

百度招聘行业研究

百度营销中心

2020年2月



把握机会

总体

细分

整体行业流量
趋势

子行业规模与
趋势

分日趋势
分时分布
地域分布

规模结构
分日趋势

数据来源：2019年3月(春节后) VS 2020年1-2月(春节后)百度搜索大数据；

应需而为

画像

需求

关注

去向

人口画像

品类/品牌需求

核心关注点

搜索点击去向

性别
年龄

品类偏好
品牌偏好

决策关注点
关注点差异

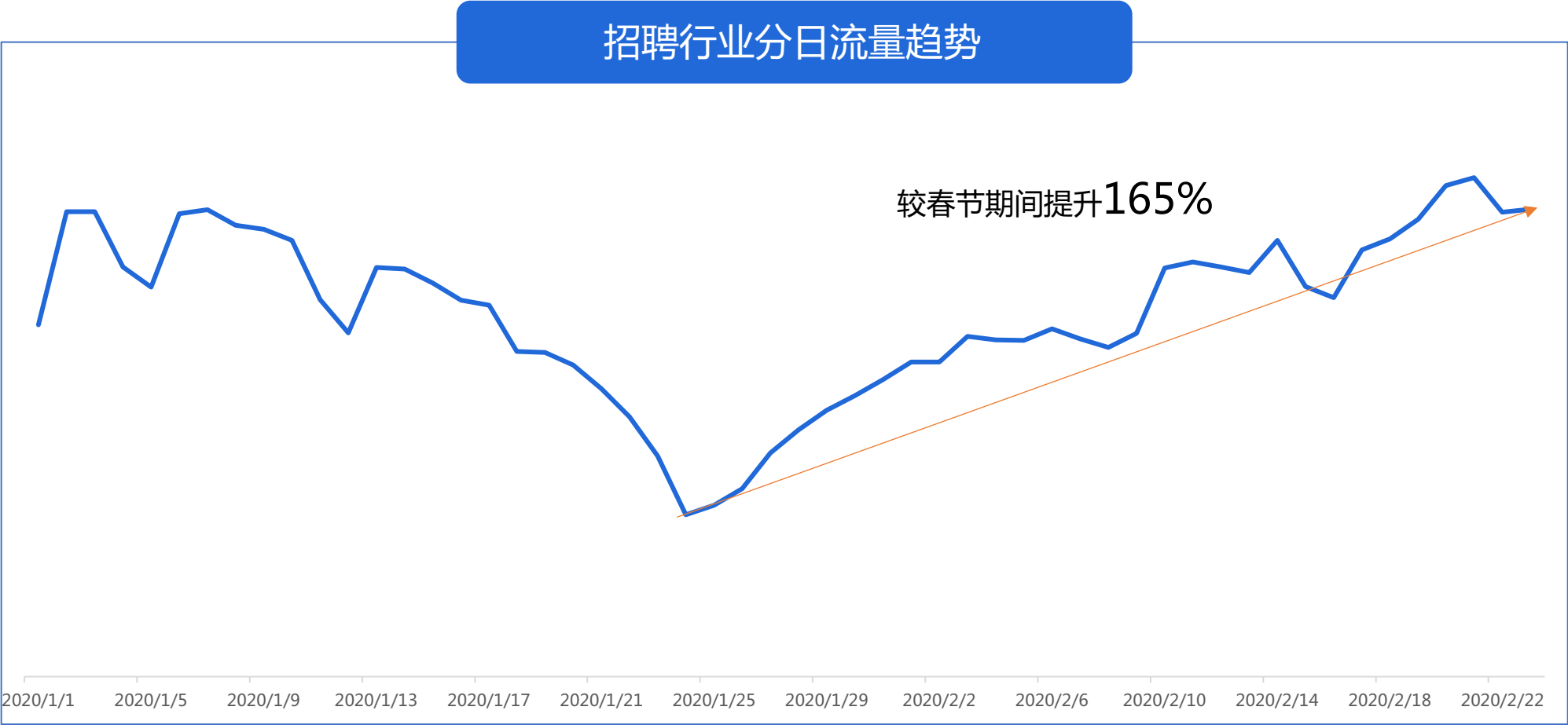
网页点击去向
小程序点击去向

数据来源：百度观星盘；2019年3月(春节后) VS 2020年1-2月（春节后）百度搜索大数据；包括百度app端和所有浏览器的搜索大数据；

总体趋势 | 春节后招聘行业迎来黄金期，需求强势反弹



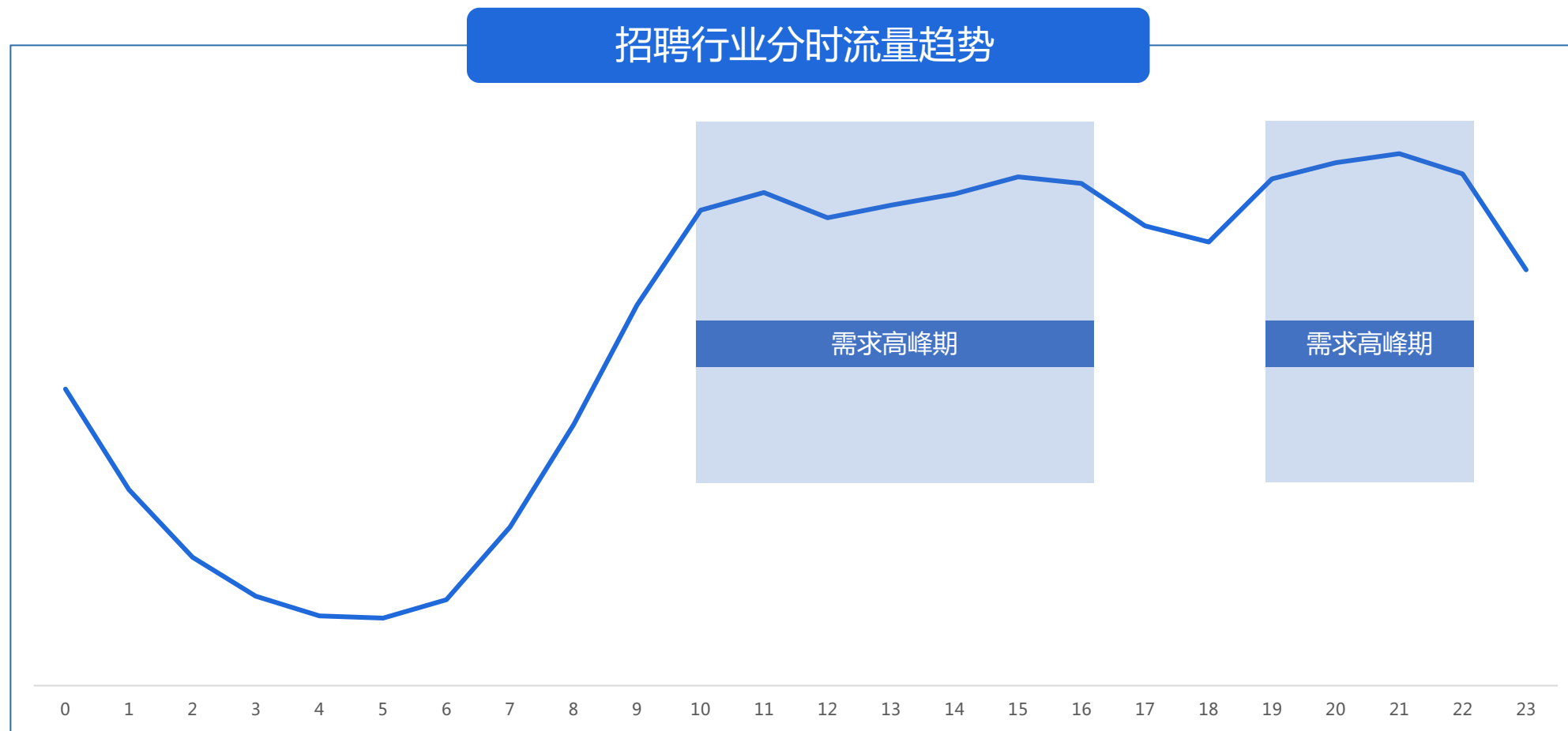
➤ 春节后招聘行业迎来黄金期，需求强势反弹。



总体趋势 | 找工作诉求在白天快速提升，在工作时间和晚间休息时间达到需求高峰

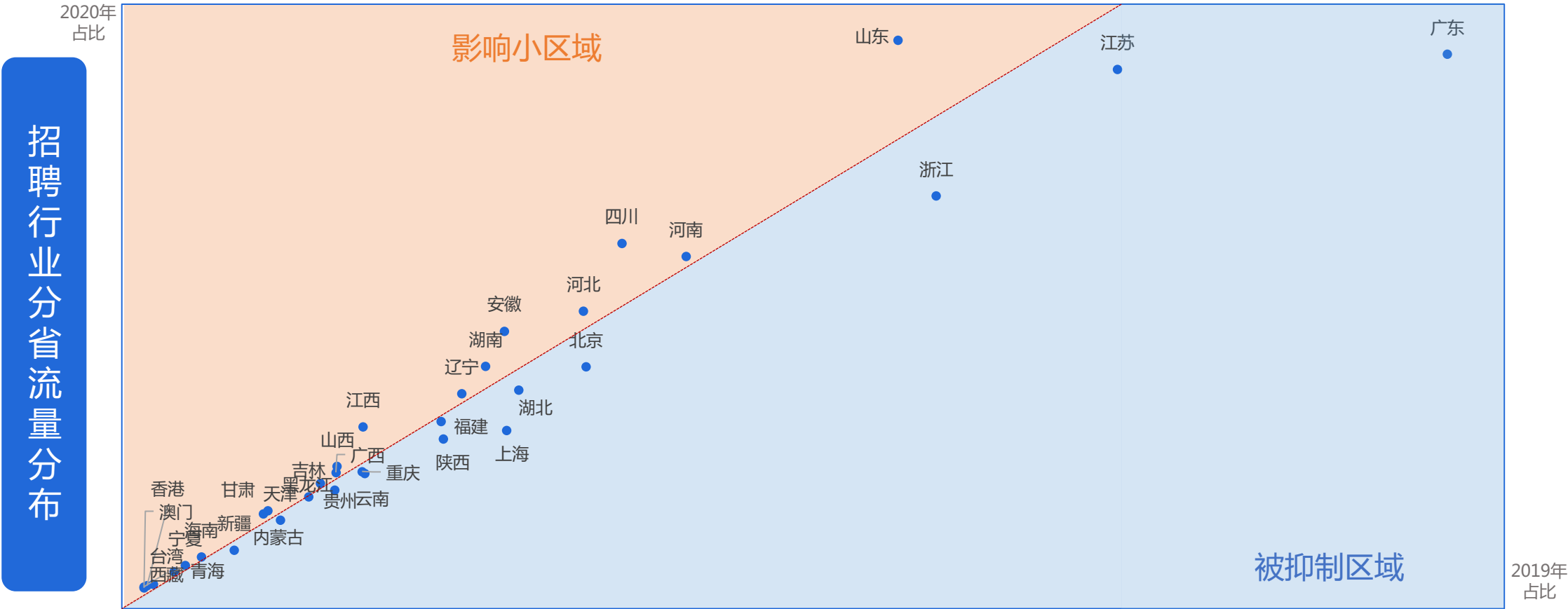


- 招聘需求在白天快速提升，在10点-16点和19-22点达到需求高峰。



总体趋势 | 经济体量大省需求旺盛，广东、江苏、浙江和北京需求有所抑制

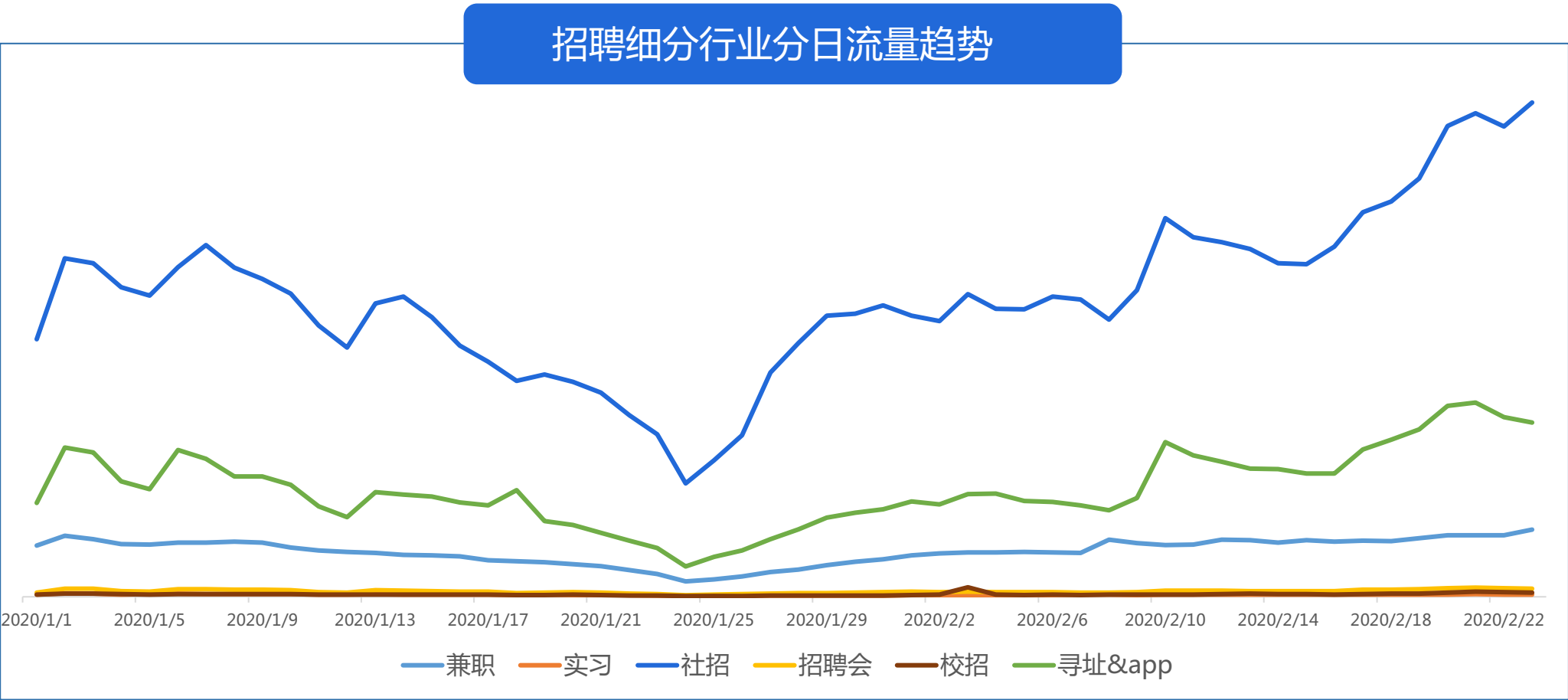
- 相比2019年区域占比，2020年广东、江苏、浙江和北京等外来人口大省，因复工晚等原因导致需求有所抑制；而山东、河南、四川和河北等原生人口大省区域有所提升，需求影响较小；
- 湖北因推迟复工时间等原因导致需求有所抑制。



细分市场 | 社招需求最旺盛，迎来黄金期，快速增长至高峰



➤ 社招类需求最旺盛，迎来黄金期，快速增长至高峰；其次是寻址&app和兼职。

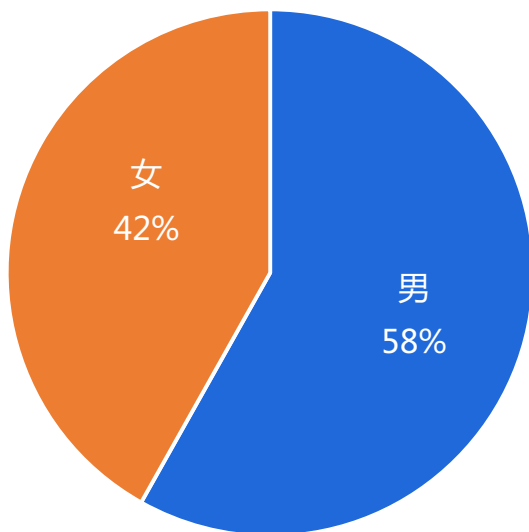


招聘人群 | 画像：从初入职场到职场精英，用户通过百度寻找心仪工作

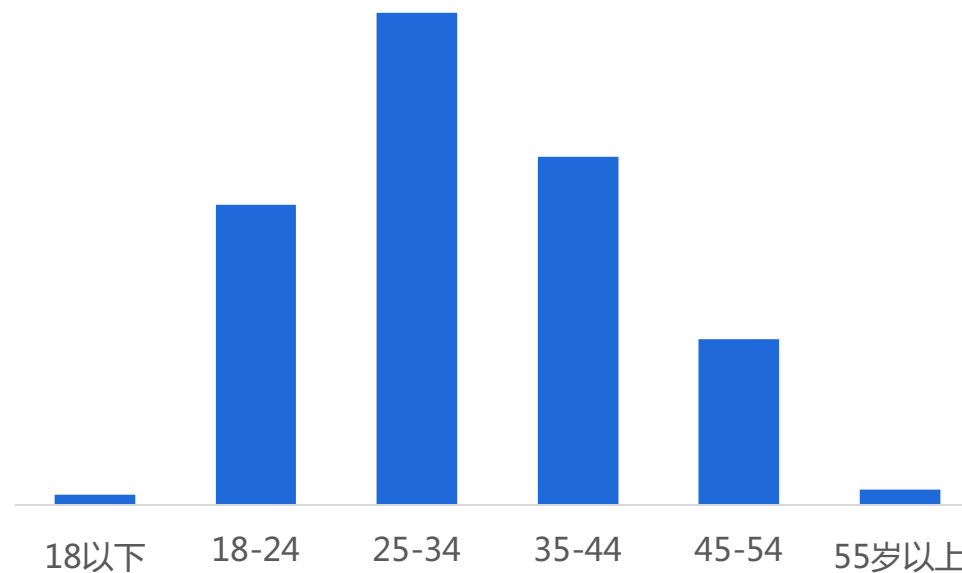


- 从性别分布看，寻找招聘信息的男性群体相对较多，占比为58%；
- 从年龄分布看，18-44岁是招聘需求核心人群，占比超8成。

用户性别分布



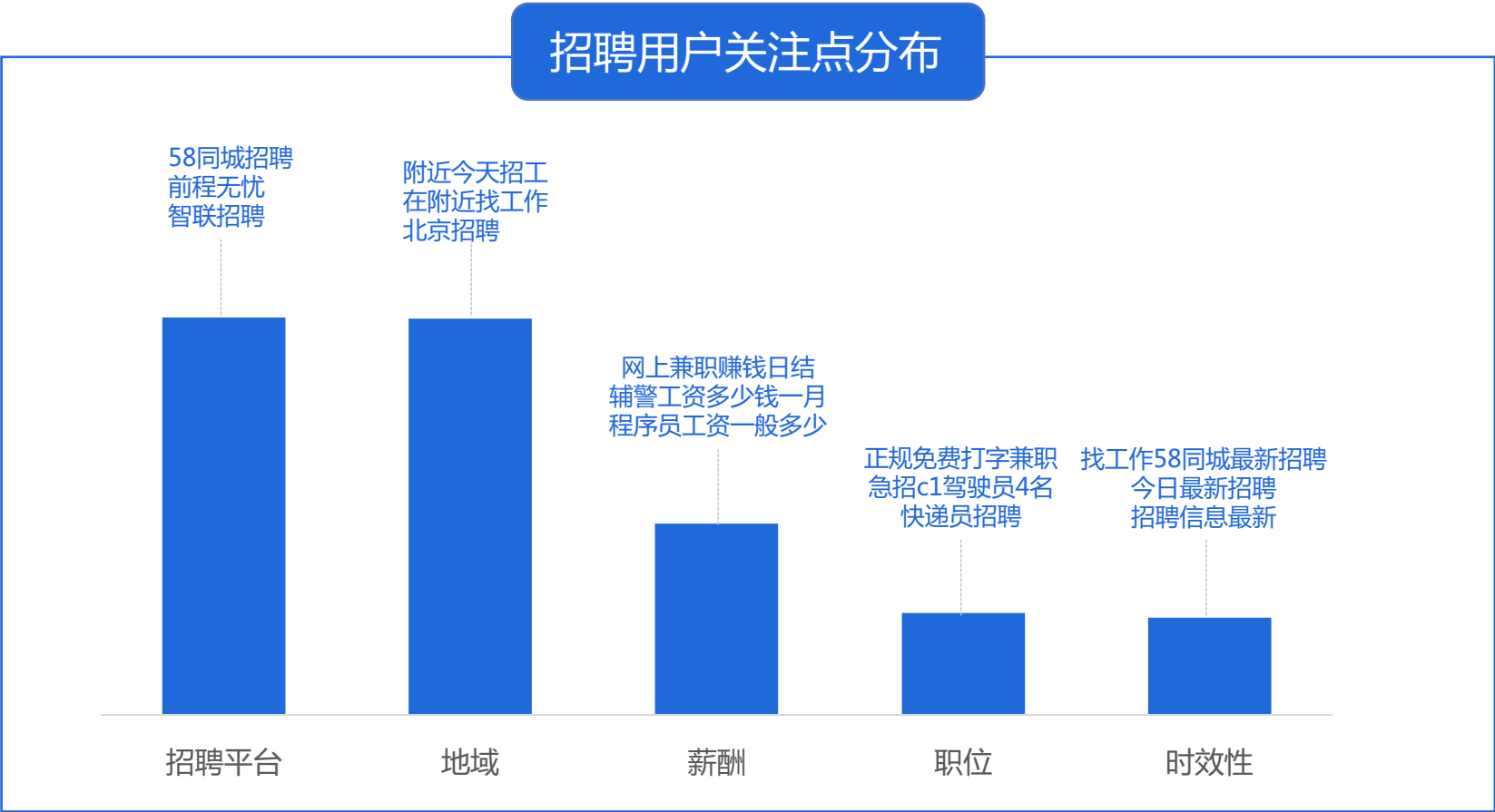
用户年龄分布



招聘人群 | 关注：用户对招聘平台认知高，地域针对性强



➤ 用户的核心关注点是招聘平台和地域，需求占比分别为34%，33%。



招聘人群 | 需求：一线用户对招聘平台认知更高，其他线用户更关心地域



- 一线用户对招聘平台认知更高，其他线用户均最关注地域；
- 58同城、前程无忧和智联招聘是TOP3招聘平台，同时在各线城市TOP5招聘平台中均出现了地方性招聘平台，如oc兼职网、宁海在线等。

分城市级别招聘需求分布及特征

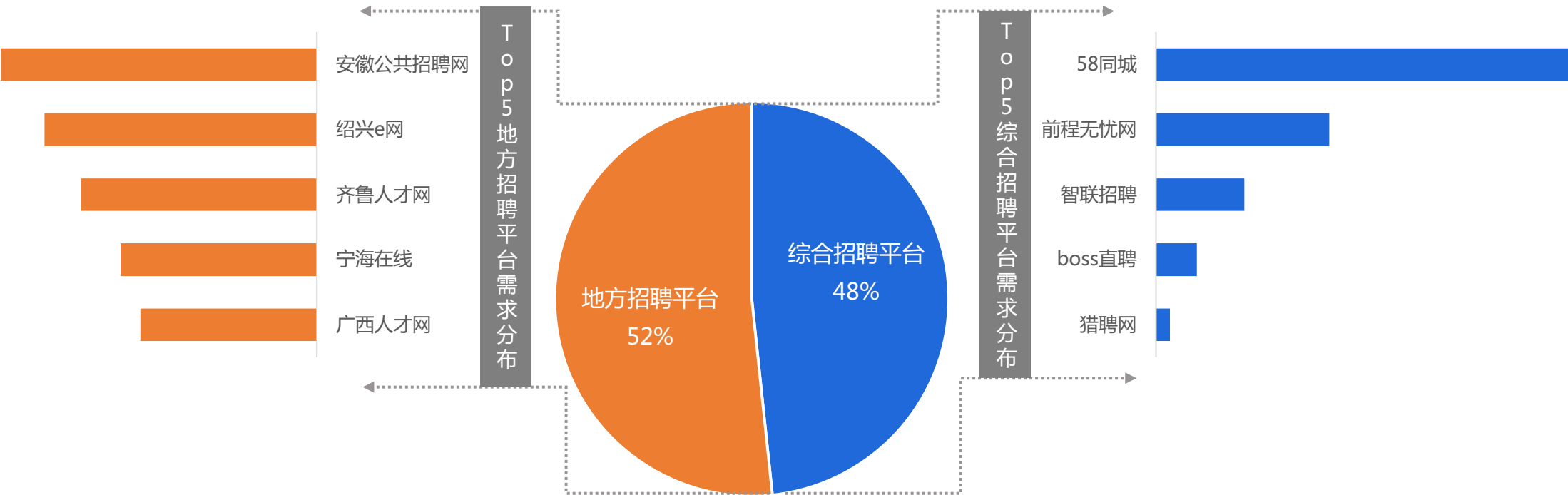


招聘人群 | 需求：综合/地方招聘平台用户偏好相当



- 用户通过综合招聘平台和地方招聘平台获取招聘信息，两类平台用户偏好相当；
- 在综合招聘平台中，58同城是用户最关注的招聘平台，需求占比为57%；
- 在地方招聘平台中，招聘平台需求分布较为分散。

综合/地方招聘平台需求对比

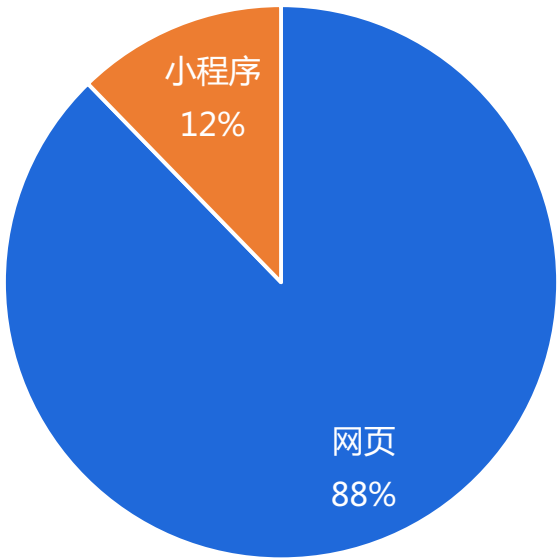


招聘人群 | 点击：百度平台满足用户更多的找工作需求

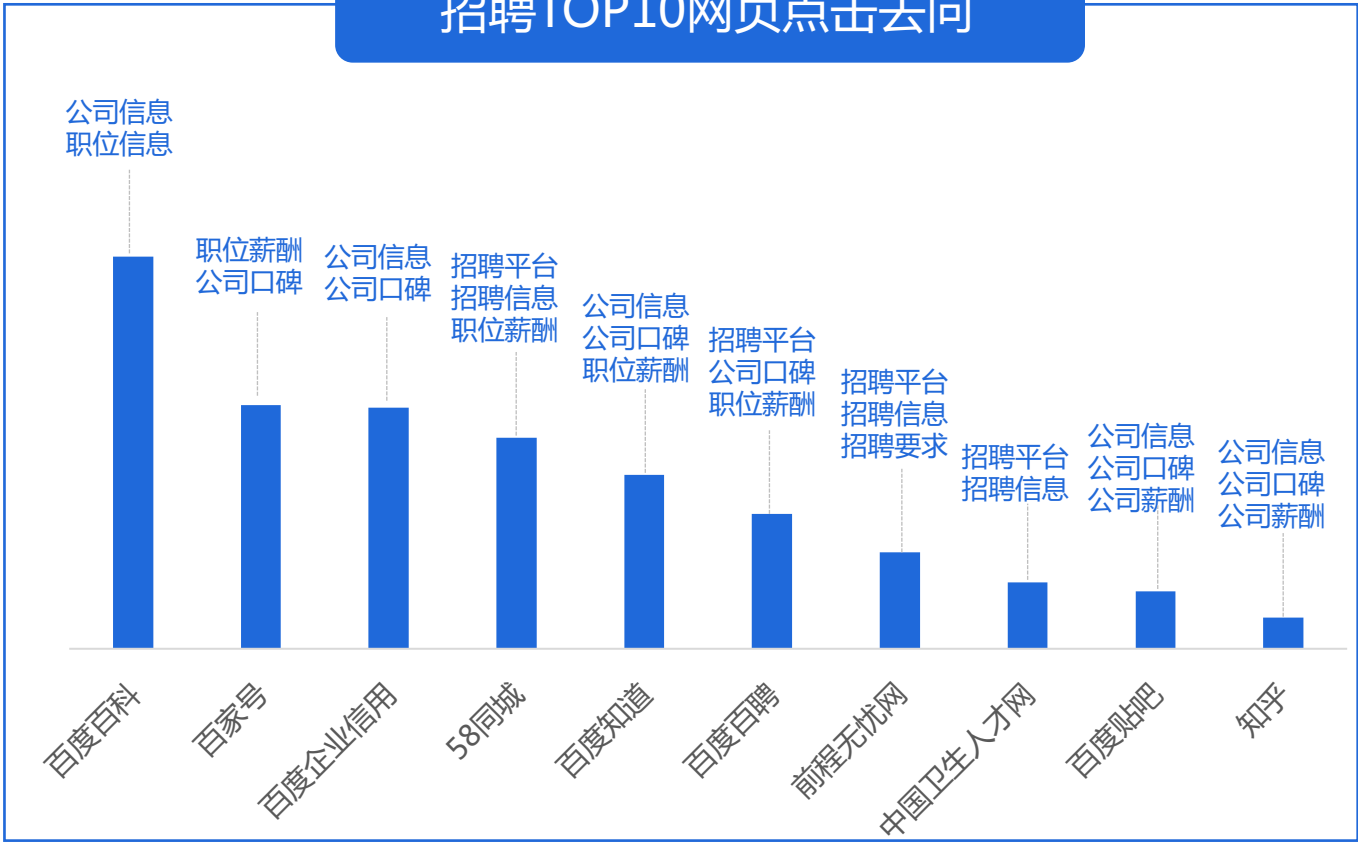


- 从点击去向看，网页点击比例高达为88%；
- 百度百科，百家号、知道和贴吧满足用户招聘知识的需求，企业信用帮助用户判断企业的真实情况，最后百聘帮助用户找到心仪的岗位。

招聘点击去向分布



招聘TOP10网页点击去向

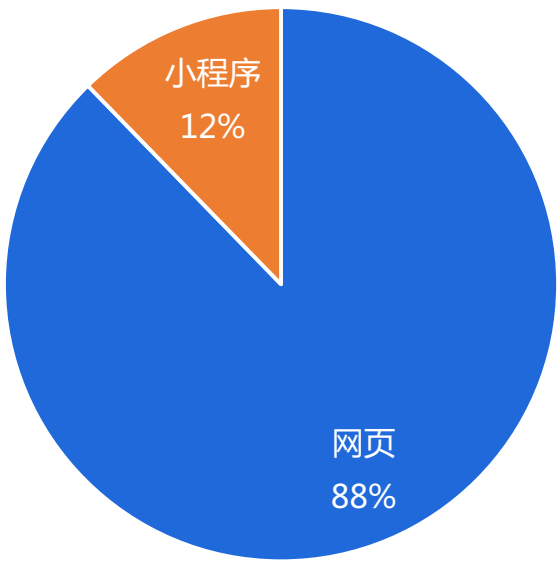


招聘人群 | 点击：百度小程序满足用户全方位的找工作需求

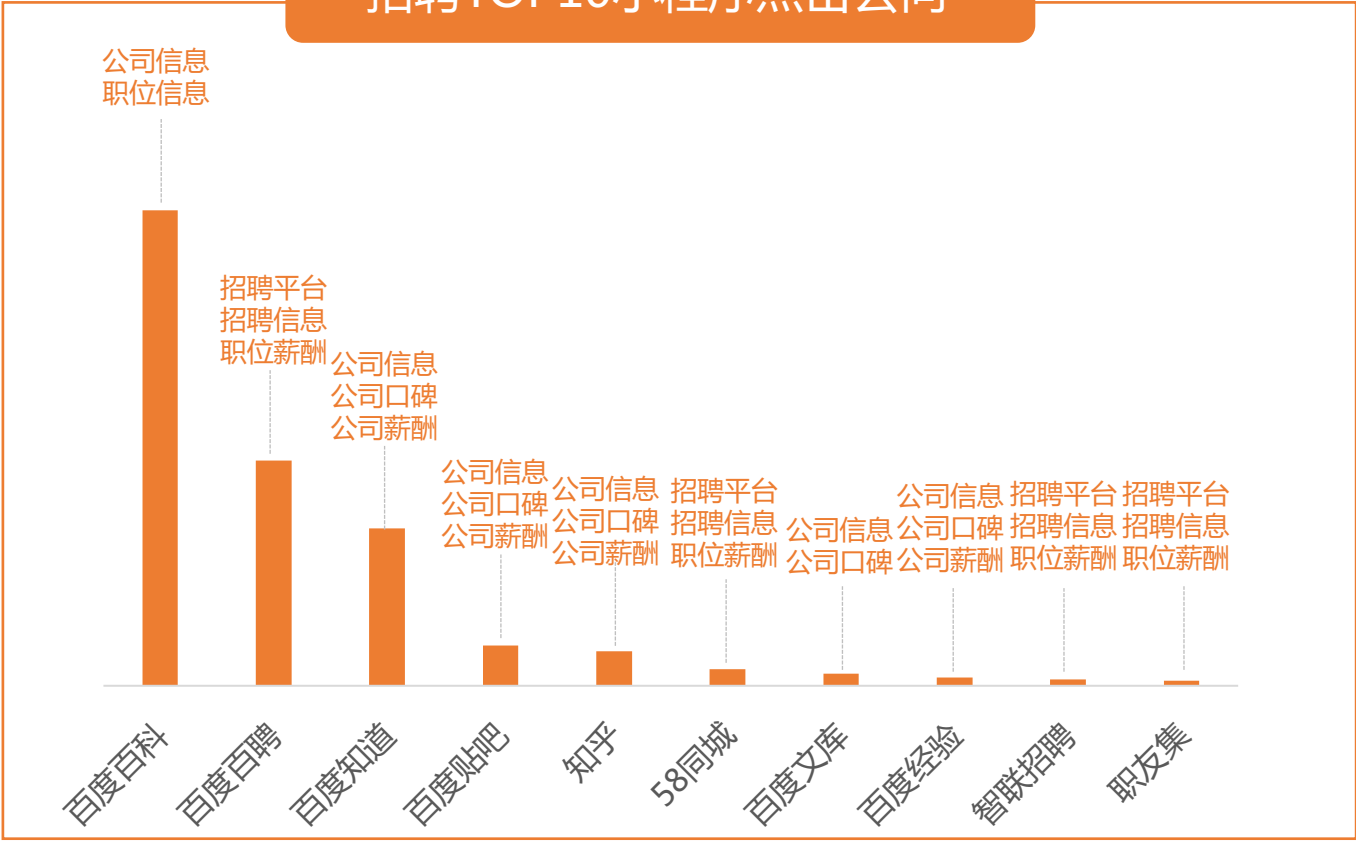


- 从点击去向看，小程序点击比例为12%；
- 以百度百科、百聘、知道和贴吧为核心的百度小程序平台满足用户全方位的招聘需求。

招聘点击去向分布



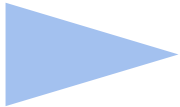
招聘TOP10小程序点击去向



招聘行业 | 小结：春节后招聘黄金期来临，找工作需求快速增长至高峰



把握机会



应需而为

总体

春节后招聘黄金期来临，需求快速增长至高峰；
工作和晚间休息时段是需求高峰；
经济体量大省需求旺盛，外来人口占比高的经济大省需求被抑制。

细分

社招类需求最旺盛，其次是寻址&app需求；这两类需求在节后快速增长至高峰。

画像

男女用户占比均衡，18-44岁是主要人群。

需求

一线用户对招聘平台认知更高，综合和地方招聘平台需求相当；其他线用户更关注地域。

关注

用户对招聘平台认知高，地域针对性强。

去向

百度百科、百聘等百度平台及小程序满足用户更多的找工作需求。

谢谢观看

百度营销中心