

福利

弹性

2019

2019中国企业 员工福利洞察报告

CBNDATA
第一财经商业数据中心



东方福利网
DONGFANGFULI.COM

© 2019 CBN Data. All rights reserved.



TABLE OF CONTENTS 目录

■ 第一部分：你的“福利”到位了吗？	
企业员工福利现状总览 · · · · ·	3
■ 第二部分：企业员工要怎样的福利？	
你的福利主张是什么？ · · · · ·	11
■ 第三部分：企业弹性福利兑换性格起底	
不同企业间的弹性福利偏好是怎样的？ · · · · ·	35
■ 第四部分：趣味数据 · · · · ·	39



CHAPTER 01

你的“福利” 到位了吗？

企业员工福利现状总览

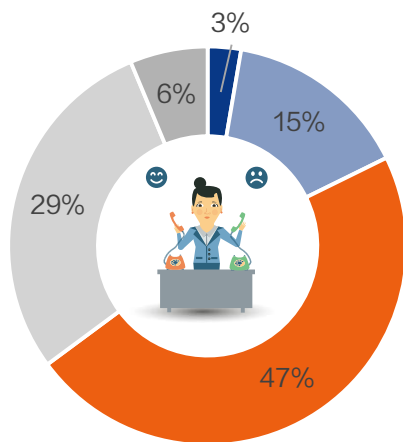


超三成职场人对目前职业状态不满意 有效的企业福利制度是打造企业文化及人才竞争力的核心要素之一

职场人的就业满意度也不为乐观，超三成职场人对自己的职业状态不满，而在衡量工作机会时，多数人考量薪酬福利，薪酬福利是职场跳槽的重要一环；企业和员工对福利的价值高度认同，有效的企业福利已成为企业激励员工与保留人才的重要手段。

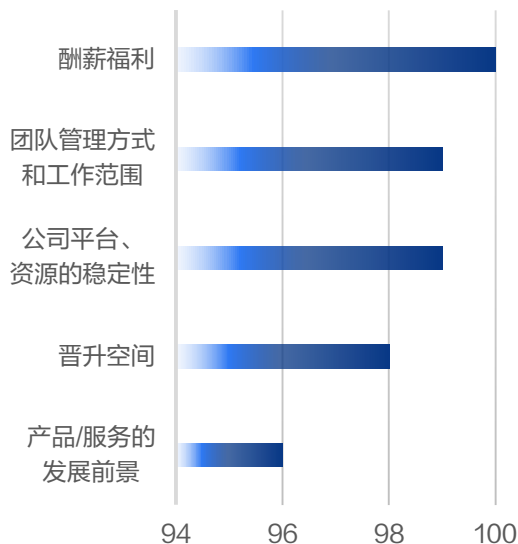
2019
员工对职业状态的满意度

■ 非常满意 ■ 满意 ■ 一般
■ 不满意 ■ 非常不满意



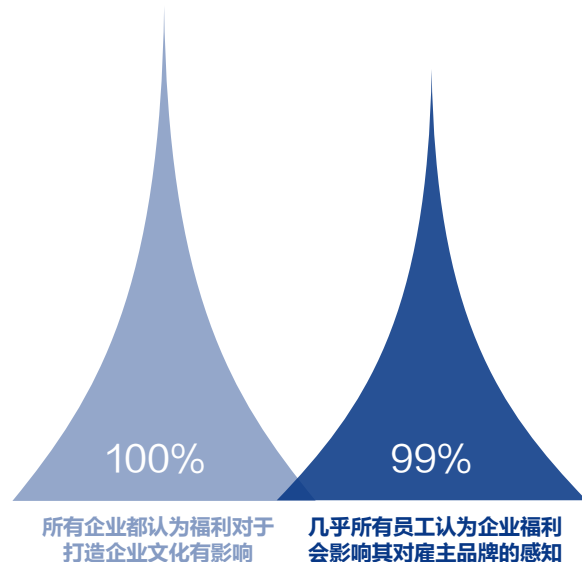
数据来源：猎聘《2019年人才前景趋势大数据报告》

2019
职场人对职业机会的考量因素



数据来源：领英《2019人才流动和薪酬趋势报告》

2019
企业与员工对福利定位的认同程度

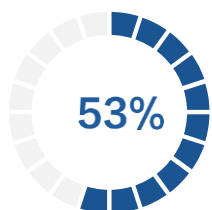


数据来源：美世《2019美世达信员工福利全景调研报告》

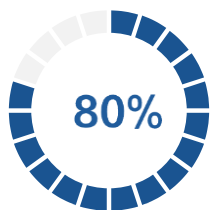
员工差异化企业福利待遇诉求强烈，企业福利管理亟需转型

福利差异化诉求强烈，全员统一的福利管理模式难以应对员工多样化诉求，传统的福利管理制度亟需转型，差异化的福利待遇和个性化的福利自主权是企业员工对于福利的期待。在全国工会“互联网+”建设倡导下，企业也试图通过与弹性福利平台合作，扩大员工福利选择自由度，提升员工对企业的满意度。

2019 企业与员工
对差异化福利的看法



超过半数员工
认为企业应该
设立差异化的
福利待遇



近八成的员工
非常期待企业
赋予员工更多
的福利自主权

工会“互联网+”建设



找准互联网和工会工作的结合点



强化互联网意识，形成以互联网为
基础的工会工作新形态

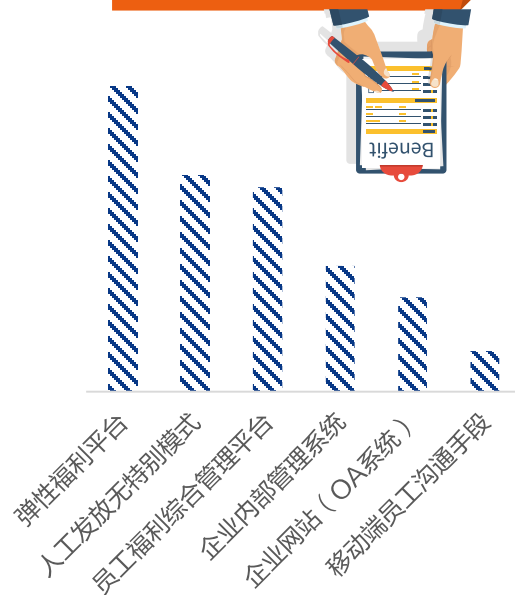


应对个性化、多元化、全天候的
职工需求



服务职工，时时在线

未来两年内
企业希望的福利发放方式



数据来源：美世
《2019美世达信员工福利全景调研报告》

根据公开资料整理

数据来源：东方福利网
数据说明：N=476 Q: 请问贵司计划未来2年内使用的福利管理方式是？

企业福利3.0专业化福利管理时代来临： 弹性福利平台是趋势所在，专业化福利管理工具成关键

随着经济水平的不断发展及国民生活品质的提升，员工对企业福利期待不再局限在生活刚需物品，行业也进入企业福利多元化及品质化阶段。目前企业福利发放模式正处于从原先人工发放到弹性福利平台的转变过程，未来两年内福利平台是企业福利发放最理想的方案。同时，信息化管理推动着企业福利3.0时代的来临，专业化管理工具更是契合了企业对于福利管理的需求，方便企业统一管理员工信息及福利发放。



1.0

企业福利1.0时代
(一箱苹果时代)

由企业雇主自行决定福利项目，统一购买统一发放。福利品类以水果、肥皂、大米、油等实用物品福利为主。



2.0

企业福利2.0时代
(弹性福利时代)

员工拥有挑选福利自主权。企业通过专业的弹性福利平台，在设定预算情况下，让员工自由选择自己喜欢的福利产品。以更小的投入、更便利的方式为员工提供更大价值的福利，提升员工对企业的认可度及忠诚度。



3.0

企业福利3.0时代
(专业化福利管理时代)

弹性福利行业的下一个台阶。在弹性福利基础上接入专业化福利管理系统，员工可通过定制化独立账户，菜单式自主选择福利商品及服务。将分散零碎的员工福利费用统一管理，提高企业福利发放效率。

资料来源：专家访谈

更专业的弹性福利服务平台： 企业需要能够提供一站式跨品类弹性福利解决方案

弹性福利平台通过多样化产品及服务的组合布局、灵活执行发放管理方式，实现为企业员工量身定制企业员工福利。以东方福利网为例，其精选各行业优秀大品牌合作商，福利产品覆盖电影通兑、娱乐演出、旅游玩乐、优选生活、生日礼券、节日礼包、企业团建和健康等板块，满足了企业员工多元化的福利需求。



信息整理自东方福利网官网

福利产品丰富度需要不断提升， 才能满足员工更多元化、更个性的福利选择需求

上半年年节集中，以东方福利网为例，年节福利在整年福利产品售卖业务中占比最高，其次是电影票通兑及生日福利；随着购物、传统节日福利、健康生活等频道产品丰富度的不断提升，员工可选择福利种类愈加多样。

2019H1
东方福利网产品情况

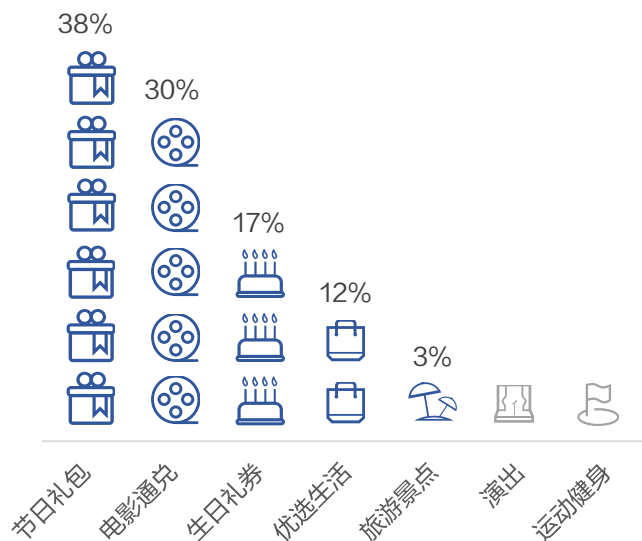
在线SKU

16000+

77%

同比增长

2019H1 东方福利网各频道
兑换金额占比



2019H1 东方福利网各频道
订单量同比增幅TOP3



TOP 1
购物



TOP 2
节日礼包



TOP 3
健康生活

数据来源：东方福利网

弹性福利概念自一、二线城市企业逐步普及

弹性福利模式受到越来越多企业的选择，以东方福利网为例，2019财年服务企业客户**17000**余家，服务企业数量和覆盖城市数都有显著增长态势，政府、金融、教育等行业合作企业数领先。

MAT2019 东方福利网企业用户情况

MAT2019
服务企业客户
17000余家



2019Q2
企业客户数同比增长92%



2019Q2
覆盖城市数同比增长50%

客户数行业排名&城市排名
TOP5



行业排名TOP5

政府

金融

教育

制造

科研



城市排名TOP5

上海

北京

广州

南京

深圳

数据来源：东方福利网

数据说明：MAT2019以东方福利网财年时间段划分，MAT2019：2018.4.1-2019.3.31

数据来源：东方福利网

越来越多企业开始启用企业福利管理系统

东方福利网服务平台信息化升级，推出百福得企业福利管理系统，将软件与服务有机结合，与客户自有系统API打通，完成企业员工信息数据的交互，实现信息数据同步，帮助企业把分散零碎的福利计划统一管理；企业福利管理系统自推出，便受到各大企业的关注，2019上半年接入百福得系统企业客户数同比增幅近一倍，交易额同比增长近20倍。

MAT2019 东方福利网企业用户情况

Dbenefit
百 福 得

↑ 交易额同比增幅 **1959%**

↑ 企业客户数同比增幅 **95%**

企业福利管理系统优势

运营模式

- 企业福利管理系统将福利品类、客户、员工有效整合，使福利采购更轻松高效
- 提供全链条服务，为客户设计定制化服务和用户界面，通过API接入客户系统、开通员工账户，并帮助其运维平台系统
- 技术迭代与大数据分析，不断优化

系统优势

- 自建IT团队，提升各品类福利整合运营效率
- 对客户消费情况进行大数据分析，提升用户体验

资料来源：东方福利网

CHAPTER 02

企业员工要怎样的福利？

你的福利主张是什么？



企业员工弹性福利兑换主张： 福利产品够丰富，你的福利主张是什么？

简单低调的
居家实用派



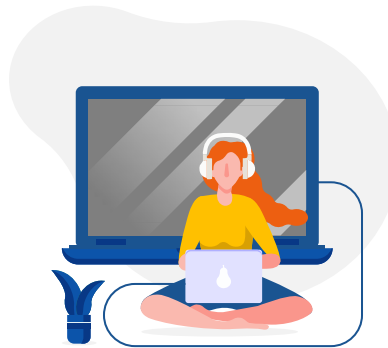
接地气与文艺兼备的生活哲学
生活平凡不简单

完美挑剔的
精致生活家



生活追求品质
科技产品及网红爆款傍身

体验至上的
娱乐玩家



个性icon随性追
演出观影一个不落

惜命如金的
养生大咖



茶杯枸杞在手
养生体检我有

简单低调的居家实用派



员工弹性福利兑换 隐藏的福利主张大揭秘

- 民以食为天，刚需食材坚持追求健康新鲜
- 垃圾分类新时尚，细节之处见涵养
- 偷得浮生半日闲，书中自有黄金屋

居家实用派的务实生活哲学：偏爱粮油生鲜食物类福利产品

粮油杂货乳品类目 2019H1 销量占比

米	20.0%
油	14.8%
干货	12.9%
杂粮	12.1%
牛奶	11.8%
调味料	6.2%
果干/零食	4.5%
酸奶/乳酸饮料	4.5%
中式主食	3.0%
冷冻点心	3.0%
即烹美食	2.4%
其他	5.0%



2019H1 水果类目
销量TOP5

苹果

柑桔橙柚

热带水果

奇异果

瓜



2019H1 生鲜类目
销量TOP5

鱼类

虾类

牛肉

鸡鸭鹅鸽

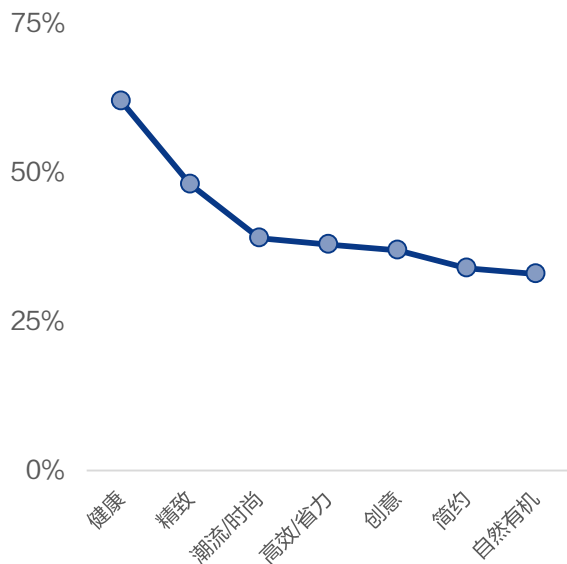
海产干货

数据来源：东方福利网

品味生活崇尚健康，成分更健康的油类品种更受欢迎

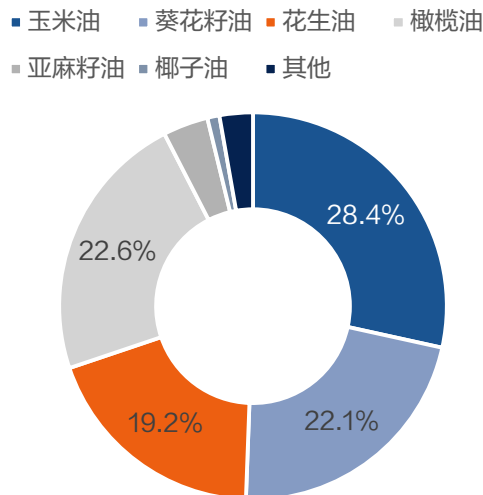
“健康”和“精致”是职场人的品味生活的首选标准，也直接体现在他们在福利产品兑换选择上。油品兑换量居粮油杂货类目首位，员工对油品的喜爱，不言而喻。以油品兑换为例，玉米油、葵花籽油、花生油排名前三，益于降血压的橄榄油、含有的α-亚麻酸的亚麻籽油愈加受到喜爱，品味生活要从健康开始。

消费者对“品味生活”的理解



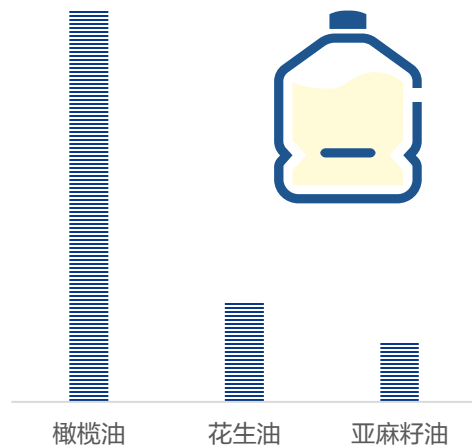
资料来源：网易考拉&易观
《“品味生活”消费趋势报告》

2019H1 东方福利网油品
兑换量分布



数据来源：东方福利网

2019H1 东方福利网油品
兑换量提升度TOP3

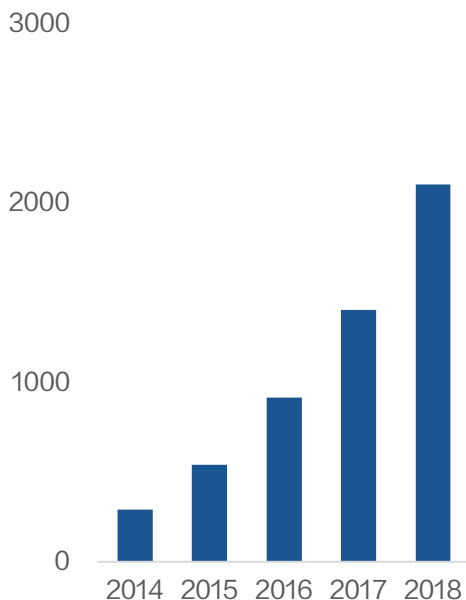


数据来源：东方福利网
数据说明：兑换量提升度=某类油品2019H1销量占比-该油品2018H2销量占比

福利兑换生鲜呈趋势，上海、深圳领衔“云买菜”

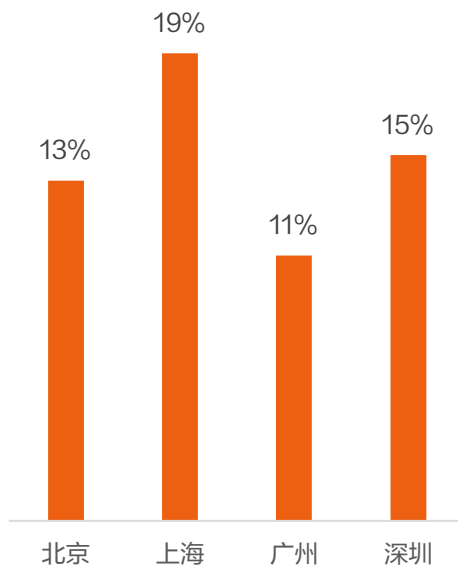
中国生鲜市场发展迅速，生鲜电商产业链条不断完善，在线购买水果及生鲜对于大众来说并不陌生，而如今兑换水果生鲜也成为弹性福利的好选择；以东方福利网水果生鲜的产品兑换情况来看，上海、深圳用户对水果生鲜的兑换偏好高于其他一线城市；私企的普及度最高，外企的兑换金额增速最快。

2014-2018 生鲜电商市场
交易规模（亿元）



数据来源：中商产业研究院

2019H1 东方福利网一线城市
水果生鲜产品兑换金额占比



数据来源：东方福利网
数据说明：兑换金额占比是以购物篮维度，计算某城市水果生鲜兑换金额/该城市整体兑换金额

MAT2019 东方福利网
水果生鲜产品兑换情况



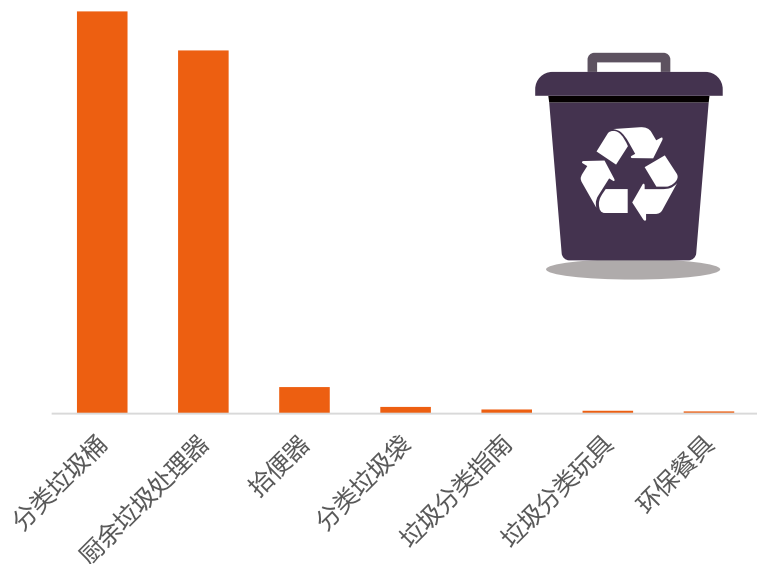
数据来源：东方福利网
数据说明：水果生鲜兑换渗透率=某类企业兑换水果生鲜的人数/该类企业整体平台兑换人数；MAT2019以东方福利网财年时间段划分，MAT2019：2018.4.1-2019.3.31

细节之处见涵养，居家也要贯彻“垃圾分类”时尚

随着“十三五”规划对垃圾分类的加速推行，各地垃圾分类立法工作提上日程，自上海7月1日起执行分类起，垃圾分类成为大众聚焦的话题。自7月起，东方福利网整体垃圾桶兑换量持续增长，其中，在迎合新政策下引入的中高价位干湿分离垃圾桶兑换量增速显著高于整体。

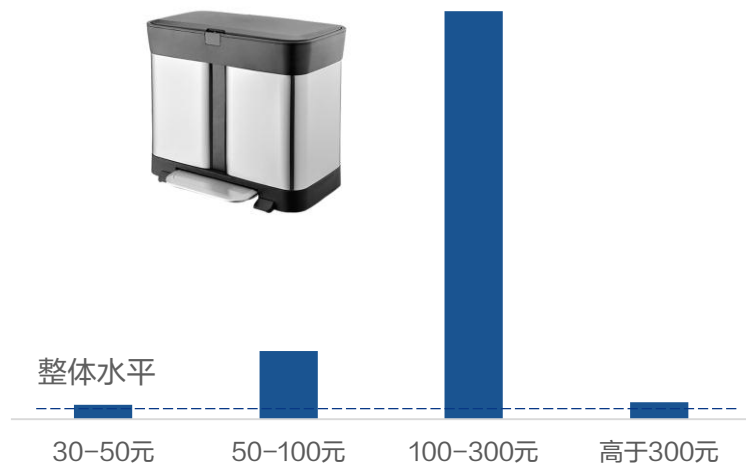
居家实用
精致生活
娱乐玩家
养生大咖

2018.7-2019.06
线上垃圾处理相关品类消费占比



数据来源：CBNData《食物垃圾处理器市场趋势洞察报告》

2019年8月 东方福利网
各价位段垃圾桶兑换量同比增速

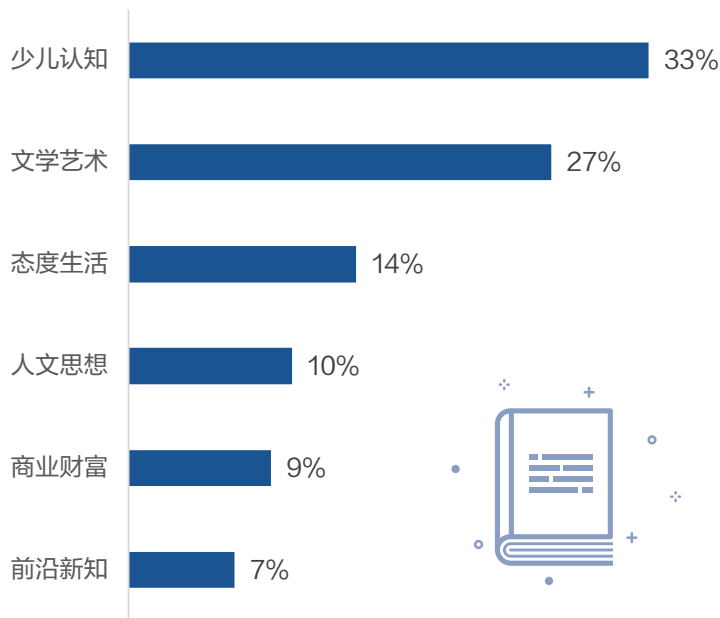


数据来源：东方福利网
图片来源于东方福利网

偷得浮生半日闲，书中自有黄金屋

所谓“书中自有黄金屋”，书籍阅读也是职场人的进修法则，少儿认知、文学艺术、态度生活是大众普遍选择；各行业图书兑换及阅读偏好不同，金融工作者最爱商业财富类书籍，制造业及交通邮政工作者愿探究人文思想，政府和科技工作者更愿与前沿新知保持同步，而教育工作者更专注于少儿认知，科研工作者潜心研究的同时，保持一颗“文艺心”。

2019H1 东方福利网各类书籍兑换量占比



数据来源：东方福利网

2019H1 东方福利网各行业图书兑换偏好



数据来源：东方福利网

数据说明：图书偏好以TGI计算，TGI=行业某类图书的兑换量占比/该类图书整体兑换量占比-1

完美挑剔的精致生活家



员工弹性福利兑换 隐藏的福利主张大揭秘

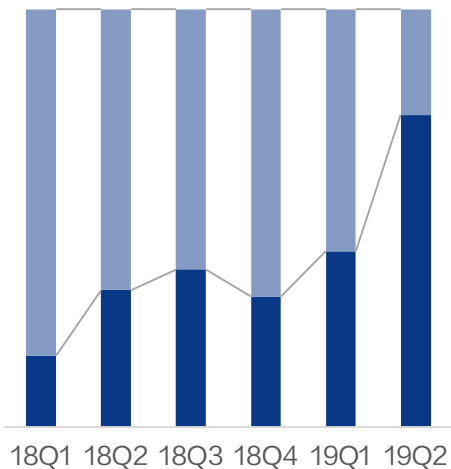
- 生活细节不马虎，坚果小零食相伴
- 品质宣言至上，科技“网红”产品傍身
- 生活服务类福利成便捷生活新宠

国产零食受喜爱，坚果零食成送礼自备良方

零食糕点享不停，送礼也有好主意，除进口巧克力、曲奇饼干等零食，以坚果、肉脯为代表的国产休闲零食愈加受偏爱，传统美味不容错过，老字号糕点受到企业员工的喜爱；随着国民健康意识提升，坚果成零食品类黑马，一跃成为零食排行榜首位。

2018Q1-2019Q2 东方福利网国产/进口零食兑换额比例

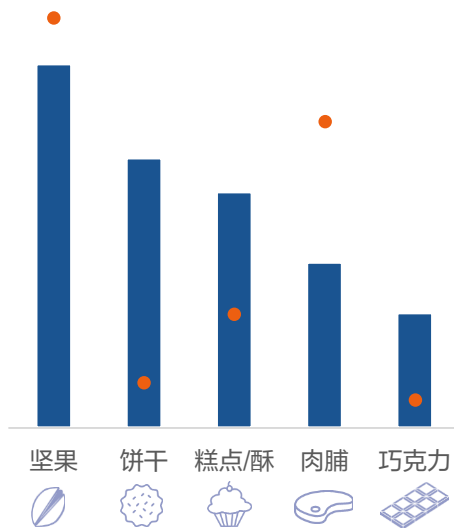
■ 国产休闲食品 ■ 进口休闲食品



数据来源：东方福利网

2019H1 东方福利网零食兑换额占比TOP5品类

■ 销售额 ■ 同比增速



数据来源：东方福利网

2019H1 东方福利网糕点兑换量品牌排名

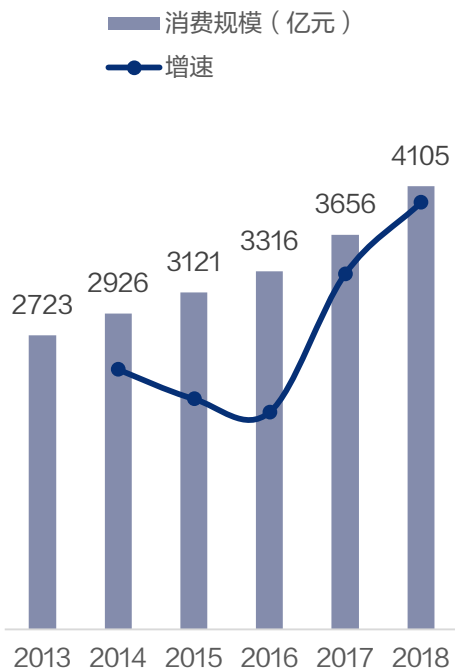


数据来源：东方福利网

“颜值经济”催生美妆个护福利产品的“精细”兑换趋势

我国美妆个护消费规模提速扩容，大众的“美丽投资”意识增强，“颜值经济”催生“精细化”的护理法则，私企员工最精致，科技个护类产品的兑换渗透率最高，美容仪器尤其受到职场人的喜爱，相较其他细分品类，东方福利网平台美容仪器的兑换额及增速皆具显著优势。

2013-2018
中国美妆个护产品消费规模



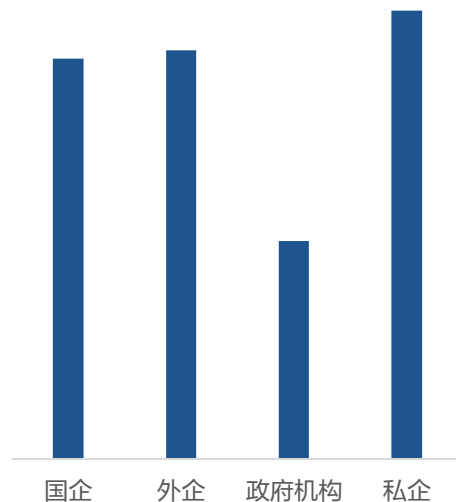
数据来源: Euromonitor

2019H1 东方福利网
热门科技个护产品兑换趋势



数据来源: 东方福利网
数据说明: 热门指兑换额排名TOP4品类

2019H1 东方福利网不同企业
类型科技个护产品兑换渗透率

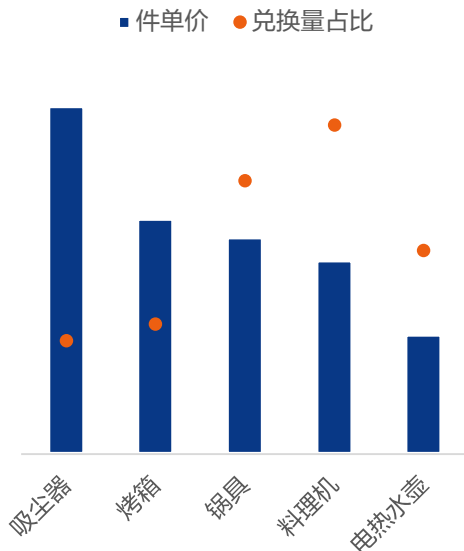


数据来源: 东方福利网
数据说明: 兑换渗透率=某类企业兑换科技个护产品的人数/整体该类企业兑换过产品的人数

网红款小家电点亮生活，福利产品与时俱进

小家电产品兑换量靠前的细分品类中，吸尘器和烤箱的平均件单价处于较高的水平，而如今小家电产品的需求释放，更是得益于近来市场关注度提升带来的“流量红利”，网红小家电在小红书、抖音等社交平台的走红，使大众对这些高颜值“网红”或者“黑科技”小家电更加熟悉。

2019H1 东方福利网兑换量占比TOP5小家电兑换情况



数据来源：东方福利网

数据说明：选取小家电类销量占比前五位的细分品类，件单价=兑换金额/兑换件数

2019 小家电通过社交平台话题热度

小红书

小红书上目前有关小家电的笔记已超过1万篇



抖音平台中小家电话题中热度最高的#好用小家电种草#总播放量达到了2194.6万

数据来源：亿邦

《牵手社交平台 小家电的网红之路走得如何？》

东方福利网网红小家电举例



戴森
空气净化扇



奥士达
梅森杯榨汁机



摩飞
多功能料理锅



日本TOFFY
复古烤箱

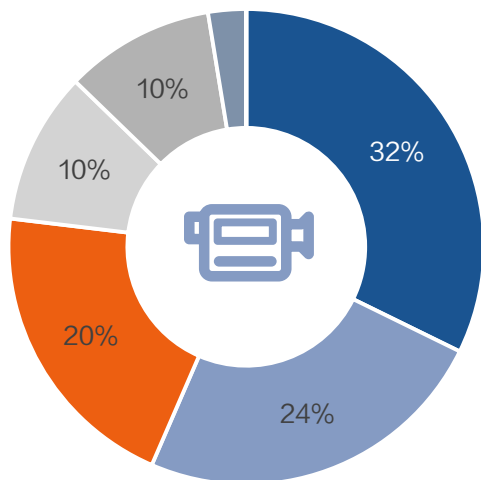
图片来源于东方福利网

数码新潮产品不断更新，“仪式感”点缀生活及工作

凡事都能“仪式感”，新潮数码产品为员工生活和工作带来新鲜体验，福利兑换一款个性十足的IP款耳机或是手感满分的机械键盘都能给企业员工带来工作的好心情。

2019H1 东方福利网
科技数码产品兑换量分布

■ 耳机 ■ 鼠标 ■ 移动电源 ■ 音箱 ■ 键盘 ■ VR眼镜



数据来源：东方福利网

东方福利网
科技数码新潮产品举例



漫威复仇者联盟系列
蓝牙耳机



银河护卫队
树人无线鼠标



猫王收音机
蓝牙音箱



洛斐DOT圆点蓝牙
机械键盘



小米 VR一体机
超级玩家版



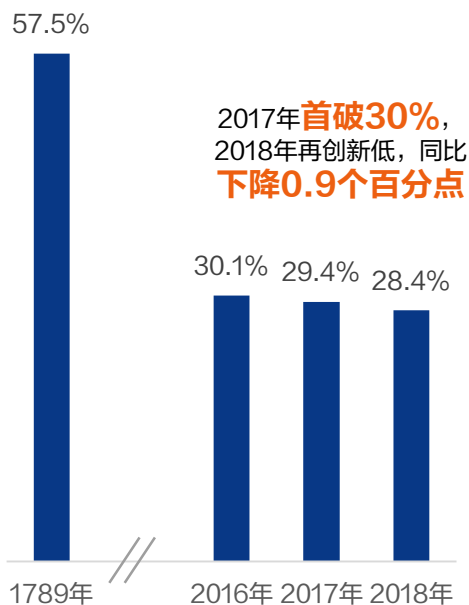
泰迪珍藏 猪年泰迪无线
座式充电器

图片来源于东方福利网

生活服务类福利产品成为白领新宠

恩格尔系数的持续走低意味着我国居民生活告别温饱阶段，消费者更富裕、更具个性和品味，同时，我国的消费需求也越来越精细，服务及生活方式的需求处持续上升阶段；福利兑换方面，员工的便捷生活体验需求突显，开始倾向于生活服务类产品，付费视频、洗衣服务、照相、打车出行、航空里程等成了新一代福利兑换选择。

2016-2018
全国居民恩格尔系数



数据来源：根据公开资料整理

居民生活日常消费及服务需求



未来消费习惯趋势：
从购买产品到享受服务

2016-2021 服务/生活方式类
消费对私人消费增量的贡献比
例预计51%

数据来源：根据公开资料整理

2019H1 东方福利网生活服务
类产品热门兑换商家



数据来源：东方福利网
数据说明：以产品兑换量统计商家热门程度

体验至上的娱乐玩家



员工弹性福利兑换 隐藏的福利主张大揭秘

- 文艺心创意魂，礼品也要“墨水味”
- 潮玩文化出圈，“盲盒”福利更惊喜
- 旅行为生活添“小资”，演出观影一个不落

文创热情已激发，福利产品也要“墨水味”

文创之风正蓬勃发展，据《2019博物馆文创产品市场数据报告》显示，2019年整体规模相比2017年增长了3倍，以“人气王”故宫访问情况为例，线上文创市场空间大，大众对文创产品的热情极高；同时，东方福利网的创意礼品福利产品兑换情况也印证了文创产品的市场潜力，故宫周边产品正是契合了员工们的“墨水情怀”。

博物馆
线上人气排名

销量排名 粉丝数

故宫博物院 333万

中国国家博物馆 86.9万

大英博物馆 69.1万



数据来源：《2018年天猫博物馆文创数据报告》（时间维度截至2019年5月16日）

故宫博物院及故宫在天猫的
访问情况对比

单位：万

1700

故宫博物院
年参观人次

6000

故宫在天猫
年访客量

数据来源：《2018年天猫博物馆文创数据报告》（时间维度截至2019年5月16日）

东方福利网
创意礼品兑换情况

2019H1 创意礼品兑换量
同比增速TOP3

创意文化产品

创意玩具公仔

创意办公用品



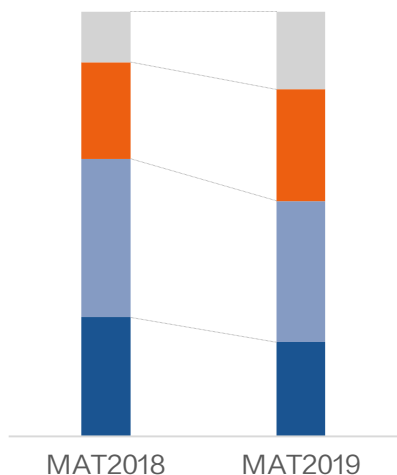
数据来源：东方福利网
图片来自于东方福利网故宫相关创意文化商品详情

潮玩文化出圈，“盲盒”福利让人惊喜

模玩手办的受众远不止青少年和儿童，模玩承载着的文化及情怀不断吸引各年龄段消费者的目光；近来，盲盒潮玩掀起一波“盲盒经济”，不仅是线上、线下的销售购买，盲盒爱好者之间的交换也有着巨大的市场；时下最火爆的POPMART也在东方福利网平台上线，福利兑换潮玩也成为新趋势。

MAT2018-MAT2019
模玩手办不同年龄层消费额占比

■ 80后 ■ 85后 ■ 90后 ■ 95后



数据来源：《Z世代圈层消费大报告》
数据说明：研究类目包含机甲模型，手办，潮玩盲盒等；
MAT2018:2017.4.1-2018.3.31, MAT2019:
2018.4.1-2019.3.31

盲盒市场消费情况



过去一年闲鱼上有**30万**盲盒玩家进行交易，每月发布闲置盲盒数量较一年前**增长320%**，最受追捧的盲盒价格**狂涨39倍**

数据来源：闲鱼

东方福利网热卖盲盒产品举例



毕奇



Molly



潘神



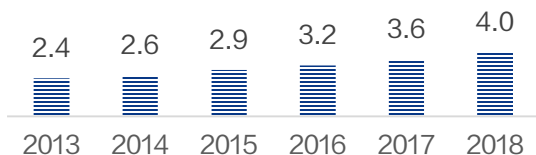
Fluffy House

图片来源于东方福利网

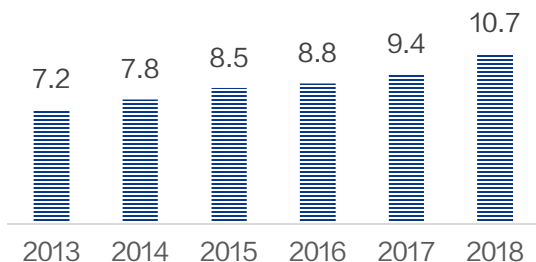
旅行市场持续升温，旅行为生活添“小资”

旅行成常态，我国境内游和境外游皆持续升温，员工对于旅行和游玩的期待度高，东方福利网旅行游乐频道订单量增幅统领整体，员工们对旅行和娱乐的重视度显而易见，上海和北京是员工福利景点门票兑换的热门城市。

2013-2018
境内游人均出游次数趋势

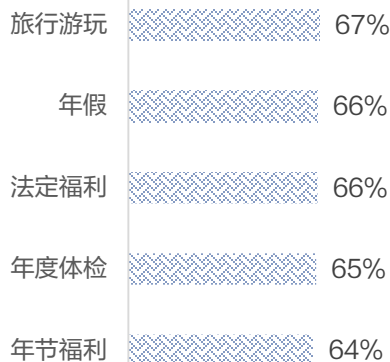


2013-2018
境外游人均出游次数趋势（每百人次）



数据来源：国家统计局

员工对不同福利种类的
期待程度TOP5



数据来源：东方福利网
数据说明：N=476 Q: 请问，以下哪些福利符合说明条件（您想要获得的）？

2019H1 东方福利网
热门旅行景点

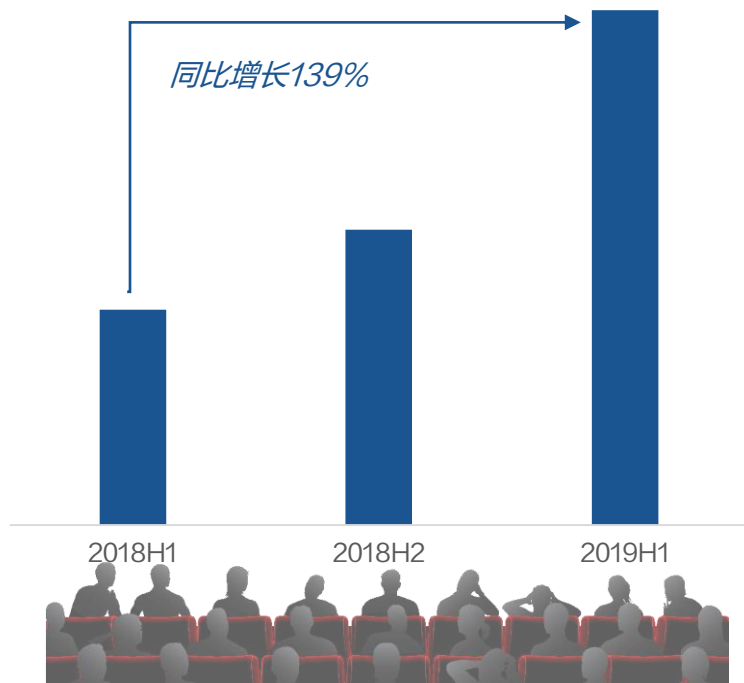


数据来源：东方福利网

影片演出热卖，娱乐玩家悉数捧场

电影是忙碌工作中良好的解压娱乐方式，弹性福利兑换院线电影受员工们广泛的喜爱，19年上半年影票兑换观影人次同比增长139%；在演出方面，音乐会更得娱乐玩家之心，兑换量显著高于其他类型演出门票。

2018H1-2019H1
东方福利网电影观影人次



数据来源：东方福利网

2019H1 东方福利网
演出门票兑换量占比



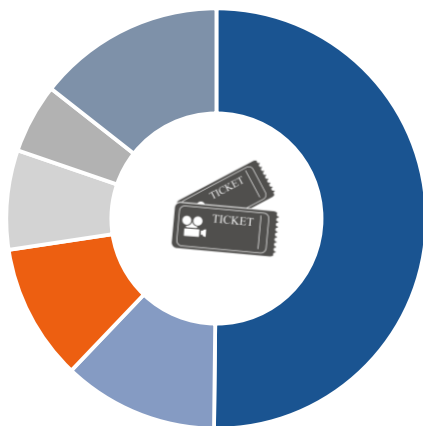
数据来源：东方福利网

各城市解锁“观影标签”，武汉最洒脱、西安爱热闹

东方福利网电影票兑换多集中在一线城市，上海地区的企业员工是观影主力军，贡献五成的电影票兑换量；以兑换情况来看，武汉地区企业员工最洒脱，一人观影不寂寞，西安员工最爱热闹，喜欢4人组团看电影，而南京既甜蜜又温馨，2-3人观影比例高于其他城市。

2019H1 东方福利网
电影购票量分布

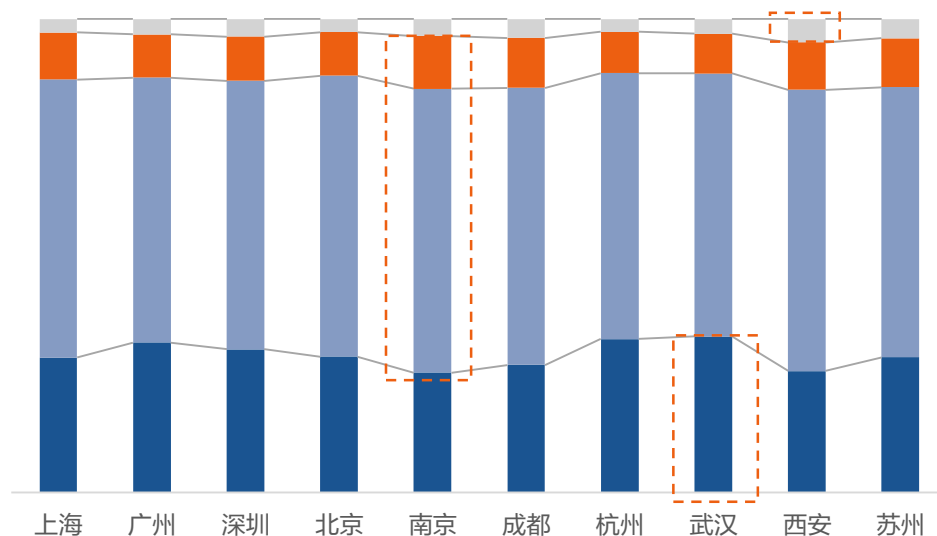
■ 上海 ■ 广州 ■ 深圳 ■ 北京 ■ 南京 ■ 其他



数据来源：东方福利网

2019H1 东方福利网各城市电影购票
单次购买张数情况

■ 1张 ■ 2张 ■ 3张 ■ 4张



数据来源：东方福利网
数据说明：购票情况以计算单次下单时，购买的电影票张数计算

“惜命如金”的养生大咖



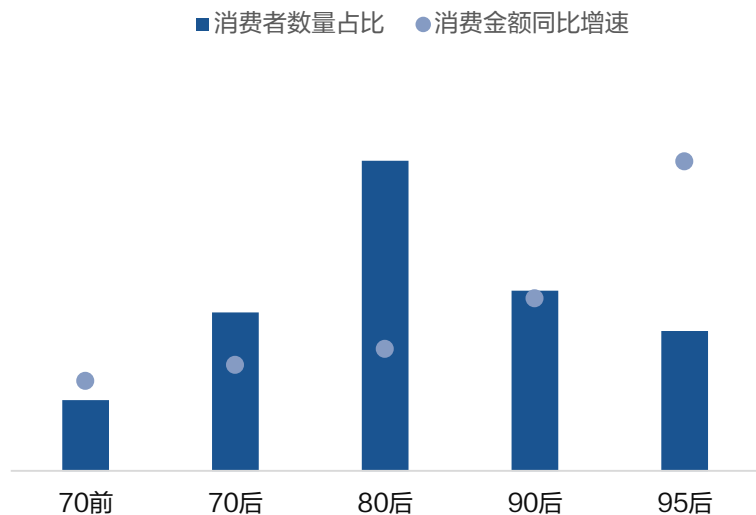
员工弹性福利兑换 隐藏的福利主张大揭秘

- 健康意识高，“深夜”关爱自己多一点
- 保健品“加持”，体检项目帮健康把关

年轻的养生咖异军突起，朋克养生重健康

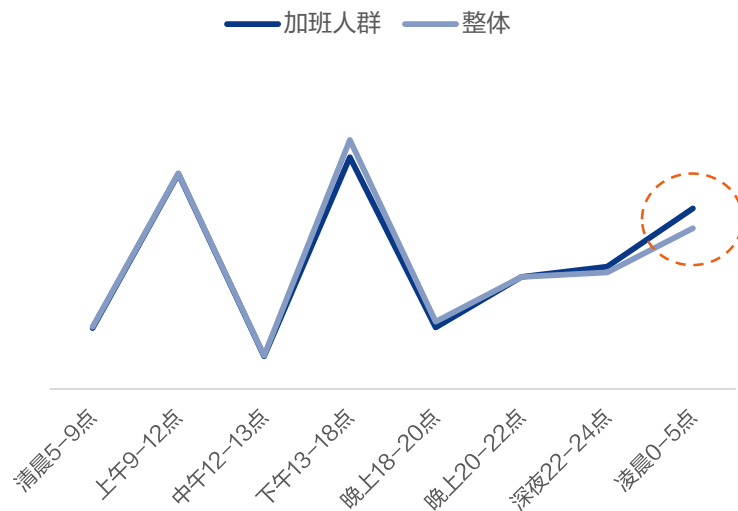
加班对于职场人的并不陌生，加最累的班，熬最“补”的夜，相较于整体人群，有更多的加班党在0点以后购买健康产品，年轻活力的95后对健康的投资也毫不马虎，95后在健康产品上的消费增速突出。

2017.07-2018.06 天猫平台不同代际健康产品消费者占比及消费金额同比增速



数据来源：CBNData X 天猫国际《2018国民健康跨境消费趋势报告》

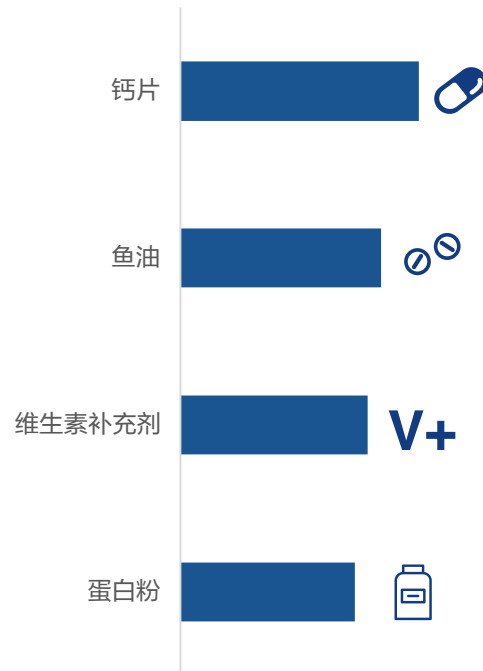
2017.07-2018.06 天猫国际加班奋斗士健康产品不同时间段下单用户占比



数据来源：CBNData X 天猫国际《2018国民健康跨境消费趋势报告》，健康产品包括传统滋补营养品及保健食品/膳食营养补充产品，加班奋斗士根据用户整体购物篮中购买的加班熬夜相关产品及职业属性圈定

长时间的久坐、缺乏运动、加班等因素，导致白领阶层成为亚健康的主要人群，视力疲劳、骨密度低、免疫力差等问题是职场人关注的重点健康问题，职场人更偏好选择保健品，钙片、鱼油和维生素补充剂是最普遍的职场保健品兑换选择。

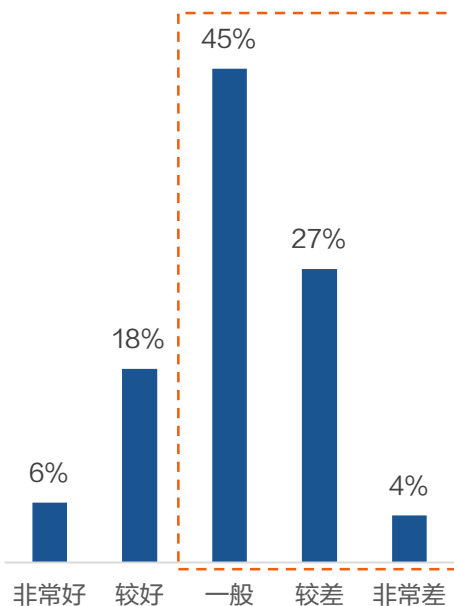
2019H1 东方福利网保健品 兑换量TOP5品类



超七成职场人士健康状况不自信，体检福利先把关

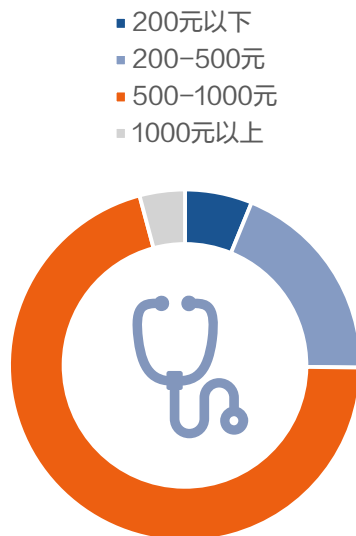
健康是职场中的重要竞争力，近期一份职场人健康状况自评调查显示，认为身体健康状况良好的人数不到三成，职场人的健康管理受到社会、企业以及个人的关注；体检是了解健康状况的第一步，东方福利网健康生活频道中，500-1000元体检产品成为企业及个人的主流选择，同时，平台上的体检产品也越来越有针对性，细分化的产品给予了员工更多的福利兑换选择空间。

2019 职场人健康状况自评



数据来源：智联招聘《2019年职场人健康力报告》

2019H1 东方福利网
各价位段体检产品销量分布



数据来源：东方福利网

2019H1 东方福利网
平台热门体检类型



数据来源：东方福利网

CHAPTER 03

企业弹性福利兑换 性格起底

不同企业间的弹性福利偏好是怎样的？



不同类型企业福利性格大不同

2019H1 各行业偏爱兑换TOP3

水果生鲜



服务业

酒店业

交通邮政

电影



娱乐业

医疗业

政府

生日



农林牧渔

科研业

教育业

休闲食品



服务业

建筑业

交通邮政

盲盒



水利环境

服务业

科研业

科技个护



采矿业

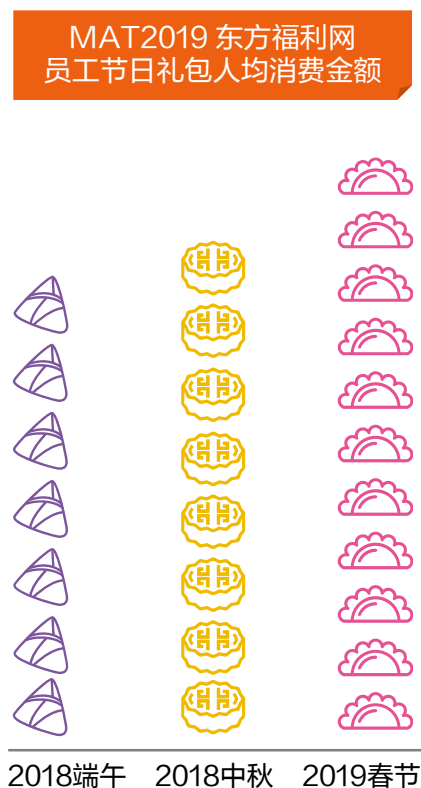
服务业

建筑业

数据来源：东方福利网

福利预算“节节攀升”，各行业节日礼包预算榜单

企业传统节日福利愈加丰厚，员工节日礼包人均消费金额攀升，水利环境、农林畜牧和金融行业是隐藏的福利BOSS，节日礼包福利最丰厚，采矿行业居端午增幅首位，中秋节日礼包预算水利环境增幅最高。

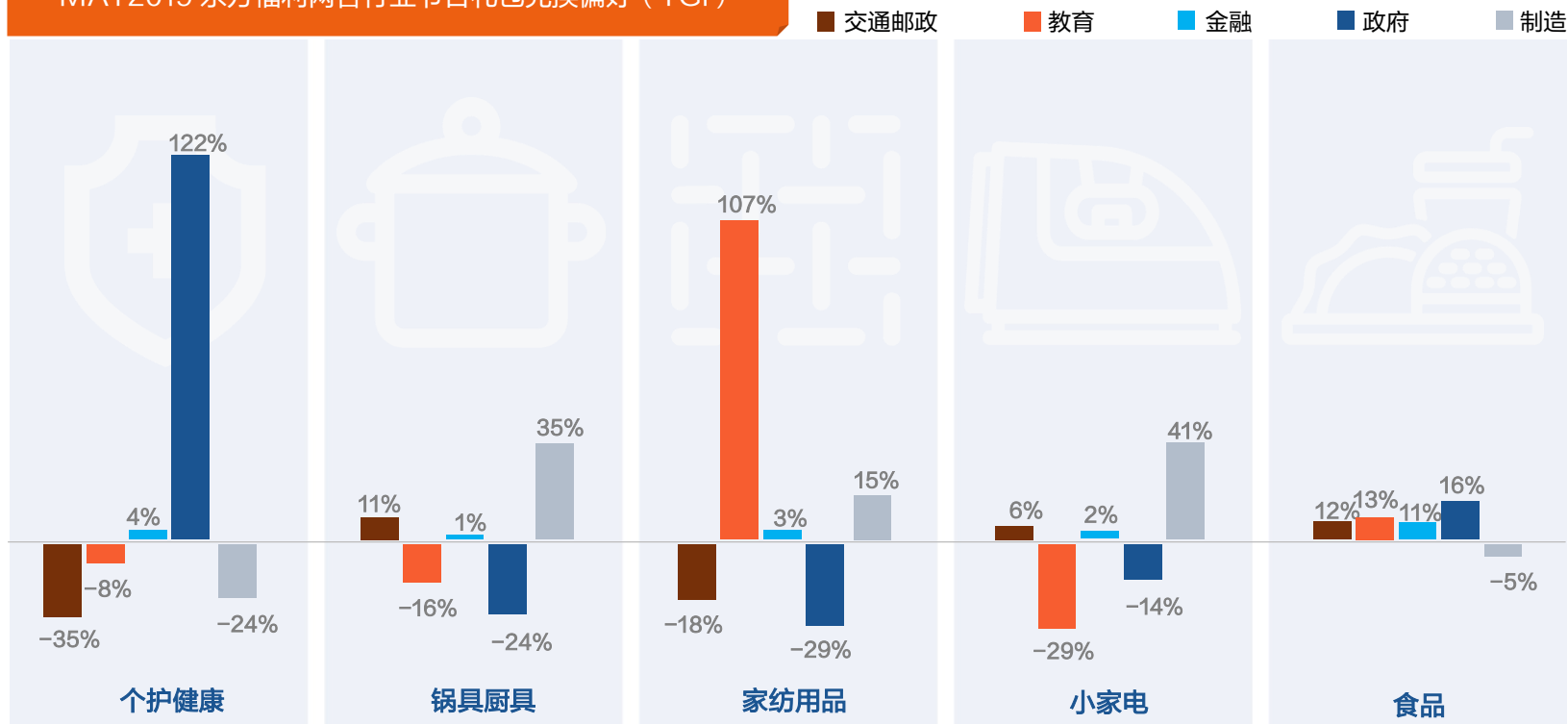


数据来源：东方福利网
数据说明：MAT2019以东方福利网财年时间段划分，MAT2019: 2018.4.1-2019.3.31

节日礼包兑换性格： 教育业最“居家”，政府最看重“个护”

各行业有着自己节日礼包兑换偏好，教育业偏好家纺用品，政府员工偏好个护健康，制造业很务实，偏好小家电和锅具厨具。

MAT2019 东方福利网各行业节日礼包兑换偏好（TGI）



数据来源：东方福利网

数据说明：兑换偏好=某行业某品类礼包兑换份数占比/整体该品类礼包兑换份数份额-1，大于0表示偏好，小于0则为不偏好

CHAPTER 04

趣味数据



企业员工福利兑换频道偏好榜单

城市用户偏好频道排名

北京	广州	南京	上海	深圳
电影	电影	生日汇	电影	电影
生日汇	生日汇	电影	生日汇	生日汇
节日礼包	节日礼包	节日礼包	节日礼包	节日礼包
购物	购物	购物	购物	购物

行业用户偏好频道排名

教育	金融	科研	政府	制造
电影	电影	生日汇	电影	电影
生日汇	生日汇	电影	生日汇	生日汇
节日礼包	节日礼包	节日礼包	节日礼包	节日礼包
购物	购物	购物	购物	购物

不同类型企业员工福利商品偏好TOP3

国企	私企	外企	政府机构	其他
节日礼包	电影	节日礼包	电影	节日礼包
电影	节日礼包	电影	节日礼包	电影
生日汇	生日汇	生日汇	生日汇	生日汇



数据来源：东方福利网

数据说明：2019财年数据（2018.4.1-2019.3.31）

中秋为例，各行业传统节日礼包采购预算



行业下单金额占比排行



数据来源：东方福利网
数据说明：2018年中秋节数据

东方福利网图书频道兑换榜单



少儿认知

养育男孩(典藏版)

真正的蒙氏教育在家庭—50个经典沟通游戏造就孩子合作力

儿童好奇心大百科

哈利·波特与魔法石
(全彩绘本)

好妈妈胜过好老师

神奇的逻辑思维
游戏书

文学艺术

给孩子读诗

我们仨(新版)

月亮与六便士

白夜行

老人与海

名侦探的咒缚

态度生活

英语语法
看这本就够了大全集

以幽默的方式过一生

蔡康永的情商课:
为你自己活一次

高情商沟通:
赢取信任、改变人生的
说话技巧

世界美术名作二十讲

洞察:精确观察和
有效沟通的艺术

商业财富

薛兆丰经济学讲义
(市场版)

原则

掌控谈话

七堂思维成长课:
精英群体的行为习惯

小岛经济学:
鱼、美元和经济的
故事

从0到1——开启商业
与未来的秘密

前沿新知

认识身体

有用的逻辑学
(第2版)

人人都在说谎:
赤裸裸的数据真相

众病之王:癌症传

13次时空穿梭之旅

给好奇者的暗黑
物理学

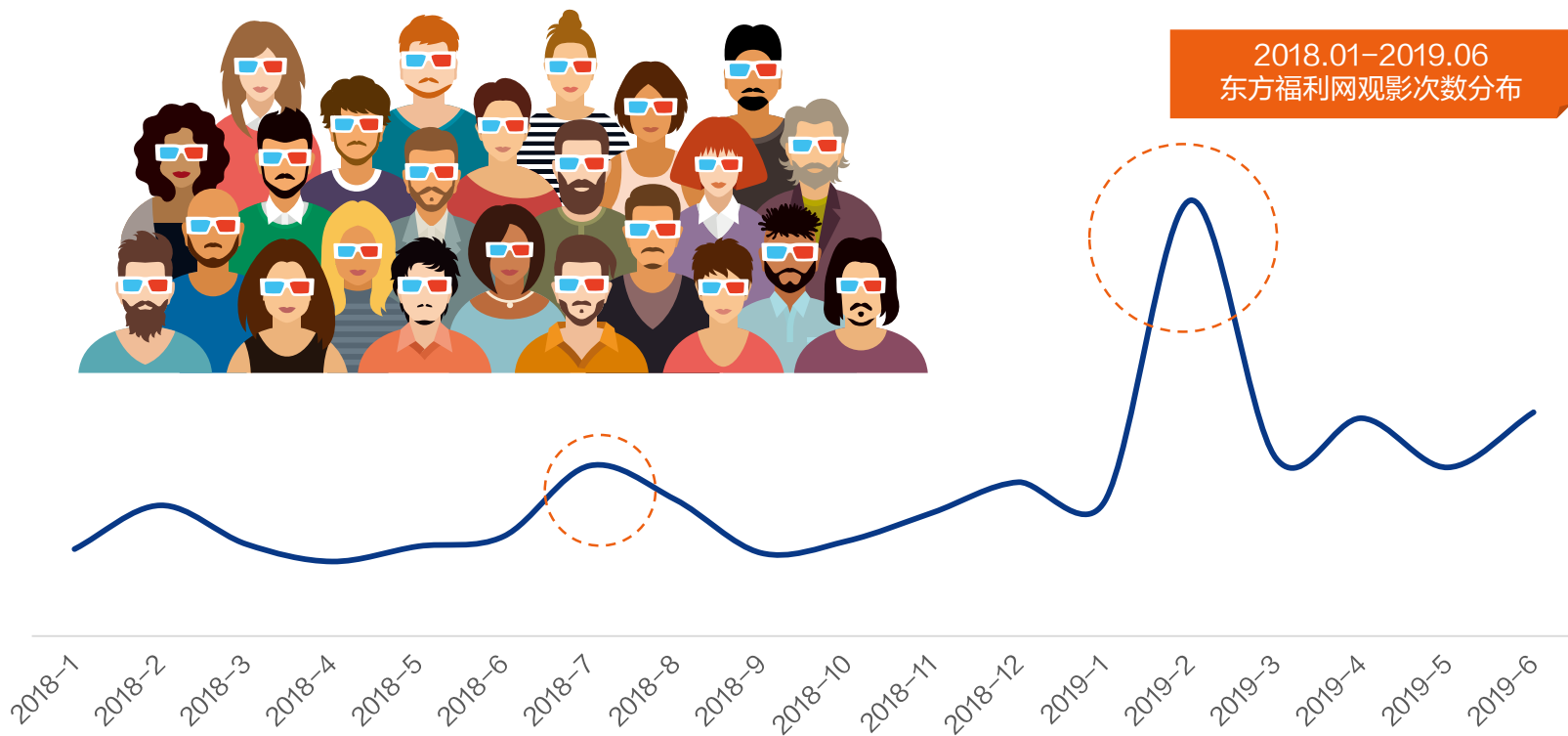
数据来源: 东方福利网

热门旅行城市景点兑换榜单

上海市	北京市	西安市	广州市	沈阳市	天津市	南京市	深圳市	苏州市
上海自然博物馆	故宫	秦始皇兵马俑博物馆	长隆野生动物世界	七星海世界主题乐园	花开海上生态园	清潭洞 SPA 汗蒸温泉馆	东部华侨城	拙政园
上海迪士尼度假区	北京野生动物园	秦陵地宫	广州塔	天坛	天津海昌极地海洋公园	瞻园	深圳欢乐谷	华谊兄弟电影世界
东方明珠	北京动物园	大唐芙蓉园	珠江夜游 广州塔码头	极乐汤温馆 (川沙店)	天津欢乐谷	汤山紫清湖旅游区	光明农场大观园	虎丘
世纪公园	古北水镇	小雁塔雁园皮影戏	广东科学中心	居乐汤汤泉	高明盈香生态园	珍珠泉风景区	观澜山水田旅游文化园	金鸡湖游船
上海海昌海洋公园	八大处公园	秦岭野生动物园	宝墨园	怪坡国际滑雪场	滕王阁	南京总统府	深圳欢乐海岸	穹窿山

数据来源：东方福利网

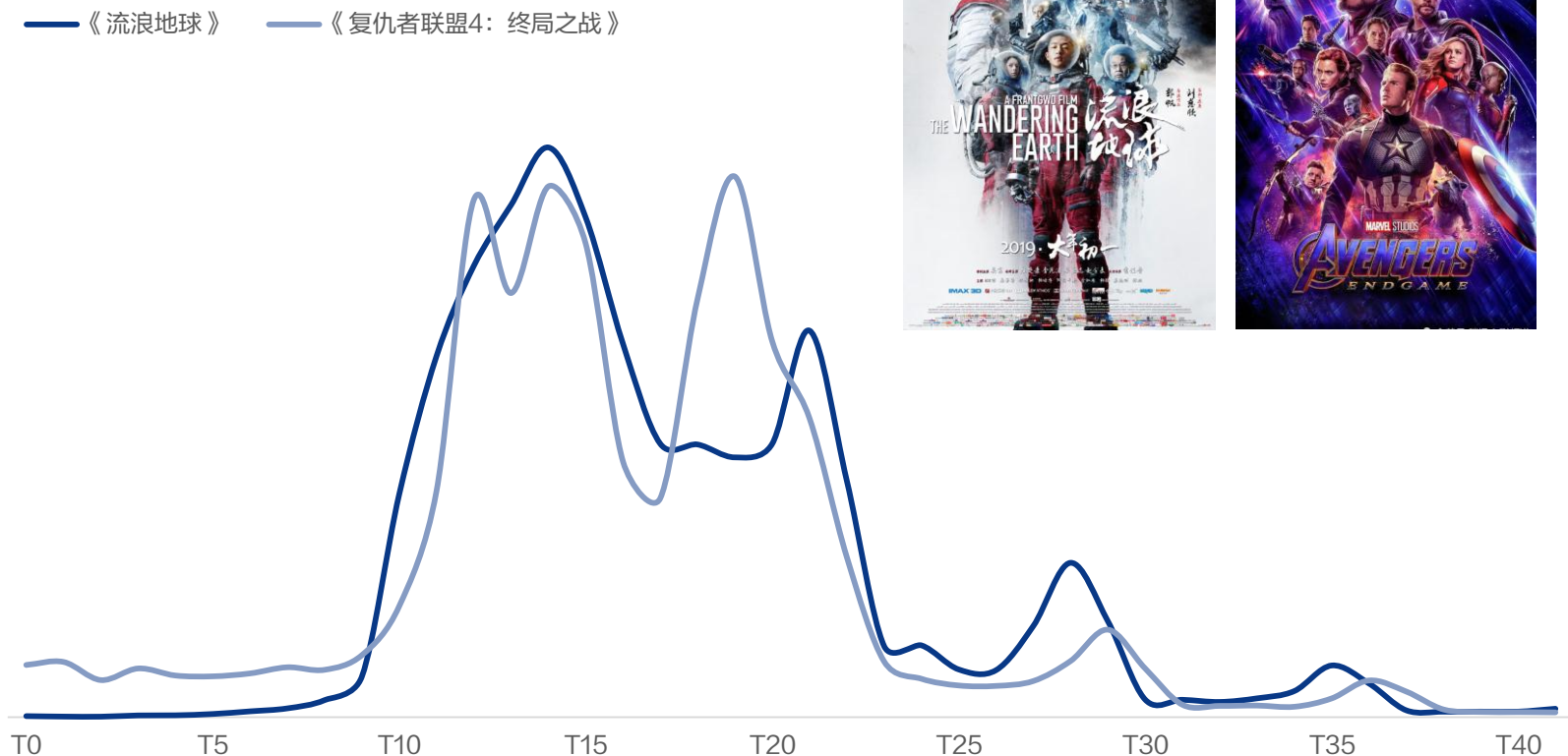
年度观影热度分布： 观影高峰集中在春节期间，暑期观影也呈现小高峰



数据来源：东方福利网
数据说明：分布数据以18年1月为基准

购票热度追踪： 2019现象级电影大片引发电影票福利兑换高峰

东方福利网电影热度分析



数据来源：东方福利网
数据说明：热度分析以电影上映后42天为追踪周期，T0表示电影上线当天

DATA COVERAGE 数据说明

■ 数据来源：CBNData消费大数据、东方福利网

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

具体指标说明：

数据时间段: 2018.1.1–2019.6.30

MAT2019: 2018.4.1–2019.3.31

人群标签：基于消费者在平台上一年的消费行为确定；

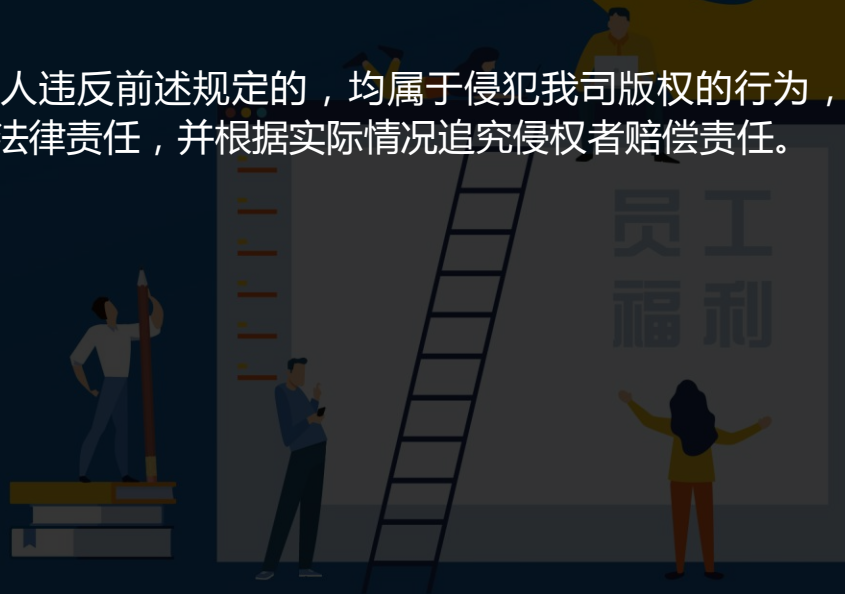
为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

COPYRIGHT DECLARATION 版权声明

■ 本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。



ABOUT US 关于我们

视觉设计：张书博

联系我们：Data@dtcj.com

商务合作：BD@dtcj.com

加入我们：JOB@dtcj.com

■ 第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的商业数据研究机构和内容运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，拥有全球最大的消费数据库和中国最大的财经全媒体集群。「CBNData数据服务」以数据培训、数据咨询、数据整合营销为核心，构建了跨领域的商业数据库和面向不同商业场景的数据服务体系及数据工具产品；

「CBNData内容服务」主要面向金融领域等商业场景，为客户提供金融场景一站式资讯解决方案。CBNData始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。

FOLLOW
US
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDData官网



CBNDData官方微信号

CBN DATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察

© 2019 CBN Data. All rights reserved.

