

2020 中国企业节日与津贴福利 调研报告

关于我们

 **关爱通研究院**
思考 | 洞察 | 分享

中智关爱通旗下 专业人力资源前沿研究和数据洞察中心

关爱通研究院秉持“思考·洞察·分享”的核心理念，依托关爱通在人力资源行业有深刻理解、丰富经验的咨询顾问，聚焦人力资源行业热点话题，致力于市场、政策等前沿信息的洞察与思考，定期开展调研并分享成果，助力企业实现对组织和员工的健康、良性、可持续发展。截至2019年底，关爱通研究院已连续5年为中国最有温度的雇主品牌评选活动“ α 优质职场”提供专业评审意见。

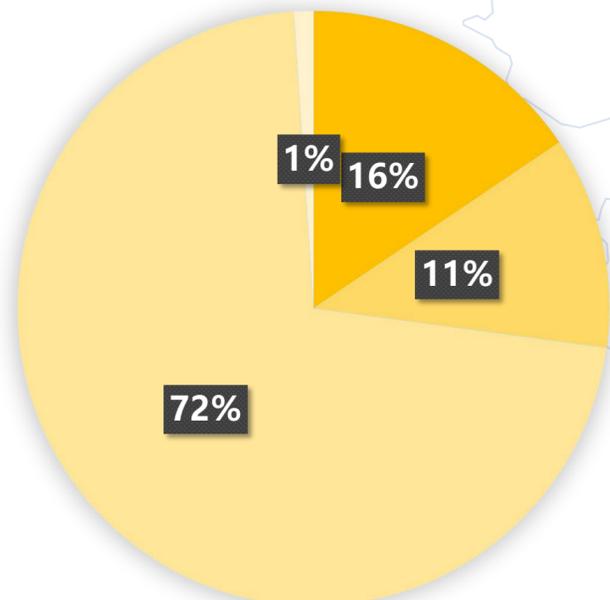
关爱通研究院长期致力于福利领域研究及前沿趋势探索，每年面向全国范围的企业开展福利深度调研并发布白皮书。



样本说明

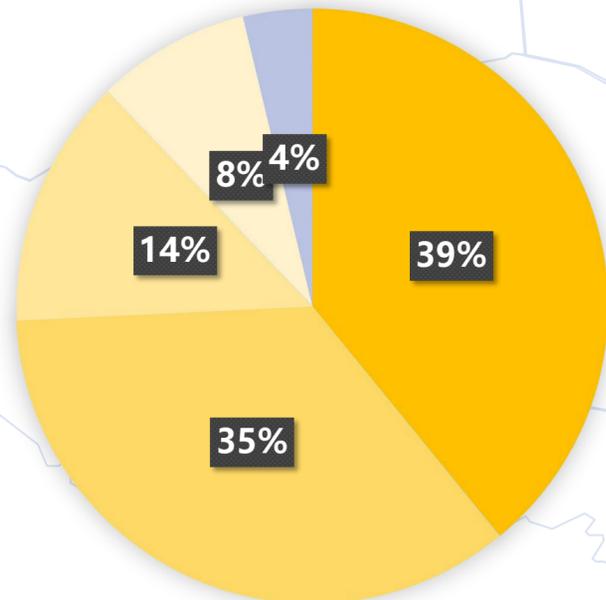
本项调研共收集到有效样本955份，即N=955。

企业性质分布



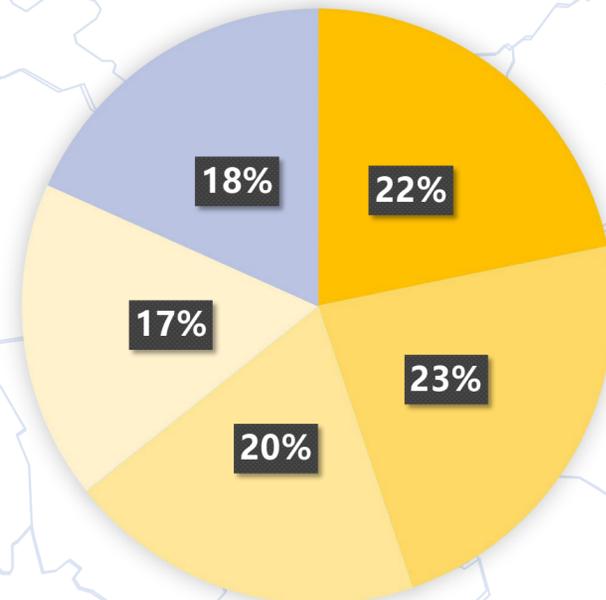
- 外企/合资企业、代表处
- 国有及国有控股企业
- 民营、私营企业
- 其他

企业规模分布



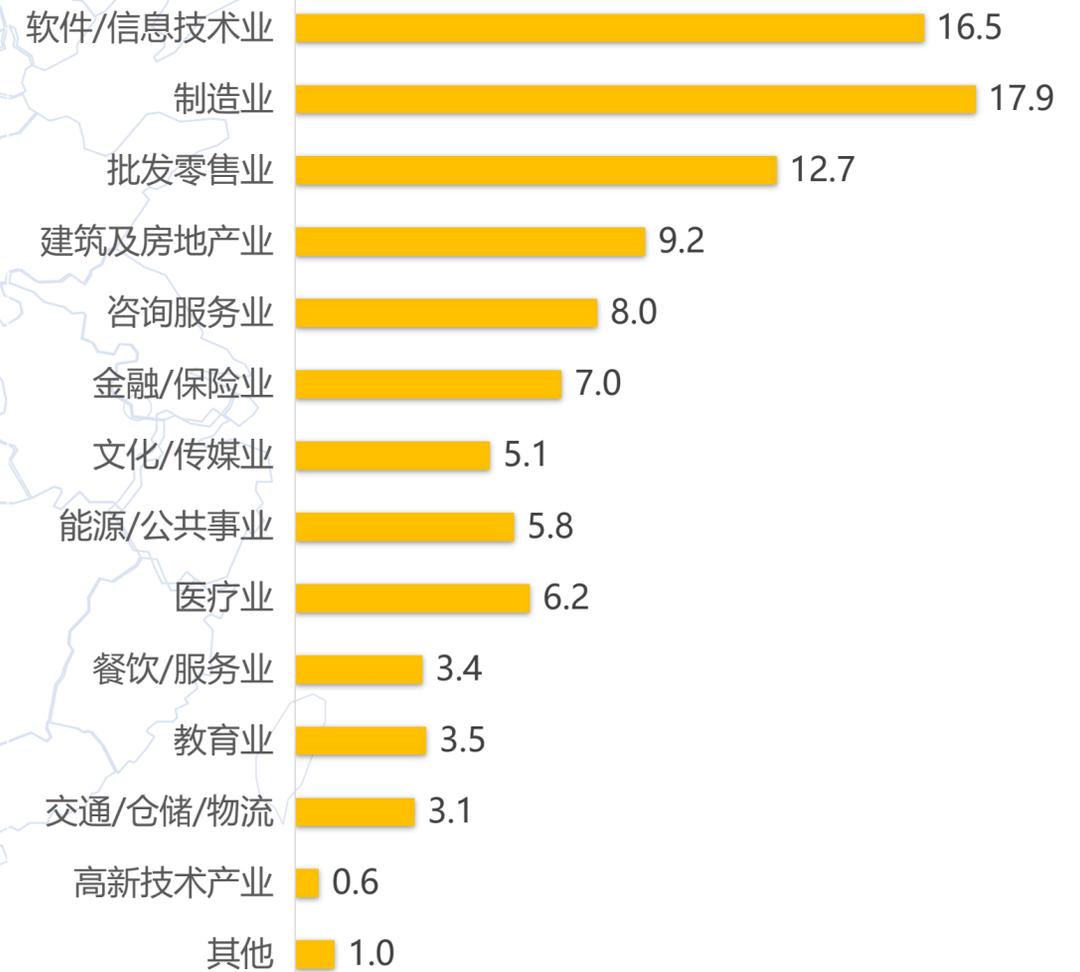
- < 100人
- 100-500人
- 501-1000人
- 1001-5000人
- > 5000人

企业区域分布



- 华北
- 华东
- 华南
- 中部
- 西部

企业行业分布



目录

CONTENT

- 01 主要发现
- 02 节日福利实施情况
- 03 纪念日/慰问福利实施情况
- 04 津贴福利实施情况

01 主要 发现



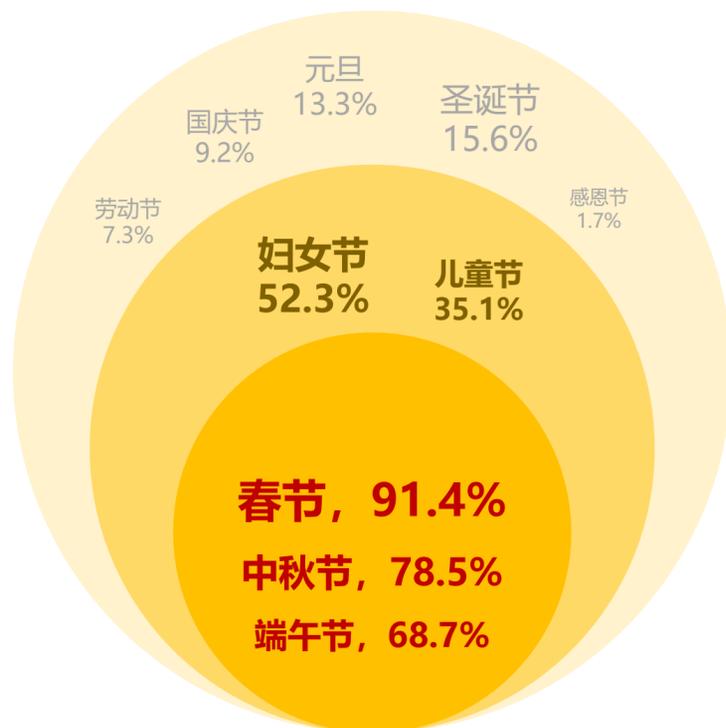
传统节日备受重视，其他节日中，妇女/儿童节最受青睐

中国企业 节日福利 实施情况

发现一

- 企业开展节日福利呈现以三大传统节日为起点及核心，再向妇女/儿童节拓展，再向其他节日拓展的特征；
- 三大传统节日对中国人意义重大，是企业福利发放的最佳时机；其中春节福利开展率最高，已开展节日福利的企业中有9成以上会发放春节福利；中秋节（78.5%）、端午节（68.7%）普及率仍有提升空间；
- 人均预算来看，春节最高，是其他节日的2倍以上；国庆节开展率低但发放标准高；中秋、劳动节、端午节标准接近，在300-400元区间；
- 儿童节、妇女节人均预算在200元以下，覆盖人群少总体投入低，因此具备性价比高的优势，是企业开展差异化/个性化福利的一种有效方式，且能凸显企业对职场女性、员工家属的关注，逐渐成为企业第二青睐的节日福利发放时机。

节日福利开展率



三大传统节日对中国人意义重大，是企业福利发放的最佳时机

人均预算



妇女节、儿童节具备性价比高、针对性强的优势

单位：元

*图中百分比为在已开展节日福利企业中的占比，而非全体企业中的比例



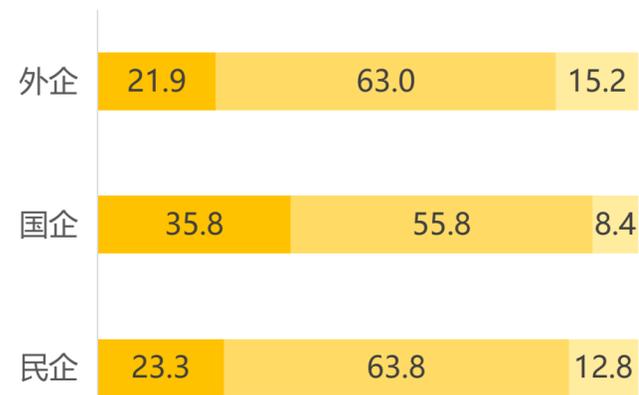
中国企业 节日福利 实施情况

发现二

国企更重视节日福利

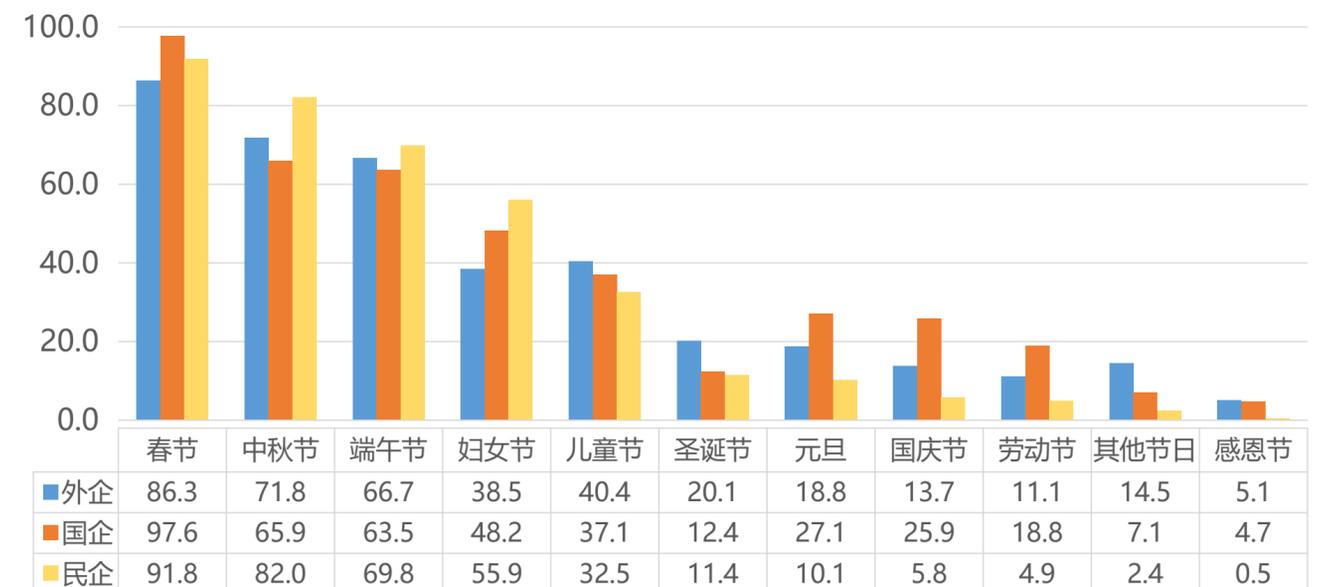
- 国企对节日福利非常重视的比例为35.8%，远高于外企和民企；
- 从发放福利的节日也可以看到，国企覆盖的节日相对更多，在元旦、国庆、劳动节发放福利的比例明显高于外企和民企。

节日福利重视度



- 非常重视，认为这些福利是向员工表达关爱的重要方式
- 较重视，认为这些福利有助于企业传达员工关爱
- 不太重视，认为这些福利可有可无

发放福利的节日





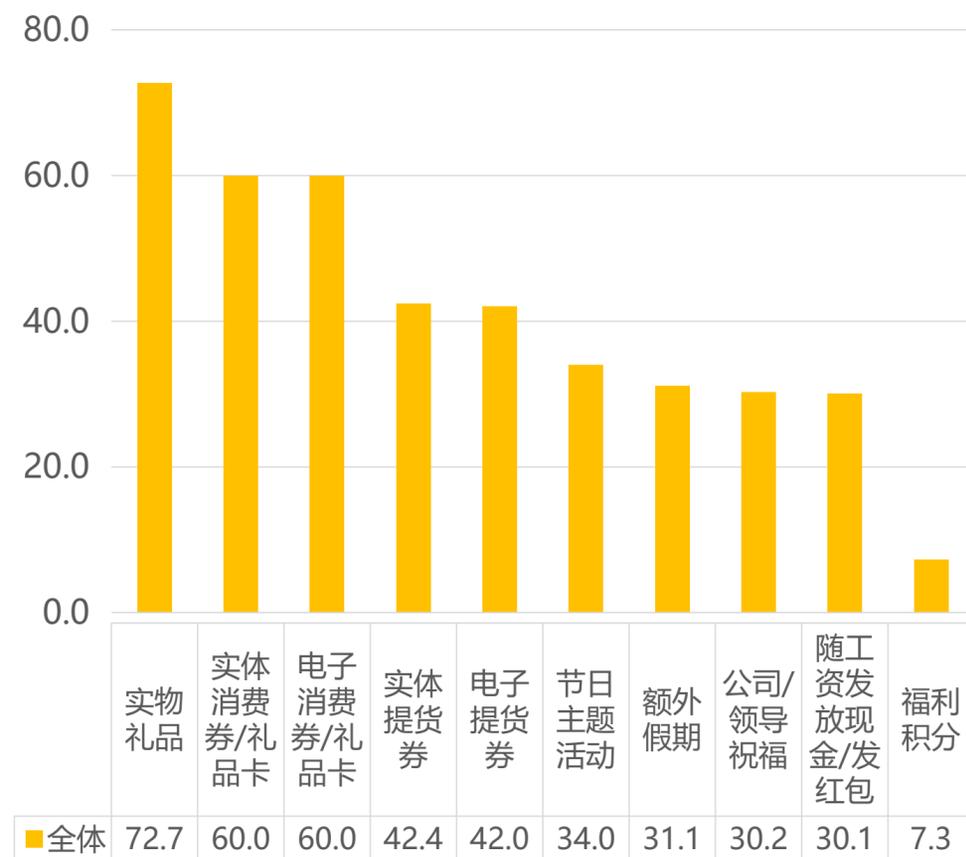
中国企业 节日福利 实施情况

发现三

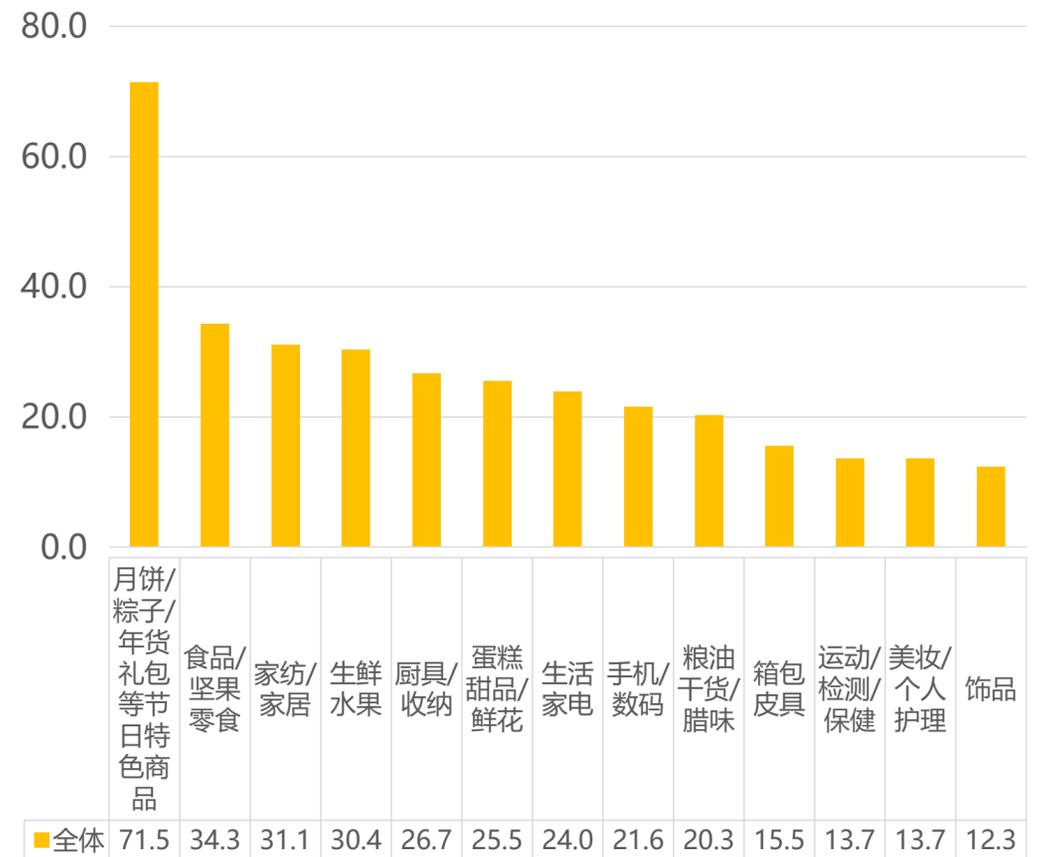
实物礼品在节日福利中必不可缺，礼品卡券普及率超6成

- 实物礼品虽然传统老套，但仪式感强，节日氛围浓，依然是企业最青睐的福利发放形式；
- 实体或电子的消费券/礼品卡具备采购便捷，员工弹性可选的优势，也受到企业欢迎，目前普及率都达到6成；
- 企业发放的实物礼品主要是月饼/粽子/年货礼包这样的节日特色商品，如果因为老套就抛弃这一文化传统，可能并不明智，如果需要“与时俱进”，为员工提供定制化的节日礼包可能是比较有效的方式。

节日福利发放形式



实物礼品品类





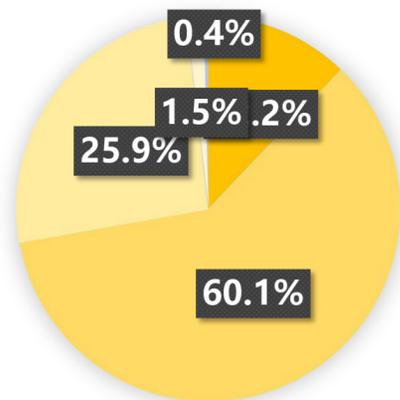
中国企业 节日福利 实施情况

发现四

节日福利已由普及阶段发展到注重体验提升的阶段

- 节日福利满意度还不错，非常满意和比较满意的企业在7成以上；
- 表示一般或不满意的企业主要是因为节日福利缺乏创新性、员工体验一般；
- 可以感受到企业对提升员工节日福利体验的需求比较迫切，但HR目前福利工作的侧重点仍然以采购便捷和性价比高为主要宗旨，未将创新福利发放形式以提升员工体验作为重点目标，HR的福利决策存在知行不一的情况。

节日福利满意度



■ 非常满意 ■ 比较满意 ■ 一般
■ 不太满意 ■ 非常不满意



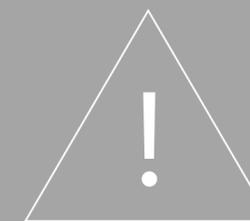
实施障碍 TOP3

- 1、节日福利没有特色、缺乏新意，员工体验很一般
- 2、实物礼品需要员工自行拎回家，员工抱怨不方便
- 3、节日福利采购、发放费时费力



实施侧重点 TOP3

- 1、节日福利采购便捷，省事省心
- 2、节日福利性价比高，实惠且优质
- 3、节日福利有仪式感，员工们拎着礼品回家，很有过节的氛围



HR福利决策存在

知行不一

的情况

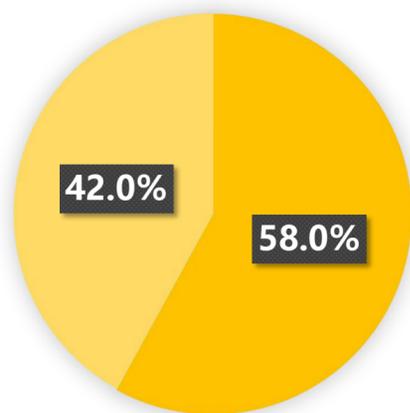
中国企业 纪念日/慰问福利 实施情况

发现一

纪念日/慰问福利中，生日开展率最高，工龄奖预算水平最高

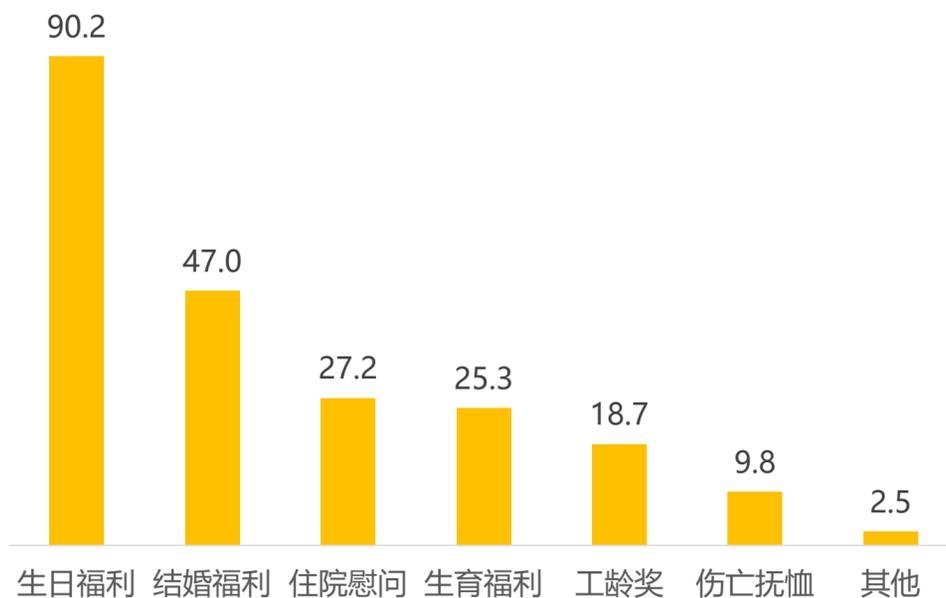
- 调研显示，58%的企业提供纪念日/慰问福利；其中开展率最高的是生日福利；
- 慰问类福利中，企业比较倾向发放的是结婚福利（47%）、住院慰问（27.2%）和生育福利（25.3%）。
- 从人均预算来看，最高的是工龄奖（1737.5元），远高于其他纪念日/慰问福利标准；
- 生日福利预算标准一般而言覆盖全员，总体投入高，因此人均预算较低，为234.3元，介于端午节和妇女节预算标准之间。

是否开展 纪念日/慰问福利

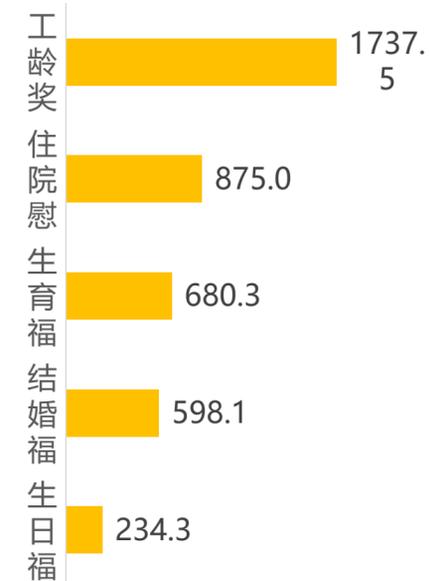


■ 是 ■ 否

具体开展情况



人均预算



单位：元

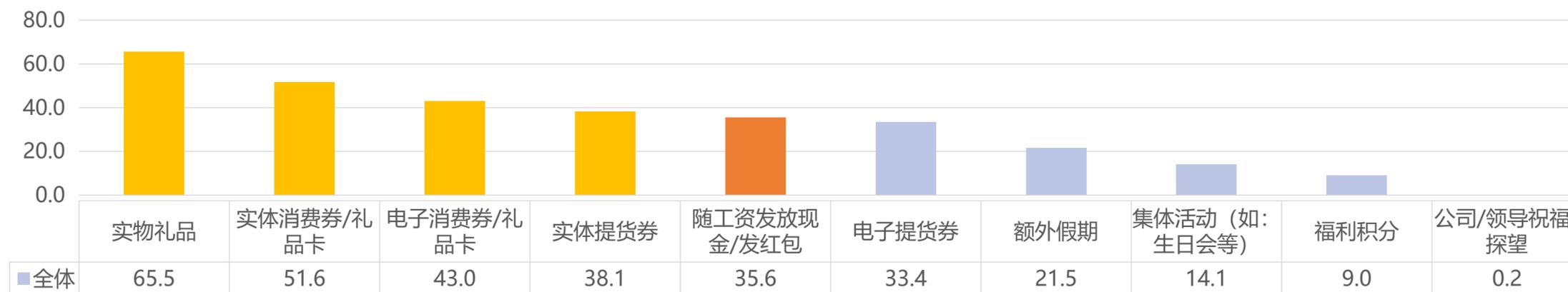
中国企业 纪念日/慰问福利 实施情况

发现二

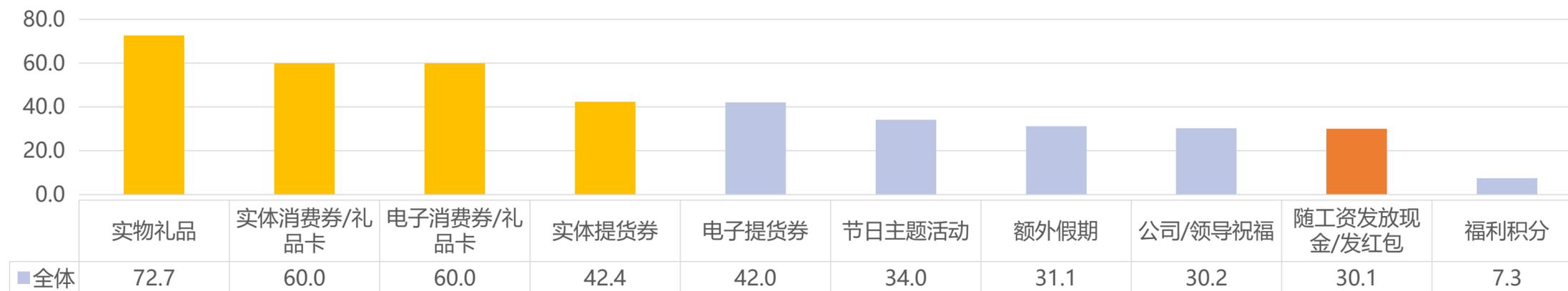
纪念日/慰问福利发放方式与节日福利类似

- 企业纪念日/慰问福利的主流发放形式和节日福利比较接近，大多采用实物礼品、实体/电子礼品卡、实体提货券等形式；
- “随工资发放现金/发红包”这一形式在纪念日/慰问福利发放时的采用倾向稍高于节日福利时发放时。

纪念日/慰问福利发放形式



节日福利发放形式





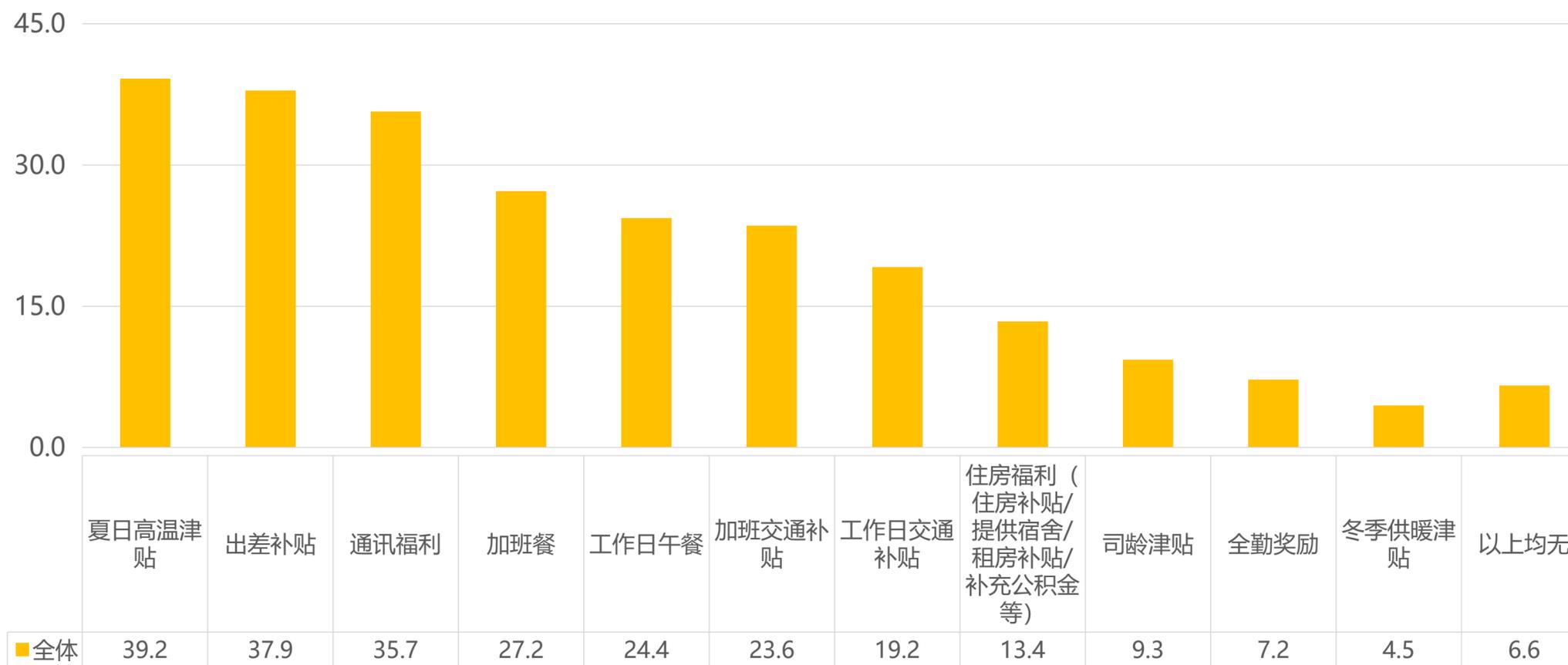
中国企业 津贴福利 实施情况

发现一

津贴福利TOP3：夏日高温津贴、出差补贴、通讯福利

- 津补贴福利中，企业开展率较高的有夏日高温福利、出差补贴和通讯福利，比例均在30%以上；
- 加班餐、工作日午餐、加班交通补贴的开展率也在20%以上；
- 开展率最低的是冬季供暖津贴。

各类津贴福利开展率





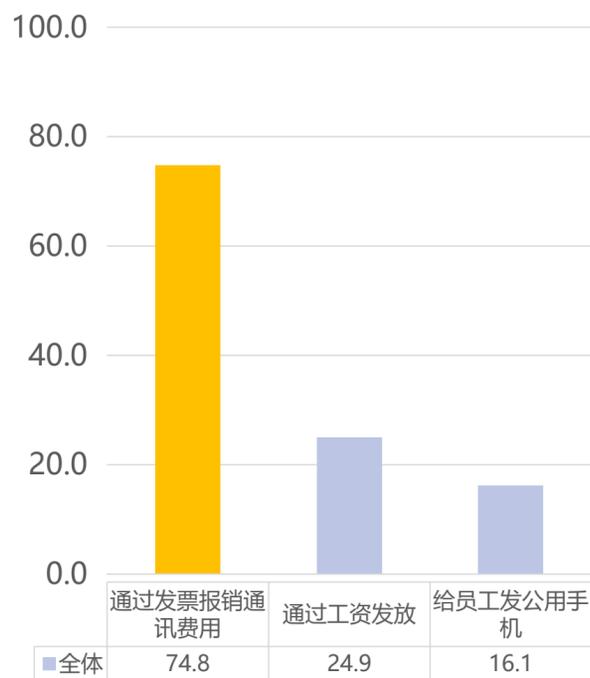
中国企业 津贴福利 实施情况

发现二

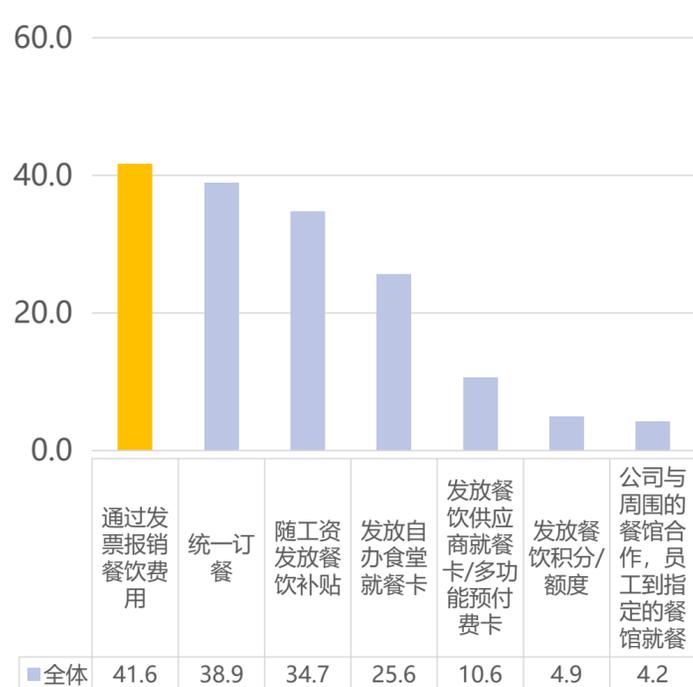
通过发票报销是企业提供通讯/餐饮/交通福利的主要方式

- 通讯福利的提供方式比较简单，餐饮和交通福利提供方式相对比较丰富，但三项补贴福利目前最主要的提供方式依然是传统的发票报销，这给员工和HR都带来较大困扰，建议HR可以尝试引入数字化的三贴解决方案。

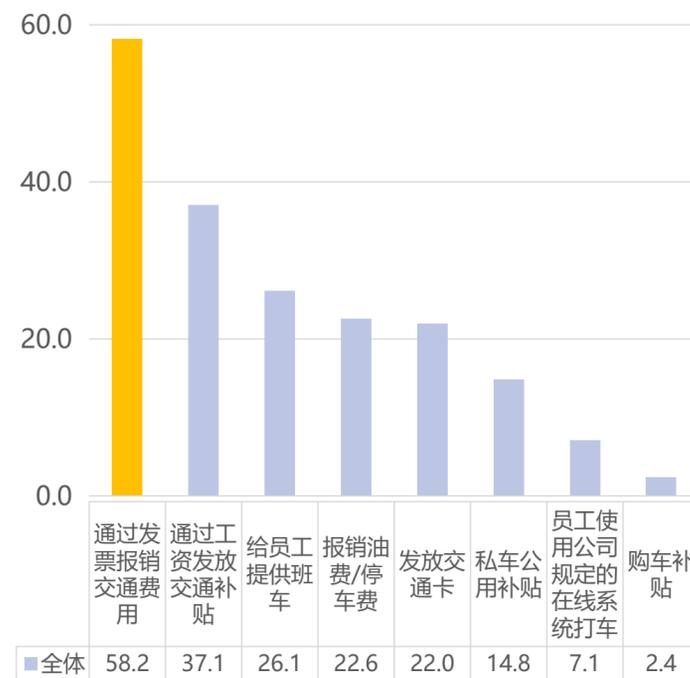
通讯福利提供方式



餐饮福利提供方式



交通福利提供方式



02

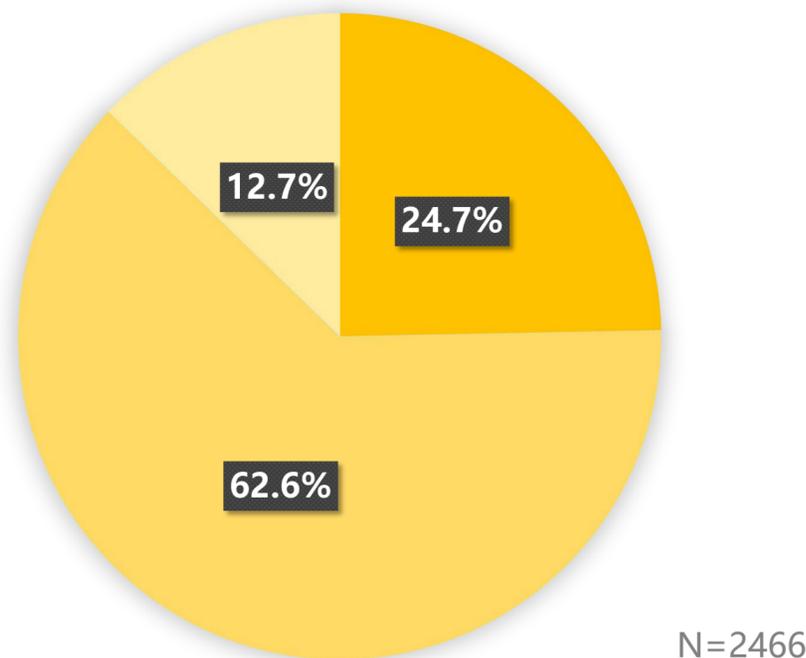
节日福利 实施情况



节日福利重视度

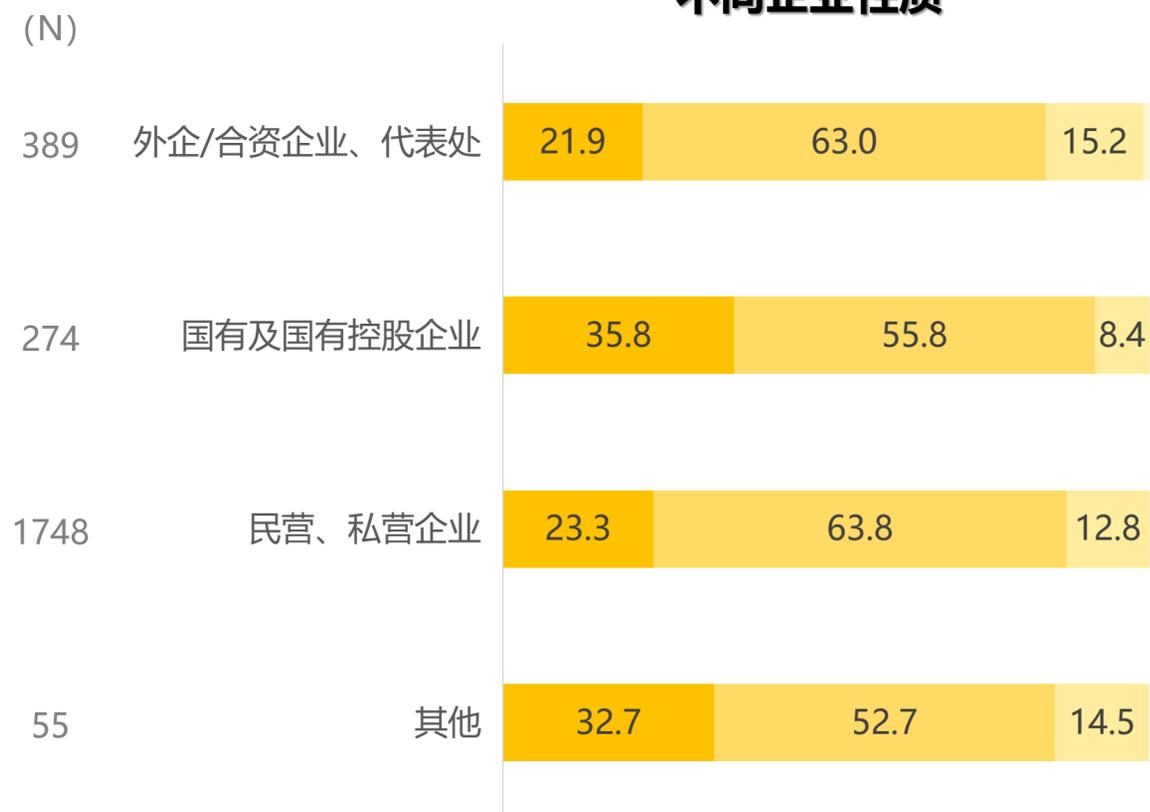
- 87.3%的企业重视节日福利，希望借此向员工传递关爱，对节日福利“非常重视”的企业也要占到近四分之一；
- 不同企业性质来看，国企“非常重视”的比例更高，外企/民企差异不大；
- 不同规模企业中，501-1000人和5000人以上企业表现比较突出。

全体

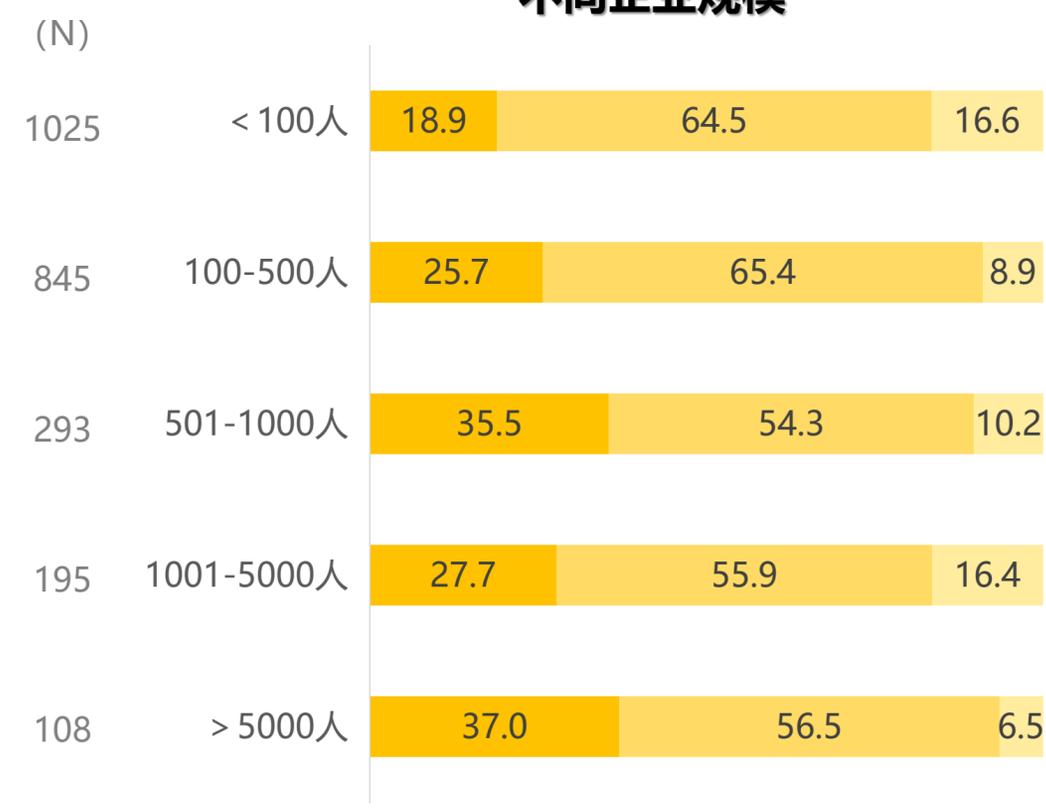


- 非常重视，认为这些福利是向员工表达关爱的重要方式
- 较重视，认为这些福利有助于企业传达员工关爱
- 不太重视，认为这些福利可有可无

不同企业性质

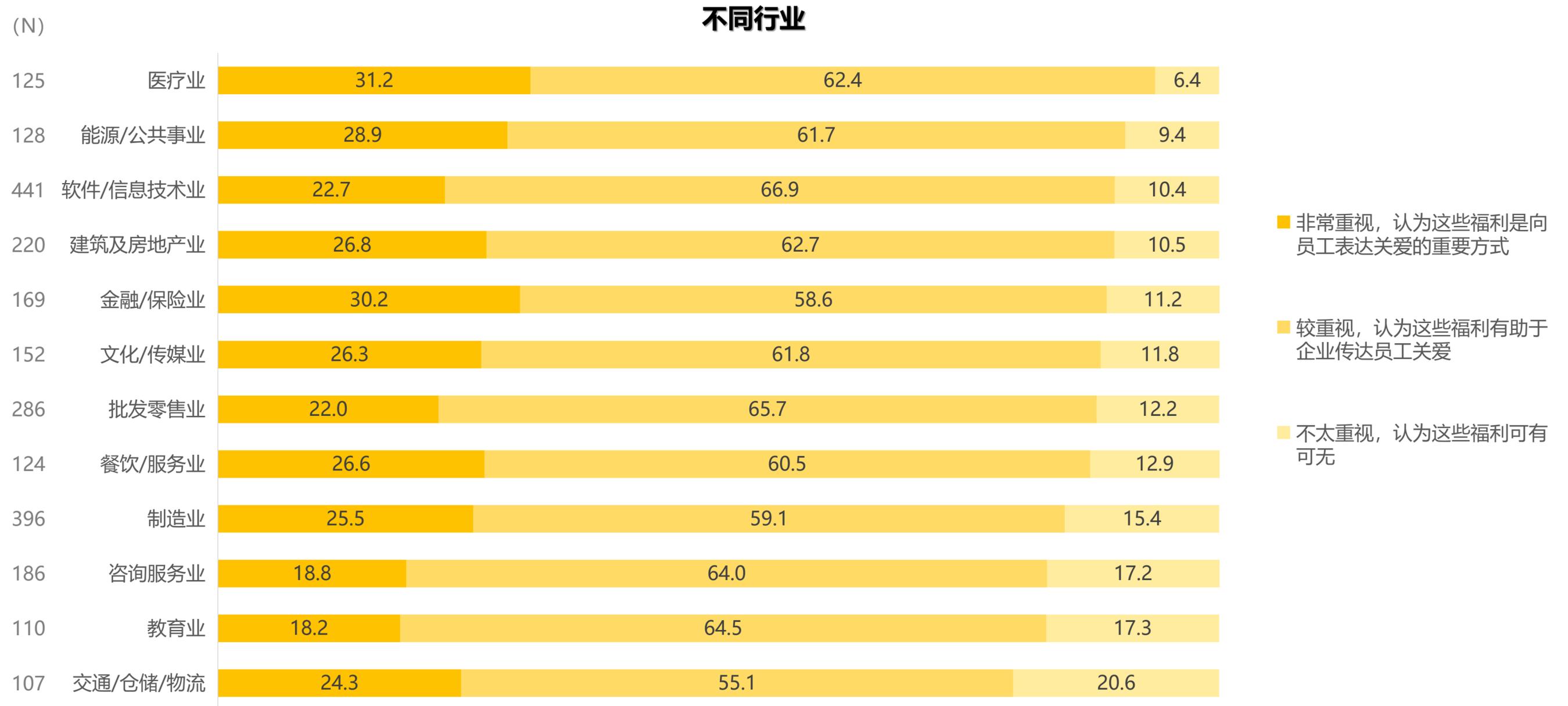


不同企业规模



节日福利重视度

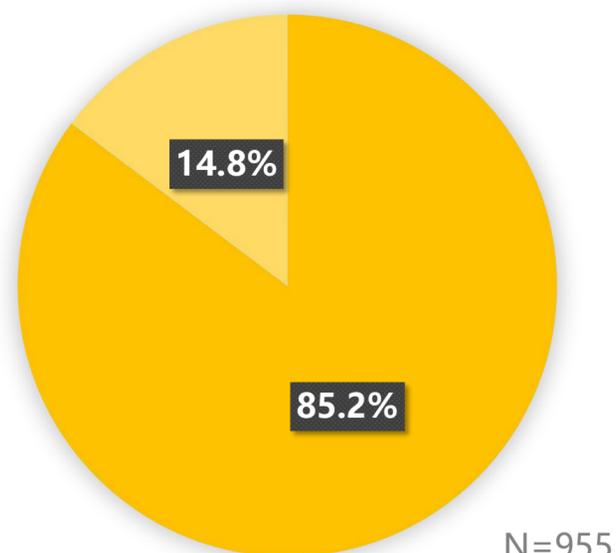
- “非常重视”和“比较重视”的比例综合来看，医疗业、能源/公共事业、软件/信息技术业排序靠前；
- 金融保险业“非常重视”的比例也较高。



节日福利开展率

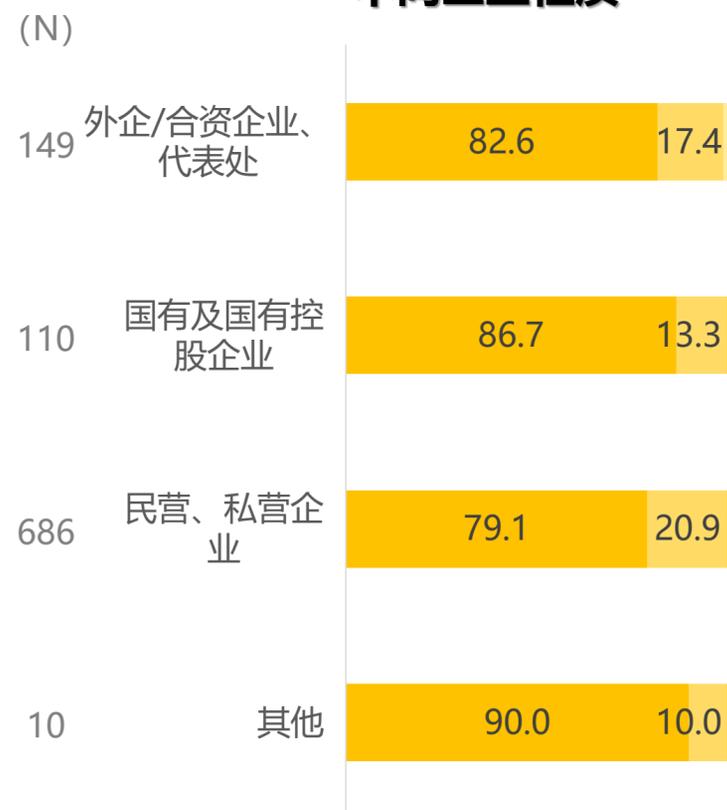
- 节日福利开展率达到85.2%，仅14.8%的企业目前未施行节日福利；
- 国企开展率相对最高，民企略低于外企；
- 100-500人、5000人以上企业表现比较突出；
- 文化/传媒业、教育培训业、医疗业节日福利覆盖率达到9成以上。

全体

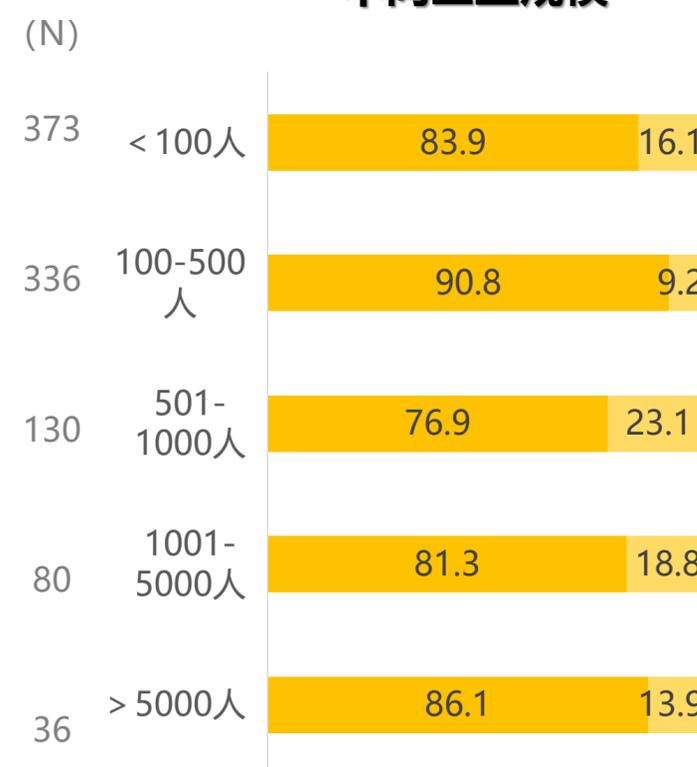


■ 是 ■ 否

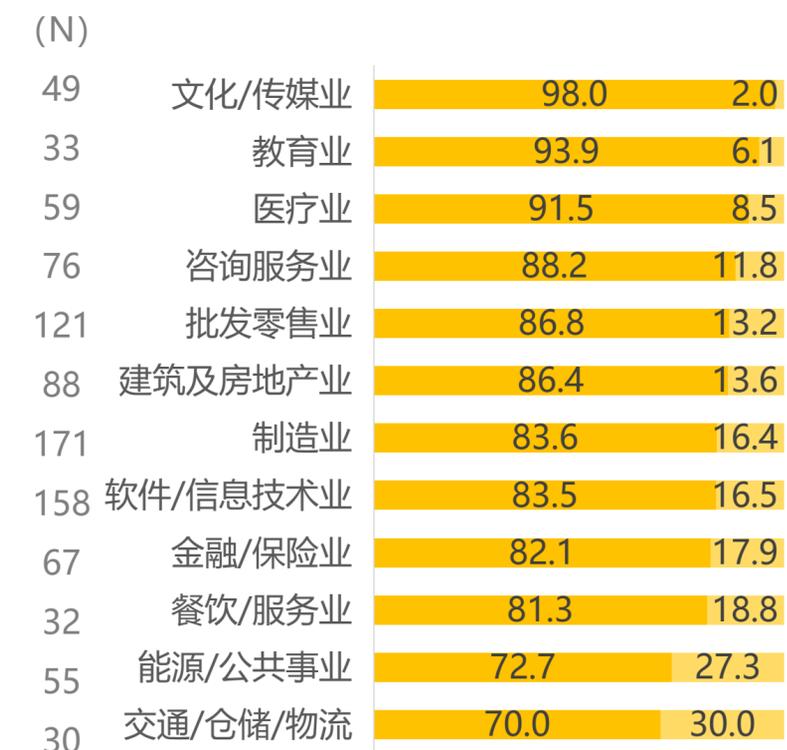
不同企业性质



不同企业规模



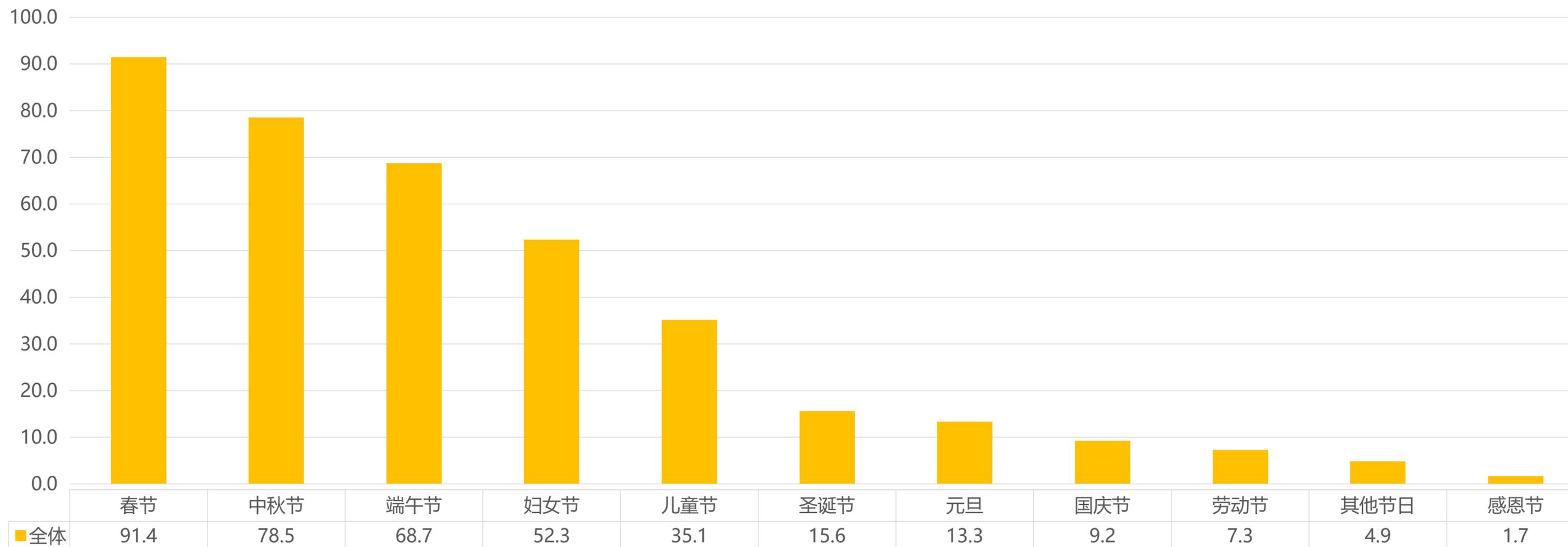
不同行业



发放福利的节日

- 春节、中秋、端午是三大传统节日，企业施行节日福利会明显倾向这三个节日，从数据来看，三个节日的福利施行率依次是91.4%、78.5%、68.7%，都比较高；
- 其他节日中，比较热门的是妇女节和儿童节，虽然这两项节日福利仅能由部分员工享有，但能很好体现企业对员工“特别的心意”，是比较加分的做法。

全体

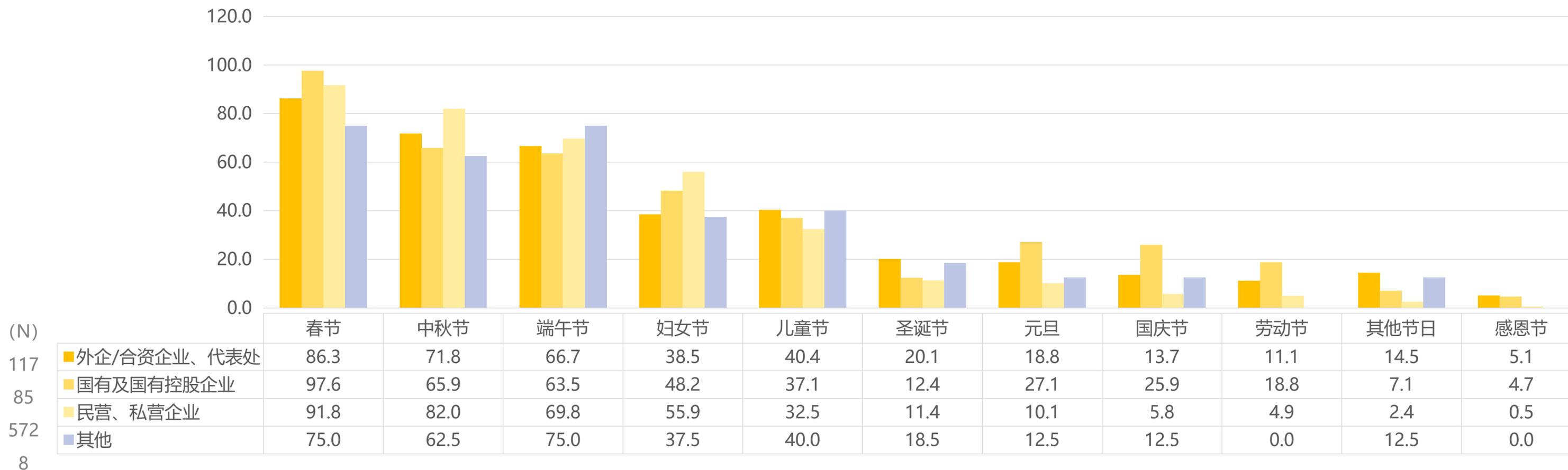


N=782

发放福利的节日

- 国企在春节、元旦、国庆、劳动节上的倾向明显高于外企和民企；
- 外企对儿童节和圣诞节关注高于国企、民企；
- 民企对中秋重视度高，妇女节福利在民企中更流行。

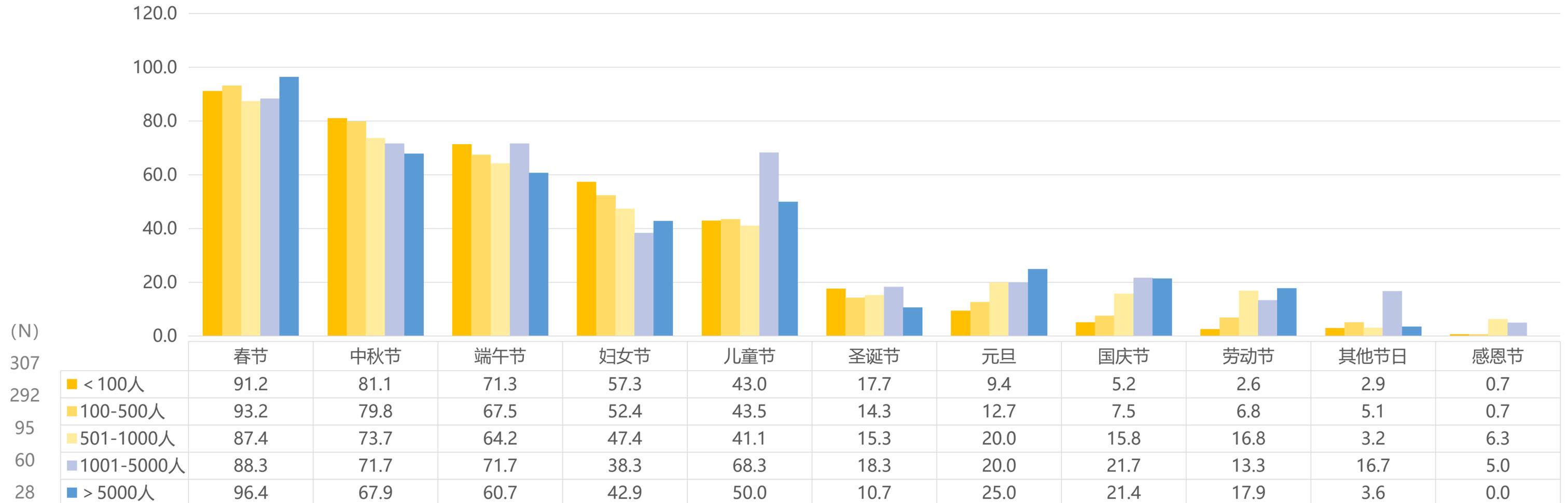
不同企业性质



发放福利的节日

- 企业规模越大，越能兼顾到元旦、国庆、劳动节这样比较不常发放福利的节日。

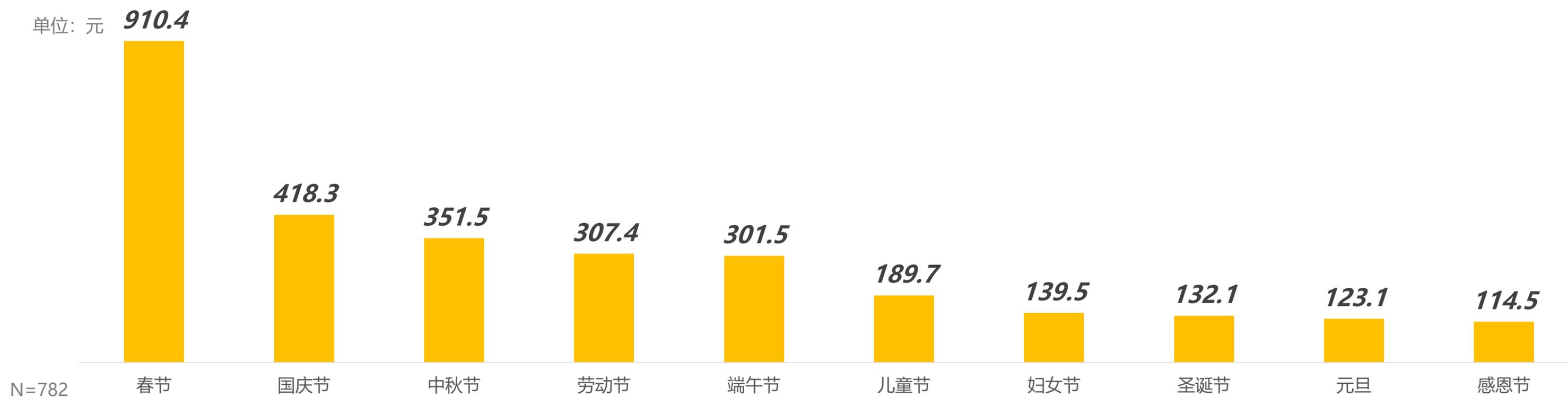
不同企业规模



节日福利人均预算

- 春节在国人心中分量最高，因此人均福利预算也是所有节日中最高，平均值为910.4元；
- 国庆节福利开展率不高，但发放标准不低，人均预算平均值418.3元，稍高于更常发放福利的中秋和端午；
- 中秋、端午、劳动节福利标准比较接近，中秋稍高，人均预算351.5元；
- 其他节日福利人均预算在100-200元之间。

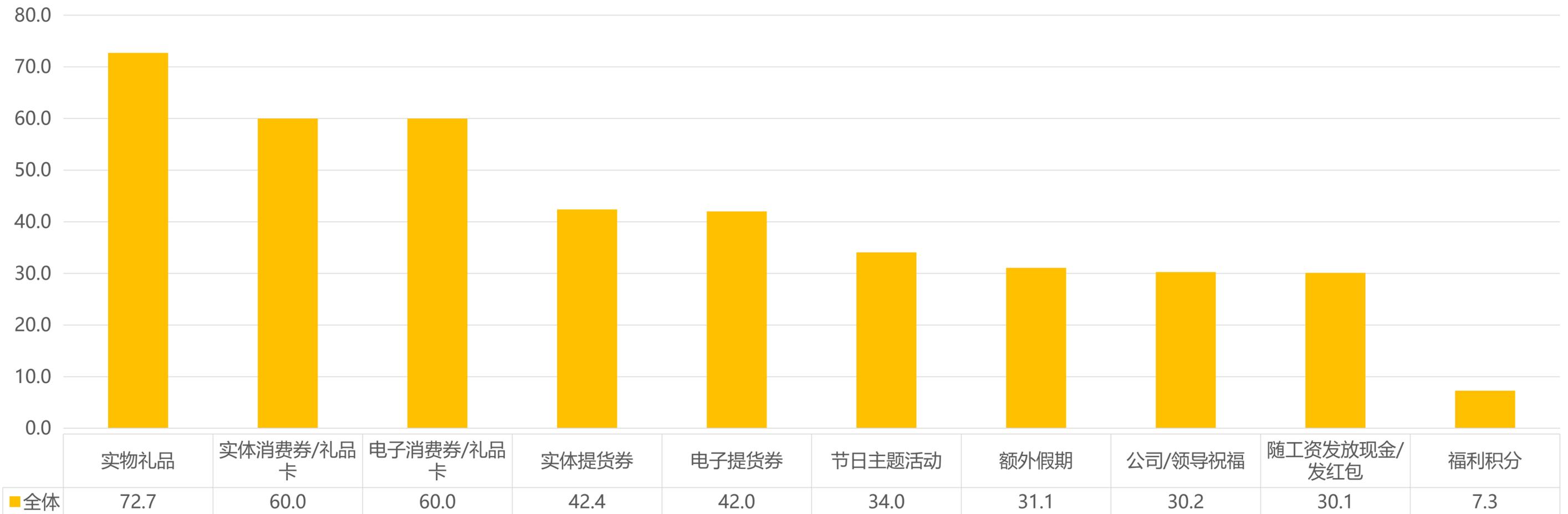
全体



节日福利发放形式

- 实物礼品仪式感强，是企业最青睐的福利发放形式；
- 实体或电子的消费券/礼品卡具备采购便捷，员工弹性可选的优势，也比较受企业欢迎；
- 节日主题活动氛围最好，能大幅提升员工体验，但需要企业花心思策划和准备，因此开展率不是很高，只有三分之一企业愿意开展。

全体

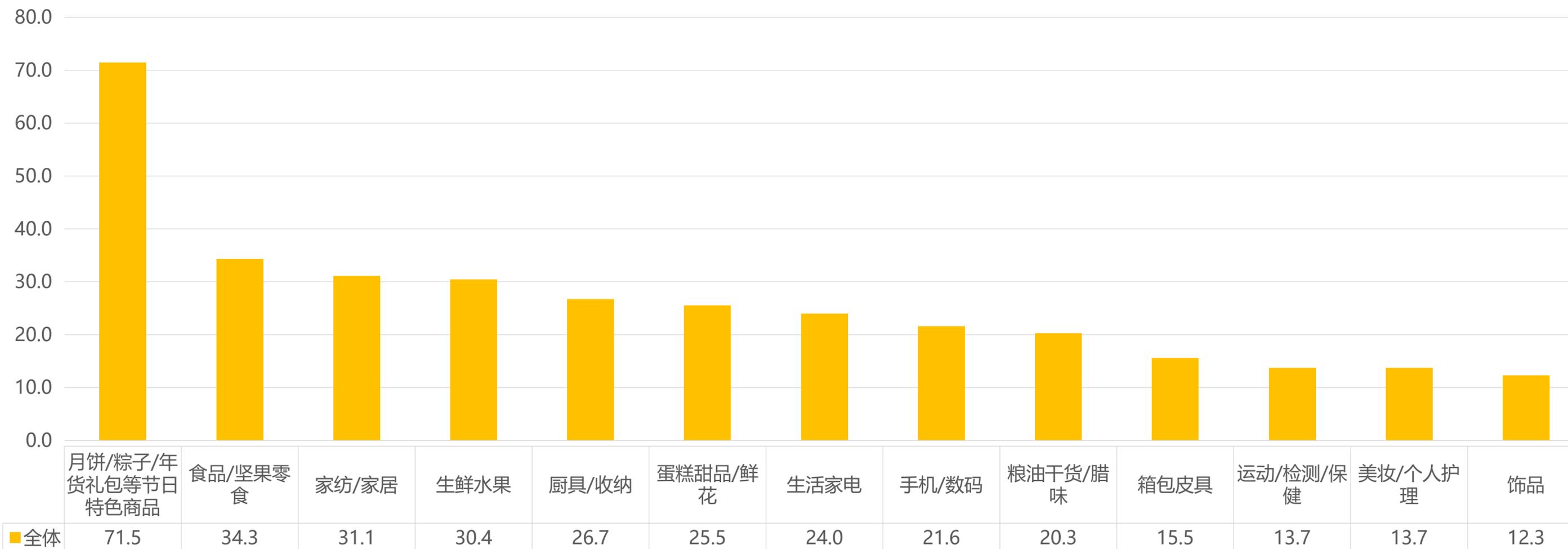


N=814

实物礼品品类

- 企业发放的实物礼品主要是月饼/粽子/年货礼包这样的节日特色商品，月饼、粽子等作为节日传统、节日象征，依然不可或缺；
- 其他品类中，排序较靠前的有食品/坚果零食、家纺家居、生鲜水果。

全体

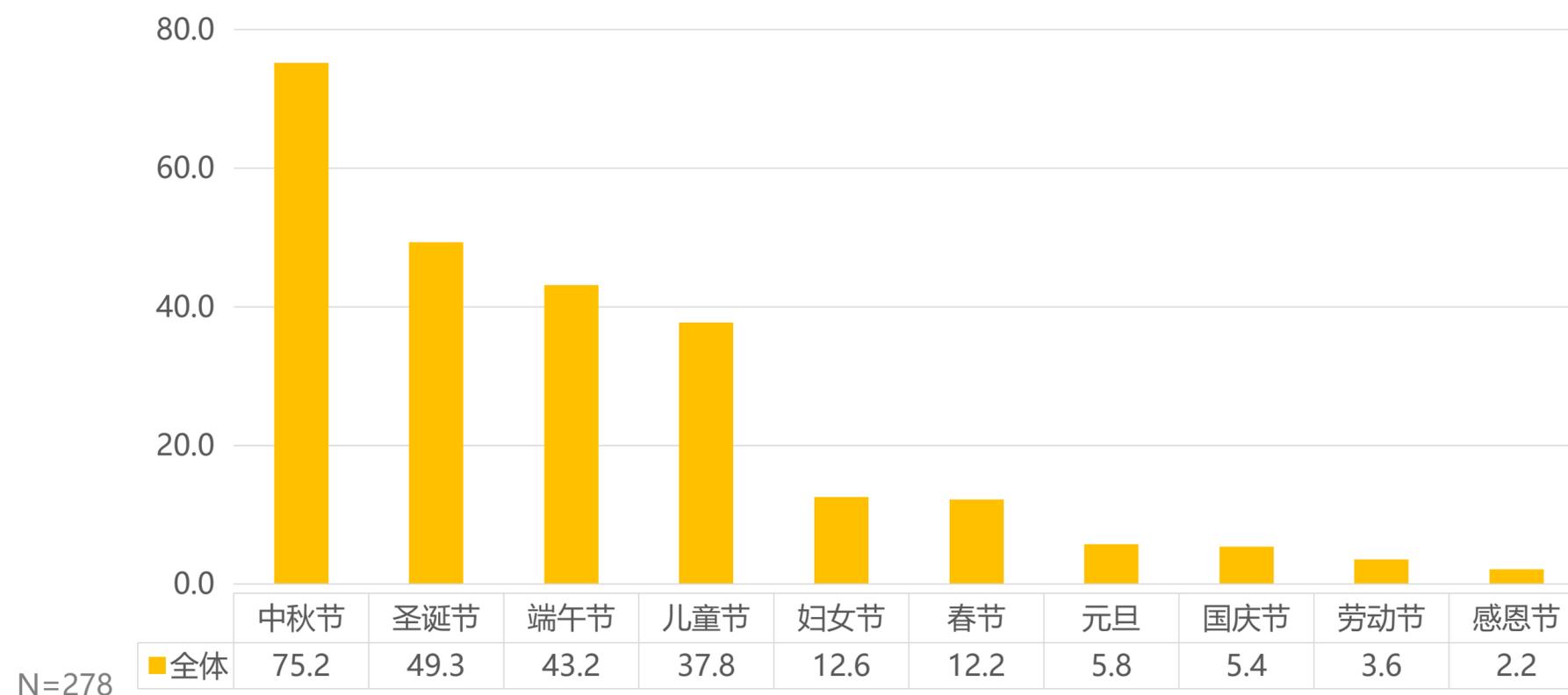


N=592

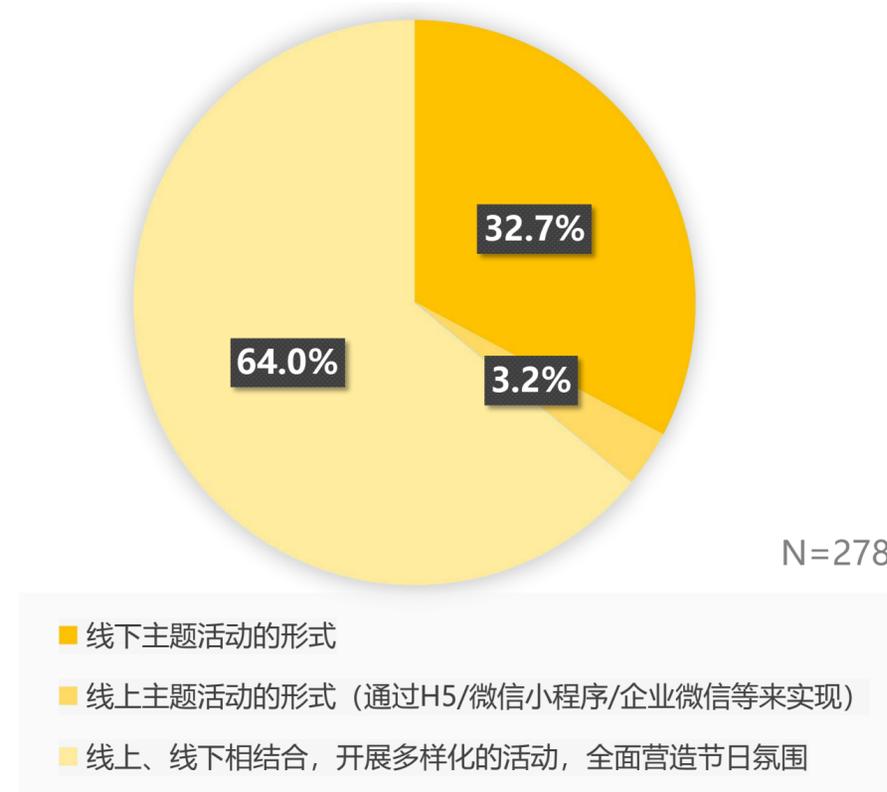
节日主题活动开展情况

- 企业开展节日主题活动，最倾向中秋节（75.2%），其他主题活动开展率较高的节日有：圣诞节、端午节、儿童节；
- 主题活动的形式，64%的企业选择线上、线下相结合的方式，希望全面营造节日氛围，增加活动丰富性，32.7%的企业仅采用线下方式，也有3.2%的企业借助H5、小程序开展一些线上的主题活动，简单调动下氛围。

开展活动的节日

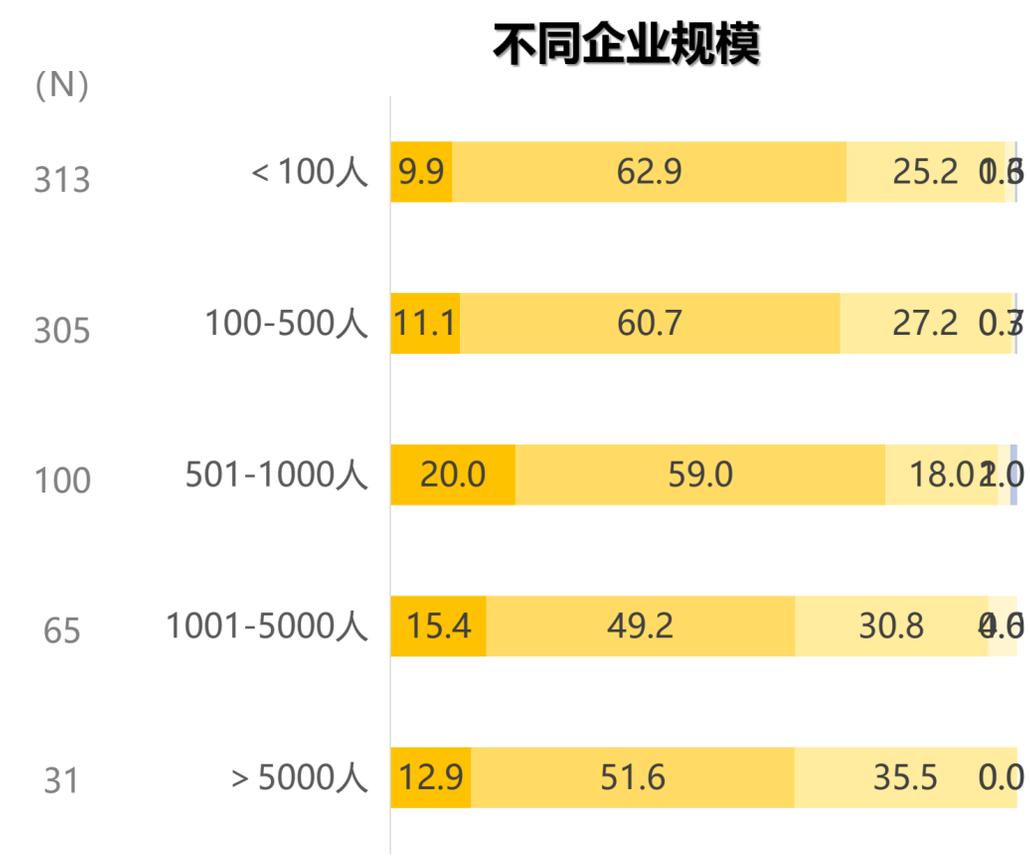
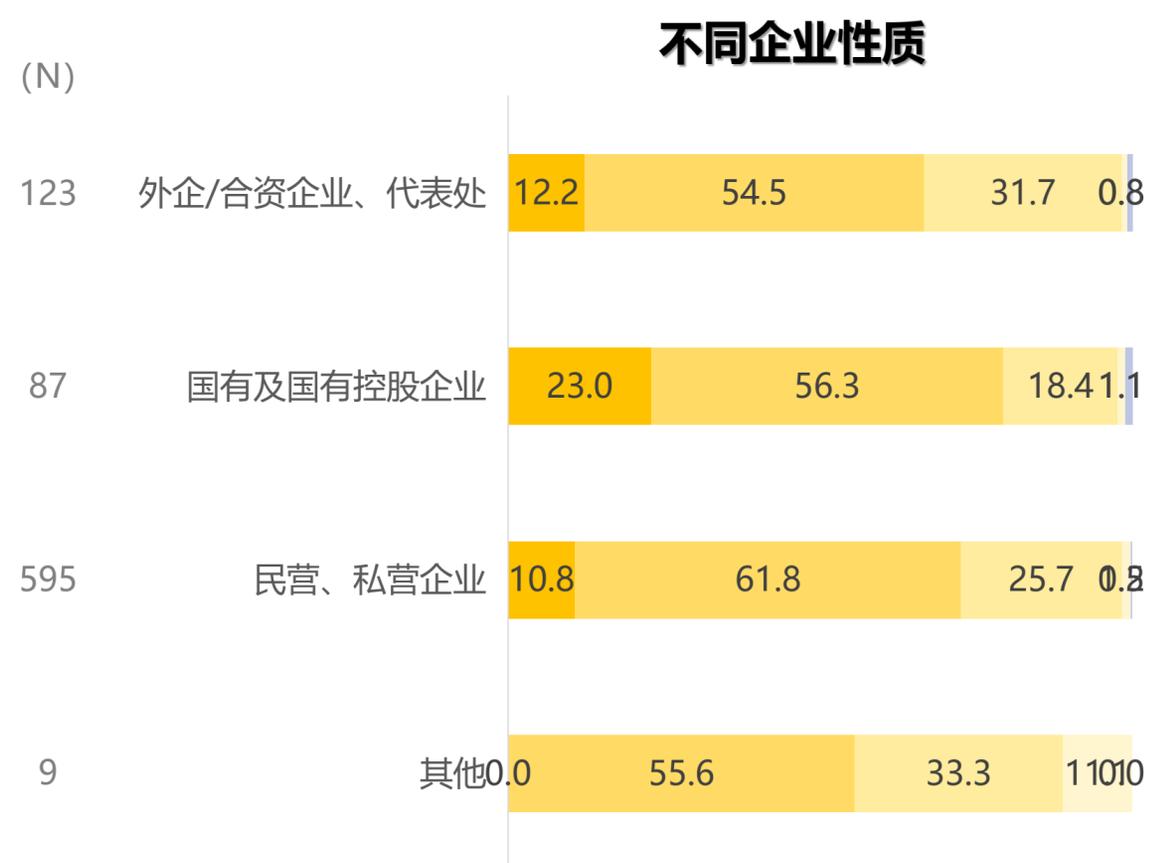
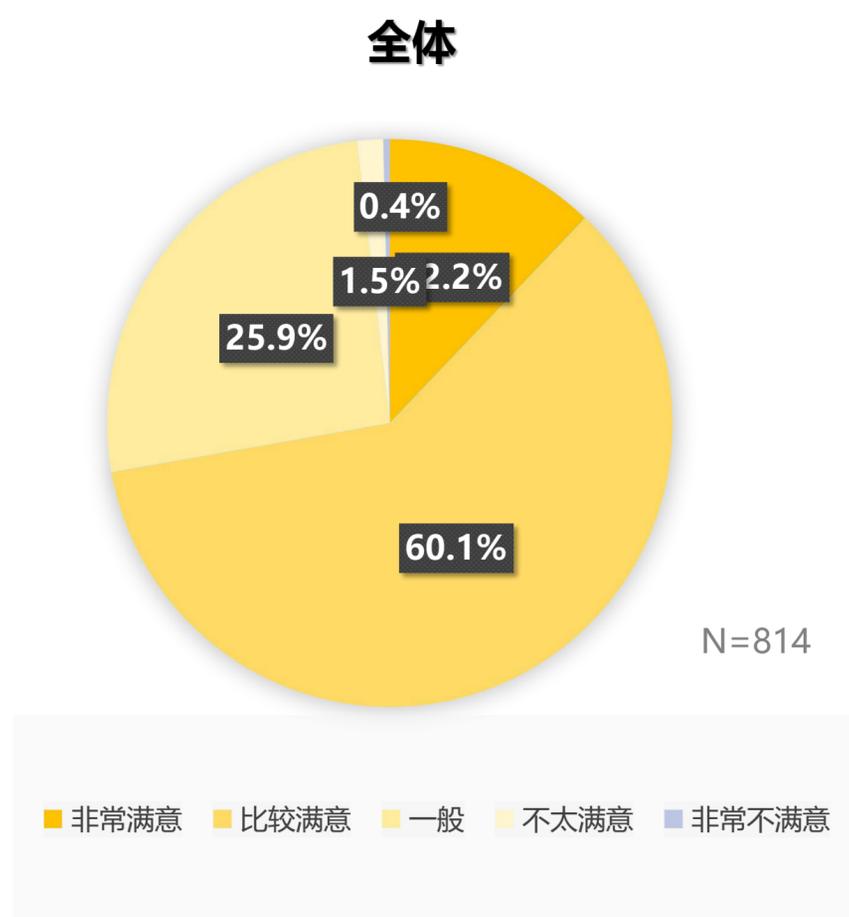


开展形式



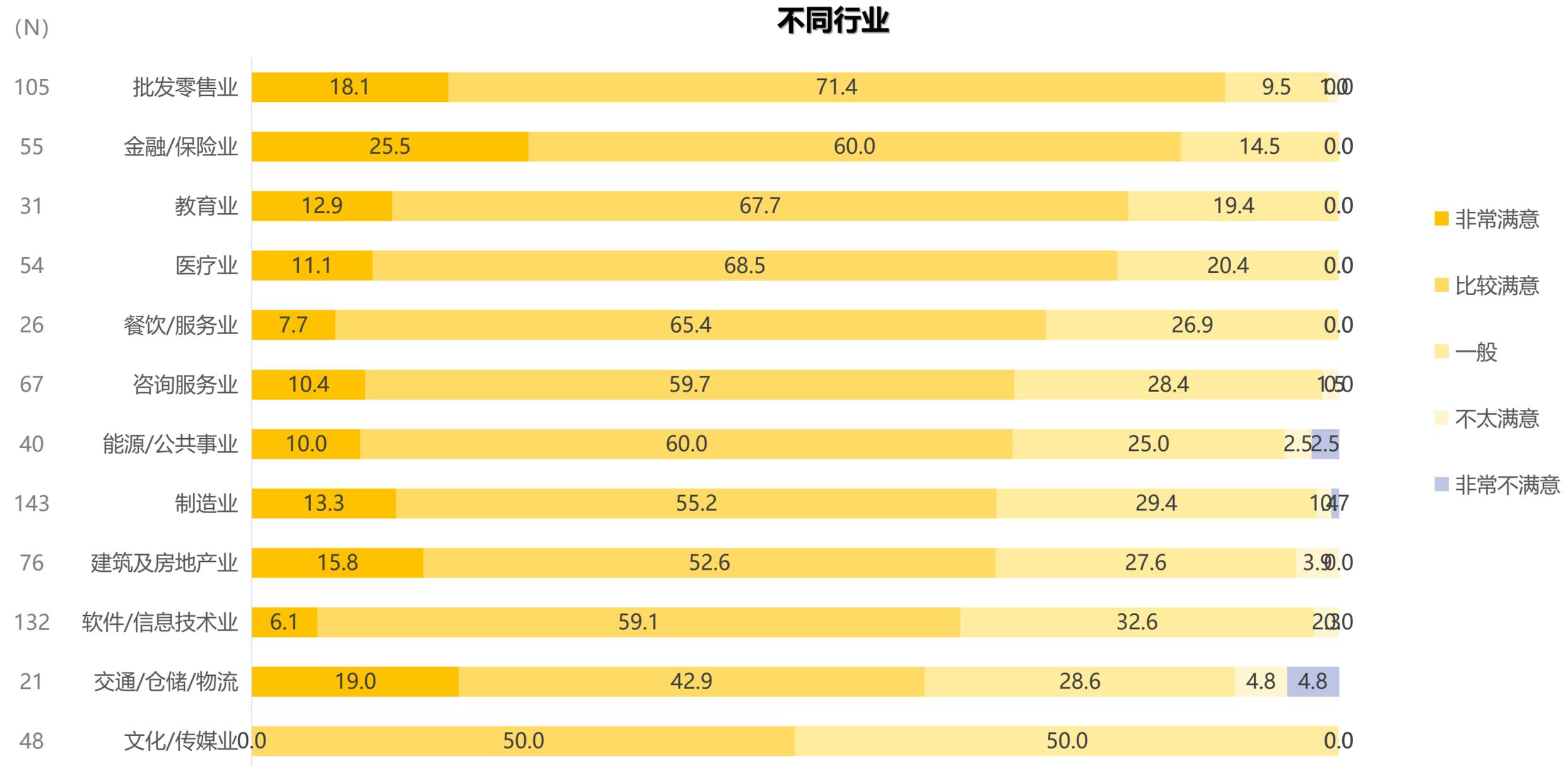
节日福利满意度

- 7成以上HR对公司目前的节日福利现状感到满意，剩余约四分之一的HR表示目前施行的比较一般或不满意；
- 国企总体满意度稍高一些，外企非常满意的比例稍高于民企，民企比较满意的情况更突出；
- 501-1000人规模的企业节日福利施行得比较好，满意度相对最高。



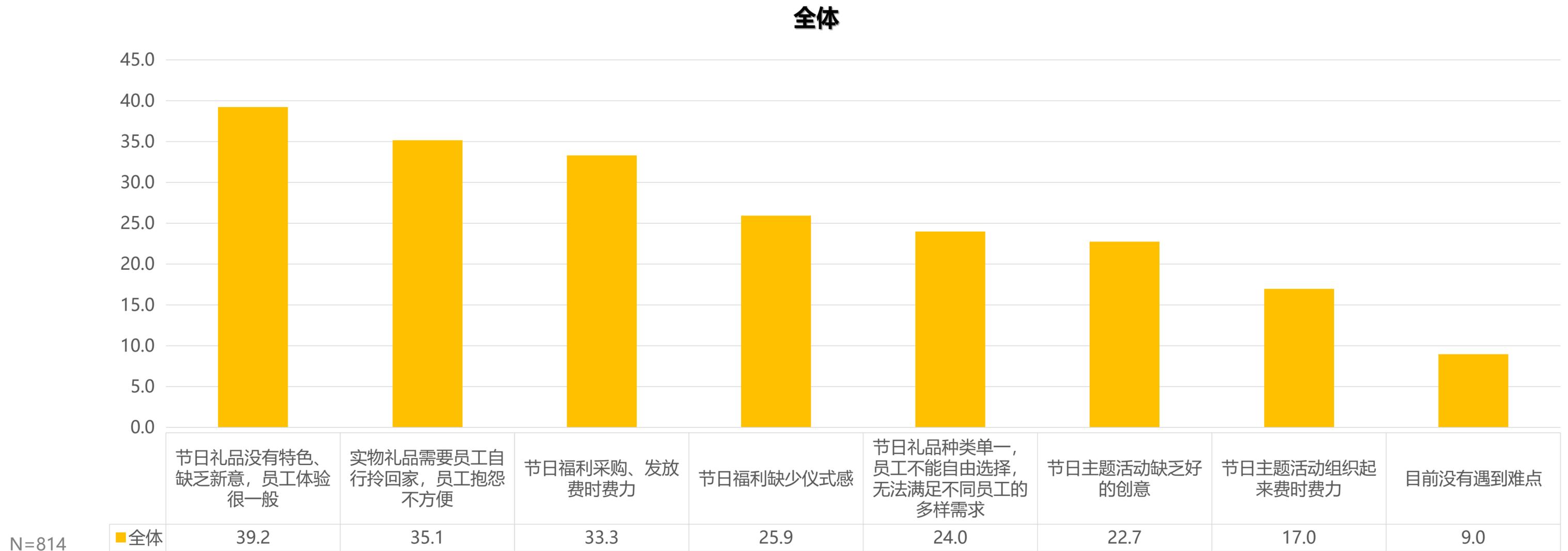
节日福利满意度

- 批发零售业、金融/保险业、教育培训业、医疗业节日福利施行的比较好，其中金融/保险业“非常满意”的比例最高；
- 软件/信息技术业HR对自身节日福利现状的评价不是很高，可能跟近几年互联网大厂在福利实施上过于出彩有关，使其他同行企业感到了落差。



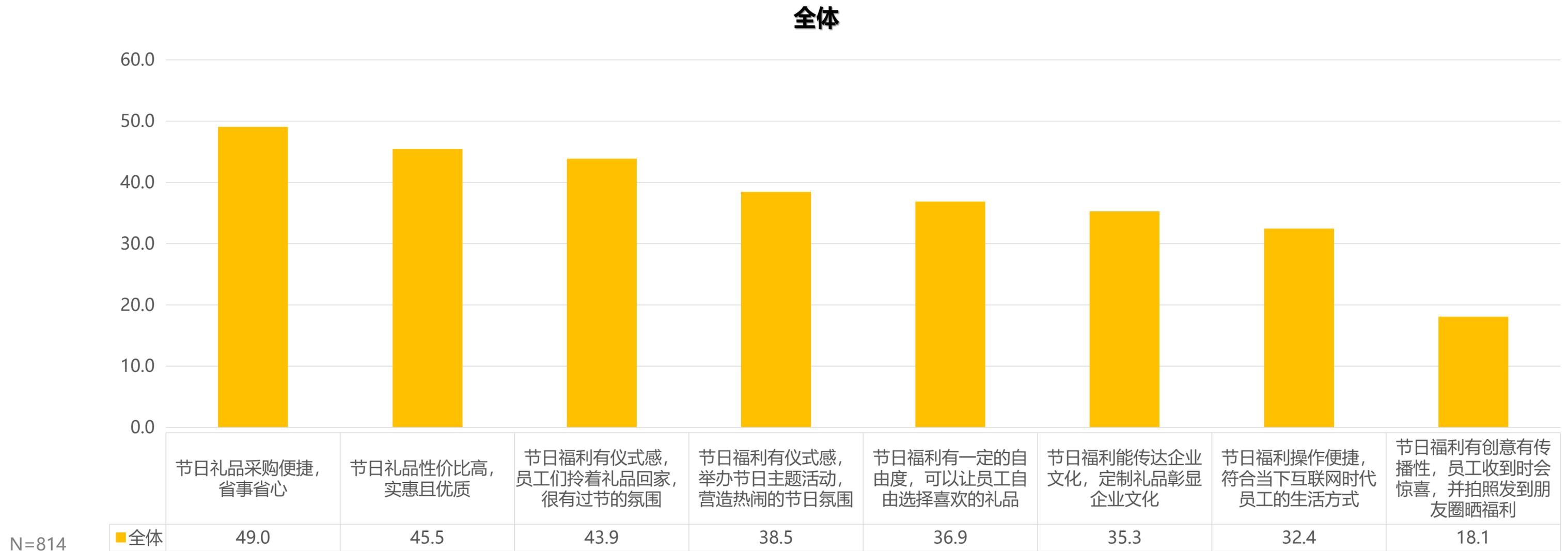
实施难点

- 礼品缺乏特色/新意导致员工体验一般、员工抱怨实物礼品拎回家不方便以及采购发放费时费力是HR在节日福利实施中主要面临的困难，也是对现状不满的主要原因所在；
- HR在员工体验和满意度方面的困扰要大于自身执行工作时的困扰。



实施侧重点

- 但实施侧重点来看，HR还是更多从工作便捷或企业利益出发，对提升员工体验和满意度重视度一般；
- 虽然企业存在员工体验一般、福利满意度不高的困扰，但对此却持比较被动的态度。



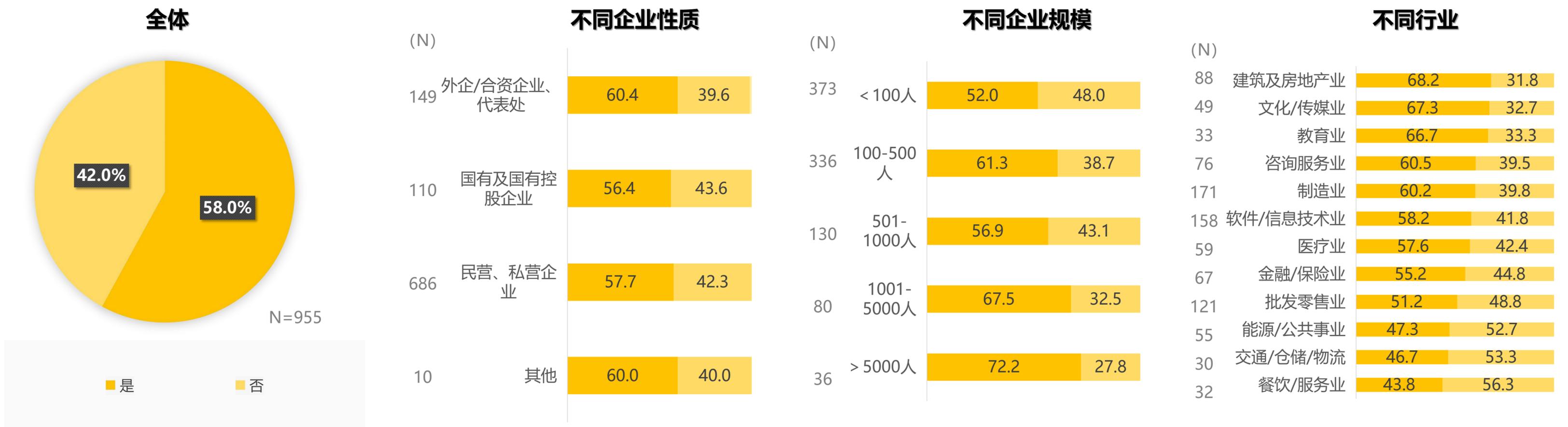
03

纪念日/慰问 福利实施情况



纪念日/慰问福利开展率

- 调研显示，58%的企业提供纪念日/慰问福利；
- 外企提供这项福利的比例稍高于国企、民企；
- 企业规模越大，越有可能提供纪念日/慰问福利；
- 建筑及房地产业、文化/传媒业、教育培训业、咨询服务业和制造业开展率较高，都在6成以上。

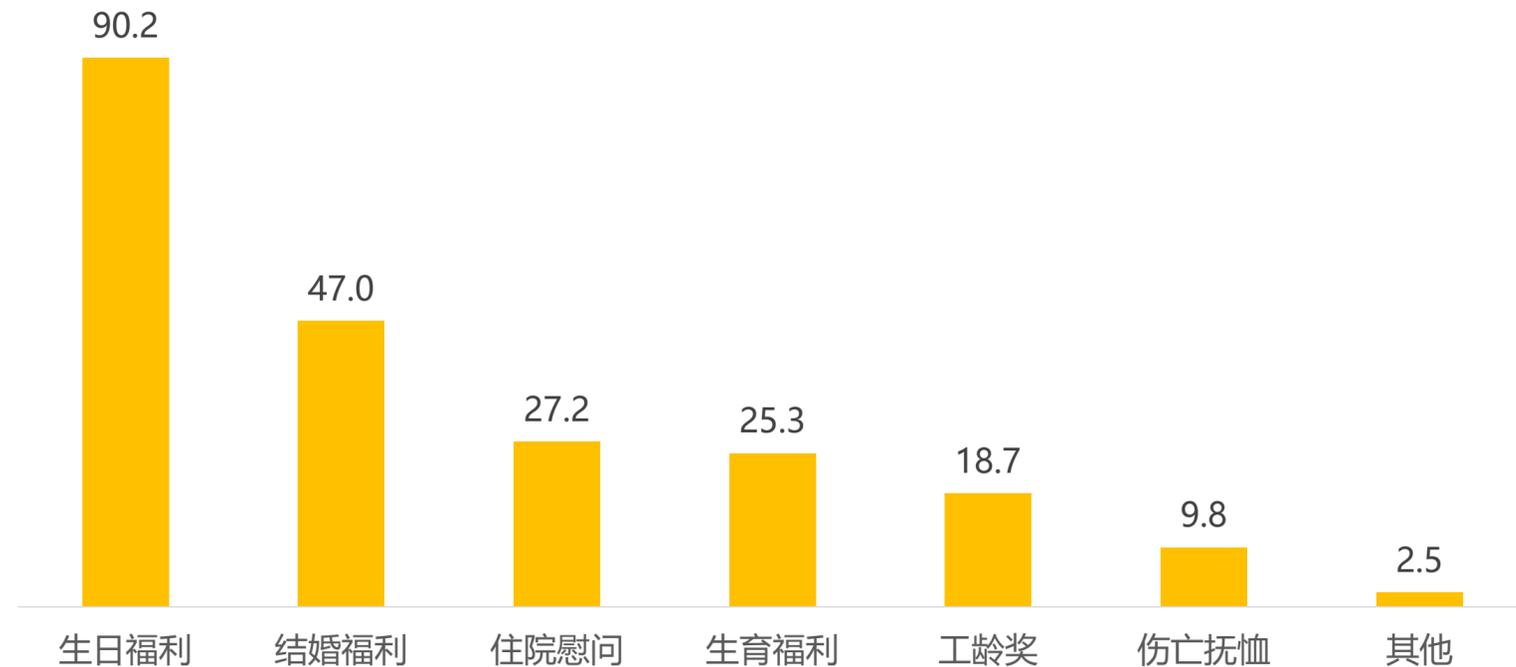


纪念日/慰问福利开展率

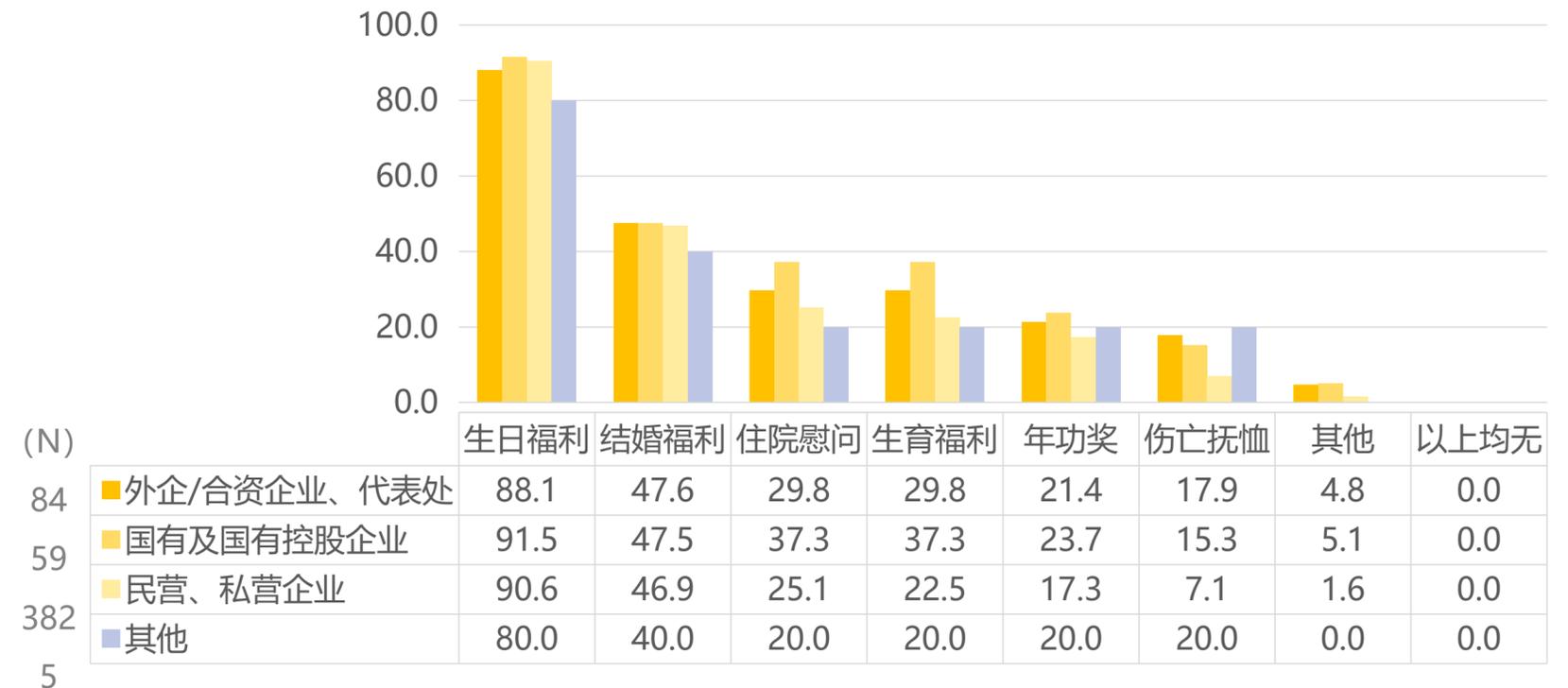
- 企业提供的纪念日福利主要指生日福利（90.2%）；
- 慰问福利中，企业比较倾向发放的是结婚福利（47%）、住院慰问（27.2%）和生育福利（25.3%）；
- 国企提供住院慰问、生育福利、年功奖的倾向高于外企和民企。

全体

N=530



不同企业性质

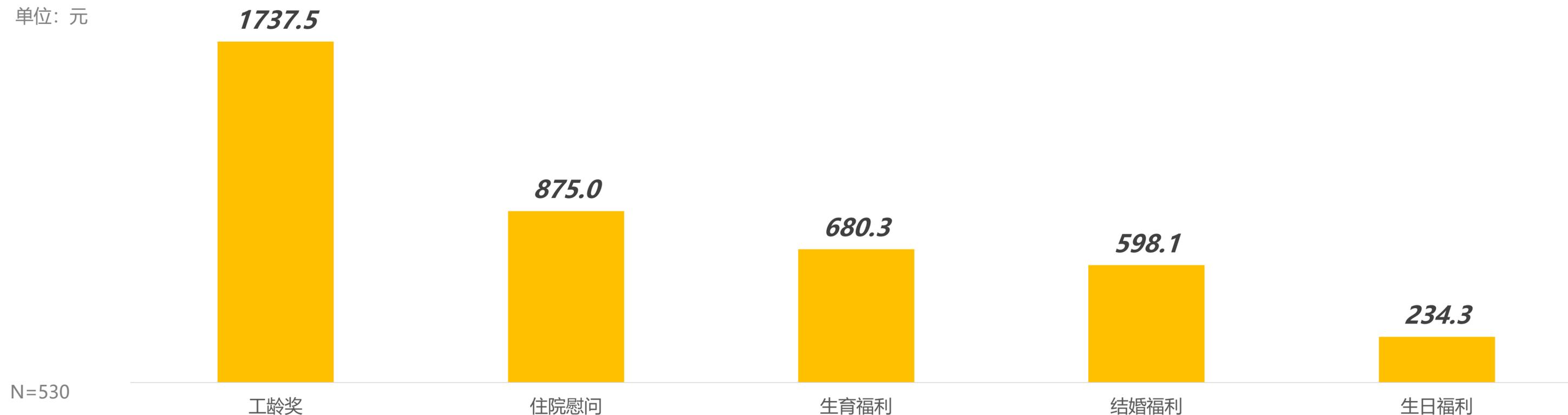


➤ 纪念日/慰问福利人均预算

- 从人均预算来看，最高的是工龄奖（1737.5元），远高于其他纪念日/慰问福利标准；
- 住院慰问的人均预算也较高（875元），生育和结婚福利中，生育稍高于结婚；
- 生日福利和节日福利一样，一般都会覆盖全员，所以预算标准和仅覆盖少部分员工的慰问福利有较大差距，生日福利人均预算为234.3元，介于端午节和妇女节预算标准之间。

全体

单位：元

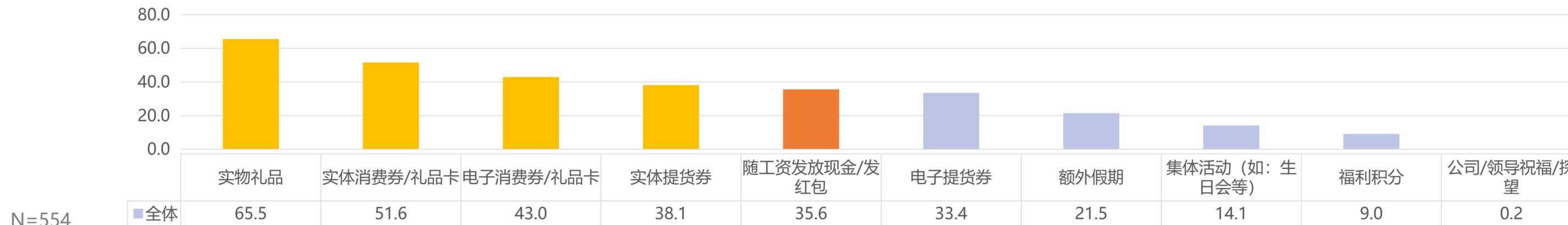


Q15. 贵司纪念日/慰问福利人均预算?

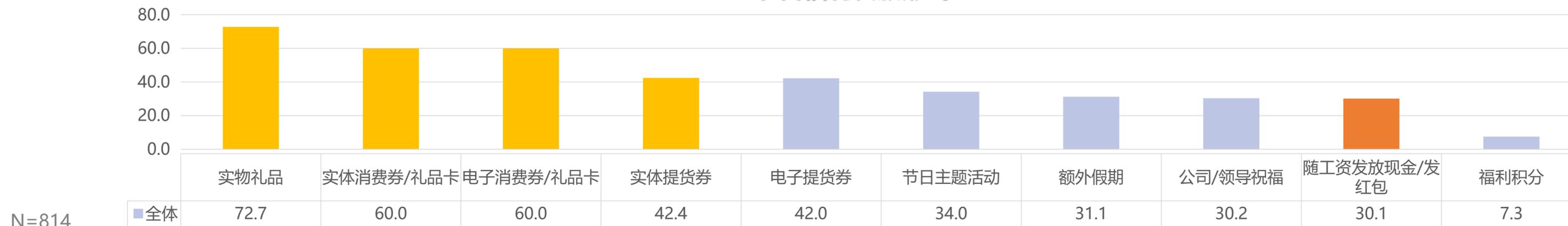
发放形式

- 企业纪念日/慰问福利的主流发放形式和节日福利比较接近，大多采用实物礼品、实体/电子礼品卡、实体提货券等形式；
- “随工资发放现金/发红包”这一形式在纪念日/慰问福利发放时的采用倾向也较高。

纪念日/慰问福利发放形式



节日福利发放形式



04

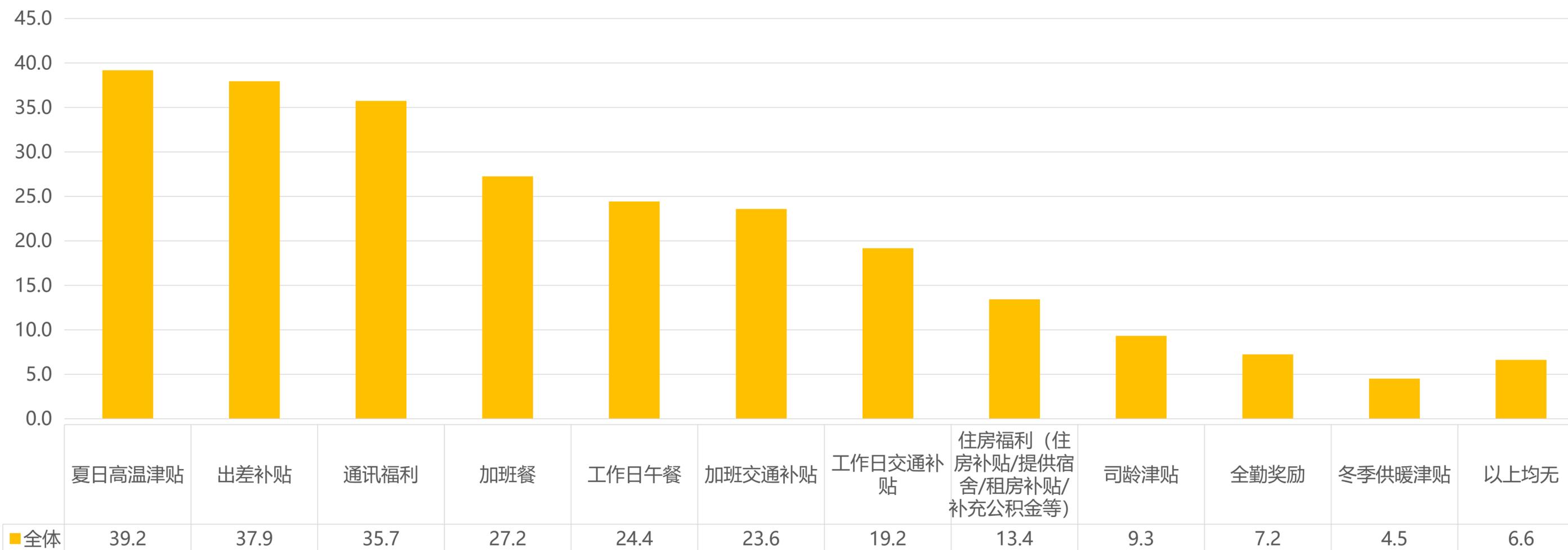
津贴福利 实施情况



津贴福利开展率

- 津补贴福利中，企业开展率较高的有夏日高温福利、出差补贴和通讯福利，比例均在30%以上；
- 加班餐、工作日午餐、加班交通补贴的开展率也在20%以上；
- 开展率最低的是冬季供暖津贴。

全体

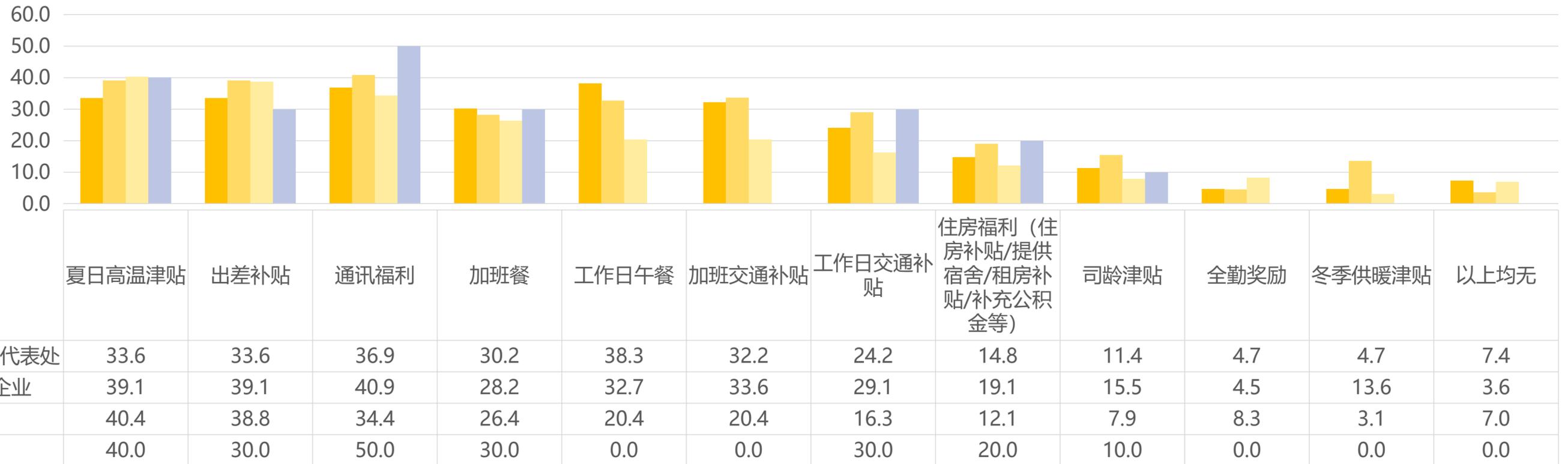


N=955

津贴福利开展率

- 国企在津补贴福利上表现突出，尤其在通讯、交通、住房、司龄、供暖等方面；
- 外企提供工作日午餐的比例较高；
- 民企工作日午餐、交通补贴开展率与国企、外企有较大差距。

不同企业性质

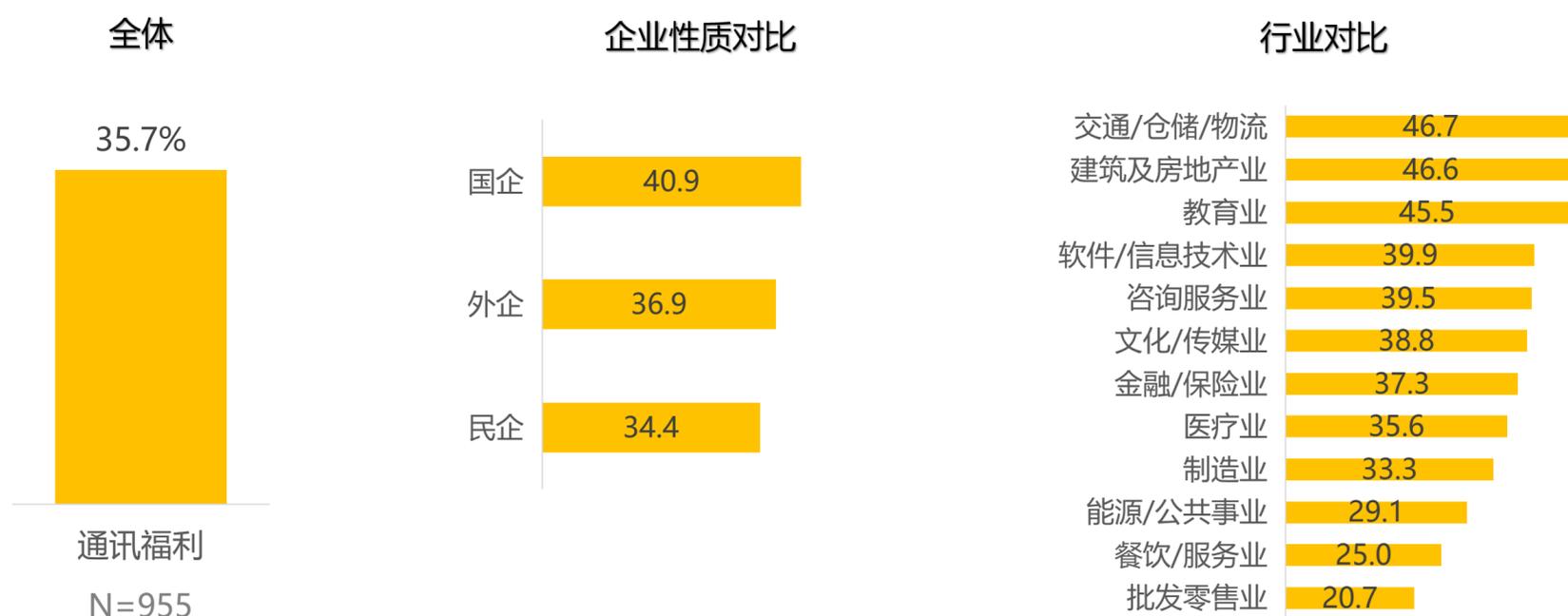


(N)
149
110
686
10

➤ 通讯福利实施情况

- 35.7%的企业会给员工提供通讯福利;
- 国企这一比例达到4成, 稍高于外企、民企;
- 通讯福利开展率比较高的行业有: 交通/仓储/物流、建筑及房地产业、教育培训业, 都在40%以上;
- 调研显示, 通讯福利人均预算为161.8元/月。

开展率

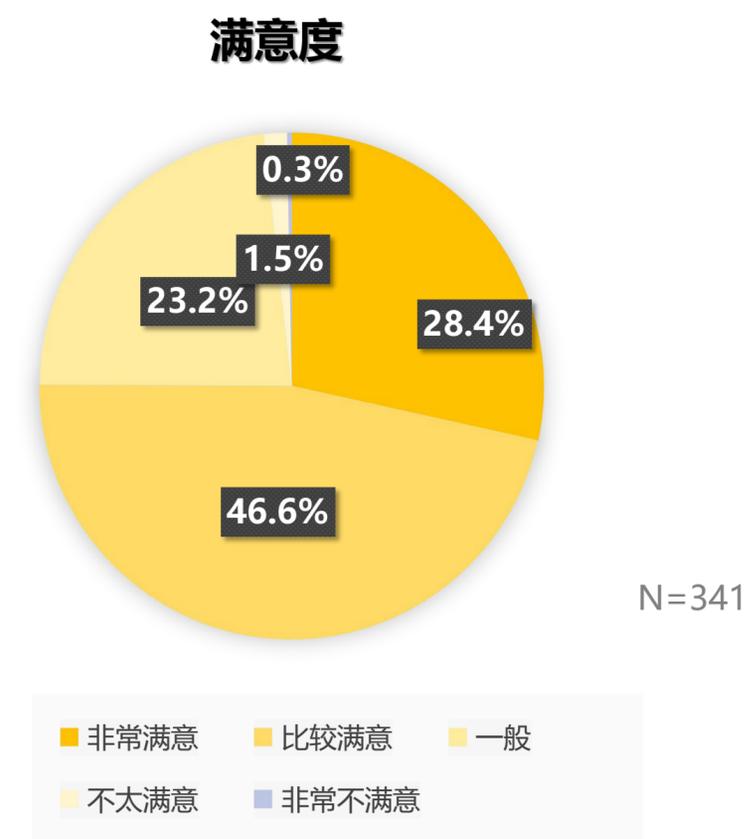
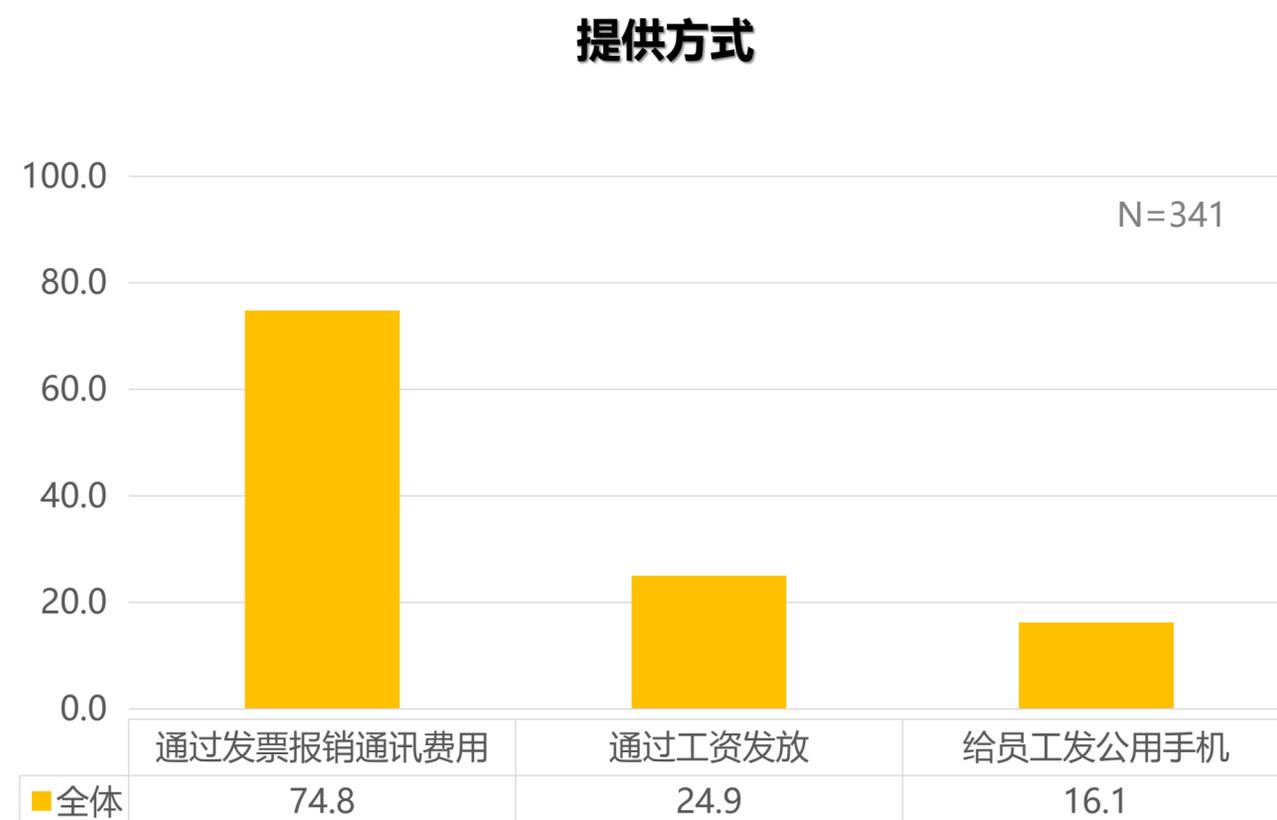


人均预算



➤ 通讯福利实施情况

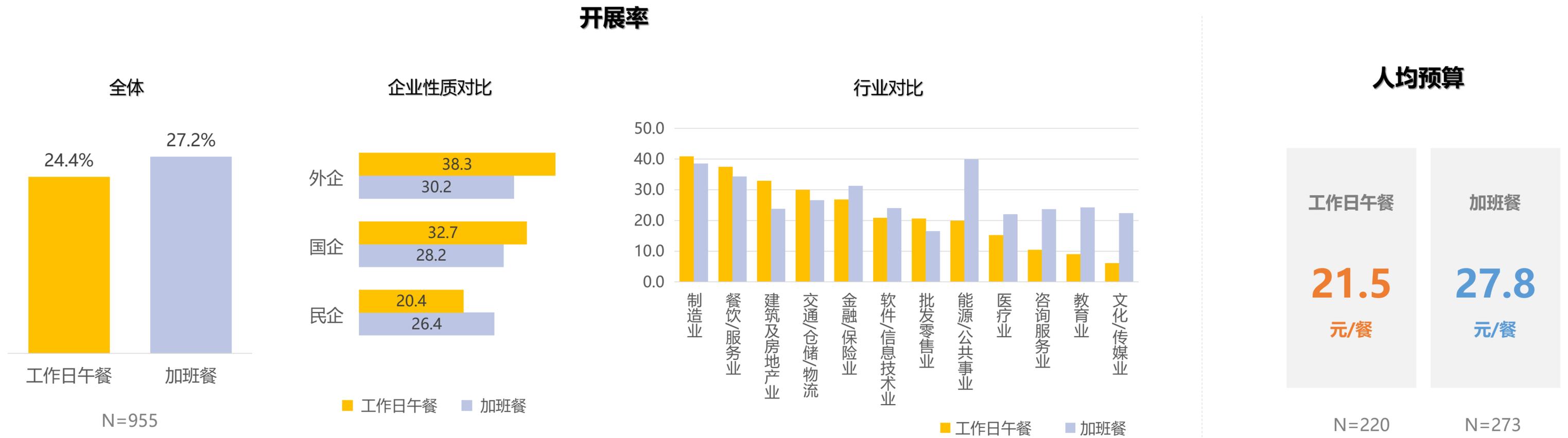
- 通讯福利的发放方式比较简单，主要以发票报销为主；
- HR对目前通讯福利实施现状的满意度比较高，非常满意和比较满意的比例加在一起达到75%。



Q23.贵司给员工提供通讯福利的方式是：(多选题)；Q24.您对贵司提供的通讯福利是否满意？

➤ 餐饮福利实施情况

- 企业提供的餐饮福利主要有工作日午餐和加班餐，总体开展率分别为24.4%、27.2%；
- 外企、国企提供工作日午餐的比例更高，民企更倾向提供加班餐福利；
- 制造业、餐饮/服务业、建筑及房地产业、交通/物流/仓储、金融/保险业是餐饮福利开展率较高的行业；能源/公共事业、医疗业、咨询服务业、教育培行业和文化/传媒业更倾向提供加班餐福利；
- 餐补标准来看，加班餐高于午餐，人均预算平均值分别是27.8元和21.5元；



Q19.贵司给员工提供餐饮福利的方式是 (多选题);

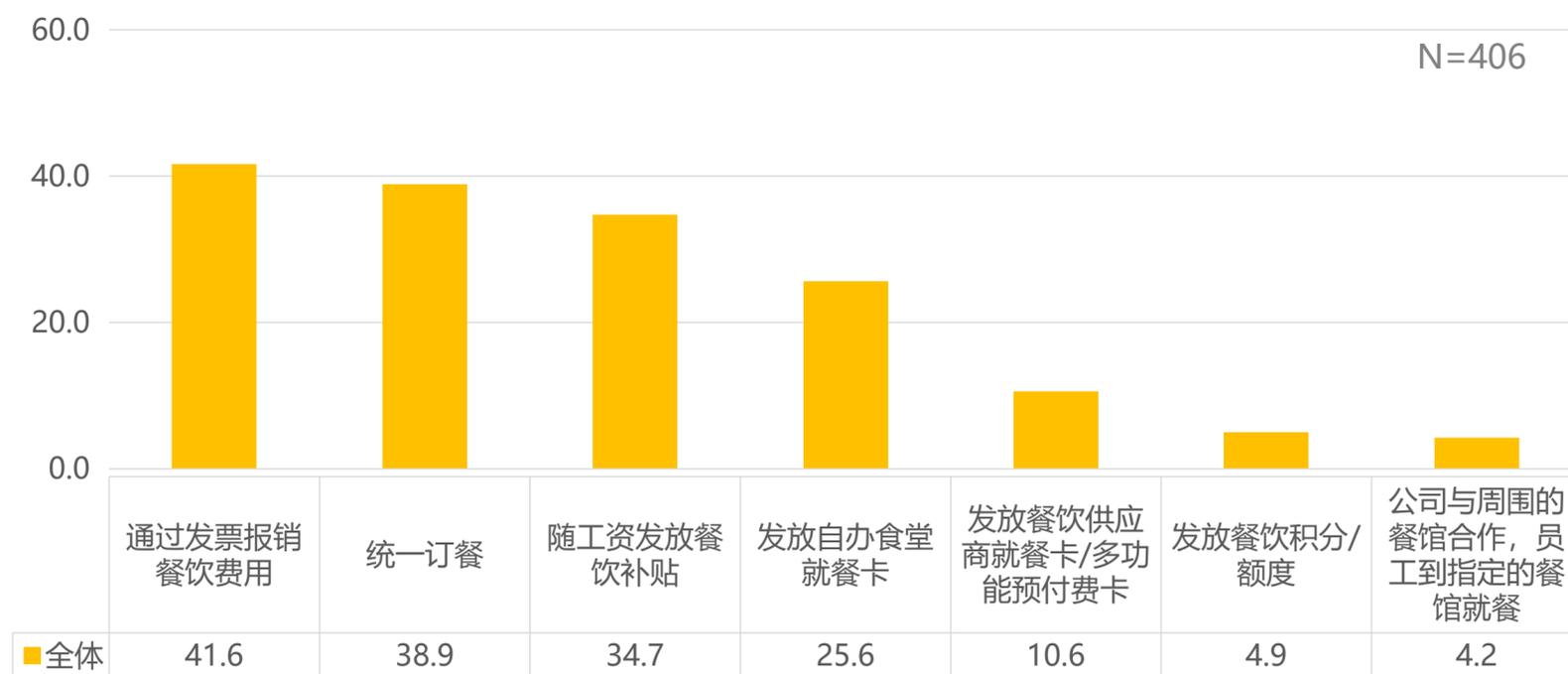
Q18.贵司是否提供以下几种类型的津贴福利 (多选题)：工作日午餐，人均预算_____元/餐；加班餐 人均预算_____元/餐；

Q20.您对贵司的餐饮福利现状是否满意？

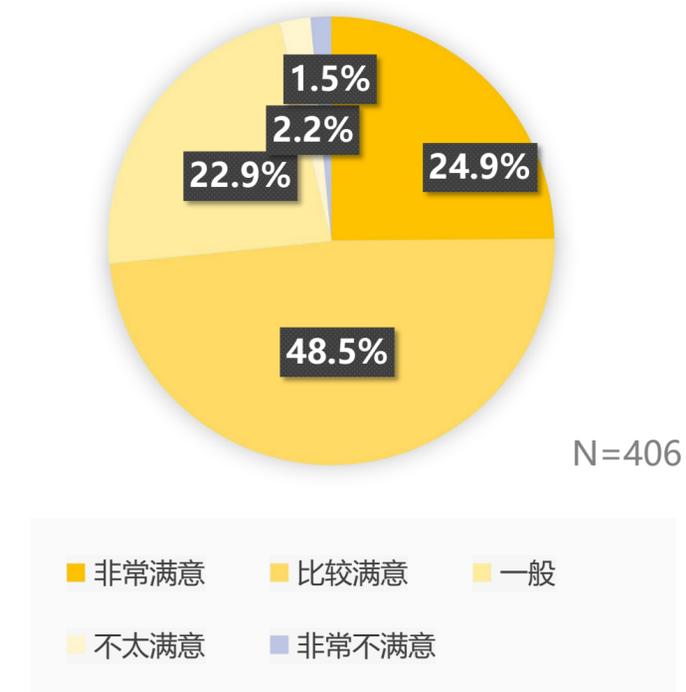
➤ 餐饮福利实施情况

- 企业发放餐饮福利的方式主要有：通过发票报销、统一订餐、随工资发放、自办食堂；
- 7成以上HR对餐饮福利实施现状表示满意，近四分之一表示一般或不满意，满意度评价稍低于通讯福利。

提供方式



满意度



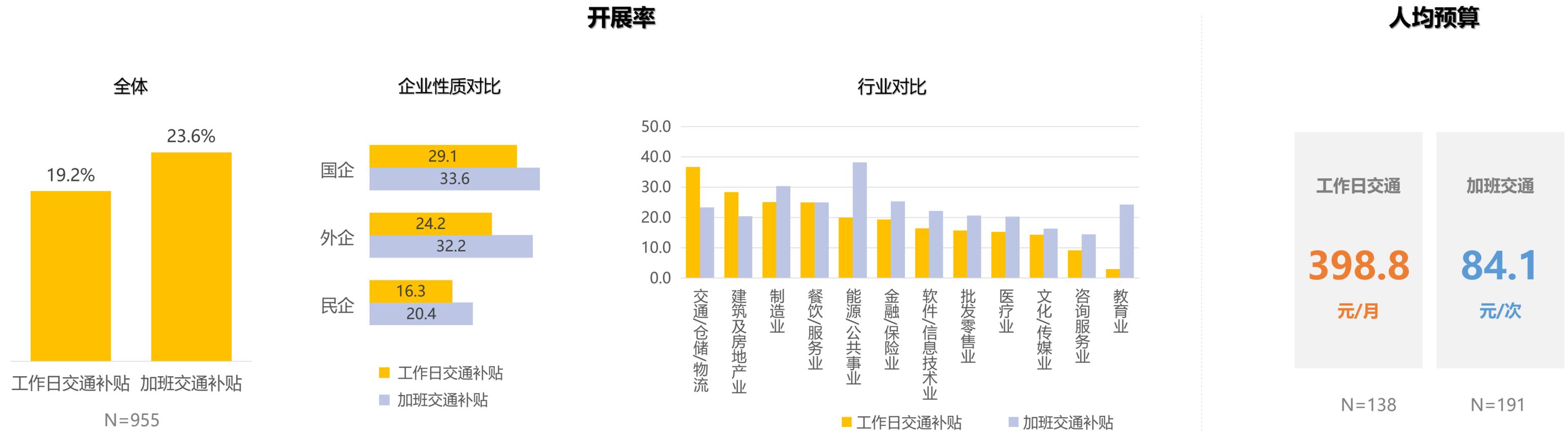
Q19.贵司给员工提供餐饮福利的方式是 (多选题);

Q18.贵司是否提供以下几种类型的津贴福利 (多选题)：工作日午餐, 人均预算_____元/餐; 加班餐 人均预算_____元/餐;

Q20.您对贵司的餐饮福利现状是否满意?

交通福利实施情况

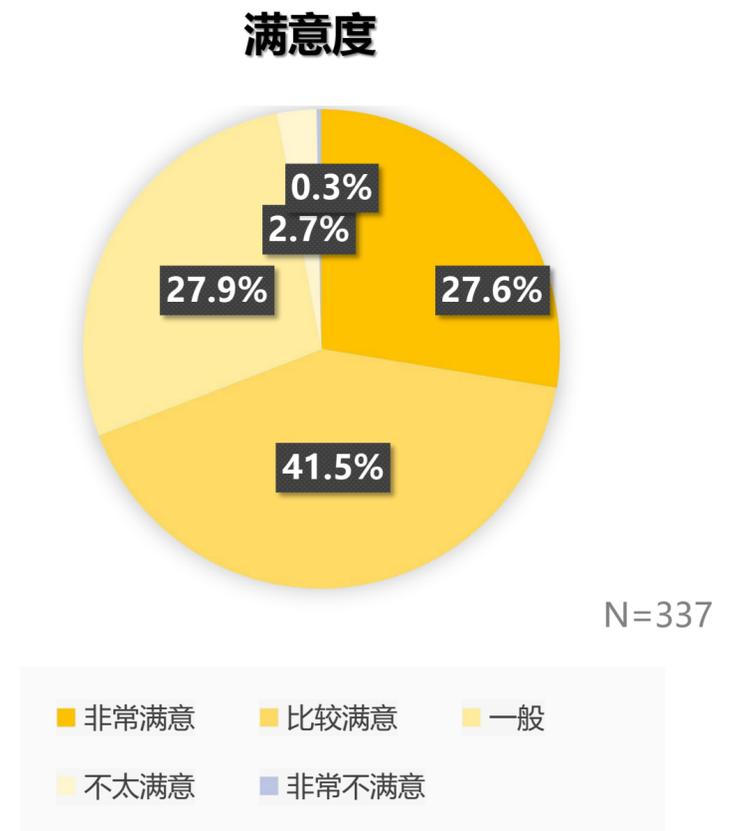
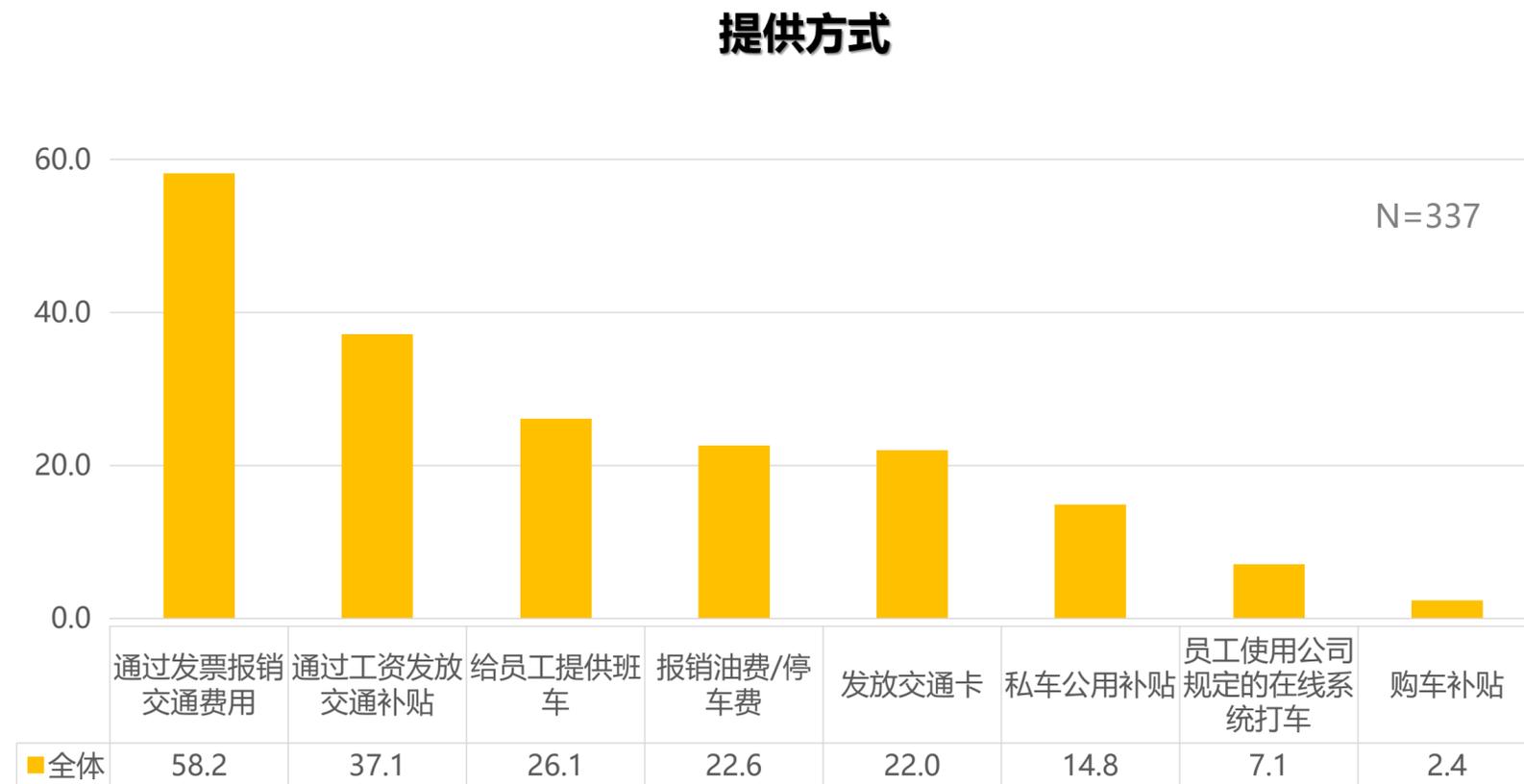
- 交通福利中，加班交通补贴（23.6%）的开展率稍高于工作日交通补贴（19.2%）；
- 国企交通福利开展率高于外企，民企开展率较低；
- 大部分行业加班交通补贴开展率更高；交通/仓储/物流、建筑及房地产行业更倾向提供工作日交通补贴；
- 交通福利发放标准来看，工作日交通补贴一般按月发放，人均预算为398.8元/月，加班交通补贴一般按次提供，人均84.1元/次。



Q18.贵司是否提供以下几种类型的津贴福利 (多选题)：工作日交通补贴 人均预算_____元/月，加班交通补贴 人均预算_____元/次； Q21.贵司给员工提供交通福利的方式是： (多选题)； Q22.您对贵司提供的交通福利现状是否满意？

交通福利实施情况

- 交通福利提供方式比较丰富，比较常见的是通过发票报销（58.2%）和通过工资发放（37.1%）；
- 通讯、餐饮、交通福利中，HR对交通福利现状的满意度最低，表示满意和非常满意的企业占比低于7成。



Q18.贵司是否提供以下几种类型的津贴福利 (多选题)：工作日交通补贴 人均预算_____元/月，加班交通补贴 人均预算_____元/次；Q21.贵司给员工提供交通福利的方式是：(多选题)；Q22.您对贵司提供的交通福利现状是否满意？

关爱通研究院

中智关爱通旗下 专业人力资源前沿研究和数据洞察中心

1. 持续输出人力资源行业专业内容
2. 研究院讲师团线上线下持续发声
3. 连续5年为雇主品牌评选活动“i优质职场”提供专业评审意见
4. 每年面向全国开展“福利管理策略与实践深度调研”并发布白皮书



持续输出人力资源行业专业内容



政策解析

热点探讨

数据洞察

案例分享



Global HR Intelligence | 第一资源 | 伯乐会 HR | HRoot

关爱通研究院 | 中秋福利想创利两大新趋势助你思路全开 | 关爱通研究院权威发布 | 2018年社税政策大盘点, HR不得不关注的三大趋势预测

关爱通研究院关爱通研究院集合了关爱通在人力资源行业有深刻理解、丰富经验的咨询顾问... 第一资源 2019-3-8

ciic 中智上海 | HR CLUB | HR Tech China | HR Tech China

不Diss 996雇主, 但向有; 【品牌】关爱通研究院 | 后疫情时思考“人心灾备”

职场 | ”热议996 话题至此, 关爱通研究 | 关爱通研究院关爱通研究力资源行业有深刻理解、丰 HR Tech China 2020-3-13

儒思 HR实战智库 | 58同城 广州招聘 | HR 智享会 HR Excellence Center | HRMAC 会员服务

研究院讲师团线上线下持续发声



关爱通研究院讲师团队由在企业人力资源管理、雇主品牌、员工关爱、财务管理等方面拥有深刻理解、丰富经验的讲师组成。在各大线上线下人力资源行业会议、论坛分享关爱通研究院观点。

连续5年为雇主品牌评选活动“i优质职场”提供专业评审意见



评选标准模型

- 健康共行
在健康共行的战略实施上,
- 成长共赢
企业在支持员工自身成长发展的同时,提供发挥每位员工长处职业能力提升空间

2017 α i 优质职场榜单

最佳实践奖 (2017年 α i优质职场获奖企业)

价值共创类	成长共赢类
朗诗绿色地产集团 东方证券股份有限公司 华住酒店集团 爱茉莉太平洋中国	液化空气(中国)投资有限公司 联邦快递(中国)有限公司 银科投资控股有限公司 震旦(中国)有限公司 (中国)餐饮有限公司

α i 优质职场

首页 关于优质职场 细分奖项 优职大师团 企业案例 媒体动态

新人力 聚合共生

2020 第五届 α i优质职场评选全面启动

优职指数报告
100个系列

微信扫一扫 关注该公众号

2019 α i 优质职场计划 年度榜单

健康力 优质职场新势力



2020第五届评选正在进行中!

α i优质职场,自2016年启动,是聚焦中国职场范畴,寻找、评选并推广中国最优质职场模式和品牌的大型公益项目,由人民网上海、中智上海、中智关爱通三方共同主办。

智力支持:



每年面向全国开展“福利管理策略与实践深度调研”并发布白皮书



- **2017企业福利管理策略调研**
- **2018-2019企业福利管理实践白皮书**
- **2019-2020企业福利管理实践白皮书**
- **2020-2021企业福利管理实践白皮书**

关 爱 通 研 究 院

更多关爱通研究院内容, 请扫描下方二维码



中智关爱通

中智关爱通（上海）科技股份有限公司（证券代码：871282）是中央管理的国有重点骨干企业中智旗下公司。关爱通在员工福利、激励、企业文化建设及相关人力资源预算管理领域，专业从事资源整合、平台开发和外包服务。



集团总公司：

战略投资方： 中信产业基金 |  人民网产业基金 |  国鑫创投

THANKS FOR WATCHING