

中国职场

20
25

幸福生态研究

商业福利趋势洞察

研究内容

外部环境的深刻变革,必然在企业内部产生涟漪效应。为了系统性地理解当前中国职场的真实状况, 并为企业人力资源管理提供决策参考,本研究报告内容包括:



测量雇员幸福度指数及其变化趋势

- 从基础保障、福利关怀、职业氛围、企业发展四个维度,系统测量员工的幸福度水平
- 分析不同企业性质(国企vs外企vs民企)、不同行业、不同年龄层员工的幸福度差异
- 追踪幸福度指数的历年变化,识别职场生态的演变趋势



探究企业如何更好地提升员工幸福度

- 了解员工对福利的偏好与需求变化,识别最受重视的福利项目
- 调研企业当前的福利供给现状、预算分配模式及面临的挑战
- 总结领先企业在福利管理上的创新实践与可复制经验
- 为企业在预算受限情况下提升员工满意度提供策略建议



企业面临的挑战及实践探索



预算有限 VS 需求多样

▶ 领先企业的实践探索：

灵北
中国

通过平台迭代升级实现“充分自由、体验为先”

多年前，灵北使用早期弹性福利平台模式，仅提供单一套餐与固定内容报销项目，员工可选空间小。2018年后，平台进行了迭代升级：把原来集中体检改为可全国通兑的体检卡模式，员工可任意选择；同时，为弹性福利积分账户拓展了通路，在原有升级商业保险的基础上增加了购买商城商品或教育、健康、文娱等消费场景，实现了“充分自由、体验为先”福利配置原则。

联想
集团

通过数据驱动与精细化沟通，平衡预算压力与多元需求

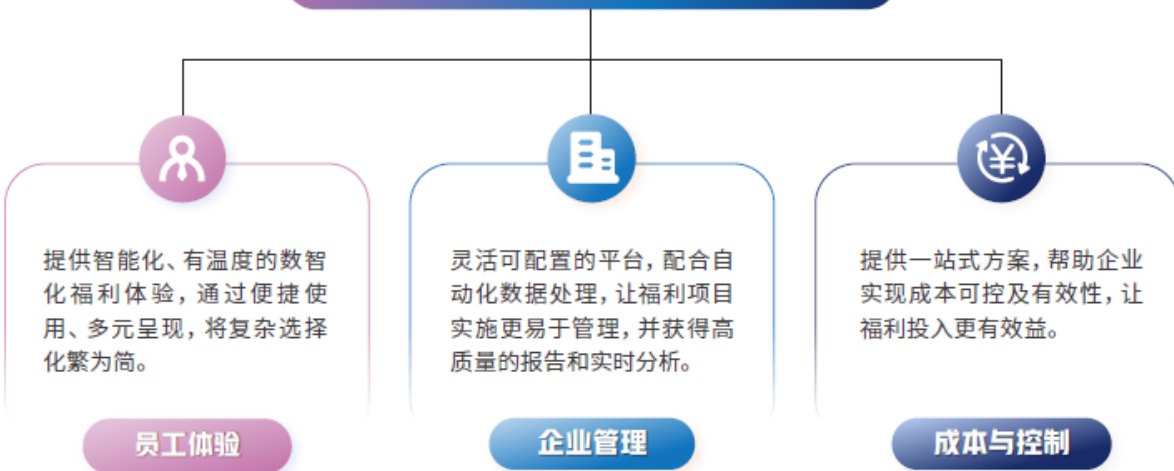
同市场上大多数企业一样，联想的福利管理也存在预算紧缩与员工高期望的双重压力。一方面在当前经济形势下，企业对福利成本管理相对谨慎，加强了对福利效能的分析和项目优化。与此同时，业务部门与员工对福利支持的需求日益提升，尤其在慢病干预、心理健康、工作生活平衡方面期望更高。

联想通过长期规划、数据驱动和精细化沟通三者结合实现平衡。首先，联想重视福利的短期和长期规划，每年不仅通过供应商协同审计及内部流程管控，确保合规，还会结合市场、业务和员工需求变化，重新审视并及时调整福利管理的短期及长期规划，允许商保等福利支出合理渐进调整，避免短期压缩导致未来系统风险。其次，通过深度分析福利数据，针对性优化方案设计。再次，建立常态化员工反馈机制，通过HRBP与业务部门协同推出定制化活动，如举办部门专属心理健康讲座，即使预算未增加也能提升员工参与感与福利感知。

▶ 上海外服绘幸福解决方案：

FSG弹性福利自选平台解决方案提供健康保障、健康管理、福利商城三大体系，整合技术、商品、场景与运营的全链路服务，汇聚超500万SKU资源，实现福利的精准匹配与高效管理。

弹性福利自选平台解决方案



福利供给VS感知落差

▶ 领先企业的实践探索:

灵北
中国

通过日常微福利与家庭日活动提升员工感知与归属感

公司行政部在北京及各地办公室配置咖啡机、新鲜水果、丰富多样的茶歇零食;与“乐刻健身”签署企业协议,员工每月可获一次免费团课,额外购课享受企业折扣;自动售货机“魔盒”入驻北京办公室,售卖健康轻食、低糖饮品,员工可用积分抵扣,满足“即时补能”需求。

工会每年组织一次“家庭日”,安排丰富多彩的家庭活动,活动包含亲子游戏、健康科普、全员用餐,管理层全程参与活动,让员工家属直观感受到亲人在公司不为人知的一面。“企业开放日”会邀请员工家属进入办公区参观,增强家属们对家人所服务企业价值观的认同以及感受到公司对于家属们支持的感激之情。

联想
集团

通过体系化建设与双向反馈机制提升福利效能

近两年来,联想对福利管理策略进行了积极调整,围绕三个重心:一是加强福利的体系化建设,将以往分散独立管理的福利项目,在全面健康管理理念下进行资源整合和优化,重视项目间的链接和协同,实现效能最大化;二是强调员工体验,通过调研、访谈等多种渠道,建立并不断完善企业与员工的双向反馈机制,以响应差异化需求;三是强化科技与工具应用,如引入数字化平台和AI技术,提升福利获取的沉浸感与运营效率。联想通过上述策略优化,正在努力实现员工福利体验的前置管理和可持续性发展,快速、稳定适应内外部环境变化。

联想采用多维度评估框架,兼顾短期指标与长期目标。短期关注福利使用率、满意度调研结果及成本控制效率;长期则追踪员工幸福感变化、留存率关联分析及组织健康风险抵御能力。

▶ 上海外服绘幸福解决方案:

为破解福利“供给”与“感知”倒挂的难题,上海外服绘幸福可以帮助企业构建福利沟通机制。

福利宣传

通过图文、邮件、《员工使用手册》、短视频、直播、宣讲会、嘉年华等多种形式,生动解读福利权益,提升福利感知度。

反馈机制

开设常态化福利反馈渠道,如定期调研、意见箱、微信售后交流群、智能客服、售后热线等,让员工的呼声被听见、被重视、被解答。

数据追踪

基于绘幸福平台,调取各类福利数据,及时了解员工兑换情况与福利偏好。可为企业开展福利满意度测量。

偏好调研

售后服务



兑换数据

问卷测评



合规红线 VS 创新活力

▶ 领先企业的实践探索:

灵北
中国

通过考核供应商创新能力, 持续优化福利体验

灵北将“创新”作为考核弹性福利平台与服务商的重要考量, 力求每年的服务中都尽可能地推陈出新, 包括但不限于消费通路优化及流程改善; 可量化创新包括新增网红健身房、热门咖啡品牌等。

联想
集团

在合规框架内, 通过额外假期与婚育慰问实现福利创新

联想在合规性上, 通过供应商协同审计及内部流程管控确保方案符合政策要求, 同时允许商保等支出合理渐进调整, 避免短期压缩导致未来系统风险。在创新性上, 通过增设额外带薪假期 (在法定年假之外为重要节日提供假期, 由系统统一释放无需额外审批) 和婚育慰问机制 (通过固定额度报销机制, 不设品类限制) 等方式, 在合规框架内实现福利创新。

▶ 上海外服绘幸福解决方案:

福利的合规底线与创新活力无需取舍。上海外服“绘幸福”凭借20年专业沉淀, 采取“框架内精耕”的定制策略。福利规划之初, 引入法务、税务与人力资源合规专家搭建安全框架, 后期执行更有90后新锐选品团队为福利策划注入活水。“专业护航+新鲜视角”, 确保每一份方案兼具合规性与吸引力。

数字发展VS体验期待

▶ 领先企业的实践探索:

联想集团

通过多平台整合与AI应用,提升福利数字化体验

联想采用多个数字化平台支持福利管理。其礼品平台整合了所有供应商资源,在员工生日、中秋、春节、儿童节等节假日和长期服务纪念日,支持员工线上自主选择礼品,一键下单和配送。此种方式替代了过去手工管理多供应商的低效方式,并极大扩充了员工的礼品选择,实现了福利发放、查询与选择的线上化,优化效率的同时,员工体验也得到了很大改善。联想一直在持续

迭代完善的健康管理平台,既可以为员工一站式提供知识学习、活动报名、咨询预约、资源检索等功能,同时作为员工反馈的收集渠道,支持员工提交使用体验和建议。

此外,联想认为AI与数字化平台是提升福利效能的关键工具,重点应用于三个环节:一是个性化体验优化,通过AI分析员工健康数据推荐定制福利组合,并部署智能客服即时解答查询;二是流程效率提升,自动化处理福利申领、理赔审批等流程,利用数据预测需求趋势以辅助预算分配;三是健康管理深化,通过AI驱动健康指数评估、习惯追踪,形成正向激励循环,强化长期健康干预效果。

▶ 上海外服绘幸福解决方案:

针对福利平台数字化发展的挑战,上海外服一体化平台体验全面升级!福利AI智能体即将上线,支持深挖行业福利数据、动态解读福利趋势、定制适配福利方案,让前沿科技真正服务于管理者和员工。

管理者视角

1. 自主配置企业专属福利门户;
2. 统一管理员工各类福利数据;
3. 实时查看多维度数据统计;
4. 基于福利AI助手了解福利趋势。

AI智能化

全新升级

企业员工视角

1. 一站式平台搞定保险理赔、体验预约、福利征询、年节礼品兑换;
2. 可基于福利AI智能体推荐,实时查看并购买满足员工及家属需求的个性化产品及服务。

福利小助手 绘小福

这款员工福利AI智能体,深挖行业数据动态解读趋势,AI定制适配企业需求的福利方案,贴合员工偏好与合规要求,赋能人才管理!

来自:上海外服商务管理有限公司

+ 创建新对话

你可以试着问我:

- 近十年制造业企业法定福利在总福利预算中的占比有何变化趋势?
- 制造业企业福利预算的年增长率大概是多少?
- 制造业员工对企业自主提供的福利满意度较低主要原因是什么?
- 小型制造业企业会引入哪些“非物质激励”措施来提升员工归属感?
- 成长型制造业企业开展“员工需求调研”时,会按哪些维度对员工分层?
- 100人以内制造业企业,员工福利常规置方案有哪些?

策略与建议

The background features a dark blue gradient with intricate, wavy patterns of fine lines in shades of blue and purple. Scattered throughout are numerous small, glowing blue and white particles, creating a sense of depth and movement. The overall aesthetic is futuristic and digital.

▶ 战略层

核心策略

从“福利发放”转向“体验管理”

构建
“固定 + 弹性”
福利模式

打造一体化
数字福利
平台

关键举措

- 福利纳入员工全生命周期管理体系
- 建立福利与员工幸福度指数关联监测
- 高层定期审视福利战略与业务目标匹配度
- 固定福利 (年节礼包、年度体检、基础保险) 确保全员覆盖
- 建立弹性福利积分体系, 赋予员工自主选择权
- 根据员工生命周期特征提供差异化福利组合
- 整合分散福利系统 (礼包、积分、体检、活动)
- 建立统一入口, 实现可视化、透明化、便捷化
- 打破福利孤岛, 提升员工获取福利的便捷性

预期成效

福利从成本中心转向价值创造, 成为雇主品牌核心竞争力

平衡普惠性与个性化, 在预算可控下提升满意度

降低管理成本, 提升员工体验和福利使用率

▶ 执行层

核心策略

提升福利感知度与透明度

优化积分平台使用体验

建立快速响应机制

关键举措

- 制作《员工福利手册》，说明福利使用方法
 - 在平台设置“福利账户”，实时显示额度、使用历史、到期提醒
 - 建立智能提醒机制(福利到期提醒、新福利上线通知)
 - 新员工入职时进行福利政策宣讲
-
- 简化兑换流程(登录→选择→确认)
 - 丰富商品品类, 优选知名品牌、等值兑换券、健康类商品
 - 建立积分到账提醒机制, 多渠道触达(企业微信/邮件/短信)
 - 设置“福利仪表盘”, 可视化展示福利使用结构
-
- 嵌入智能客服, 支持 7×24 小时即时咨询
 - 建立“福利意见反馈专区”, 48 小时内回复
 - 开展福利满意度调研, 迭代优化低分项
 - 与业务部门协同推出定制化活动

预期成效

解决“高供给低感知”倒挂问题, 让员工清晰了解福利权益

平台月活跃度显著提升, 员工使用体验大幅改善

提升福利沟通满意度, 及时解决福利体验问题

差异化福利配置

- **20-30 岁青年员工:** 提高积分额度、增加员工活动频次、探索弹性工作制
- **30-40 岁中坚员工:** 年节礼包增加家庭装选项、商保覆盖配偶子女、家庭日活动常态化
- **40 岁以上员工:** 体检套餐增加慢病管理项目、提供养老规划咨询、年节礼包强化仪式感

福利从成本中心转向价值创造, 成为雇主品牌核心竞争力

核心策略

低成本
高感知的
福利设计

多场景
积分应用

强化
供应商
合作

智能技术
应用

关键举措

- **年节礼包定制化:** 从“统一发放”转向“自主选择”, 提供多档位套餐
- **额外带薪假期:** 为重要节日提供额外假期
- **婚育慰问机制:** 固定额度报销机制
- **日常微福利:** 配置咖啡机、新鲜水果、健身合作、自动售货机

- **保险升级:** 员工用积分升级保额, 可覆盖配偶、子女、父母
- **商城购物:** 对接京东、天猫等各类平台, 提供知名品牌产品和日用品
- **健康管理:** 体检升级、健身卡、健康轻食配送
- **教育培训:** 进修课程、职业认证、在线学习平台
- **文娱消费:** 演出票、旅游券、电影卡

- 从“单一供应商”转向“多渠道整合”
- 将“创新能力”纳入供应商考核
- 与头部供应商建立战略合作, 提供端到端定制方案
- 打通数据壁垒, 实现体检、商保、健康管理等各模块数据整合

- **个性化推荐:** 基于员工画像(年龄、岗位、家庭状况)推荐适合福利
- **智能客服:** 常见问题自动回复, 复杂问题转人工
- **智能提醒:** 福利到期、重要节点提醒、新福利上线通知
- **健康数据整合(中长期):** 整合体检、商保、健身数据, 生成个人健康指数报告

预期成效

以相对较低成本
实现较高员工感
知度, 营造归属感

一个积分账户解
决多元需求, 适
配各年龄层员工

平台SKU增加,
供应商服务质量
提升, 员工满意
度改善

提升平台智能化
水平, 降低人工
客服压力, 增强
用户粘性

管理层

核心策略

建立福利
效果评估
体系

建立快速
迭代机制

培养福利
管理专业
能力

关键举措

- **短期指标：**福利使用率、平台活跃度、员工满意度、成本效率
 - **长期指标：**员工幸福度指数、员工留存率、雇主品牌影响力
 - 召开“福利优化会议”，进行“福利体系复盘”，基于数据识别优化方向
-
- 新项目推行遵循“先行试点、总结评估、全面推广”的原则。
 - 针对员工反馈，须在规定时限内完成研判并输出优化方案，形成管理闭环。
 - 在福利创新中给予试错空间，但必须履行复盘程序，确保经验转化。
-
- 组织HR团队参加福利管理专业培训
 - 建立“福利管理最佳实践分享机制”，定期邀请标杆企业HR分享
 - 鼓励HR深入业务部门，通过与员工面对面沟通洞察真实需求
- 建立HRBP与福利管理的协同机制

预期成效

从“投入导向”转向“效果导向”，确保福利ROI可衡量

福利体系从“一年一调整”转向“季度优化、年度复盘”，持续保持竞争力

HR从“福利发放者”转型为“员工体验设计师”，福利体系更贴合业务实际