

2024年中国网络招聘行业 研究报告

Abstract 摘要



发展现状

企业的招聘渠道随用户的使用行为和触媒习惯而拓展，其中，**网络招聘占比稳定在7成左右**，这既源于互联网信息传播高效率的天然优势，也是网络招聘模式由职位信息黄页到职位搜索模式再到算法匹配模式演进的结果：平台在招聘环节的参与程度逐渐加深，并通过匹配算法评估求职者与职位的匹配度，推动供需端撮合效率的优化。2024年我国网络招聘行业市场规模为183亿，同比增速为1.6%。**随着民生消费政策落地，企业招聘需求将加速修复，加之网络招聘平台AI应用为企业带来更大的价值，将共同带动网络招聘市场规模增速回升，预计2025-2027年均增速为6.7%。**



供需分析

- 招聘方：企业经营承压，招聘需求整体缩减——**2024年超六成企业缩减招聘量；蓝领招聘职位数整体呈上升趋势**
- 求职者：
 - 分年龄：毕业季16-24岁劳动力失业率明显走高，进入择业期（25-29岁），就业情况相对不稳定，至30岁时就业情况趋于稳定
 - 分类型：白领群体方面，**企业员工主动离职率持续走低**，避险求稳倾向更明显；**高校毕业生的就业选择也更加务实**，写简历、找实习等求职准备行为前置至大一大二，校招周期拉长；**蓝领求职群体年轻化趋势明显**，有助于提升其网络求职渗透率



发展趋势

- AI大模型应用有望进一步提升平台价值**：前程无忧、BOSS直聘等头部网络招聘平台纷纷布局垂类大模型，AI大模型+招聘的价值主要体现在自动化以及更精准灵活的人岗匹配能力，在为招聘者降本增效的同时，用户也将更显著地感知平台效率差异，网络招聘平台或将建立起更坚固的竞争壁垒
- 社交媒体平台成为补充招聘渠道**：社媒平台差异化的筛选机制和运营模式拉高了互相筛选的成本，加之社媒平台主营业务与招聘业务相关性弱，开展招聘业务可能性低，更多是作为网络招聘平台这一主流渠道的补充

CONTENTS

目 录

01 中国网络招聘行业发展现状

02 中国网络招聘市场供需分析

03 中国网络招聘平台典型案例

04 中国网络招聘行业发展趋势

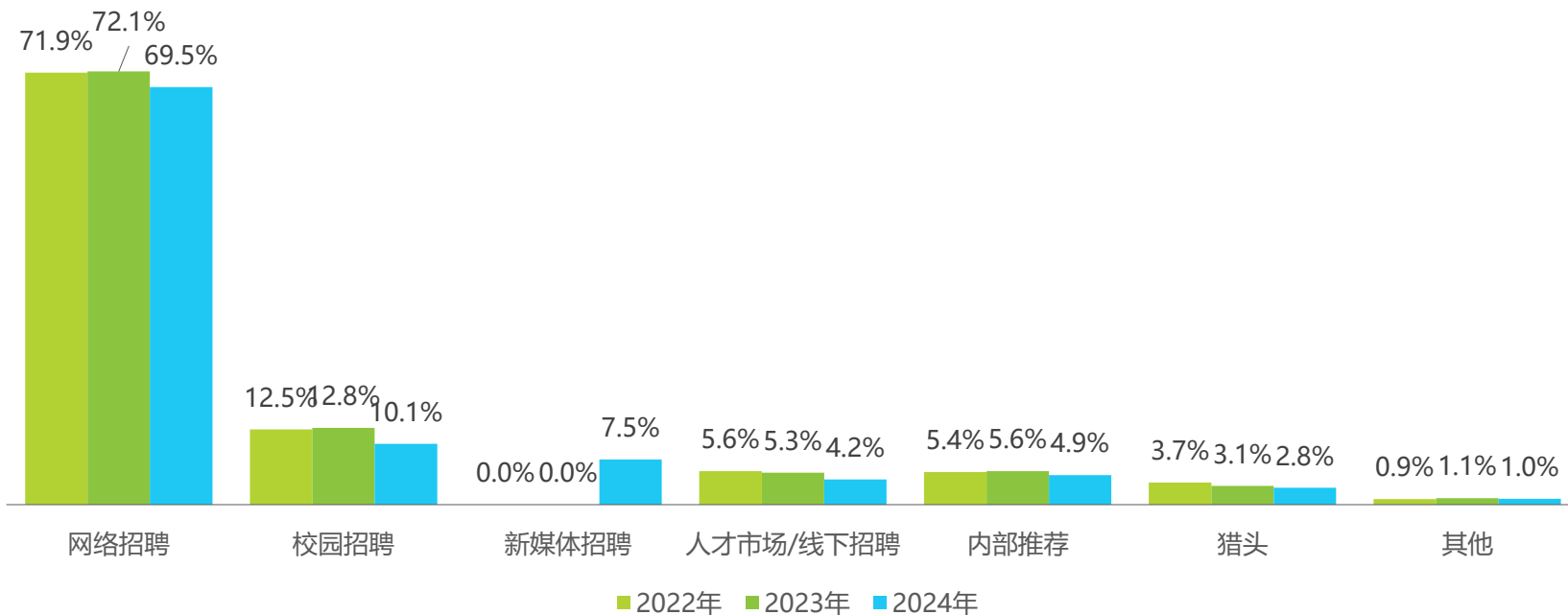
01/ 中国网络招聘行业发展现状

网络招聘依然是企业主要招聘渠道

网络招聘渠道占比约7成

企业招聘渠道包括线下渠道和线上渠道，受益于互联网信息传播的高效和强交互，线上渠道的贡献也愈发突出，其中，网络招聘占比维持在7成左右。另外，2024年首次录得“新媒体招聘”占比7.5%，且新媒体平台超越人才市场&线下招聘渠道，表明新媒体招聘成为企业寻找候选人的有力渠道之一。

企业招聘人员来源渠道分布情况



来源：前程无忧《人力资源白皮书》(2022-2024)。

网络招聘模式演进历程

双边筛选与匹配效率不断提升的过程

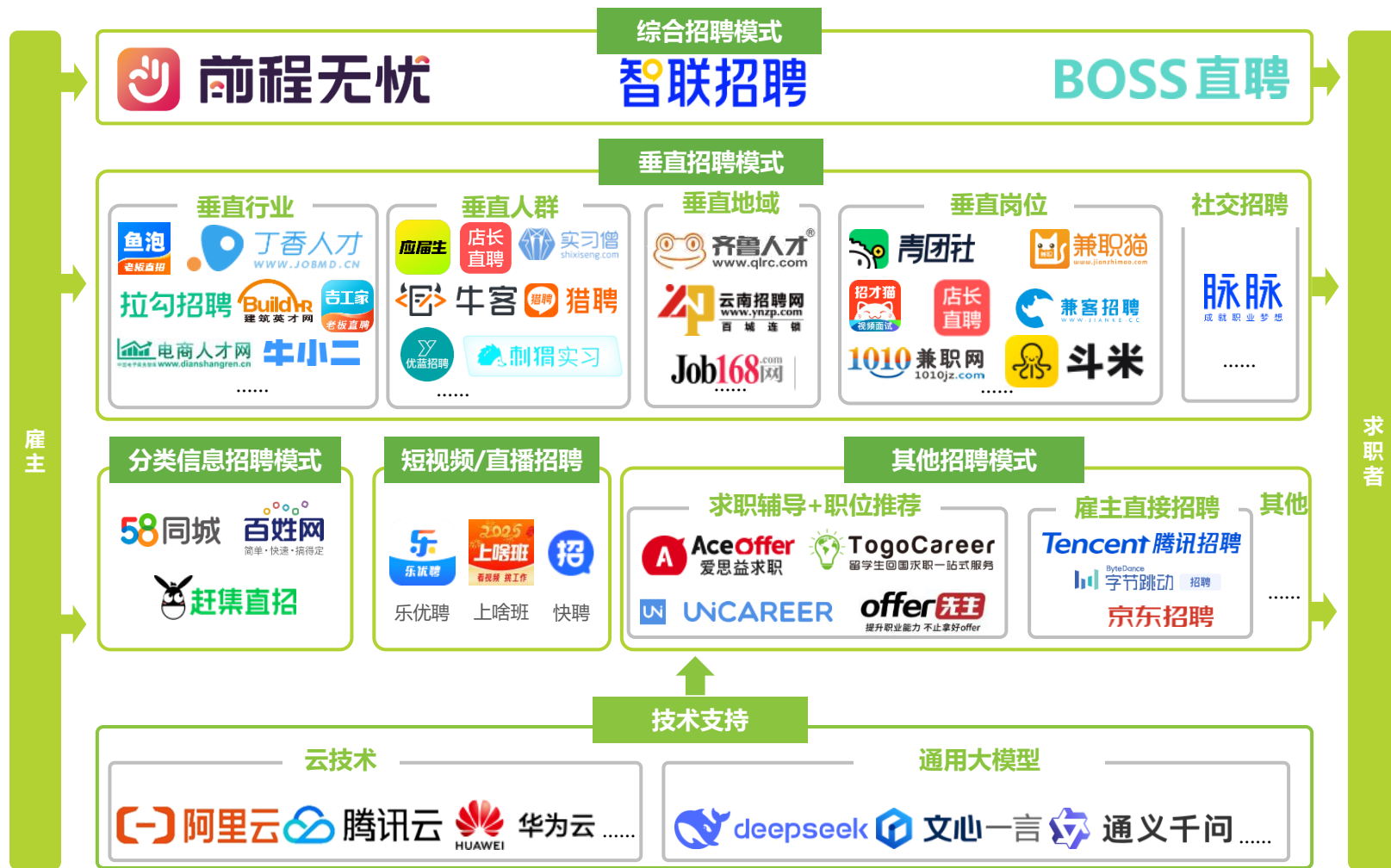
网络招聘行业在我国已走过近30年的发展历程，经历了从职位信息黄页到职位搜索模式再到算法匹配模式的演进，平台在招聘环节的参与程度逐渐加深，由门户时代进入服务时代。互联网招聘平台汇集大量求职者和招聘者，信息传播的高效率使其成为主要渠道，并通过匹配算法评估求职者与职位的匹配度，推动供需端撮合效率的优化。

网络招聘模式发展历程



来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料自主研究绘制。

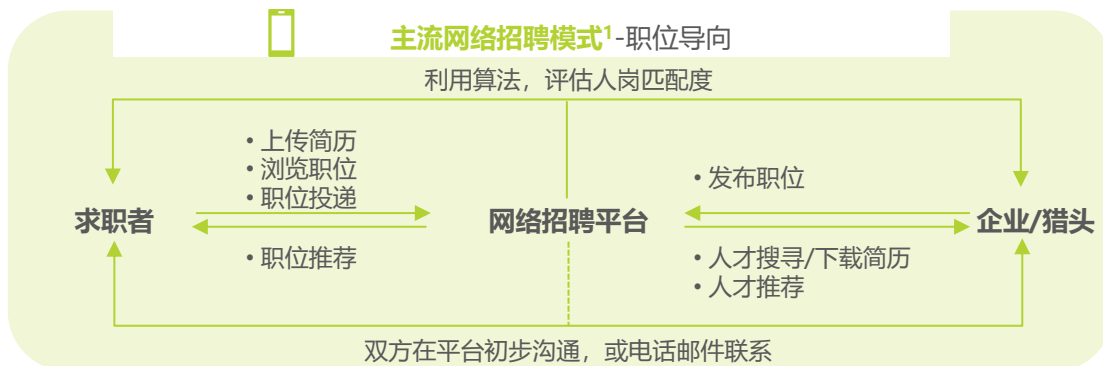
中国网络招聘行业生态图谱



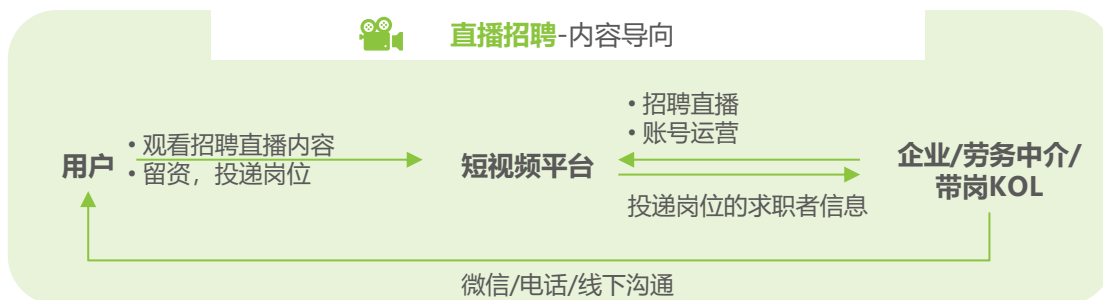
注释：图谱中企业logo不分先后。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

网络招聘细分运营模式

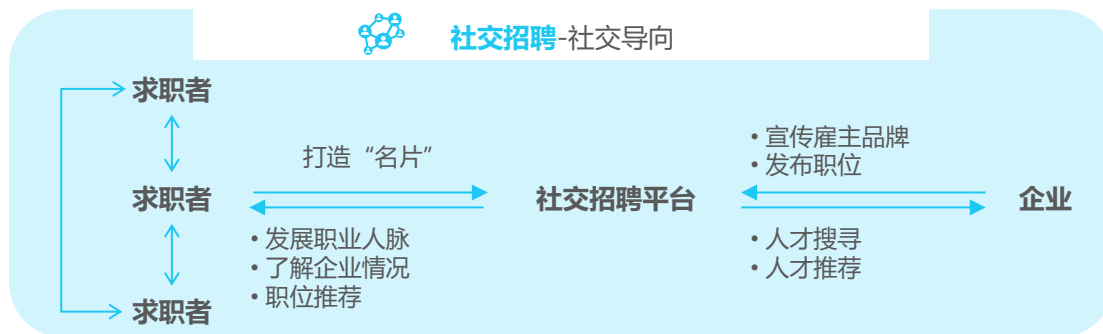
不同招聘模式适用群体存在差异



- 主要特征：**职位导向**，用户求职需求明确
- 参与者：既涵盖综合招聘平台，也包括垂直招聘平台，大多数求职者的求职意向（如目标岗位、地域等）相对明确，由此招聘市场被切割成小网络，这构成垂直招聘平台逻辑成立的前提
- 求职者能力素质与招聘者的职位需求是否匹配在很大程度上影响了招聘结果，因此除双边规模外，人岗匹配算法是平台提升服务效率的关键
- 适用求职群体：**较综合，包括白领、蓝领、学生群体、高端人才等**



- 主要特征：**内容导向**，内容力是吸引用户的关键
- 参与者：以短视频内容平台为主
- 直播招聘方式更直观地展示招聘信息和工作环境，减少信息不对称，同时招聘方为了维护账号和粉丝群体并长期经营，更倾向站在求职者的角度，生产优质内容、提供真实岗位
- 适用求职群体：以**蓝领群体**为主



- 主要特征：**社交导向**，强社交人脉拓展属性，兼顾招聘需求
- 职场地位较高的高端人才被动求职特征明显，利用其社交人脉圈或能寻猎到更多意向候选人，且求职过程较白领群体更非标化，需要双方的长期沟通与信任建立——高端人才求职影响因素中，价值观、企业文化认同等隐性因素的重要程度不亚于薪资、职位等显性因素，因此社交招聘也是企业**招募高端人才**的重要渠道

注：结合前页，主流网络招聘模式涵盖综合招聘平台、垂直招聘平台（除社交招聘）。

来源：专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

头部网络招聘平台加速AI布局

围绕大模型，拓展智能招聘生态

2024年AI应用呈爆发式增长，被视为人工智能应用元年。前程无忧、BOSS直聘等头部网络招聘平台纷纷布局垂类大模型，面向招聘方的应用场景主要覆盖职位发布、简历筛选、初步沟通、初面等环节，可降低HR的工作量，也提升了平台在招聘过程中的介入程度；面向求职者则推出简历智能生成与修改服务。平台开发垂直大模型的主流路径是基于通用大模型基座利用业务数据训练微调，使模型在落地业务场景的同时尽可能简化，否则庞大的算力需求不仅增加了平台的成本压力，同时也可能导致App响应延时，影响用户体验。

2023以来，网络招聘平台AI布局梳理（部分）

	网络招聘企业AI布局	应用场景	
前程无忧	• 2023年，接入文心一言 • 2024年，与阿里云全面合作打造“招聘+AI”平台，接入通义千问大模型 • 2025年，接入Deep-Seek R1大模型	A-1、2、3、4 B-1、2 ¹	应用 场景
BOSS直聘	2024年，推出自研垂类大模型-南北阁大模型	A-1、3 B-1	
智联招聘	• 2024年，推出大模型写简历产品“AI改简历” • 2024年，发布AI易面3.0-智能面试工具 • 2025年，推出基于Deep-Seek R1大模型的AI招聘助手	A-1、2、3、4 B-1、2	具体 路径
同道猎聘	2024年，推出数字面试官多面·Doris	A-4	
拉勾	2023年，推出AI智能招聘助手产品-HRMind	A-1、3	主要 挑战
牛客	2025年，推出牛客AI面试4.0	A-4	

A.面向**招聘方**

A-1 职位发布环节：岗位描述智能生成

A-2 简历筛选环节：利用大模型的推理能力，提升人岗匹配精准度；以及AI简历解析与亮点提取能力

A-3 沟通环节：聊天机器人，更友好的交互沟通体验

A-4 面试环节：基于AI自我优化机制快速构建岗位胜任力模型对候选人进行有效评估

B.面向**求职者** B-1：AI简历生成与修改；B-2：AI面试

在通用大模型的基础上，基于业务形态和平台数据进一步训练微调，开发垂直大模型，部署方式因大模型底座开源与否分为本地化部署和云部署

➢ 人才：兼具大模型技术与业务know-how理解的人才短缺

➢ 数据：需要大量原始数据（如简历文本、职位描述、面试记录等）做训练，对数据质量要求也较高

➢ 算力：大模型训练对算力的需求更高，另大模型越复杂，计算量越大，这可能会导致App响应延时，影响用户体验

➢ AI算法的歧视与偏见

注：前程无忧的AI简历润色功能预计4月上线；AI面试功能已在应届生求职App上线，6-7月将在51job上线。

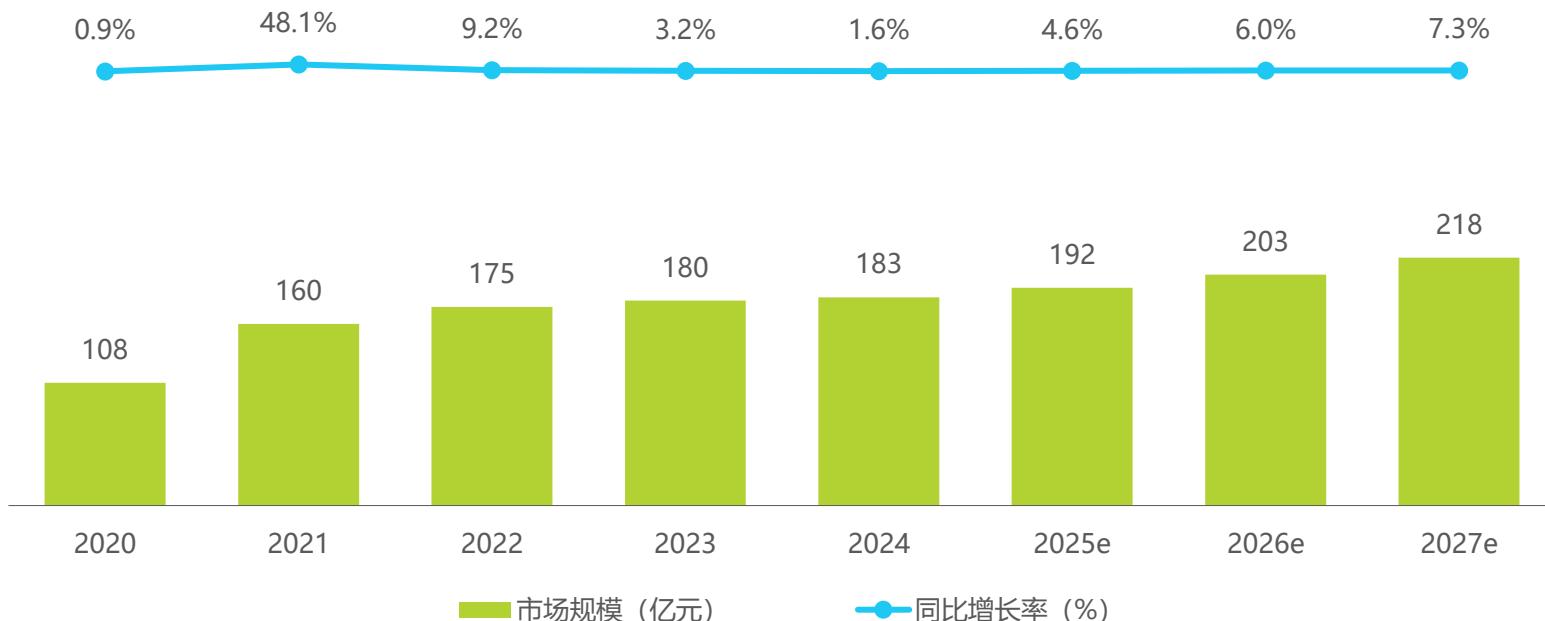
来源：企业官网、公开资料、专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

中国网络招聘行业市场规模

2024年市场规模达183亿，2025-2027年均增速为6.7%

网络招聘行业的营收主要来源于B端企业付费，近年来企业经营压力加剧、招聘需求收缩，导致网络招聘行业增速整体放缓。2024年我国网络招聘行业市场规模为183亿，同比增速为1.6%。随着民生消费类政策的逐渐落地，经济活力有望提升，而就业作为经济的“晴雨表”，企业招聘需求将加速修复，加之网络招聘平台AI应用为企业带来更大的价值，共同带动网络招聘市场规模增速回升，预计2025-2027年均增速为6.7%。

2024年中国网络招聘行业市场规模



注释：网络招聘行业市场营收规模以服务商线上招聘业务营业收入核算，核算标的为网络招聘平台，不包括分类信息服务平台及线下招聘服务商。

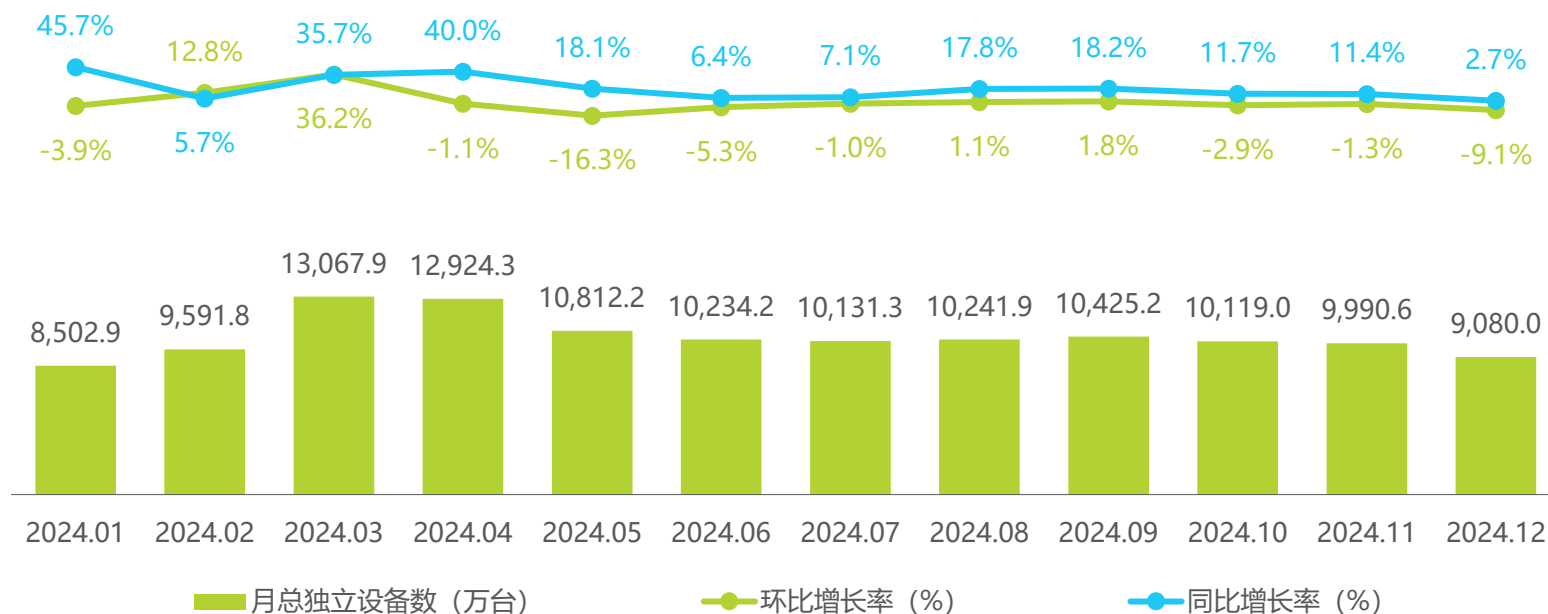
来源：《2023年中国网络招聘行业市场发展研究报告》，艾瑞咨询研究院根据企业访谈、桌面研究、企业财报，结合艾瑞数据模型估算。

移动端流量——月独立设备数

月独立设备数全年同比正增长，波峰位于“金三银四”

艾瑞数据监测产品mUserTracker显示，2024年招聘APP与去年同期相比，全年均呈正增长，且上半年增速整体更快。全年的月独立设备数均保持在8500万以上，且3月-10月连续八个月超亿台，其中3月达到峰值，达到13067.9万台。

mUserTracker-2024年中国网络招聘APP月总独立设备数分布



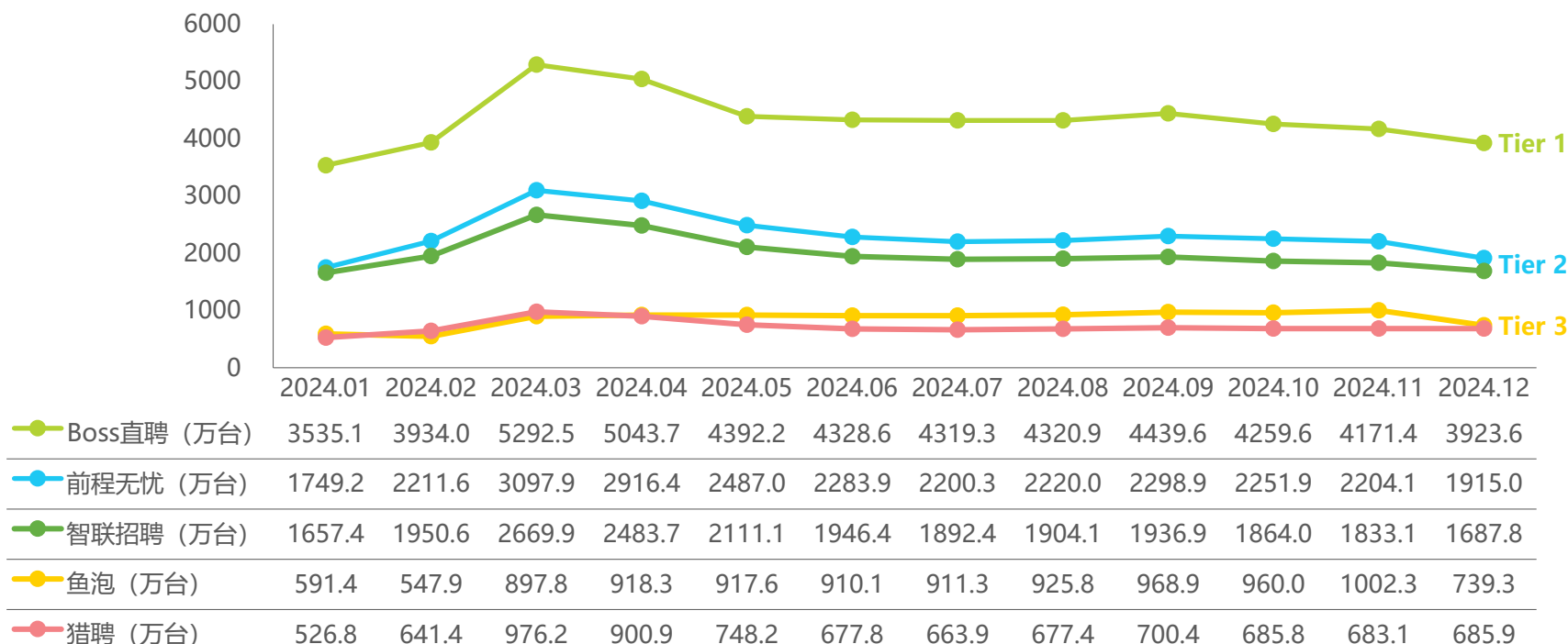
来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

移动端流量——月独立设备数 TOP 5

TOP 5 分为三个梯队，各梯队分层特征明显

mUserTracker监测数据显示，2024年网络招聘APP月有效使用时间 TOP 5 可分为三个梯队，BOSS直聘位列第一梯队，前程无忧、智联招聘处于第二梯队，鱼泡、猎聘则被划进第三梯队，且梯队间分层较明显：tier 1 较 tier 2 翻倍，tier 2 是 tier 3 的三倍。这与平台运营模式有关，BOSS直聘、前程无忧、智联招聘属于综合招聘平台，覆盖的职位和求职者规模更庞大，而鱼泡和猎聘则分别更专注于蓝领群体和高端求职者，用户更细分。各平台的全年波动特征基本一致，在“金三银四”达到波峰后缓慢下滑，进入下半年趋于平稳。

mUserTracker-2024年中国网络招聘APP月独立设备数TOP5



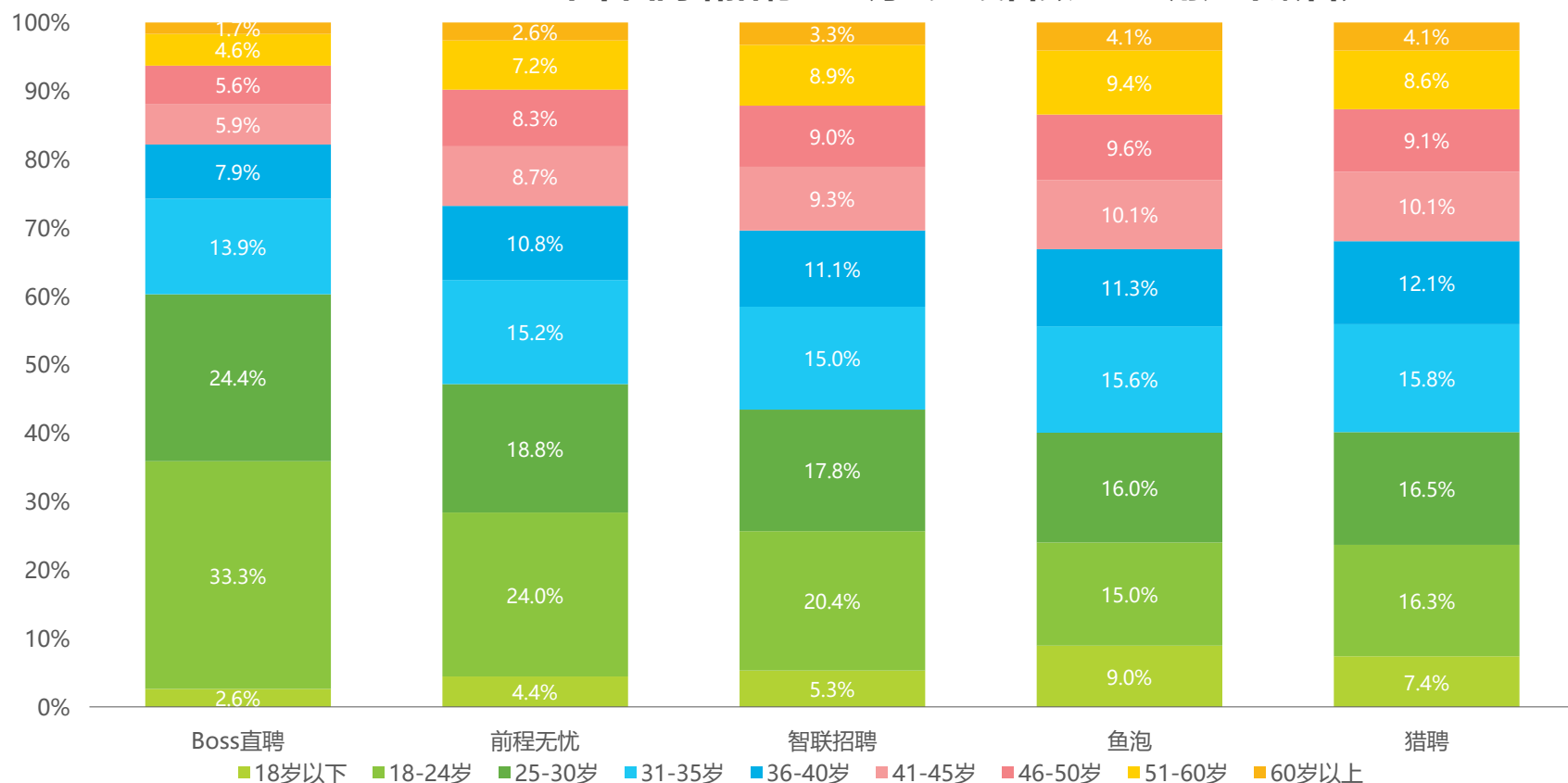
来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

月独立设备数 TOP 5 用户年龄分布

网络招聘平台用户“年轻化”特征明显

五家平台综合来看，30岁以下用户占比为50.9%，已超半数，35岁以下用户平均占比为65.6%。分平台，无论是以30岁还是以35岁为界限，各平台的“年轻化”程度由高到低排序均为BOSS直聘、前程无忧、智联招聘、猎聘、鱼泡。

mUserTracker-2024年中国网络招聘APP月独立设备数TOP5用户年龄占比



注：各平台数据通过计算1-12月用户年龄占比的简单平均值得出；五家平台综合数据以各平台月独立设备数平均值为权重计算加权平均值得出。

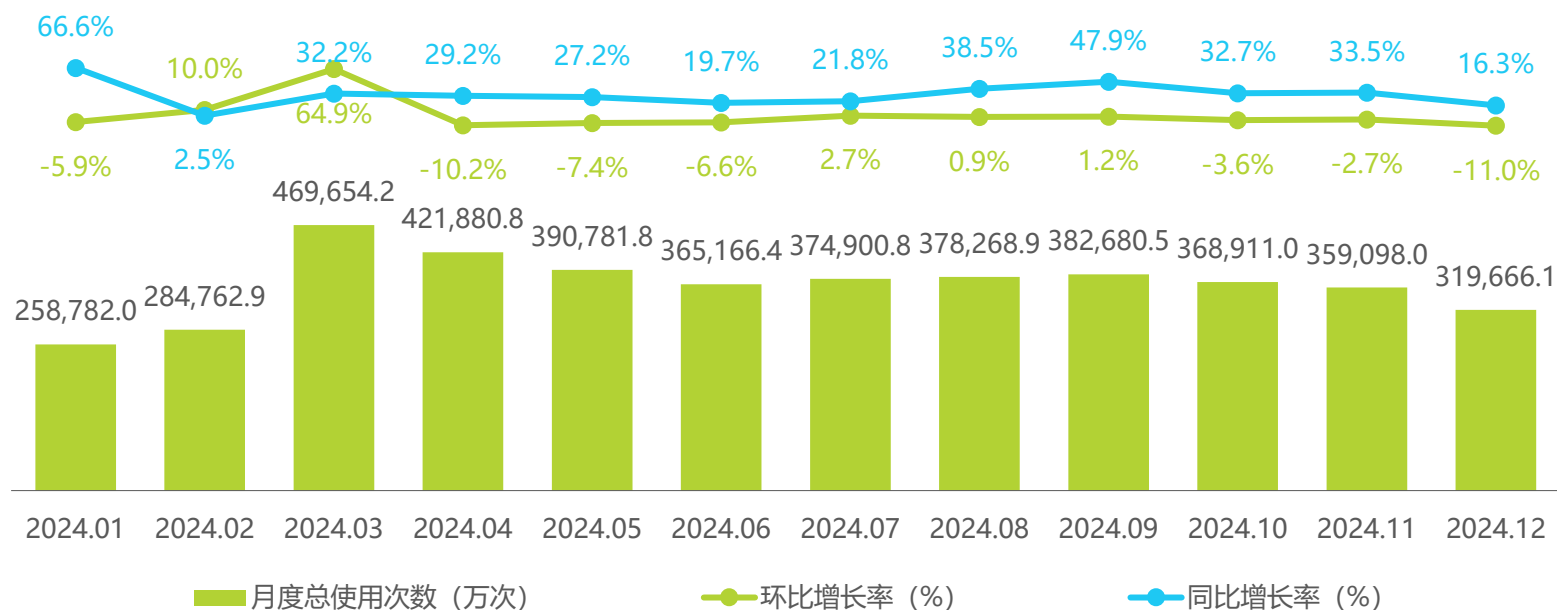
来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

移动端流量——月度总使用次数

全年实现同比正增长，3月达到峰值

2024年各月的月度总使用次数与去年同期相比均实现正增长，金三银四期间同比增幅在30%上下，8-11月秋招季同比增长更突出，均超过30%，9月同比增幅达到47.9%，接近50%；从全年波动情况来看，月度总使用次数峰值在3月出现，达46.97亿次。

mUserTracker-2024年中国网络招聘APP月总使用次数

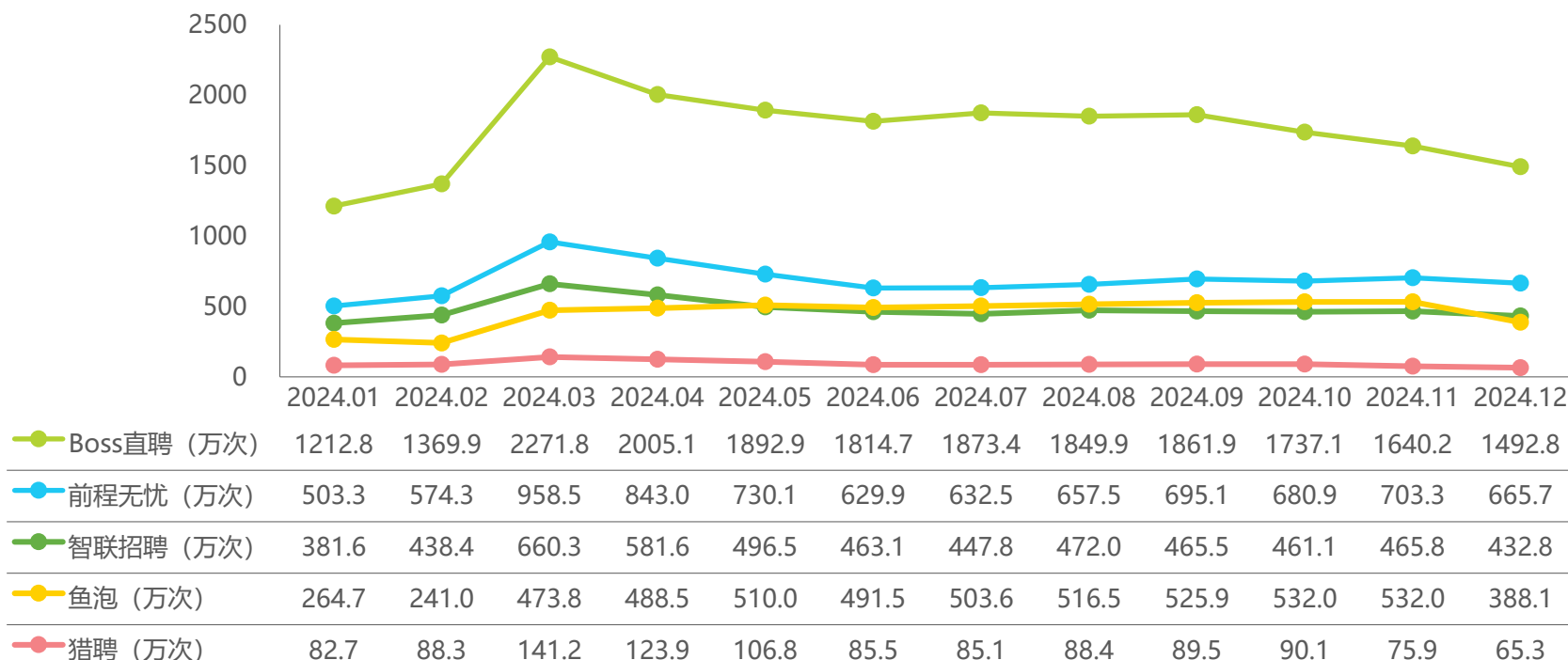


移动端流量——月度总使用次数 TOP 5

平台整体排序与月独立设备数基本一致，但鱼泡有赶超智联招聘之势

根据mUserTracker监测数据显示，2024年网络招聘App月度总使用次数 TOP 5 平台未发生变化，BOSS直聘处于第一梯队（主要分布在1500-2000万次上下），前程无忧位列第二梯队（以600-900万次居多），智联招聘、鱼泡处于第三梯队（主要分布在300-600万次上下），猎聘处于第四梯队（以80-150万次居多）。值得注意的是，进入5月后，鱼泡的月度总使用次数略高于智联招聘，艾瑞认为这与两平台的主要用户群体差异有关：智联招聘的白领群体用户更多，金三银四为求职高峰，鱼泡则主要面向蓝领招聘，而蓝领换工作频率普遍更高。

mUserTracker-2024年中国网络招聘APP月度总使用次数TOP5



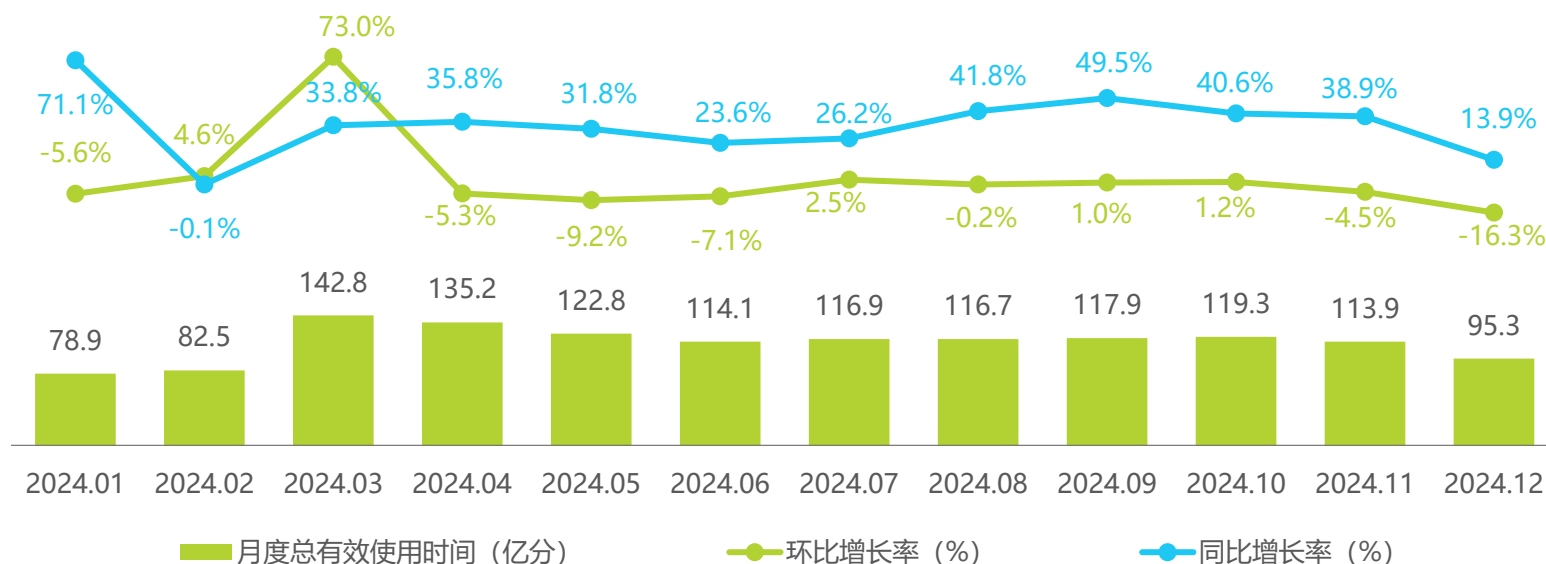
来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

移动端流量——月总有效使用时间

2月总有效使用时间同比小幅下降，其余月份增速显著

从全年波动情况来看，3月总有效时间为142.8亿分钟，达到顶峰，另12月-2月因年终、春节等节点，月总有效使用时间通常低于其他月份，与月总独立设备数的分布特征相吻合，反映了求职招聘的季节性特征；与去年同期相比，8-10月同比增速介于40-50%的高位区间。

mUserTracker-2024年中国网络招聘APP月总有效使用时间分布



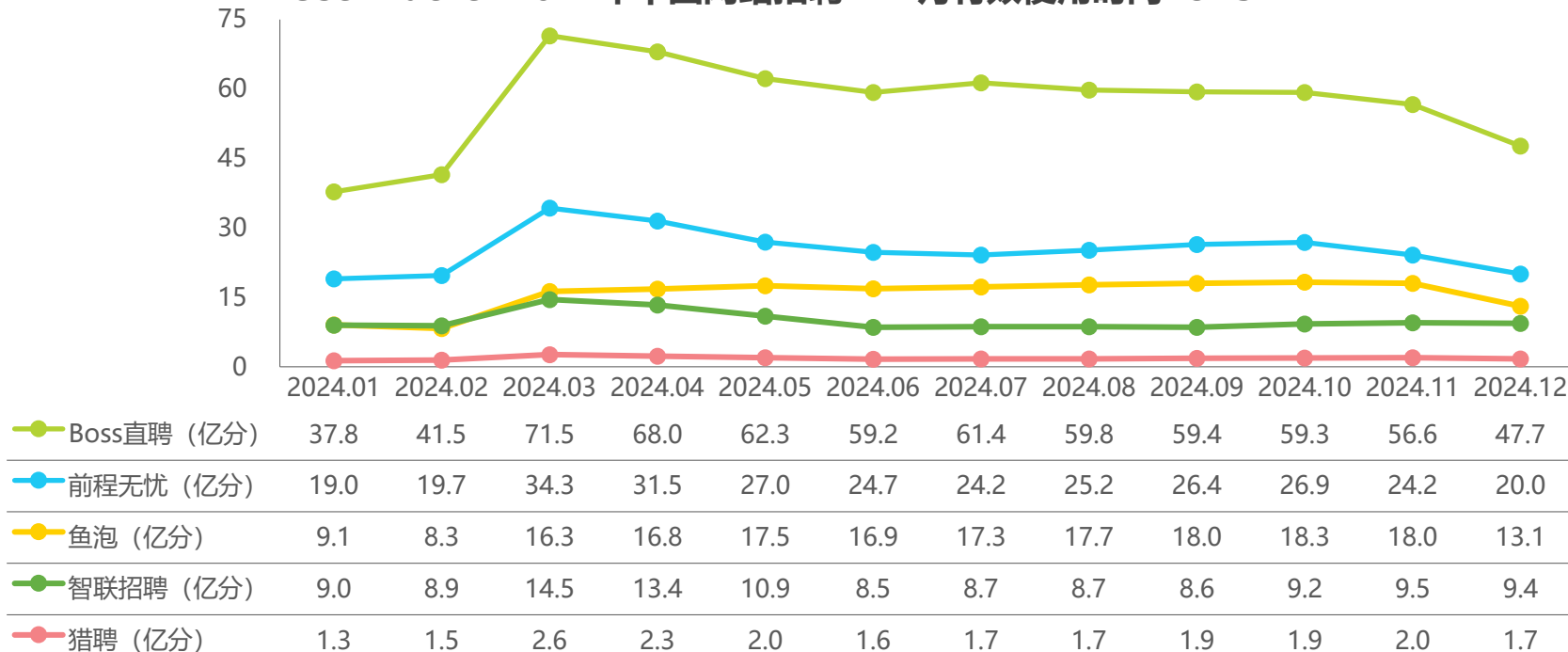
来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

移动端流量——月总有效使用时间 TOP 5

与月独立设备数的平台格局存在较大差异

月有效使用时间 TOP 5 平台虽与月独立设备数 TOP 5 平台一致，但是梯队特征发生了明显变化：①前程无忧较智联招聘拉开差距，有自成一“队”之势；②自3月鱼泡反超智联招聘以来，二者差距逐渐显现；③从全年走势来看，除鱼泡外的其余平台延续着3月触顶，下半年趋稳的波动特征，鱼泡虽在3月份同样实现环比大幅上升，但随后小幅上升，下半年有效使用时间整体高于上半年，这与蓝领用工需求的周期性因素有关：春节后是复工找工高峰期，而各细分行业的周期性特征不同，平抑了其波动。

mUserTracker-2024年中国网络招聘APP月有效使用时间TOP5



来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

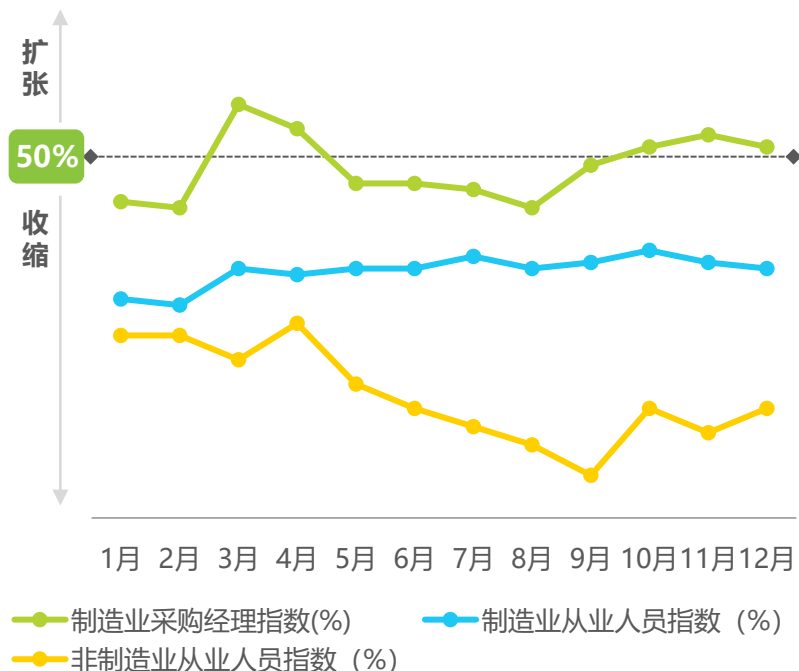
02 / 中国网络招聘市场供需分析

企业经营承压，招聘需求整体缩减

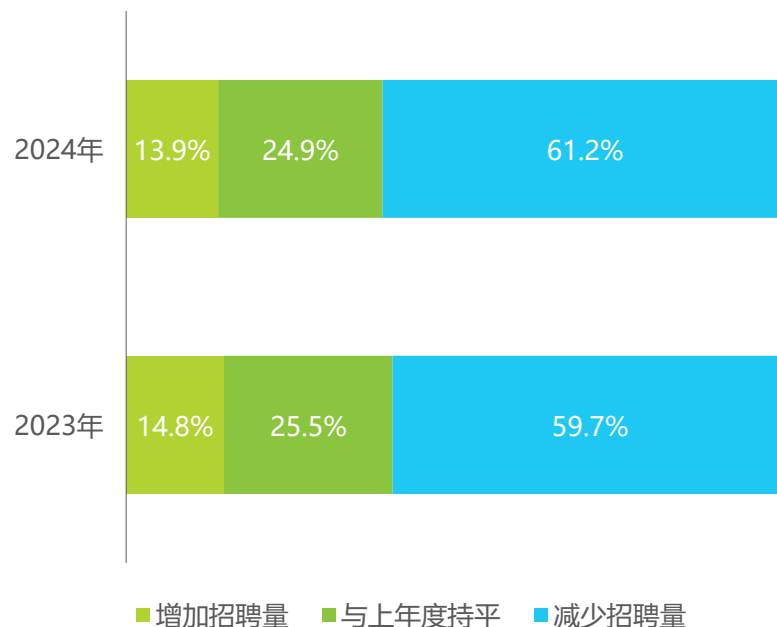
2024年超6成企业减少招聘量

我们选用制造业PMI指数及反映就业情况的单项指标从业人员指数来分析社会经济整体运行状况，2024年1-2月及5-9月位于临界点以下，而分企业类型来看，景气度持续着大型>中型>小型的格局，制造业大型企业全年持续处于扩张区间，而作为承载就业主体的中型、小型企业仅分别在3-4月&11-12月、3-4月位于荣枯线之上。企业生存压力加剧，招聘策略更加谨慎，从业人员指数持续处于收缩区间，用工景气度走弱。

2024年中国采购经理指数



企业招聘需求变化情况：23 vs 24



注：从业人员指数是PMI调查获得的13个单项指标之一，是衡量一个行业或经济领域内从业人员数量的变化趋势的重要指标。以50为扩张与收缩的临界点。

来源：国家统计局。

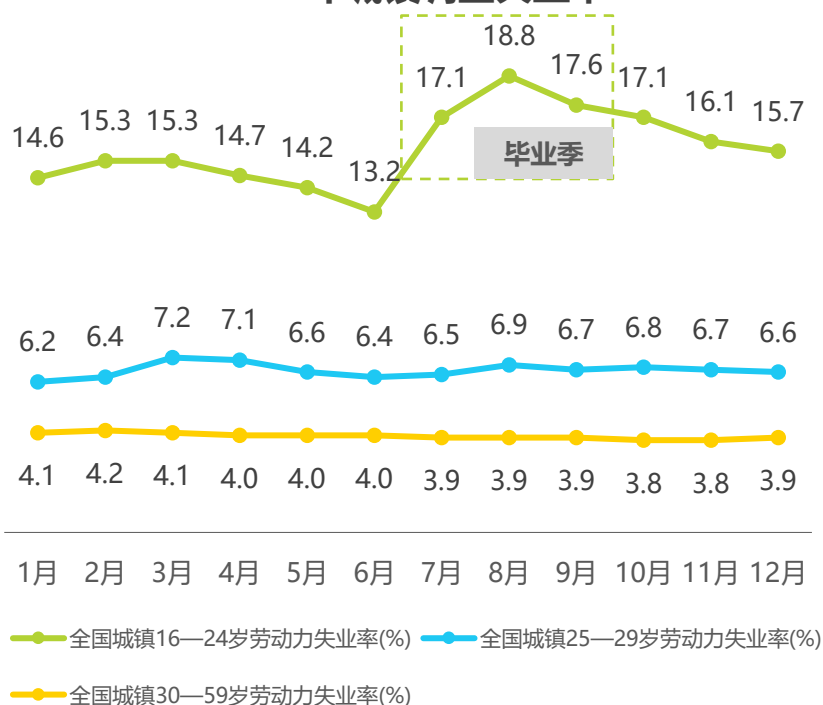
来源：前程无忧《人力资源白皮书》(2023、2024)。

分年龄段劳动力就业失业情况

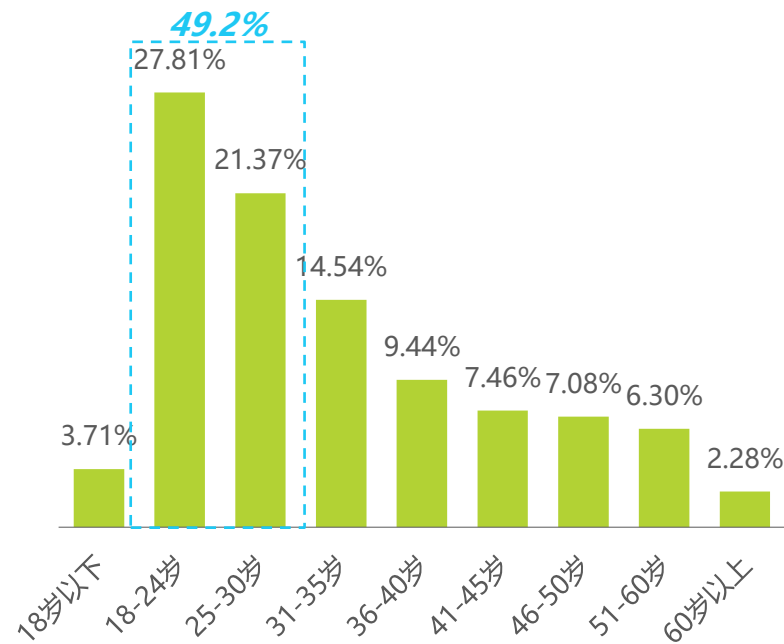
毕业季16-24岁失业率明显走高，进入择业期（25-29岁），后趋于稳定

2023年，我国高等教育毛入学率已达60.2%，这意味着7月份进入毕业季，大量毕业生涌入劳动力市场，推高失业率。走出校园步入职场不久的青年群体尚处于择业期，就业情况相对不稳定或未就业，随年龄渐长，至30岁时就业情况趋于稳定。该群体也构成了网络招聘平台的主要用户群体，从月UV TOP3网络招聘平台的用户画像来看，18-30岁用户占比达49.2%。

2024年城镇调查失业率



2024年月 uv TOP3网络招聘平台用户年龄分布



注：以上各年龄段劳动力失业率统计均不包含在校生。

来源：国家统计局。

©2025.3 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

来源：Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

©2025.3 iResearch Inc.

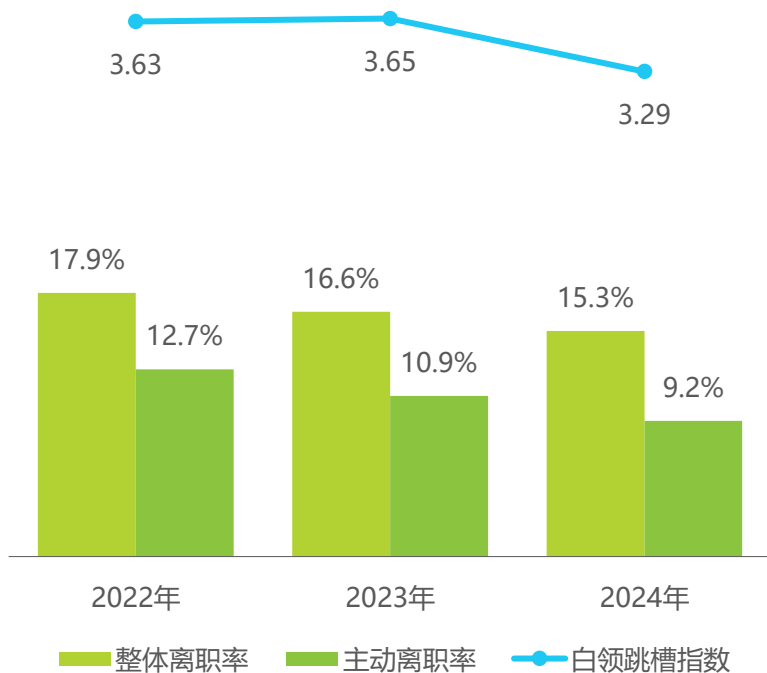
www.iresearch.com.cn

20

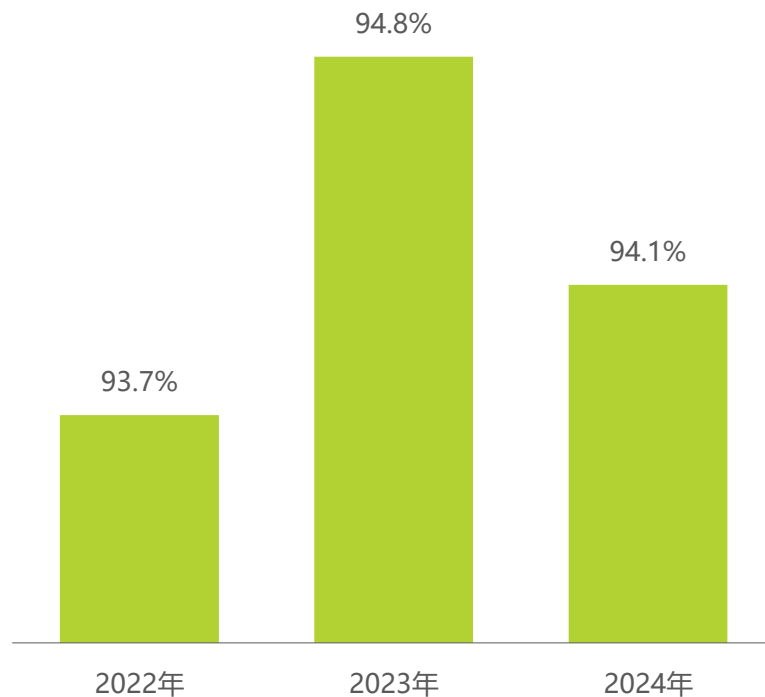
流动意愿下降，雇主要求提升，撮合难度走高

- 求职者：企业员工主动离职率持续走低，在经济乏力、就业机会缩减的环境下，避险求稳倾向更明显，流动意愿下降。
- 招聘方：从整体供需来看，招聘市场依然供大于需，但是雇主的招聘门槛不断提升，面对众多候选人将更加审慎，同时人选过多也提升了选择地机会成本，反而导致招聘方更难做出决定。

2022-2024年企业员工离职率与白领跳槽指数



2022-2024年企业员工试用期通过率



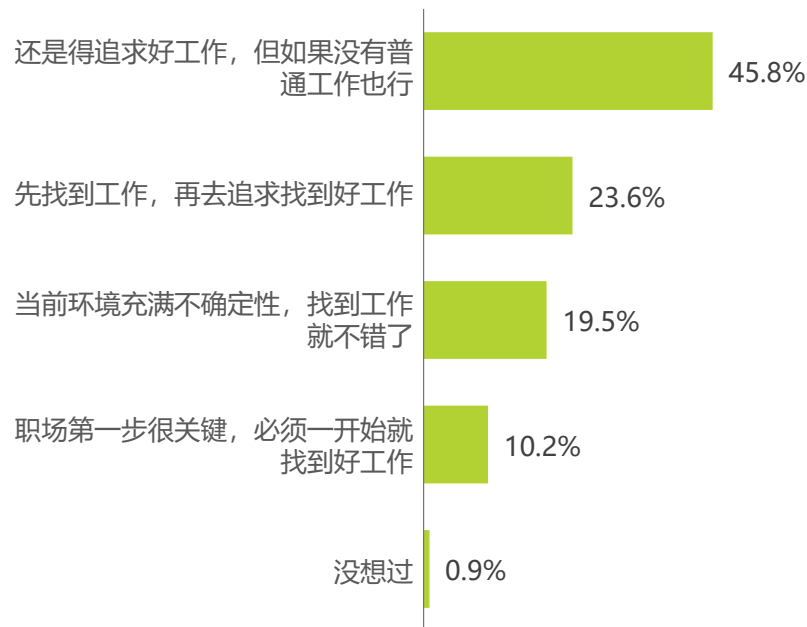
来源：前程无忧《人力资源白皮书》、智联招聘《2024 春季白领跳槽指数调研报告》。

高校毕业生：好工作→有工作

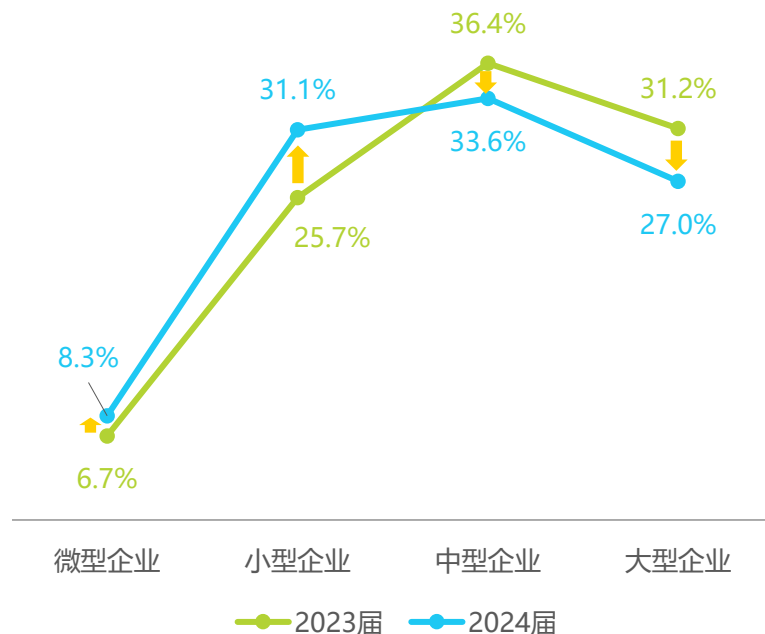
高校毕业生规模持续攀升，内卷式竞争下，就业选择更加务实

据教育部、人社部数据，2025届全国普通高校毕业生规模预计达1222万人，而新生人口在2016年达到峰值（1786万人），应届毕业生规模或将持续攀升至2038年。叠加近年来经济下行、教育结构等多重因素，就业形势日趋严峻，“好工作”是理想，而能找到工作才是现实。毕业生不再执着于好工作和大企业，就业选择更加务实。虽然小微企业不乏专精特新、小巨人，但用工不规范（如劳动合同内容不规范、劳动合同签订不规范、企业解除合同不规范等）的问题也更加突出，如何从源头避免或监督企业违法违规用工的动机，并畅通劳动者权益保护的通道，是在当前形势下的局部最优解。

对于“找工作”和“找到好工作”的看法



应届毕业生签约企业的规模



毕业生常用投递简历渠道

毕业生使用招聘App、企业招聘官网投递简历的占比有所上升

根据前程无忧《2024校园招聘白皮书》，在2023届、2024届毕业生常用投递简历渠道中，招聘网站/App均为 TOP 1 渠道，且24届该渠道占比较2023年继续提升。mUserTracker监测数据也可印证此趋势，应届生求职、实习僧作为专门面向在校生及应届毕业生的垂直招聘平台，2024年月度总有效使用时间均在“金九银十”秋招期间达到全年峰值，从同比变化来看，以应届生求职App为例，除1-2月因春节假期使用时间同比下降，其余月份的有效使用时间增长显著。

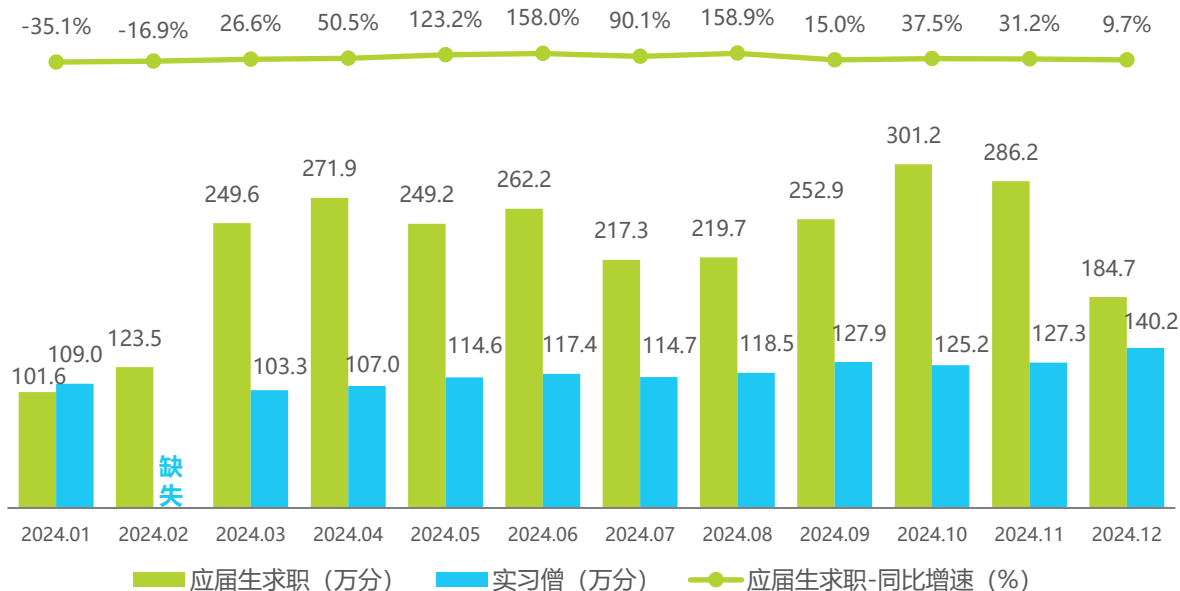
2023届 vs 2024届毕业生 常用投递简历渠道对比

- 招聘网站/App **TOP1**
- 企业招聘官网
- 学校举办的双选会

- 企业招聘微信公众号
- 学校微信公众号
- 企业校园宣讲会
- 群里转发的招聘链接
- 大型非学校举办的招聘会



mUserTracker-2024年中国网络招聘APP（面向学生群体） 月度总有效使用时间



注：实习僧2024年2月UT数据缺失。

来源：前程无忧《2024校园招聘白皮书》，Usertracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端），艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

求职行为前置，校招周期拉长，平台需在求职准备期即锁定用户

就业压力的提升让大学生们从入学开始就要以丰富简历为目标规划自己的学习生活，**写简历、找实习等求职行为也前移到大二甚至大一**。这意味着校招用户的生命周期正逐渐拉长，用户价值更加凸显。围绕大学生群体的求职需求如高效收集来源分散的求职信息、笔试资料包及笔面试经验分享等，专注于学生群体的垂直招聘平台增强其工具属性及社区社群属性，提升用户活跃度。

大学生群体求职周期示意图（以互联网行业为例）



To-do

- 校内：课业安排、考试、论文，积累科研项目、社会实践项目、竞赛等经验
- 校外：实习经历
- 求职行为：写简历、找实习、笔试刷题、面试准备等

关键需求

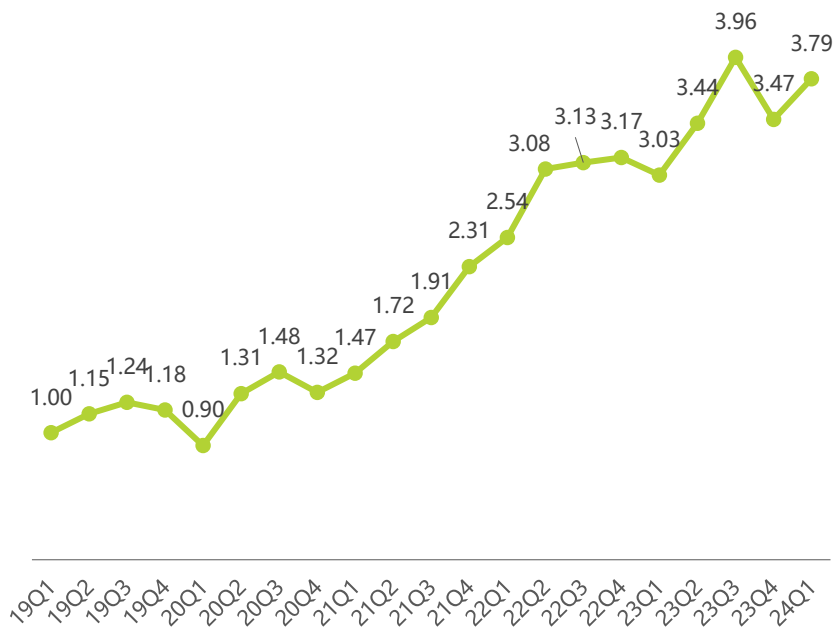
- 信息整合需求，解决信息差：校招的流程较繁琐，通常包括笔试、面试，且不同行业或企业的考察形式也存在较大差异，挖掘信息的过程费时费力
- 丰富的岗位类型和数量
- 求职干货：笔试题库
- 交流分享：前辈经验、笔面经、校招进度等



招聘需求整体上升，求职群体年轻化，推动互联网求职加速渗透

线上线下消费业态的发展驱动城市服务业蓝领需求上升，制造业智能化转型也加速推动技工需求增长，蓝领招聘职位数整体呈上升趋势，24Q1较19Q1同比增长279%，从细分岗位来看，配送理货、普工/技工、家政岗位需求增速高于总体；另一方面，蓝领求职群体年轻化趋势明显，有助于提升蓝领群体的网络求职渗透率。

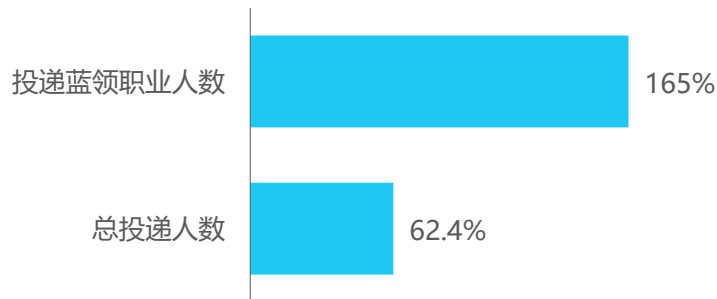
2019-2024Q1蓝领职业总体招聘职位数走势



蓝领职业招聘职位数增速 (24Q1 vs 19Q1)



25岁以下求职群体增速 (24Q1 vs 19Q1)



数据说明：蓝领职业招聘职位数以2019年一季度为基数1。

来源：智联招聘《2024蓝领人才发展报告》。

©2025.3 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

25

线上渠道的价值在匹配与交付环节形成差异化

蓝领群体求职找工的线上渠道主要包括传统在线招聘平台、直播招聘平台、技能交付平台。由于蓝领用工包括匹配与交付两大核心环节，各类平台基于此塑造差异化价值，形成多元竞争格局。综合招聘平台与直播招聘平台在匹配环节的价值更突出，来源于流量基础、信任基础、匹配效率，综合招聘平台的优势主要是流量大且撮合效率高，但需较高的运营成本来核实岗位或招聘方真实性；而在交付环节，线上招聘平台目前仍难以撼动劳务中介的地位，特别是建筑业、制造业等行业，但这也为流量规模相对较小的垂直行业招聘平台创造机会，即通过提供贴合细分工种特点的用工管理服务实现匹配和交付环节价值的平衡，而在闪送、维修、家政保洁等to C在场服务属性更强的领域，针对特定服务的技能交付平台也成为吸纳劳动者的渠道之一。

蓝领劳动者的线上求职找工渠道

	传统在线招聘模式		直播招聘模式	技能交付平台模式
	综合招聘平台	垂直行业招聘平台		
代表企业	BOSS直聘	鱼泡直聘、我的打工网	快手·快聘	鲁班到家、货拉拉、滴滴
优势	流量大、匹配效率高	增值服务，拓展至交付环节	流量大、信任度高	直接链接服务供需方，集中在to C属性更强的技能服务领域
运营重心	提升信任-保障招聘信息真实可靠	服务延伸至用工管理，如排班考勤、薪资发放等	提升流量精准度	技能提供者的服务标准化与劳动过程管理
核心价值	匹配环节	匹配+交付，更多体现在交付环节	匹配环节	匹配+交付，交付环节价值更突出

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

03 / 中国网络招聘平台典型案例

应届生求职专注于为大学生提供优质求职服务体验

应届生求职成立于2005年，专门面向大学应届毕业生及在校生提供一站式求职招聘服务。针对在校生活面临的招聘信息来源分散所导致的信息不对称问题，平台及时汇总更新招聘信息、宣讲会信息，帮助学生用户掌握校招动态，做好日程规划安排；另外校招通常包括笔试、面试，平台为用户提供了历年名企笔面试题库；OK社论坛则为用户提供了分享笔面经验、企业校招进度的场所，这些特色功能既回应了大学生群体的求职心理，也为学生用户提供了切实有效的求职帮助。同时，公司也为雇主企业提供贯穿校招全流程的深度服务，涵盖了雇主品牌搭建、人才吸引、人才留存等环节。

应届生求职功能特色

- 01 及时准确的信息汇总**
 - 宣讲会、招聘会信息**实时掌握校招动态**
 - 企事业单位申请地址及截止时间
- 02 全平台布局，无缝求职**
 - PC、App、小程序全平台布局，让学生随时随地按需选择
- 03 海量优质职位，多维度呈现**
 - 各类专区全方位呈现不同特色的企业和职位
- 04 与企业双向互动**
 - 求职者可与HR在线直接沟通，反馈更及时
- 05 OK社论坛 & 求职干货**
 - 笔面试经验、校招进度等交流分享
 - 历年名企笔面试题库，为学生提供更充分的求职准备支持
- 06 AI精准推荐 & AI面试**
 - 结合专业背景进行AI智能推荐
 - AI模拟面试，提升求职竞争力



应届生求职校园招聘服务优势

1 学生用户规模大、生源优

学生用户数量 985/211生源覆盖率 本科及以上学历占比 硕士及以上占比

660万+ **100%** **70%+** **25%+**

2 专业的校招双选会执行团队，与学生校内面对面沟通

基于高校资源基建优势，帮助企业链接高校，邀约学生，在校内举办校招宣讲会或双选会，与学生面对面快速沟通，增加优秀学生的简历收取

3 雇主品牌宣传

基于雇主自身的优势特色，通过创意&技术竞赛、企业开放日等多元形式，让学生沉浸式体验雇主品牌文化，加深对企业印象与认知，增强校招投递的积极性

4 学生关系维护

提供贯通雇主校招全程的深度服务，为预入职或已入职的学生，结合企业本身文化特色，邀请企业高管与员工，共同与学生开展加深彼此关系的团建活动，提升学生履约率



注：数据截至时间为2025年3月。
来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

©2025.3 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

28

连续举办典范雇主&大学生喜爱雇主评选，树立人才管理优秀标杆

前程无忧作为头部人力资源服务商，面向职场人、学生等各类求职者群体提供细分、精准的求职服务，让人们找到喜欢的工作而努力。前程无忧每年评选出数百家典范雇主（Employer Excellence）和大学生喜爱的雇主品牌（Top Graduate Employer Brands），表彰在人才吸引、培养和关爱，并借此获得卓越业绩和持续发展优势的典范雇主。通过展现人才管理的最高水平，倡导充满关爱、公平和可持续的工作场所。



典范雇主评选

雇主品牌影响力典范



女性领导力发展典范

组织创新典范



多元和包容文化典范

员工关爱典范



HR管理团队典范

学习和发展典范



ESG实践典范

人力资源数字化典范



人才吸引和保留典范

十大单项奖



大学生喜爱的雇主品牌

雇主品牌立体展现

- 根据不同主题为获奖雇主定制宣传海报、系列短视频、小型榜单，内容包含雇主文化展示、福利待遇、办公室展示、食堂展示、员工福利展示等



- 颁奖礼现场进行企业采访，分享职场趋势与人才理念

多元传播矩阵，在大学生活动前期推广传播雇主品牌

- 前程无忧官方矩阵：微信、微博、小红书、哔哩哔哩等官方账号
- 官方媒体宣传（部分）：新华网、中国新闻网、人民政协网、中国经济新闻网……



招聘服务+SaaS工具+整合供应链，形成用工用料全供给产业闭环

鱼泡直聘成立于2017年，从建筑工程行业用工招聘服务切入，行业的用工特性决定了其供需双方的招聘求职行为更高频的特征，截至2024年12月，平台累计提供岗位数超5.36亿，并通过工地记工、工地考勤等SaaS产品拓展至企业的用工管理环节，进一步向更“重”的供应链业务发展，形成覆盖建筑用工全周期、全场景、全角色的产品服务闭环，搭建起生态互联、资源共享和高效协同的建筑工程产业互联网平台。在招聘生态上，平台也在拓展布局范围，2024年12月收购校园招聘平台海投网，实现由蓝领招聘向校园招聘的拓展。

鱼泡直聘业务布局

招聘业务：聚焦蓝领群体招聘，向校园招聘、白领招聘拓展



注册用户

9550万+

累计提供岗位数

5.36亿+

累计带动就业人次

4.46亿+



注册用户

460万+

累计提供岗位数

3000万+

累计带动就业人次

2000万+

2024年11月，鱼泡网宣布品牌升级为**鱼泡直聘**

2024年12月，鱼泡直聘完成对校园招聘平台**海投网**的收购



SaaS产品：用工管理服务SaaS & 企业运营服务SaaS，增强平台粘性、提升用户留存



• 为班组和工友提供
记工记账功能



• 为建筑工程企业提供全业务流
程**在线协同项目管理**解决方案



• **工地人钱事**
数字化管理



• **现场工作影**
像管理工具



• 联合太平洋保险、太平保险等
推出的**灵活用工意外保障**

建筑工程行业供应链服务：整合供应链需求，形成用工用料全供给产业闭环



• 工程机械的**租赁及二手交易**



• 二手设备和废料的报价、转让、回收等**全流程信息**
服务，实时监管交易数据，完善用户信用体系，
保证交易的高效安全



• 为开发商、建筑商和承包商实
时提供**招投标资讯服务**

注：数据截至时间为2024年12月。

来源：公司官网、公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

©2025.3 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

30

04 / 中国网络招聘行业发展趋势

AI大模型应用有望进一步提升平台价值

B端招聘者与C端求职者更显著地感知到平台效率

目前，网络招聘平台的人岗匹配算法通常依赖于预定义的规则、关键词匹配或简单的统计方法，难以处理复杂的语义关系和非线性特征，加之最终的交易结果是双向选择且高度非标的，这导致双方对平台“优化匹配”的效率差异不敏感。艾瑞认为，AI大模型+招聘将主要从两方面提升平台价值：①**自动化-规模化参与候选人前期沟通、面试等环节，这对招聘方的降本增效价值最突出，也将成为网络招聘平台AI布局的必争之地**；②利用大模型的多模态交互、文本理解与分析、实时反馈与优化等能力，提升人岗匹配的精准度和灵活性。由此，网络招聘平台或将建立起更坚固的竞争壁垒。

	关键任务	传统网络招聘流程	AI大模型+网络招聘流程
发布职位	- 明确岗位需求 - 撰写职位描述	人工 --HR与用人部门沟通，确认岗位职责与技能要求，据此撰写岗位描述并在网络招聘平台发布	人工+AI工具 --AI可根据岗位需求撰写职位描述
筛选简历	筛选出符合岗位要求的候选人	人工+算法 --算法推荐候选人，HR及业务部门评估筛选	人工+AI工具 --利用算法处理更复杂的语义关系和多模态信息（如文本、图像、行为数据），并基于用户反馈优化匹配策略，对候选人进行更全面的评估，提升匹配精度
候选人沟通	与候选人进行初步沟通，了解其求职意向和基本情况	人工 --HR通过电话、邮件或招聘平台与候选人沟通	AI聊天机器人chatbot --与候选人沟通职业意向与目前状态等基础信息 --结合生成式AI根据候选人回复进行更深入更有温度的沟通
面试邀约	向符合条件的候选人发送面试邀请，确保候选人能够按时参加面试	人工 --HR向候选人发送面试邀请，确认面试时间	AI聊天机器人chatbot 通知候选人进入下一步应聘流程，辅助进行预约面试、协调时间，支持候选人查询流程进展
面试	面对面或线上交流，深入了解候选人的能力和素质	人工 --HR或业务部门准备面试问题，进行面试评估	人工+AI --结合岗位能力模型与候选人背景，生成面试问题 --对候选人回答进行语义理解，针对岗位能力模型进行评估并生成面试分析报告

进一步降低中小企业的在线招聘门槛



来源：专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

社交媒体平台成为补充渠道

通过社交媒体平台的隐形招聘成本高，且平台开展招聘业务可能性低

小红书、微博等社交平台的差异化人群为企业提供了传统招聘渠道之外的候选人来源，免费发布也是吸引招聘方青睐的原因之一。但社媒平台差异化的筛选机制和运营模式拉高了互相筛选的成本，加之社媒平台主营业务与招聘业务相关性弱，艾瑞认为其开展招聘业务可能性低，更多是作为网络招聘平台这一主流渠道的补充。考虑到社媒平台用户画像，兴趣导向、有特定圈层的岗位或许更有可能匹配到合适候选人。

网络招聘平台与社交媒体平台的求职/招聘体验核心差异点



来源：艾瑞咨询研究院根据公开资料自主研究绘制。

BUSINESS
COOPERATION

业务合作

联系我们



400 - 026 - 2099



ask@iresearch.com.cn



www.idigital.com.cn

www.iresearch.com.cn

官 网



微 信 公 众 号



新 浪 微 博



企 业 微 信



LEGAL STATEMENT

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。



THANKS

艾瑞咨询为商业决策赋能