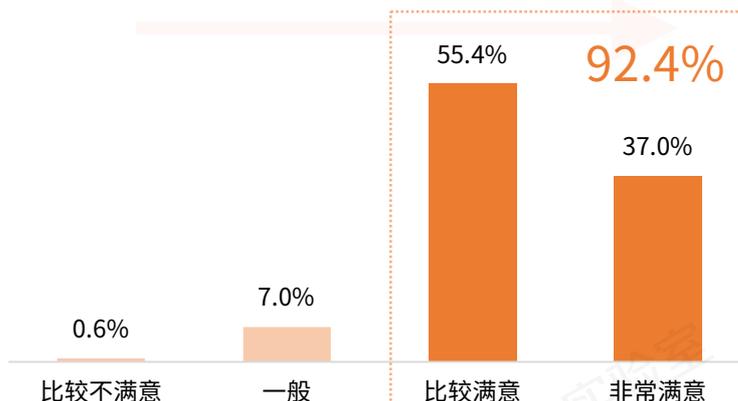


注：转化率=享受某项政策的用户比例/关注某项政策的用户比例，用于表示用户对该项政策的接受度

数据来源：小微企业主调研问卷，“您关注过哪些优惠政策？”，N=503；“其中，您享受过哪些优惠政策？”，N=503

对已享受的优惠政策，用户的满意度较高，92.4%参与调研的小微企业主对享受过的政策感到满意。

对享受过的优惠政策满意度



数据来源：小微企业主调研问卷，“您对享受过的优惠政策的满意度是？”，N=469

“我们这边政策挺扶持的，像我们出去参加展会，展位费用都是会有补贴的，还有就是外贸中政府会给你买信用保证保险，”——金华批发/零售业用户

“我们这一行和养殖相关，政府最近几年很鼓励发展相关产业，所以对这一块有税收减免政策，这个很好，帮助挺大的”——太仓农、林、牧、渔业用户

把握企业发展需求，提供多种银行服务

如前述分析，小微企业主在生活、经营、金融服务中有其特征，并且在使用相应产品、服务时有明显的痛点。基于此，银行可考虑通过以下方式开展小微企业业务：

- **以经营特点为指南，设计产品和服务**

不同小微企业的经营特点，因所处行业、经营年限、人员规模等因素差异较大，银行在提供相关服务时，需要细分不同用户群，基于其特点提供更契合的产品、服务。

- **资金结算：**以 C 端客户为主的小微企业，资金结算高频、低额，银行在为其提供资金结算服务时（比如结算规则、手续费率等），应该和以 B 端客户为主的小微企业有所区别。
- **贷款：**小微企业资金周转需求有明显的季节性、周期性，贷款需求“短”、“小”、“频”、“急”，银行贷款产品的策略和规则应适应其经营特征，比如可以考虑提供随借随还、展期续贷等方式，更好地满足小微企业贷款需求。

• 重视小微企业主对同行社群的依赖

在日常经营中，同行交流群、行业交流会议是小微企业主获取行业、经营信息的主要方式之一，对于金融产品、服务，同行推荐也是其了解的主要方式。结合定性调研可以发现，听取、参考、借鉴同行的做法（比如某种经营方式或选择），会让小微企业主觉得有助于降低风险。

基于此，银行可考虑营造相应的行业交流圈子，为小微企业主间的交流沟通搭建桥梁。在话题/内容方面，除了经济形势、行业信息之外，可结合小微企业主认为其自身需要加强的经营能力（比如财务管理能力、时间管理能力等），输出针对性的社群话题/内容，由此培育社群的忠诚度，并在此过程中通过植入相关产品、服务的营销信息，尝试提高产品、服务转化率。

• 帮助企业提高经营效率，赢得用户认同感

如前所述，小微企业主普遍认为目前企业经营标准化、规范化程度不够，但这一情况主要受客观经营现实制约（比如成本提升）。基于此，银行可考虑通过提供财务管理、人力管理、采购管理、客户关系管理 SaaS 类服务，并按照小微企业经营规模收取费用，让小微企业主在相关方面的投入成本和规模相适配，助力其能够以更低的成本提升经营效率，赢得其认同感。

对于银行而言，这一做法不仅可以有助于获客，还可以在小微企业使用相关工具的过程中，积累相应的信息，为相关产品服务（比如资金结算、企业理财、贷款）的设计、开发、营销打破信息壁垒，让银行更了解小微企业，从而降低小微企业融资成本。

五 结语

关于小微经济体，讨论最多的话题一直是“融资难、融资贵”。根据世界银行 2018 年发布的《中小微企业融资缺口报告》估计，中国中小微企业潜在融资缺口高达 1.9 万亿美元，分别占中小企业和微型企业潜在融资需求的 42%和 76%。

党中央、国务院长期关注小微经济体。自党的十八届三中全会明确提出了发展普惠金融以来，国家推动出台了一系列政策措施，鼓励各类金融机构和市场主体加大对小微经济体的普惠金融服务力度。

在各方强力破局小微经济体融资难题时，小微经济体对当前政策的感知和评价如何？对银行提供的产品和服务是否接受和欢迎？还有哪些金融需求未被满足？这些都是我们想研究的问题。在历时 7 个月，走过 15 个城市，开展 300 小时左右的深度调研后，我们尝试提炼出小微人群的一些特点，为行业提供一个更立体的画像参考。

我们发现，农村环境越来越美，农户生活喜中有忧。面对资金问题，他们更多通过亲戚和家族来解决周转问题，而对从银行获取帮助的认识不足。对此，银行需要加大金融知识普及力度，充分挖掘农村“意见领袖”的价值。

个体户作为中国经济的“小蜜蜂”，往往一家人靠一个店，一个店养活一家人，对资金的安全十分敏感。对此，银行需要提供综合化的金融和非金融服务，建立健全金融服务生态圈。

小微企业主则乐观坚韧，大部分企业的老板身兼数职，既是销售经理，又是财务总监，还是行政主管，或者是更多的其它，但他们心中都有一个事业理想。对此，银行需要提供更加贴心的综合金融服务，以及更丰富的经营支持工具，帮助他们“飞得更高”。

作为调研的亲历者，我们深刻地认识到，小微经济体就在我们身边：有些劳作在田间地头，有些奔波在进货路上，有些活跃在街头巷尾。他们是国民日常生活中默默奉献、不可或缺的群体，有了他们的辛劳付出才有了我们越来越好的生活。他们关注党和国家的政策动向，期待更多的银行的产品和服务，对享受到的国家优惠政策和银行普惠金融服务，他们非常欢迎，也充满感恩。

长期以来，不同类型银行服务主体存在差异。国有大行主要服务国企、央企，股份制银行主要服务中型企业，城商行、农商行、民营银行主要服务小微企业，而农信社、村镇银行则主要服务个体户和农户。

如今，银行正积极加强普惠金融服务力度。国有大行和股份制银行在服务国企、央企、中型企业的同时，也在积极创新普惠金融产品和服务。城商行、农商行、民营银行、农信社和村镇银行借助下沉渠道的优势，不断丰富服务渠道、服务方式和金融产品。调研结果显示，尽管小微经济体的融资环境明显改观，但仍然没有充分享受到银行的金融服务。因此，我们有义务、有责任联合多方力量，为他们做更多研究，还原他们的生活经营状况，描绘他们行为变化的轨迹，了解他们对金融服务的使用和评价，探查他们对银行服务的需求，与更多银行合作伙伴一起思考如何更好的服务他们。

本报告是小微经济体用户研究的一个开端，为银行合作伙伴了解这个群体提供了一个新的视角，我们希望以报告的更多发现，聚集更多力量，帮助小微经济体走向更好的未来。作为微众银行·银行用户体验联合实验室首份小微经济体用户研究报告，难免有一些不足和缺憾，欢迎各位伙伴指正！

申请加入流程

第 1 步

发送邮件

将申请意愿发送邮箱至 WeUXLab@webank.com

第 2 步

提交材料

按邮件指引，提交申请资料

第 3 步

等待审核

耐心等待，实验室会在 7 个工作日内回复审核结果



成为我们的第 “N+1”

扫描二维码或微信搜索公众号
“银行用户体验联合实验室” 进行关注

版权声明

本报告的知识产权和结果解释权归银行用户体验联合实验室所有
未经书面授权，任何人不得引用、复制、转载、摘编或以其他方式使用上述内容
违反将被依法追究法律责任
如需获得授权许可，请联系银行用户体验联合实验室

联系方式

银行用户体验联合实验室
电话：0755 - 21813547 - 5547
邮箱：WeUXLab@webank.com

