

招聘行业 研究报告

2016年2月



报告导读

01

人群定义：

- ① 全网人群：指使用**好搜**的**全部**人群
- ② 招聘人群：指在**好搜**平台上，搜索过**招聘**相关内容的群体
- ③ 中高端人群：指在**好搜**平台招聘人群中，搜索过**中高端**相关内容的群体
- ④ 蓝领人群：指在**好搜**平台招聘人群中，搜索过**蓝领**相关内容的群体
- ⑤ 校园/兼职类人群：指在**好搜**平台招聘人群中，搜索过**校园/兼职**相关内容的群体

02

数据时间范围：

- ① 搜索趋势和细分份额数据：2013年7月-2016年1月
- ② 城级、区域、分省TGI数据：2015年1月-2016年1月
- ③ 搜索点击流向数据：2015年11月-2016年1月
- ④ 人群特征数据：2015年11月-2016年1月
- ⑤ 兴趣点数据：2015年7月-2016年1月

目录

CONTENTS

01 *Part One* 流量趋势研究

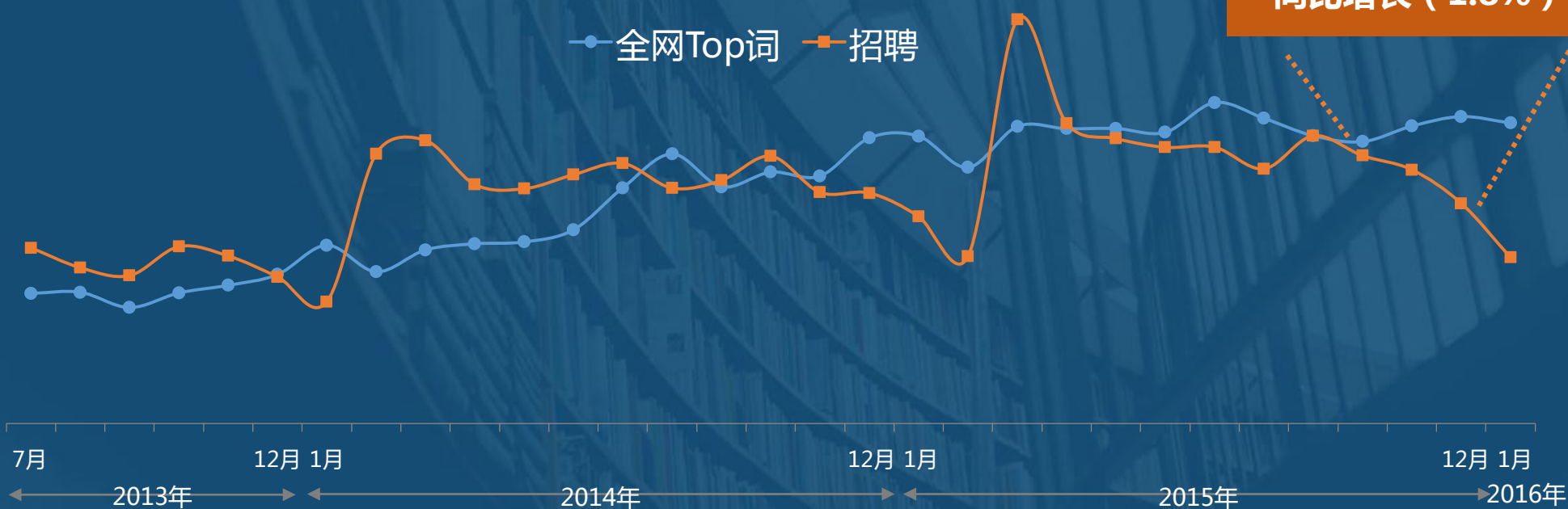
02 *Part Two* 消费者行为刻画



招聘行业搜索呈阶梯趋势，春节后流量波峰明显

- 招聘行业搜索指数阶梯上升，15年Q4同比增长1.8%
- 春节后招聘搜索流量猛增，流量释放后全年呈缓慢下降趋势，10月流量小波峰，年末流量较低

2013-2016 招聘行业搜索分布占比

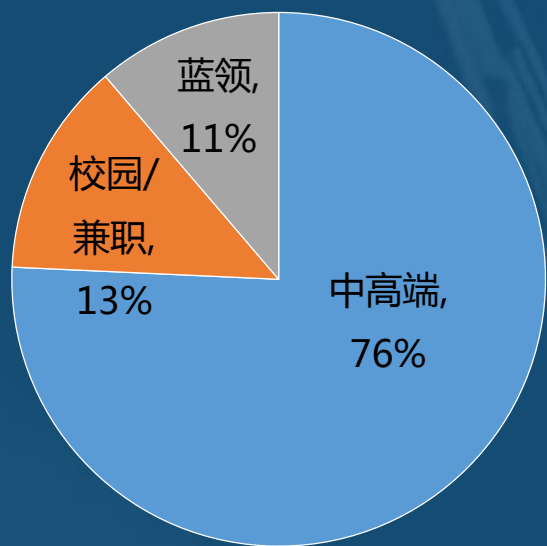


注：全网Top词和招聘搜索指数量级差异较大，此处数据为各月在总体中的份额占比，只说明数据趋势

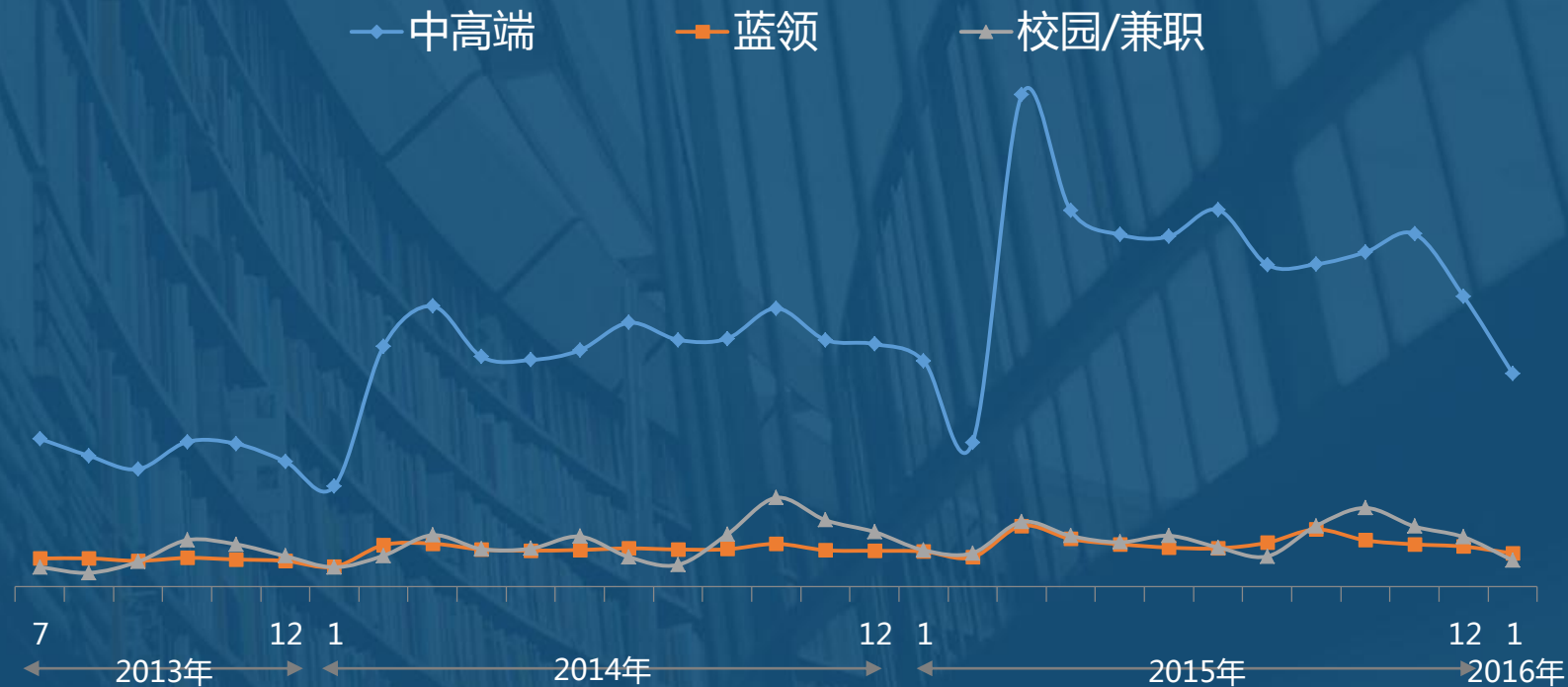
招聘搜索以中高端职位搜索为主

- 中高端职位搜索流量较高，占招聘搜索整体的76%
- 校园/兼职类招聘搜索流量每年10月波峰，6月呈小波峰趋势

各细分市场搜索占比



2013-2016 招聘行业细分市场搜索指数

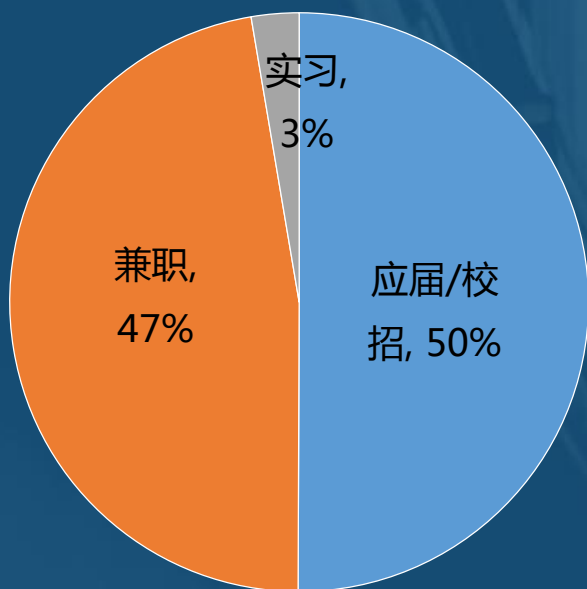


蓝领包含：船员、服务员、司机、木工、厨师招聘等相关搜索

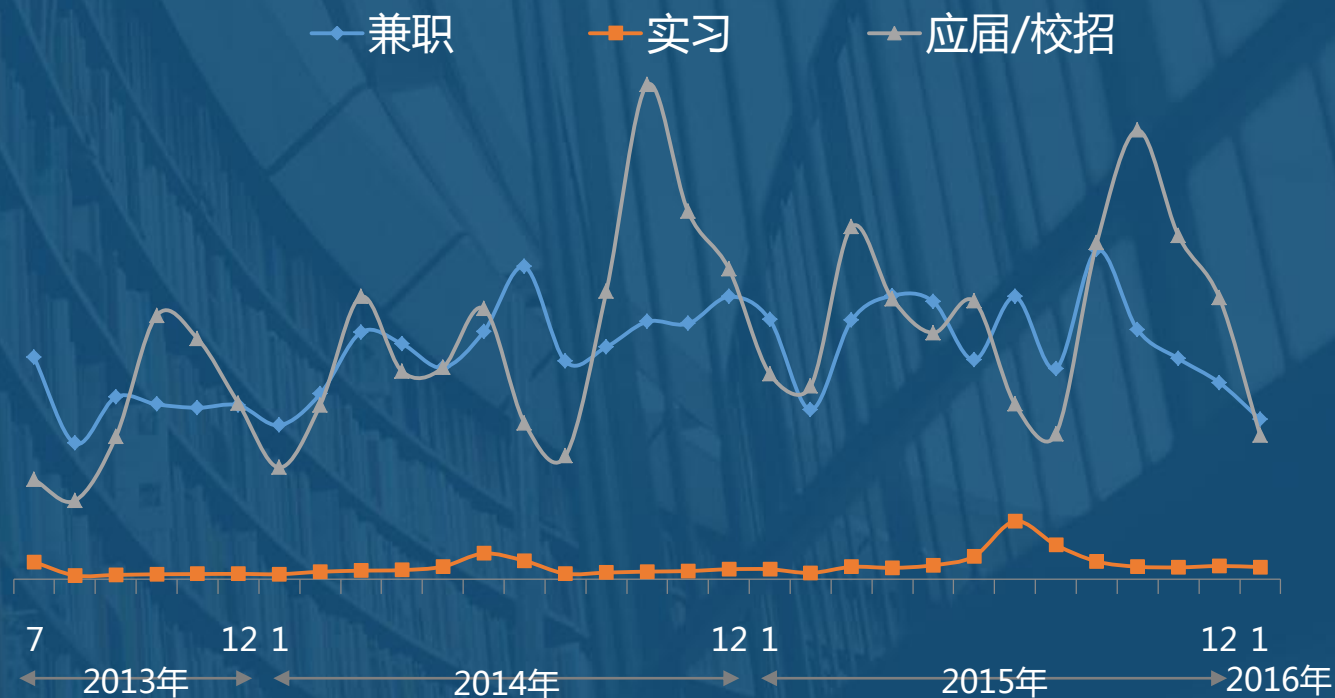
应届招聘流量10月提前释放，实习流量寒假无波动

- 应届/校招和兼职几近平分了校园/兼职类招聘搜索流量，实习招聘搜索流量仅占3%
- 应届招聘搜索流量提前释放，10月前后是流量波峰；实习流量暑假特征明显，寒假流量无波动

各校园/兼职招聘搜索占比



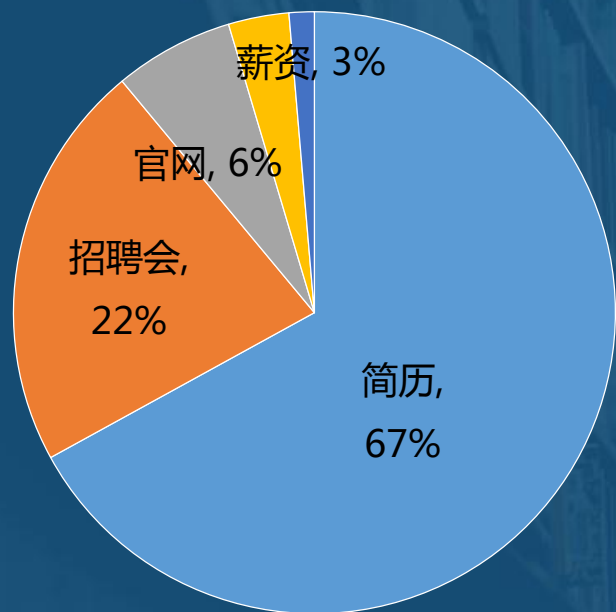
2013-2016 校园/兼职招聘搜索指数



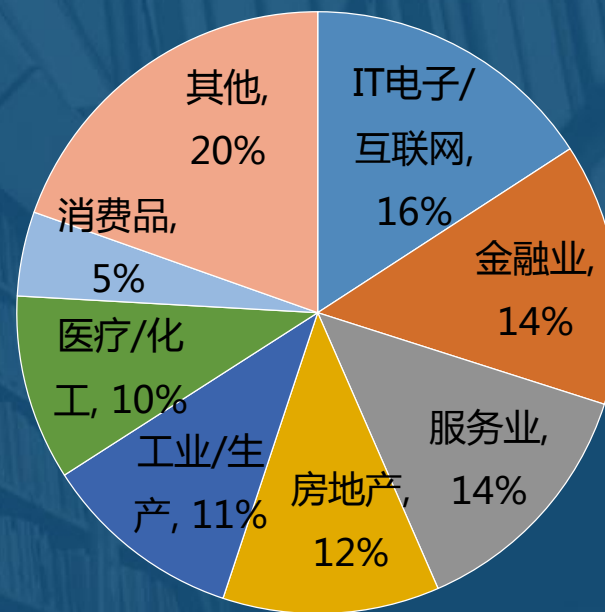
关注简历的用户为招聘行业搜索贡献了较多流量

- 关注简历的流量占比67%，其次为招聘会，占比22%
- 互联网、金融、服务业为行业搜索关注前三甲

各关注点搜索占比



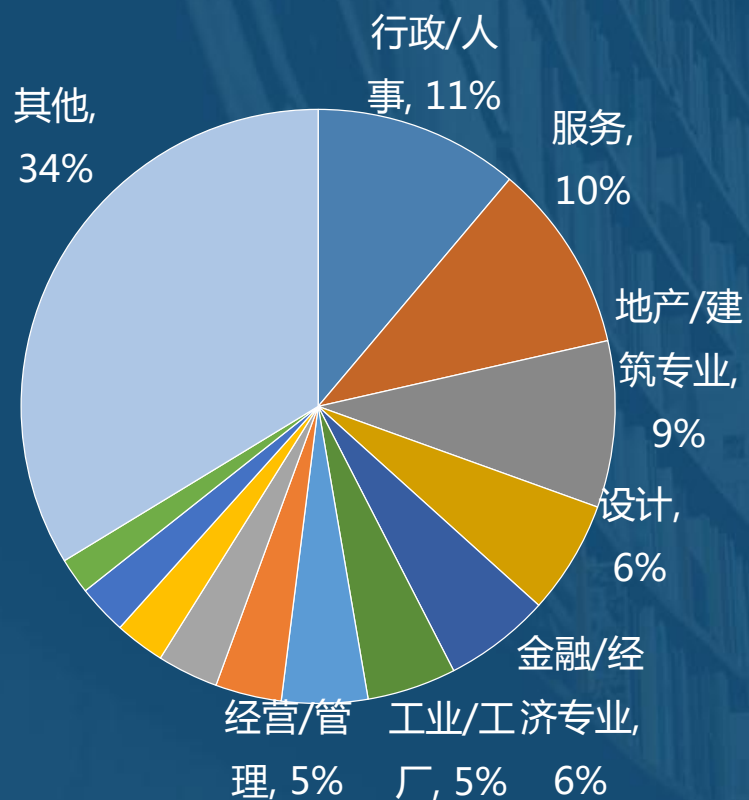
各行业招聘搜索占比



淘宝、国家电网、富士康为最受关注的招聘公司

- 行政/人事、服务、地产/建筑类岗位为招聘搜索流量贡献前三名
- 淘宝、国家电网、富士康、农行、华为、中国移动为最受关注的招聘公司

各岗位招聘搜索占比



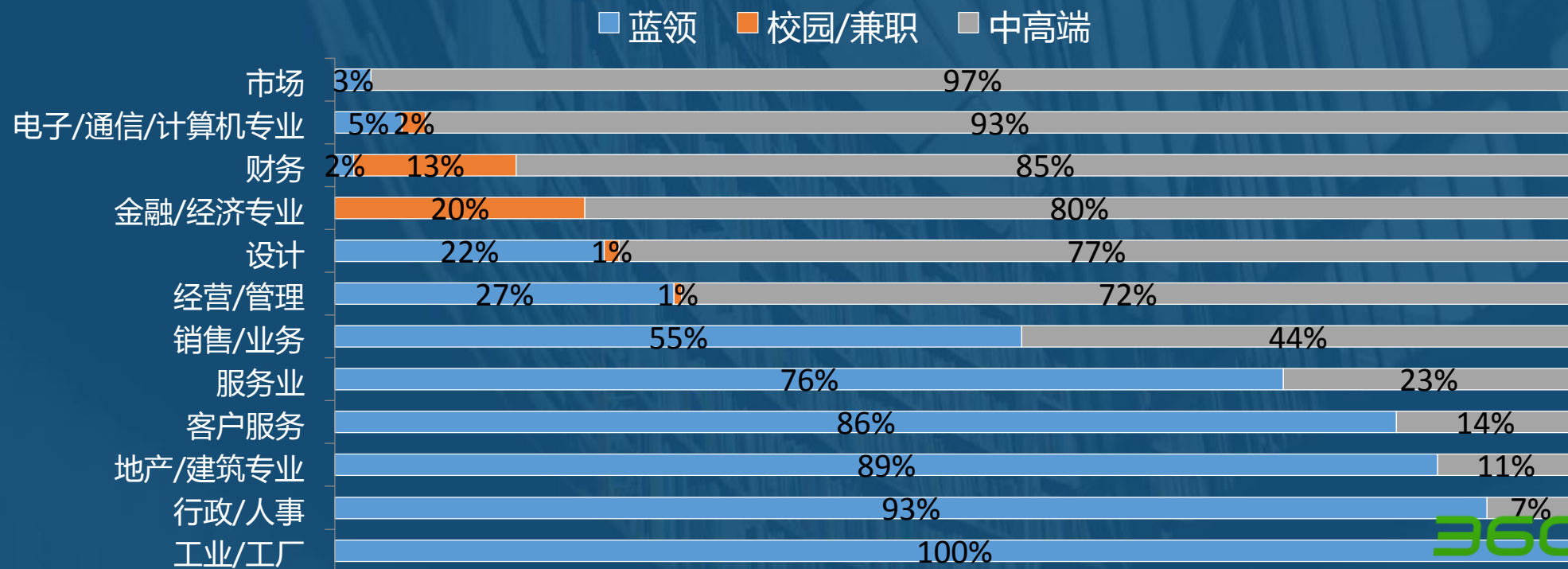
公司招聘搜索排名

1	淘宝
2	国家电网
3	富士康
4	中国农业银行
5	华为
6	中国移动
7	阿里巴巴
8	百度
9	中石化
10	万达

银行校招使金融类岗位与校园人群交叉比例较高

- 市场类、电子/通信/计算机类、财务岗位与中高端人群交叉最多，工业/工厂、行政/人事、地产/建筑类岗位与蓝领交叉最多
- 银行校招使金融类岗位与校园人群交叉比例较高

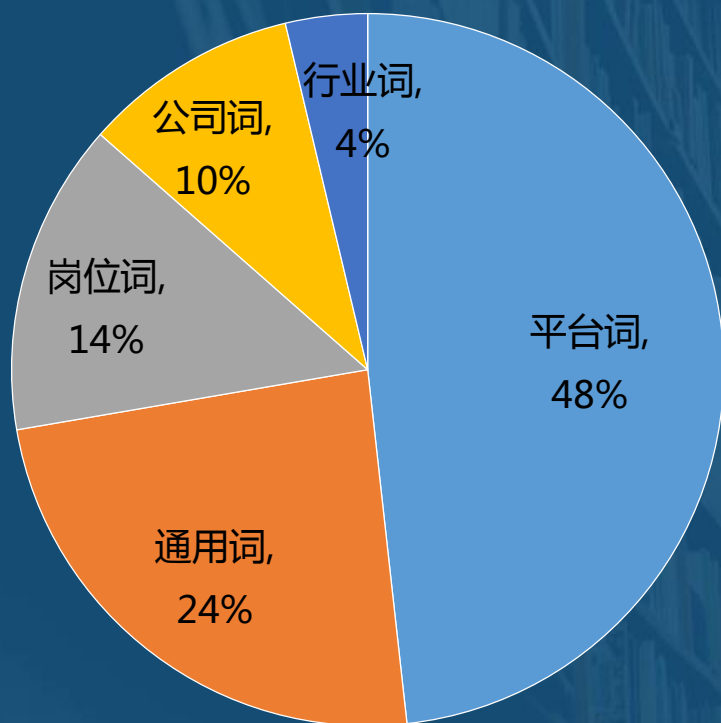
各岗位层级搜索占比



招聘搜索词以平台词为主

- 平台词占比最高，比例达48%

各词性搜索占比



词性示例：

平台词：智联招聘、58同城招聘、51job、厦门人才网、上海赶集网招聘

通用词：招聘、网上兼职、上海招聘

岗位词：教师招聘、司机招聘、厨师招聘

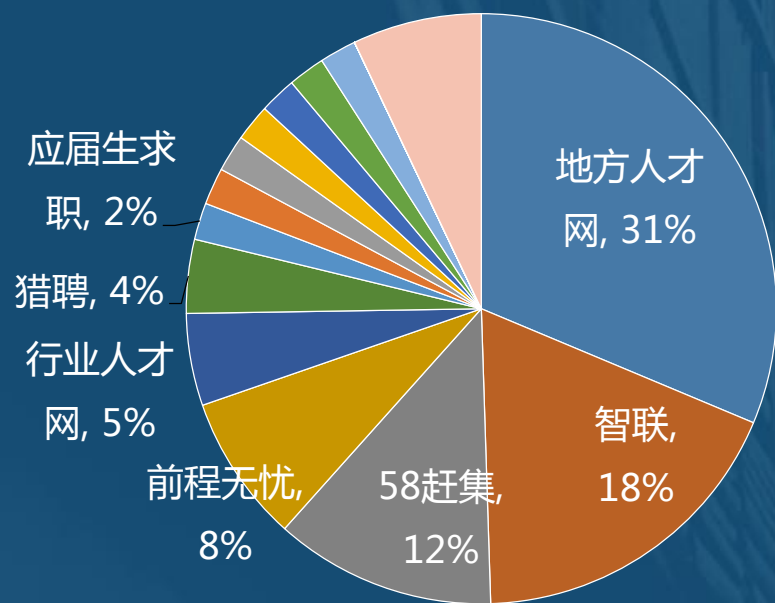
公司词：国家电网人力资源招聘平台、淘宝招聘、淘宝客服兼职、富士康招聘信息

行业词：银行招聘、山东事业单位招聘、装修公司招聘

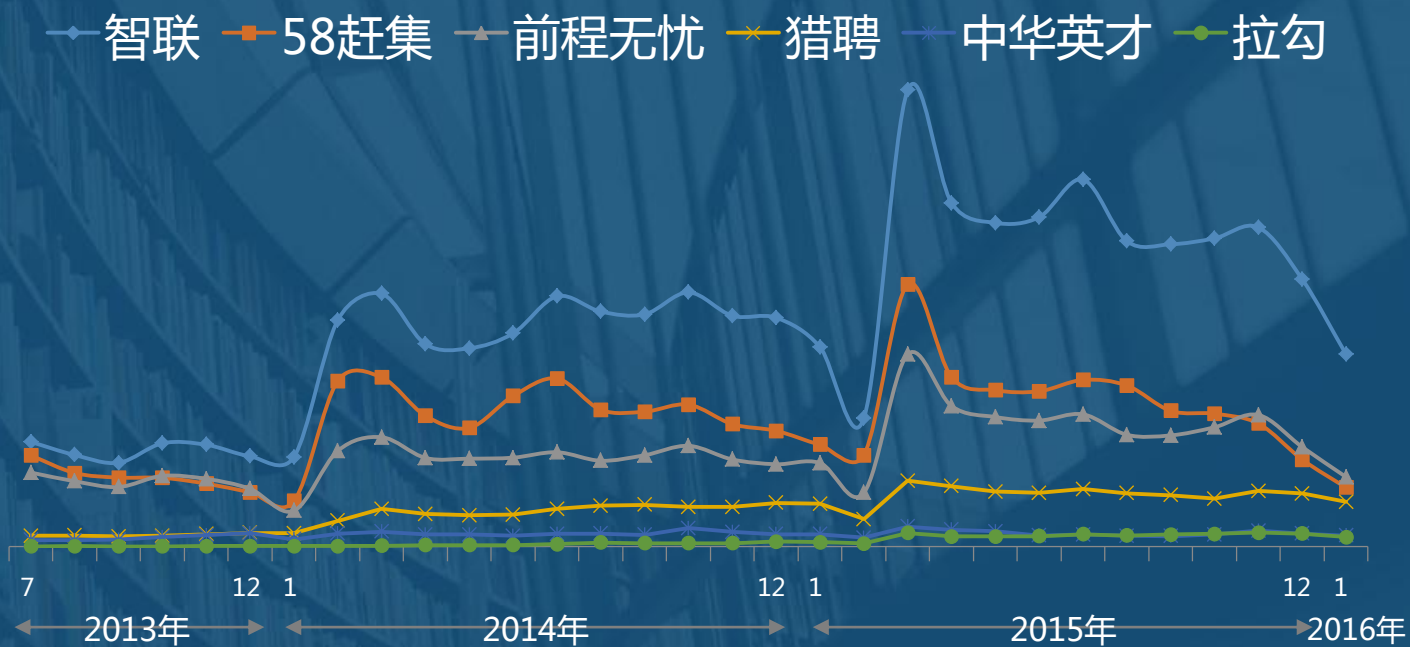
地方人才网搜索流量大

- 搜索各地方人才网的流量占到了平台总体的31%，其次为智联和58赶集

各平台搜索占比



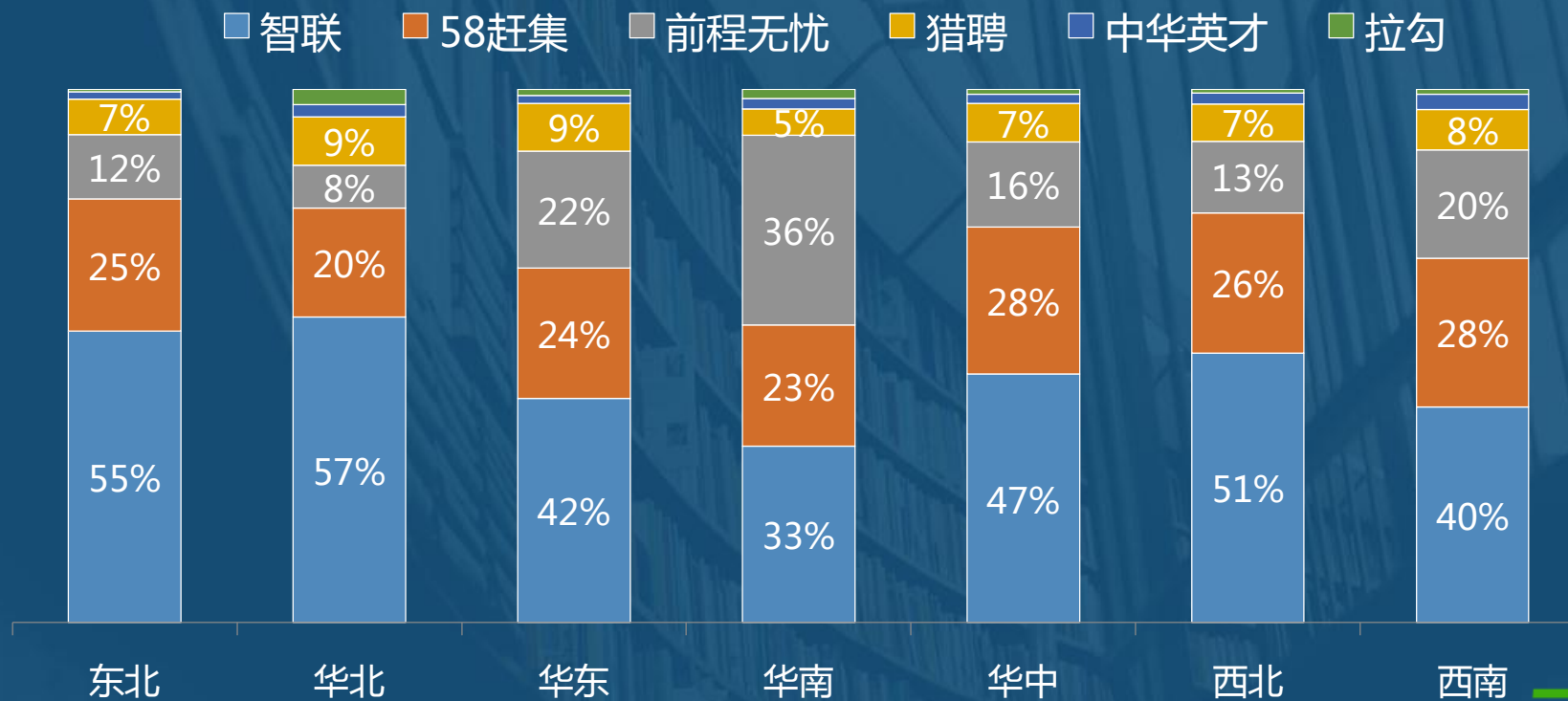
2013-2016 部分平台搜索指数



北智联、南无忧

- 智联在华北和东北地区优势明显，前程无忧在华南流量超过智联
- 58赶集在西南和华中、猎聘在华东和华北、拉勾在华北流量占比较高

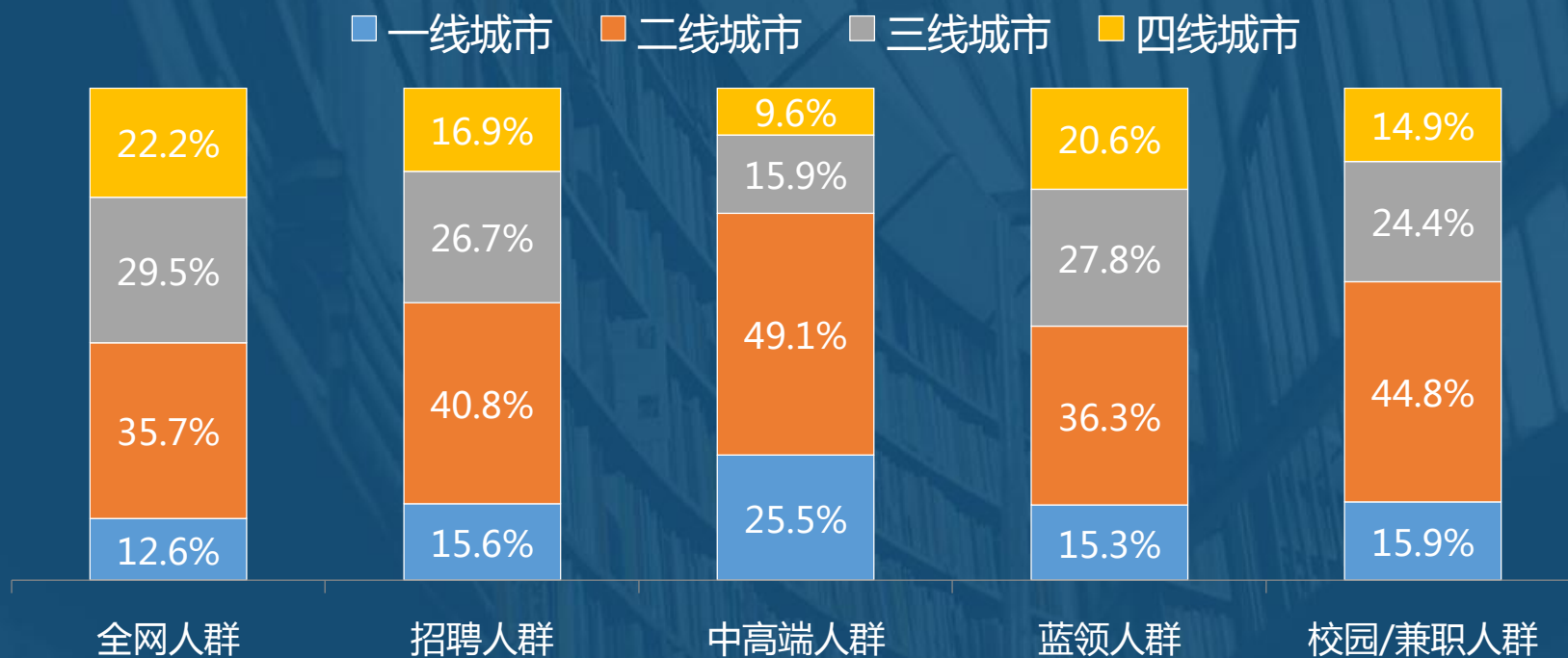
各区域部分平台搜索占比



一二线城市为招聘搜索贡献了一半以上流量

- 一二线城市为招聘行业搜索贡献了大部分流量
- 中高端职位搜索集中在一二线城市，三四线城市蓝领职位搜索流量较多，校园/兼职类招聘搜索二线城市占比较高

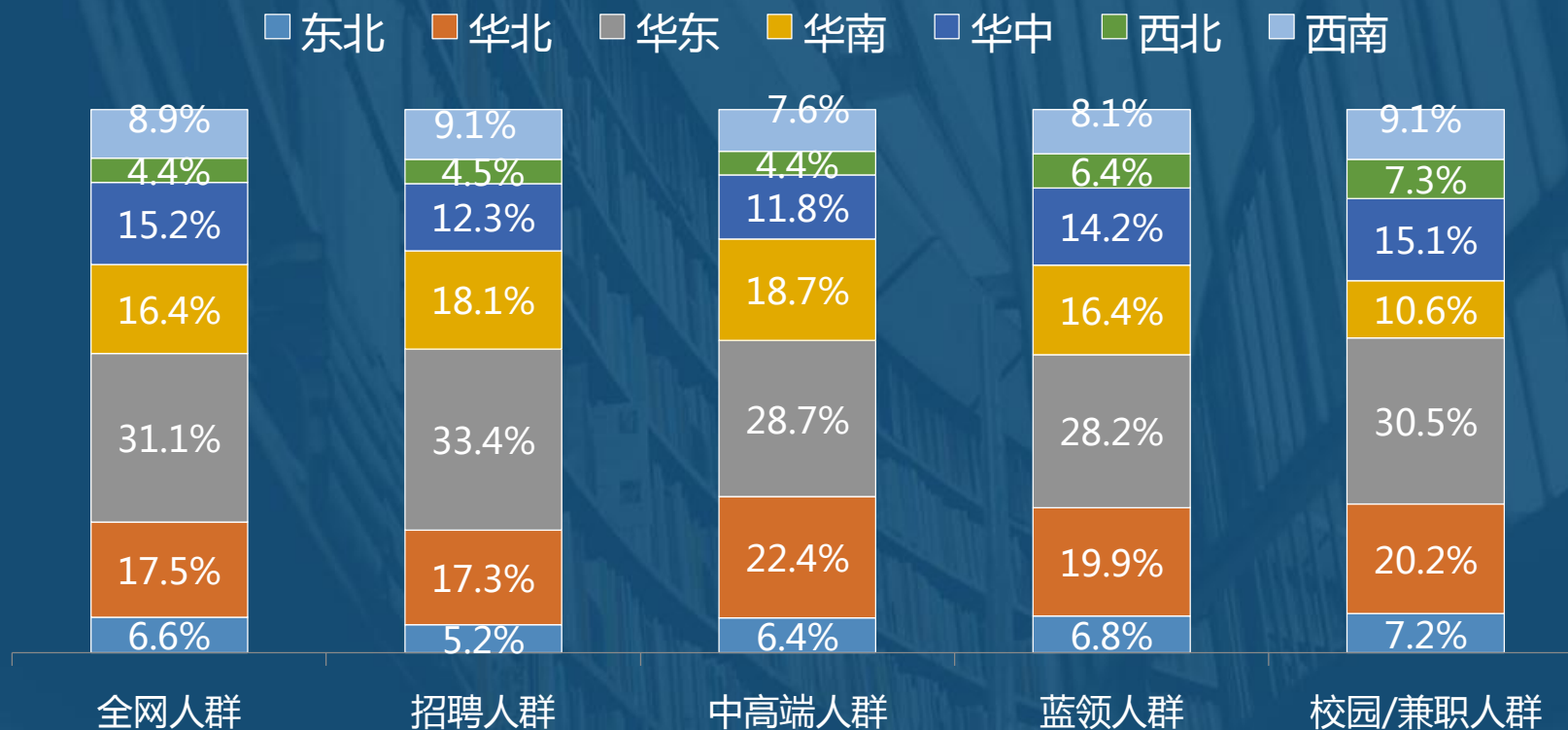
各城级搜索占比



华东华南招聘流量多，华北更高端

- 招聘搜索流量中，华东和华南的占比超过全网人群，合计占比超过50%
- 中高端职位华北流量较多，蓝领、校园/兼职类招聘流量分布较为均匀

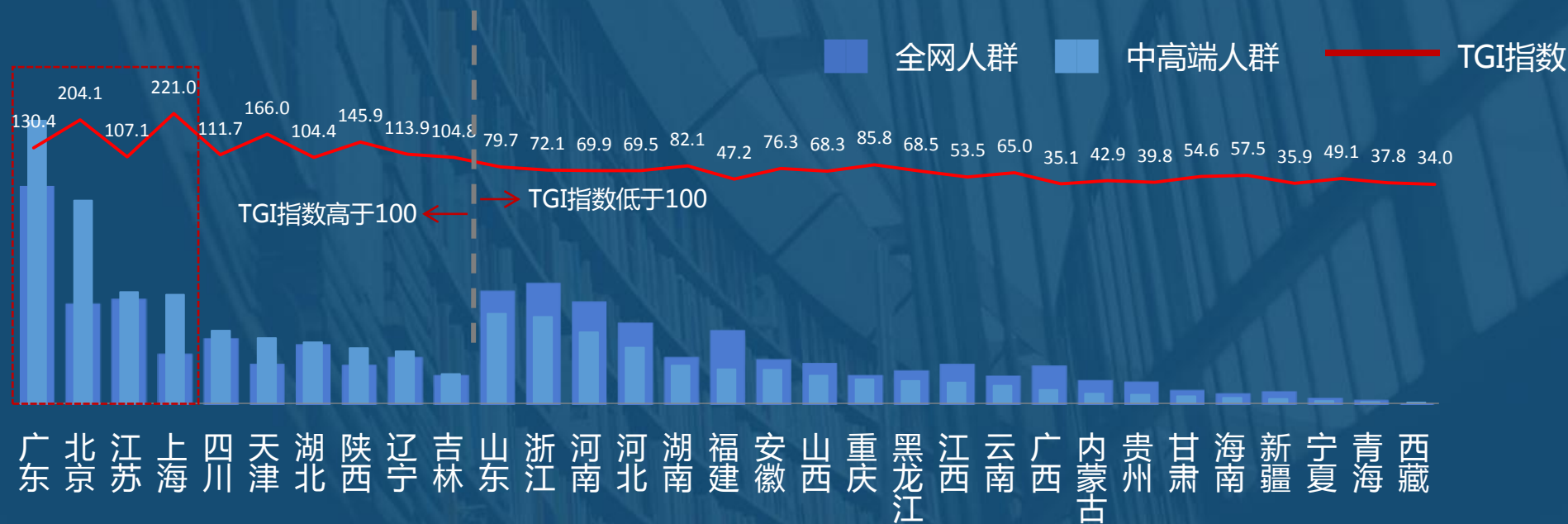
各区域搜索占比



上海和北京市对中高端招聘的关注度高于整体

- 广东、北京、江苏、上海市对中高端招聘的关注度较高
- 山东、浙江、河南、河北省贡献的搜索量较多，但对中高端招聘的关注度低于整体水平

中高端职位招聘搜索流量分布-省份



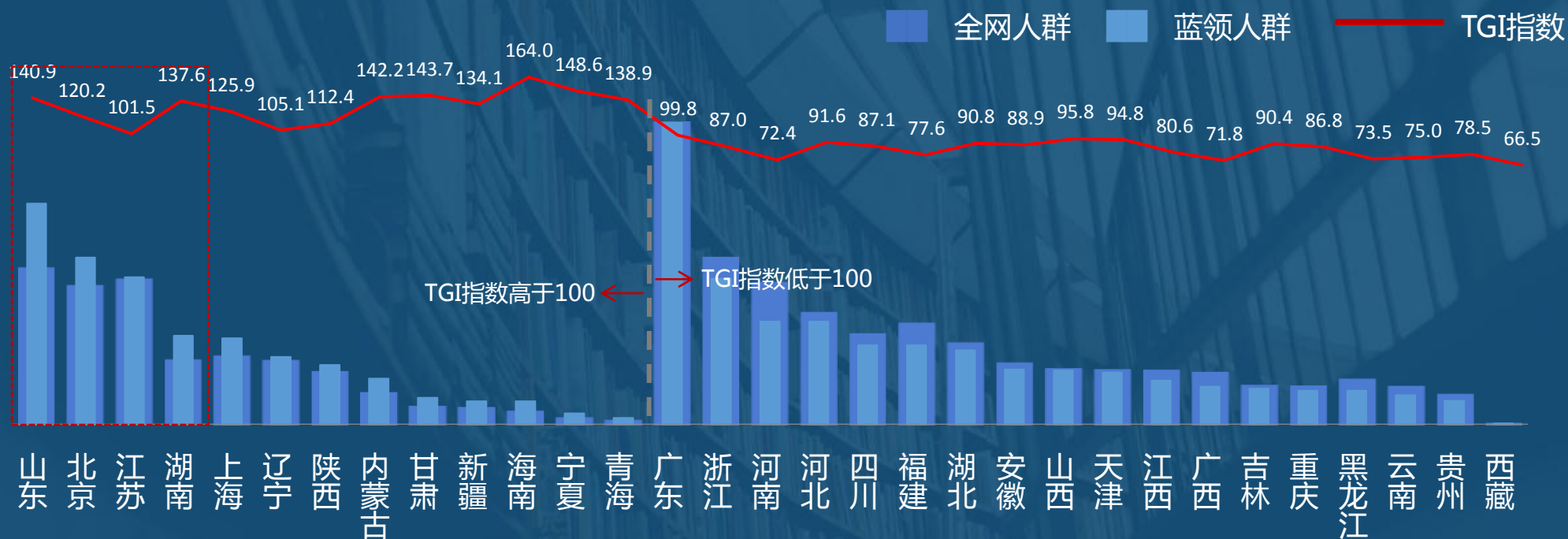
$$TGI指数 = \frac{\text{中高端招聘搜索量的地域占比}}{\text{360搜索总体搜索量的地域占比}} \times 100$$

Target Group Index (目标群体指数), 本处用于反映中高端招聘搜索量的地域分布相比总体情况的差异, TGI指数等于100表示平均水平, 高于100, 代表该省份对中高端招聘的关注程度高于整体水平

山东、湖南省对蓝领招聘的关注度较高

- 山东、北京、江苏、湖南省蓝领招聘搜索流量较高，对蓝领招聘的关注度高于整体水平
- 广东、浙江、河南、河北省贡献的搜索量较多，但对蓝领招聘的关注度低于整体水平

蓝领职位招聘搜索流量分布-省份



陕西和山东省对校园/兼职类招聘的关注度高于整体

- 山东、北京、湖北、陕西省对校园/兼职类招聘的关注度较高
- 广东、江苏、河南、四川省贡献的搜索量较多，但对校园/兼职类招聘的关注度低于整体水平

校园/兼职类招聘搜索流量分布-省份

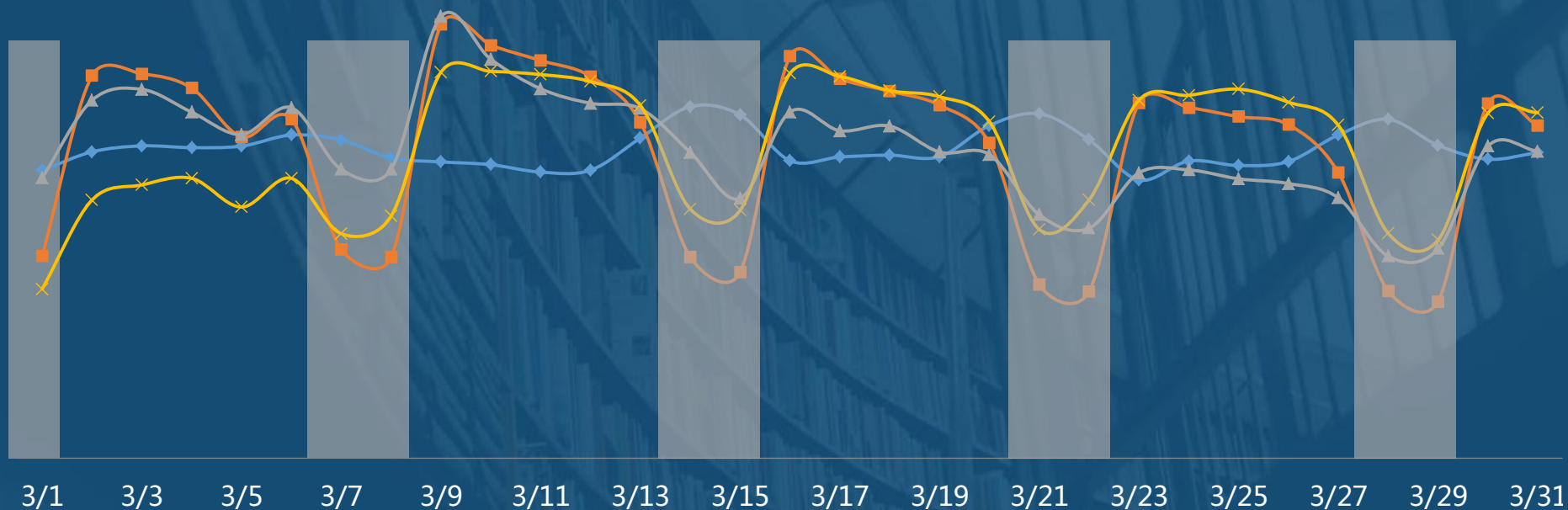


工作日招聘搜索日均流量超过休息日

- 工作日的招聘人群搜索份额高于休息日搜索份额
- 中高端人群和校园人群搜索分别于春节后第一周和第二周开始放量，并保持稳定；蓝领搜索趋势在节后第二周流量到达波峰后迅速得到释放

招聘细分产业搜索流量分布占比-15年3月份

— 全网人群 — 中高端人群 — 蓝领人群 — 校园/兼职人群



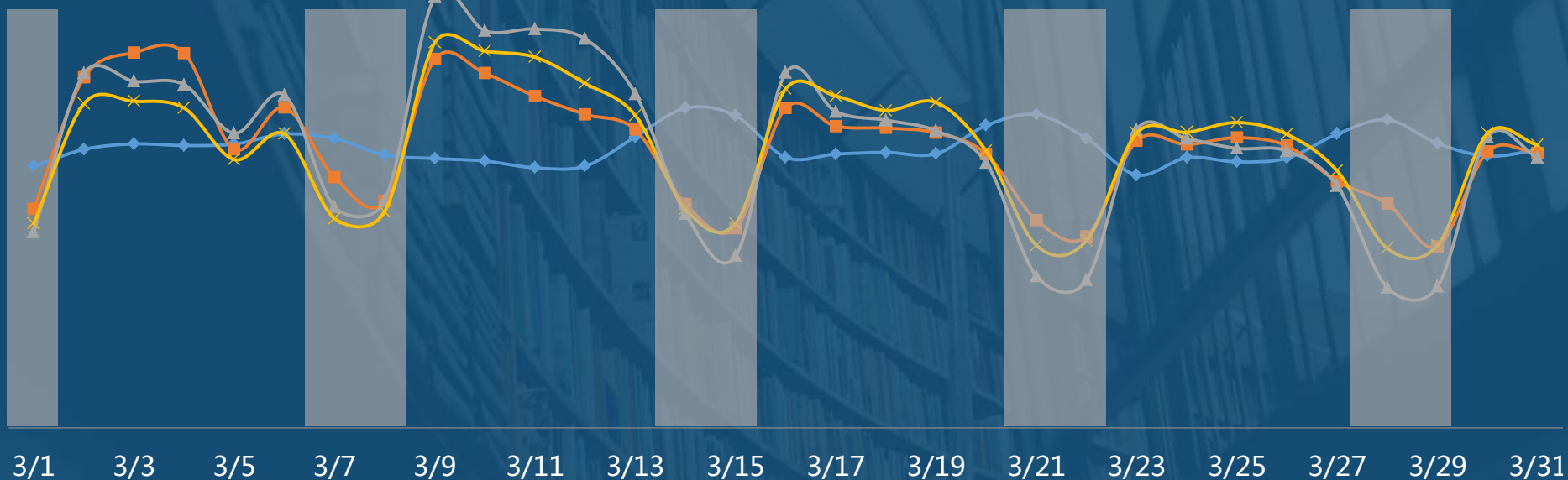
注*：15年春节较晚，3月5日为农历正月十五元宵节

互联网行业招聘搜索流量放量较早

- 互联网行业招聘搜索流量放量早于房地产和金融行业
- 房地产行业招聘搜索工作日和休息日差异最明显

招聘重点行业搜索流量分布占比-15年3月份

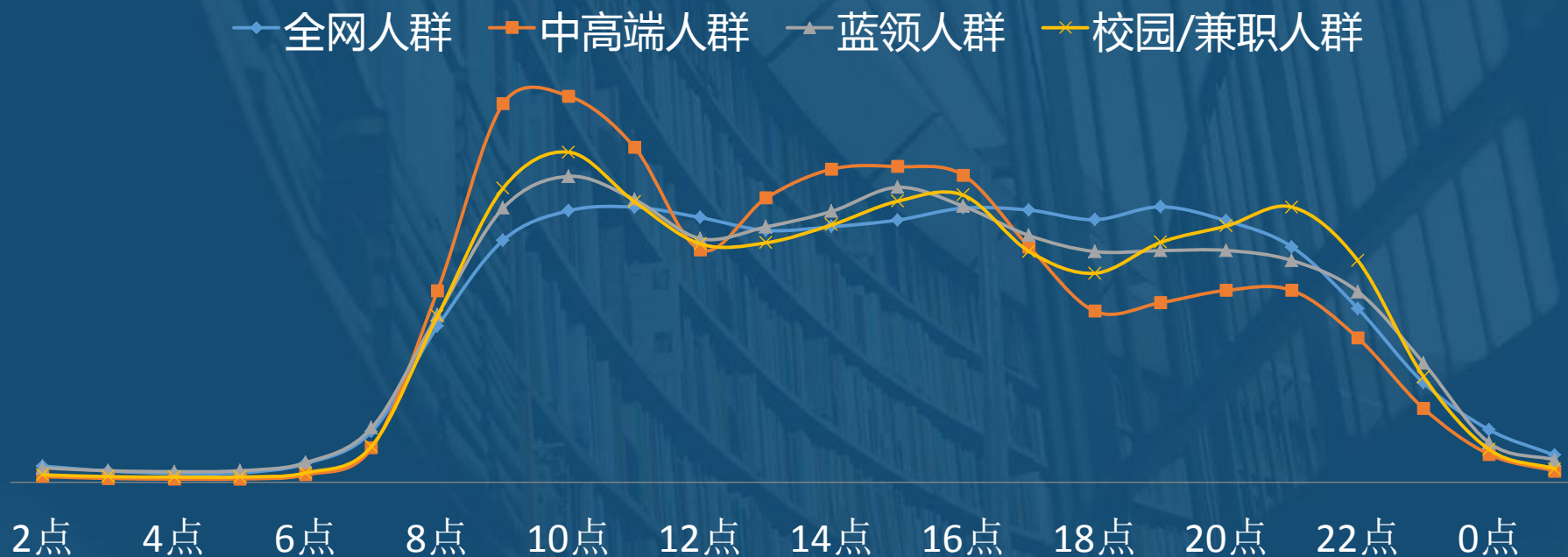
— 全网人群 — IT电子/互联网人群 — 房地产人群 — 金融业人群



中高端招聘搜索集中在在工作时段，晚间校园人群搜索集中

- 招聘行业搜索更多的集中在在工作时间
- 中高端人群招聘搜索流量工作时间特征更为显著，上午9-11时段波峰明显，夜间流量偏低
- 校园人群招聘搜索夜间流量相比较较高，19-22点流量占比处于较高水平

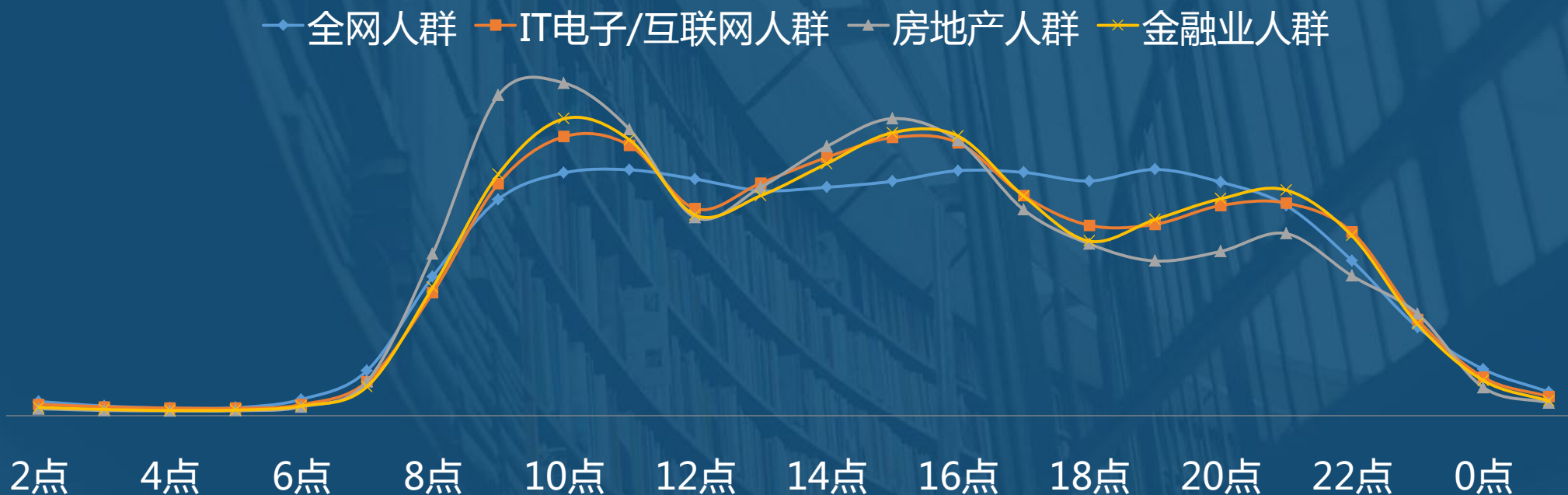
招聘细分产业搜索流量分布占比-小时



房地产行业招聘搜索工作时间特征明显

- 房地产行业招聘搜索工作时间流量较高，夜间流量偏低

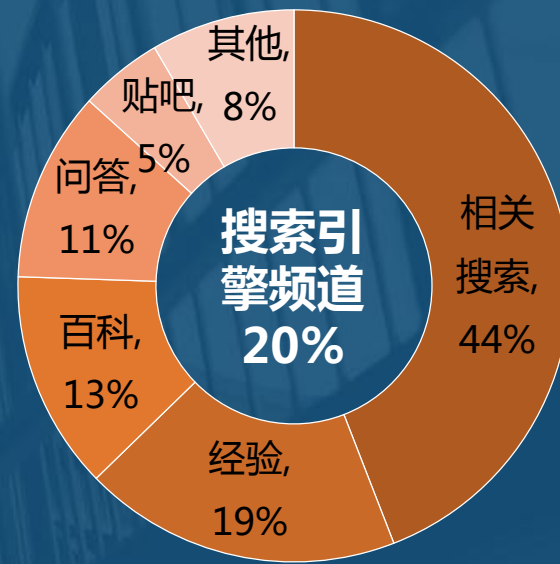
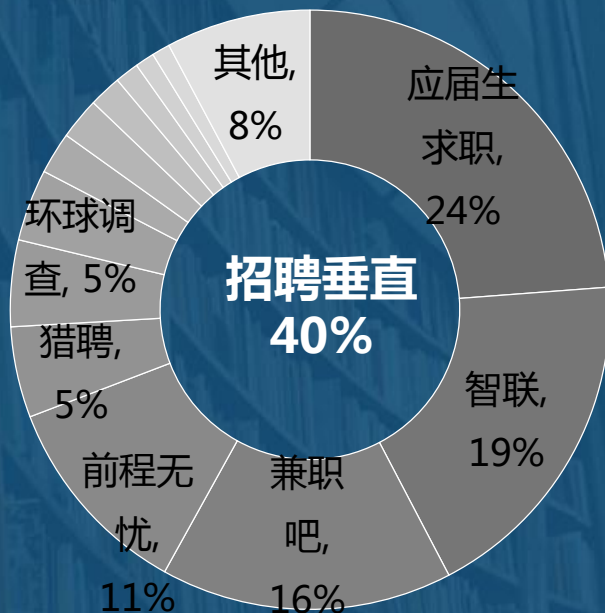
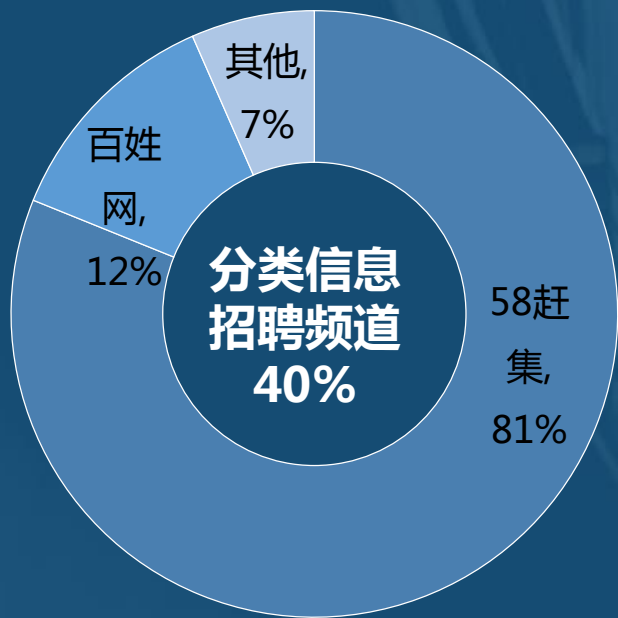
招聘重点行业搜索流量分布占比-小时



应届和兼职求职、相关搜索对通用词搜索的截流不容小觑

- 分类信息招聘频道和招聘垂直网站是通用词搜索流向最多的页面，比例均为40%
- 58赶集流量占比最高，应届和兼职求职对通用词搜索的截流不容小觑
- 流向搜索引擎频道的流量中，通过页面右侧“猜您关注”和下方“相关搜索”更换搜索词的比例最高

招聘通用词搜索流向



目录

CONTENTS

01

Part One

流量趋势研究

02

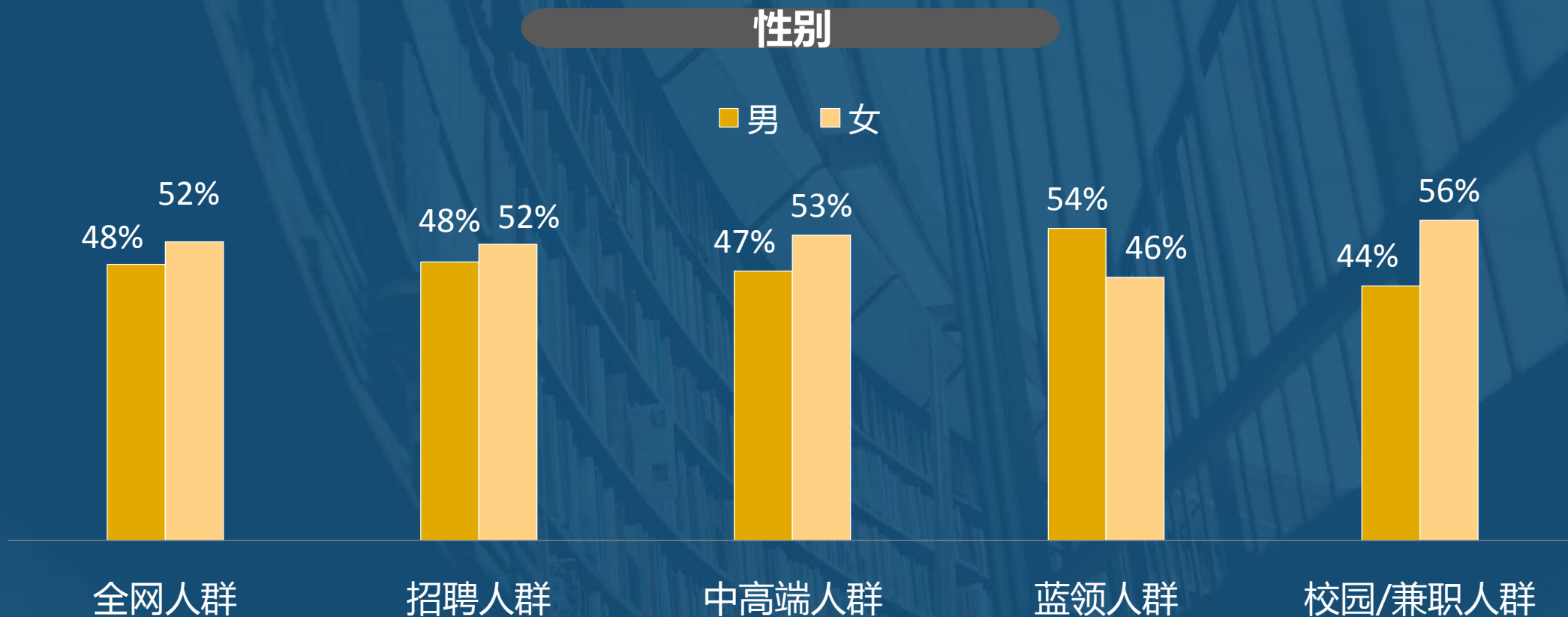
Part Two

消费者行为刻画



人口属性-性别

- 蓝领人群男性特征明显，校园/兼职人群女生对找工作更上心

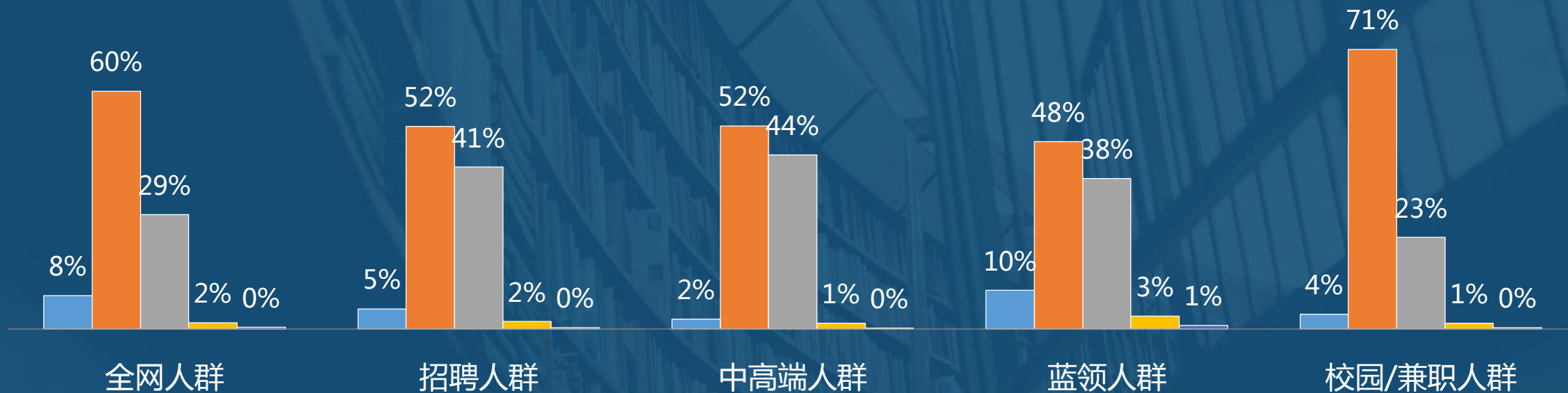


人口属性-年龄

■ 招聘人群更显成熟，青年特征明显

年龄

■ 18岁以下 ■ 19到24岁 ■ 25到34岁 ■ 35到49岁 ■ 50岁以上

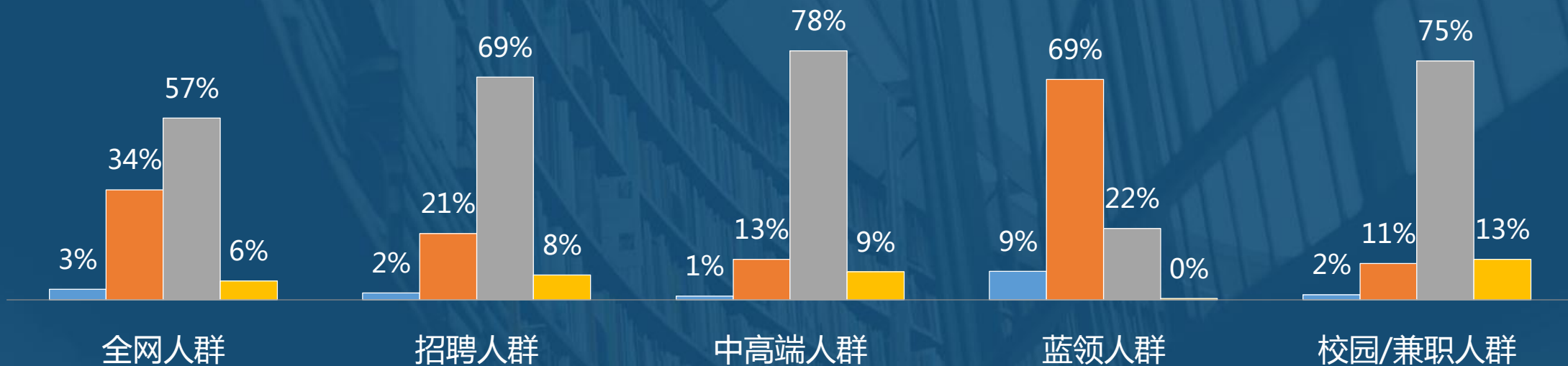


社会属性-学历

■ 招聘人群本科及以上学历占比77%，高于全网人群

学历

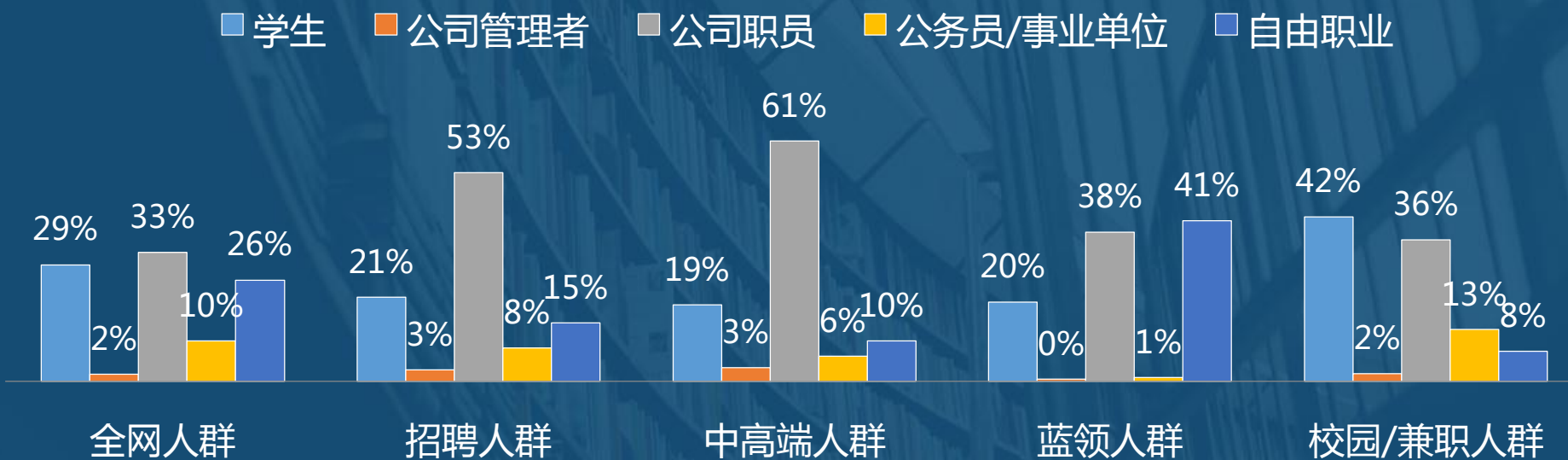
■ 初中及以下 ■ 高中/中专/技校 ■ 本科 ■ 研究生及以上



社会属性-职业

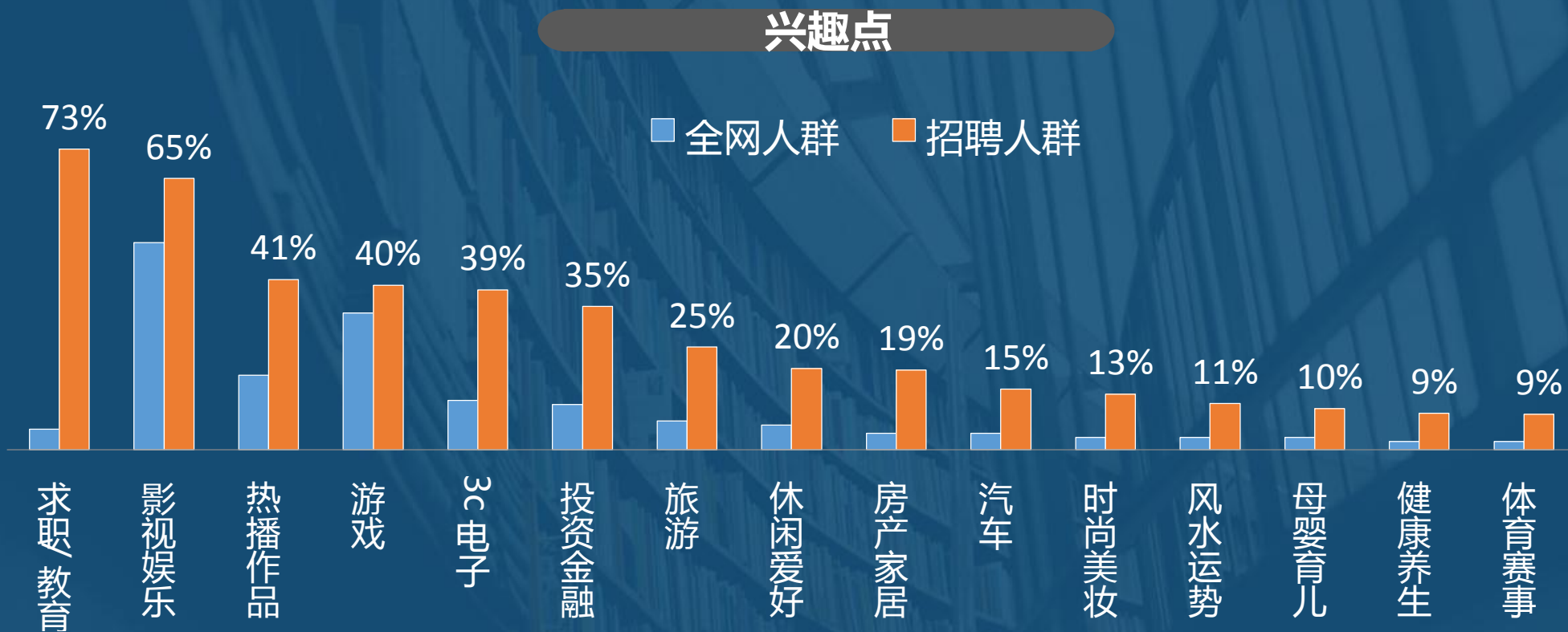
- 招聘人群以公司职员为主，比例超过5成
- 中高端人群公司职员占比超过60%，蓝领人群自由职业比例较高，校园/兼职人群与公务员/事业单位人群重合度较高

职业



人群兴趣点特征分析

- 招聘人群兴趣广泛，对各兴趣点的关注均高于全网人群
- 招聘人群对热播作品、3C电子、投资金融、旅游的关注明显高于全网人群



细分人群兴趣点特征分析

- 中高端人群与关注教育人群的重合度最高
- 蓝领人群对游戏、健康养生、母婴育儿和汽车的关注度更高
- 校园/兼职人群对体育赛事和热播作品的关注度更高

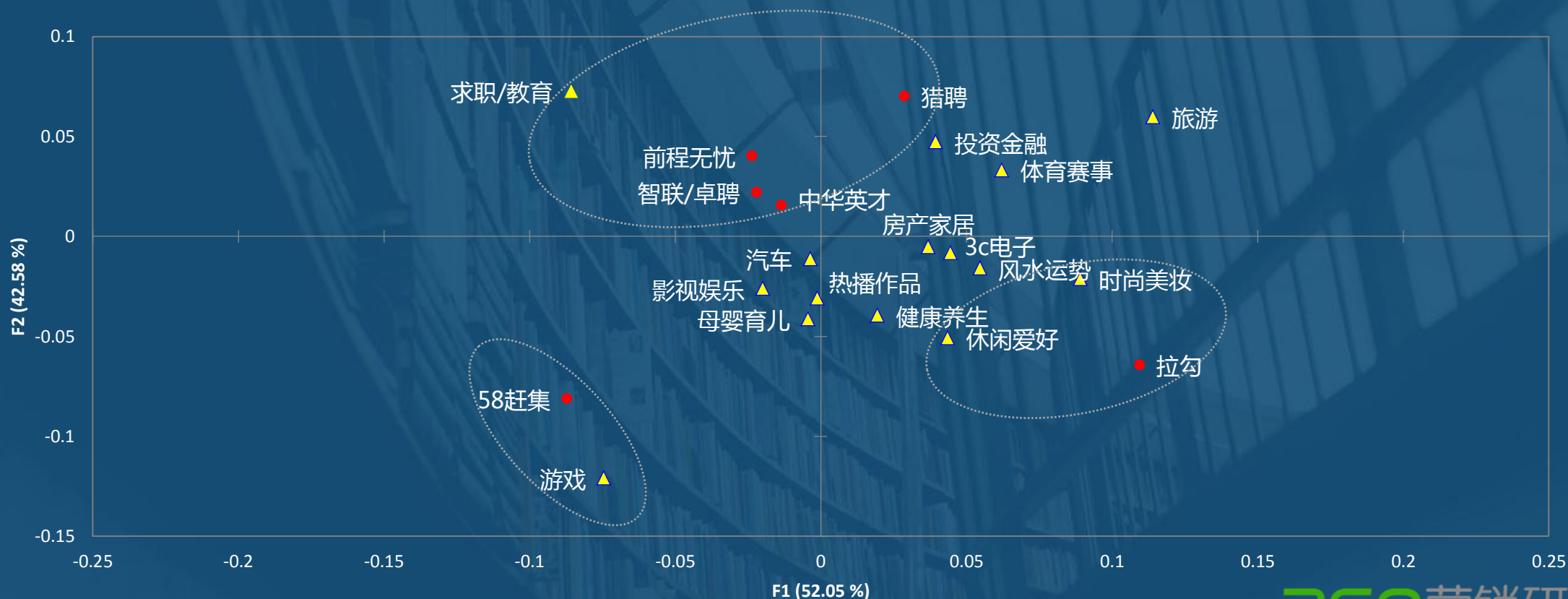
招聘细分人群兴趣点对应分析



线上平台人群兴趣点特征分析

- 58赶集人群爱游戏，拉勾人群爱休闲运动、时尚美妆
- 智联、前程无忧、中华英才之间竞争关系明显，人群兴趣点重合度高，且和猎聘人群一样对教育关注度高

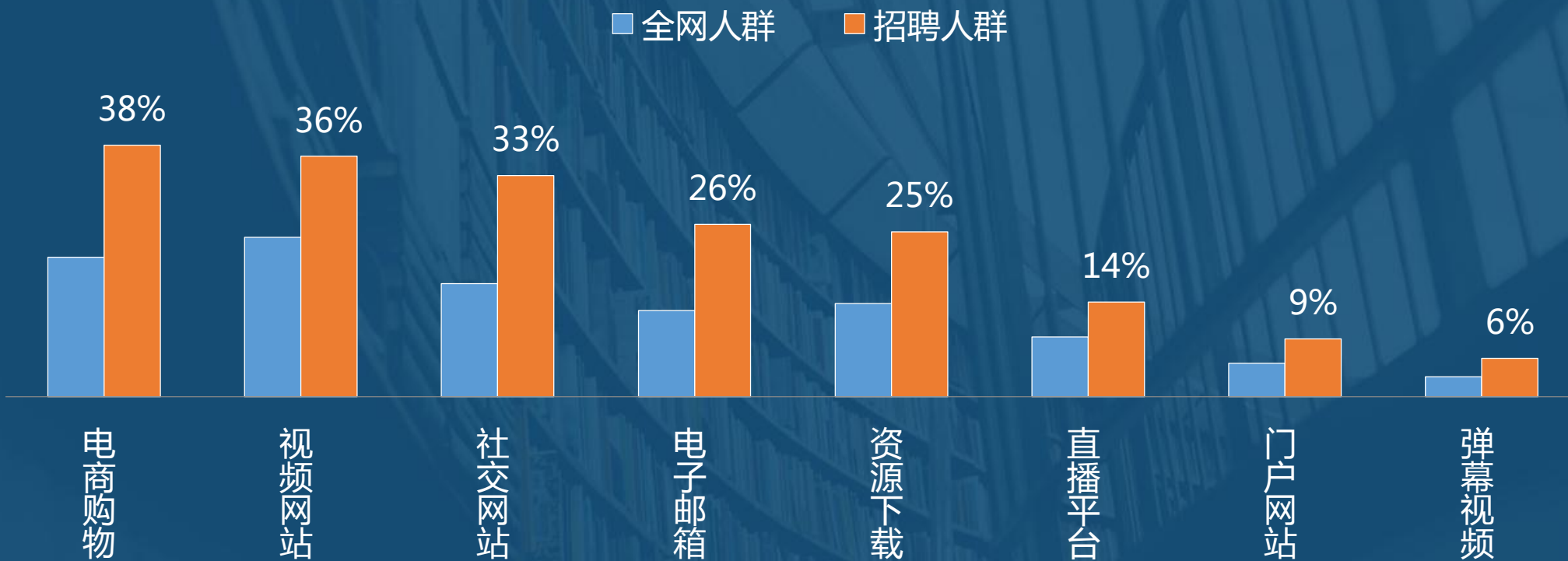
招聘平台兴趣点对应分析



人群互联网使用习惯分析

- 招聘人群对各类型网站的关注比例均高于全网人群，尤其是电商购物和社交网站

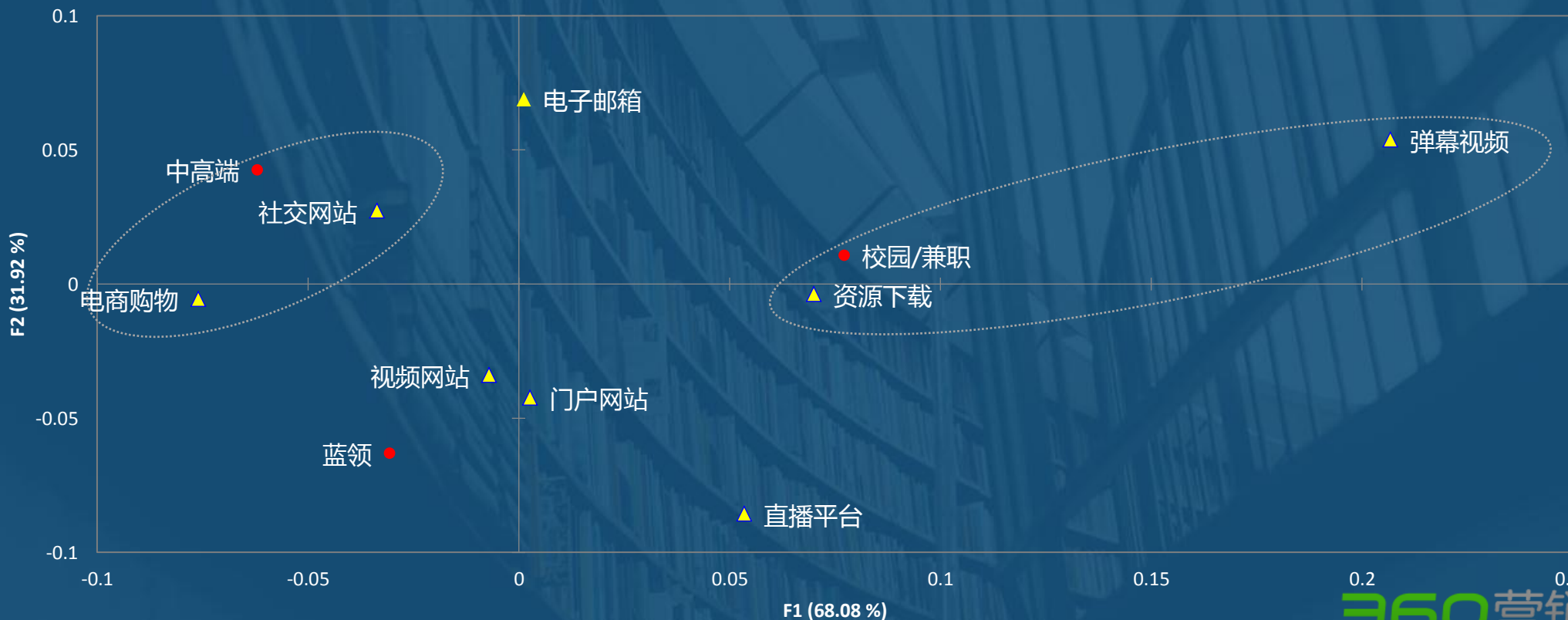
互联网使用



细分人群互联网使用习惯分析

- 校园/兼职人群对弹幕视频和资源下载站的关注度更高
- 中高端人群对电商和社交网站的关注倾向更明显

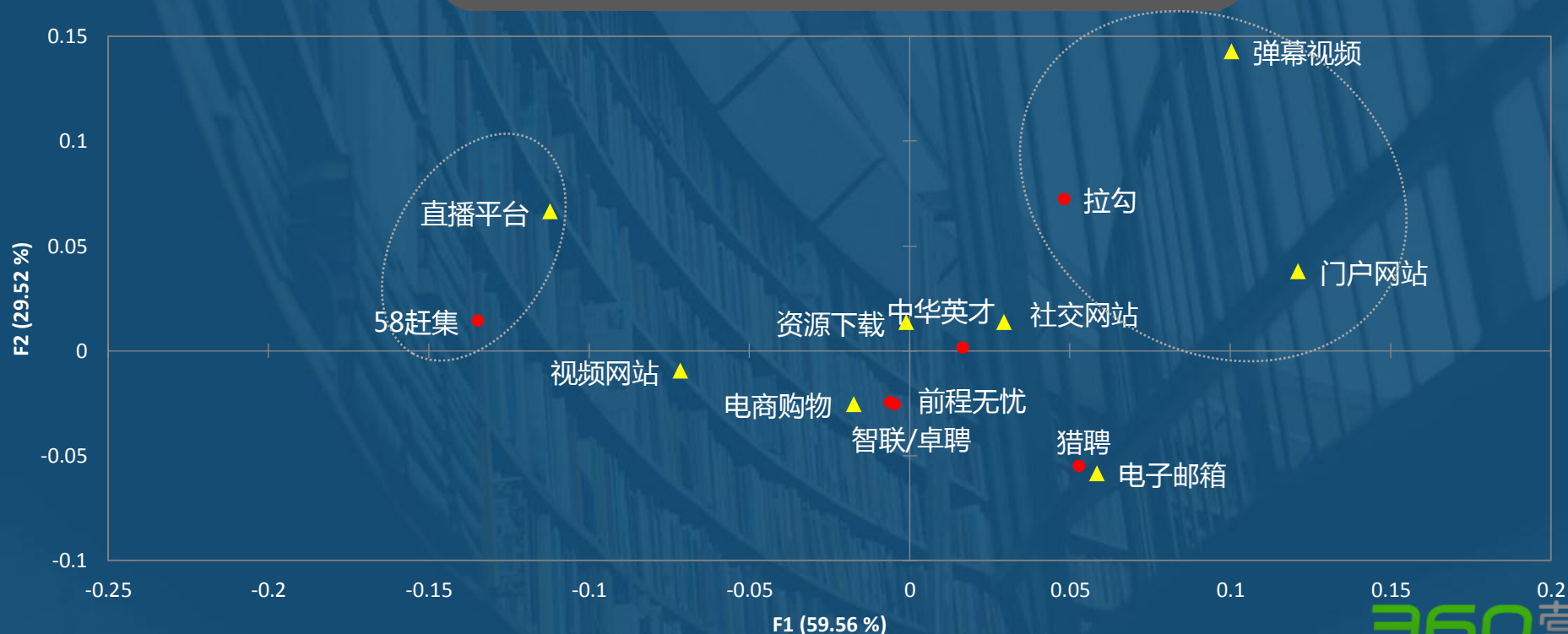
招聘细分人群互联网使用对应分析



线上平台人群互联网使用习惯分析

- 关注拉勾的人群对弹幕视频和门户网站的关注度更高
- 58赶集人群对游戏直播和体育直播平台的关注倾向更明显
- 智联和前程无忧人群的媒体关注偏好重合度高

线上平台人群互联网使用对应分析



360营销研究院

THANKS!

招聘行业研究报告

2016.02

