



# MAP 职业性格测验 2.0

常模与行业对标说明

专业版

# 目录

● 背景	2
● 常模与行业对标	3
● 常模群体抽样标准	5
● 常模人群分布	9
● 组间比较	17
● 对标服务行业列表	28
● 附录	34

# 背景

本手册是 MAP 技术手册的补充文档，目的是系统地介绍 MAP<sup>2.0</sup> 的常模更新流程、常模人群分布和行业对标情况等。MAP<sup>2.0</sup> 自 2019 年上线使用以来积累了 80 万左右的测评数据，客户分布在全国各个行业。为了使 MAP 为客户提供更精确的、跟得上时代发展的测评结果，基于当下职场人群的测评数据进行常模更新是非常重要的一个环节。

MAP 研发团队根据 MAP 的使用场景和人群特点，制定了三个版本的常模：社招版、校招版和管理者版。行业对标的版本与 MAP 的标准报告版本划分一致，共有五个版本：“大学生通用版<sup>2.0</sup>”、“管培生版<sup>2.0</sup>”、“高潜人才版<sup>2.0</sup>”、“通用版<sup>2.0</sup>”和“管理者版<sup>2.0</sup>”。

本手册内容包括：界定常模和行业对标的概念，同时明确它们的使用场景；对常模制定的相关标准和流程进行基本说明；以图表形式呈现三个常模群体在人口学信息上的分布；对 MAP 的 24 个性格维度在不同人口学上的特点进行组间比较与分析，以了解 MAP 在人群上的总体趋势；提供各行业对标版本内的行业分类列表，方便查找支持行业对标定制服务的行业有哪些。

# 常模与行业对标

---

## 常模

常模是用于解释候选人原始量表分数水平在一批代表性人群中相对位置的参照标准，常模参照测验是使用常模进行分数标准化的测验，MAP<sup>2.0</sup> 测验是常模参照测验的一种。

用来制定常模的常模人群通常是广泛的、具有普遍代表性的，通过常模转换将候选人的分数进行标准化，就能得到一个可在同一尺度范围内进行比较的标准分数，这样不同候选人的分数或同一候选人不同量表的分数就具有了可比性，测评使用者进而可使用该标准分数进行人才选拔、人才盘点等活动。

基于不同的招聘场景和招聘对象，MAP<sup>2.0</sup> 制定了校招版、社招版和管理者版三个版本的常模，其中校招版常模用于“大学生通用版<sup>2.0</sup>”和“管培生版<sup>2.0</sup>”报告，社招版常模用于“高潜人才版<sup>2.0</sup>”和“通用版<sup>2.0</sup>”报告，管理者版常模用于“管理者版<sup>2.0</sup>”报告。这三个版本的常模样本取自全国各个行业的候选人群体，分布良好，对校招、社招和管理者候选人群具有较强的代表性。

---

## 行业对标

常模分数体现的是候选人与普遍人群的比较结果，但我们的客户通常期望能看到候选人与**特定行业**人群水平的差异，MAP 的行业对标（Benchmark）服务正是为满足此类需求而开发。

**MAP 的行业对标值**为某一特定行业内的一批有代表性的人群在性格特征或胜任力潜质上得分的平均水平，测评报告上加注行业对标值可以更直观地看到候选人的水平是其所在行业的情况。目前，MAP<sup>2.0</sup> 的五个报告版本均在性格特征和胜任力潜质模块有其对应的行业对标值。

行业群体的设置通常不像常模群体有严格的标准，它的样本量可以较小，但需要避免仅使用某特定客户的数据作为该行业的代表人群，因为特定客户吸引的候选人可能具备一定的组织特点。

考虑到企业数据保密的要求，目前 MAP<sup>2.0</sup> 的对标服务不支持选择对标某个特定组织，仅支持对对标服务名单内的行业进行对标。

# 常模群体抽样标准

## 样本量

常模样本量的取值范围没有固定的标准，一般来说取样误差与样本大小成反比，但如果常模群体的代表性足够好，样本量的增加并不会明显增加常模值的精度。通常来说，标准化性格测验的全国性常模样本量应在 2000-4000 人之间。

同时常模群体应尽可能全面覆盖到 MAP<sup>2.0</sup> 客户所在的行业。最终 3 个版本的常模样本量分别为，校招版为 21870 人，社招版为 7769 人，管理者版为 723 人。

## 人口学信息

### 性别

根据国家统计局发布的资料，我国人口在 2014~2018 年间的性别比例如表 1 所示。可以看到，随时间的推移比例差距有略微缩小的趋势。性别比例是生物学指标，受其他因素的影响不大。因此，参考此资料，我们将常模群体中性别比例的标准设定在 51（男）：49（女）左右，抽样时依据此标准进行抽样，最终各版本常模群体实际的性别比例详见第四部分“常模人群分布”。

表 1 我国人口在 2014~2018 年间的性别比例

	2018 年	2017 年	2016 年	2015 年	2014 年
男性	51.13%	51.17%	51.21%	51.22%	51.23%
女性	48.87%	48.83%	48.79%	48.78%	48.77%

---

## 学历

我们将候选人的学历分为 5 级：高中及以下、专科、本科、硕士研究生和博士研究生。在对学历的抽样比例进行设定时，参考国家统计局发布的资料，结合 MAP<sup>2.0</sup> 的实际数据情况和旧版本 MAP 的常模情况，常模群体的学历抽样比例设定在以下数值附近：

校招：47（本科）:50.4（硕士研究生）:1.2（博士研究生）:1.4（其他）

社招：50（本科）:43（硕士研究生）:4（博士研究生）:3（其他）

最终各版本常模群体实际的学历比例详见第四部分“常模人群分布”。

---

## 年龄

校招版：18~31 岁，峰值/众数在 22~25 之间。

社招版：18-60 岁，峰值/众数在 25~29 之间。

管理者版：26-56 岁，峰值/众数在 30~40 之间。

最终各版本常模群体实际的年龄分布详见第四部分“常模人群分布”。

## 行业

行业是指从事相同性质经济活动的所有单位的集合。MAP<sup>2.0</sup> 线上数据的行业分类以前程无忧数据系统内的行业分类为标准，智鼎优源行业对标手册中的行业分类是在前程无忧行业分类的基础上，参考《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），进一步划分得到的。

在此次常模更新过程中，我们根据行业的群集特点，将行业分类进一步分为八大行业集群，其中“农/林/牧/渔”和“多元化业务集团公司”内仅包含一个行业。行业分类与行业集群之间的对应关系表见附录 1。

1. 咨询及专业服务
2. 金融业
3. 互联网，计算机，通信
4. 教育，政府，健康，非盈利
5. 营销，消费服务
6. 制造业，加工业，建筑业，运输业
7. 农/林/牧/渔
8. 多元化业务集团公司

常模抽样的行业比例的制定主要结合两大资料作为基础：

1. MAP<sup>2.0</sup> 已有测评数据中各个行业的占比情况和八大行业群的分布情况。
2. 中国统计年鉴（2019）中城镇单位就业人员中各行业人员的比例（统计表格见附录）。



最终各版本常模群体实际的行业和行业群的分布详见“常模人群分布”。

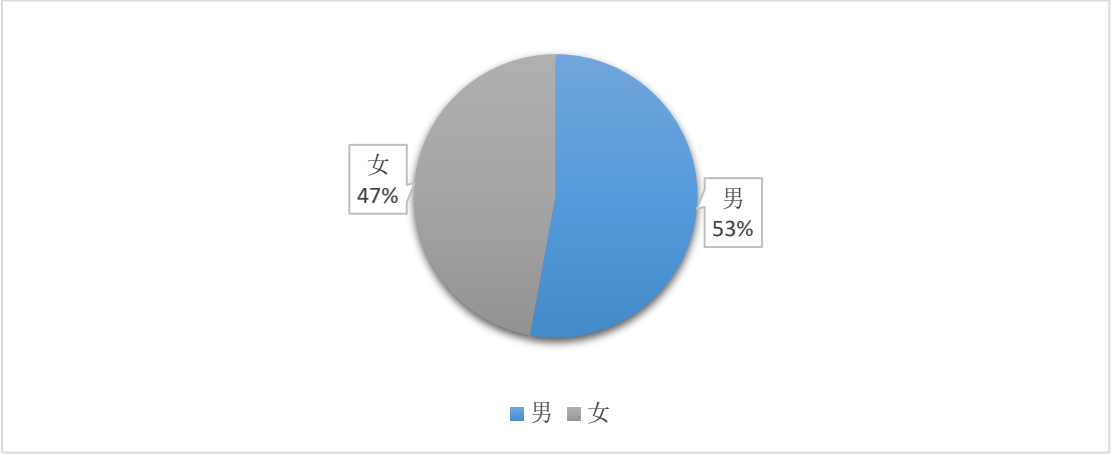
## 抽样总体原则

为了最大化保障常模群体的代表性，在构建常模群体时，我们首先依据各种权威发布的统计资料，结合 MAP<sup>2.0</sup> 已有测评数据情况拟定了抽样比例标准，该标准同时考虑了性别、学历、年龄、行业、行业群这五种数据的背景信息。最终抽样时在各个抽样阶段内主要采用了随机抽样和分层抽样两种方法。

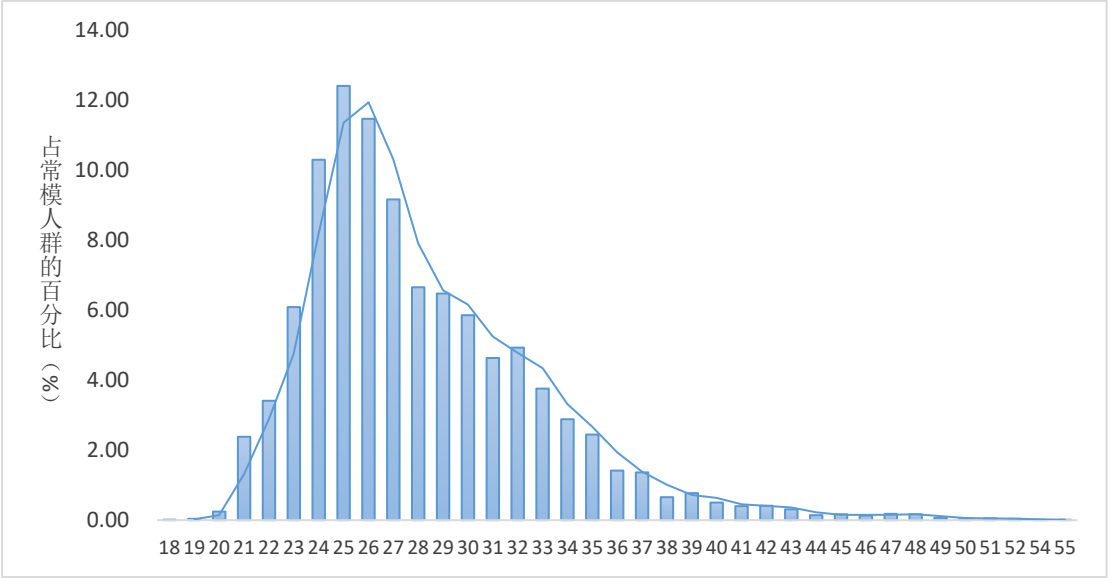
# 常模人群分布

## 社招-常模群体

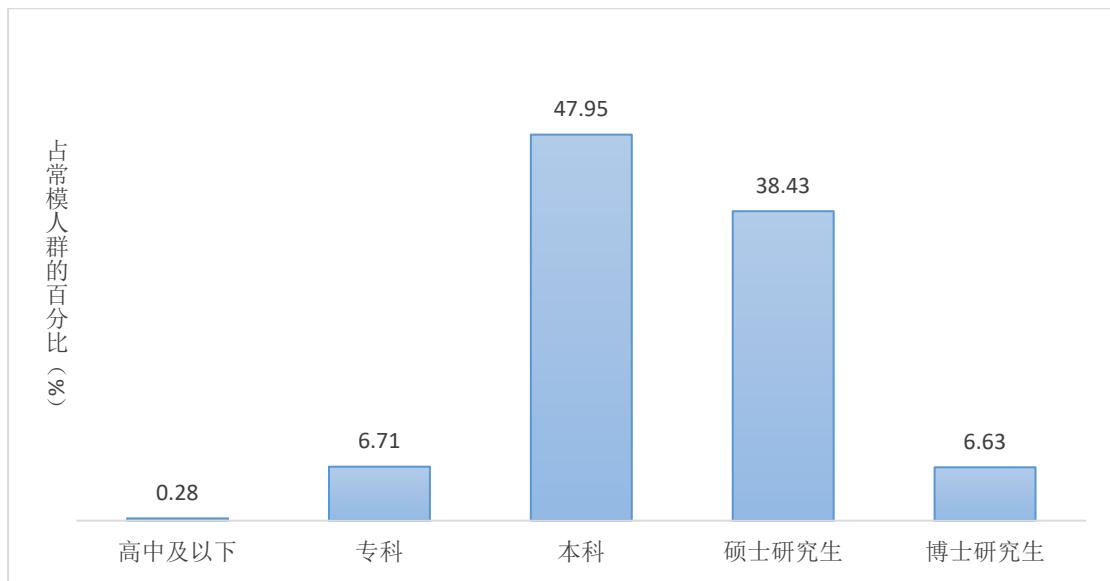
### 性别分布



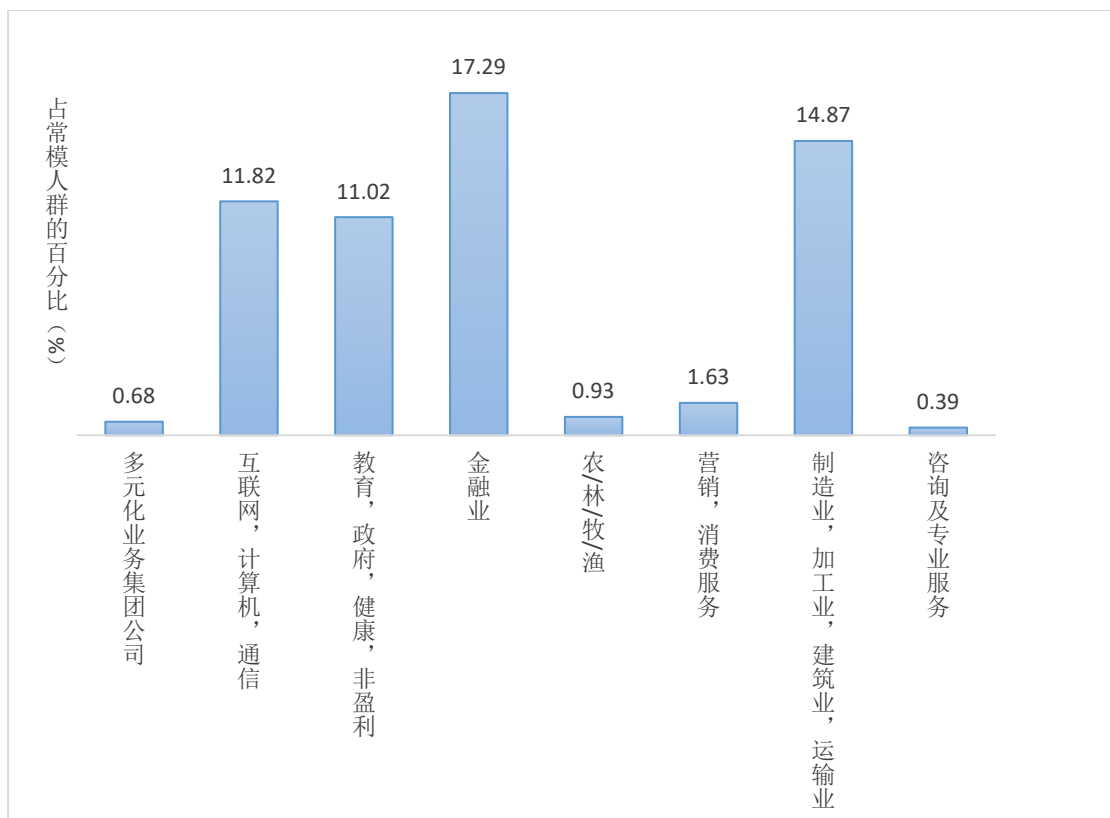
### 年龄分布



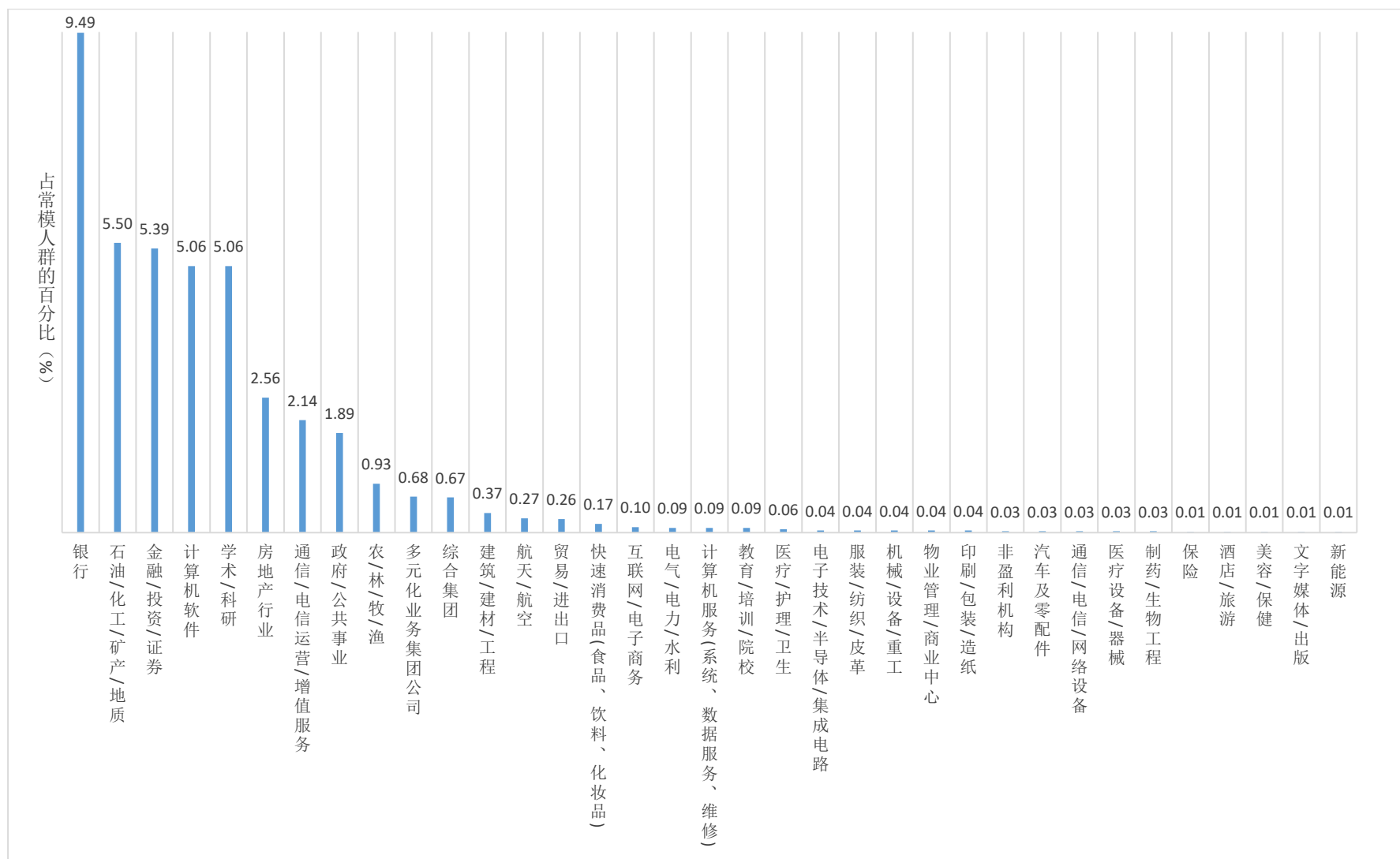
## 学历分布



## 行业群分布

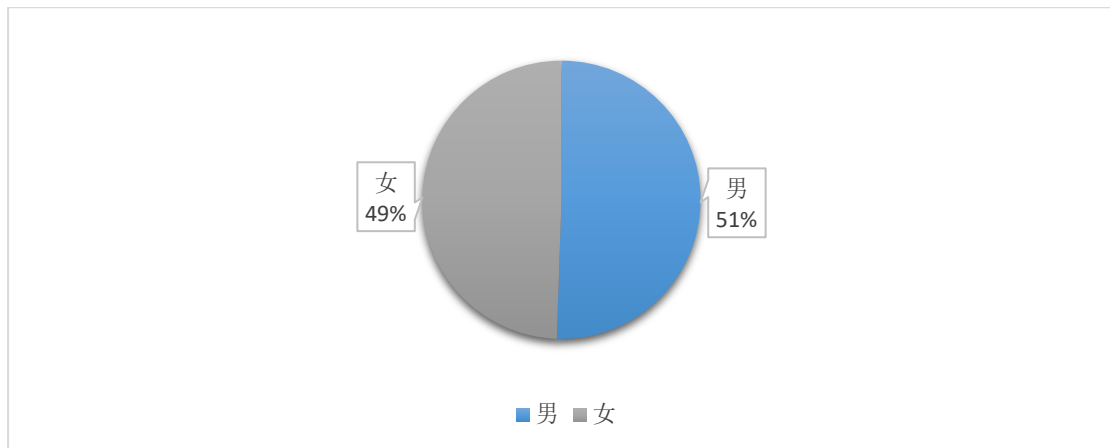


## 行业分布

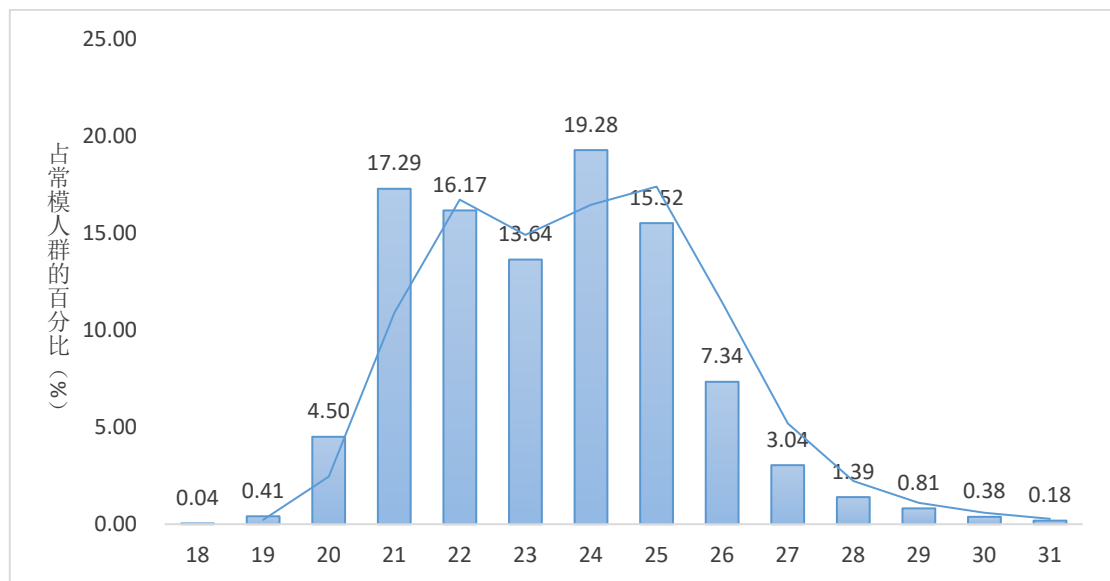


## 校招-常模群体

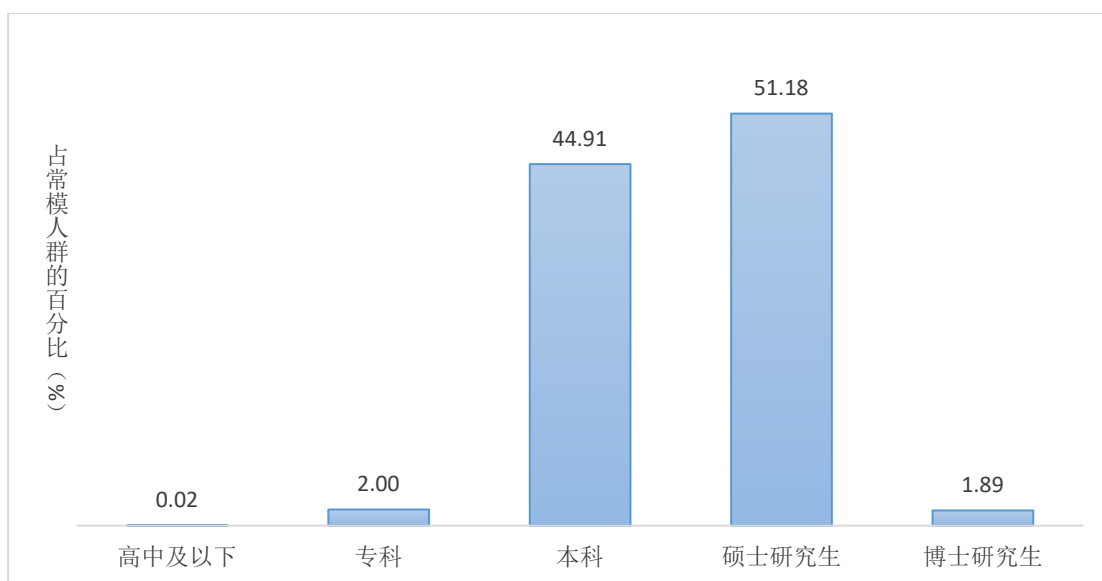
### 性别分布



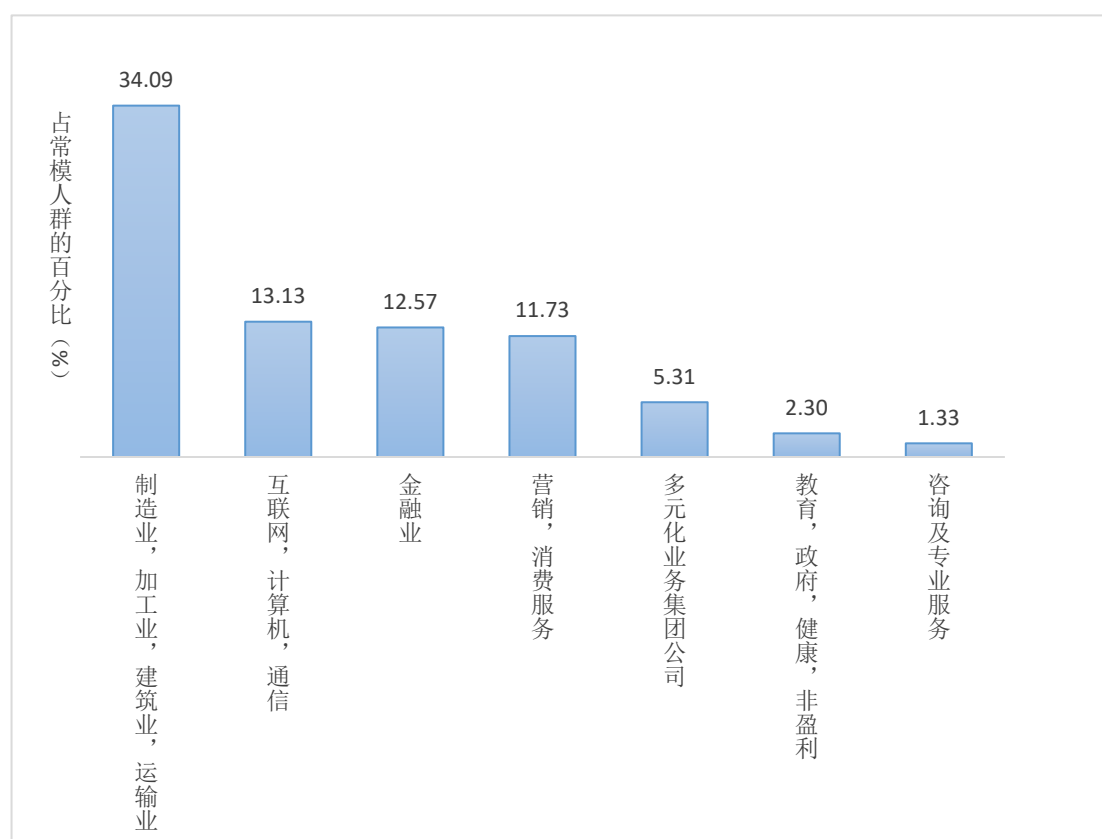
### 年龄分布



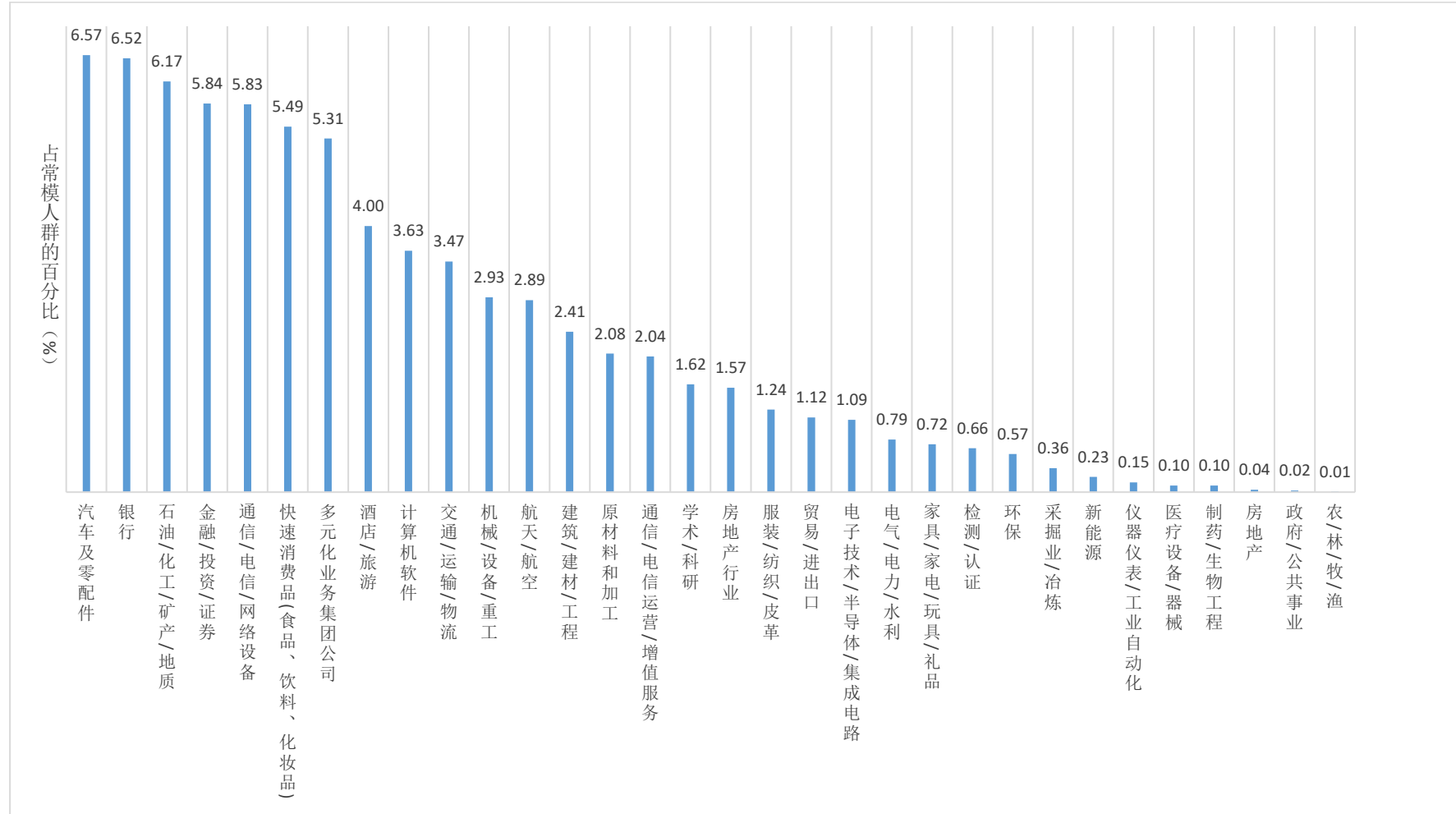
## 学历分布



## 行业群分布

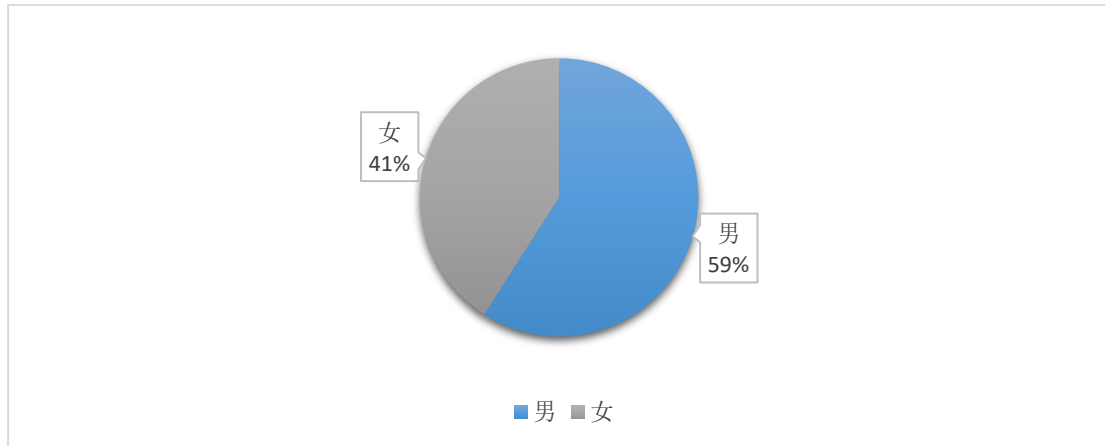


## 行业分布

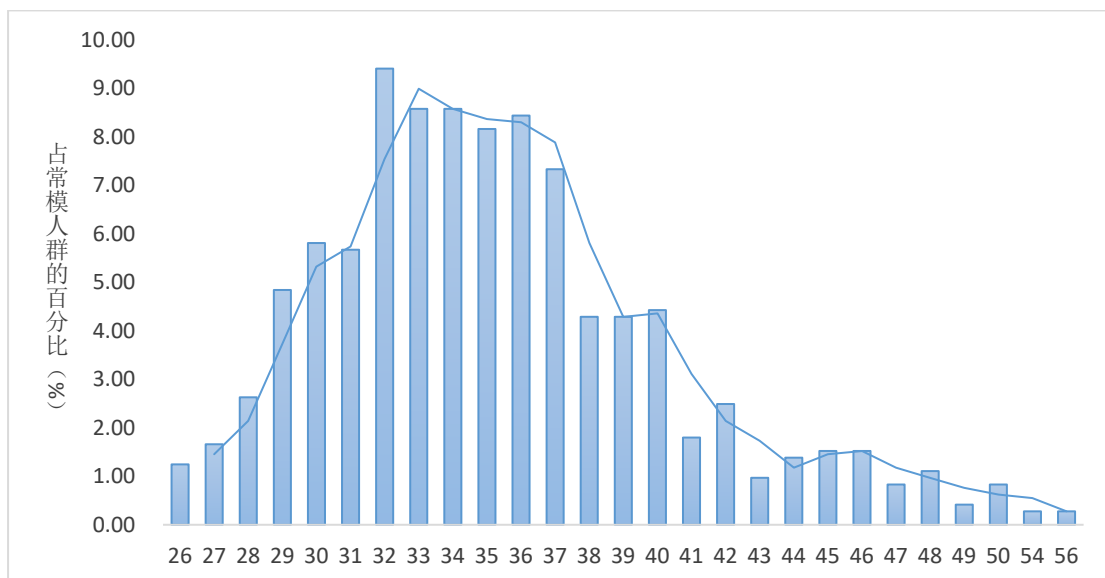


## 管理者-常模群体

### 性别分布

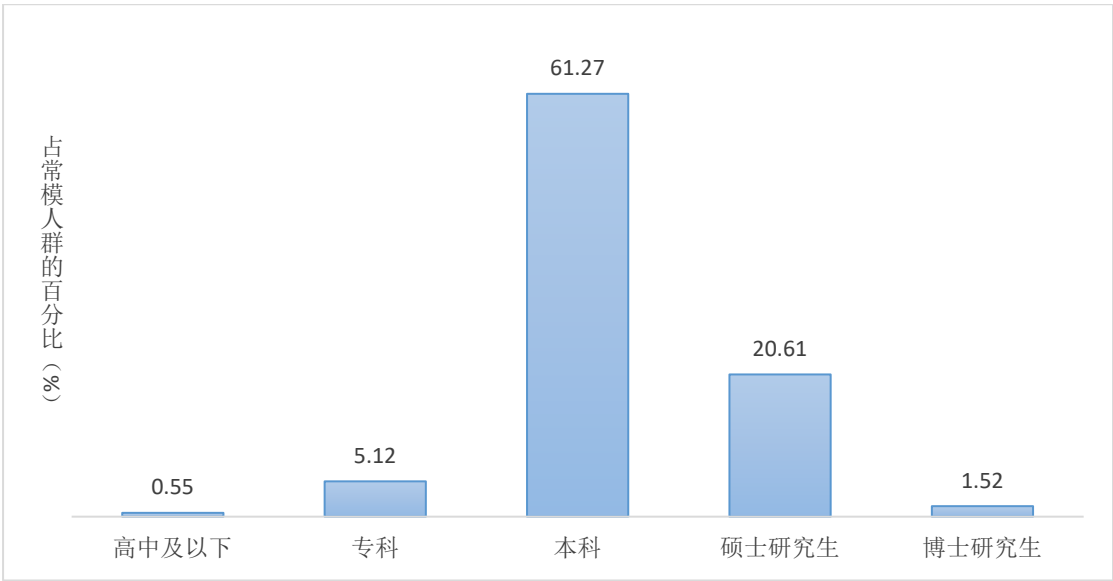


### 年龄分布

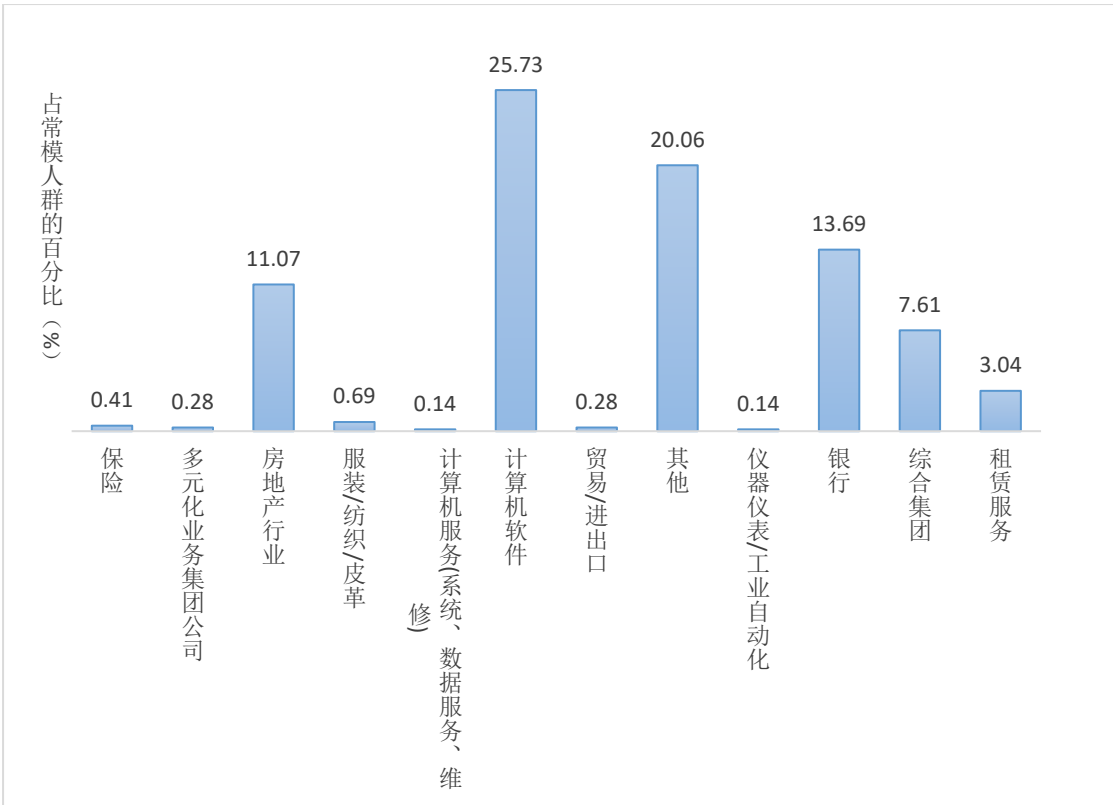




## 学历分布



## 行业分布



# 组间比较

## 组间比较目标与基本介绍

我们使用常模群体数据进一步挖掘 MAP<sup>2.0</sup> 中 24 性格维度分数在 4 类人口学变量（性别、学历、年龄、行业群）上的差异信息，期望能为后续 MAP<sup>2.0</sup> 的相关拓展服务提供参考。

通过假设检验我们可以知道样本统计量之间是否存在显著性差异，而差异的多少可通过效果量（effect size）来衡量，从而辅助做出更为准确的差异推断。Cohen (1988) 制定的效果量水平的范围标准为：低 (0.2)，中等 (0.5)，大 (0.8)。

结合显著性检验结果和效果来分析组间差异时，会出现以下四种情况：

- 1、大效果量和差异显著，说明结论可靠度较高；
- 2、大效果量但差异不显著，可增加样本量再做分析；
- 3、小效果量和差异显著，结论可靠度有待商榷，谨慎推广结论；
- 4、小效果量和差异不显著，考虑放弃此结论。

效果量越大说明量表分数在该分组变量上越具有差异性。

对于两组之间的差异比较（T 检验）效果量，计算公式为：

$$d = \frac{\mu_1 - \mu_2}{\sigma}$$

对于多组之间比较的效果量，我们采用多元回归模型中的偏 $\eta^2$ 。

偏  $\eta^2$  是某变量对因变量变异所做出贡献的大小，即某自变量对因变量的影响效果量，计算公式为：

$$\text{partial}\eta^2 = \frac{SS_{effect}}{SS_{effect} + SS_{error}}$$

对于 one-way ANOVA，偏  $\eta^2$  等价于  $\eta^2$ ：

$$\text{partial}\eta^2 = \frac{SS_{effect}}{SS_{total}}$$

在检验年龄与量表分数之间的关系时，同时测查了各量表分数与年龄之间的相关系数和其在分段年龄的均值差异（年龄分段标准：低于 30 岁/大于 30 岁）。

对于不同性别之间的差异，使用独立样本 T 检验方法和 d 效果量指标。

对于不同行业群和学历之间的差异，采用偏  $\eta^2$  效果量指标。

在比较性别、学历和行业群的差异时，将在不同的常模人群内分别进行，其中管理者版常模人群不包含行业群比较。

年龄的分析将合并三个版本的常模人群。

## 性别比较

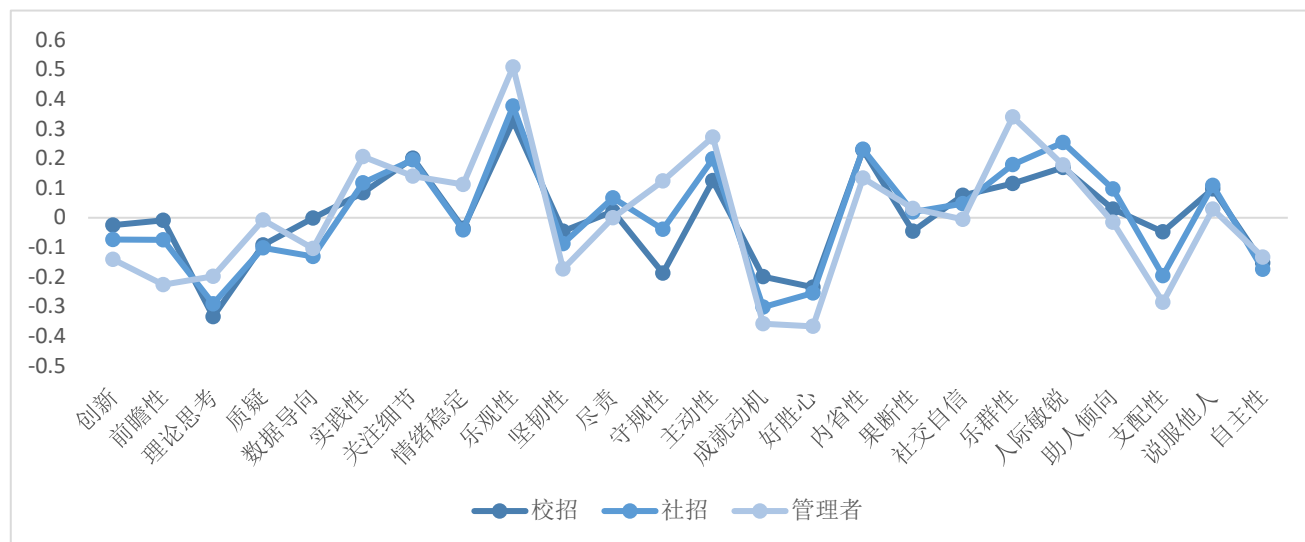
### 性格维度在不同常模人群上的性别差异（均值）

效果量颜色标记：

Small: 0.2-0.5 Medium: 0.5-0.8 Large: >0.8

常模版本	校招			社招			管理者		
人数	10816	11054		3658	4111		296	427	
年龄	23.12	23.56	效果量 ( <i>d</i> )	27.67	28.37	效果量 ( <i>d</i> )	34.55	35.86	效果量 ( <i>d</i> )
性别	女	男		女	男		女	男	
创新	5.11	5.16	-0.02	5.06	5.20	-0.07	5.10	5.36	-0.14
前瞻性	6.52	6.53	-0.01	6.51	6.63	-0.07	6.50	6.85	-0.23
理论思考	4.85	5.41	-0.33	5.02	5.51	-0.29	4.86	5.18	-0.20
质疑	4.98	5.14	-0.09	4.89	5.06	-0.10	5.04	5.11	-0.01
数据导向	6.53	6.54	0.00	6.40	6.65	-0.13	6.09	6.35	-0.10
实践性	6.53	6.39	0.08	6.40	6.20	0.12	6.04	5.74	0.21
关注细节	6.13	5.78	0.20	6.04	5.69	0.20	5.52	5.22	0.14
情绪稳定	5.74	5.79	-0.04	5.66	5.74	-0.04	5.19	5.00	0.11
乐观性	6.03	5.42	0.33	5.93	5.24	0.38	5.56	4.69	0.51
坚韧性	6.28	6.34	-0.05	6.22	6.36	-0.09	5.83	6.10	-0.17
尽责	6.80	6.77	0.02	6.87	6.78	0.07	6.63	6.61	0.00
守规性	5.98	6.33	-0.19	6.35	6.41	-0.04	6.18	5.97	0.12
主动性	6.07	5.90	0.13	6.36	6.09	0.20	6.59	6.26	0.27
成就动机	5.63	5.94	-0.20	5.48	5.95	-0.30	5.41	5.99	-0.36
好胜心	4.08	4.54	-0.23	4.01	4.50	-0.25	4.33	5.10	-0.37
内省性	5.90	5.53	0.23	5.86	5.49	0.23	5.74	5.55	0.13
果断性	4.08	4.17	-0.05	4.46	4.43	0.02	5.26	5.19	0.03
社交自信	5.30	5.15	0.08	5.20	5.12	0.05	5.08	5.10	-0.01
乐群性	6.45	6.27	0.12	6.28	5.98	0.18	6.02	5.44	0.34
人际敏锐	4.59	4.23	0.17	4.48	3.96	0.25	4.85	4.52	0.18
助人倾向	5.75	5.68	0.03	5.98	5.80	0.10	6.02	6.05	-0.02
支配性	4.97	5.05	-0.05	4.90	5.28	-0.20	6.08	6.58	-0.28
说服他人	4.65	4.48	0.10	4.54	4.35	0.11	5.04	4.95	0.03
自主性	4.60	4.84	-0.15	4.52	4.80	-0.17	4.79	5.00	-0.13

## 性格维度在各常模人群上的性别差异（效果量）



## 学历比较

### 性格维度在校招人群上的学历差异（均值）

MAX-MIN 为最大值减去最小值的差值（不比较高中），差值大于 1 的进行黄色标记。各性格维度在分组中的均值最大值以灰色标记。

常模版本	校招					MAX-MIN	偏 ETA 方
人数	4	438	9822	11193	413		
学历	高中及以下	专科	本科	硕士研究生	博士研究生		
年龄	25.50	21.89	21.78	24.61	27.64	5.85	
创新	6.00	4.98	5.13	5.13	5.62	0.63	0.001
前瞻性	6.50	6.37	6.47	6.57	6.75	0.38	0.000
理论思考	6.25	5.20	5.07	5.17	5.82	0.76	0.002
质疑	5.50	4.91	5.10	5.02	5.42	0.51	0.002
数据导向	6.75	5.62	6.05	6.96	7.32	1.70	0.028
实践性	7.25	6.42	6.51	6.42	6.36	0.16	0.001
关注细节	6.00	6.08	6.06	5.87	5.58	0.50	0.002
情绪稳定	4.75	5.53	5.63	5.90	5.68	0.37	0.005
乐观性	4.25	5.58	5.72	5.75	5.39	0.36	0.001
坚韧性	5.25	6.48	6.22	6.38	6.27	0.26	0.001
尽责	7.75	6.88	6.80	6.77	6.70	0.18	0.000
守规性	6.50	6.68	6.17	6.13	6.05	0.63	0.001
主动性	6.25	6.06	5.99	5.98	5.87	0.19	0.001
成就动机	6.00	5.72	5.69	5.87	6.03	0.34	0.001
好胜心	3.50	4.74	4.50	4.15	4.08	0.65	0.005
内省性	4.50	5.57	5.73	5.71	5.63	0.16	0.000
果断性	4.50	4.25	4.13	4.12	4.31	0.20	0.002
社交自信	5.25	5.05	5.28	5.20	4.60	0.68	0.001
乐群性	6.00	6.49	6.37	6.36	5.79	0.69	0.002
人际敏锐	4.75	4.61	4.80	4.08	3.64	1.16	0.005
助人倾向	7.50	6.18	5.90	5.54	5.62	0.64	0.004
支配性	5.50	4.70	4.92	5.08	5.54	0.84	0.001
说服他人	3.50	4.91	4.74	4.42	4.14	0.77	0.002
自主性	5.50	5.07	4.91	4.56	4.59	0.51	0.008

## 性格维度在社招人群上的学历差异（均值）

常模版本	社招					MAX-MIN	偏 ETA 方
人数	22	521	3725	2986	515		
学历	高中及以下	专科	本科	硕士研究生	博士研究生		
年龄	32.00	29.36	28.93	26.58	28.56	2.78	
创新	4.50	5.02	5.11	5.07	5.72	0.70	0.008
前瞻性	5.64	6.36	6.56	6.61	6.68	0.31	0.003
理论思考	5.45	4.87	5.08	5.39	6.43	1.57	0.038
质疑	4.64	4.50	4.91	5.04	5.67	1.18	0.018
数据导向	4.77	5.63	6.25	6.89	7.45	1.82	0.058
实践性	5.73	6.03	6.21	6.40	6.55	0.52	0.005
关注细节	5.09	5.67	5.87	5.89	5.78	0.22	0.001
情绪稳定	6.36	5.55	5.59	5.86	5.70	0.32	0.005
乐观性	5.73	5.59	5.43	5.77	5.35	0.42	0.005
坚韧性	5.64	6.38	6.18	6.39	6.48	0.30	0.004
尽责	6.50	6.82	6.86	6.81	6.68	0.18	0.001
守规性	6.64	6.39	6.39	6.40	6.11	0.29	0.002
主动性	6.14	6.24	6.32	6.11	6.03	0.30	0.002
成就动机	5.14	5.85	5.64	5.77	6.06	0.42	0.004
好胜心	4.50	5.10	4.39	4.04	3.88	1.23	0.024
内省性	6.23	5.54	5.64	5.71	5.67	0.17	0.001
果断性	4.95	4.79	4.64	4.16	4.25	0.63	0.006
社交自信	5.55	5.82	5.35	4.97	4.15	1.67	0.035
乐群性	6.27	6.13	6.08	6.28	5.51	0.77	0.008
人际敏锐	5.64	4.50	4.50	3.93	3.23	1.27	0.038
助人倾向	6.68	6.10	6.05	5.73	5.31	0.79	0.011
支配性	4.82	5.07	5.24	4.95	5.03	0.28	0.002
说服他人	5.41	4.83	4.56	4.28	4.02	0.81	0.015
自主性	5.23	4.92	4.75	4.49	4.83	0.42	0.009

## 性格维度在管理者人群上的学历差异（均值）

常模版本	管理者					MAX-MIN	偏 ETA 方
人数	4	37	443	149	11		
学历	高中及以下	专科	本科	硕士研究生	博士研究生		
年龄	45.75	36.86	34.83	34.77	35.27	2.10	
创新	3.25	5.05	5.28	5.35	5.64	0.58	0.010
前瞻性	6.75	6.86	6.68	6.69	7.27	0.60	0.004
理论思考	3.75	5.49	5.06	5.28	5.36	0.43	0.010
质疑	4.00	5.22	5.07	5.50	6.18	1.11	0.025
数据导向	5.00	6.14	6.20	6.44	7.09	0.96	0.011
实践性	5.00	6.03	5.95	5.81	5.27	0.75	0.006
关注细节	5.00	5.78	5.38	5.17	5.73	0.62	0.008
情绪稳定	5.50	5.08	5.01	5.17	4.55	0.62	0.003
乐观性	6.50	5.35	4.99	4.86	4.82	0.53	0.012
坚韧性	6.25	5.97	6.04	5.70	6.09	0.39	0.010
尽责	6.75	6.30	6.65	6.65	5.82	0.83	0.008
守规性	6.25	5.43	6.07	6.11	5.36	0.75	0.011
主动性	7.25	6.32	6.42	6.33	5.82	0.60	0.008
成就动机	6.00	5.32	5.72	5.83	6.45	1.13	0.007
好胜心	7.00	4.78	4.74	4.58	3.91	0.87	0.009
内省性	6.25	5.65	5.63	5.74	6.00	0.37	0.004
果断性	4.75	5.24	5.26	5.30	4.27	1.02	0.006
社交自信	5.50	5.24	5.06	4.76	4.64	0.61	0.008
乐群性	6.25	5.65	5.71	5.44	4.64	1.07	0.014
人际敏锐	4.50	4.89	4.70	4.65	4.36	0.53	0.002
助人倾向	7.25	6.27	6.00	5.87	6.09	0.40	0.004
支配性	5.75	5.84	6.34	6.49	7.09	1.25	0.010
说服他人	4.25	5.05	4.94	5.03	5.55	0.61	0.004
自主性	5.25	5.05	5.00	4.98	5.45	0.47	0.001



## 年龄比较

P值颜色标记:

p<0.05   p<0.01   p<0.001

效果量颜色标记:

Small: 0.2-0.5   Medium: 0.5-0.8   Large: >0.8

	相关系数	P	低于 30 岁	大于等于 30 岁	效果量 (D)
创新	0.0106	0.2606	5.13	5.19	0.0354
前瞻性	0.0407	0.0000	6.52	6.69	0.0974
理论思考	0.0378	0.0000	5.16	5.20	0.0217
质疑	-0.0209	0.0020	5.05	4.99	-0.0351
数据导向	0.0506	0.0000	6.54	6.38	-0.0840
实践性	-0.0779	0.0000	6.44	6.05	-0.2352
关注细节	-0.0617	0.0000	5.94	5.68	-0.1481
情绪稳定	-0.0329	0.0000	5.76	5.47	-0.1816
乐观性	-0.0869	0.0000	5.72	5.22	-0.2649
坚韧性	-0.0150	0.0447	6.32	6.13	-0.1225
尽责	0.0017	0.8319	6.79	6.83	0.0286
守规性	0.0313	0.0000	6.19	6.37	0.0953
主动性	0.1015	0.0000	6.01	6.44	0.3111
成就动机	0.0047	0.8319	5.78	5.71	-0.0447
好胜心	-0.0064	0.7958	4.31	4.37	0.0332
内省性	-0.0422	0.0000	5.72	5.54	-0.1085
果断性	0.1403	0.0000	4.14	5.00	0.4179
社交自信	-0.0397	0.0000	5.22	5.08	-0.0682
乐群性	-0.1110	0.0000	6.34	5.80	-0.3146
人际敏锐	-0.1024	0.0000	4.38	4.20	-0.0853
助人倾向	0.0238	0.0003	5.74	6.02	0.1544
支配性	0.1205	0.0000	4.99	5.75	0.3687
说服他人	-0.0375	0.0000	4.54	4.55	0.0064
自主性	-0.0174	0.0149	4.71	4.76	0.0337

## 行业群比较

### 性格维度在校招人群上的行业群差异（均值）

常模版本	校招							MAX-MIN
人数	7456	2749	2871	2566	1162	502	290	
行业群	制造业， 加工业， 建筑业， 运输业	金融业	互联网， 计算机， 通信	营销，消 费服务	多元化 业务集 团公司	教育，政 府，健 康，非盈 利	咨询及专 业服务	
年龄	23.73	22.06	23.45	23.33	23.40	24.08	23.01	2.02
创新	5.17	4.69	5.07	5.58	5.15	5.35	4.81	0.89
前瞻性	6.51	6.58	6.52	6.46	6.57	6.54	6.62	0.16
理论思 考	5.30	4.84	5.39	4.70	4.81	5.40	5.32	0.69
质疑	5.12	4.69	5.12	5.20	5.02	5.17	5.00	0.51
数据导 向	6.62	6.45	6.70	6.25	6.60	6.68	6.52	0.46
实践性	6.59	6.12	6.54	6.30	6.29	6.65	6.38	0.53
关注细 节	5.96	6.27	5.94	5.62	5.75	5.97	6.31	0.69
情绪稳 定	5.78	5.88	5.91	5.54	5.80	5.60	5.87	0.37
乐观性	5.63	6.07	5.87	5.62	5.59	5.42	5.67	0.65
坚韧性	6.34	6.39	6.46	6.14	6.30	6.22	6.25	0.33
尽责	6.86	6.91	6.79	6.54	6.67	6.76	6.75	0.37
守规性	6.23	6.60	6.21	5.52	5.92	5.93	6.09	1.08
主动性	6.01	5.99	5.98	5.87	5.97	5.97	6.04	0.18
成就动 机	5.86	5.54	5.72	5.94	6.02	5.86	5.71	0.48
好胜心	4.40	4.13	4.20	4.31	4.46	4.31	4.33	0.33
内省性	5.67	5.62	5.75	5.79	5.73	5.78	5.78	0.18

果断性	4.10	3.94	4.06	4.31	4.34	4.25	4.14	0.41
社交自信	5.00	5.50	4.94	5.82	5.49	4.96	5.07	0.88
乐群性	6.31	6.64	6.36	6.34	6.26	6.23	6.30	0.41
人际敏锐	4.16	4.56	4.23	4.98	4.37	4.33	4.54	0.82
助人倾向	5.63	6.12	5.66	5.65	5.49	5.70	5.73	0.63
支配性	4.95	4.76	4.68	5.66	5.36	5.18	5.00	0.97
说服他人	4.44	4.61	4.47	4.93	4.66	4.50	4.52	0.48
自主性	4.75	4.47	4.70	4.85	4.78	4.78	4.77	0.38

## 性格维度在社招人群上的行业群差异（均值）

常模版本	社招						MAX-MIN
人数	1155	1343	918	127	856	72	
行业群	制造业， 加工业， 建筑业， 运输业	金融业	互联网， 计算机， 通信	营销，消 费服务	教育，政 府，健 康，非盈 利	农/林/牧/ 渔	
年龄	27.06	29.49	26.52	24.72	26.90	31.00	6.28
创新	5.06	4.91	5.09	5.24	5.31	5.11	0.40
前瞻性	6.58	6.70	6.64	6.46	6.57	6.63	0.24
理论思考	5.52	5.05	5.65	4.80	5.86	5.22	1.07
质疑	5.12	4.66	5.04	5.34	5.23	4.76	0.68
数据导向	6.85	6.62	6.94	5.60	6.80	6.35	1.34
实践性	6.49	6.01	6.46	6.16	6.61	6.15	0.60
关注细节	6.01	5.95	5.93	5.81	6.04	5.86	0.23
情绪稳定	5.77	5.81	5.96	5.45	5.78	5.03	0.93
乐观性	5.55	5.50	5.76	5.86	5.64	4.97	0.89
坚韧性	6.36	6.27	6.51	5.94	6.51	6.33	0.57
尽责	6.94	6.88	6.88	6.67	6.77	6.89	0.27
守规性	6.37	6.68	6.47	6.14	6.41	6.60	0.54
主动性	6.18	6.39	6.07	5.96	6.18	6.42	0.46
成就动机	5.74	5.65	5.82	5.53	5.78	5.74	0.29
好胜心	4.09	4.24	4.09	4.35	4.12	4.51	0.42
内省性	5.77	5.46	5.67	5.92	5.68	5.82	0.46
果断性	4.28	4.61	4.12	4.32	4.14	4.97	0.85
社交自信	4.70	5.43	4.67	5.74	4.67	5.18	1.07
乐群性	6.03	6.10	6.31	6.51	6.00	6.00	0.51
人际敏锐	3.86	4.22	3.71	5.56	3.73	3.89	1.85
助人倾向	5.77	6.08	5.64	5.83	5.68	6.24	0.60
支配性	5.03	5.13	4.54	5.15	4.63	5.65	1.11
说服他人	4.26	4.41	4.25	4.69	4.18	4.50	0.50
自主性	4.66	4.51	4.60	4.88	4.72	4.85	0.38

# 对标服务行业列表

## 大学生通用版 2.0-行业列表

行业	
咨询及专业服务	专业服务
制造业，加工业，建筑业，运输业	化工能源矿产
	机械/设备/重工/原材料
	房地产业
	制药/生物工程
	交通物流
	新能源
	半导体制造
	轻工制造
	汽车及零配件
	建筑业
	医疗设备/器械
营销，消费服务	快速消费品
	贸易/进出口
	住宿和餐饮业
	文化传媒
	批发/零售
	生活服务
农/林/牧/渔	农/林/牧/渔
金融业	银行
	金融/投资/证券

	行业
金融业	保险
教育，政府，健康，非盈利	科研机构 公共服务 政府和事业单位 教育培训
互联网，计算机，通信	通信行业 计算机软件 互联网/电子商务
多元化业务集团公司	多元化业务集团公司

## 管培生版 2.0-行业列表

	行业
咨询及专业服务	专业服务
制造业，加工业，建筑业，运输业	医疗设备/器械 汽车及零配件 新能源 房地产业 机械/设备/重工/原材料 建筑业 制药/生物工程 交通物流 轻工制造 半导体制造 化工能源矿产
营销，消费服务	贸易/进出口 住宿和餐饮业 文化传媒 批发/零售

	行业
营销, 消费服务	生活服务
	快速消费品
农/林/牧/渔	农/林/牧/渔
金融业	保险
	金融/投资/证券
	银行
教育, 政府, 健康, 非盈利	科研机构
	教育培训
	公共服务
	政府和事业单位
互联网, 计算机, 通信	通信行业
	计算机软件
	互联网/电子商务
多元化业务集团公司	多元化业务集团公司

## 社招通用版<sup>2.0</sup>-行业列表

	行业
咨询及专业服务	专业服务
制造业, 加工业, 建筑业, 运输业	新能源
	制药/生物工程
	半导体制造
	交通物流
	汽车及零配件
	化工能源矿产
	医疗设备/器械
	轻工制造
	房地产业
	机械/设备/重工/原材料

	行业
制造业，加工业，建筑业，运输业	建筑业
营销，消费服务	生活服务 住宿和餐饮业 快速消费品 贸易/进出口 文化传媒
农/林/牧/渔	农/林/牧/渔
金融业	保险 银行 金融/投资/证券
教育，政府，健康，非盈利	公共服务 教育培训 政府和事业单位 科研机构
互联网，计算机，通信	计算机服务 互联网/电子商务 计算机软件 通信行业
多元化业务集团公司	多元化业务集团公司

## 管理者版 2.0-行业列表

	行业
制造业，加工业，建筑业，运输业	房地产业 机械/设备/重工/原材料 汽车及零配件 半导体制造 交通物流 建筑业
营销，消费服务	贸易/进出口



	行业
营销, 消费服务	住宿和餐饮业
	生活服务
金融业	金融/投资/证券
	保险
	银行
教育, 政府, 健康, 非盈利	政府和事业单位
	教育培训
互联网, 计算机, 通信	互联网/电子商务
	通信行业
	计算机软件
多元化业务集团公司	多元化业务集团公司

## 高潜人才版 2.0-行业列表

	行业
咨询及专业服务	专业服务
制造业, 加工业, 建筑业, 运输业	新能源
	轻工制造
	机械/设备/重工/原材料
	化工能源矿产
	房地产业
	制药/生物工程
	半导体制造
	交通物流
	汽车及零配件
	建筑业
	医疗设备/器械
营销, 消费服务	贸易/进出口
	文娱传媒
	生活服务
	住宿和餐饮业
农/林/牧/渔	快速消费品
	农/林/牧/渔
金融业	保险
	银行
	金融/投资/证券

	行业
教育，政府，健康，非盈利	科研机构 政府和事业单位 公共服务 教育培训
互联网，计算机，通信	计算机服务 计算机软件 通信行业 互联网/电子商务
多元化业务集团公司	多元化业务集团公司

# 附录

## 1. 行业群与行业之间的对应关系表

51 行业分类	优源行业分类	行业群分类
互联网/电子商务	互联网/电子商务	互联网, 计算机, 通信
网络游戏	互联网/电子商务	互联网, 计算机, 通信
计算机服务(系统、数据服务、维修)	计算机服务	互联网, 计算机, 通信
计算机软件	计算机软件	互联网, 计算机, 通信
通信/电信/网络设备	通信行业	互联网, 计算机, 通信
通信/电信运营/增值服务	通信行业	互联网, 计算机, 通信
环保	公共服务	教育, 政府, 健康, 非盈利
医疗/护理/卫生	公共服务	教育, 政府, 健康, 非盈利
非盈利机构	公共服务	教育, 政府, 健康, 非盈利
教育/培训/院校	教育培训	教育, 政府, 健康, 非盈利
学术/科研	科研机构	教育, 政府, 健康, 非盈利
政府/公共事业	政府和事业单位	教育, 政府, 健康, 非盈利
保险	保险	金融业
金融/投资/证券	金融/投资/证券	金融业
信托/担保/拍卖/典当	信托/担保/拍卖/典当	金融业
银行	银行	金融业
农/林/牧/渔	农/林/牧/渔	农/林/牧/渔
快速消费品(食品、饮料、化妆品)	快速消费品	营销, 消费服务
贸易/进出口	贸易/进出口	营销, 消费服务
批发/零售	批发/零售	营销, 消费服务
奢侈品/收藏品/工艺品/珠宝	奢侈品/收藏品/工艺品/珠宝	营销, 消费服务
生活服务	生活服务	营销, 消费服务
中介服务	生活服务	营销, 消费服务
美容/保健	生活服务	营销, 消费服务
租赁服务	生活服务	营销, 消费服务
影视/媒体/艺术/文化传播	文化传媒	营销, 消费服务
娱乐/休闲/体育	文化传媒	营销, 消费服务
文字媒体/出版	文化传媒	营销, 消费服务

51 行业分类	优源行业分类	行业群分类
公关/市场推广/会展	文化传媒	营销, 消费服务
广告	文化传媒	营销, 消费服务
酒店/旅游	住宿和餐饮业	营销, 消费服务
餐饮业	住宿和餐饮业	营销, 消费服务
电子技术/半导体/集成电路	半导体制造	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
计算机硬件	半导体制造	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
房地产	房地产业	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
房地产行业	房地产业	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
物业管理/商业中心	房地产业	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
房地产开发	房地产业	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
石油/化工/矿产/地质	化工能源矿产	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
电气/电力/水利	化工能源矿产	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
采掘业/冶炼	化工能源矿产	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
机械/设备/重工	机械/设备/重工/原材料	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
航天/航空	机械/设备/重工/原材料	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
原材料和加工	机械/设备/重工/原材料	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
仪器仪表/工业自动化	机械/设备/重工/原材料	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
建筑/建材/工程	建筑业	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
家居/室内设计/装潢	建筑业	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
交通/运输/物流	交通物流	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
汽车及零配件	汽车及零配件	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
服装/纺织/皮革	轻工制造	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
家具/家电/玩具/礼品	轻工制造	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
办公用品及设备	轻工制造	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
印刷/包装/造纸	轻工制造	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
新能源	新能源	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
医疗设备/器械	医疗设备/器械	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
制药/生物工程	制药/生物工程	制造业, 加工业, 建筑业, 运输业
外包服务	外包服务	咨询及专业服务
会计/审计	专业服务	咨询及专业服务
专业服务(咨询、人力资源、财会)	专业服务	咨询及专业服务
法律	专业服务	咨询及专业服务
检测/认证	专业服务	咨询及专业服务
多元化业务集团公司	多元化业务集团公司	多元化业务集团公司

## 2. 中国国家统计局年鉴（2019）—— 各行业人口统计数据

行业	2018 年	2017 年	2016 年	2015 年	2014 年
农林牧渔业	1.12%	1.45%	1.47%	1.49%	1.56%
采矿业	2.40%	2.58%	2.74%	3.02%	3.26%
制造业	24.21%	26.27%	27.36%	28.06%	28.69%
电力、热力、燃气及水生产和供应业	2.14%	2.14%	2.17%	2.19%	2.21%
建筑业	15.71%	14.98%	15.23%	15.48%	15.98%
交通运输、仓储和邮政业	4.75%	4.78%	4.75%	4.73%	4.71%
信息传输、软件和信息技术服务业	2.46%	2.24%	2.04%	1.94%	1.84%
批发和零售业	4.77%	4.78%	4.89%	4.89%	4.86%
住宿和餐饮业	1.56%	1.51%	1.51%	1.53%	1.58%
金融业	4.05%	3.90%	3.72%	3.36%	3.10%
房地产业	2.70%	2.52%	2.41%	2.31%	2.20%
租赁和商务服务业	3.07%	2.96%	2.73%	2.62%	2.46%
科学研究和技术服务业	2.38%	2.38%	2.35%	2.27%	2.23%
水利、环境和公共设施管理业	1.51%	1.52%	1.51%	1.51%	1.47%
居民服务、修理和其他服务业	0.45%	0.44%	0.42%	0.42%	0.41%
教育业	10.06%	9.81%	9.67%	9.61%	9.45%
卫生和社会工作	5.29%	5.09%	4.85%	4.66%	4.43%
文化、体育和娱乐业	0.85%	0.86%	0.84%	0.83%	0.80%
公共管理、社会保障和社会组织	10.53%	9.78%	9.35%	9.07%	8.75%