

# 2023光辉国际中国消费品零售行业高管调研

## 9大细分领域

零售



奢侈品



鞋服及配饰



化妆品



餐饮



连锁商超

快消品



食品饮料



个人护理及  
家庭护理



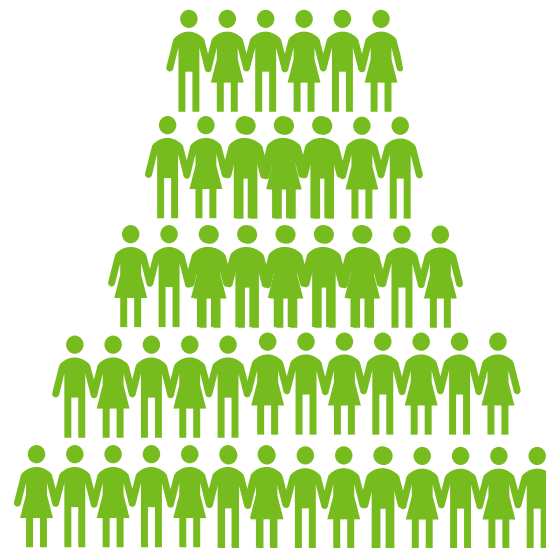
消费电子



互联网及  
其他

57位CEO

参与调研



## 总结发现

- ❑ 相比2023年上半年，行业对于未来经济和市场走向持更加**保守谨慎**的态度
- ❑ 参与调研企业的**55%**CEO预计2023年业务实际达成将低于预算目标
- ❑ 消费呈现两极化；各细分行业**消费降级**的趋势更为显著
- ❑ 消费品行业整体线上和线下生意占比趋于稳定
- ❑ 企业倾向于向内培养与发展优秀员工；人才留用和降本增效是关注重点

Q1

您对未来一年的消费市场大环境是持乐观态度还是悲观态度？

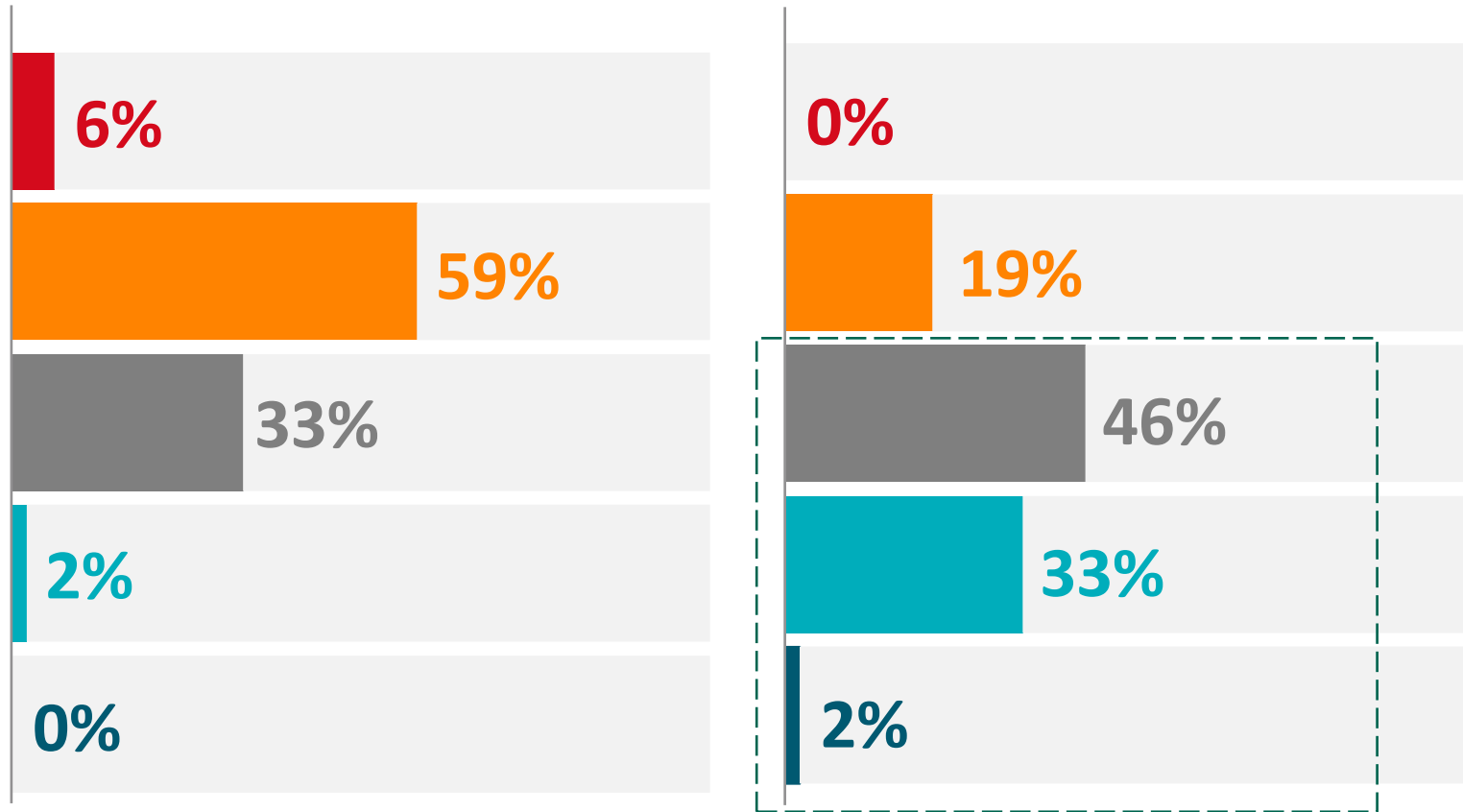
😄 非常乐观

😊 略乐观

😐 中立

😞 略悲观

😡 非常悲观



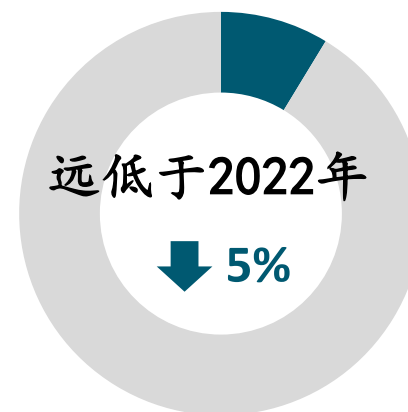
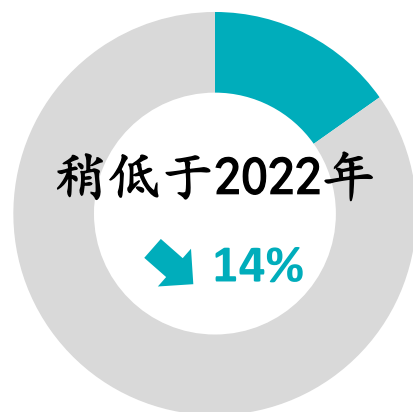
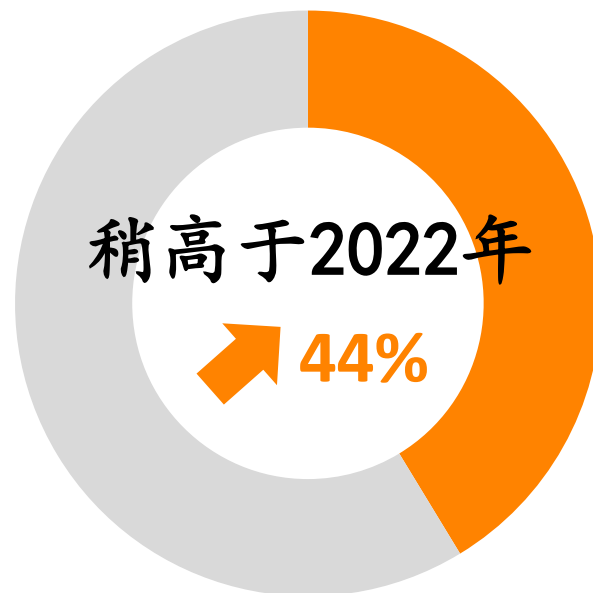
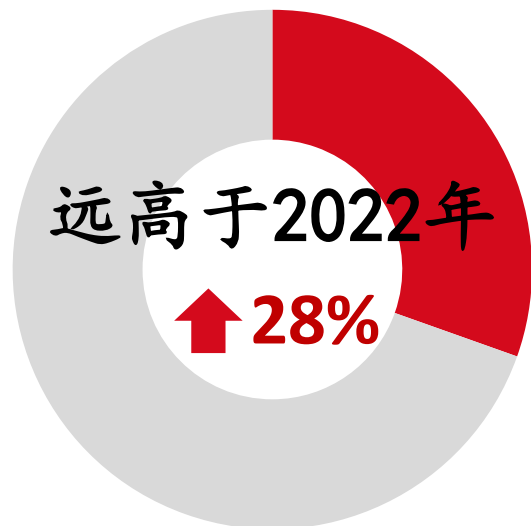
超过80%参与调研的CEO对未来一年消费市场大环境持中立或悲观态度

2023年2月

2023年9月

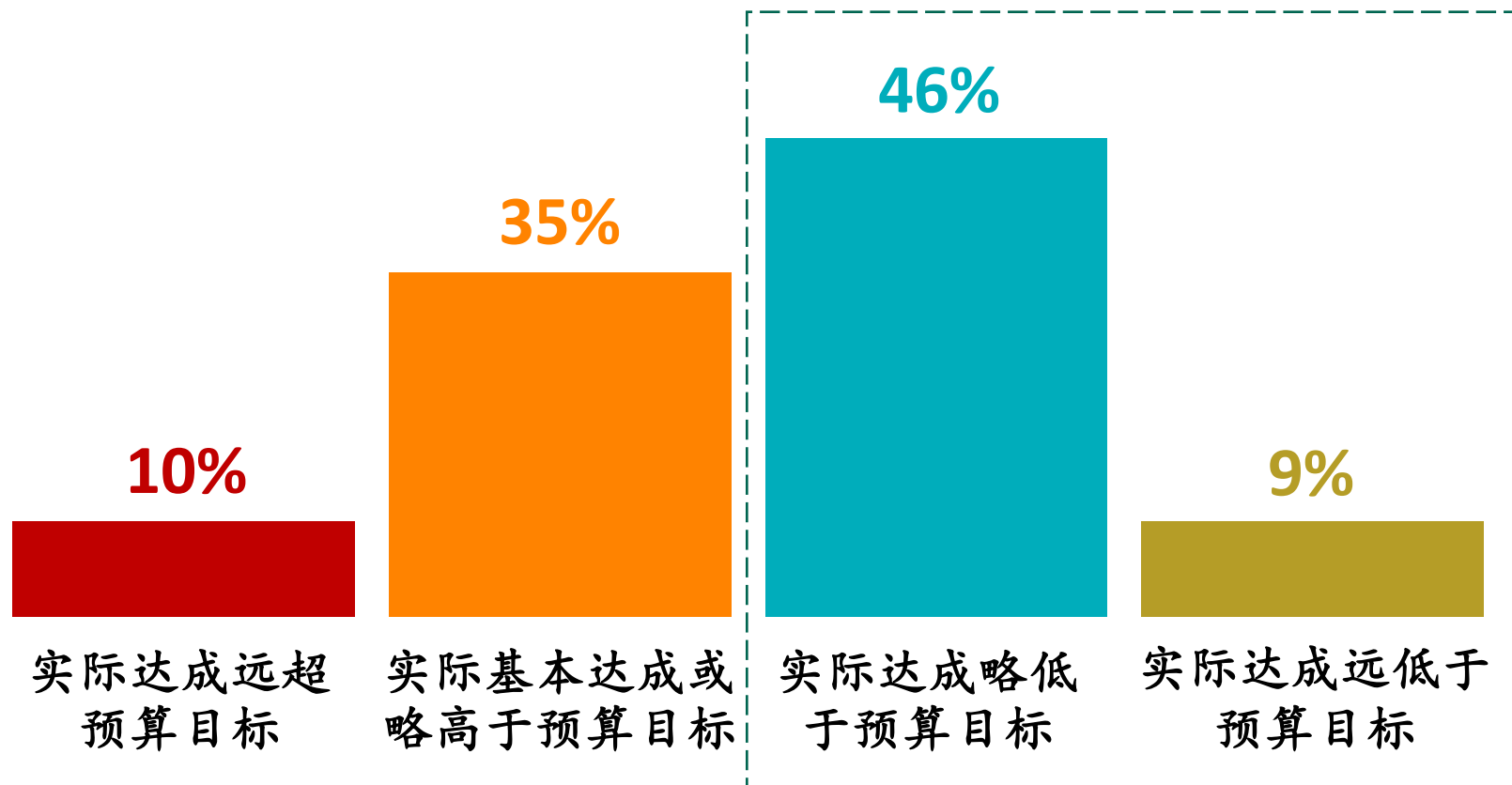
Q2

相比2022年，贵司2023年目前的营收经营状况如何？



Q3

## 您如何预估贵司2023年年度业绩达成情况？



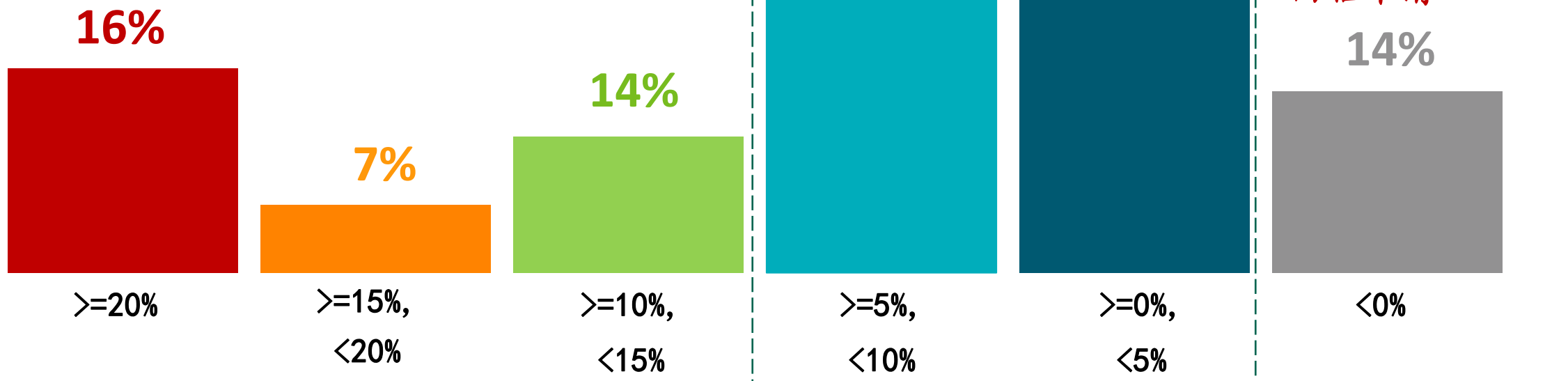
55%参与调研的CEO表示2023年年度业绩实际达成有可能低于预算目标

Q4

# 您预估您所在细分行业2023年的增长率会是多少？

近一半参与调研的CEO预计2023年  
所在细分行业增长率为0-10%

赢者(前15-20%市场  
品牌)继续通吃？

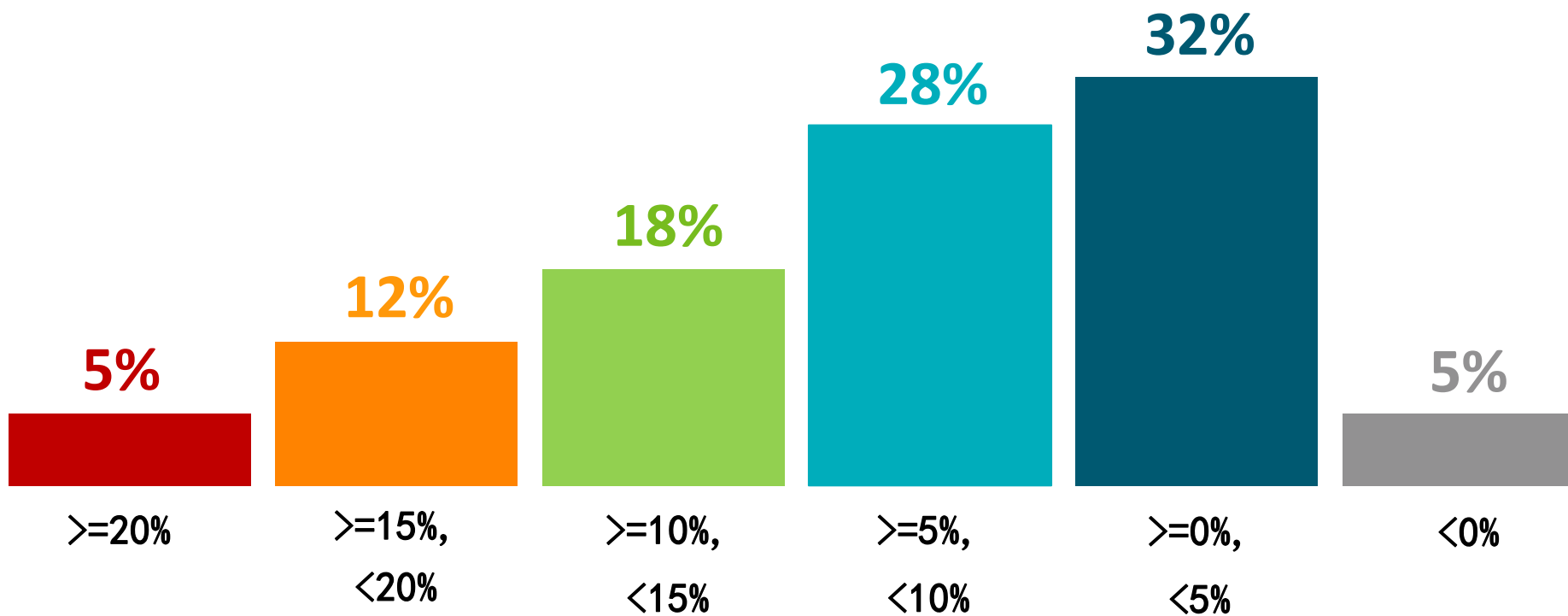


8位CEO表示所在  
细分行业2023年  
面临下滑

Q5

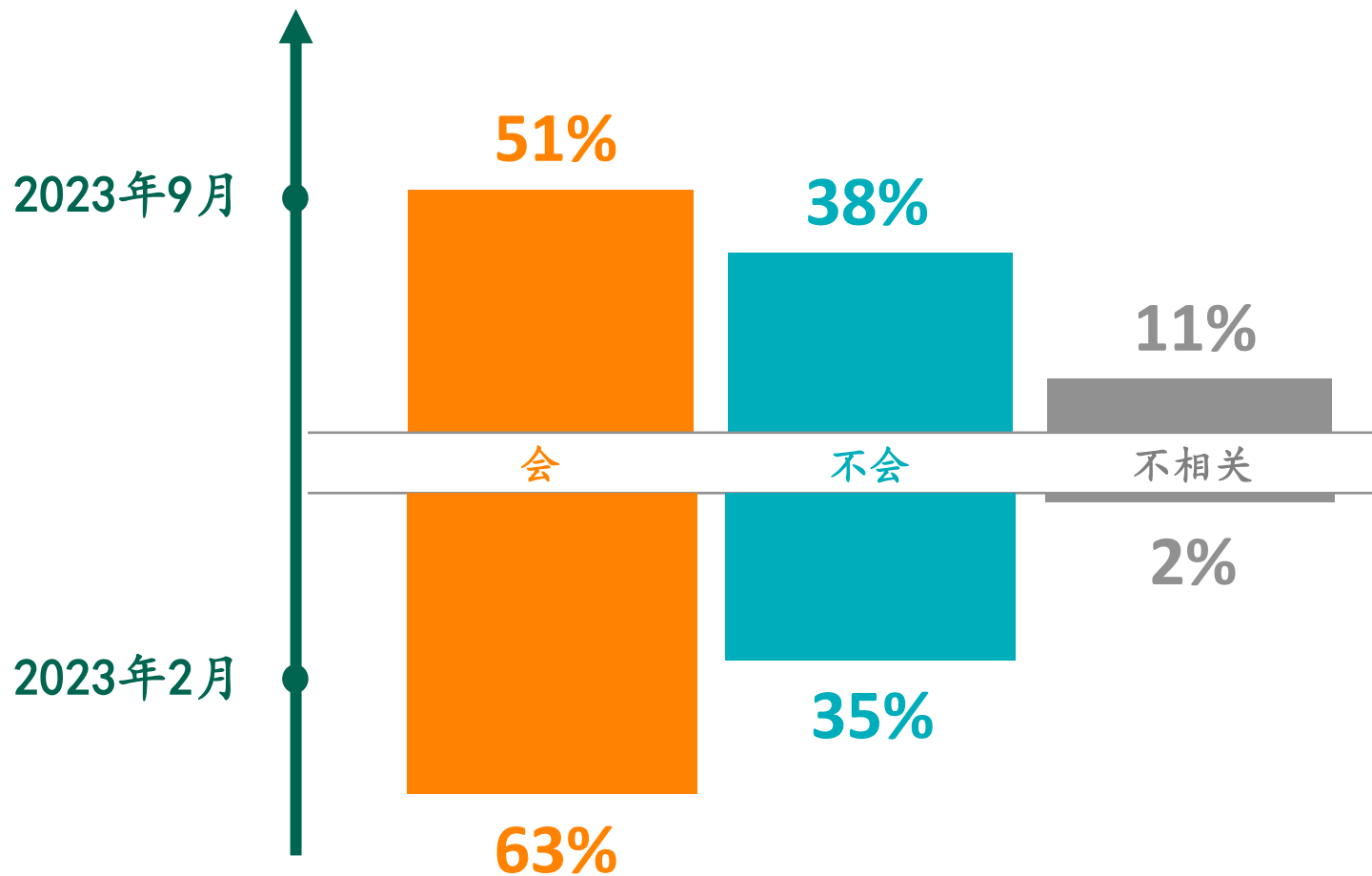
您预估您所在细分行业2024年的增长率将是多少？

市场对于2024年各细分行业的增长预期普遍更为保守

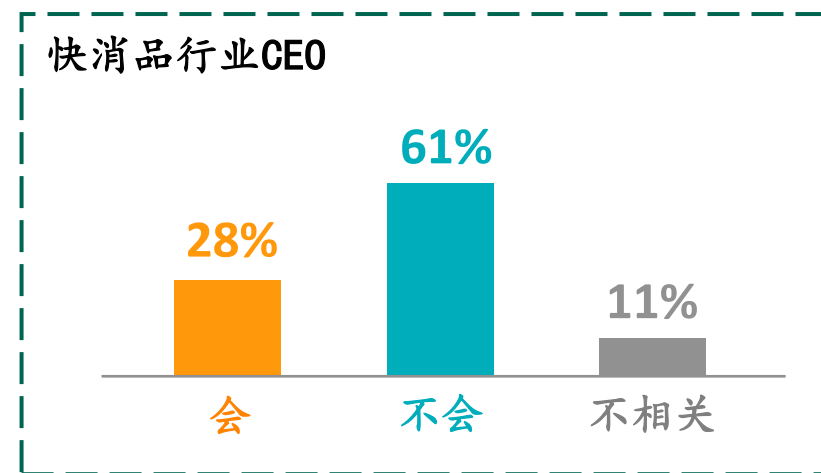


Q6

消费高端化在未来一年会持续成为贵司业务的驱动力吗？



61%参与调研的快消品CEO认为消费高端化在未来一年将不会成为业务的驱动力

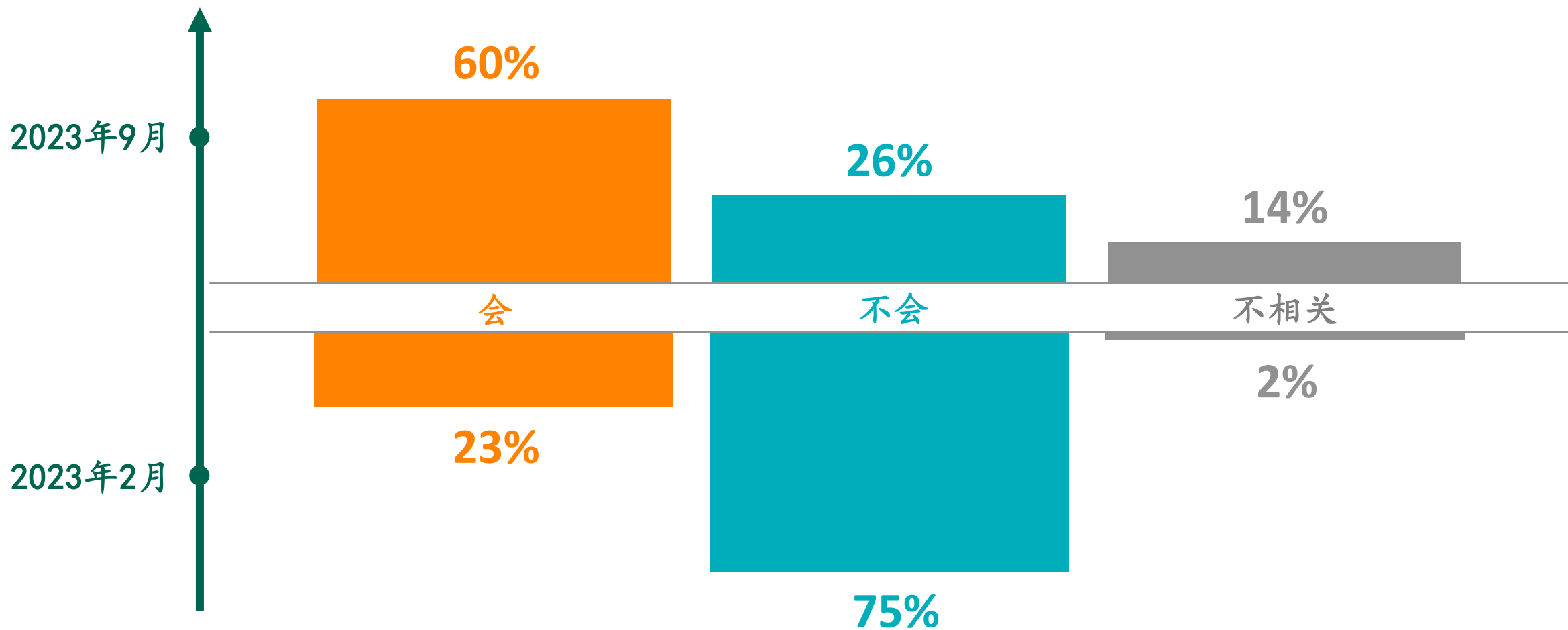




Q7

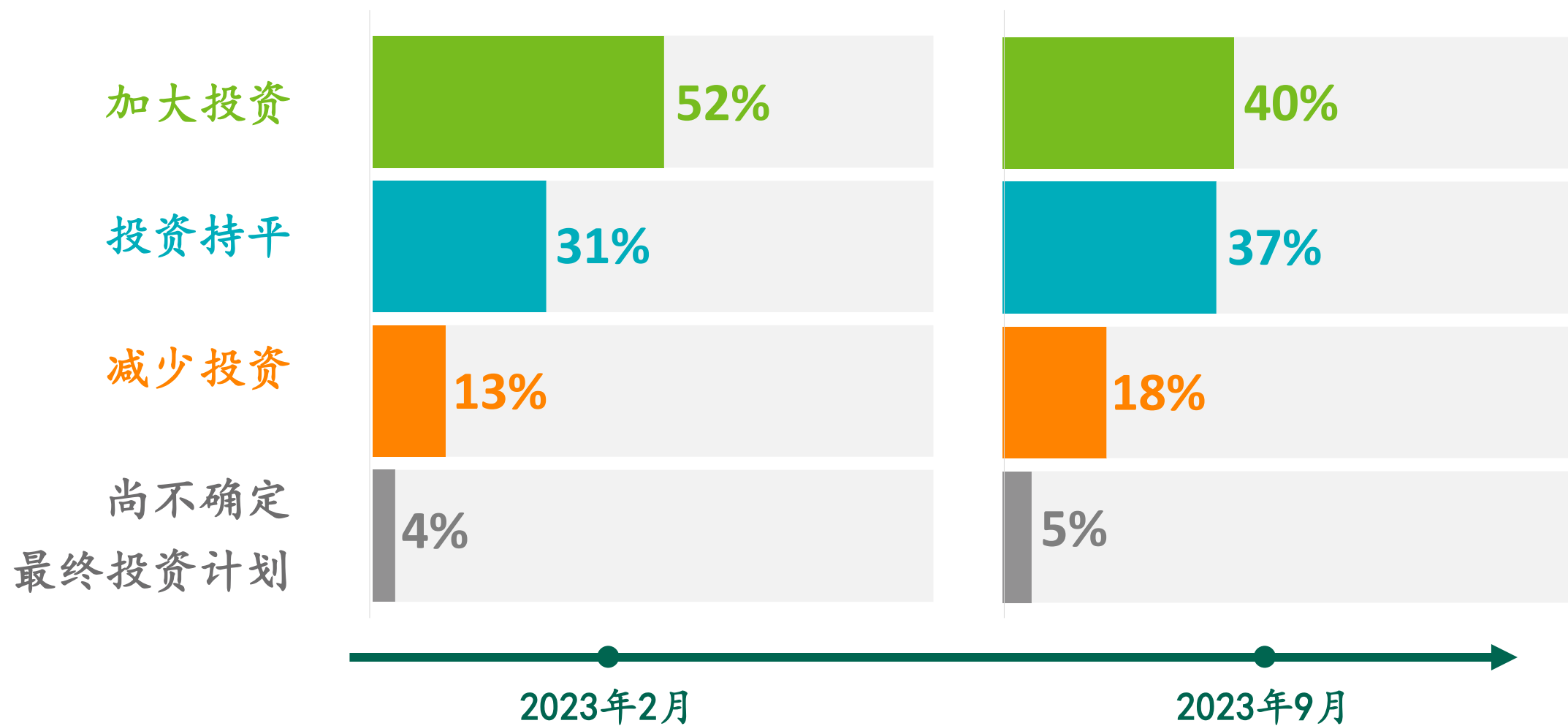
您预计未来一年消费者会在贵司所处细分行业降级消费支出吗？

市场对于消费降级的预期更加显著



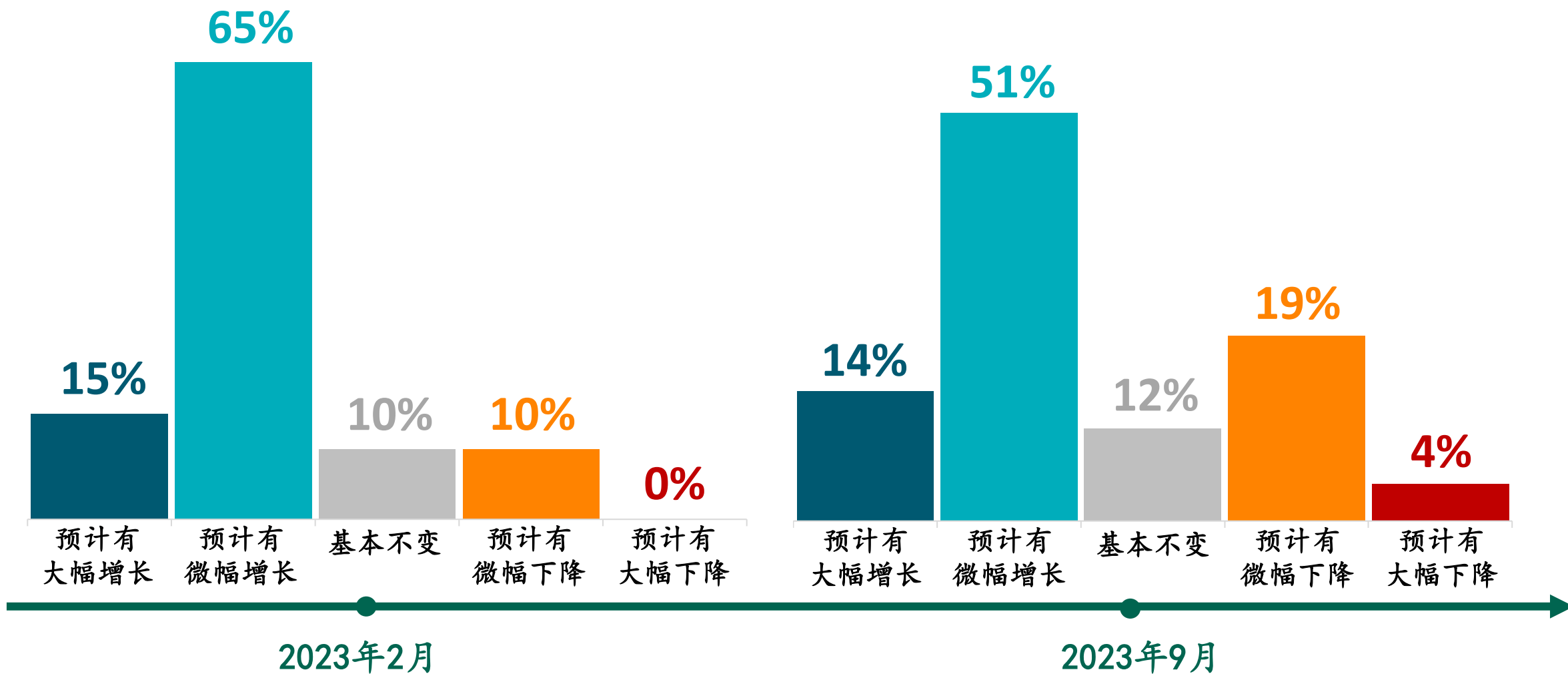
Q8

和2022年相比，贵司2023年对业务的投资计划发生怎样的变动？



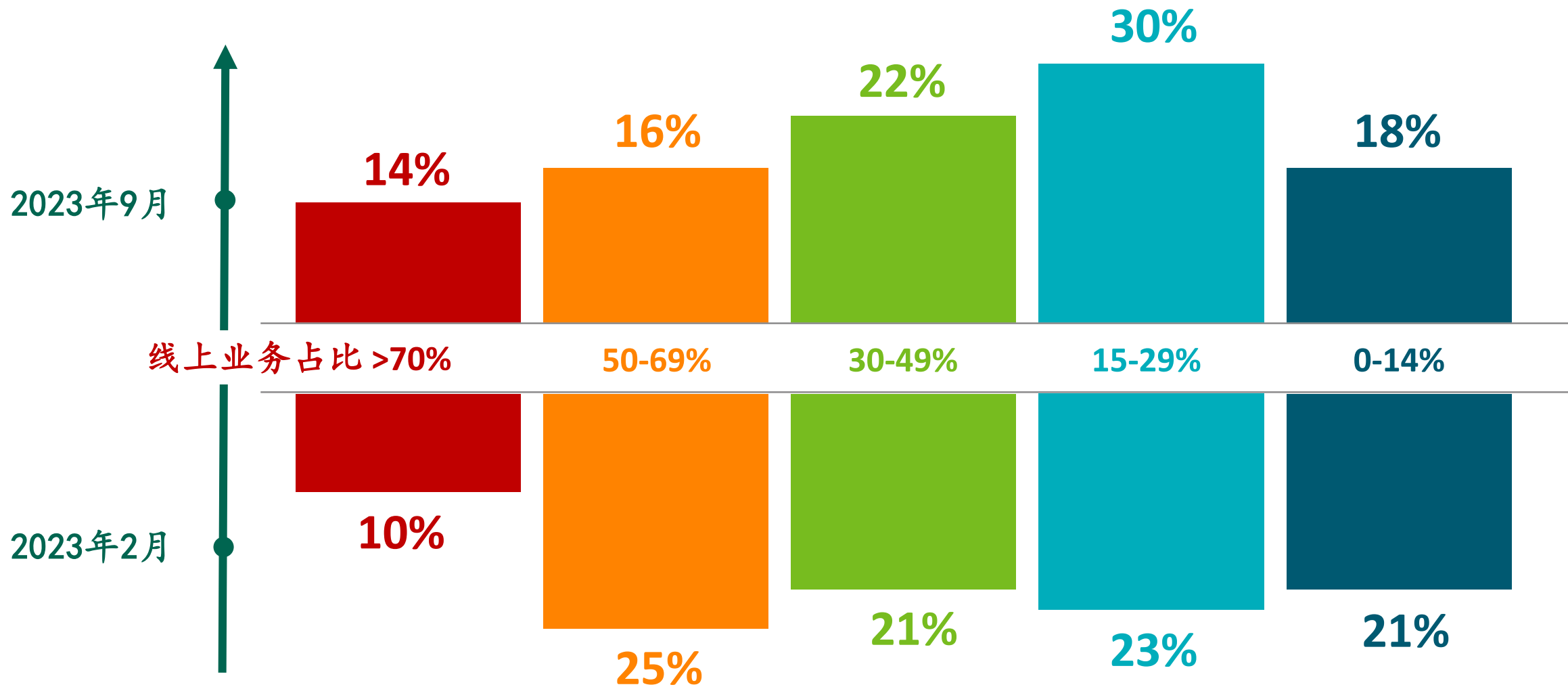
Q9

您预计未来一年贵司实体门店/实体分销渠道数量会有怎样的变化？



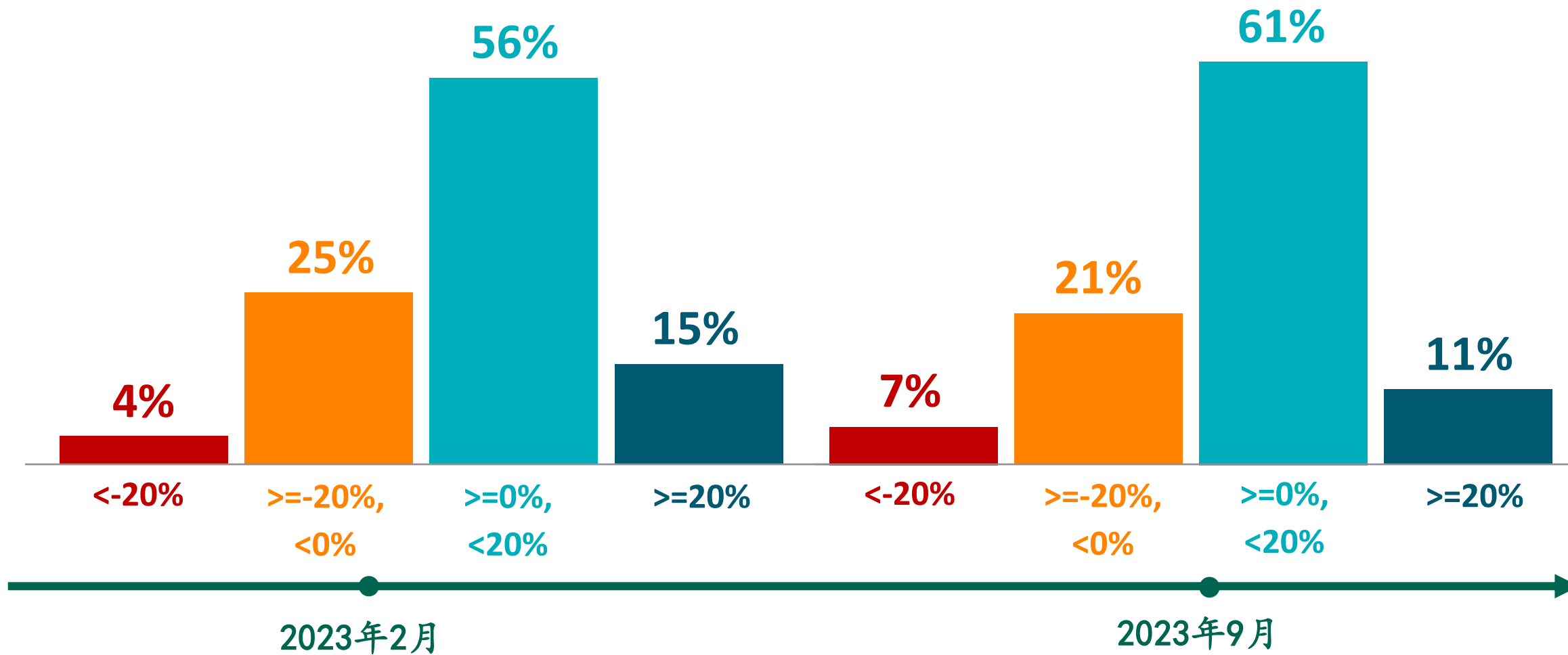
Q10

您预计未来一年贵司线上业务占比将达到什么水平？



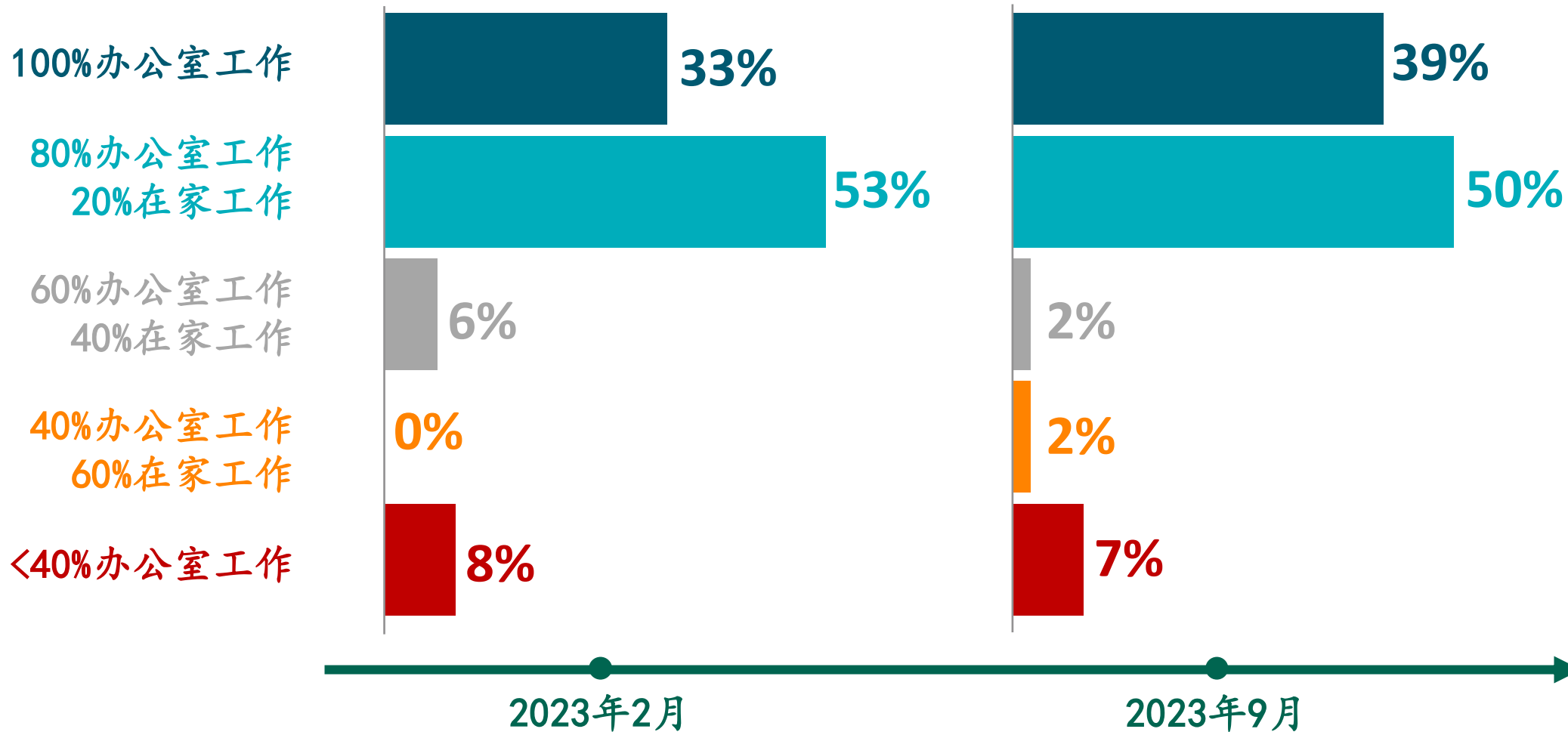
Q11

以下选项中，哪个选项最符合您对贵司未来一年人员增减变化的预计？



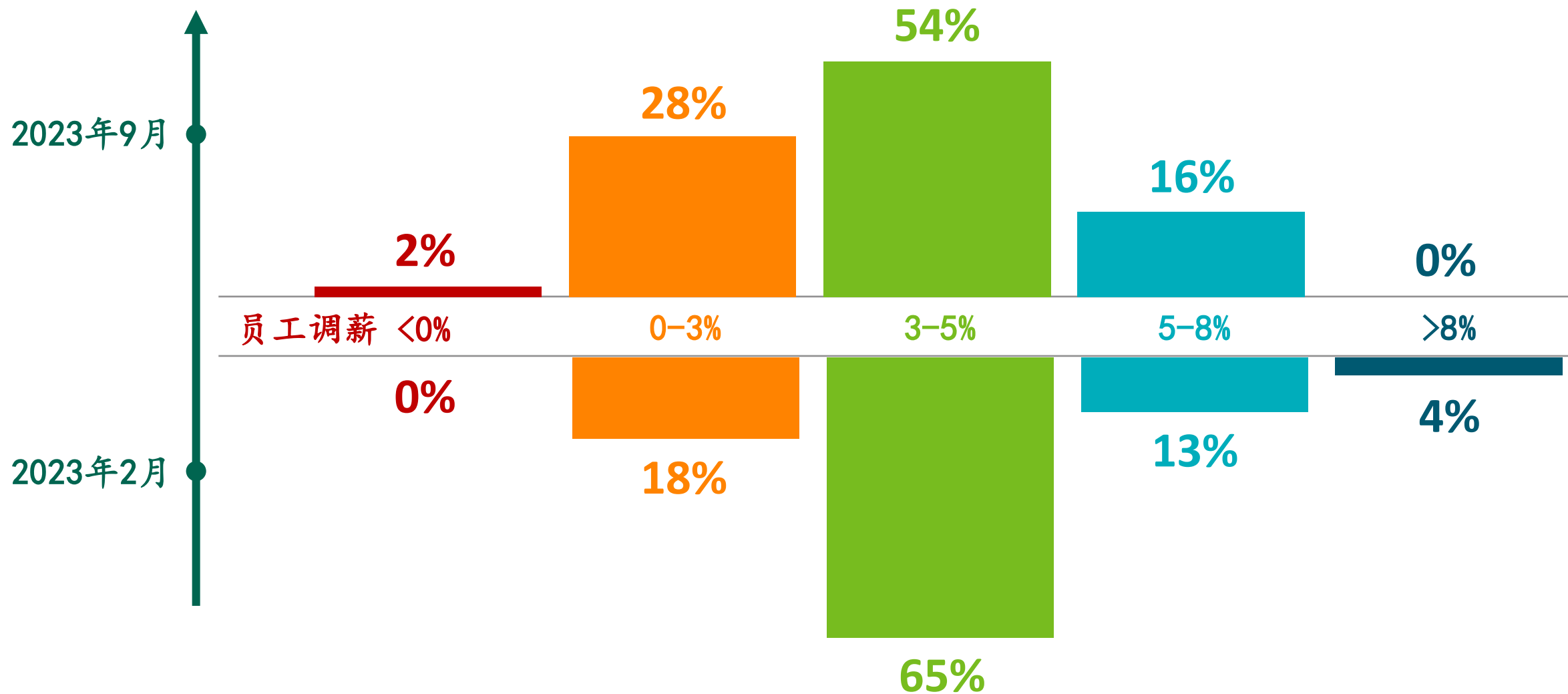
Q12

以下哪种工作模式是您认为将会是未来一年最为普及的工作模式？



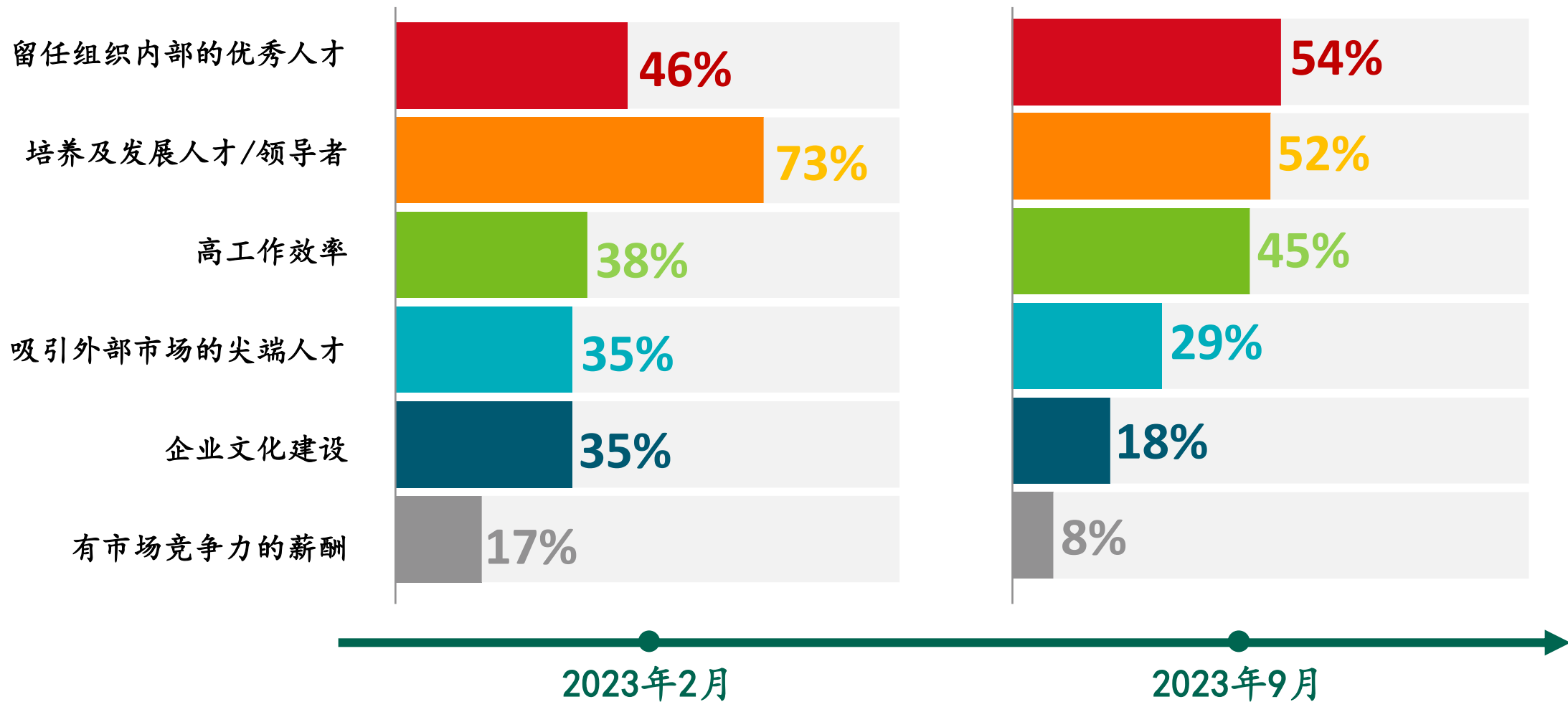
Q13

以下选项中，哪个选项能最准确地反映出未来一年您对贵司员工调薪的预计？



Q14

请在以下因素中选出未来一年贵司将面临的主要人力挑战项？（多选）





Q15

面对中国市场激烈的人才争夺，您觉得跨国企业应做出哪些举措来更好的留住人才？（多选）

提供更多的人才发展机会，比如晋升、外派



71%

对中国高管给予更多信任和放权



61%

提供有竞争力的股权激励计划



45%

对中国市场给予更多重视和资源支持



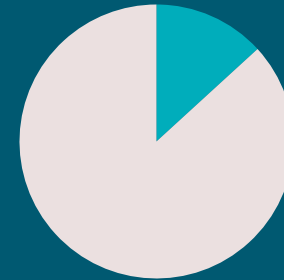
29%

提供并资助核心人才的培训和进修项目



21%

提高薪酬待遇



14%

Q16

您是否会考虑将KPI与ESG（环境、社会责任、公司治理）挂钩？

