



外卖配送满足味蕾需求

职场办公场景催生了办公软件、同城快递的快速发展,能够迎合办公需求的相关服务早已经遍地开花。满足上班族口腹之欲的餐饮外卖、生鲜配送则伴随着消费者变换身份,适用于更多的场景。“叫外卖这个习惯从大学时代养成一直带到了工作中,可能戒不掉了。”赵睿是一名吉林财经大学的研三学生,但也是一位在北京一家会计师事务所上班的实习生。

赵睿将自己的一日三餐全部交给了外卖。赵睿称自己几乎吃遍了公司周围所有的外卖餐厅;就算是不打开饿了么、美团等外卖软件,闭着眼就都能想起常点的餐厅和菜单。用餐高峰餐厅没有空位、外卖有诱人的折扣以及赵睿自身不愿做饭的“惰性”,众多外因和内因加起来促使赵睿将订外卖变成了习惯。

北京商报记者在饿了么界面发现,饿了么专门提供企业订单服务,提供一站式企业用餐解决方案。根据界面信息显示,企业订单服务涵盖了加班餐、项目餐、团建餐以及商务邀请四个用餐场景,饿了么还提供员工拼单的服务。

自星巴克在饿了么上线星巴克专星送后,赵睿不再需要穿过两条马路排队买咖啡。对于还在实习期的赵睿来讲,买咖啡可谓是“必修

课”。各部门一把手开碰头会前,咖啡要早于领导出现在办公桌上,领导们喜好不同,不加糖、半糖、脱脂奶、全脂奶、少冰、去冰……总是有出其不意的搭配。”赵睿称自己不仅要需求记得准确还要保证咖啡准时出现在办公桌上。当星巴克专星送出现后,赵睿便将买咖啡的工作交给了饿了么;所有的需求全部可以粘贴复制,然后坐在办公室等着咖啡准时送过来就可以了”。

除了外卖平台,每日优鲜、本来生活等生鲜平台填补着上班族对水果和零食的需求。公司的茶水间里本来就有咖啡机、茶包等众多零食,但还是难以满足赵睿这些刚刚进入职场、需要用零食化解工作压力的“职场小白”的需求。火龙果、蓝莓、橘子、香蕉以及众多应季且好剥皮的水果是上班族的首选水果。

工作族已经是网购消费的主力军。根据京东大数据研究院提供的数据显示,白领购买更频繁,客单价低于大众用户,但人均消费反而高30%。其中,36-45岁白领线上消费最频繁,其次是26-35岁的白领。办公室的白领们往往对价格的敏感度较低,更注重商品的品质、颜值和设计感,高频次下单是白领们的习惯。



线上服务类消费激增

紧张的工作之余,白领们也在安排着下班后的休息时间和假期旅行,讨论哪个国家的风景好看、旅游出行的机票正在打折,是白领们打开话匣子甚至是培养感情的好方式。张磊是一位程序员,春节、国庆等较长的假期均是张磊“躲避”各种代码的好时机,向去过计划地的同事请教行程安排不失为好方式。假期前,同事们总是习惯性打开订机票、订酒店和确定规划的App。”

实际上,办公族们在职场办公的空间里完成着工作也安排着生活。下班后去哪个理发店理发、哪里有新开的健身房、哪部新上映的电影开始售票了……白领们在方寸大的手机上计划着下班后的生活。

值得注意的是,线上服务类消费是今年消费的一个亮点,白领人群是线上服务的主要人群。服务种类也日渐丰富,包括酒店机票、装修、钟表、生活缴费、电脑办公安装、汽车服务等。同时,白领生活爱好非常时尚、丰富,影视、轮滑、滑板、武术搏击、冰上运动、绘画摄影等均是白领日常减压的方式。

消费作为经济增长的“压舱石”和“稳定器”,分量越来越足。假日旅游、网络购物、乡村休闲……随着居民消费升级的步伐加速,我国消费市场需求持续旺盛。我国居民消费整体已呈现出从注重量的满足向追求质的提升、从有形物质产品转向更多服务消费、从模仿型排浪式消费向个性化多样性消费转变的特征。根据统计数据,目前我国服务消费占居民消费支出的比重超过40%,占据近“半壁江山”。

无论是琳楠、张磊还是赵睿,他们只是众多白领中的一员,互联网让工作更加快速和便捷,也让工作和生活没有界限。电子商务交易技术国家工程实验室研究员赵振营表示,职场办公场景催生了大量的对应业务,便捷、快速是最核心的关键词,众多企业也在围绕职场办公场景铺设业务。职场有着突出的社交属性,口碑传播、习惯性消费让早期在办公场景传播的软件可以得到快速普及,但随着增量放缓,尤其是线上人口红利见底,电商企业需要打破同质化,凭借差异性覆盖更广的客群。

北京商报记者 赵述评



职场办公图鉴

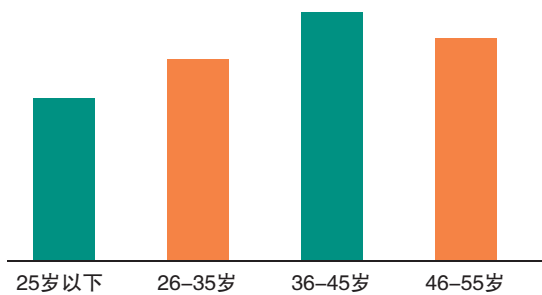


写字楼接收快递频率排序

1. 中关村
2. 望京
3. 上地
4. 金融街
5. 十里堡
6. 三里屯
7. 国贸
8. 东直门
9. 西单
10. 西直门
11. 广渠门外
12. 世贸天阶



办公室人均订单量



办公人群电商消费特点



同城配送品类划分

