

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

# 企业中秋采购趋向个性化

## 说数

□ 本期点评 柴祯祯

中秋佳节将至,不少企业陆续为员工开展中秋福利采购。数据显示,2023年,企业平均在中秋节前45天就开始中秋福利采购,大型公司基本在中秋节前60天甚至更早就开始准备中秋福利采购。而随着“95后”年轻人开始成为职场主力,多元化、个性化需求成为当下企业采购节日福利的一个显著特点,定制化程度也逐渐走深。

一方面,企业福利采购品类的潮流化与个性化特征越来越明显。虽然米面粮油、生鲜水果等传统福利食品占比仍然较高,但健康产品、潮流小家电以及运动户外产品成为福利新选择。2023年中秋福利采购季期间,营养保健品类订单量同比增长65%,潮流生活电器、潮流盲盒和潮流厨电采购订单量同比分别增长了143%、80%和62%。此外,随着今年户外运动的火热,一些企业也将旅游、露营等品类的产品纳入到了采购之中,以满足员工户外活动的需求。今年中秋福利采购期间,帐篷/垫子、户外营地车、野餐用品和旅行装备的订单量同比分别增长了130%、109%、84%和74%。

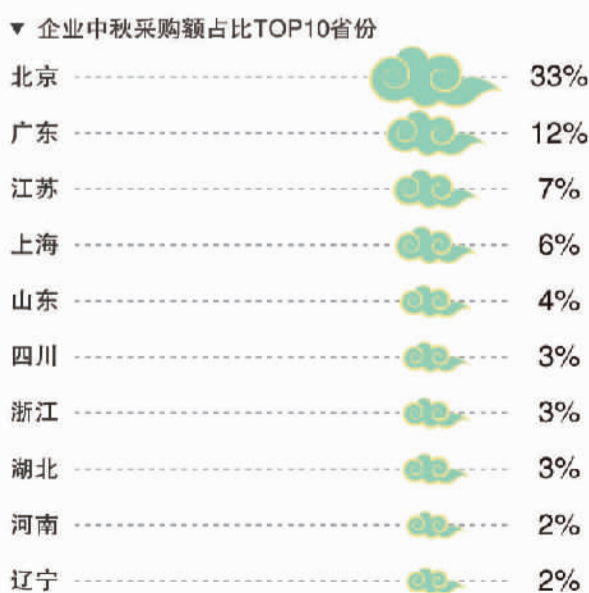
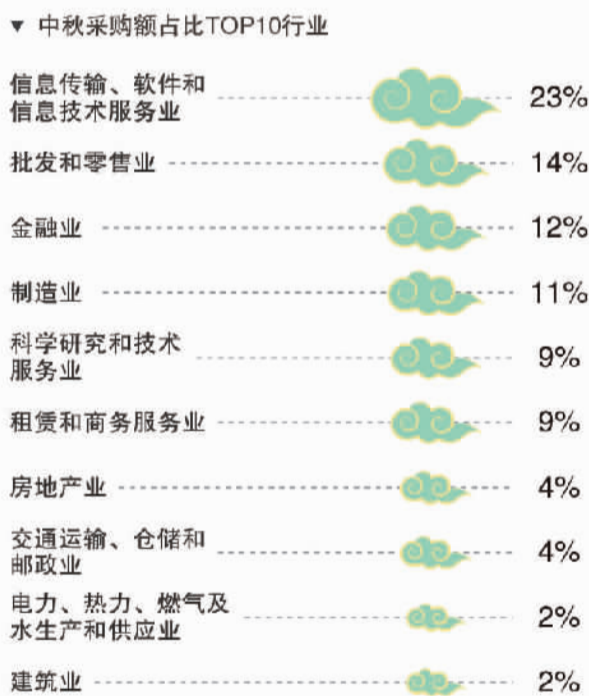
另一方面,节日福利的选择也有行业个性。传统型、生产型企业更加偏好实物类商品,更看重福利的实用性;互联网、服务类企业更偏好灵活型的福利,更多用礼品卡实现弹性福利。此外,与大型企业相比,中小企业中秋采购中家用电器、日用品、数码和营养保健品类的订单量占比要更高。

随着员工福利个性化、多元化、定制化趋势加深,企业也普遍希望通过更高效的员工激励关怀,与员工建立信任,提升员工幸福感、归属感,推进企业更好发展。如何以更低成本和更优质产品帮助企业做好员工福利的选择和发放,也成为当前行业关注的核心问题。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)

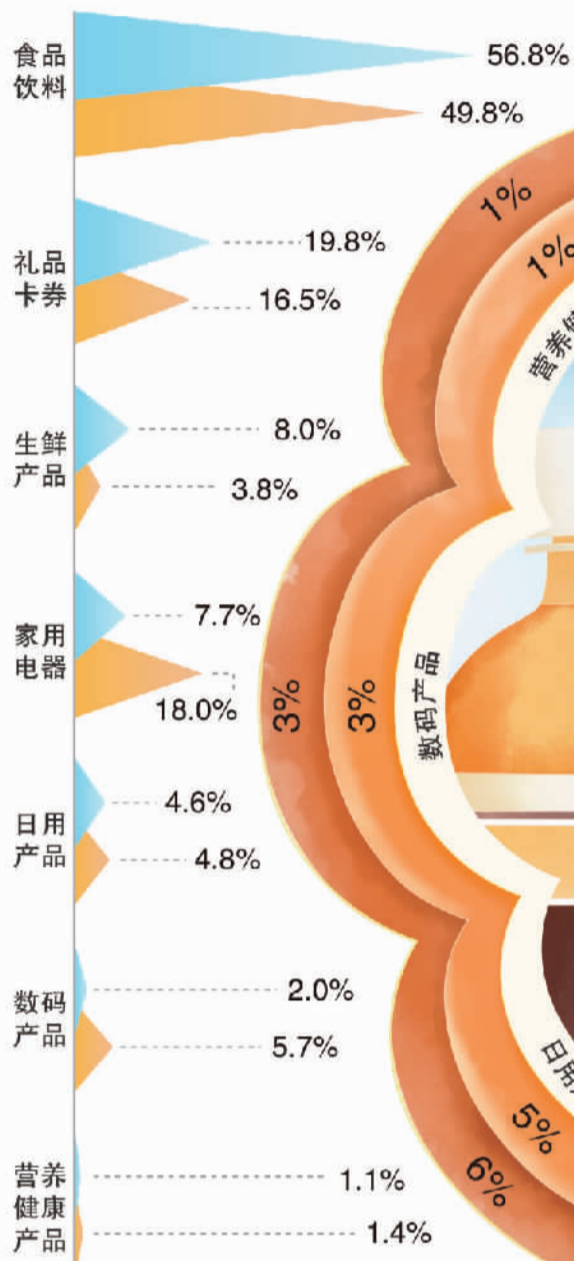


食品饮料和家用电器是今年企业采购订单量占比最高的品类,但近年来,越来越多企业把数码产品、营养保健品等加入到采购清单中,各类健康产品、潮流小家电及运动户外产品的采购量增长明显,这表明企业采购正变得更加多元化和个性化。

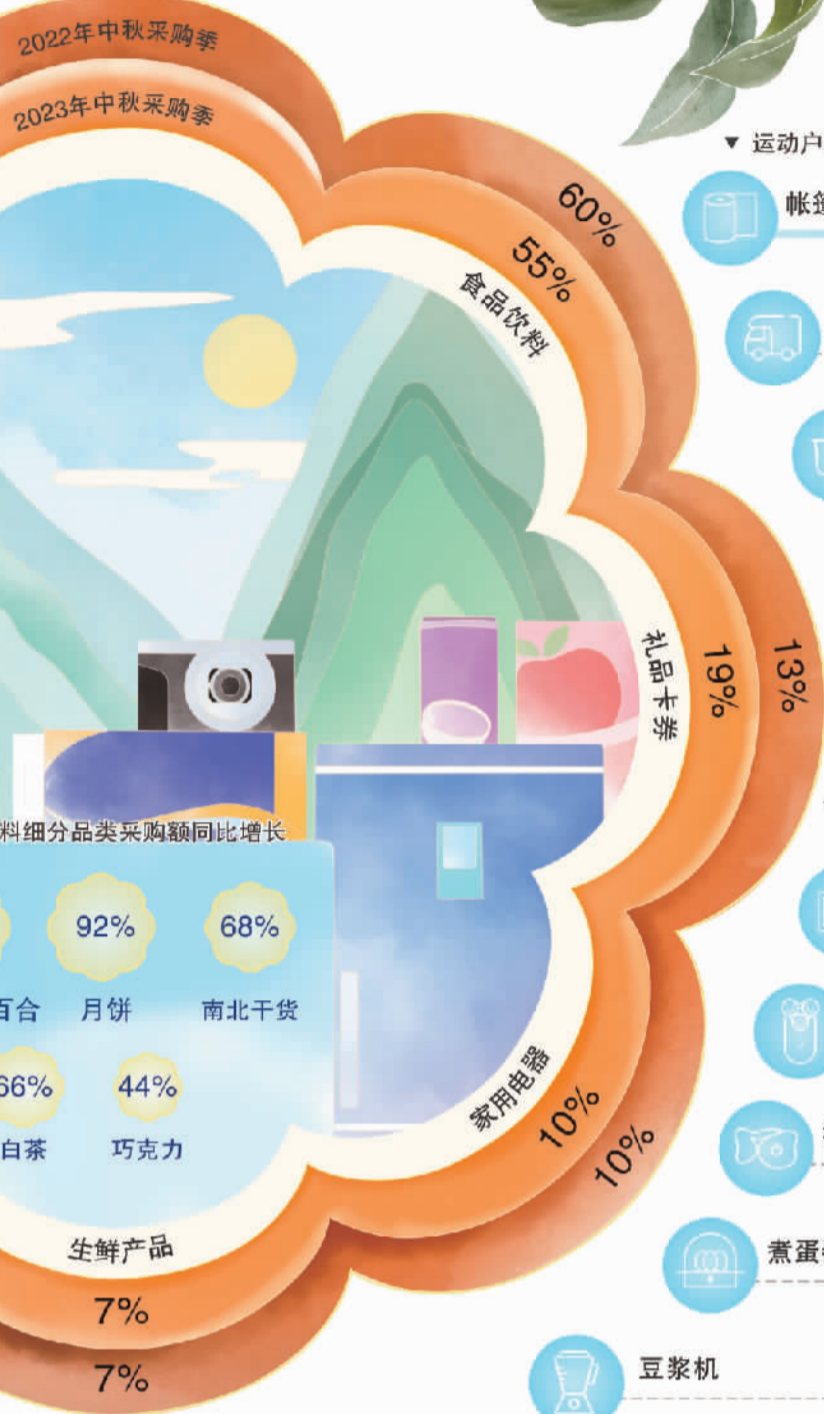


## 1 企业中秋采购品类特点

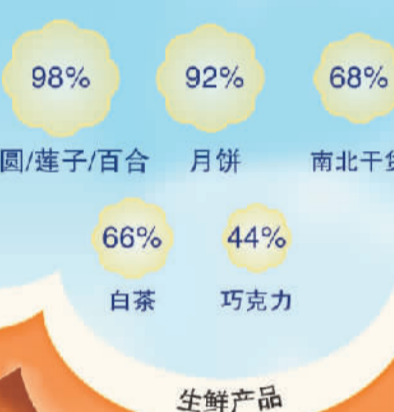
▼ 不同规模企业的采购订单构成



▼ 企业采购订单构成



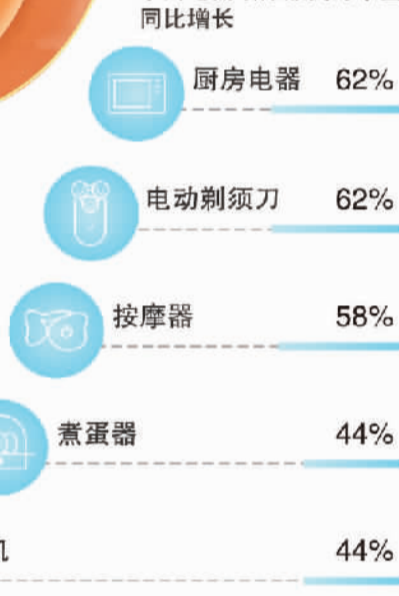
▼ 食品饮料细分类别采购额同比增长



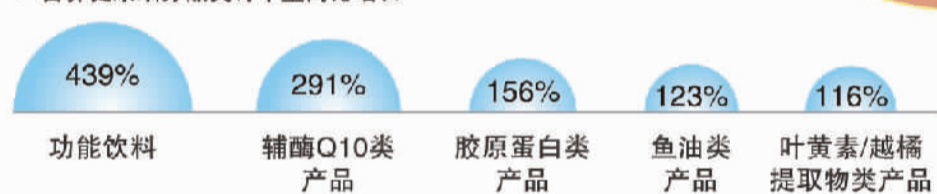
▼ 运动户外细分类别订单量同比增长



▼ 家用电器细分类别订单量同比增长



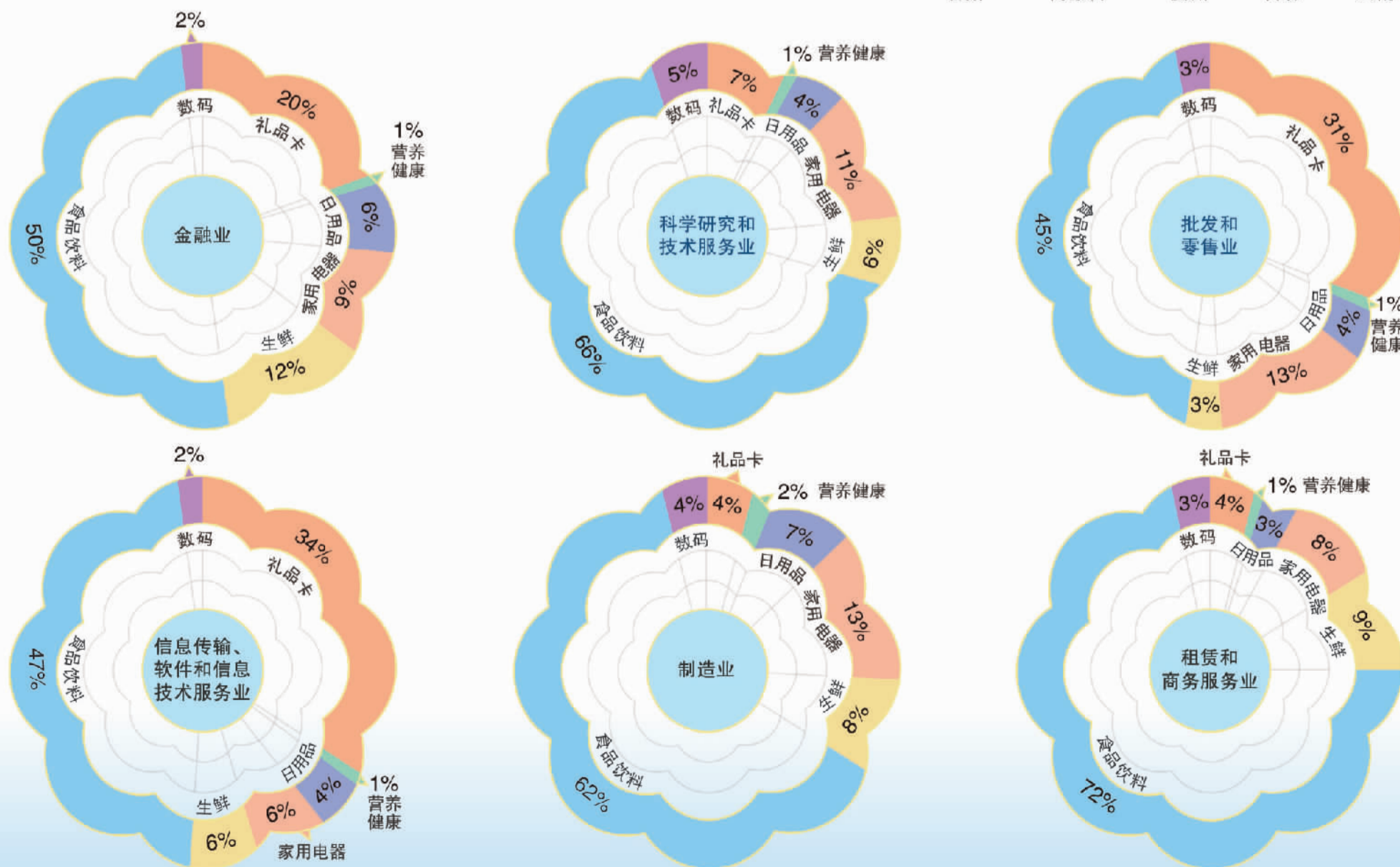
▼ 营养健康细分类别订单量同比增长



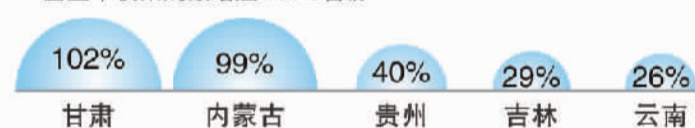
节日福利也有“行业个性”,不同行业的采购偏好存在显著差异。具体来看,金融业对于生鲜产品的采购偏好度更高,制造业在家用电器和日用品上的采购偏好度更高,而科学研究和技术服务业相较于其他行业采购了更多数码产品。

## 2 区域行业消费情况

▼ 不同行业企业中秋采购品类占比



▼ 企业中秋采购额增速TOP5省份



数据周期: 中秋节前45天至60天的企业采购高峰期, 相关数据对比去年农历同期