

中国白领人群消费及职场社交 研究报告

2021年



职场白领人群发展背景：出生率及适龄劳动力数量双降，劳动力的价值突显；第三产业迅速发展，成为吸纳就业的主力；主要来自第三产业的都市职场白领值得关注和深入研究。本报告所研究的职场白领是指那些专科及以上学历，从事脑力劳动的企业职员。



职场白领人群消费特征：年龄集中在25-39岁，多是本科学历，已婚有孩居多；个人月收入高，有房有车，消费能力强；职场白领每月支出占收入的比例集中在20%-60%之间，平均比例为42.4%；餐饮食品、子女教育是职场白领消费最高的领域；消费注重品质，各主要品类均有自己偏好的品牌；注重理财，喜爱投资基金和股票；日常喜欢追影综，听音乐，也热爱旅行、美食和运动。



职场白领人群社交特征：93%的职场白领对职场社交持积极认可的态度；职场社交有助于团队之间更好协作，业务沟通更高效；超过50%白领希望通过职场社交提升学习、与优秀人为伍；未来更希望通过职场社交吸收多样化知识，提升业务能力，拓展人脉。



职场社交赛道发展及未来趋势：

细分赛道发展进入成熟期，头部玩家出线；

趋势一：内容及服务多元的泛职场生态平台将迎来发展契机；

趋势二：便捷高效、跨圈层的线上职场社交是未来主要形态；

趋势三：职场社交场景下的社交招聘正在成为人才获取的新方式。

目录

中国职场白领人群发展背景

1

中国职场白领人群消费特征画像

2

中国职场白领人群职场社交现状

3

中国职场社交赛道发展及未来趋势

4

职场白领人群 发展背景篇

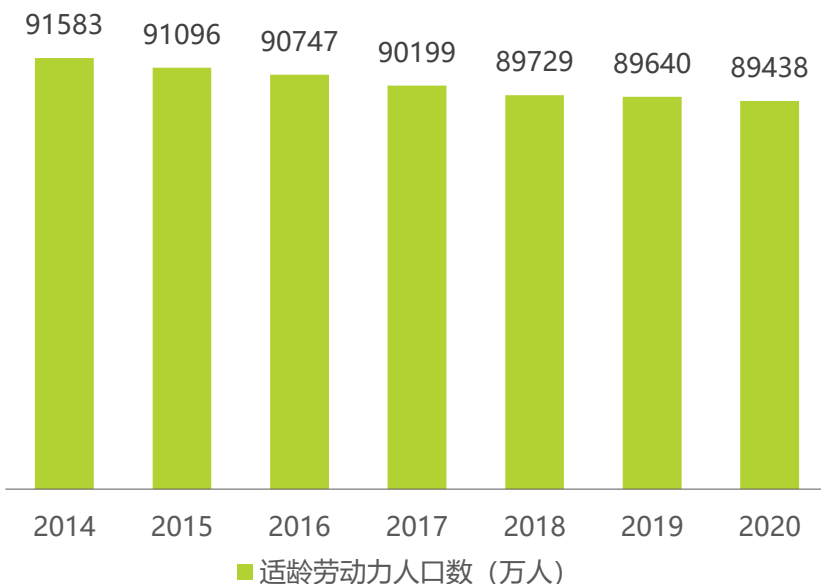


中国人口变化趋势

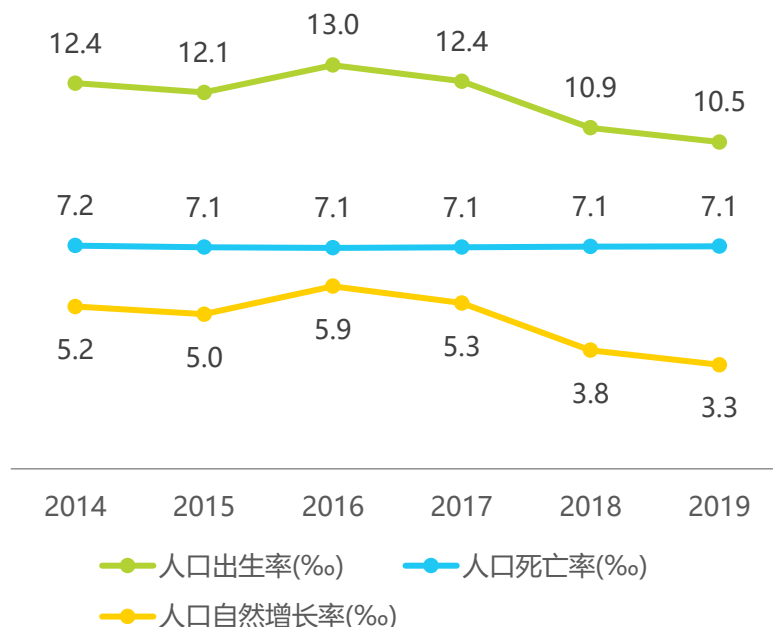
出生率及适龄劳动人口不断下降，劳动力的价值更加凸显

近几年，我国适龄劳动力人口，即年龄在16-59岁的人，数量持续下滑。与此同时，人口出生率和自然增长率也呈现下降趋势，我国劳动力供给侧市场压力较大，这就导致就业市场的话语权逐渐偏向劳动者，劳动力的价值越发凸显。

2014-2020年中国适龄劳动力人口数量变化



2014-2019年中国总人口变化趋势



备注：适龄劳动力人口是指年龄在16-59岁的人

来源：国家统计局，公开资料整理，艾瑞咨询自主研究绘制。

来源：国家统计局，公开资料整理，艾瑞咨询自主研究绘制。

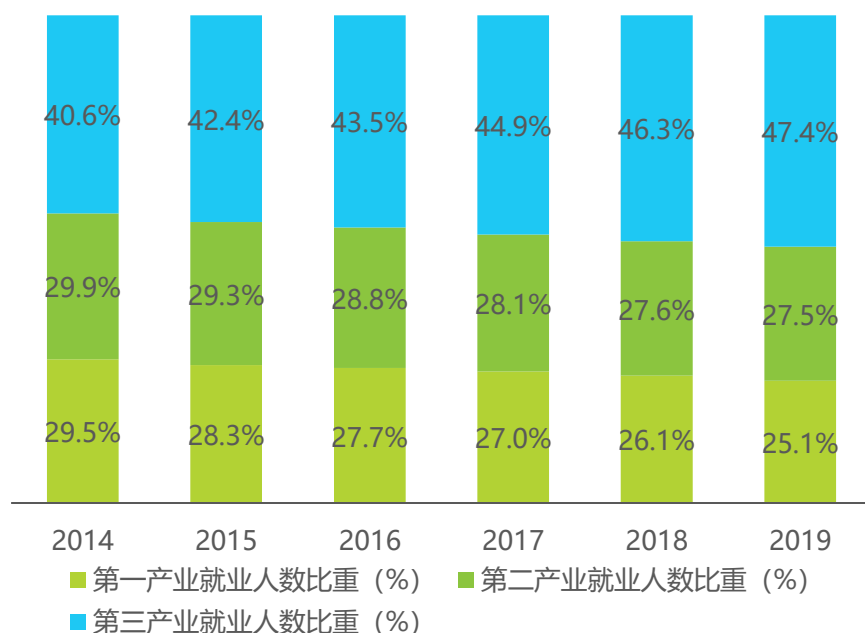
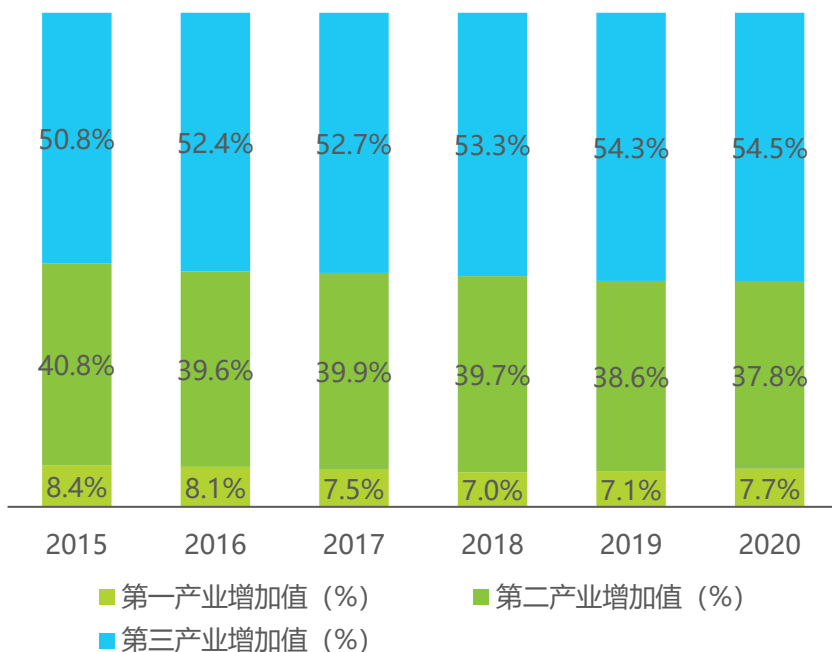
中国产业结构发展

我国第三产业迅速发展，成为吸纳就业的主力

国家统计局数据显示，近年来我国经济运行持续向好，2020年国内生产总值首次突破100万亿元大关；与此同时，我国产业结构也持续优化，2020年第三产业增加值占GDP比重进一步上升至54.5%，同时第三产业就业人数比重也逐年上升，这表明我国经济正由原来的工业主导型经济转化为服务主导型经济，这种产业的转型升级已经对我国经济增长、就业等各个方面带来深远影响。

2015-2020年中国三大产业增加值占比

2014-2019年中国三大产业就业人数比重



来源：国家统计局，艾瑞咨询自主研究绘制。

来源：国家统计局，艾瑞咨询自主研究绘制。

中国职场白领人群定义

服务主导型经济背景下，从事脑力劳动的职场白领值得关注

基于目前我国经济、产业结构以及就业市场发展背景，我们重点关注三大产业中，从事脑力劳动的企业职员，将其作为本报告职场白领人群的研究对象。本报告所研究的职场白领是指那些专科及以上学历，从事脑力劳动的企业职员。他们多在一线、新一线及二线城市工作，行业遍及三大产业，个人月收入至少在4000元及以上。

2021年中国职场白领人群定义及特征



基本定义	
基本定义	专科及以上学历，从事脑力劳动的企业职员
基本特征	
居住地/工作地	一线城市、新一线城市、二线城市为主
从事行业	多分布在IT/互联网、金融业、通讯、教育、交通运输、商务服务业、制造业、能源电力、通信/电子/半导体等，遍及第一、第二、第三产业
收入水平	一线城市白领：个人月收入多在6400元及以上 新一线城市白领：个人月收入多在4500元及以上 二线城市白领：个人月收入多在4000元及以上

来源：艾瑞研究院整理。

职场白领人群 消费篇

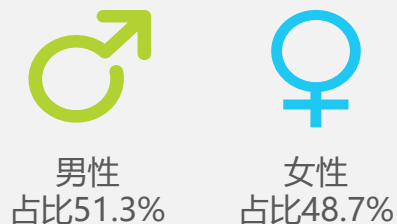


职场白领人群基础画像

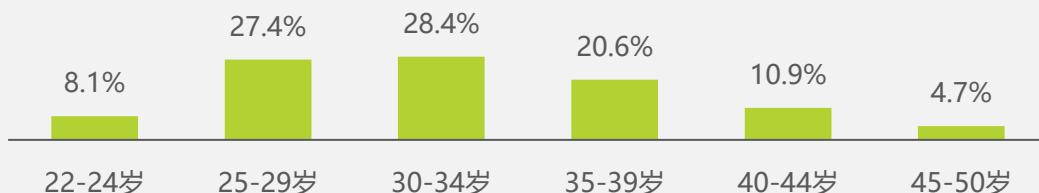
年龄集中在25-39岁，多是本科学历，已婚有孩居多

职场白领人群男性占比略多于女性，年龄多集中在25-39岁，本科学历占比最高，工作地点以一线城市、新一线城市为主。73.4%的职场白领已经结婚，已婚有孩家庭占比高达63%。

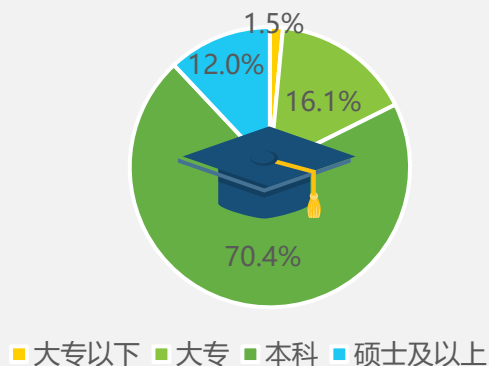
2021年中国职场白领人群性别分布



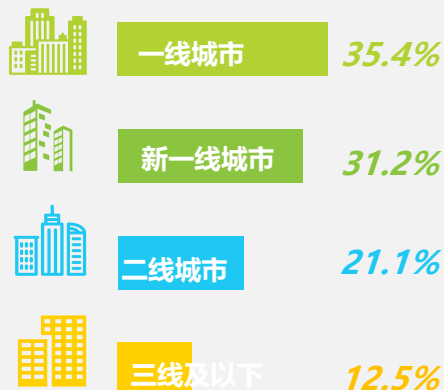
2021年中国职场白领人群年龄分布



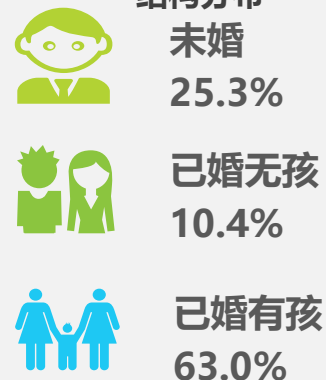
2021年中国职场白领人群学历分布



2021年中国职场白领人群城市分布



2021年中国职场白领人群家庭结构分布



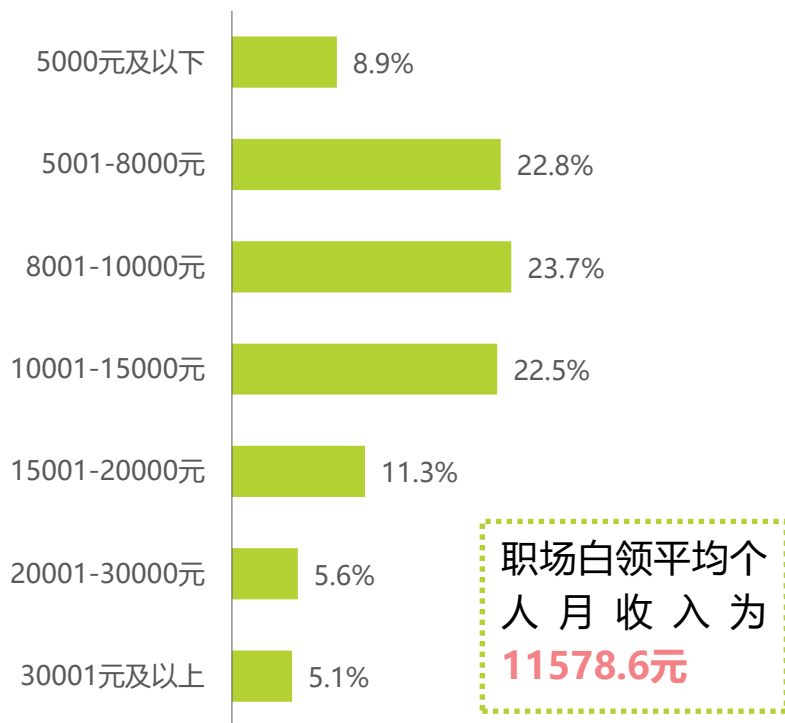
样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

职场白领人群经济实力

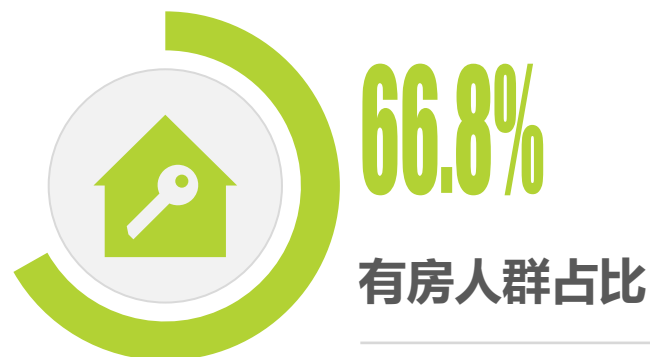
职场白领经济实力雄厚，月收入高，多数有房有车

职场白领人群个人月收入均值为11578.6元，其中68.3%的职场白领个人月收入在8000元以上，66.8%的职场白领拥有个人住房，66.4%的职场白领拥有私家车。

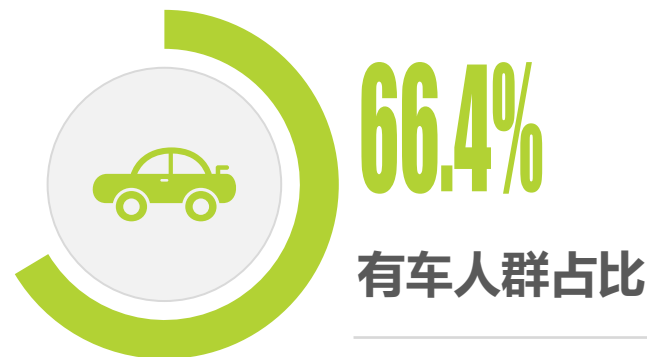
2021中国职场白领个人月收入分布



2021中国职场白领房产拥有情况



2021中国职场白领汽车拥有情况



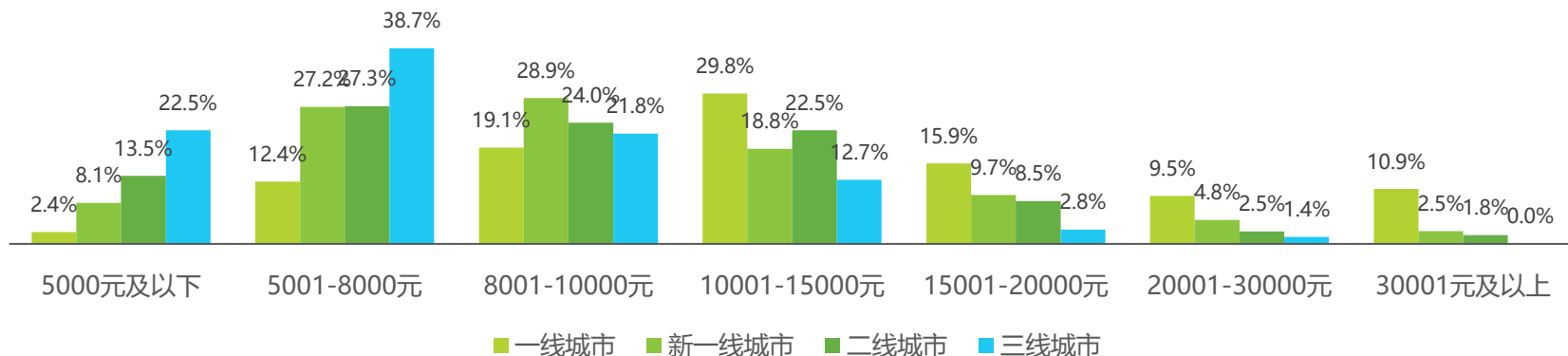
样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

职场白领人群经济实力

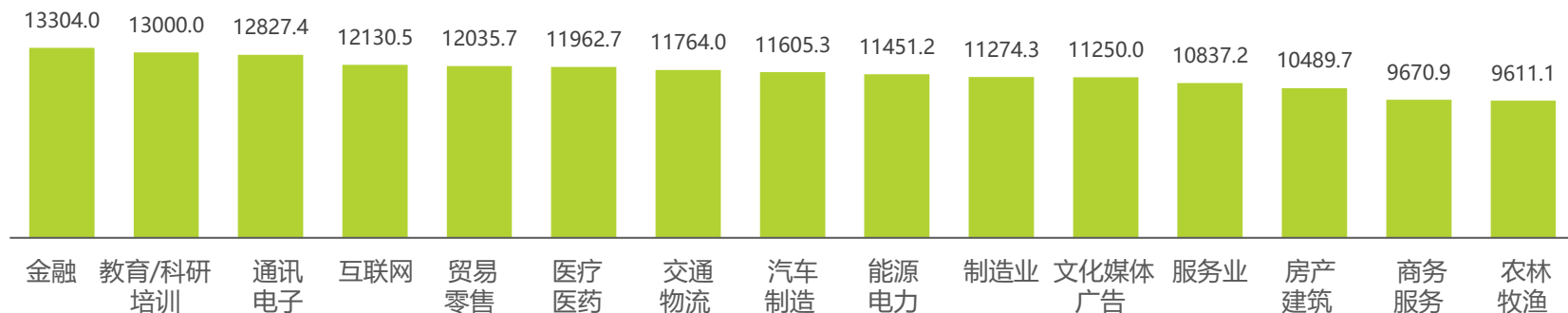
金融行业职场白领月均收入位居各行业榜首

一线城市职场白领个人月均收入多在10001~15000元，均值为14745.2元；新一线城市职场白领个人月收入多在8001~10000元，均值为10568.8元；二线城市及三线城市职场白领个人月均收入多在5001~8000元，均值分别是9718.8元和8772.2元。

2021年中国不同线级城市职场白领月收入分布



2021年中国不同行业职场白领月收入均值（单位：元）



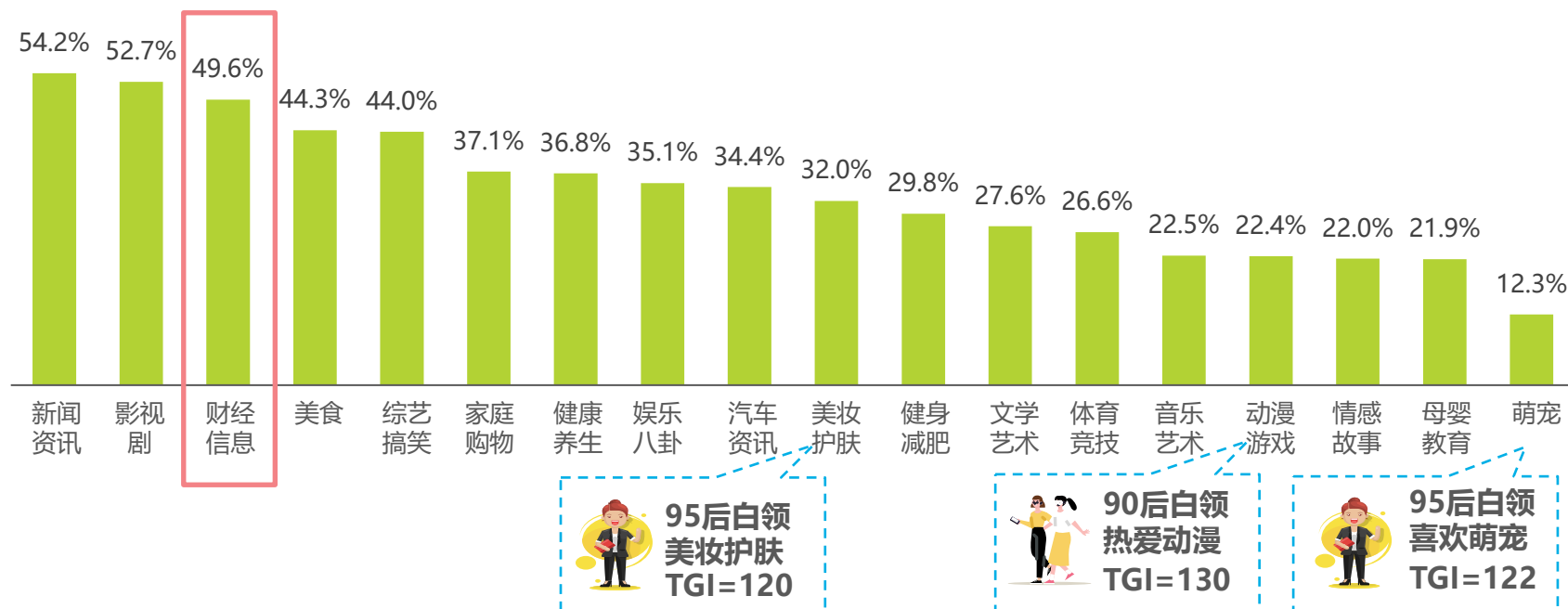
样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

职场白领人群信息浏览内容偏好

职场人群财商高，近一半的职场白领经常浏览财经信息

职场白领经常关注新闻资讯、影视剧类以及财经类信息。有32%的职场白领经常关注美妆护肤信息，其中95后白领居多；同时喜欢浏览萌宠信息的职场白领中，95后白领也是主力；此外，经常“吃鸡”，关注动漫游戏相关信息的职场白领有22.4%，且以90后职场白领居多。

2021年中国职场白领信息浏览内容偏好



备注：TGI=[目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例]*标准数100；TGI数值反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势指数，数值越高代表越强势。本文下同。

样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

职场白领人群兴趣爱好

职场白领追影综，听音乐的同时，热爱旅行、美食和运动

职场白领争做勤劳“打工人儿”的同时，也更热爱生活，认真“干饭”，规律运动。有55.6%的职场白领喜欢美食烹饪，55.1%的职场白领热爱运动健身；此外这届职场白领更爱专业“搞钱”，有52.5%的人把理财研究当做兴趣爱好，但也有超过一半的职场白领人群喜欢剁手“买买买”，花钱买快乐。

2021年中国职场白领兴趣爱好



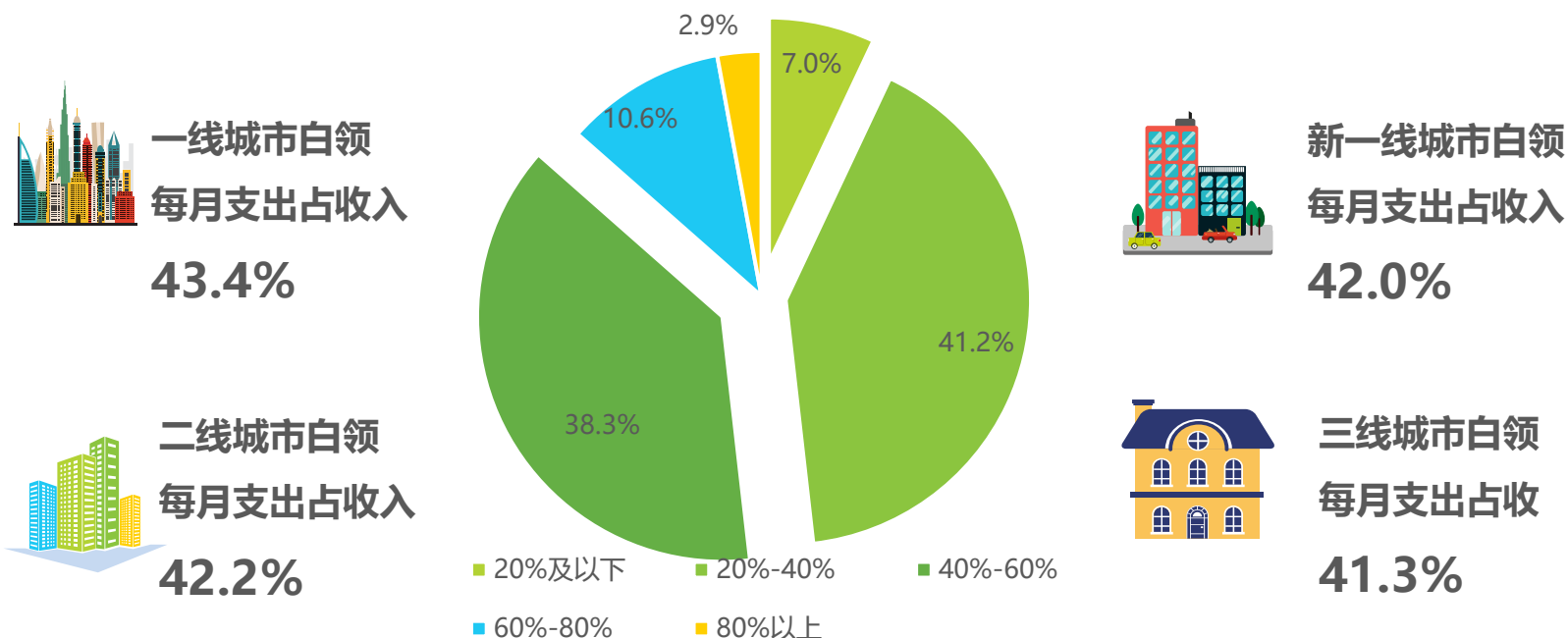
样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

职场白领人群消费支出分布

职场白领敢于消费，将超过四成收入用于消费支出

职场白领每月支出占收入的比例集中在20-60%之间，平均比例为42.4%。分城市级别来看，一线城市的支出占比均值最高，为43.4%，为6396.9元；新一线城市支出占比均值为42.0%，为4441.0元；二线城市和三线城市的支出占比均值分别是42.2%和41.3%，分别是4101.3元和3630.3元。

2021年中国职场白领每月支出占收入的比例



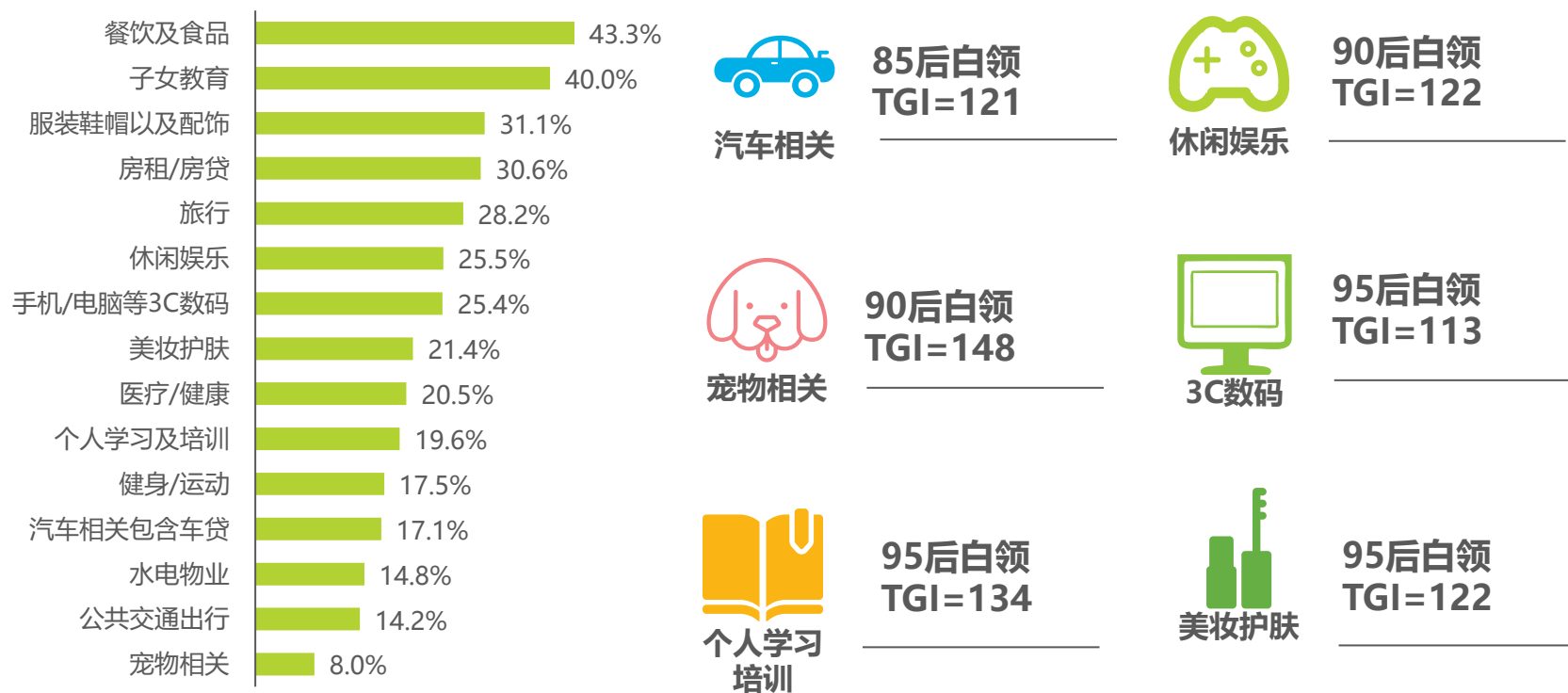
样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

职场白领人群消费支出分布

餐饮食品、子女教育是职场白领花费最多的领域

除了餐饮食品、子女教育外，职场白领每年在服装配饰、房租房贷领域支出也较高。汽车相关消费方面，85后白领人群较其他人群更为突出；在休闲娱乐、宠物相关消费方面，90后白领人群更为突出；而对比而言，95后白领则“内外兼修”，更愿意投资自己，有更多的人每年在个人学习培训、3C数码以及美妆护肤领域进行消费。

2021年中国职场白领消费最高的领域



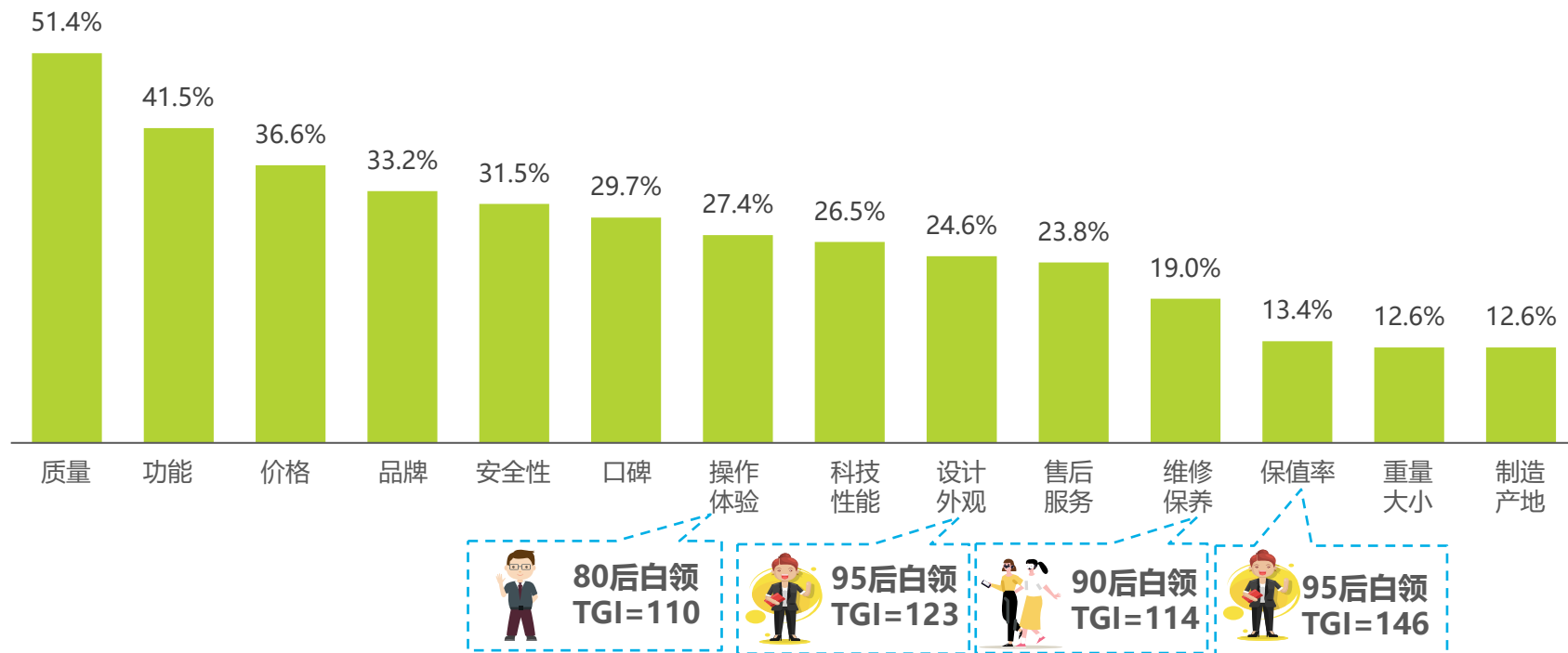
样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

职场白领人群3C数码消费

职场白领注重品质消费，购买3C数码最关注产品质量

质量、功能、价格是职场白领购买3C数码时主要考虑因素；此外，在购买3C数码产品时，产品操作体验更受80后职场白领关注，而95后白领更愿意为颜值买单，注重产品外观设计的人群中，95后职场白领人数居多，同时95后职场白领在购买3C数码产品时也较为关注产品未来的保值率；产品售后服务领域，90后白领在购买产品时较为关注。

2021年中国职场白领购买3C数码产品时考虑因素



样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

职场白领人群3C数码消费

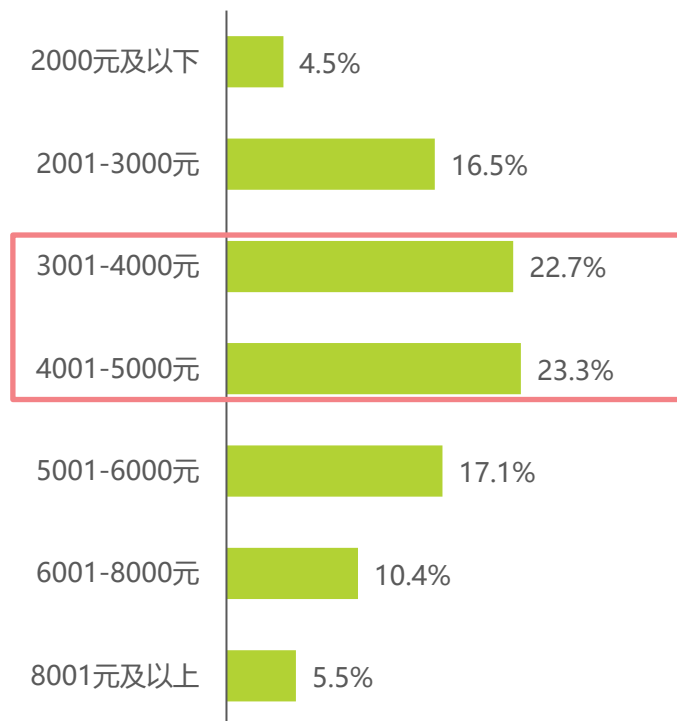
华为、苹果等手机品牌较受欢迎，购机花费多为3千~5千元

职场白领偏好的手机品牌主要有华为、苹果、小米、OPPO等；职场白领购机花费主要集中在3001~5000元，同时还有33%的职场白领购机花费在5000元以上。

2021年中国职场白领偏好的手机品牌



2021年中国职场白领购买手机花费分布



职场白领人群3C数码消费

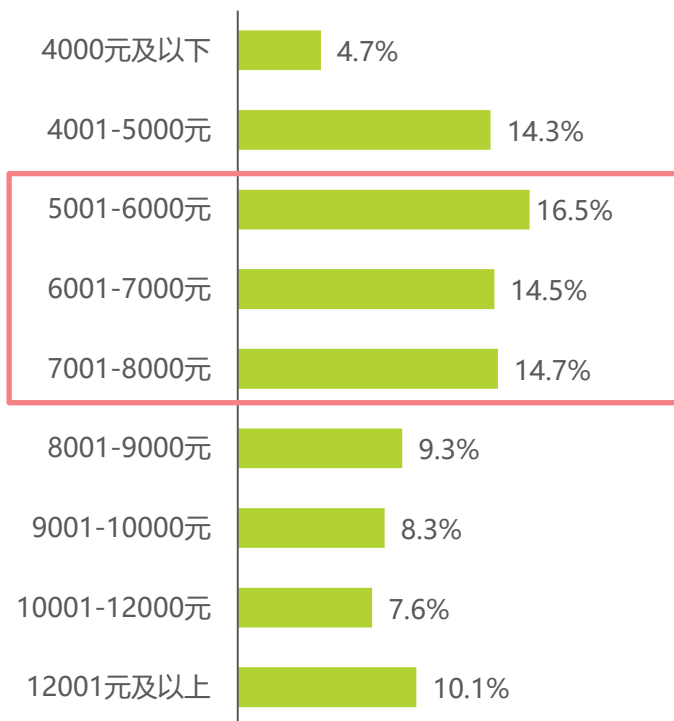
联想、苹果等电脑品牌较受欢迎，购机花费多为5千~8千元

职场白领偏好的电脑品牌主要有联想、苹果、华为、戴尔等；职场白领购机花费主要集中在5001~8000元，同时还有10.1%的职场白领购机花费在12000元以上。

2021年中国职场白领偏好的电脑品牌



2021年中国职场白领购买电脑花费分布



样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

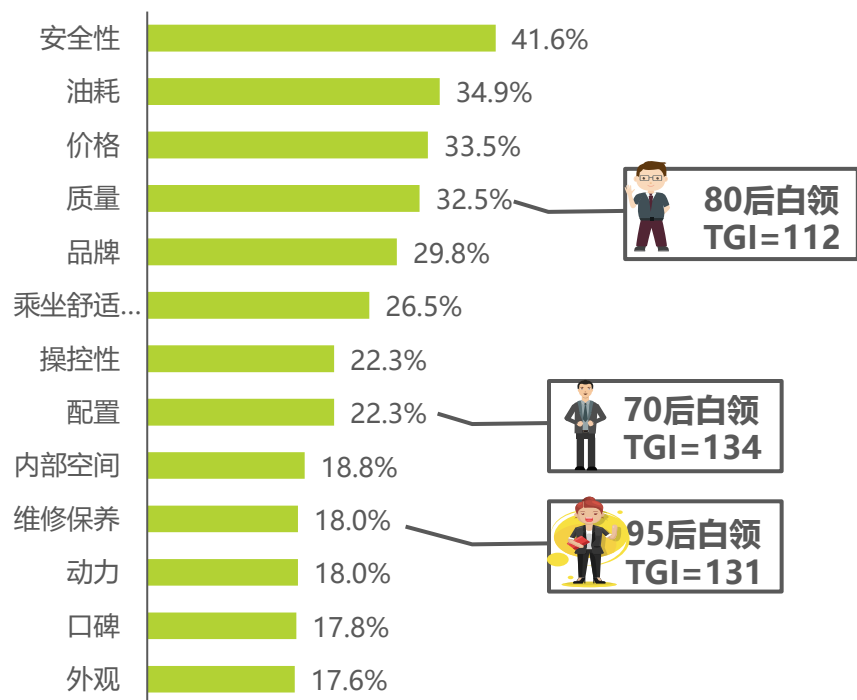
样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

职场白领人群汽车消费

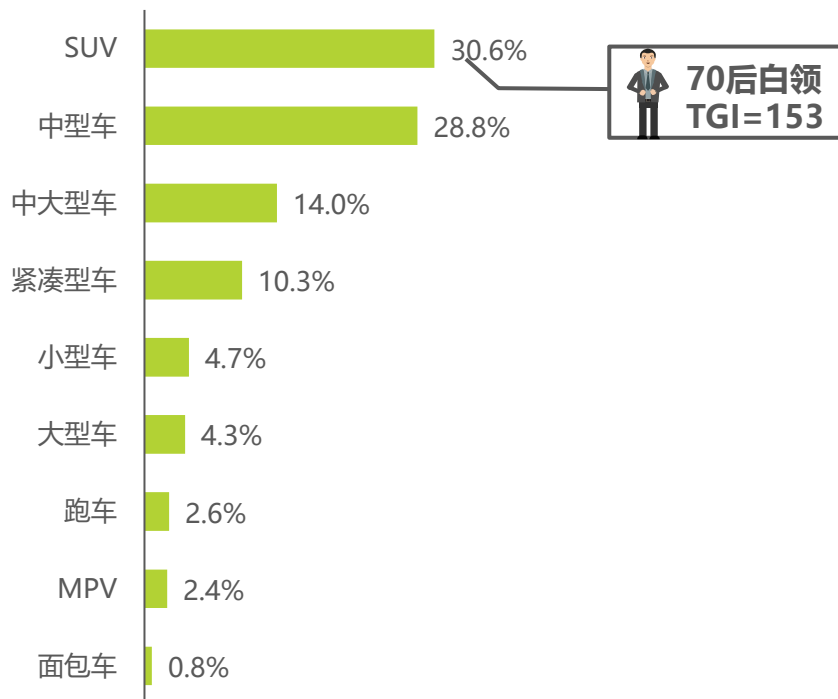
安全性是购车首要考虑因素，SUV和中型车最受欢迎

职场白领购车时考虑最多的三大因素为安全性、油耗和价格；细分不同人群来看，有更多的80后白领购车时看重质量，而关注汽车配置的人群中，70后白领较多，对比而言，95后白领则较为看重购车后的维修和保养服务是否完善。职场白领最喜欢的三种车型：SUV、中型车、中大型车，其中，70后白领更为喜欢SUV。

2021年中国职场白领购买汽车时考虑因素



2021年中国职场白领偏好的汽车类型



样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

职场白领人群汽车消费

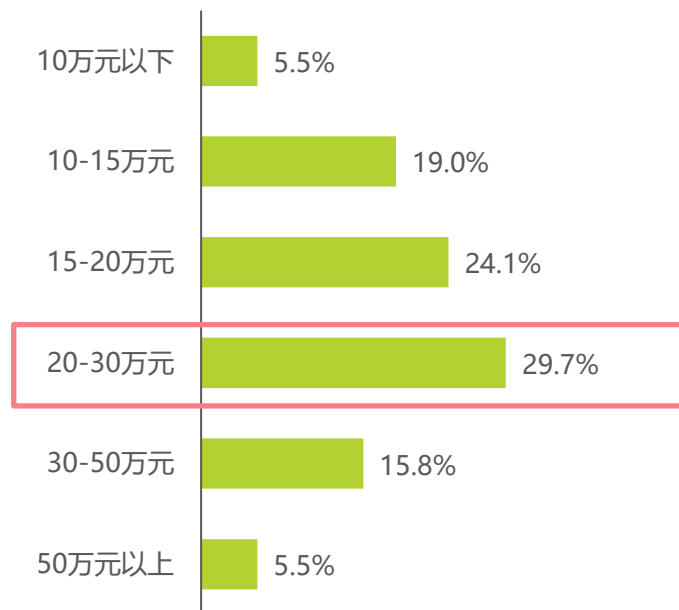
奥迪、宝马等传统豪车较受欢迎，购车花费多为20万~30万元

职场白领偏好的汽车品牌主要有奥迪、宝马、大众、丰田等；职场白领购车花费主要集中在20万~30万元，同时还有21.3%的职场白领购车花费在30万元以上。

2021年中国职场白领偏好的汽车品牌



2021年中国职场白领购买汽车花费分布

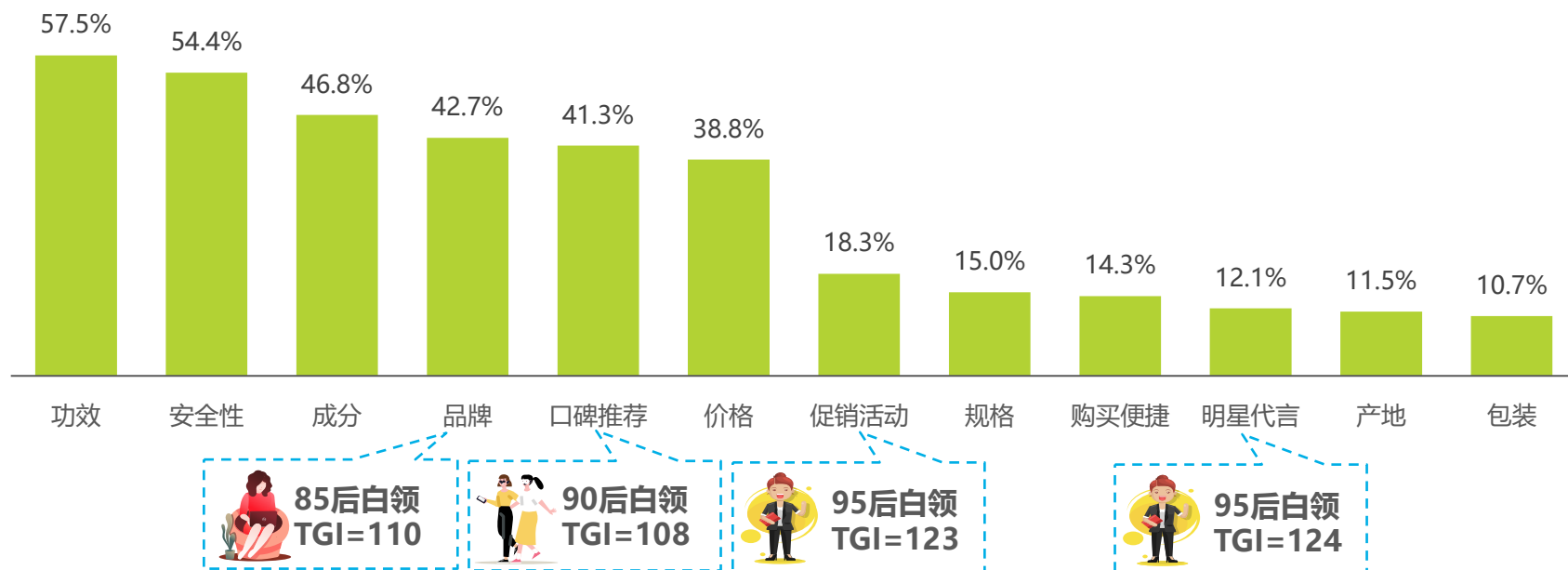


职场白领人群美妆护肤消费

职场白领爱精致护肤，购买美妆护肤品时最关注功效

功效、安全性、成分是职场白领购买美妆护肤品三大考虑因素。分不同人群对比来看，有更多的职场85后白领在购买美妆护肤品时看重品牌因素；而90后职场白领则更容易被安利种草，购买美妆护肤品时，有更多的人会考虑周围朋友和同事的口碑推荐；95后白领相对更看重促销活动和明星代言。

2021年中国职场白领购买美妆护肤产品时考虑因素



样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

职场白领人群美妆护肤消费

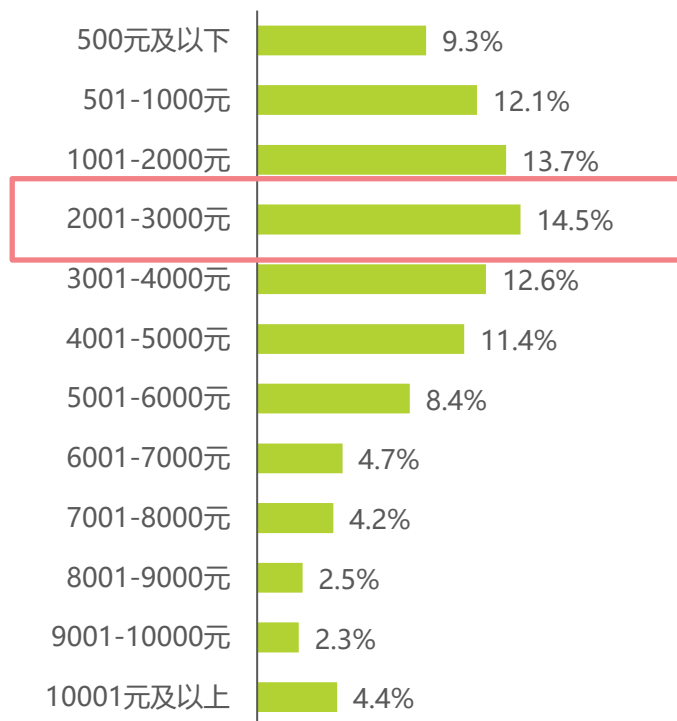
国际&国货美妆护肤品，职场白领各有所爱

美妆护肤国际品牌中，雅诗兰黛、兰蔻、SK-II、巴黎欧莱雅等较受职场白领欢迎；国货品牌中，自然堂、百雀羚最受职场白领青睐。职场白领过去1年购买美妆护肤品花费多为2000~3000元。

2021年中国职场白领偏好的美妆护肤品牌



2021年中国职场白领过去一年购买美妆护肤品花费分布



样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

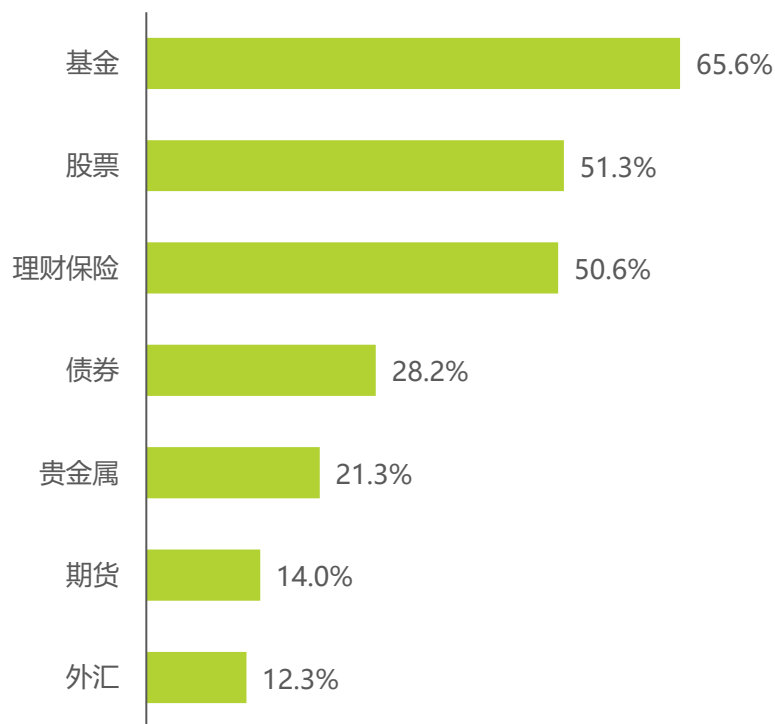
样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

职场白领人群理财偏好

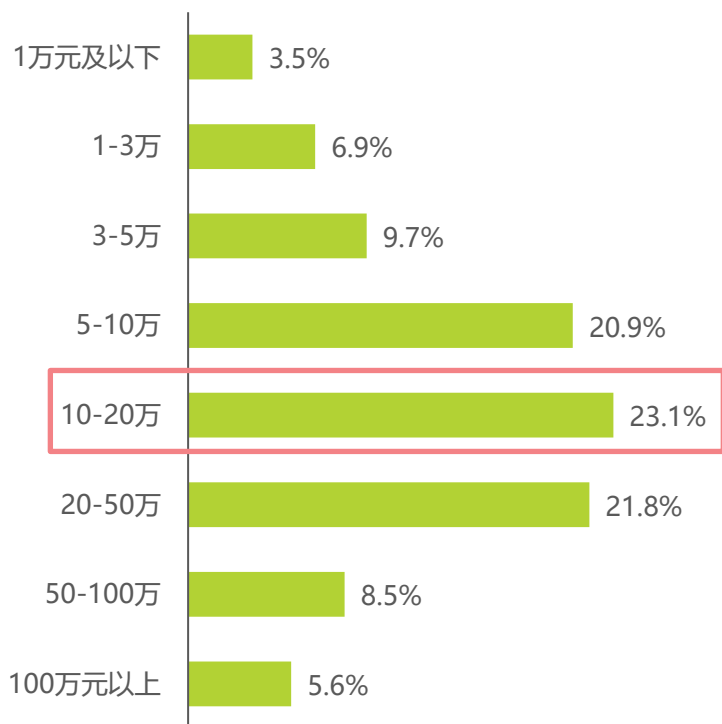
职场白领人群最爱的理财产品是基金，其次是股票

基金、股票是职场白领购买最多的两大理财产品，均有超过一半的职场白领选择购买，其中基金是现阶段职场白领购买最多的理财产品类型；此外，职场白领购买理财产品的金额也较高，多集中在10万-20万元之间。

2021年中国职场白领购买的理财产品种类



2021年中国职场白领购买的理财产品金额



样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

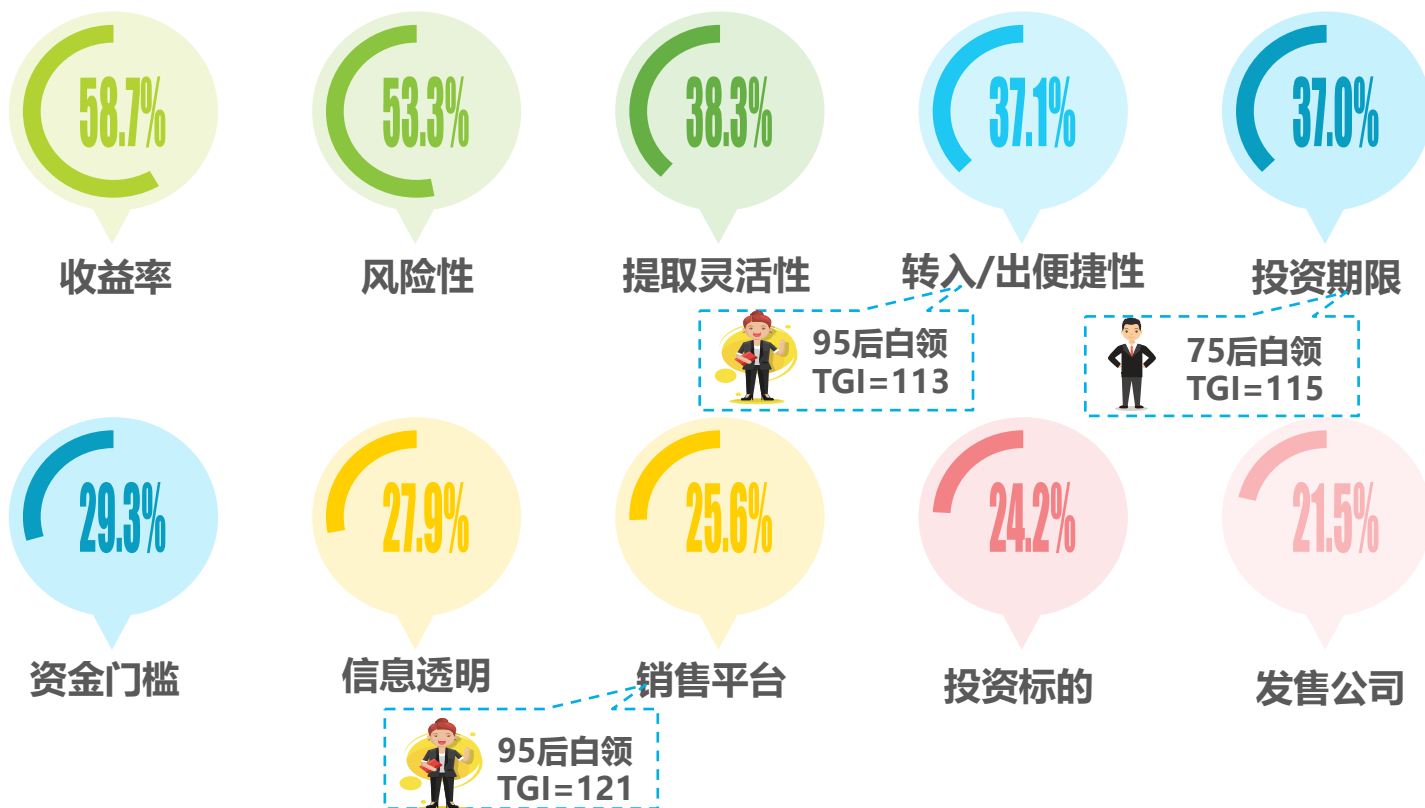
样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

职场白领人群理财偏好

职场白领购买理财产品关心收益率同时，还关注风险性

收益率和风险是职场白领购买理财产品时最主要的考虑因素；此外，理财产品流动性也受到职场白领的关注，诸如提取的灵活性、转入转出的便捷性以及投资期限的长短。分不同人群来看，有更多的95后职场白领在购买理财产品时较为关注转入转出的便捷性以及理财产品销售平台的知名度和合规性，而75后职场白领更为关注理财产品投资期限的长短。

2021年中国职场白领购买的理财产品考虑因素



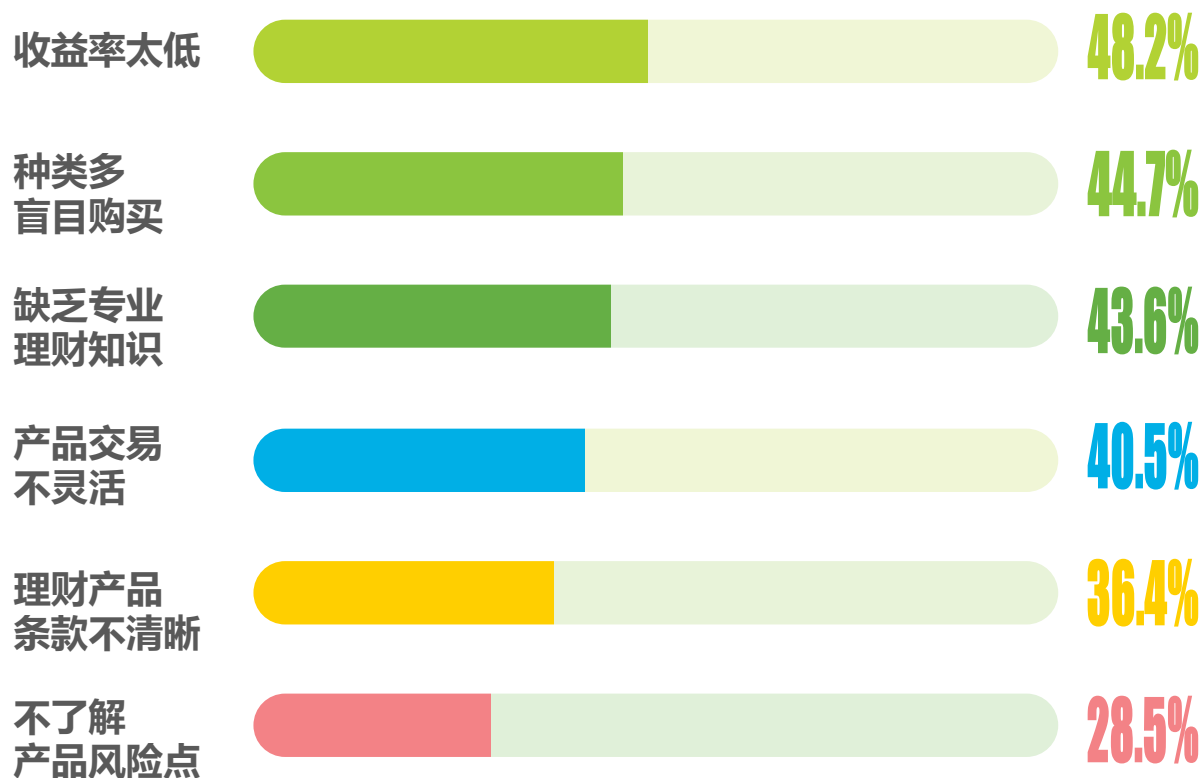
样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

职场白领人群理财偏好

白领人群理财痛点：收益率低、不知如何选择

除了收益率低、不知如何选择之外，缺少专业知识、产品交易不灵活也是白领理财路上的绊脚石。分不同人群来看，95后职场白领中有更多的人在购买理财产品时，面对繁多的产品种类，出现选择困难症，同时还有很多95后职场白领在购买理财产品时不了解产品的风险点，进而造成投资损失。

2021年中国职场白领购买的理财产品购买痛点



95后白领
TGI=133

95后白领
TGI=110

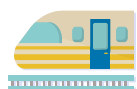
样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

职场白领人群旅游偏好

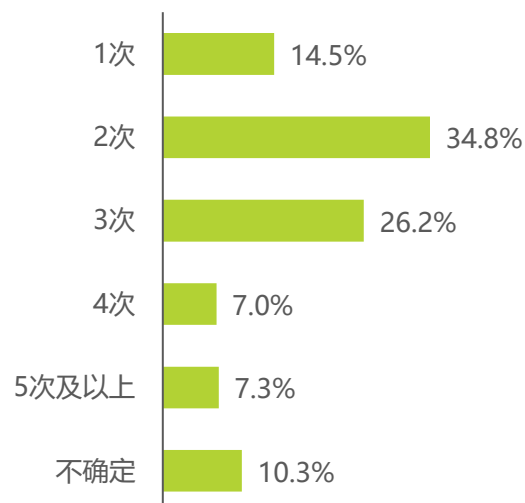
75.3%的职场白领未来1年内计划至少进行2次国内旅游

疫情对出国游影响较大，调研显示即使疫情结束后1年内，大多数白领都不确定是否进行国外旅行，多持观望态度。分不同人群来看，95后职场白领最爱“浪”，未来1年内计划国内游3次以上的人群中，95后职场白领人数最多；疫情后，1年内计划国外游3次以上人群中，依然是95后职场白领人数最多，并且95后白领有很多人过去1年人均旅行花费在2万~3万元。

2021年中国职场白领旅行计划及花费分布



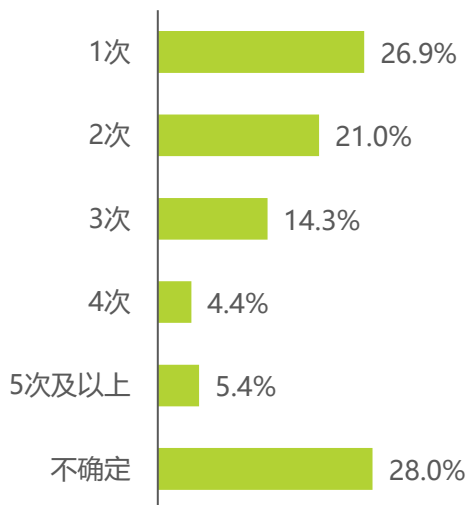
未来1年国内 出游计划



95后白领
未来1年计划国内游**3次**
TGI=147



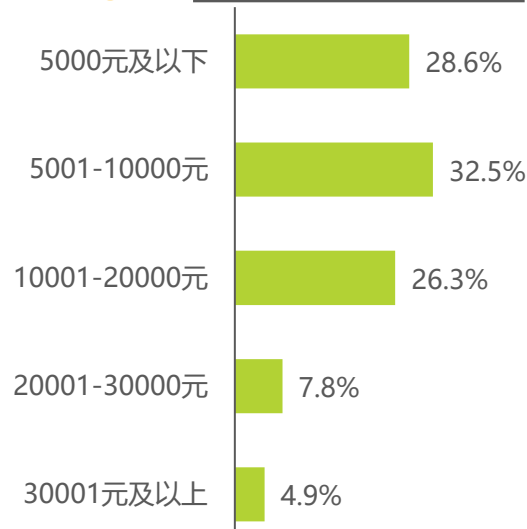
疫情后，1年内 国外出游计划



95后白领
疫情后，1年内国外游**3次**
TGI=192



过去1年 人均旅行消费



95后白领
人均旅行消费**2万~3万**
TGI=152

职场白领人群旅游偏好

踏遍祖国大好河山，追寻历史遗迹

自然风光和历史遗迹是白领旅行打卡地首选；此外，风情古镇，特色主题公园，城市周边度假村和农家乐也越来越受到职场白领的喜爱，逐渐成为心中的旅行打卡圣地。

2021年中国职场白领旅行地点偏好

69.1%

自然风光，山川湖泊



51.5%

历史遗迹



49.8%

风情古镇



44.3%

主题公园



40.5%

度假村，农家乐



38.0%

民族风情村



32.0%

博物馆



样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。



职场白领人群 职场社交篇

职场社交认可度

93%的职场白领对职场社交持积极认可的态度

有43%的职场白领认为职场社交非常重要，在这些人群中，90后职场白领以及一线城市职场白领人数最多。

2021年中国职场白领人群职场社交认可情况



93.0%

认为职场社交
非常重要+比较重要
的占比

- 非常重要：43%
- 比较重要：50%



认为职场社交
非常重要
一线城市白领
TGI=115



认为职场社交
非常重要
90后白领
TGI=112

职场社交重要性

职场社交有助于团队之间更好协作，业务沟通更高效

职场社交还可以增进合作伙伴之间的信任，有助于商业决策，同时在职场社交过程中可以有机会快速学习与工作相关的知识，提升个人能力，此外职场社交有助于拓展人脉资源，帮助自己找到新的工作机会，有助于跳槽和未来的职业发展。

2021年中国职场白领人群职场社交重要性体现

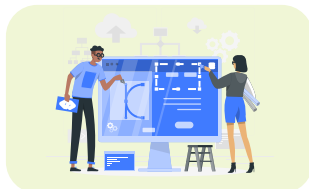
93%

有助于团队之间
更好的协作



92%

业务沟通更高效
有助于制定商业决策



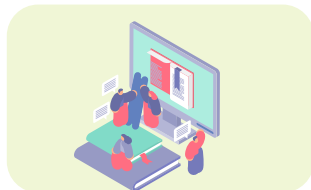
90%

增进合作伙伴
之间的信任



89%

快速学习工作相关知识
有助于个人提升



88%

有助于拓展人脉资源



81%

帮助找到新的工作机会
有助于跳槽换工作



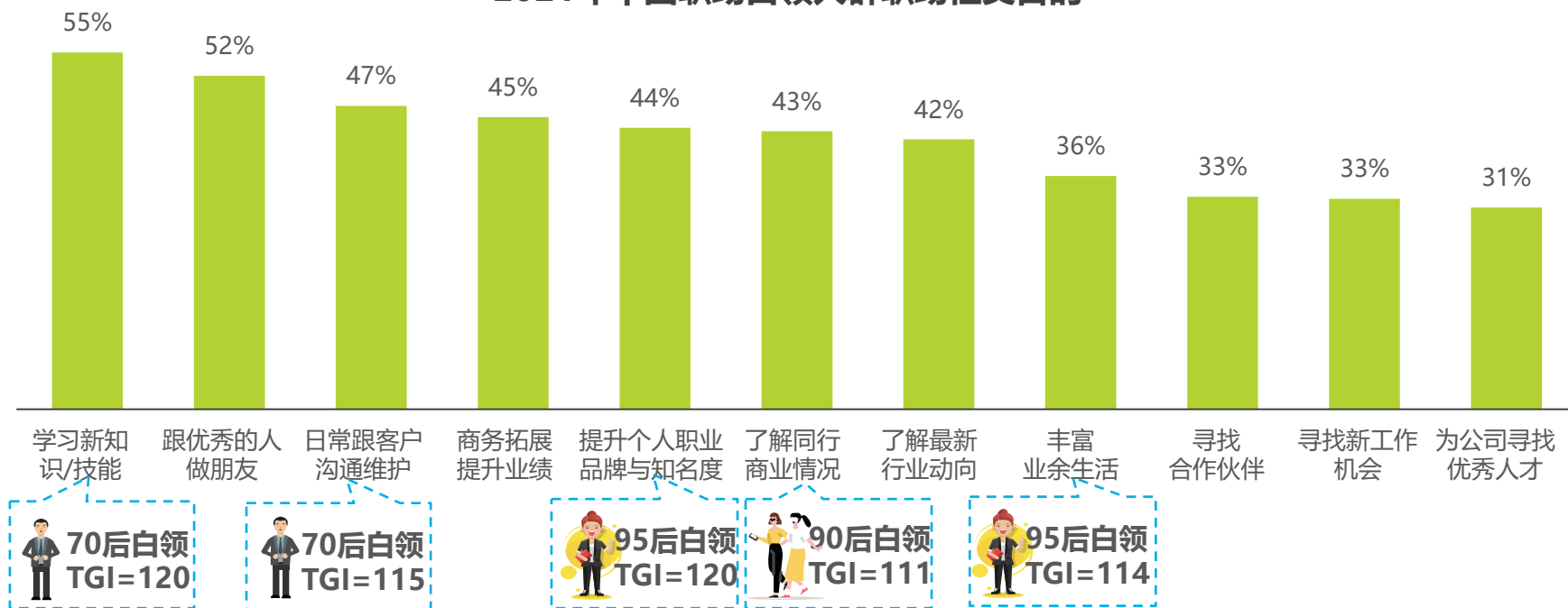
样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

职场社交目的

超过50%白领希望通过职场社交提升学习、与优秀人为伍

有更多的70后职场白领希望通过职场社交学习新知识和技能，增进日常与客户的沟通维系；希望通过职场社交提升个人职业品牌和知名度的人群中，95后职场白领人数较多，此外还有很多95后职场白领希望通过职场社交丰富业余生活；而90后白领中则有更多的人借助职场社交这种方式了解同行最新的商业动态。

2021年中国职场白领人群职场社交目的



样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

职场社交现存问题

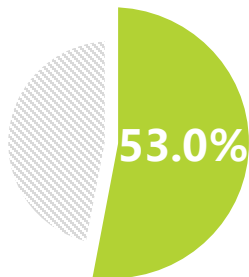
人脉少，很难打开社交圈层是现阶段职场社交主要问题

53%的职场白领认为，现阶段自身人脉少，资源有限，很难打开社交圈层，职场社交拓展难度较大，尤其跨行业圈层的职场社交；同时现阶段的职场社交潜规则多，费心费力，酒桌应酬劳神伤身，无效社交多，挤占个人时间，职场社交体验感较差；除此之外，现阶段职场社交形式单一，很难找到自己感兴趣的社交形式，进而影响职场社交意愿。

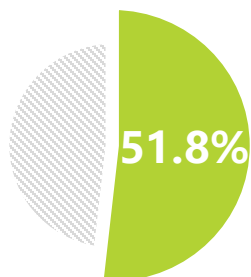
2021年中国职场白领人群职场社交现存问题



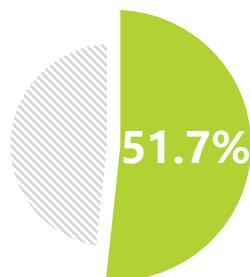
人脉少
很难打开圈子



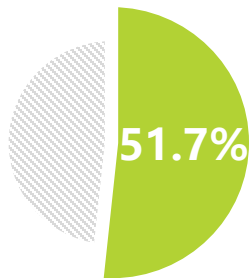
潜规则费心费力



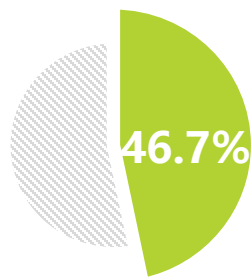
喝酒吃饭KTV
等应酬伤身体



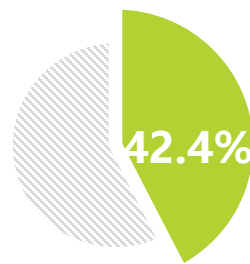
挤占个人时间
效率低下



效果有限
对职业发展帮助小



很难找到自己
感兴趣的社交形式



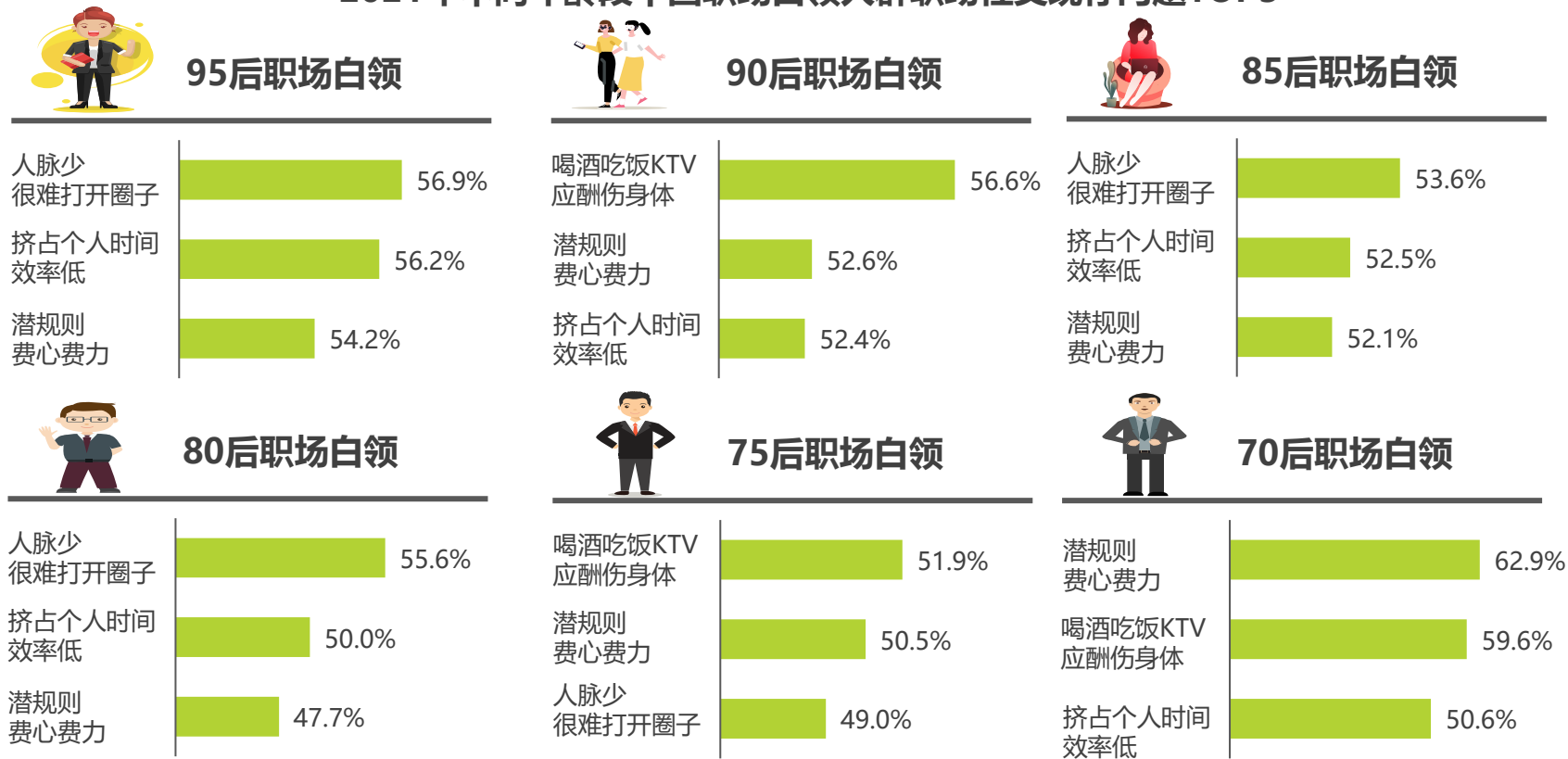
样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

职场社交现存问题

不同年龄段白领职场社交现存问题各异

95后、85后、80后白领职场社交现存的首要问题是人脉资源少，很难打开圈子，其次是职场社交挤占个人时间，效率低下，潜规则费心费力；90后、75后白领职场社交现存首要问题是喝酒吃饭应酬伤身；70后白领则更多人对潜规则诟病多。

2021年不同年龄段中国职场白领人群职场社交现存问题TOP3



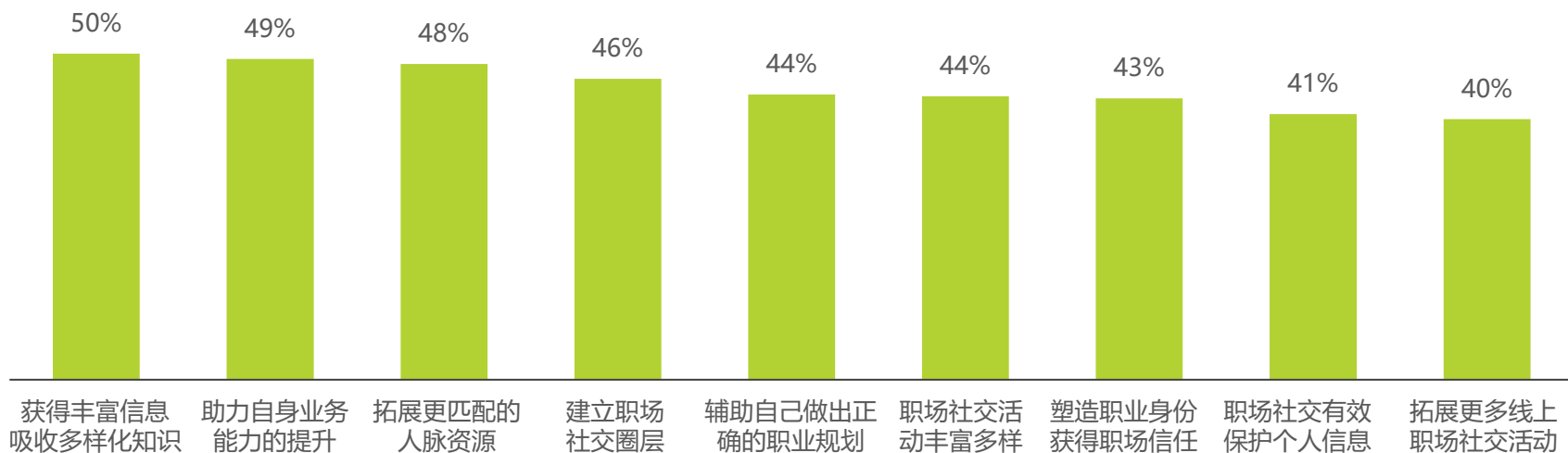
样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

职场社交未来期待

通过职场社交吸收多样化知识，提升业务能力，拓展人脉

职场白领人群职场社交的主要期待有：获得丰富信息以吸收多样化知识、助力自身业务能力的提升；拓展更匹配的人脉资源、建立职场社交圈层、辅助自身职业规划的制定、塑造职业身份和形象、职场社交活动丰富多样，也是期待较多的方面。

2021年中国职场白领人群职场社交未来期待



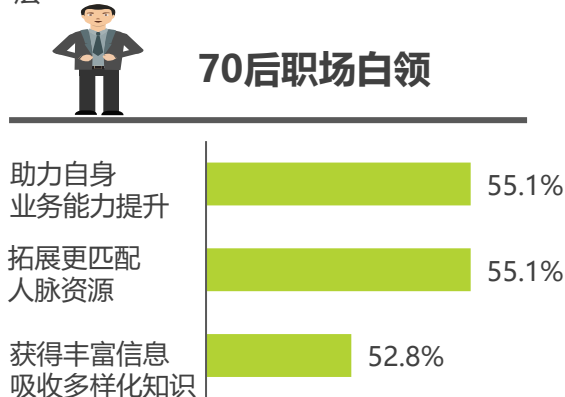
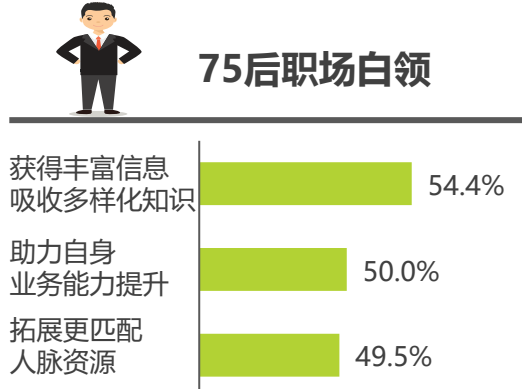
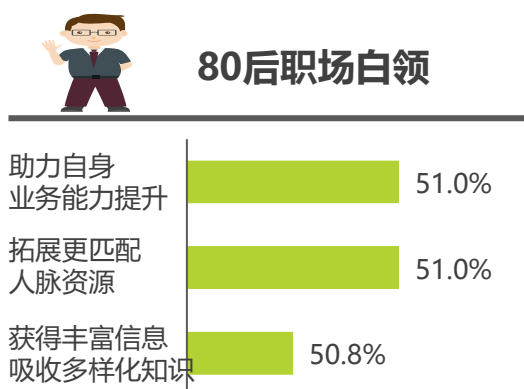
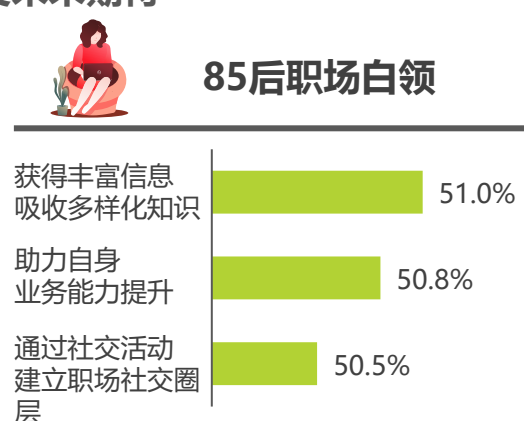
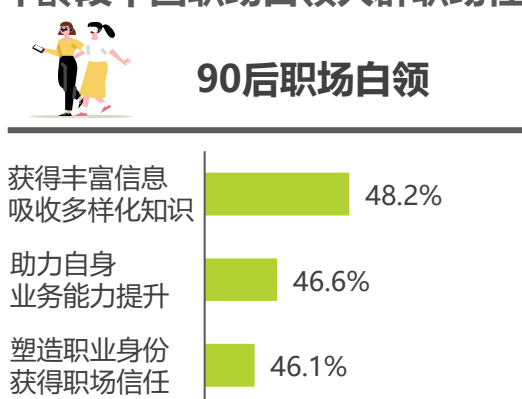
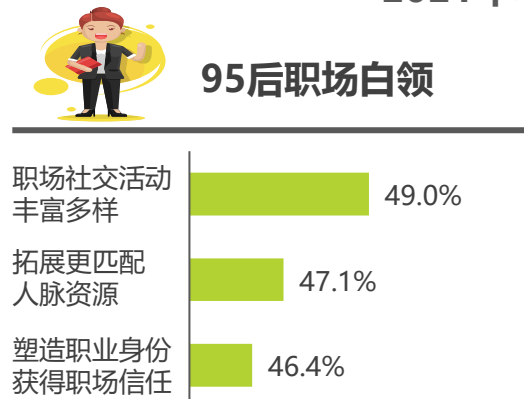
样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

职场社交未来期待

不同年龄段白领对职场社交均有所期待

95后白领希望未来职场社交活动丰富多样，可拓展圈层，获得更匹配的人脉资源，同时打造自身职业形象，获得更多信任；90后白领希望未来可以通过职场社交获得丰富知识，助力自身业务能力的提升；85后白领则更希望通过社交活动建立起自己的职场社交圈层。

2021年不同年龄段中国职场白领人群职场社交未来期待



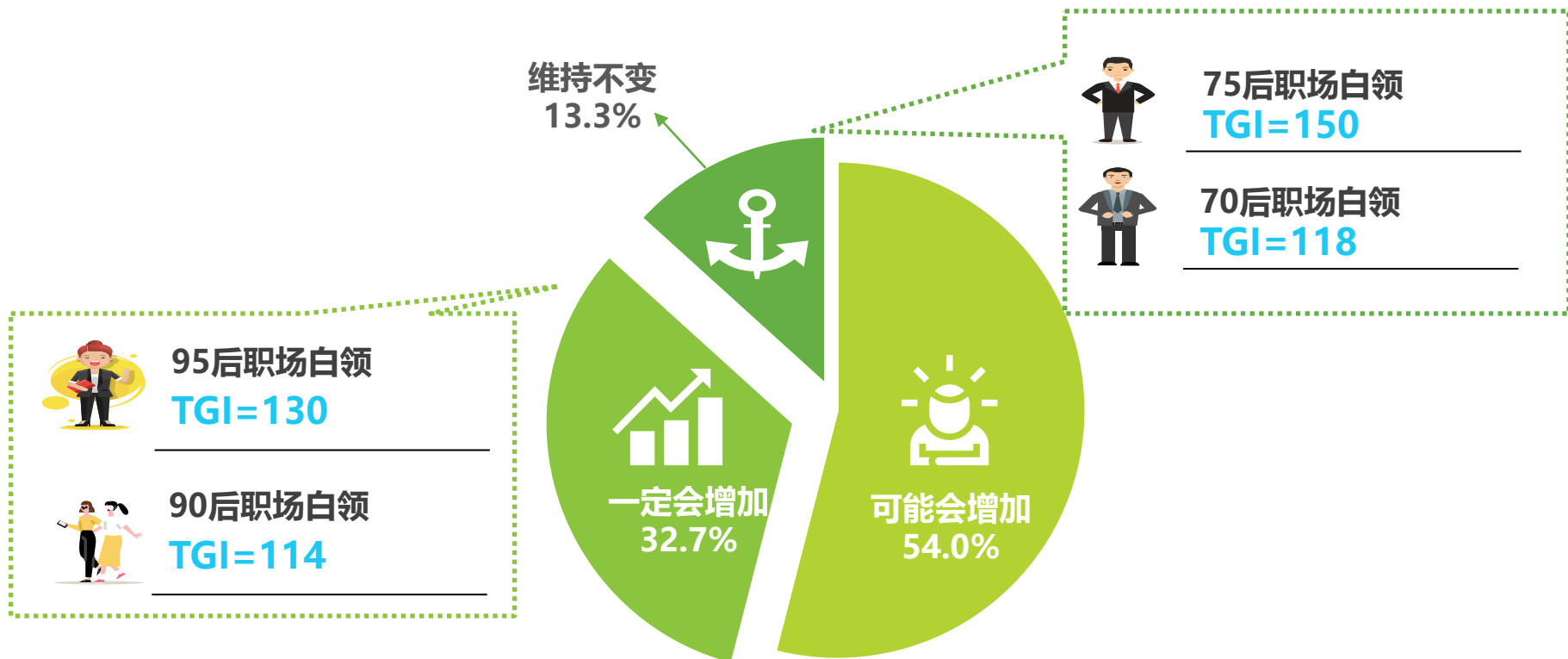
样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。

职场社交未来参与情况

95后/90后年轻白领未来更愿意积极增加职场社交活动参与度

更多的90后、95后年轻职场白领表示未来一定会参加更多的职场社交活动；而相对年长的75后、70后白领则更多的选择维持现有职场社交活动参与度，未来既不增加也不减少。

2021年中国职场白领人群未来职场社交参与情况



样本：中国白领职场社交调研，N=1896；于2021年5月使用艾瑞iClick调研数据获得。



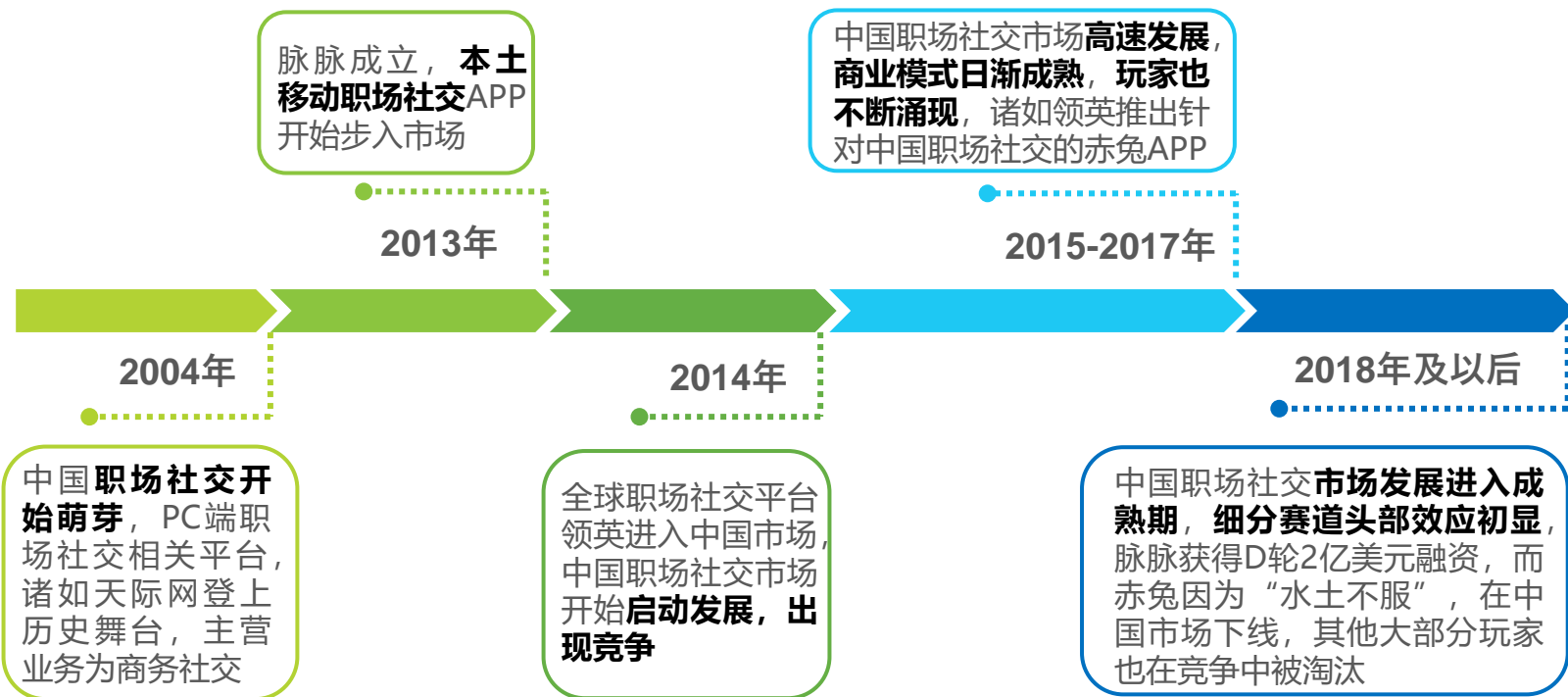
职场社交赛道 发展及未来趋势

职场社交赛道发展

细分赛道发展进入成熟期，头部玩家出线

随着移动互联网的发展，中国庞大的网民基数为线上社交发展提供了用户基础，同时社交场景也不断融合，社交APP也由原来的横向综合发展转变为纵向的垂直深耕，开始细分场景的差异化竞争。新产业、新经济的发展也促进了就业市场的活力，职场社交场景价值凸显，细分赛道迎来发展契机，国内外玩家涌现，2004年市场萌芽期，PC端职场社交平台天际网登上历史舞台，2013年本土移动社交APP脉脉步入市场，2014年国外玩家领英布局中国市场，竞争加剧，市场迎来高速发展期，商业模式也不断成熟，但是随着竞争的优胜劣汰，头部玩家效应初显，市场不断集中，2018年行业领军开始出现。

2021年中国职场社交发展历程



来源：公开资料整理，艾瑞咨询自主研究绘制。

职场社交赛道发展

职场社交赛道，脉脉位居细分行业首位

艾瑞数据于2020年7月份更新了中国移动互联网APP指数，在社交网络类别中，艾瑞数据新增开设“职场社交”赛道；根据数据显示，本土职场社交平台脉脉各类用户活跃数据远超其他玩家，领跑细分行业。

2021年4月中国职场社交APP活跃用户数据

3157 月独立设备数
(万台)

59078 月总使用次数
(万次)

27260 月总使用有效时间
(万分)

中国职场社交APP
独立设备数占比

97% **3%**



脉脉APP 其他职场社交
APP

中国职场社交APP
总使用次数占比

98% **2%**



脉脉APP 其他职场社交
APP

中国职场社交APP
总使用有效时间占比

91% **9%**



脉脉APP 其他职场社交
APP

职场社交未来趋势

趋势一：内容及服务多元的职场生态平台将迎来发展契机

职场社交平台在满足用户基本社交需求基础上，积极深耕职场场景内多元生态，并不断拓宽泛职场生态的可能边界。以脉脉这一职场社交独角兽为例，从职场社交为切入点，不断进行产品和运营的优化升级，拓展多元的服务内容，引领国内互联网职场服务生态发展。

2021年线上化职场社交平台资源生态 (以脉脉APP为例)



职场社交

- 实名认证、真实资料填写注册
- 打通同事、同校、同乡、同行以及共同朋友的五同关系，激活强连接关系网
- 解锁人脉圈层，极速寻找人脉，高效对接决策者



能力提升

- 全方位经营职脉，打造自身官方职业品牌
- 基于社区平台内容，围绕职场话题，实名参与热门主题，用观点制造行业影响力
- 脉课堂助力个人成长，利用碎片化时间充电进阶



平台生态

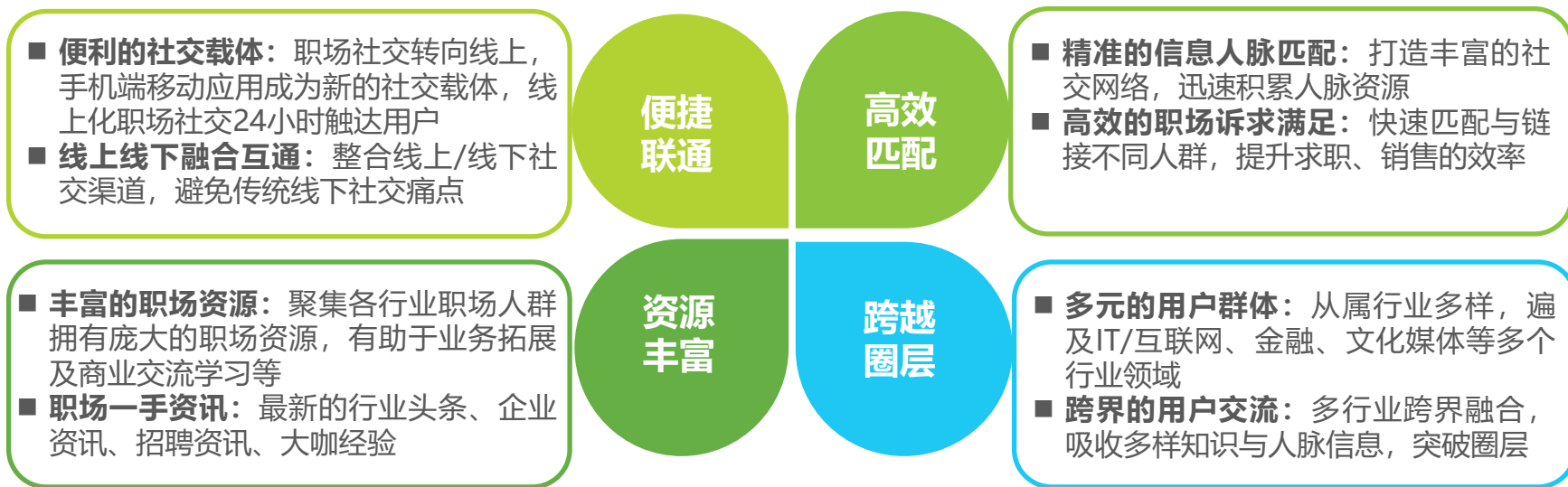
- 头条、实名动态、职言等内容板块集合各行业的最新的资讯动向，可以快速了解行业信息和市场机会
- 招聘、聊天、实名认证等体系，高效精准撮合需求
- 企业号帮助企业建立智能化人才银行

职场社交未来趋势

趋势二：便捷高效、跨圈层的线上职场社交是未来主要形态

未来，具有便捷高效、突破圈层壁垒特点的线上职场社交方式将是职场白领社交的主要形态；通过线上职场社交平台实现信息与人脉的精准、高效匹配，拓展多样化的信息获取渠道，借助多元用户群体的优势，打破行业圈层壁垒，实现各个行业跨圈层的资源与人脉的融合互通，帮助职场白领打造数字时代竞争力。

2021年线上化职场社交平台特点

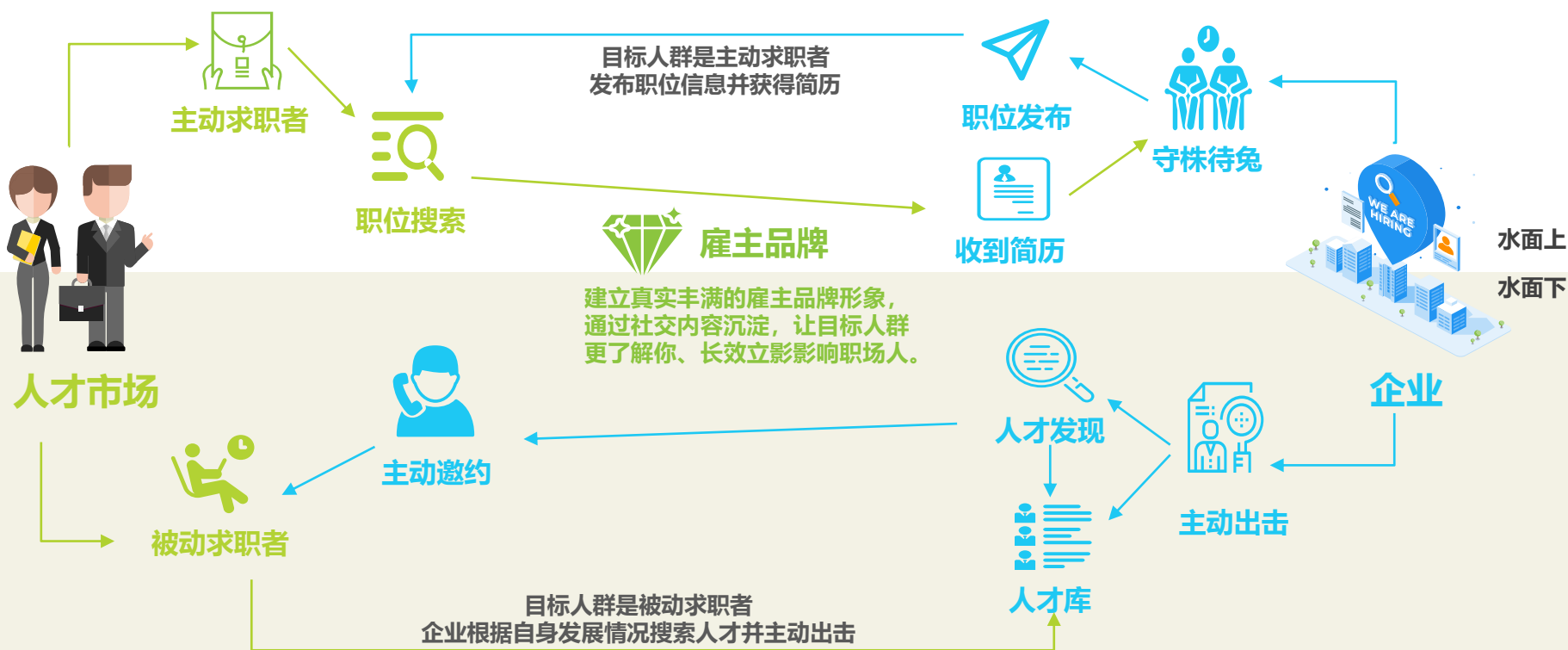


职场社交未来趋势

趋势三：职场社交场景下的社交招聘正成为人才获取新方式

除了个体的成长与人脉拓展外，职场社交平台的兴起催生出了“职场社交 + 求职招聘”的社交招聘新模式。区别于求职者主动投递简历的传统招聘模式，雇主品牌可以通过职场社交平台来吸引、储备和获取有着潜在求职需求的被动求职者，未来也将成为越来越多企业获取中高端人才的重要方式。

社交招聘方法论 (以脉脉社交招聘方法论为例)



来源：艾瑞咨询自主研究绘制。

关于艾瑞




艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

联系我们 Contact Us

 400 - 026 - 2099

 ask@iresearch.com.cn



企 业 微 信



微 信 公 众 号

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。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询