

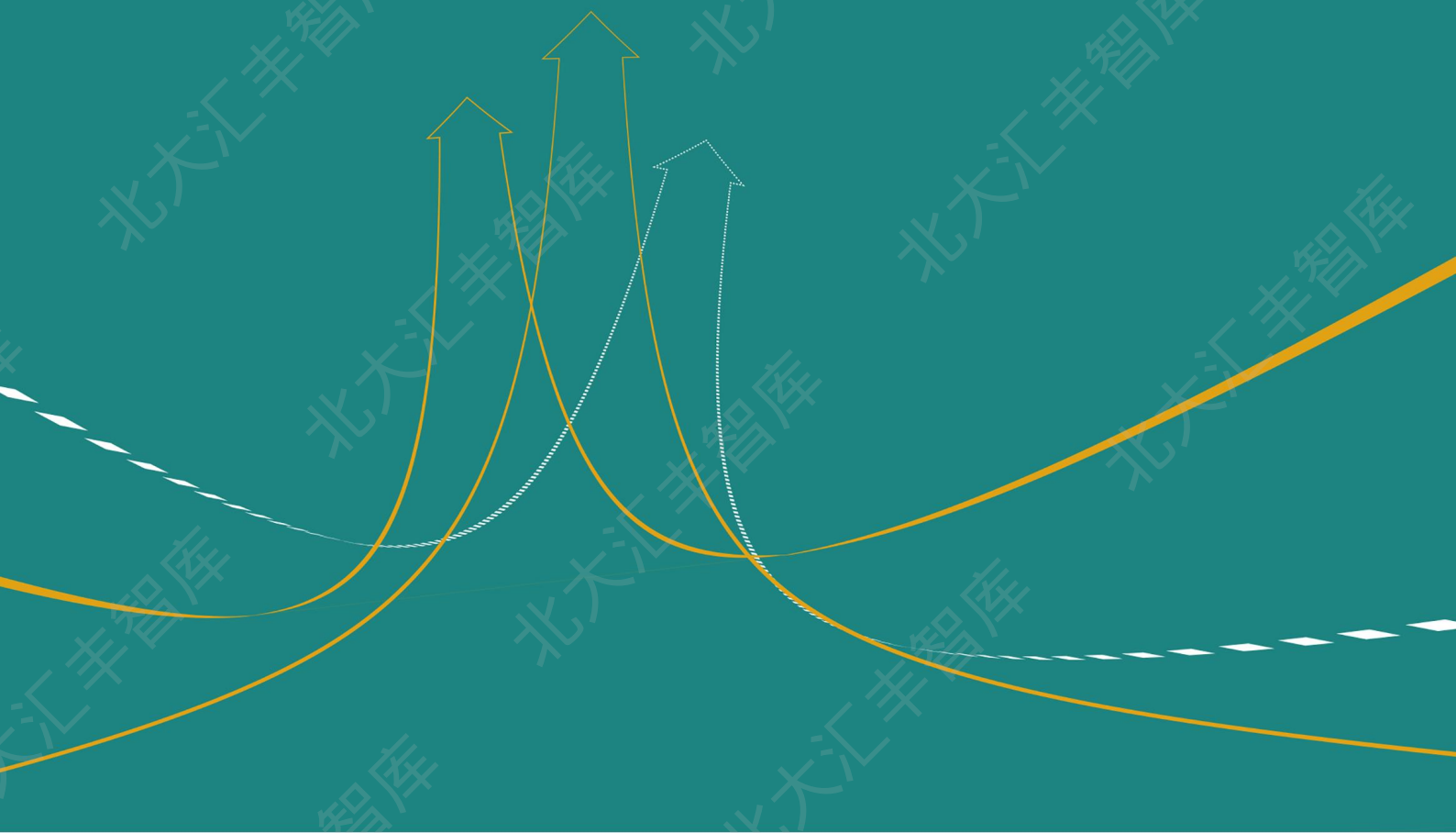
经济分析系列
Economic Analysis Series



PHBS 智库
北京大学汇丰商学院

市场主体信心调研报告

2026年第一季度



摘要

2026 年一季度，北大汇丰智库市场主体信心调研的主要结果如下：

1.宏观经济：多数受访者认为目前的宏观经济偏冷，但中长期乐观预期明显优于短期。

2.就业形势：56%受访者认为下季就业形势与本季持平，但整体感知较去年三季度改善。

3.个人财务状况：约 32%的受访者表示本季财务状况有所改善，50%认为未来一年内仍将改善，但认为变差的比例较去年三季度均有上升。

4.消费：50%的受访者倾向投资，44%倾向储蓄，6%倾向消费，较 2025 年三季度消费意愿小幅提升。生活必需品、身体健康和教育培训是排名前三的受访者最愿意花钱开支，受访者消费刚需化、实用化。

5.企业经营状况：企业经营现状平稳，资金流状况、国内订单和出口订单都有好转，但受成本上升与售价偏弱的双重挤压，近三成企业盈利有压力。

6.企业融资需求：融资主要用于补充流动资金（32%）与技术改造（24%），相较于 2025 年三季度，技术改造的融资增加，法律合规对融资的约束得到有效缓解。

7.企业出海情况：高达 92%的受访者认为当前是出海良好时机，东南亚（59%）与欧洲（58%）为最集中的目标市场；与 2025 年三季度相比，东南亚和欧洲占比上升、北美占比下降。

另外，需要注意的是，本调研受访者为北京大学汇丰商学院校友人群及全国各地企业界人士，主要反映珠三角地区民营企业中高层管理者的信心状况。

北大汇丰智库经济组（撰稿人：张娜）

成稿时间：2026 年 4 月 30 日 | 总第 167 期 | 2025-2026 学年第 29 期

联系人：程云（0755-26032270, chengyun@phbs.pku.edu.cn）

一、受访者特征：以珠三角民企中高层人员为主

受访者为北京大学汇丰商学院校友人群及全国各地企业界人士。本次调研共回收有效问卷 189 份，问卷有效回收率为 40%。

受访者年龄主要集中在 30-50 岁之间，其中 30-40 岁和 40-50 岁的人数分别为 90 人和 68 人，合计占比约 84%；与 2025 年三季度^①相比，受访者更集中在 40-50 岁之间（见图 1）。

职业分布以企业决策层为主，董事长或高管占比约 63%；其余职业分布相对分散，包括业务员、工程师、财务人员、研究人员和行政等；与 2025 年三季度相比，董事长/高管占比高 17 个百分点（见图 2）。

行业方面，制造业受访者最多，占比 27%，其次为零售/电商、金融业和互联网/通信等领域；与 2025 年三季度相比，制造业、零售/电商占比偏高，而金融业占比偏低（见图 3）。

企业性质上，民企占比最高，达 80%；国企和外资企业分别占比 12%和 4%；与 2025 年三季度相比，民企占比高 9 个百分点（见图 4）。

企业总部所在地主要集中在珠三角地区，占 65%；此外，环渤海地区、广东省其他地区和长江三角洲地区亦有一定比例分布；与 2025 年三季度相比珠三角地区占比低 9 个百分点，环渤海地区占比上升 6 个百分点（见图 5）。

^① 本报告与 2025 年三季度数据进行对比分析，系因上期调研时点为 2025 年三季度。自 2026 年起，本调研已调整为季度常态化开展。

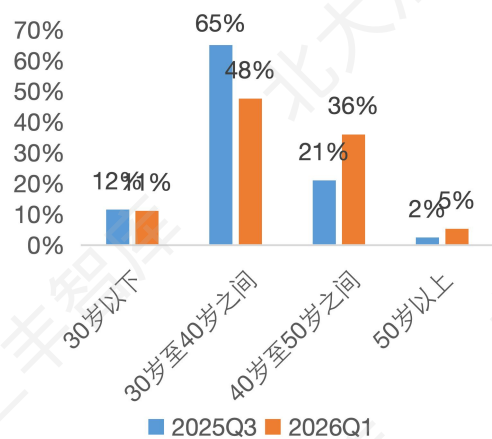


图 1：年龄分布

注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 189、243。由于存在错答、空缺现象，不同问题的样本数跟整体的样本数不一样，下同。

数据来源：北大汇丰智库市场主体信心调研，下同。

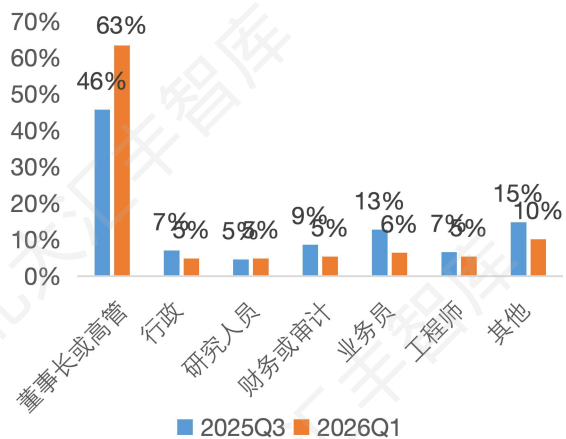


图 2：职业分布

注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 188、243

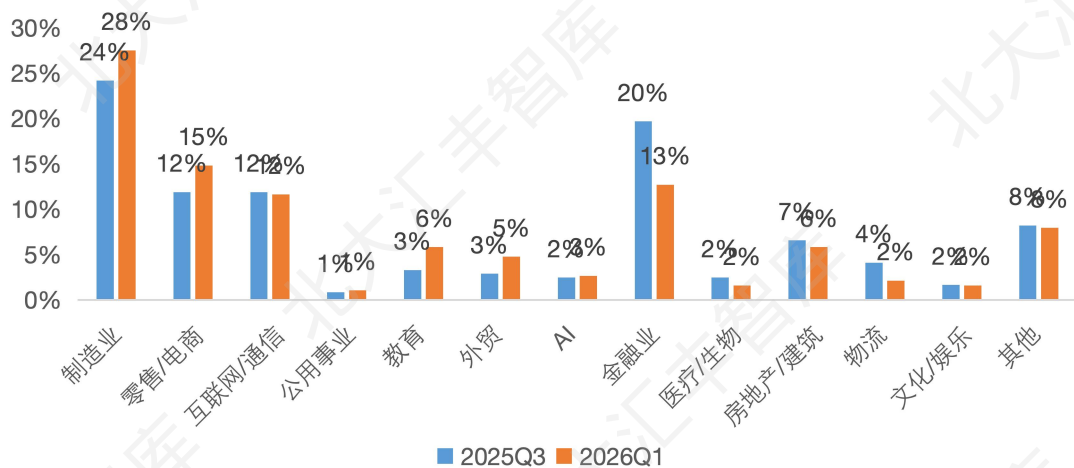


图 3：行业分布

注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 189、244

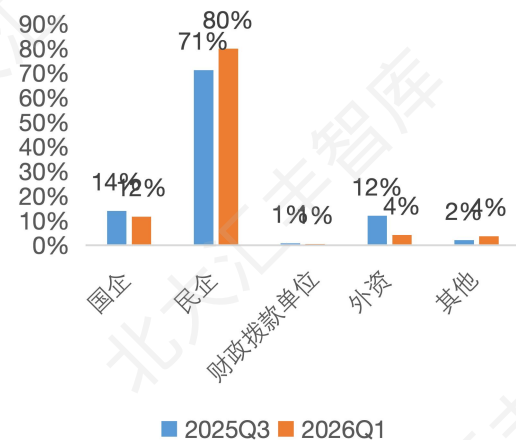


图 4：企业性质

注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 189、243

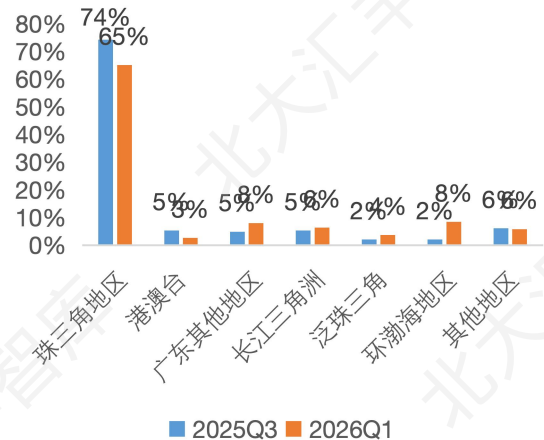


图 5：企业总部所在地

注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 189、245

二、宏观经济：对未来前景较当前现状更乐观，但乐观情绪较 2025Q3 有所下降

多数受访者认为当前宏观经济偏冷，对未来五年的宏观经济改善的预期好于一年的以内，但较 2025 年三季度对未来经济的预期更悲观。调查结果显示（见图 6a），约 76% 的受访者认为当前宏观经济偏冷，认为正常的比例仅约 19%，较 2025 年三季度略有升温，但市场主体对当前经济环境的信心整体仍偏弱。展望未来一年（见图 6b），预计经济将改善的受访者占比为 24%，认为将保持不变的占 36%，40% 的受访者预测经济将会变坏；与 2025 年三季度相比，整体预期转弱。对于未来五年的展望（见图 6c），认为经济将逐步好转的受访者占比为 39%，但仍有 26% 的受访者担忧经济可能陷入萧条，认为经济可能陷入萧条的占比较 2025 年三季度小幅上升。整体来看，受访者对中长期经济走势的预期较短期明显更乐观，表明市场主体对中国中长期发展前景仍然看好。

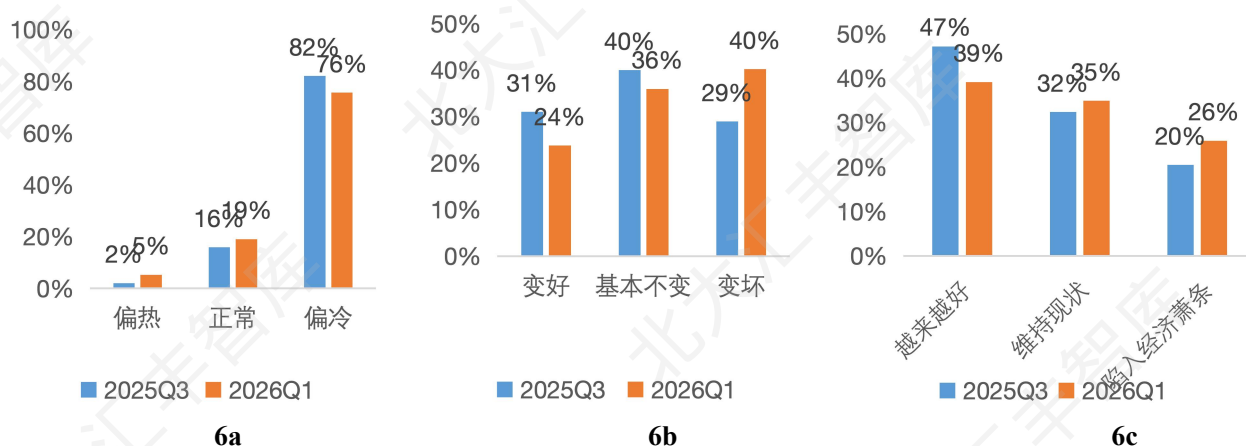


图 6：目前宏观经济状态（6a）、未来一年（6b）和五年宏观经济预期（6c）

注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 189、246（6a）；189、245（6b）；189、244（6c）

三、就业形势：就业形势不容乐观，但较 2025Q3 改善

受访者普遍对当前的就业形势持悲观态度。约 51% 的受访者认为本季就业面临困难，而认为就业容易的比例则仅有约 6%；但选择“就业难”这一选项的占比较 2025 年三季度下降 8 个百分点（见图 7），就业感知整体有所改善。

就下一季度的前景预判而言，多数受访者预期与本季持平。预计就业形势将

改善的受访者占约 10%，认为保持不变的比例为约 56%，预计将变差的则有约 34%，预期变差占比较 2025 年三季度小幅下降（见图 8）。

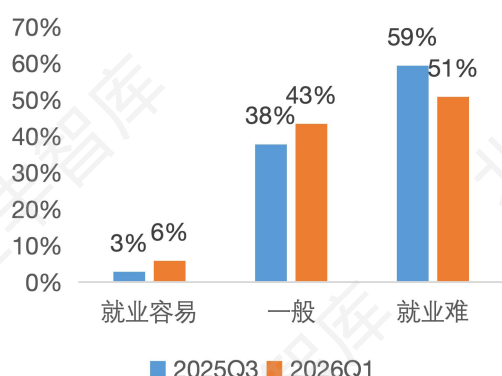


图 7：本季就业形势

注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 189、246

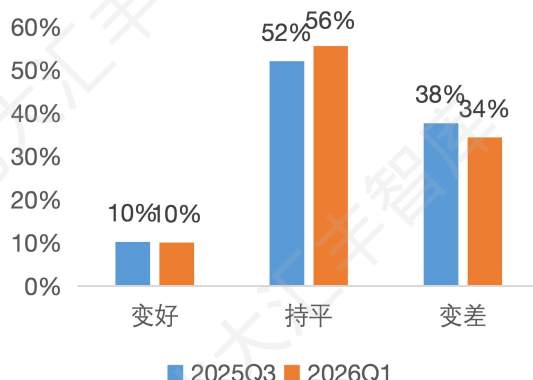


图 8：预期下季就业形势

注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 189、244

四、个人财务状况：50%受访者短期预期变好，但变差占比较 2025Q3 上升

调查结果显示，受访者财务状况整体稳定且未来预期向好，相较于整体宏观经济和就业形势表现更好。约 32% 的受访者表示财务状况有所改善，50% 表示基本保持不变，另有 18% 认为有所下降，与 2025 三季度相比，认为变差的比例上升 6 个百分点（见图 9）。当前财务状况改善群体占比接近三分之一，多数人财务状况维持稳定。展望未来一年，对于财务状况乐观预期的比例上升，有 50% 的受访者预计财务状况将改善，36% 预期保持不变，14% 则预测将会恶化（见图 10），与 2025 三季度相比，变差的占比略微上升。

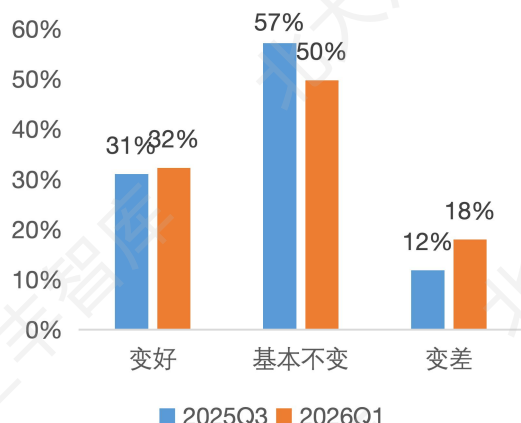


图 9：个人财务状况本季较上季

注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 189、246

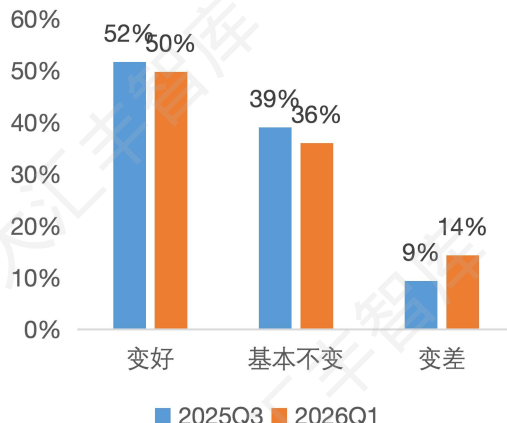


图 10：预期未来一年个人财务状况

注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 189、244

五、消费：消费倾向略有上升，对收入下降或失业的担忧有所缓解

调查结果显示，受访者消费行为整体趋向刚需化。约 49% 的受访者认为当前购入耐用品的时机不佳，比 2025 年三季度上升 12 个百分点（见图 11a），与消费品以旧换新特别国债额度减少、新能源汽车购置税优惠政策取消有关。

在消费倾向上，生活必需品、身体健康、教育培训是排名前三的受访者消费支出项目，与 2025 年三季度相同（见图 12），呈现刚需化与防御性特征。这反映出在经济承压背景下，受访者优先保障基本生活需求与长期人力资本投资，消费决策更趋保守务实。健康支出体现了风险意识的持续强化，而教育培训则显示出家庭对子女未来竞争力的焦虑与投入。相比之下，奢侈品、买车买房、消费电子等弹性支出被明显压缩，消费决策整体更趋理性务实。

在消费、储蓄和投资的选择中，受访者明显偏向于增加投资（49%）和储蓄（44%），仅有 6% 选择增加消费，较 2025 年三季度消费意愿小幅提升（见图 11b）。受访者整体倾向于投资和储蓄，消费意愿极弱。近年来，随着储蓄利率不断下行，部分投资者的资金流向了收益率更高的相对安全资产。

增加储蓄的主要原因包括预防收入下降或失业风险、未来的养老和医疗，以及为孩子的教育存钱（见图 11c），与 2025 年三季度相比，储蓄动机从应对风险更

多转向子女教育和养老医疗等长期规划。

受访者在最具投资价值的资产选择中呈现“进取与避险并存”的特征。其中，认为股票最具投资价值的受访者人数最多，占比约 27%；紧随其后的是基金/理财，占比约 25%；黄金占比约 23%。此外，选择私募股权、大宗商品、不动产、其他资产和债券的投资者分别占比约 17%、11%、9%、6%和 3%。股票与基金合计超 50%，反映出受访者对权益类资产仍保有较强的配置意愿；黄金近四分之一，结合当前全球经济不确定性加剧的背景，表明相当比例的受访者同步配置避险资产。不动产仅占 9%，印证前文对大宗消费谨慎的态度。与 2025 年三季度相比，呈现出明显的多元化和结构性调整，基金/理财、私募股权和大宗商品的比重显著提升（见图 13）。

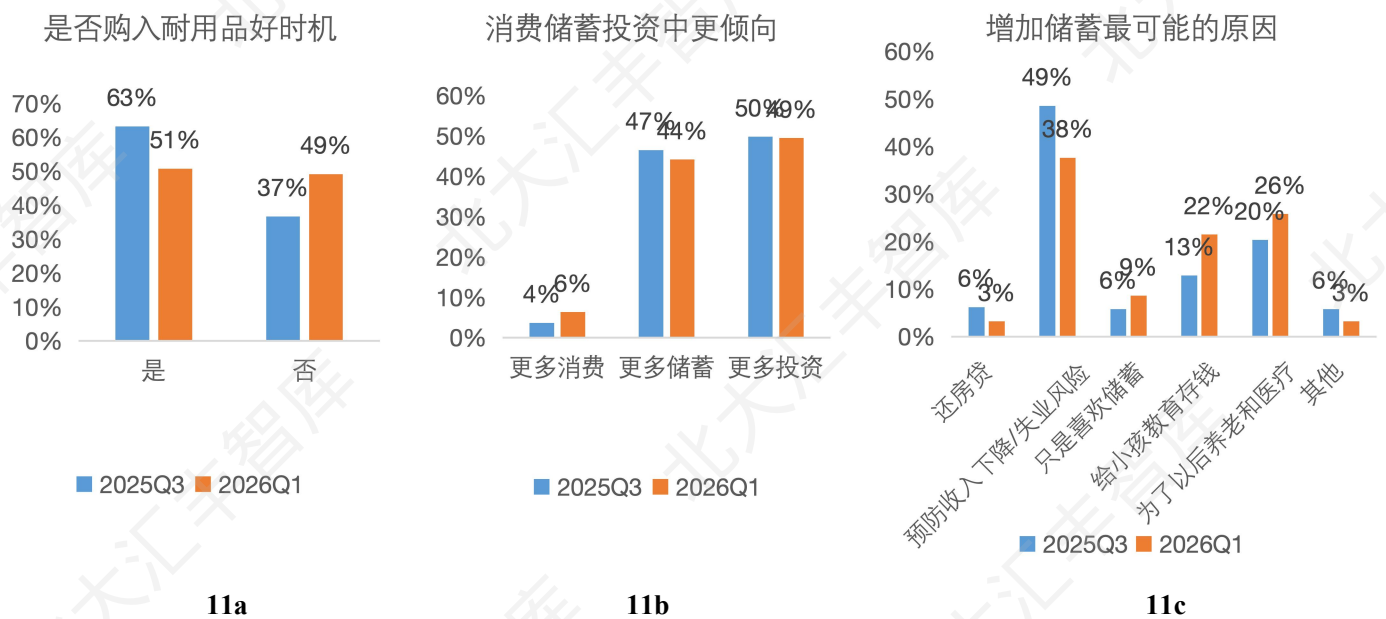


图 11：消费倾向

注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 187、245（11a）；188、243（11b）；186、241（11c）

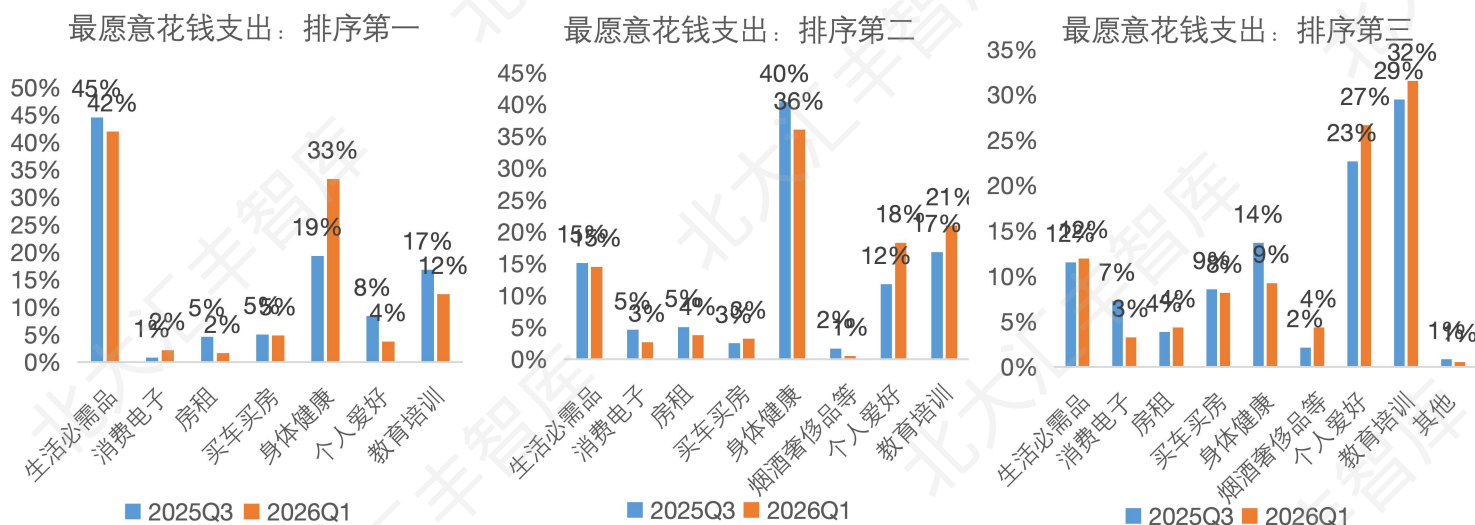


图 12：最愿意花钱的前三项支出
 注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 186、238（12a）；186、236（12b）；184、234（12c）

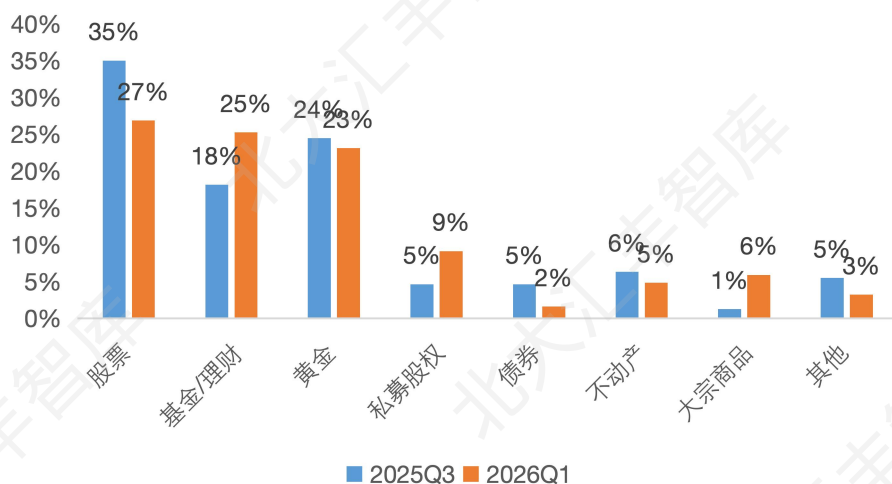


图 13：目前最有投资价值的资产
 注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 186、237

六、企业经营状况：资金流好转，但生产成本上升难以向下游转移

与去年三季度相比，本季度企业经营总体保持稳定，但受成本上升与售价偏弱的双重挤压，盈利压力不容忽视，内部分化态势值得关注。在企业经营方面，本季度经营情况良好的企业占比约 43%，经营情况一般的企业占比约 44%，经营

较差的占 10%，与 2025 年第三季度相比，选择状况良好的比例上升 4 个百分点（见图 14）。盈利变动方面，相较于上季度，约 37% 的企业实现增盈或减亏，31% 的企业盈亏持平，而增亏或减盈的企业占比约 27%，与 2025 年第三季度相比，盈利恶化企业比例有所下降（见图 15）。结合前述成本端压力上升、销售价格偏弱的背景，企业盈利改善的可持续性有待观察。

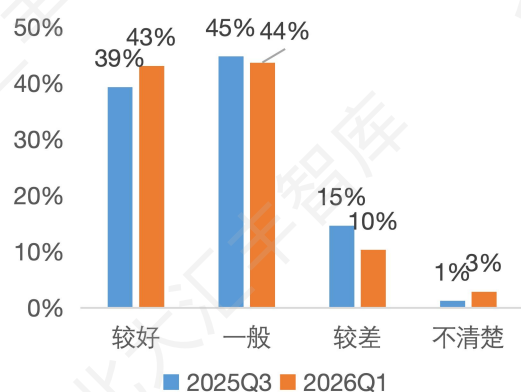


图 14：企业本季经营情况

注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 174、239

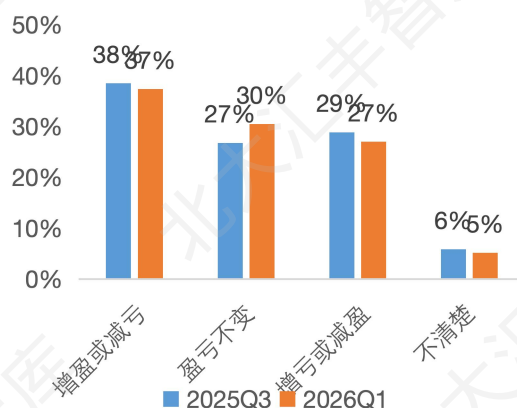


图 15：企业本季相较于上季盈利情况

注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 174、239

从企业资金状况来看，企业资金流状况较去年三季度趋于好转。资金周转方面，54% 的企业表示状况良好，37% 表示一般，仅 6% 面临周转困难，与 2025 年第三季度相比，选择状况良好的比例上升 4 个百分点（见图 16），整体呈现出较为健康的资金流动状态，过半企业资金链运转顺畅。销售款回笼方面，47% 的企业表示回笼状况良好，38% 表示一般，10% 的企业存在回笼困难，与 2025 年第三季度相比，选择状况良好的比例上升 6 个百分点，困难比例下降，销售款回笼情况明显好转（见图 17）。

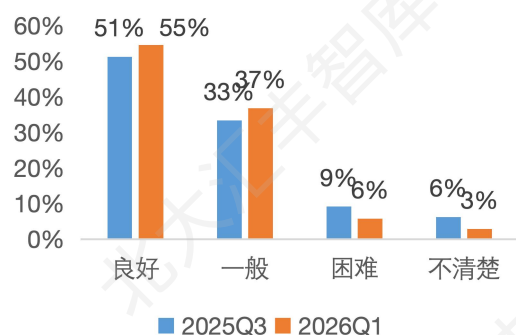


图 16：企业本季资金周转情况

注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 174、240

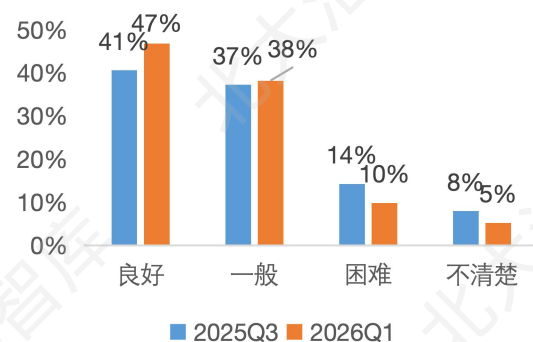


图 17：企业本季销售款回笼情况

注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 173、239

从订单情况来看，本季度企业内外需较去年三季度均呈现出一定的回暖态势，且出口表现明显强于内需。国内订单方面，31%的企业表示订单量增加，25%表示减少，较 2025 年三季度略有改善（见图 18a），反映出内需市场有所复苏，但复苏力度较温和。出口订单方面，本季度约 41%的企业报告出口订单增加，仅 16%表示减少，选择增加的比例较 2025 年三季度低 6 个百分点（见图 18b）。显示出口订单虽仍以增长为主，出口需求较为强劲，但改善幅度已有所放缓。展望下季度，预计约 50%的企业出口订单将继续增长，仅 10%预计减少，选择增加的比例较 2025 年三季度低 7 个百分点（见图 18c），显示企业对未来出口的乐观预期有所减弱。

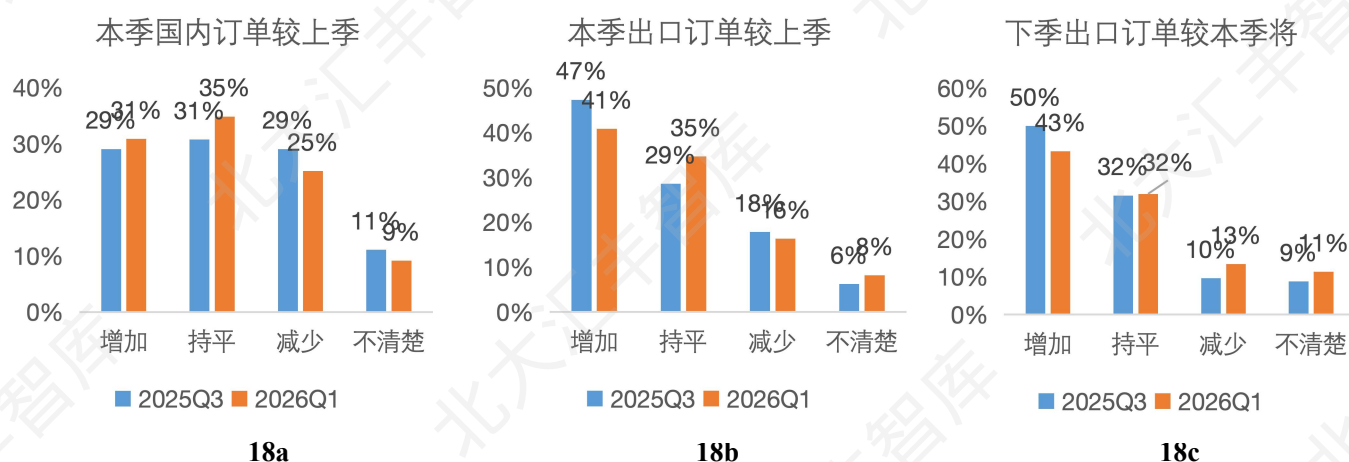


图 18：本季国内订单（18a）、出口订单较上季情况（18b）和下季出口订单较本季情况（18c）
 注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 175、234（18a）；98、112（18b）；97、114（18c）

在产品销售价格方面，31%的企业报告价格较上季度下降，29%表示上升，36%持平，与 2025 年三季度相比，选择价格上升的比例增加 9 个百分点（见图 19）。反映出市场需求不足、终端定价能力有限。在原材料购进价格方面，44%的企业报告购进价格上涨，仅 13%表示下降，30%表示持平，与 2025 年第三季度相比，选择价格上升的比例大幅上升 26 个百分点（见图 20），且上涨比例远高于下降比例，成本端压力明显。两相对比，企业面临上游成本抬升、下游售价难以传导的双重挤压，利润空间受到压缩。这一现象在需求疲软的宏观背景下尤为突出——企业难以通过提价转移成本压力，只能依靠内部降本或压缩利润来维持运营。整体来看，当前企业经营面临一定的盈利压力，价格传导机制不畅是值得关注的潜在风险。

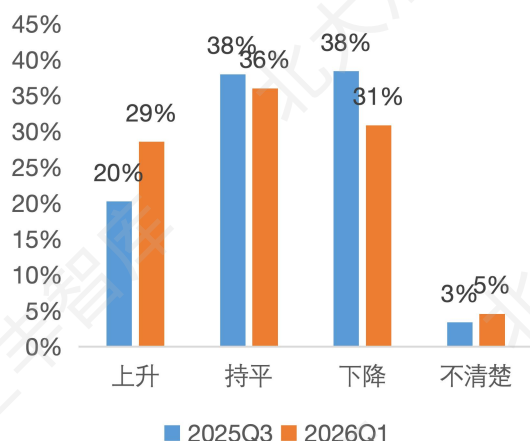


图 19：本季产品销售价格较上季

注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 175、237

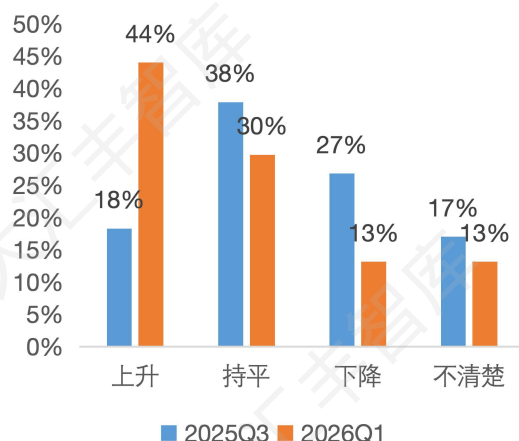


图 20：本季产品原材料购进价格较上季

注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 175、235

未来一年企业固定资产投资意愿呈现分化态势。调查结果显示，36%的企业将减少投资，33%的企业将增加投资，31%的企业选择维持现状，与 2025 年三季度相比企业更倾向于收缩或维持现有投资规模（见图 21）。整体来看，计划减少或维持投资的企业合计达 67%，企业投资信心偏弱，更倾向于保守经营、控制成本，这将对未来产能扩张和经济增长动能形成一定制约。

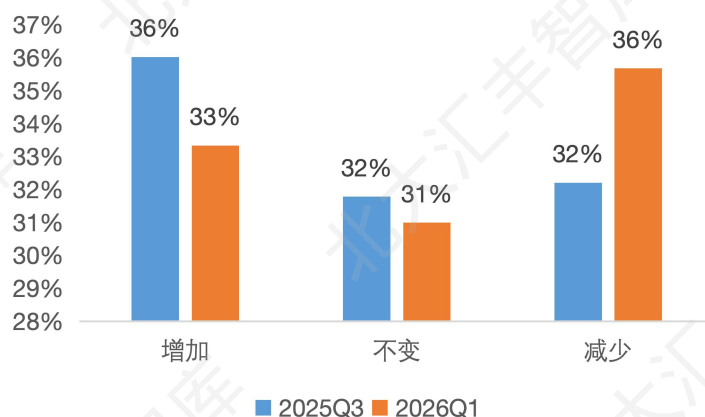


图 21：未来一年企业固定资产投资变化

注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 171、236

七、企业融资：用于技术改造的融资占比增加，法律合规对融资的约束缓解

从企业融资情况来看，整体融资需求增强。34%的企业预计未来半年内融资需

求将增加，42%的企业预计保持不变，较 2025 年三季度融资需求整体上升（见图 22）。

融资目的方面，约 55%的企业将融资用于补充流动资金，占比最高，反映出当前企业日常经营中仍存在资金缺口；其次，约 41%的企业计划用于技术改造，比 2025 年三季度略有上升（见图 23），体现出企业在转型升级方面的主动布局，具有一定的积极意义。融资面临的问题方面，37%的企业反映资金需求量大，37%的企业反映融资成本高，两项问题共同构成当前企业融资的最主要障碍。相较于 2025 年三季度，法律合规问题占比骤降，资金需求大和融资成本高的占比均略有上升（见图 24）。

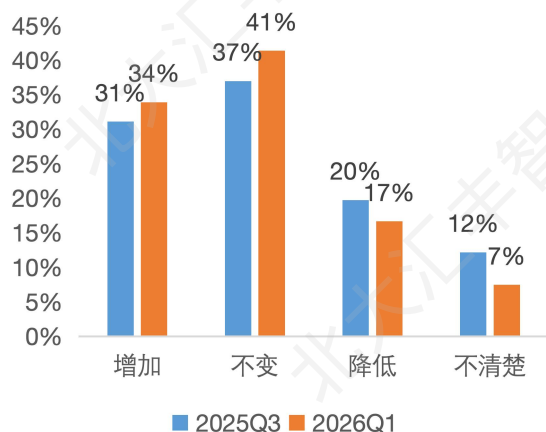


图 22：未来半年内融资需求

注：2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 174、238

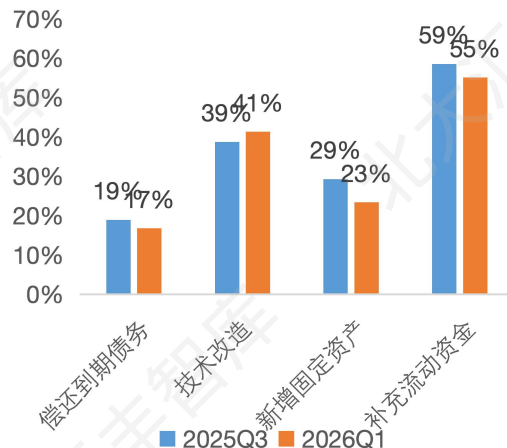


图 23：当前融资主要目的（多选）

注：图中数据为各融资目的被选中的企业数量占有效样本总数的比例，同一企业可同时选择多个融资目的，各选项占比之和大于 100%。2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 167、222

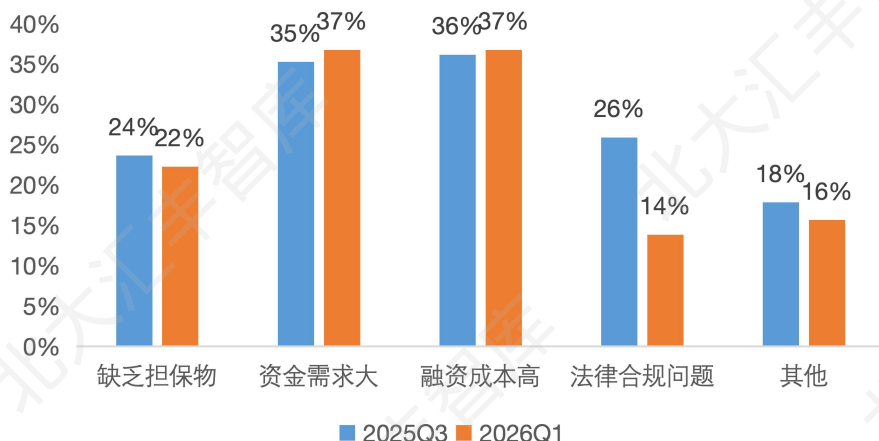


图 24：当前融资面临的问题（多选）

注：图中数据为各融资问题被选中的企业数量占有效样本总数的比例，同一企业可同时选择多个融资问题，各选项占比之和大于 100%。2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 166、224。

八、企业出海：出海意愿强烈，选择欧洲和东南亚的企业占比上升

关于出海时机，高达 92% 的受访者认为当前是中国企业出海的良好时机，较 2025 年三季度略有上升（见图 25），显示出企业对外部市场机遇的高度认可与信心。市场布局方面，目前仍有约 39% 的企业完全深耕国内市场，34% 的企业以国内市场为主。已有海外业务的企业占比达 61%，其中以国外市场为主的企业占比约 16%，与 2025 年三季度相比国内市场比重更大（见图 26）。总体而言，企业整体处于“立足国内、积极外拓”的过渡阶段，出海渗透率已相对较高。

从出海目标市场分布来看，东南亚（59%）和欧洲（58%）是受访企业最集中的两大目标市场，北美（46%）紧随其后，三者明显领先于其他地区，构成中国企业出海的核心市场格局，拉丁美洲、东亚、中东的选择比例均约为 20%。与 2025 年三季度相比，出海目标市场中占比最高的三个地区仍是欧洲、东南亚和北美，其中东南亚和欧洲占比上升、北美占比下降，同时大洋洲、南亚的占比上升较大（见图 27）。本季度东南亚的选择居首，反映出其凭借地缘相近、市场潜力大等优势，已成为企业出海布局的优先选择。整体来看，企业出海目标市场欧美传统市场与东南亚新兴市场并重，多元化区域协同布局正在加速推进。。

出海方式方面，直接出口（48%）、海外分公司/办事处（37%）和电商平台（29%）是企业最常使用的出海方式，与 2025 年第三季度相比，直接出口和海外分公司/办事处的占比有所上升，电商平台和合资/合作略有下降，整体结构保持稳定（见图 28）。企业出海模式正在从单一出口贸易向多元化延伸，约 37% 的企业通过设立海外分公司或办事处深度布局当地市场，电商平台、合资/合作等模式也在同步发展，反映出企业出海正逐步向品牌建设、本地化运营等更深层次的能力输出转型升级。

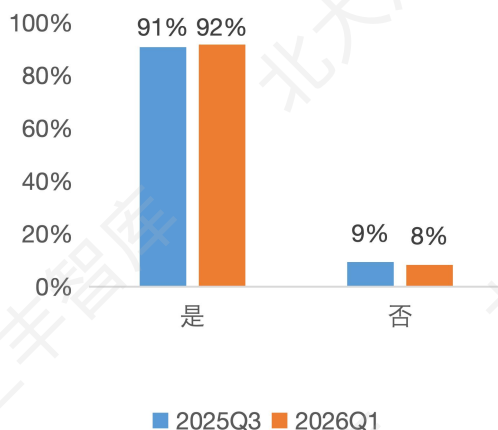


图 25: 目前是否为中国企业出海的好时机

注: 2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 97、118

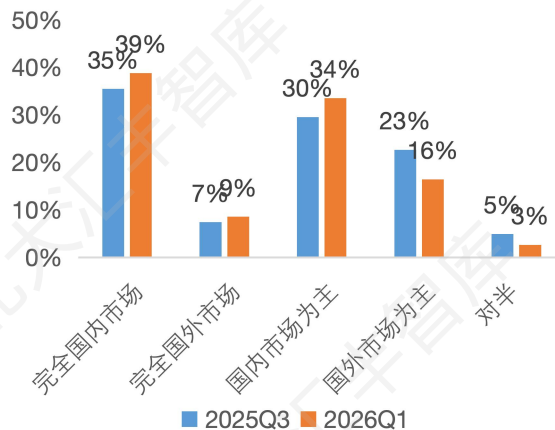


图 26: 企业生产产品或服务的主要市场

注: 2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 170、203

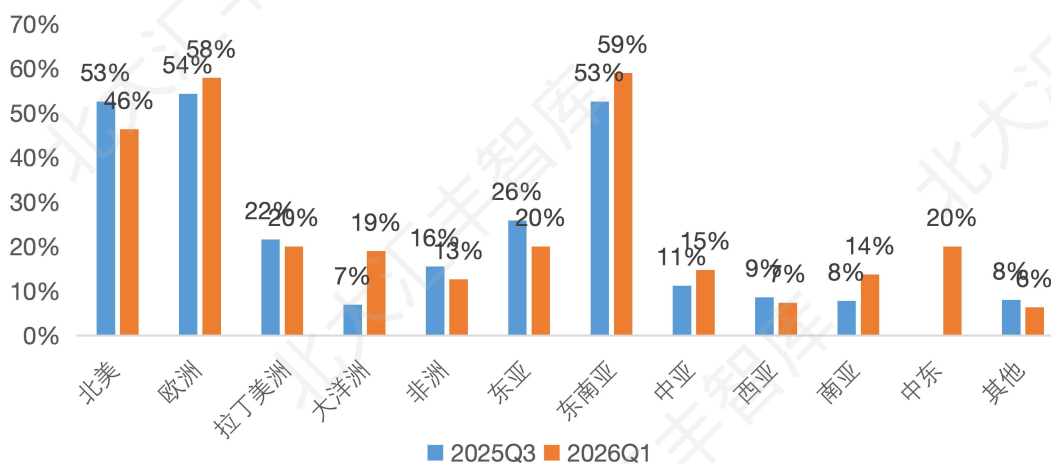


图 27: 目前或计划进入主要目标市场（多选）

注: 图中数据为各目标市场被选中的企业数量占有效样本总数的比例, 同一企业可同时选择多个目标市场, 各选项占比之和大于 100%。中东为 2026Q1 新增市场选项。2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 95、116。

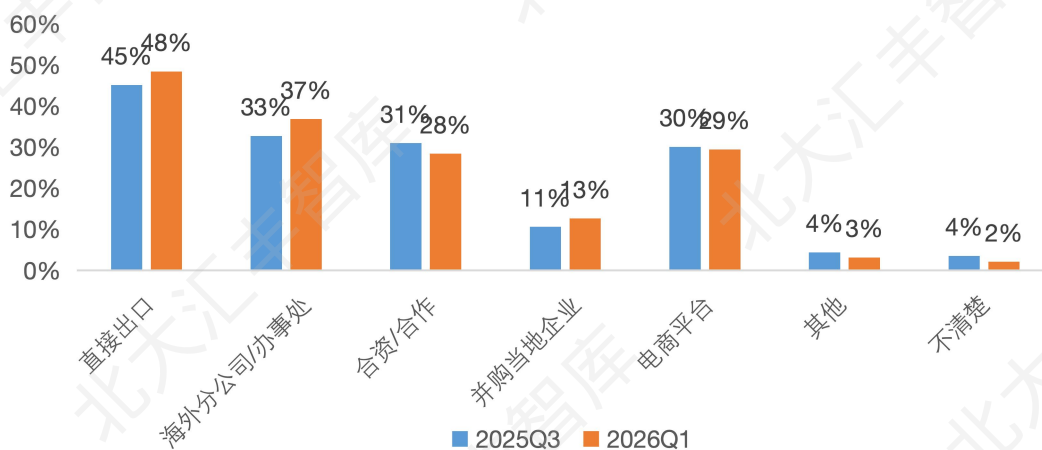


图 28: 企业主要出海方式（多选）

注: 图中数据为各出海方式被选中的企业数量占有效样本总数的比例, 同一企业可同时选择多个出海方式, 各选项占比之和大于 100%。2026Q1、2025Q3 有效回答样本数分别为 95、113。



PHBS 智库

北京大学汇丰商学院

北大汇丰智库（The PHBS Think Tank）成立于 2020 年 7 月，旨在整合北京大学汇丰商学院各院属研究中心，统筹协调资源，重点从事有关宏观经济、国际贸易与投资、金融改革与发展、粤港澳大湾区可持续发展、城市与乡村发展、海上丝绸之路沿线国家经济贸易与合作等领域的实证分析与政策研究，打造专业化、国际化的新型智库平台。北大汇丰智库由北京大学汇丰商学院创院院长海闻教授兼任主任，智库副主任为王鹏飞、任颀、魏炜、林双林。



北大汇丰智库微信公众号



PHBS 智库
北京大学汇丰商学院

深圳市南山区丽水路2199号北京大学汇丰商学院 518055

Peking University HSBC Business School, Xili University Town, Shenzhen, China

TEL: (+86)755 2603 2270 EMAIL: thinktank@phbs.pku.edu.cn

<http://thinktank.phbs.pku.edu.cn>