# 2020年高校毕业生求职研究报告

TalkingData

2020/1/13



TalkingData

# 目录

CONTENTS


01 2020年秋招就业形势状况 ---------- 3

02 高校毕业生人群画像洞察 ---------- 8

03 高校毕业生求职行为洞察 ---------- 15

04 高校毕业生求职特征分析 ---------- 23

# Part 1

## 2020年秋招就业形势状况

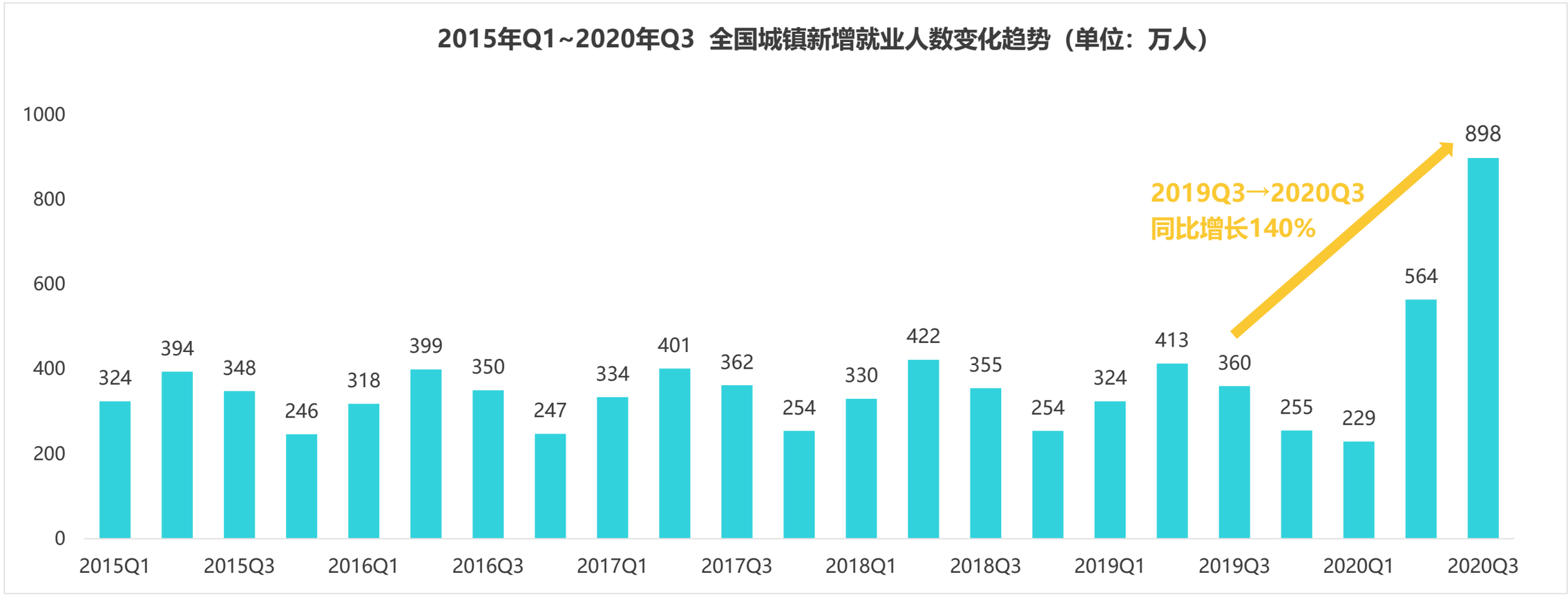


TalkingData

# 秋招市场招聘行情：Q3新增就业人数达898万人，达历史新高

## ——多种求职人群涌入求职市场，求职人数同比增长140%

2020年秋季就业需求旺盛，Q3新增就业人数达898万人。2020年受疫情影响，Q1求职人员减少，Q2求职人数开始回升，随着2020届高校毕业生求职延后、海外留学生回国就业以及2021届高校毕业生开始进入求职市场，Q3求职人数明显攀升，同比增长140%，达历史新高。

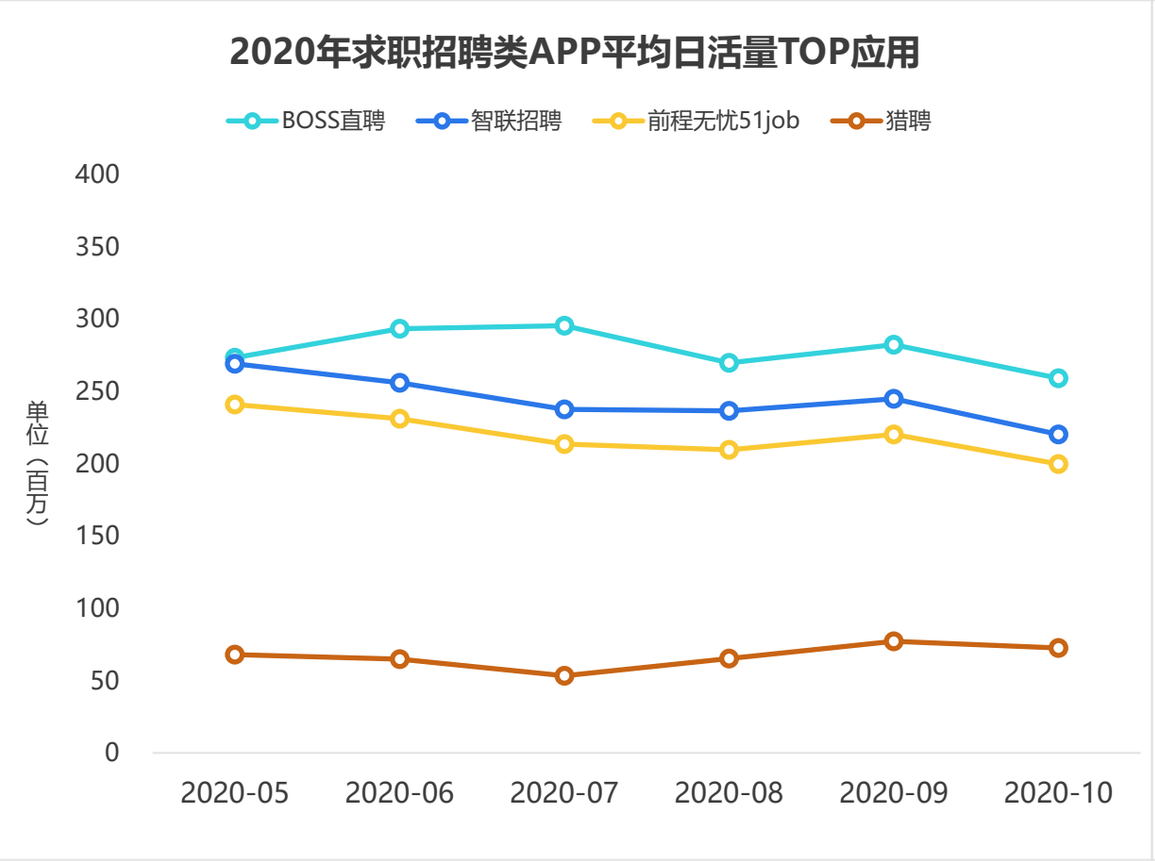


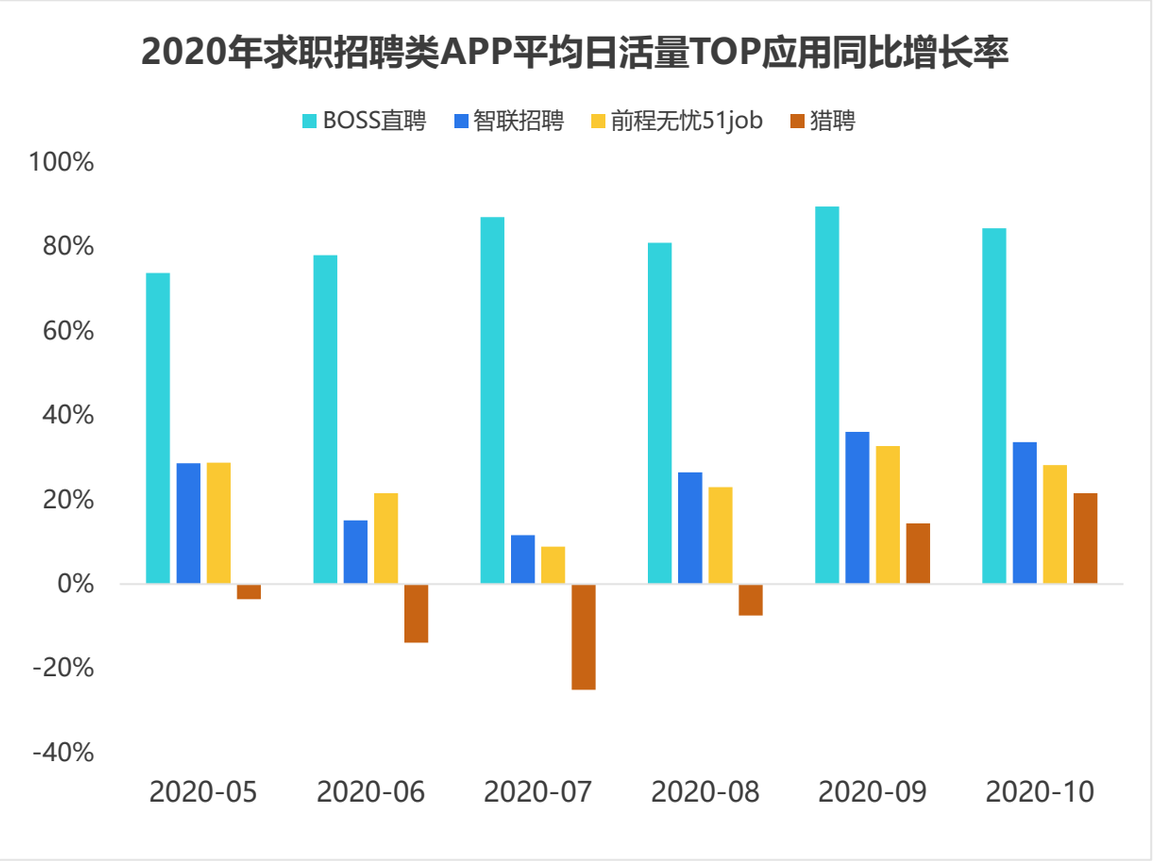

*数据来源：国家人力资源和社会保障部*

# 秋招市场招聘行情：线上招聘市场增长明显，BOSS直聘平均日活量位居行业首位

## ——受疫情影响，线下招聘市场萎缩，线上招聘市场增长明显，BOSS直聘平均同比增长率超过80%位居行业首位

近年来，招聘市场的火热带动移动招聘应用覆盖用户快速增长，2020年受疫情影响，大量的招聘或求职需求由线下转为线上，招聘市场回暖后，求职类头部APP整体平均日活同比增长。其中，BOSS直聘2020年5月至10月的平均日活用户数约280万，平均同比增长率超过80%。



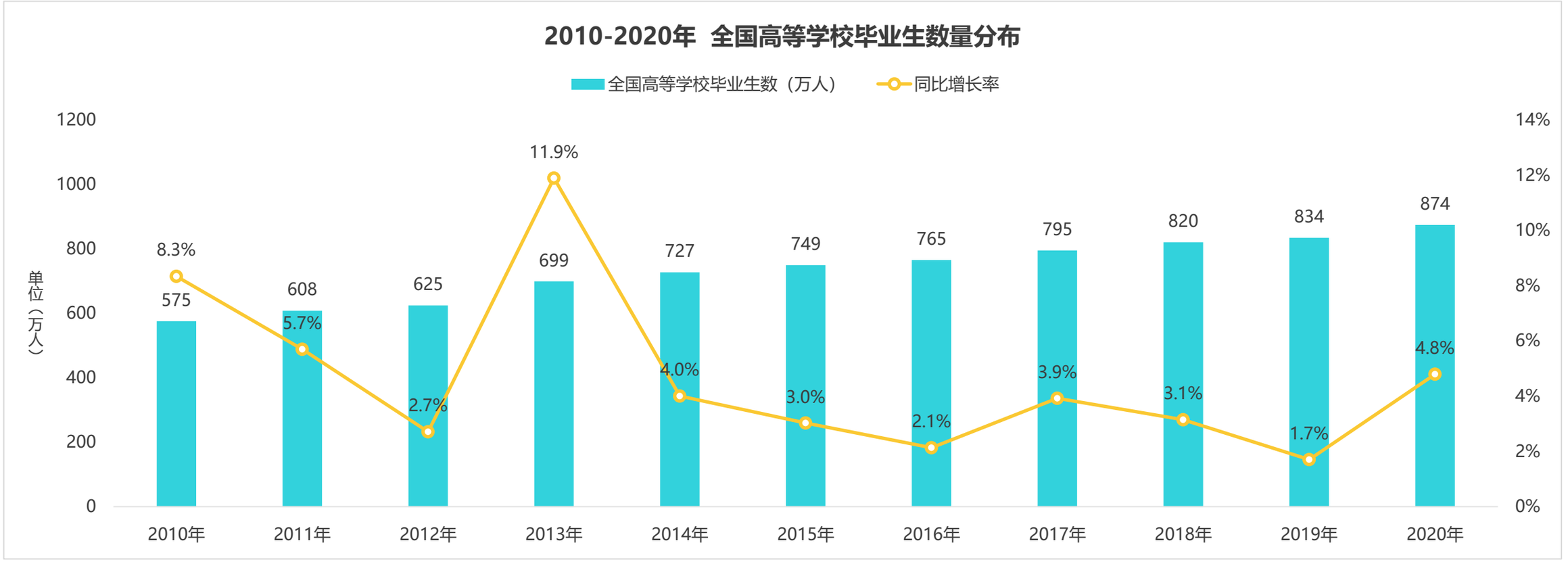




*数据来源：TalkingData*

# 秋招市场求职人群分析：2020年Q3迎史上“最强招聘季”

## ——竞争人群结构复杂，竞争人数大幅增加，就业形势严峻

2020届高校毕业生数量达到874万人，同比增加40万人，毕业生数量再创历史新高。同时，随着海外疫情形势严重，许多高质量的留学生调整在留学国家就业的计划，转向国内就业市场。此外，除同届毕业生和大量归国留学生外，2021届的国内外毕业生也开始加入求职大军。2020年Q3迎来史上“最强招聘季”，2020届国内外学生以及新一届国内外学生纷纷加入Q3求职市场，整体就业形势变得更加复杂和严峻。

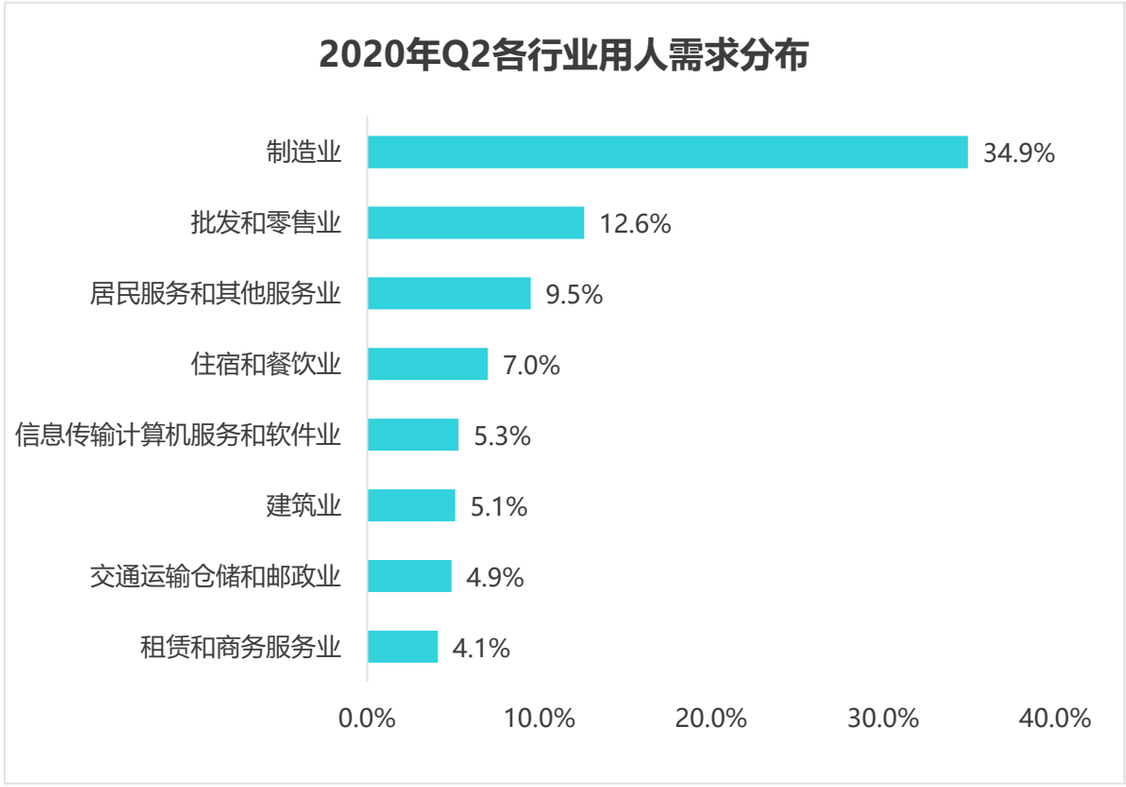


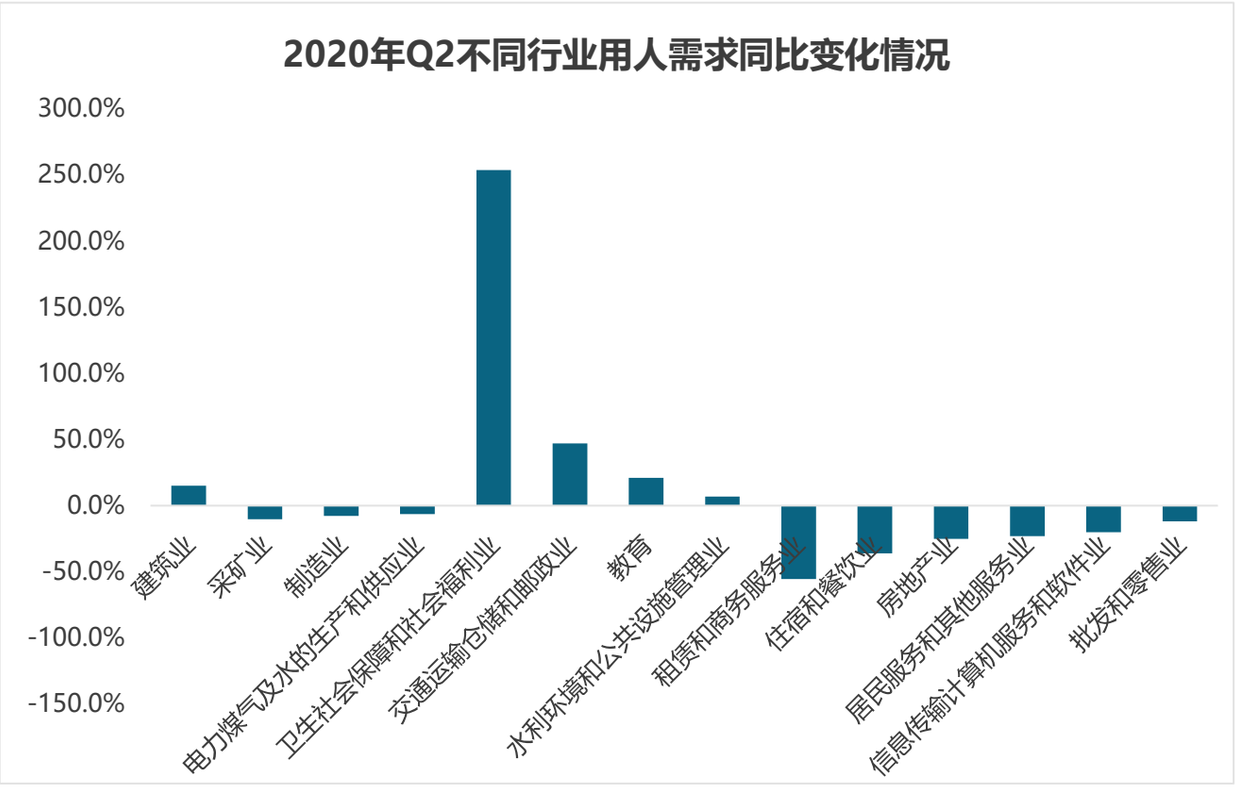

*数据来源：教育部、统计局、公开资料整理。*

# 秋招市场求职人群分析：“最强招聘季”亦是“最难招聘季”

## ——用人需求行业与毕业生意愿从事的行业不符，大幅度加剧了毕业生的就业压力

数据显示，2020年Q2，制造业用人需求最高，占比达34.9%，而毕业生倾向较高的互联网行业所在的信息传输计算机服务和软件业用人需求仅占比5.3%。同时，从不同行业用人需求的同比变化情况来看，租赁和商务服务、住宿和餐饮、房地产、居民服务和其他服务、信息传输计算机服务和软件业等行业用人需求均较去年同期有所下降。制造业等用人需求高的行业高校毕业生从事意愿较低，而高校毕业生意愿从事的行业用人需求在下降，用人需求行业与毕业生意愿从事的行业不符，无疑加剧了毕业生的就业压力。




*数据来源：国家人力资源和社会保障部。*

# Part 2

## 高校毕业生人群画像洞察

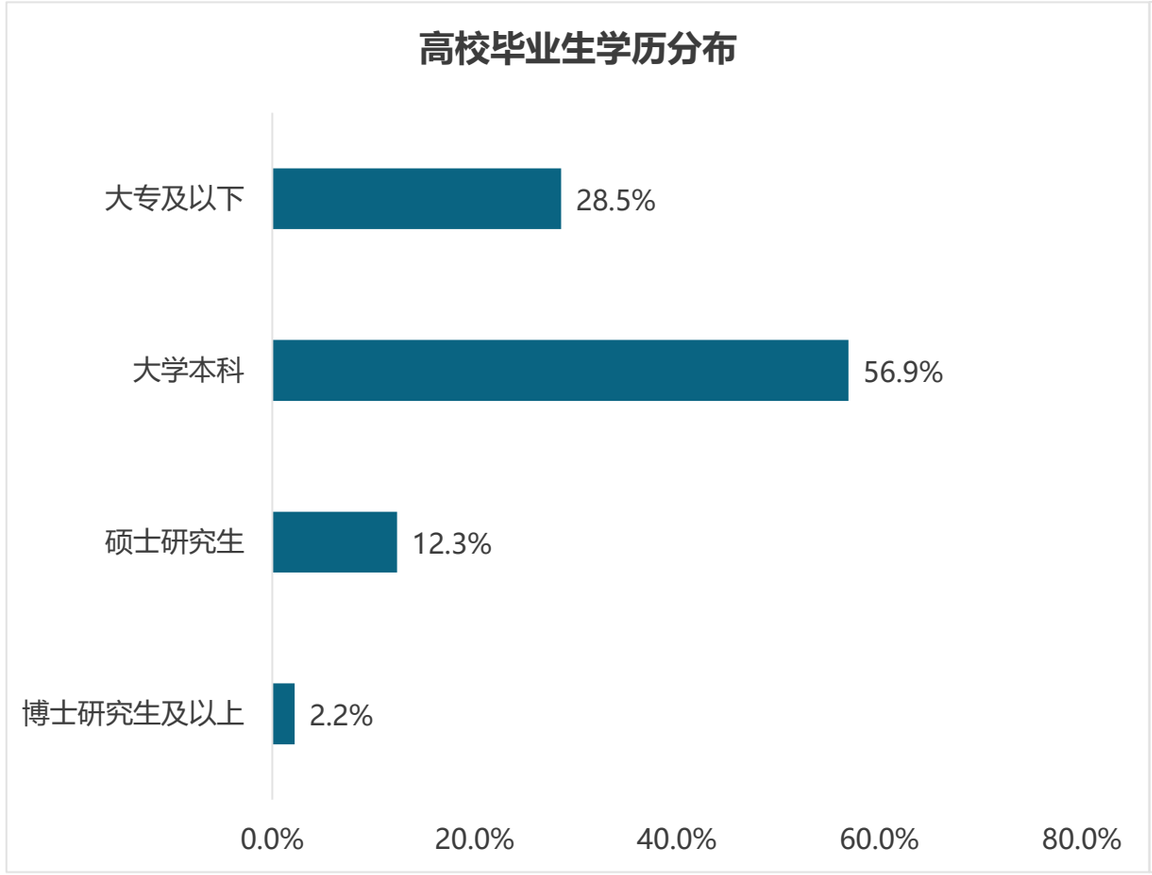


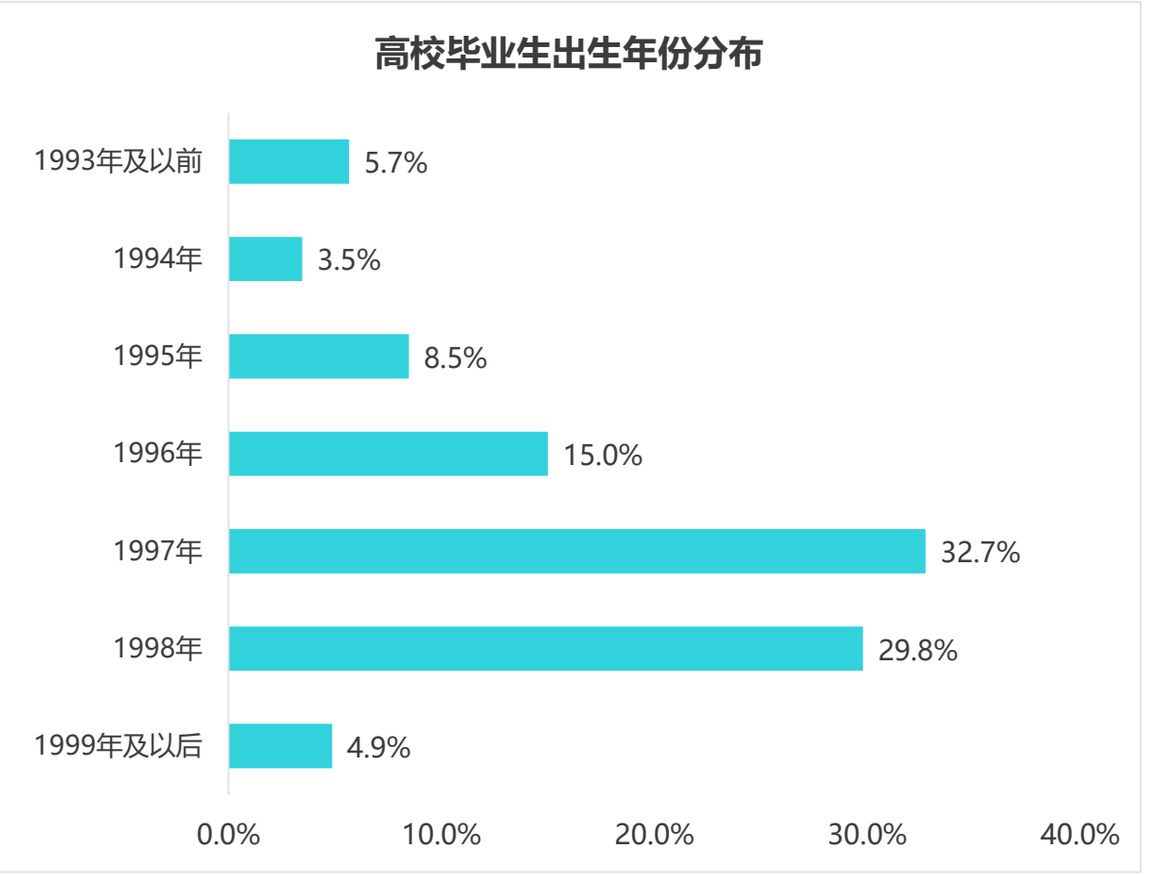
TalkingData

# 应届本科生是主力人群，00后开始进入职场

## ——大学本科毕业生占比56.9%，97、98年人群占比超六成

从2020年秋招大学生的学历分布看，大专及以下毕业生占比28.5%，大学本科毕业生占比56.9%，本科以上（硕士研究生、博士研究生及以上）毕业生占比14.5%。从2020年秋招大学生的出生年份分布来看，当前就业的主要为97、98年出生的人群，合计占比62.5%。此外，99年及以后的高校毕业生占比4.9%，已经有少数00后开始进入职场。



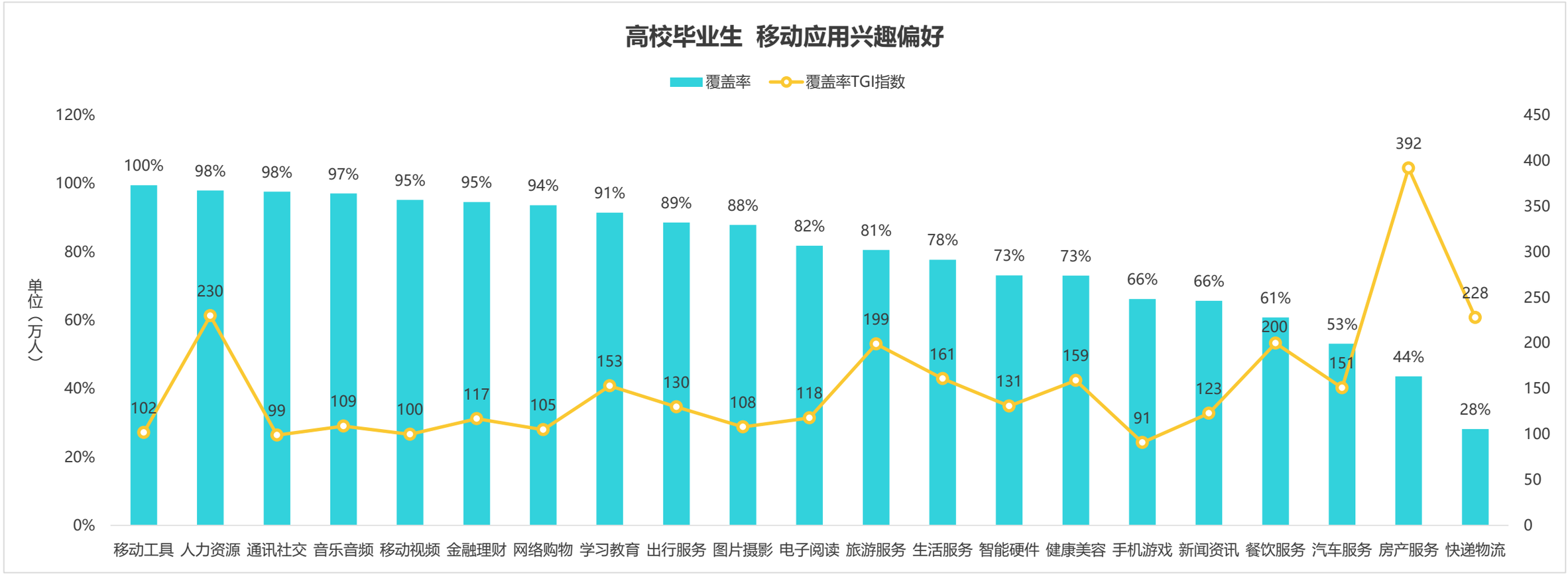




*数据来源：TalkingData*

# “线上”成为毕业生解决生活基本需求的主要渠道

## ——毕业求职，“找工作”与“餐饮外卖”、“租房”并列，成为线上刚需

作为移动互联网一代，2020年度高校毕业生在各类APP的覆盖率整体高于移动互联网用户人群，可以看出他们生活基本需求均以线上为主要解决渠道。而在毕业阶段，“找工作”是高校毕业生的关注重点，人力资源类应用的TGI指数达到230，可见高校毕业生倾向于在线上“找工作”。



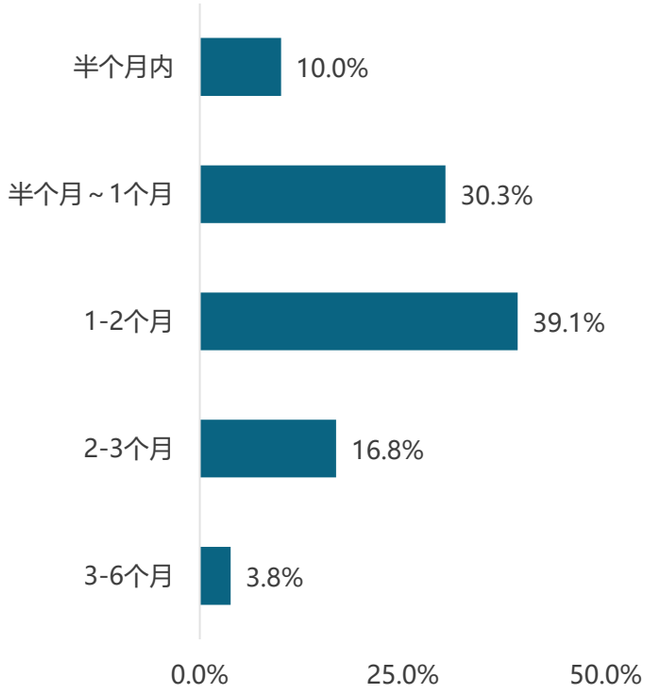

*数据来源：TalkingData*

# 追求“高效率”求职，但职业目标不明确导致效率低

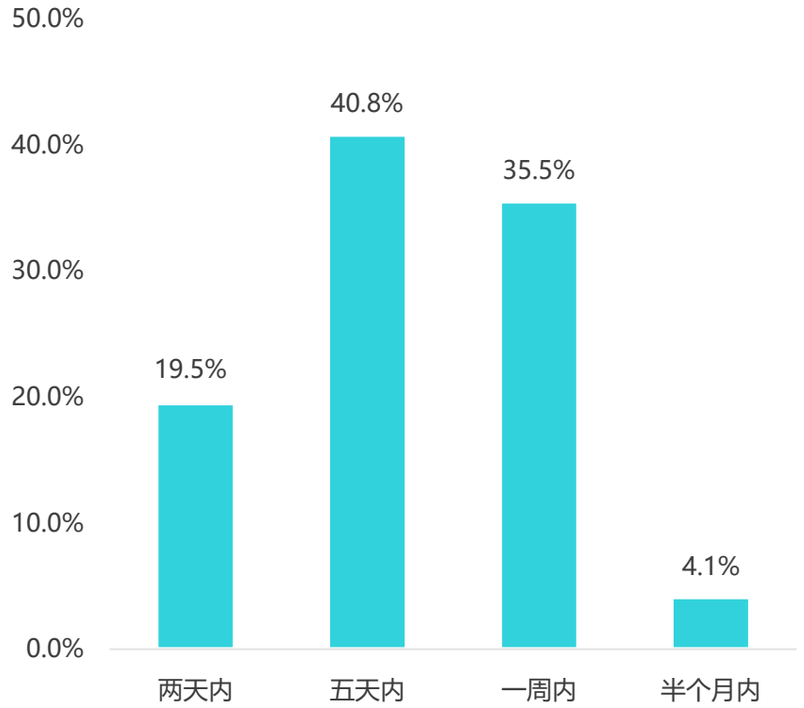
## ——求职招聘平台提供的精准匹配直击毕业生痛点

求职过程中，高校毕业生大多期望在2个月内找到工作，其中1~2个月占比39.1%，1个月内的占比40.3%；同时，有六成的高校毕业生希望在5天内获得面试邀请。可见，高校毕业生在找工作的过程中追求“高效率”。但是，有近七成的高校毕业生没有明确的职业目标，投递简历时以大范围的撒网式投递为主，这无疑会降低毕业生找工作的效率，因此，求职平台提供的精准匹配直击毕业生痛点，也更贴合毕业生“高效率”找到工作的需求。

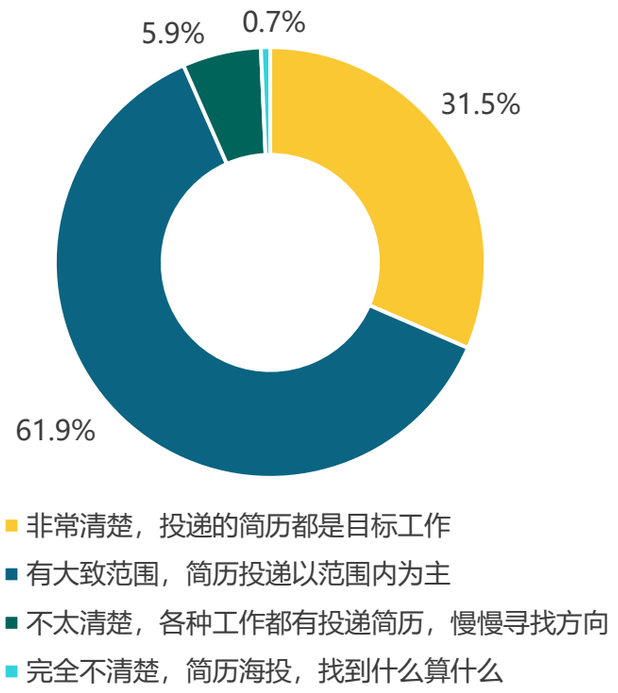
### 高校毕业生 理想的求职花费时间




### 高校毕业生 期望的面试邀请时间




### 高校毕业生 投递简历时职业目标情况

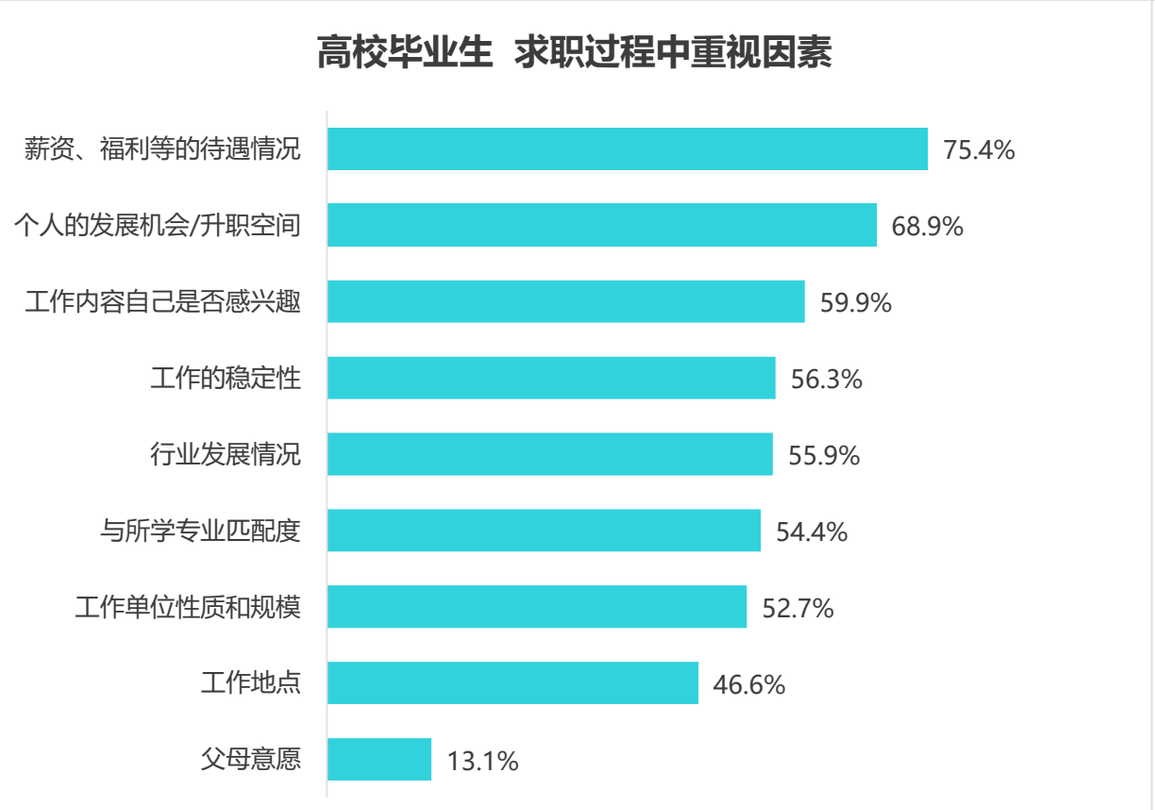


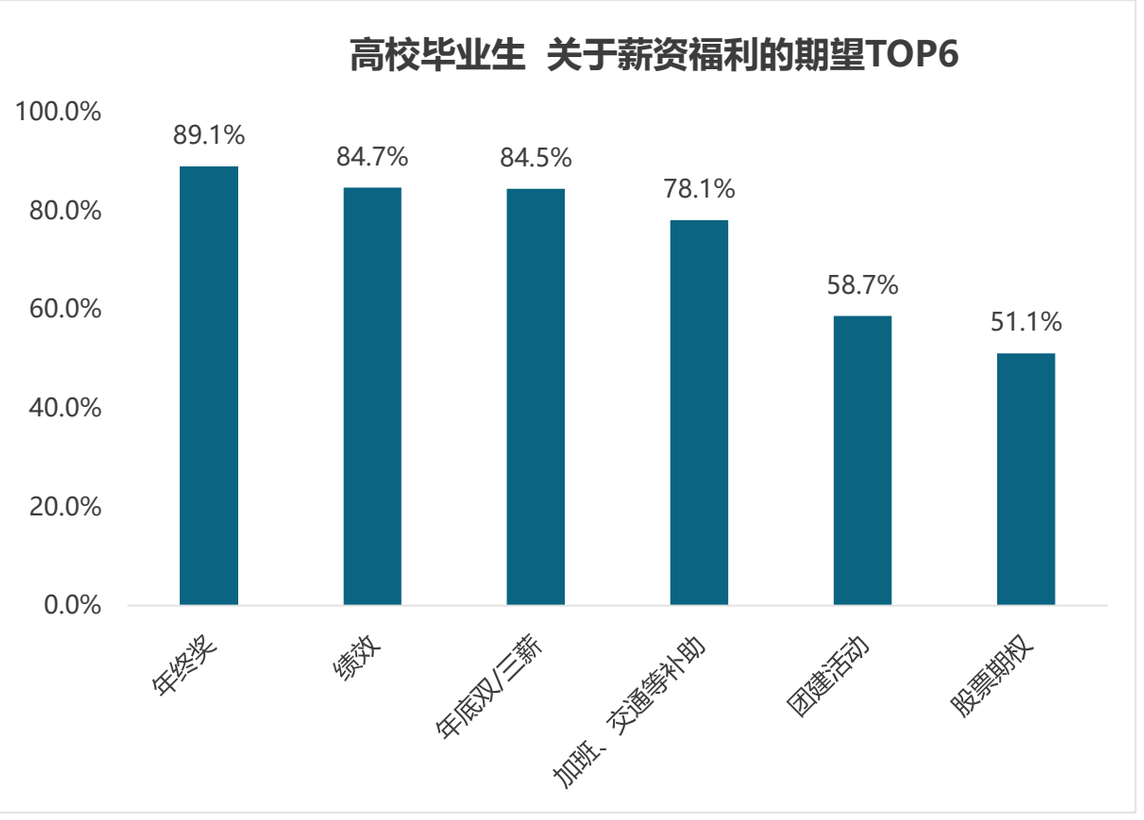

*数据来源：TalkingData*

# 自主性强、看重长期发展价值和团队氛围

## ——父母意愿仅占比13.1%，团建活动和股票期权占比均超五成

在高校毕业生求职时较为重视的因素中，值得一提的是，仅“父母意愿”一项占比明显偏低，为13.1%，显示出当下高校毕业生将选择掌握在自己手中、更为独立自主的求职理念。而在对于薪资福利的期望中，高校毕业生除对年终奖、绩效等期望较高外，对于团建活动和股票期权占比均超五成，说明高校毕业生对于公司的氛围环境也是很重视的，同时，对于股票期权期望较高说明高校毕业生也很重视公司的未来发展，不排斥与中小规模的公司共同进步。



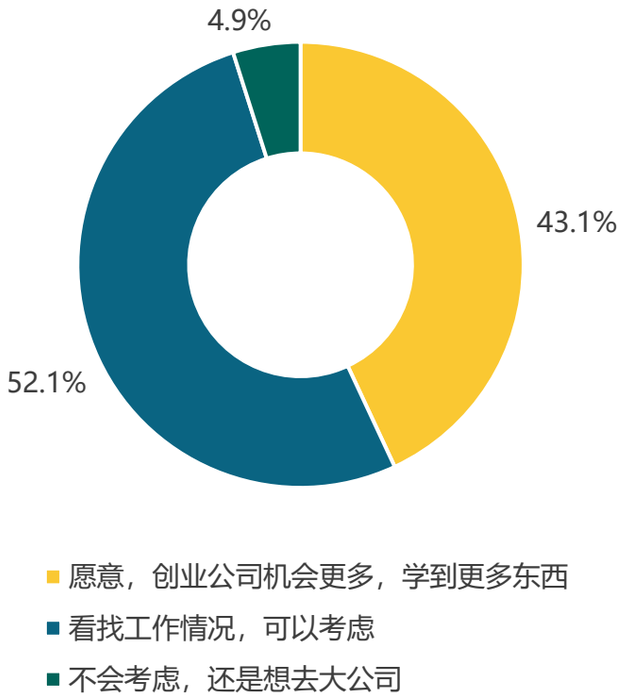

*数据来源：TalkingData*

# 对创业型公司具备高接纳度，看重上级的业务实力及待人处事的能力

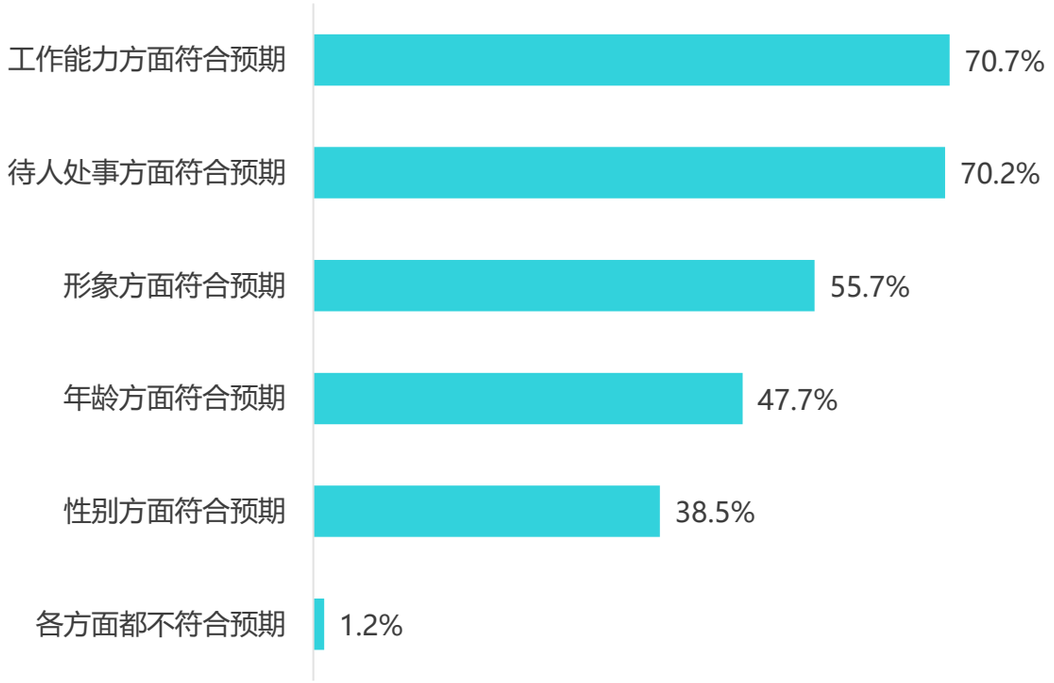
## ——52.1%高校毕业生能接受创业公司，对直属领导工作能力及待人处事方面期待均超过七成

当前的高校毕业生，具有一定的创业精神，出于锻炼与学习的考虑，有43.1%愿意考虑创业公司，52.1%则需要视找工作情况而定。在对于直属领导的预期方面，高校毕业生对面试官的主要期待是工作能力和待人处事方面，70.7%的高校毕业生认为面试中所遇到的直属领导在工作能力方面符合预期，70.2%对于他们的待人处事方面产生较好印象。

### 高校毕业生 对小型创业公司的接受度




### 高校毕业生 面试过程中直属领导的预期




*数据来源：TalkingData*

# 当代高校毕业生画像：“移动互联网”的原住民

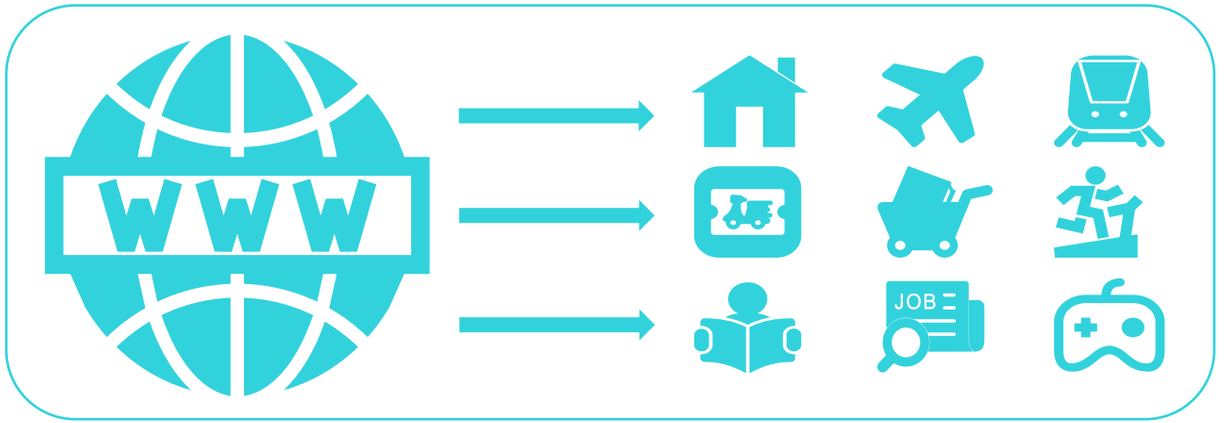
## ——追求高效、看重上级实力、自主性强

当代高校毕业生，成长于移动互联网时代，对他们来说，生活中的各类场景都要高质量、高效率的完成，求职也不外乎此。同时，对于他们而言，自主选择的自由和意愿更为强烈，更为看重未来发展前景。










成长于移动互联网时代的大学生，对移动应用有极强的依赖性。租房、出行、定餐、购物、运动、学习、游戏、找工作等的生活场景，他们全部可以通过移动网络来实现。因此，尽管受到疫情影响，线下招聘会几乎都取消，企业多采用云面试的形式进行应聘，并未实际影响到高校毕业生。

*数据来源：TalkingData*

# Part 3

## 高校毕业生求职行为洞察

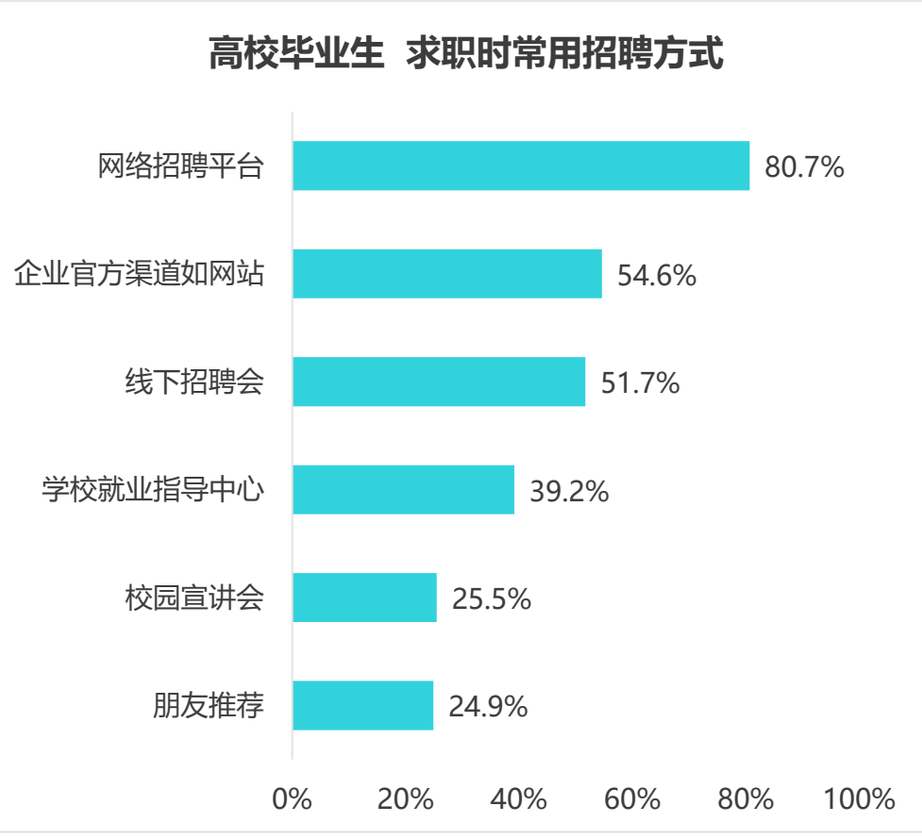


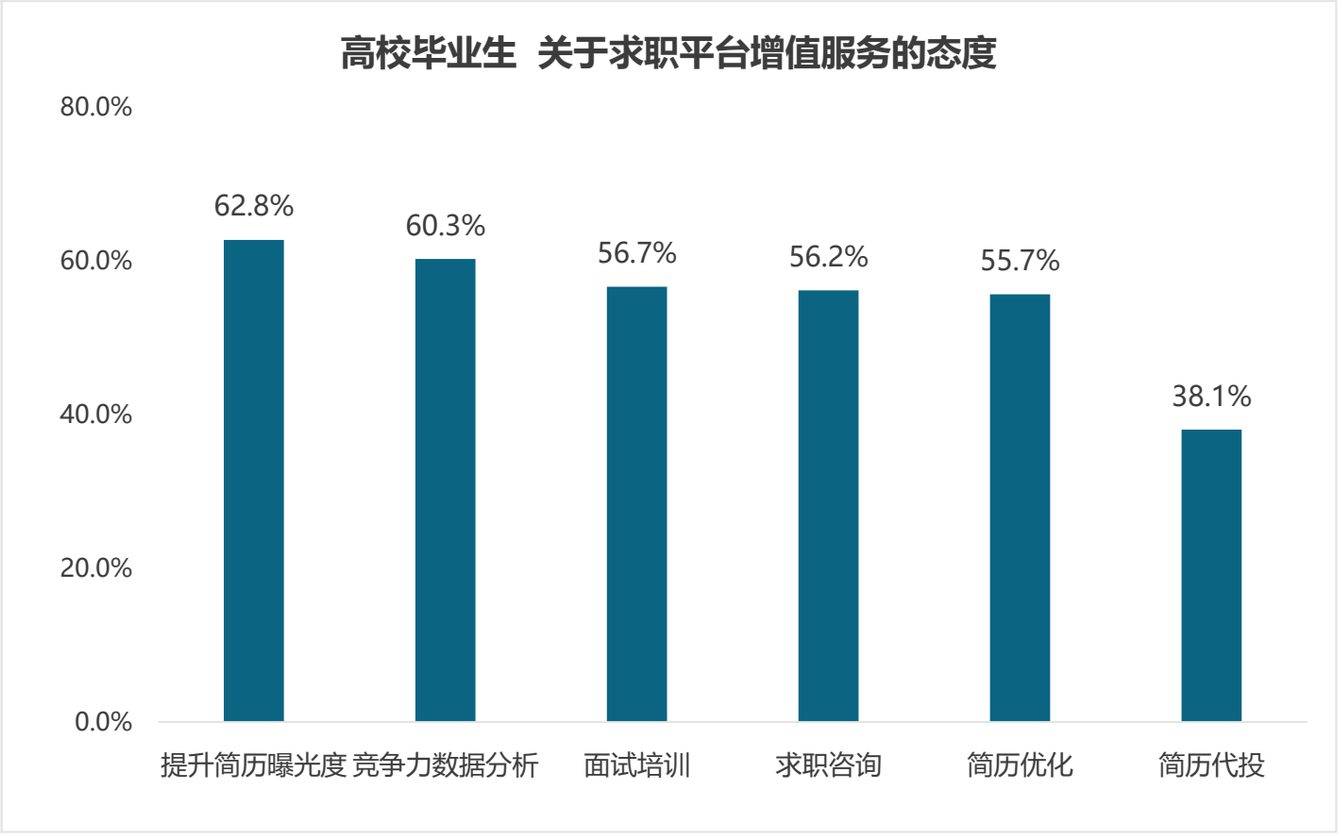
TalkingData

# 80.7%的高校毕业生使用网络招聘平台

## ——网络求职是主流，对平台提升求职效率类服务感兴趣

疫情因素导致高校毕业生就业更多依赖互联网渠道，网络招聘平台的比重达到80.7%，同时在疫情常态化下当代毕业生也利用线下招聘会、学校就业指导中心、校园宣讲会等寻找就业机会。同时，在线招聘平台的各类增值服务对求职者产生了较大吸引力，除了要求提升简历曝光度外，高校毕业生还对招聘平台的竞争力数据分析、面试培训、求职咨询、简历优化等提出较强诉求。可见，当代毕业生职业目标不明确，仍然需要寻求帮助。



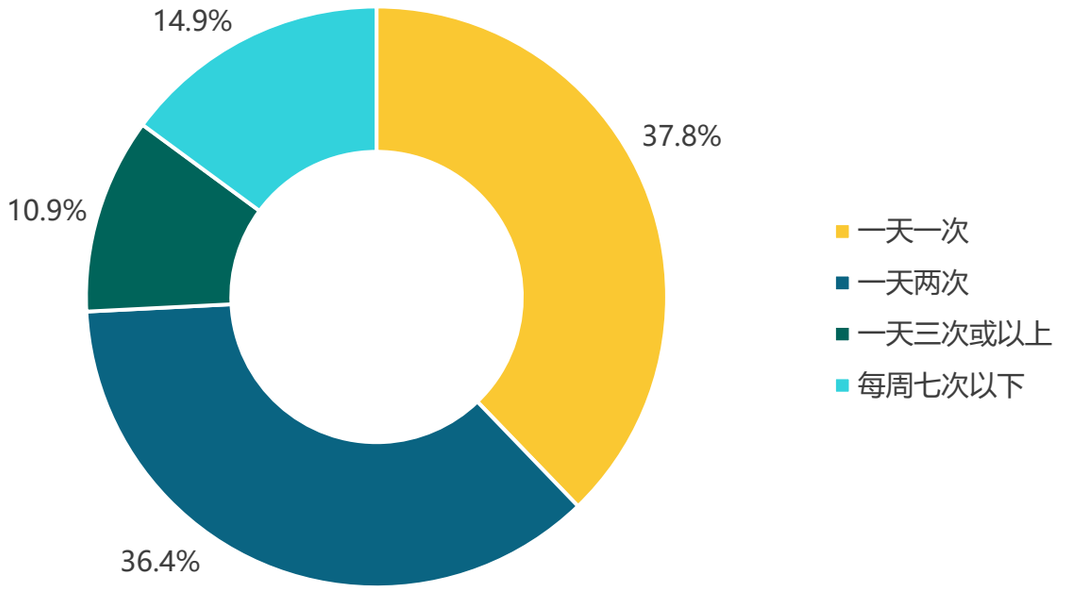

*数据来源：TalkingData*

# 高校毕业生求职压力大，多平台频繁投递

## ——高校毕业生求职忙，简历投递频繁，57.9%的人同时使用2个求职平台

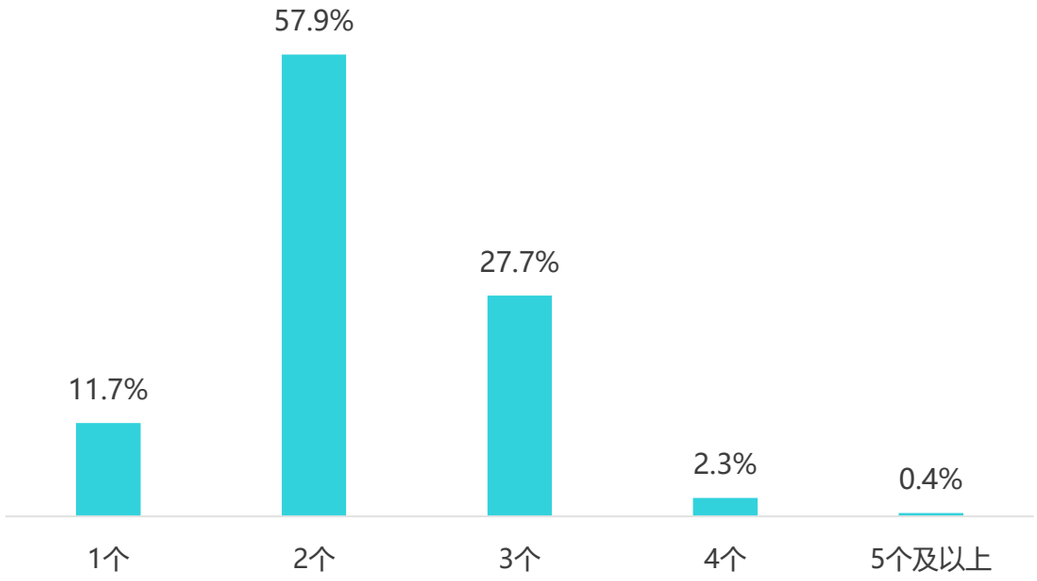
高校毕业生每天忙于应聘求职，超八成的人每天都会在求职平台多次投递简历，其中37.8%的人一天投递一次，36.4%的人一天投递两次，10.9%的人一天投递三次或以上。同时，高校毕业生并没有单纯依赖某个求职平台，同时使用多个平台进行求职成为常态，同时使用2个求职平台的比重达到57.9%，同时使用3个求职平台的比重达到27.7%。

**高校毕业生 简历投递频率**




*注：在某一时间段集中投放一批简历视为一次*

**高校毕业生 同时使用求职平台数量**



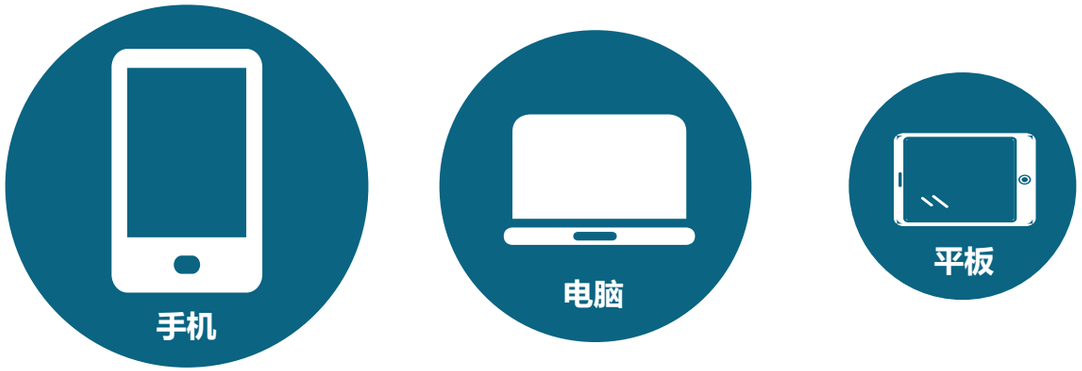

*数据来源：TalkingData*

# 90.4%高校毕业生使用手机终端进行求职，BOSS直聘是大学生最爱用的求职类APP

## ——手机端选择倾向最高，但电脑端仍具有不可替代性

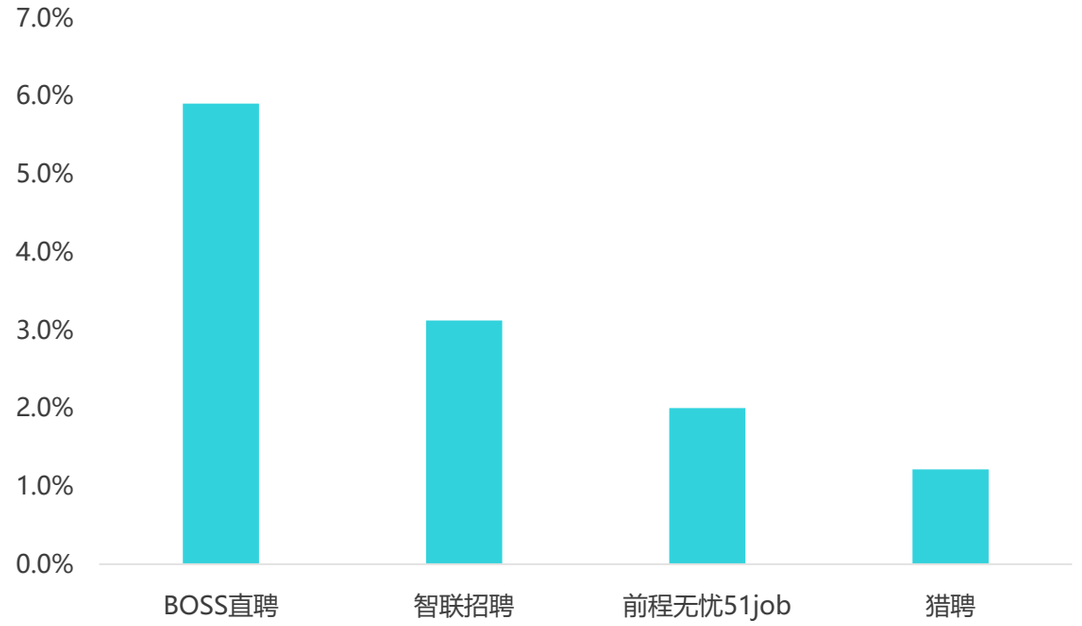
随着移动招聘APP的发展以及碎片化时间的利用，移动端为高校毕业生就业提供了更多便利性，高校毕业生在使用网络招聘平台时手机终端占比达到90.4%，是最常使用的终端。其次是电脑，虽然移动APP已成为主流，但在电脑端以简历编撰为核心场景仍具有不可替代性，其选择倾向也达到69.3%。而在手机终端的各求职招聘类APP中，BOSS直聘平台的活跃大学生数量占比较高，是大学生最爱用的求职类APP之一。

**高校毕业生 网络求职时设备终端选择倾向**




90.4%　　69.3%　　19.7%

**求职招聘类APP活跃大学生数量占比**




*注：APP活跃大学生数量占比为所选时间周期内，预估使用某款应用的活跃大学生设备量/移动用户活跃设备总量*100%。*

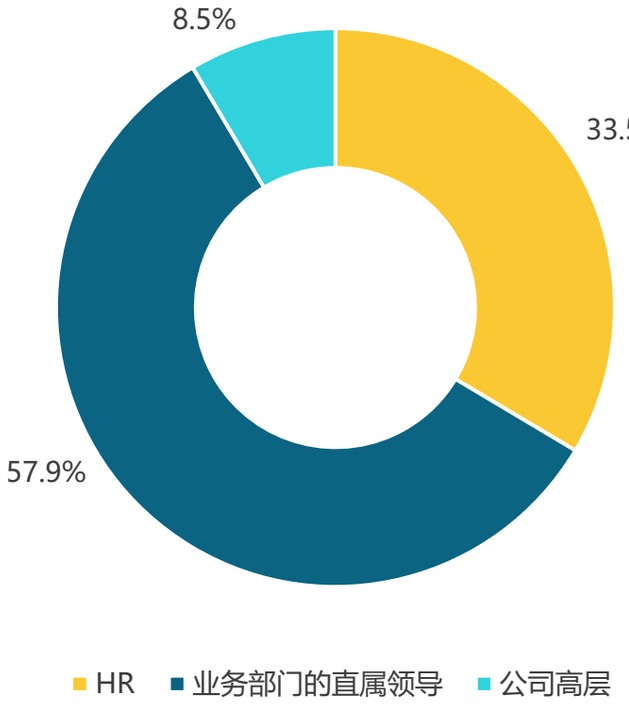
*数据来源：TalkingData*

# 习惯于直聊、直聘模式，认可其有助于提高成功率

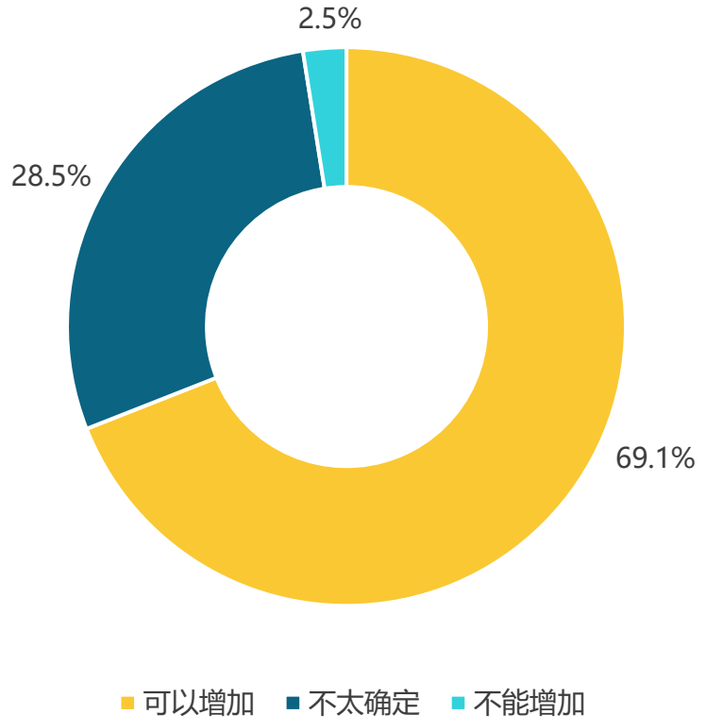
## ——近六成高校毕业生期望与直属领导直聊沟通，直聊模式已成为求职的重要方式

高校毕业生习惯了网络通讯的沟通方式，在使用求职平台时，57.9%的高校毕业生希望与业务部门的直属领导进行对接，他们期待与业务对接人实现直接对话，有69.1%的高校毕业生认为与业务部门的人进行事先沟通有助于增加面试的成功几率。

**高校毕业生 使用求职平台在线直聊更倾向的对接人**




**高校毕业生 事先与业务部门的人沟通对面试成功率的影响**

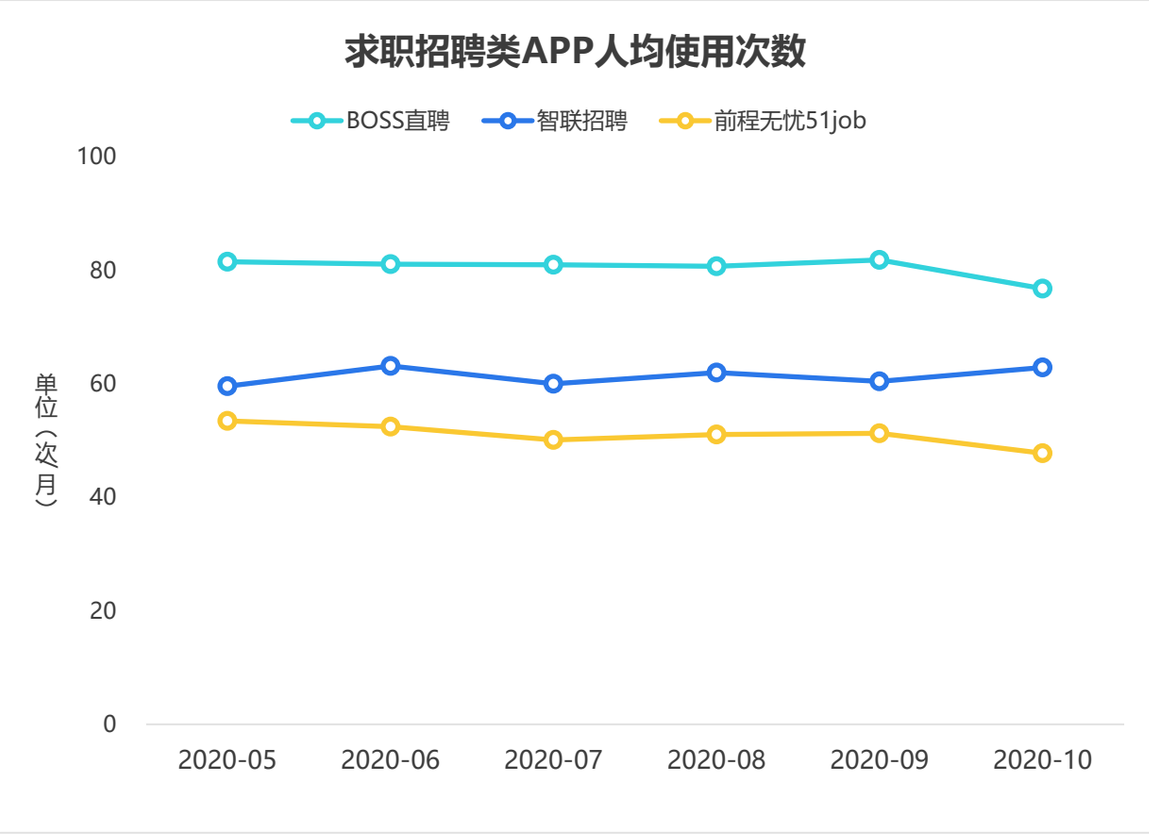


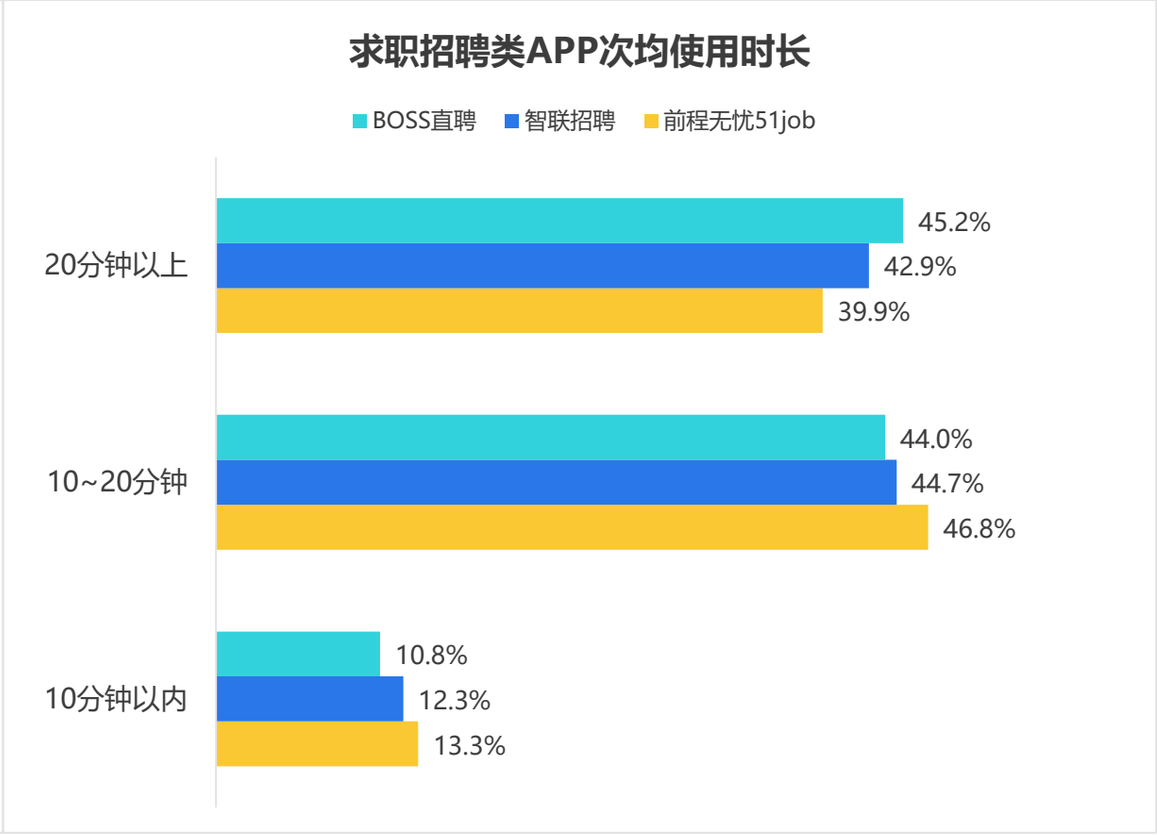

*数据来源：TalkingData*

# 高校毕业生更青睐线上深度沟通，BOSS直聘使用频次和粘性均为行业首位

## ——“直聊+精准匹配”模式符合当代年轻人线上求职特点

数据显示，BOSS直聘APP的人均使用次数和使用时长都居于高位。自求职市场回暖后，头部APP的人均使用次数都保持在50次以上，其中BOSS直聘因其首创的“直聊+精准匹配”模式，相较于其他求职APP人均使用次数更高。另外，在次均使用时长方面，进行20分钟以上的深度交流，BOSS直聘位列行业首位，说明求职过程需要深度的交流沟通，也侧面证明了“直聊”模式符合当代年轻人线上求职特点。



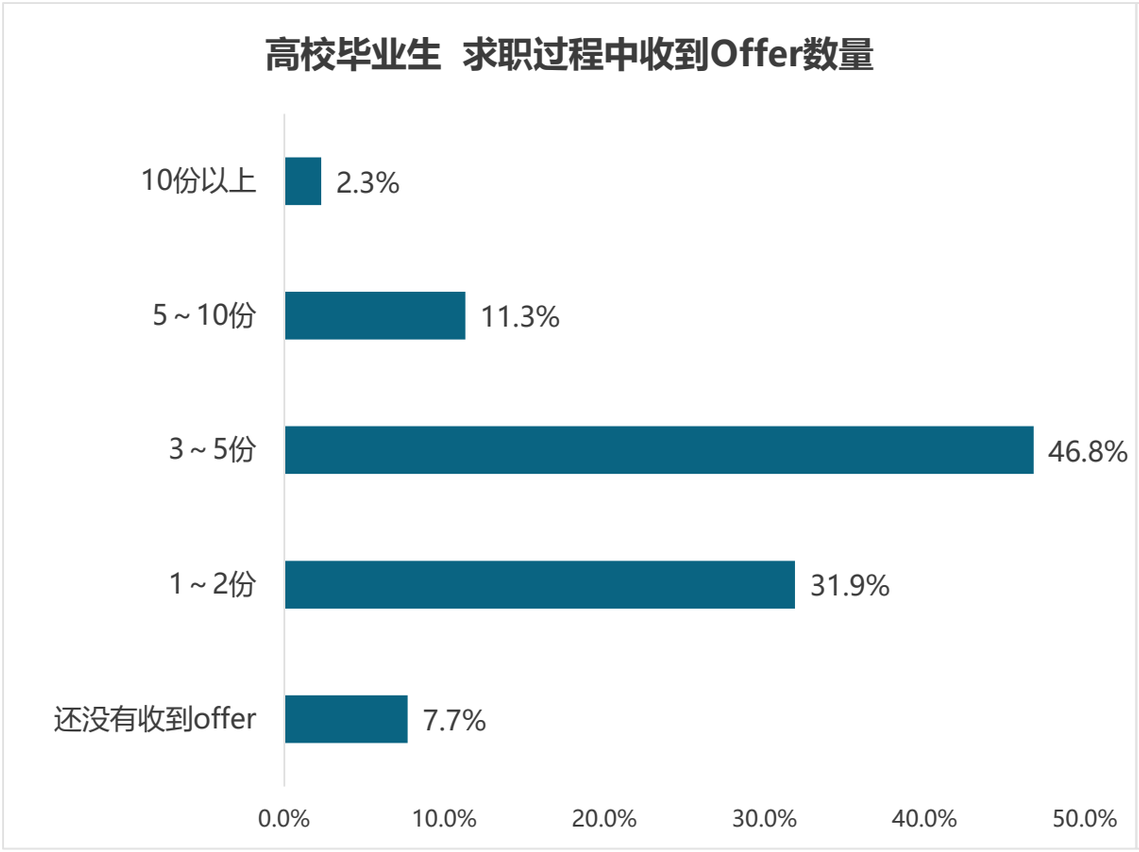



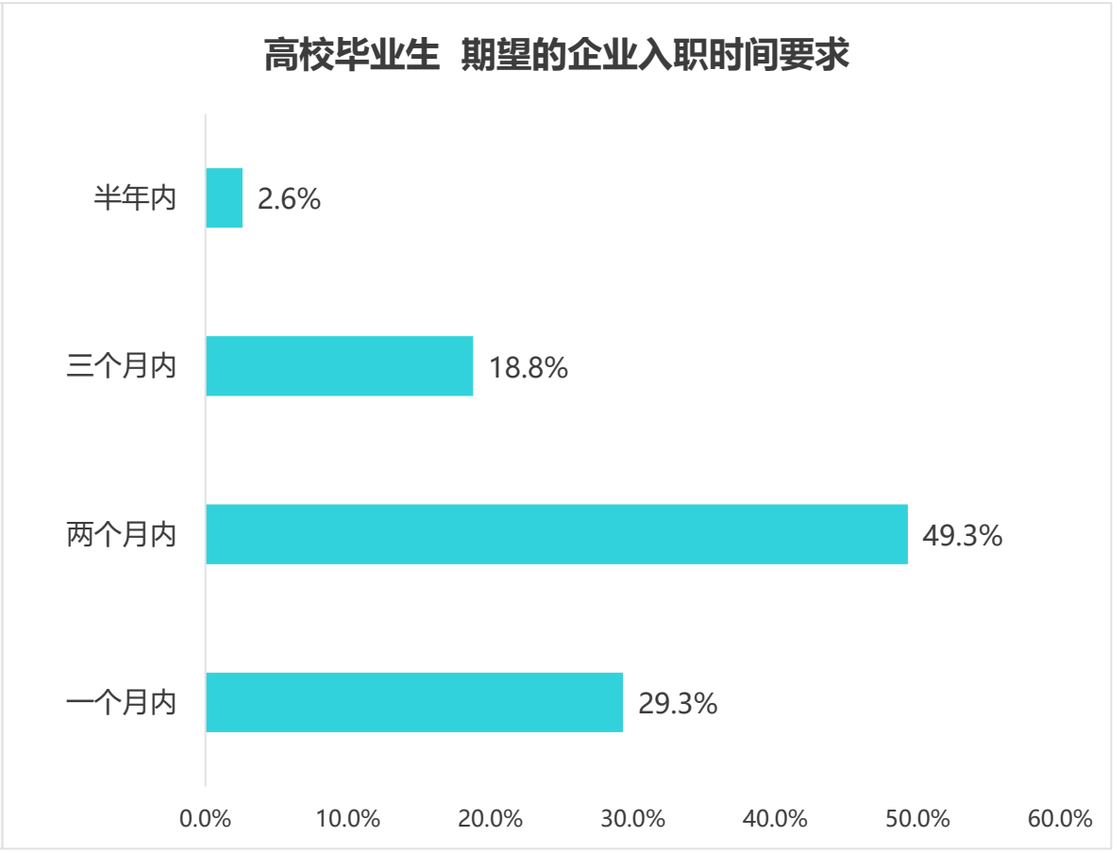

*数据来源：TalkingData*

# 机会到手，Offer选择多项

## ——高校毕业生求职时选择余地多，60.4%毕业生获得3份及以上Offer

求职过程中，高校毕业生也显示出了其谨慎的态度，大部分高校毕业生都通过多投简历的方式争取更多企业的Offer，以丰富自己的选择。也因此，高校毕业生对到岗时间要求较为宽泛，仅29.3%的高校毕业生能接受一个月内到岗。




*数据来源：TalkingData*

# 当代高校毕业生求职画像：线上求职，灵活高效

## ——手机APP灵活便捷，多种方式提升效率

当代的高校毕业生，使用手机APP进行求职对他们来说更为灵活便捷，在求职时他们也会注重效率，通过在多个求职平台投递简历、使用各类增值服务来提升自己被选中的可能性等方式来提升找工作的效率。在面试时他们希望直接与业务部门进行沟通，能够将自己的想法更有效的传达，在找工作这件事上，他们也展现出一定的耐心，愿意花时间去尝试更多机会，进而选择最适合自己的工作。

### 求职渠道




- 网络求职是主流
- 对平台提升求职效率类服务感兴趣
- 最倾向于使用手机端求职软件
- 更偏爱用BOSS直聘类具备直聊模式的招聘平台

### 求职行为



- 求职压力大，习惯多平台投递
- 倾向通过直聊模式，直接与业务层领导沟通
- 习惯于线上直聊，深度沟通
- 多个Offer，多种选择

*数据来源：TalkingData*

# Part 4

## 高校毕业生求职特征分析



TalkingData

# 求职心态：独立自主、乐观向上

## ——拥抱校外新世界，高校毕业生展现积极择业观

虽然离开校园，踏入社会，但是高校毕业生并没有被严峻的就业形势压倒，他们在求职过程中表现出了较强的独立自主、乐观向上的择业状态。一方面减少对父母的依赖，将选择的权利掌握在自己手中，耐心寻找最适合自己的工作，并对工作报以期待；另一方面，既追求好的待遇，又重视自身发展，不盲目追求大公司、大团队的名声，也会考虑中小企业带给自己的机会，凭借专业技能实现人生价值。












### 毕业即是出发

**#学富五车的莘莘学子#**

2020年的应届高校毕业生，他们不仅在疫情下顺利完成学业，还通过自我努力寻找着归属自己的那份职场空间，他们之中86.9%人在求职时并不会因为父母的安排而有所妥协，反而顶住来自社会和生活的双重压力，开始了学生到职场的蜕变。

### 相信才是开始

**#独当一面的职场新人#**

尽管经济下滑，就业形势严峻，但是离开大学的“象牙塔”之后，高校毕业生们怀着耐心和信心走上了一条积极向上的求职道路，无论北上京城，南下广深，不再将目标限于大型企业或团队，95.1%的人能够接受创业团队，追求自我价值的实现。

*数据来源：TalkingData*

# 求职方式：方式多元化，线上直聊受青睐

## ——高校毕业生讲求沟通效率，倾向于在线直聊、视频面试等求职方式

2020年毕业的高校生，主要生于20世纪末期，基本都是互联网原住民，因此对于在线通讯社交、影音视频、新媒体等非常熟悉，在线招聘的沟通方式恰好符合他们的生活习惯，求职就业的重心除了制作、投递简历，便是利用网络平台与HR、直属领导或老板直接在线沟通，包括但不限于文字、语音、视频等求职沟通方式。适逢2020年新冠肺炎疫情，原本正常的线下工作和生活被打乱，大学生求职方式和渠道被压缩，企业、机构、学校等纷纷将招聘转移至在线平台，从而各大招聘平台也衍生出来的校招直播、空中宣讲会等符合高校毕业生就业的新形式。




*数据来源：TalkingData*

# 求职趋势：了解市场变化，不断提升自我

## ——市场的变化带来了更多机会，但也需要毕业生掌握抓住机会的能力

2020年，是充满变化的一年，求职市场也不例外。其一，疫情虽然一定程度制约了求职市场的发展，但也加快了求职“互联网化”进程；其二，不断变化的市场环境下新需求的不断出现营造更多的就业机会，为高校毕业生创造更多就业的可能性；其三，随着市场的发展，部门岗位的边界出现了延伸，产生了融合多部门的工作内容的岗位；其四，虽然新职业新岗位的出现为毕业生带来了更多就业机会，但也要求毕业生具备自己学习的能力，拥有相应的专业技能，才能抓住机会。

### 1 求职“互联网化”进程加速

新冠肺炎疫情的持续令各行各业的发展的节奏都发生了变化，各企业招聘工作的展开也受到一定限制，为了降低疫情对企业招聘工作的影响，线下招聘被“云招聘”替代，“云招聘”的普及加快了求职市场“互联网化”进程。

### 2 新需求营造新机会

2020年，人社部联合国家市场监管总局、国家统计局发布了多个新职业，包括网约配送员、互联网营销师、健康照护师、老年人能力评估师等。随着社会的不断发展进步，新需求的不断出现营造更多的就业机会，也为高校毕业生的就业创业提供新的业态领域。

### 3 岗位边界延伸

当前市场中工作岗位的工作内容需求，也在随着市场的变化更为成熟。以往以部门区分工作内容的形式在当前市场中逐渐显现出弊端，进而产生了一些需要融合多部门工作内容的岗位，岗位边界的延伸要求求职者对于多种工作内容有一定的了解和掌握。

### 4 具备自主学习能力

新职业、新岗位的出现虽然为毕业生带来了更多就业机会，但各种各样的新需求也促使求职的毕业生掌握更多的技能，这就需要毕业生具备自主学习的能力，以应对各种新兴职业和市场变化带来的工作内容的变化。

*数据来源：TalkingData*

# 报告说明

- 数据来源
- TalkingData数据中心数据来自TalkingData AppAnalytics、TalkingData GameAnalytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据采集，以及诸多合作伙伴的数据交换，如应用市场、渠道、运营商等多种不同来源的数据复合而成；
- 市场调研、公开资料整理等。

- 数据周期
- 2020年1月-2020年10月

- 概念定义
- 在线招聘行业，是指通过线上平台主要进行招聘和求职的市场领域；
- 高校毕业生，是指2020年高等学校应届毕业生；
- 活跃用户规模，是指所选周期内通过预测算法预估出的该应用的全平台（Android+iOS）活跃终端数；
- 覆盖率：是指统计周期内某（类）移动应用的活跃用户总量在全网所有活跃移动终端用户中的占比；
- TGI指数：即指Target Group Index（目标群体指数），反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势；例如：应用类型偏好TGI=[目标用户群某类型应用偏好占比/整体移动互联网人群的该类型应用占比]*标准数100。

# 调研说明

- 研究方法
- 在线问卷调研
- 研究周期
- 2020年11月，其中2020年11月9日-11月23日为数据收集期
- 数据来源
- TalkingData，此次调研最终回收有效样本1500个
- 目标人群
- 使用在线招聘平台的2020年应届高校毕业生人群
- 调研覆盖地域
- 本次调研覆盖全国各区域一至五线城市，城市分布见右表
- 被访者条件
- 符合市场调研的常规条件（相关行业排斥、最近一个月参加过市场调研的排斥）
- 通过在线招聘平台已找到工作或求职中

- 样本量
- 有效样本总量1500个

| 样本构成 | 有效样本量占比 |
| --- | --- |
| 一线城市用户 | 34% |
| 新一线城市用户 | 33% |
| 二线城市用户 | 14% |
| 三线城市用户 | 10% |
| 四线及一下城市用户 | 9% |
| 男性用户 | 50% |
| 女性用户 | 50% |

# 关于TalkingData

TalkingData 成立于2011年，是国内领先的第三方数据智能服务商。TalkingData秉承“数据改变企业决策，数据改善人类生活”的愿景，围绕SmartDP（TalkingData数据中台）构建“连接、安全、共享”的数据智能应用生态，致力于帮助商业企业和现代社会实现以数据为驱动力的智能化转型。

作为一家技术型创业公司，TalkingData重点投入大数据、人工智能技术的探索与演进，并与全球顶尖科研机构和创新团队合作，实现国际前沿技术在国内丰富场景上的落地应用。TalkingData提出“成效合作伙伴”模式，并凭借领先的数据智能产品、服务与解决方案，帮助企业从数据中获取商业价值，已在加速金融、零售、互联网、智慧城市等众多行业和领域数字化进程的实践中积累了丰富经验。

TalkingData

移动观象台

# 移 动 观 象 台

## 纵览行业数据，解析移动趋势

mi.talkingdata.com






TalkingData

# 移动观象台

# 纵览行业数据 解析移动趋势

mi.talkingdata.com

扫码访问 移动观象台

### 应用排名

提供全平台（Android+iOS）应用排行，呈现热门应用和领域，帮助用户洞悉市场与人群

### 公众号排名

通过对自媒体人的账号和文章进行甄别分析，获悉最火爆的微信公众号排行

### 微博影响力

通过对微博帐号的粉丝数、发博数、转评度等数据综合计算，提供微博综合影响力排行

### 数据报告

最权威的互联网行业报告，并针对热门行业、热门事件进行重点分析

### 市场洞察

基于大量移动互联网用户数据洞察用户特征，展现市场应用热度

### 终端指数

呈现移动设备趋势，提供最受欢迎的设备品牌、分辨率、操作系统等

# 谢谢!



TalkingData