

求人/求職者動向

招聘与跳槽都追求“稳准狠”的时代

AI×HR

CAIE认证会成为人事岗位的必备资格吗？

Speeda China 中国经济トレンド

第17期 中国城市群消费与产业画像：谁是新的经济增长点？

連載

変化する時代の人材づくり

从“非正式员工”到“共创力量” 将多样化用工形态转化为优势的管理之道

上海晶之道企业管理咨询有限公司

招聘与跳槽都追求“稳准狠”的时代

日企招聘活动 持续呈现紧缩态势

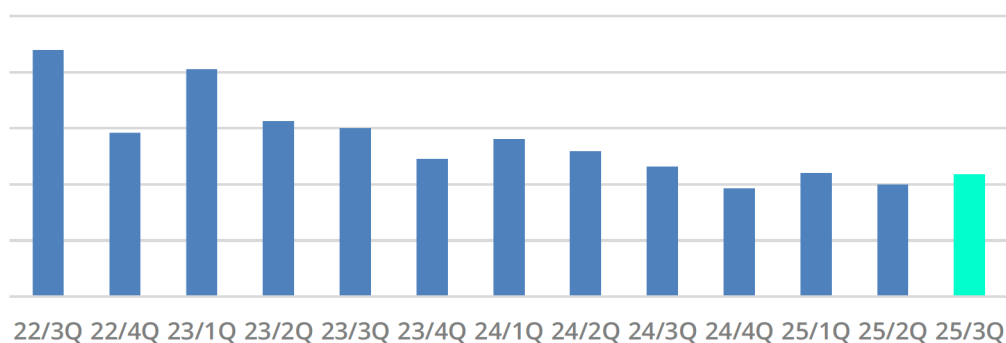
今年第三季度（7月至9月），
本公司受托的招聘职位数量较去年
同期减少了6%。

虽然降幅自2023年第二季度以来
首次收窄至个位数，但日资企业在
投资和人员扩张方面仍保持谨慎态
度，目前仍处于持续的调整阶段。
在整体招聘活动受限的背景下，
企业正将有限的招聘预算集中投入

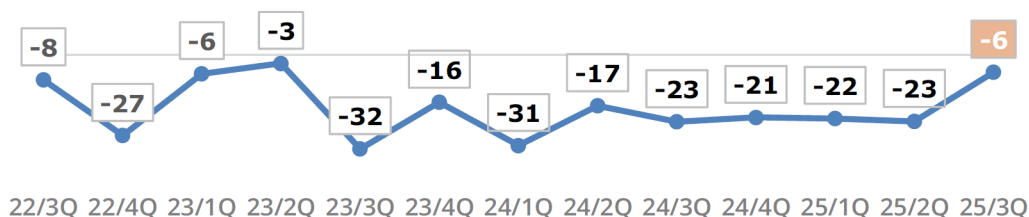
到最为关键的职位上。其结果表现
为，企业不再追求数量，转而致力
于确保高质量、能切实创造价值
的人才，这使得选拔过程愈发慎重。
这一点从“录用者从应聘到收到
录用通知所需的平均天数”所显示

中国大陆拠点 求人の動向

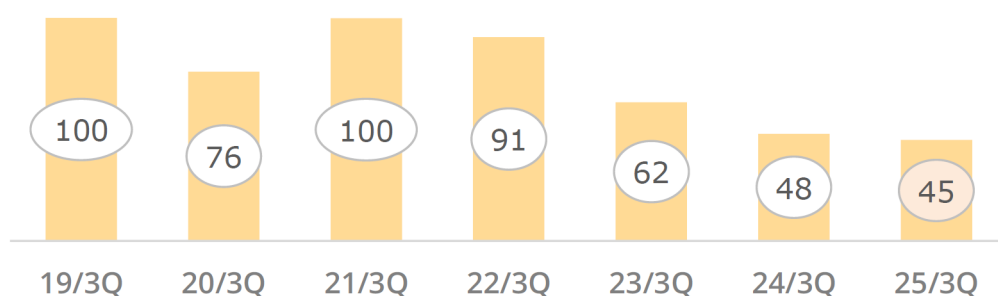
〈季度招聘数量的变化趋势〉



〈去年同期相比增长率变化〉 ※単位＝%



〈新冠前后对比〉 ※19年3Q招聘数＝100



的变化趋势中亦可见一斑。

求职者流动性持续低迷
对“日企=稳定”的认知发生变化

虽然“所有招聘职位收到的总申请量”在上季度已触底，但本季度仍呈现小幅减少的疲软态势。

为何求职者的流动性难以提升？

正如一直以来所分析的那样，在持续高度不确定性的环境下，人们对未来的不安难以消除，导致难以迈出下一步。此外，另一个原因是求职者中出现了更倾向于审慎评估企业稳健性、发展潜力以及自身职业路径的强烈趋势。

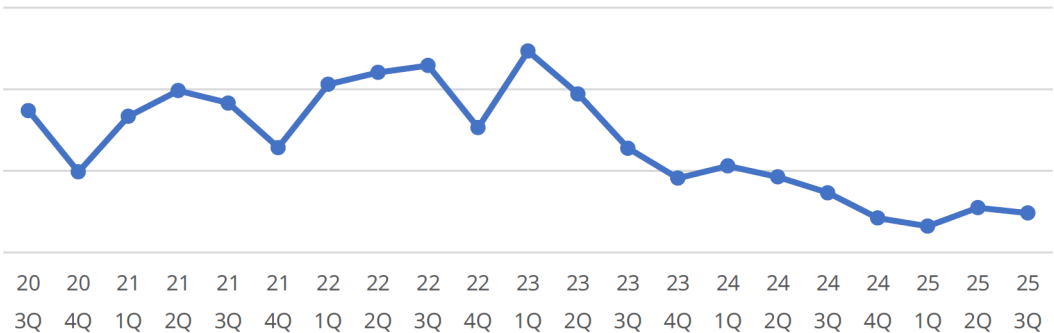
过去，日资企业曾是“稳定雇佣”的代名词。即使在疫情期间，

日资企业努力维持雇佣的姿态也比外资企业和中国企业更为明显。

然而，后疫情时代严峻的经济环境下，即使是日资企业，根据业绩情况进行人员调整或待遇重组也已不再罕见，甚至出现业务停止的情况。“因为是日企所以安心”的形象正在淡化，求职者转而更加重视各个企业自身的实际实力。

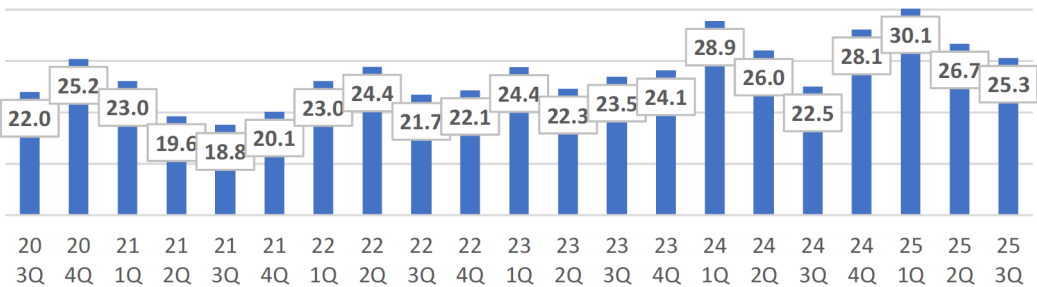
中国大陆拠点 求職者の動向

<正在招聘中的职位的总申请数量>

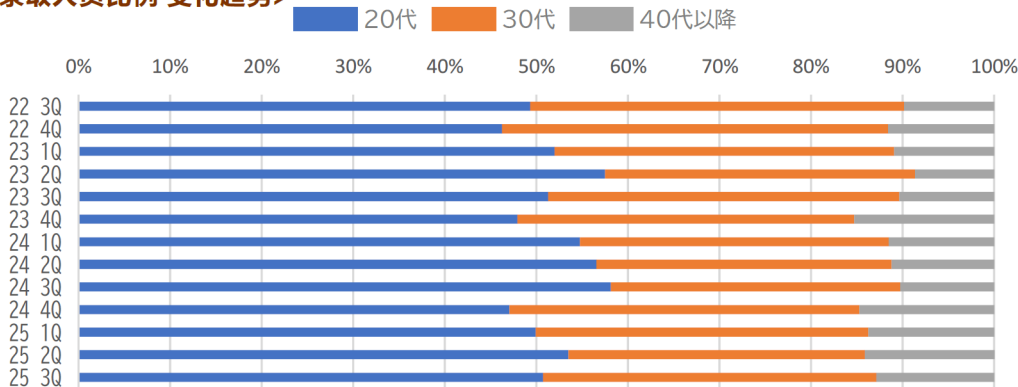


<录取人员从申请到最终内定所花费的天数 平均趋势>

※此前在第 16 期至第 19 期社外报中刊登的 2024 年第一季度至 2025 年第一季度的数据存在错误，在此致歉并进行更正。

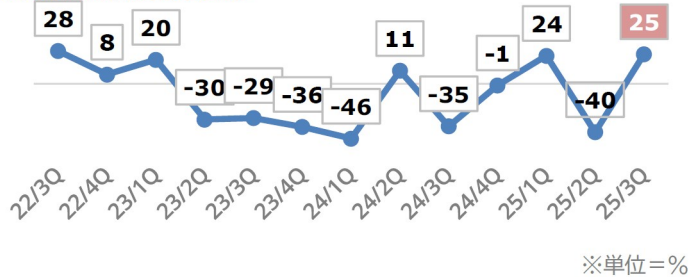


<按年龄分组的录取人员比例 变化趋势>

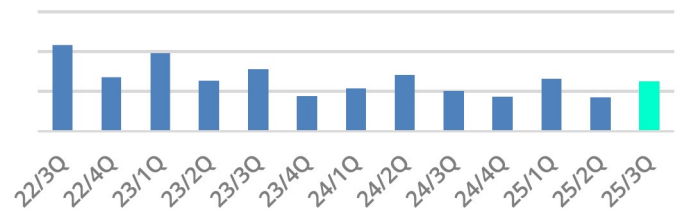


自動車/自動車部品

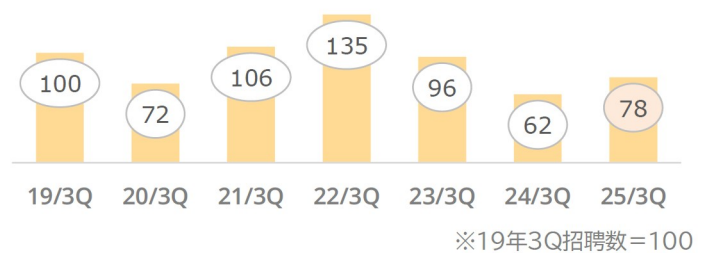
〈去年同期相比增长率变化〉



〈季度招聘数量的变化趋势〉

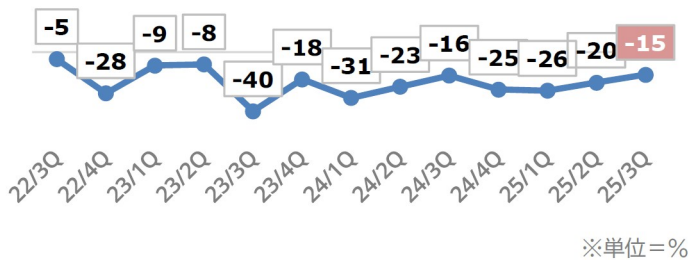


〈新冠前后对比〉

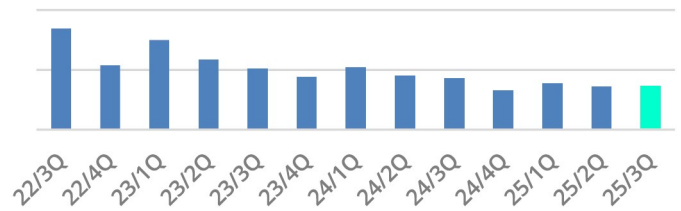


電機/電子部品

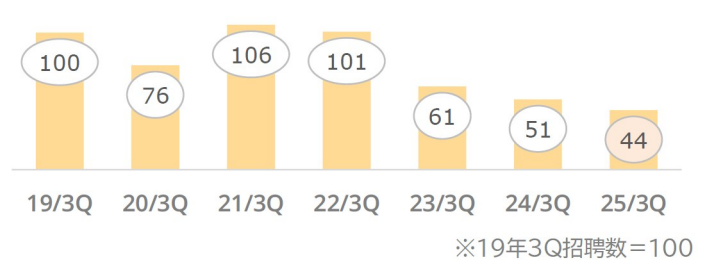
〈去年同期相比增长率变化〉



〈季度招聘数量的变化趋势〉

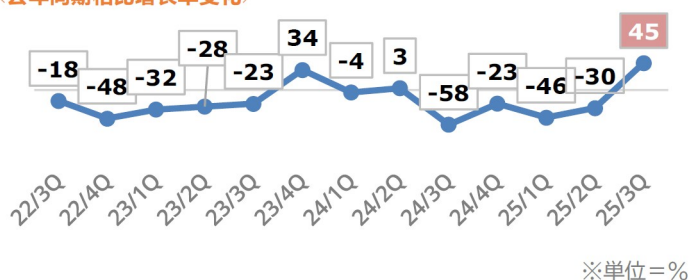


〈新冠前后对比〉

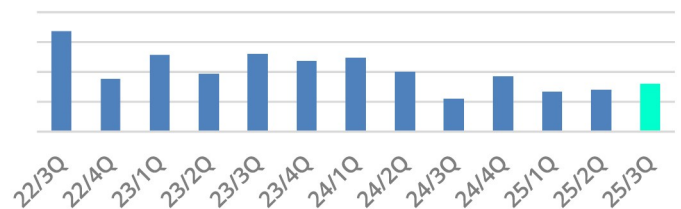


金属

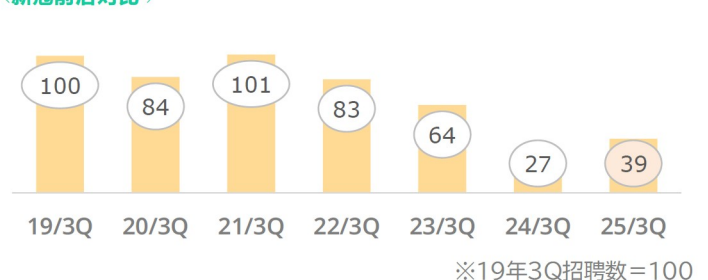
〈去年同期相比增长率变化〉



〈季度招聘数量的变化趋势〉

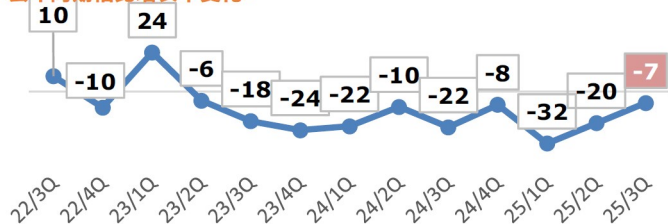


〈新冠前后对比〉



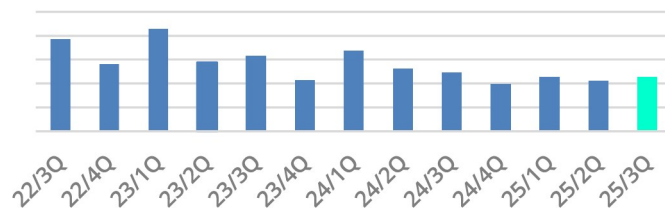
化学

〈去年同期相比增长率变化〉

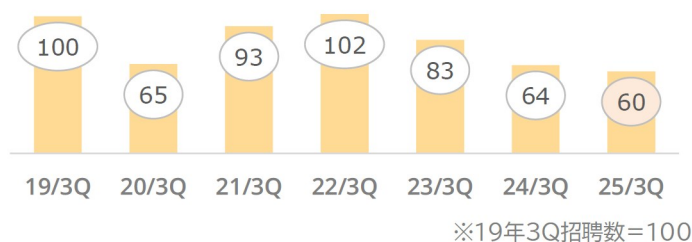


※単位＝%

〈季度招聘数量的变化趋势〉



〈新冠前后对比〉



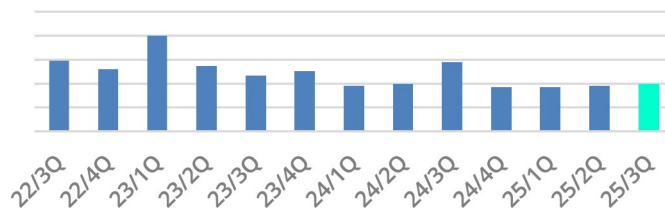
医薬/医療機器

〈去年同期相比增长率变化〉

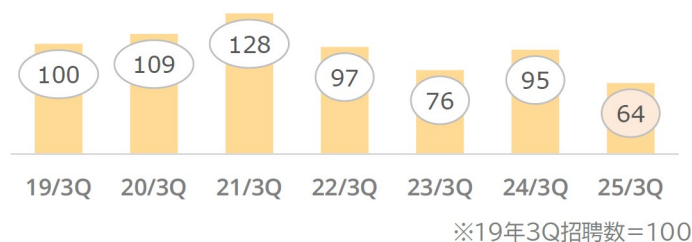


※単位＝%

〈季度招聘数量的变化趋势〉

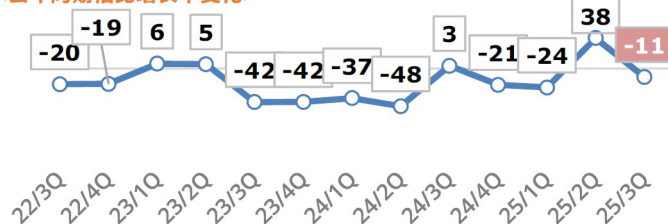


〈新冠前后对比〉



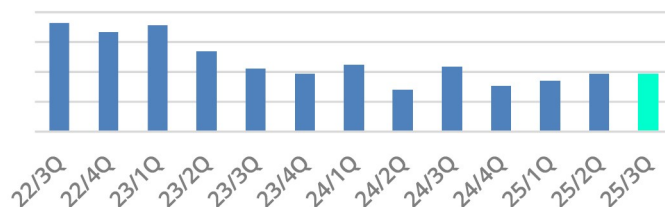
IT/通信

〈去年同期相比增长率变化〉

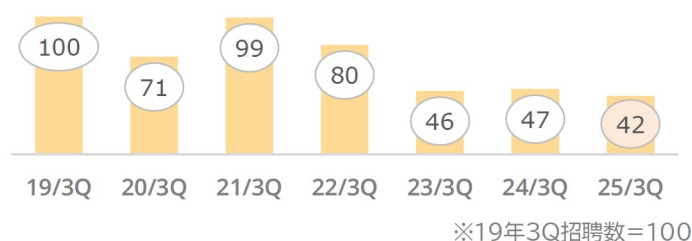


※単位＝%

〈季度招聘数量的变化趋势〉



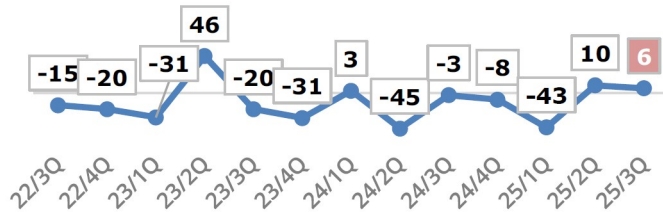
〈新冠前后对比〉





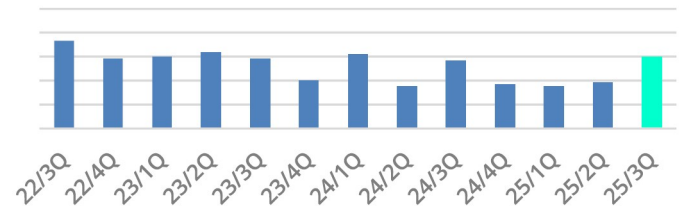
金融

〈去年同期相比増長率変化〉

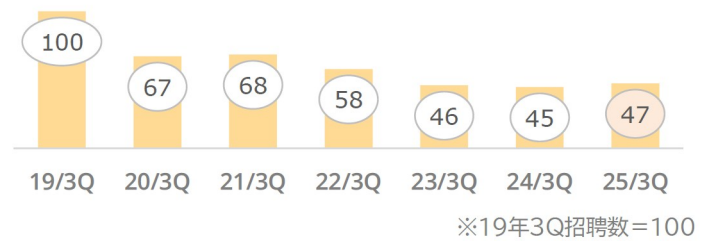


※単位＝％

〈季度招聘数量的变化趋势〉

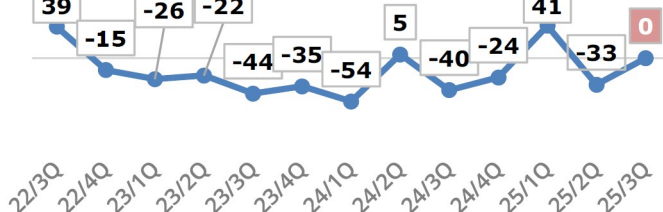


〈新冠前后对比〉



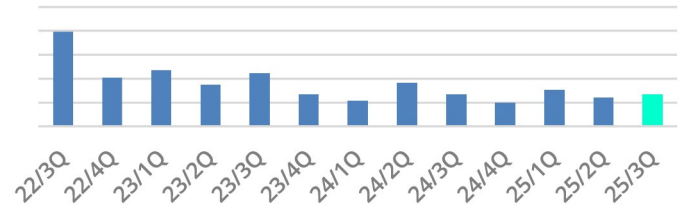
物流

〈去年同期相比増長率変化〉

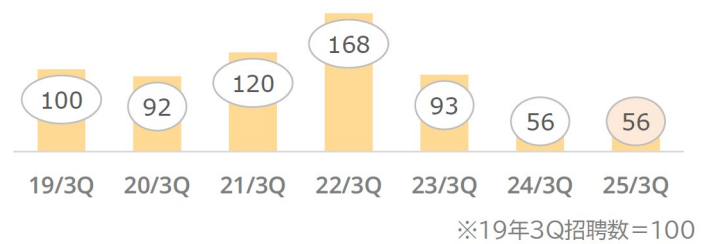


※単位＝％

〈季度招聘数量的变化趋势〉

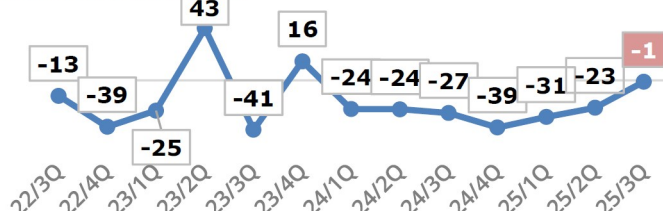


〈新冠前后对比〉



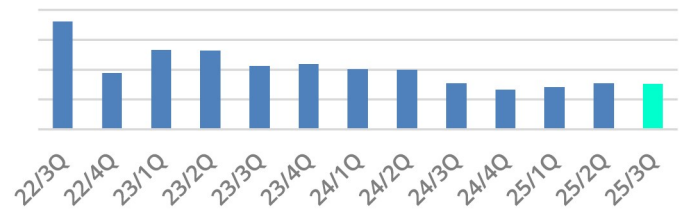
その他サービス

〈去年同期相比増長率変化〉

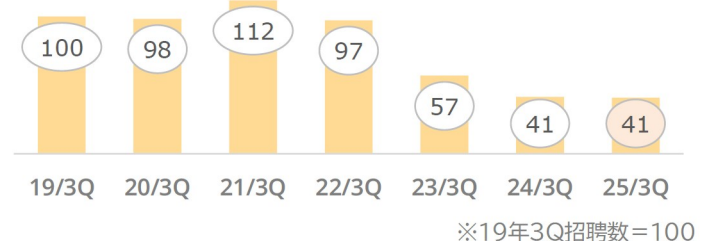


※単位＝％

〈季度招聘数量的变化趋势〉



〈新冠前后对比〉





近年来，人事领域正悄然发生着一场深刻的变革。过去，人事工作更多被视为一项“与人打交道”的工作，带有较强的文科属性。而如今，人事岗位已步入了一个亟需掌握人工智能和数据科学知识的时代。

传统的薪酬计算、考勤管理等标准化事务正逐步被AI自动化，人事工作的价值重心正转向“如何将数据转化为战略决策”。在这场变革之中，“CAIE（注册人工智能工程师）认证”开始受到中国人事从业者的关注。

AI带来的人事工作转型

过去，人事部门需要耗费大量时间处理诸多标准化事务。如今，这些行政工作已被搭载AI的人力资源技术（HRTech）系统大幅优化。这一变化在将人事从业者从繁琐事务中解放出来的同时，也催生了新的职责——即“运用AI进行人才管理”这一更高级别的业务。

向数据驱动型人事的转变

现代人事工作所要求的，不再

是依赖经验和直觉，而是基于数据的决策。离职预测模型防止人才流失、利用技能数据库优化人才配置、分析员工敬业度调查等，所有人事活动都趋于量化。

要实践数据驱动型业务，理解AI和机器学习至关重要。CAIE认证可以成为系统学习这些知识的有效途径。

CAIE认证带来的优势

1.专业性的可视化与信用构建

当人事部门提议引入AI工具时，常因缺乏技术知识而难以获得IT部门或管理层的理解。通过获取CAIE认证，可以证明自身具备一定的AI知识水平，从而促进跨部门沟通。

这是人事部门从成本中心转向价值创造部门的关键一步。

2.AI项目的推动力

在许多企业积极推进HRTech的背景下，既懂人事业务又懂技术的桥梁型人才需求日益增长。CAIE认证能够表明持证者具备从AI工具选型、实施到运营所需

的基础知识。这将为其在企业内部主导AI相关项目、成为项目负责人开辟道路。

CAIE认证

对人事岗位是必需的吗？

对于“CAIE认证目前是否是人事岗位的必需品”这一问题，现实的答案是：“并非必需，但它是职业发展中的一个强有力的差异化优势。”然而，如果展望5年、10年后的人事工作，AI和数据科学知识很可能将成为“标配”技能。从这个意义上说，考虑获取CAIE认证，对于着眼于未来的人事从业者而言是一个非常合理的决策。

关键在于，通过认证过程理解AI技术的本质，并着眼于如何将其应用于提升人事业务的价值。既然技术演进不会停止，那么持续学习的态度本身，或许就是未来人事最需要具备的素质。

AI时代的人事，正在从单纯的事务处理者，深化为善用数据、最大化组织人力资本的“战略合作伙伴”。CAIE认证将在这场变革征程中，成为一个可靠的指南针。

華東地区

Huadong

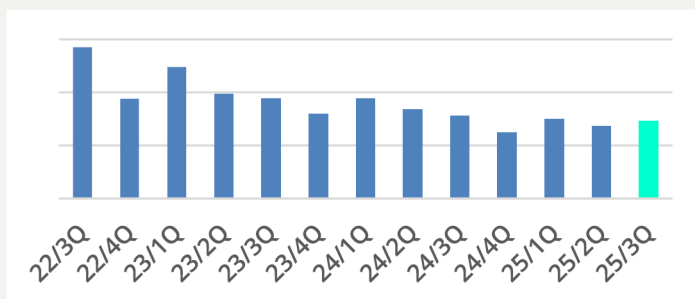
从上海、江苏、浙江的日资企业委托我司的招聘需求来看，较去年同期减少了6%。

按行业分析，传统上日资企业具有优势的电机・机械行业招聘呈现小幅复苏迹象；而在个人消费增长乏力的背景下，消费品行业则持续面临困境。在IT行业，由于积极推进数字化转型和AI化的日本企业增多，承担部分相关开发业务的中国

各公司正积极争取专业人才。

面向应届毕业生的招聘比例有所下降。其原因在于许多企业在第二季度前已完成应届生招聘，且在不确定的经济环境下，企业更倾向于招聘“即战力”。对于尚未确定工作的应届毕业生而言，形势较为严峻。

▼ 華東地区の求人数推移



華東地区責任者
劉 陶



華南地区

Huanan

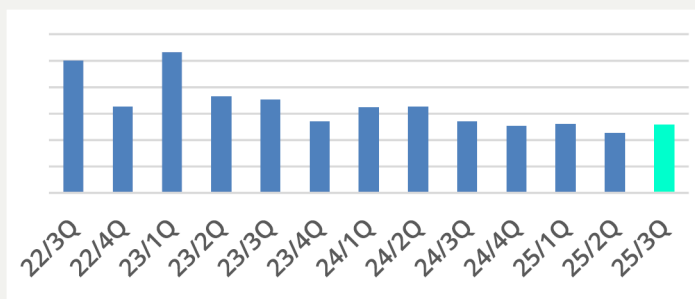
华南地区的新增招聘职位数量持续减少，但降幅已收窄。第三季度同比下降4%，而第二季度的同比降幅曾超过30%。

第三季度新增求职者注册人数同比增长约10%。这一增长不仅包括因当前任职机构重组或规模缩减而被动寻找机会的求职者，主动寻求职业发展的求职者数量也比上半年有所增加。部分

原因可能是财年中期未能获得预期加薪的人才开始为寻求更好待遇而行动。

现有客户维护型销售和行政类职位申请集中，而新业务开拓型销售及前沿技术研发类职位因符合要求的高专业度人才申请量少，人才竞争依然激烈。

▼ 華南地区の求人数推移



華南地区責任者
田 荣幸



華北地区

Huabei

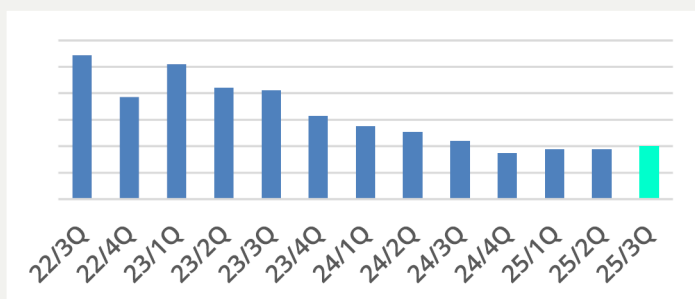
以北京、天津为中心的华北地区招聘职位数量，较去年同期减少了9%。不过，与第二季度（-31%）相比，下降幅度已大幅收窄。

按行业来看，电气・电子・机械行业的招聘量依然保持着最大的招聘规模。化学行业与医疗行业表现稳健，招聘数量较去年同期有所增加。在汽车行业，日系制造商的新能源汽车生产终于开

始步入正轨，预计未来的招聘趋势也可能随之发生变化。车载网络领域的人才需求也日益高涨。

从求职者方面来看，随着招聘职位数量的变化，求职活跃度也有所上升。第三季度成为年初以来人才流动最为活跃的时期。预计第四季度这一回升趋势仍将持续，市场环境有望进一步改善。

華北地区の求人数推移



華北地区責任者
薛強



日本人求職者

Japanese Jobseekers

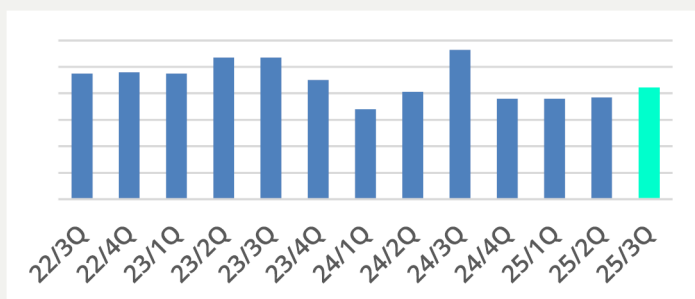
日本籍人才招聘职位数同比下降25%，但环比微增。去年同期非日企的招聘占比较高，而本季度约六成的招聘委托来自日企。目前来看，日企比非日企更积极地招聘日本籍人才。

整体市场招聘紧缩趋势依然持续。新冠疫情后许多企业持有的“只要有相关经验且是日本人即可”的标准已逐渐淡化，将中文能力设为必备条件

的职位有所增加，可见招聘标准本身正趋于严格化和高阶化。

此外，随着出行限制放宽，要求最终面试在现场进行的企业也在增多。对求职者而言，整体门槛正在提高。

日本人募集求人の求人数推移



ジャパンデスク責任者/総監
陳惠芬



第16期 中国城市群消费与产业画像：谁是新的经济增长点？

2025年上半年，中国消费市场呈现出前所未有的双重增长动力：政策驱动的以旧换新浪潮与消费者情绪价值导向的“悦己消费”崛起。

本报告聚焦中国消费市场的结构性变化，深度解析“悦己消费”趋势驱动下的市场新格局——从传统的价格功能竞争转向情绪价值创造通过深度案例分析与数

据洞察，为日系企业提供在“悦己消费”时代下的商品定位指引，帮助企业准确把握中国消费市场新一轮红利。

2025年中期消费趋势洞察：中国已迈入悦己消费时代

(1) 悦己消费趋势凸显，带动部分非生活必需品类增长

通过进一步分析2025年上半年社零具体品类表现，可以看出“以旧换新”政策显著拉动了汽车、家居家电等耐用品销量增长。

由于“以旧换新”补贴政策于2024年8月正式实施，2025年上半年限额以上家居家电、办公用品、3C数码等补贴品类增幅普遍取得较高增幅。

(图表1) 社会消费品零售额主要品类同比增长情况

类目	2025/6/1	2025年1-6月(a)	2024年1-6月(b)	增速变化(a-b)	驱动原因
社会消费品零售总额	4.8%	5.0%	3.7%	1.3%	
其中：除汽车以外的消费品零售额	4.8%	5.5%		5.5%	
其中：限额以上单位消费品零售额	5.0%	6.1%	2.9%	3.2%	
按消费类型分				0.0%	
餐饮收入	0.9%	4.3%	7.9%	-3.6%	
商品零售额	5.3%	5.1%	3.2%	1.9%	
其中：限额以上单位商品零售额	5.5%	6.3%	2.9%	3.4%	
其中：粮油、食品类	8.7%	12.3%	9.6%	2.7%	生活必需品
饮料类	-4.4%	-0.6%	5.6%	-6.2%	
烟酒类	-0.7%	5.5%	10.0%	-4.5%	
服装、鞋帽、针纺织品类	1.9%	3.1%	0.8%	2.3%	悦己消费
化妆品类	-2.3%	2.9%	1.0%	1.9%	悦己消费
金银珠宝类	6.1%	11.3%	0.2%	11.1%	黄金升值带动投资需求
日用品类	7.8%	7.3%	2.3%	5.0%	生活必需品
体育、娱乐用品类	9.5%	22.2%	11.2%	11.0%	悦己消费、户外运动增长
家用电器和音像器材类	32.4%	30.7%	3.1%	27.6%	以旧换新补贴
中西药品类	-0.7%	1.4%	4.4%	-3.0%	
文化办公用品类	24.4%	25.4%	-5.8%	31.2%	以旧换新补贴
家具类	28.7%	22.9%	2.6%	20.3%	以旧换新补贴
通讯器材类	13.9%	24.1%	11.3%	12.8%	以旧换新补贴
石油及制品类	-7.3%	-3.4%	4.1%	-7.5%	
汽车类	4.6%	0.8%	-1.1%	1.9%	以旧换新补贴
建筑及装潢材料类	1.0%	2.6%	-1.2%	3.8%	二手房市场小幅回暖

出处：SPEEDA基于国家统计局数据绘制
注1：蓝色突出内容为2025年上半年社零较去年同期增长的品类
注2：零售行业限额以上企业是指年主营业务收入为500万元及以上的企业

此外，由于汽车品类单价较高，消费者在购买时更为谨慎，在政策刺激下，限额以上汽车零售额虽同比增速不及两位数，但同比增速已由负转正，2025年6月单月增速达到4.6%。

更值得关注的是，服装鞋帽、化妆品、体育娱乐等“悦己型”非生活必需品类增长幅度至少超过去年同期两倍，反映出消费者对于个人体验与情绪价值的关注，悦己消费正在成为中国消费增长的新引擎。

(2) 中日消费时代对比：
中国进入“悦己消费”时代，
情绪价值成消费决策关键

由于中日两国在消费文化与社会结构上存在相似性，日本消费趋势的变迁对洞察中国市场未来演进具有重要借鉴意义。

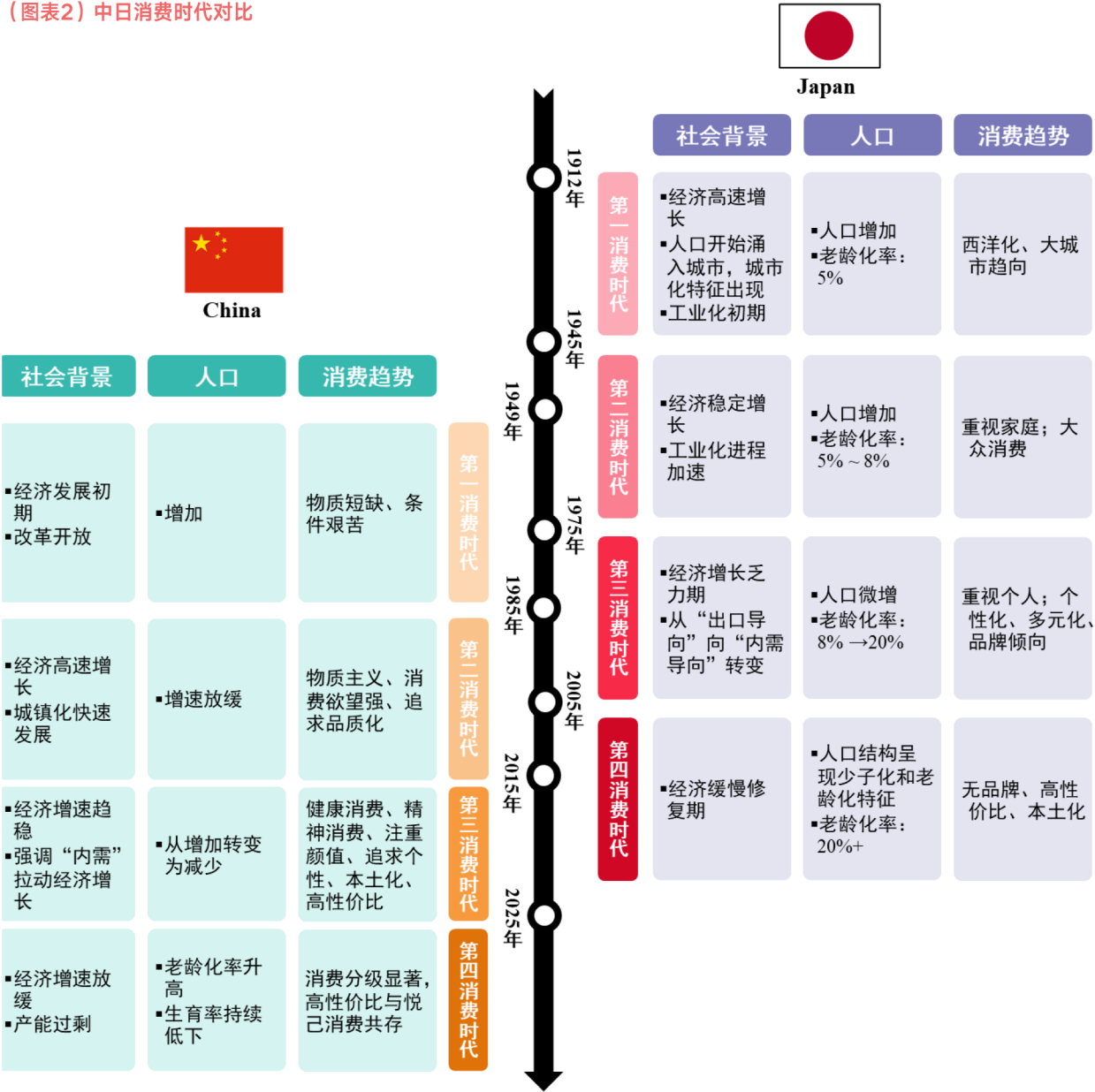
当前，中国经济增速放缓、少子化与老龄化趋势明显。在此背景下，消费者呈现出“消费分级”特征：一方面理性追求高性价比，另一方面愿意为个人品质、

健康及情绪价值支付溢价，显示出“悦己消费”已成为核心驱动。

这种“分级消费”特征，正标志着中国市场正从“第三消费时代”向更注重个体精神满足和社会认同感的“第四消费时代”演进。

在此背景下，日本市场近年来的演化路径和成功实践（如应对人口老龄化、推动高附加值健康产品、构建以文化与情绪价值驱动的品牌生态）对中国市场具有

(图表2) 中日消费时代对比



出处：Speeda基于公开资料整理

高度可借鉴性。

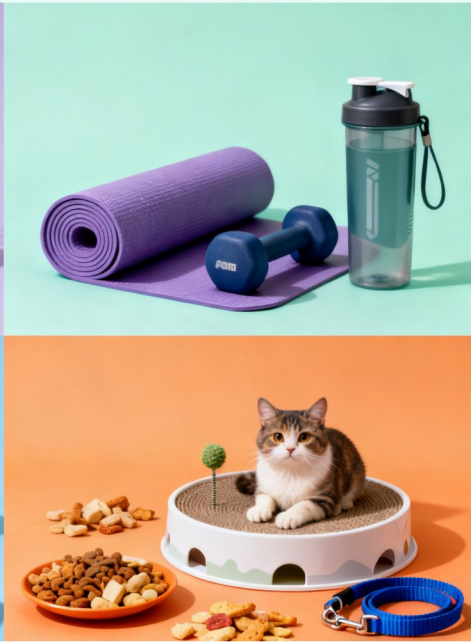
日资品牌在本土市场深耕多年的策略体系——包括精细化功能产品开发、基于消费心理的情感营销、垂类圈层渗透等——可为其在华复制成功提供坚实支撑。

“悦己消费”是指能够带来积极情绪反馈的消费行为，源于经济发展、人口结构变化及社会心理多重因素的共同作用。

随着居民收入水平提升，消费者的关注焦点从物质满足转向精神满足与自我表达；同时，经济放缓、就业压力和低结婚率等宏观环境，进一步放大了公众对情绪慰藉的需求，推动消费行为向心理补偿与情绪释放转型。

在这一趋势下，品牌必须围绕兴趣、个性化与情绪共鸣，重新定义产品开发与营销策略。

(3) 悦己消费者以年轻群体为主，拉动二次元、宠物等相关领域快速增长



90后与00后年轻群体已成为“悦己消费”核心力量，展现低储蓄、重兴趣、愿为兴趣溢价买单的特征。

此外，不同性别在“悦己消费”行为上展现出差异化特征。女性消费者更注重情感交流、社交互动及个人价值实现，倾向于参与具有社群属性的消费场景；男性消费者则偏好实用主义，通过汽车服务、旅游出行、手机游

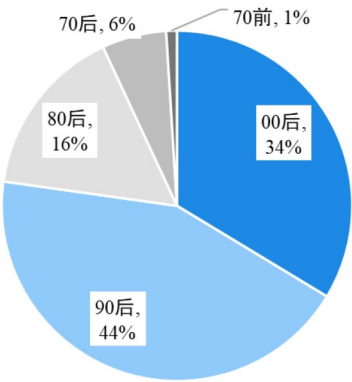
戏等满足兴趣与即时体验，彰显个人空间感与独立性。

经验表明，美日韩等国在人均GDP突破1万美元后，精神与情绪价值导向型消费进入快速增长期。

2019年中国人均GDP已突破该水平，香氛、健身、二次元、宠物等“悦己型”行业随即进入高速增长轨道，预计将持续驱动未来相关行业发展。

(图表3) 悦己型消费者画像

2024年悦己消费者年龄段分布



出处：Speeda基于公开资料整理

男、女消费者悦己消费特征对比

	男	女
社会压力	维持家庭经济压力、工作压力等	平衡工作与家庭、性别歧视、职场竞争、外貌焦虑等
情感需求	注重个人空间、即时反馈	找回自我、情感共鸣
悦己行为特征	- 注重构建个人空间等精神疗愈方式 - 热衷于追求即使反馈的成就感和满足感	- 当代女性消费者将健康看做生活态度 - 对自身形象管理 - 通过线上社群和线下社交活动，积极寻找与自己兴趣相投的群体
悦己消费领域	汽车、钓鱼、旅游户外、运动健身、电子游戏等	健康食品、运动健身、美容美妆、二次元、文娱消费、宠物经济等



HR REPORT

2025年第3四半期

在第三季度，我将为您介绍从智库和行政机构发布的人力资源相关报告。
所有这些报告都可以免费查阅。



エンプロイーエクスペリエンス サーベイ2025調査結果(速報版)

【発表元】 pwc
【言語】 日本語

关于日本企业员工体验（EX）的调查报告。有报告指出，尽管员工作为经营课题的认知度较高，但已制定具体对策的企业仅为少数，相关举措呈现停滞倾向，尤其在HR技术应用方面已落后于海外。从"员工期望获得与个人生活同水准的数字化体验"这一结果亦可看出，职场中HR技术的应用或将成为提升员工敬业度的关键。

キーワード

従業員EX

HRテック

エンゲージメント



成長と信頼につながる フィードバック

【発表元】 リクルートマネジメントソリューションズ
【言語】 日本語

キーワード

FB

リフレクション

感謝と称賛



打造员工真正需要的 职场体验

【発表元】 Cushman & Wakefield
【言語】 中国語

キーワード

職場生活

従業員EX

オフィス



2025蓝领AI面试白皮书

【発表元】 海納AI
【言語】 中国語

キーワード

AI面接

HRテック

採用

ブルーカラー



2025年度 企业薪酬调研报告

【発表元】 智联猎头
【言語】 中国語

キーワード

給与

離職率

初任給

ボーナス

連載

変

化

する

時

代

の

人材づくり

— 今回のテーマ —

从“非正式员工”到“共创力量”

将多样化用工形态转化为优势的管理之道

AKMT
Management Consulting



お問い合わせ

明楽 (Ming Le)
※日本語可

上海晶之道企业管理咨询有限公司

Tel 150-0181-8203

Mail mingle@akmt-mc.com

如今，越来越多的职场中出现了派遣员工、业务外包等多样化用工方式的员工。其背景在于企业希望兼顾成本效率与组织敏捷性的现实需求。

然而，传统的“以正式员工为前提的单一化管理”难以充分发挥多样化用工人才的潜力，导致这些人才“虽人在职场，其能力却未得到充分利用”的问题日益凸显。

在此，让我们在认清课题的基础上，探寻将这些“非正式员工”转变为“共创力量”的突破口。

1. 因战略传达不足导致的 创新机会损失

出于安全和制度等原因，非正式员工常被排除在内部会议和信息共享之外。

其结果是，尽管日常工作中共同协作，却无法共享企业“为何从事此项工作”、“目标指向何方”的愿景目标。这导致他们仅完成眼前任务，难以产生“如何做得更好”的自主改进与创造性提案。

对企业而言，这意味着失去了从多样化背景的人才中获得新鲜洞察与创新构思的宝贵机会。

2. 因培养投入不足引发的 人才基础薄弱化

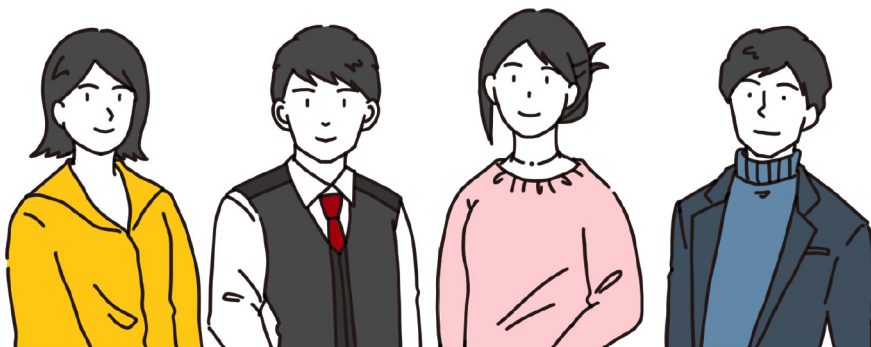
企业往往倾向于将“非正式员工”定位为“临时劳动力”，轻视对他们进行教育投资。然而，如果缺乏学习企业特有专业知识与文化的机会，他们将难以超越单纯执行指令的局限。

这不仅意味着企业“培育人才的土壤”受到限制，更丧失了从内部培养能共同应对复杂课题的合作伙伴的机会。

短期成本削减反而可能成为中长期人力资本强化的阻碍。

3. 因评价制度不完善引发的 积极性低下

当绩效联动型薪酬与职业发展路径仅适用于正式员工时，便会催生“同等贡献却遭遇差别对待”的不公感。



这不仅导致个人积极性下降，更会对团队整体的协作意识造成负面影响。

针对这些课题，我们需要有意识地采取以下应对策略：

1. 推动“循序渐进”的参与机制

无需对所有信息进行均质化公开，建立根据合同期限与业务责任设定的“阶段性参与”机制将更为有效。

例如，对短期合同员工提供与业务质量提升直接相关的“部门层级信息共享”，对中长期员工则开放“经营方针说明会”的参与机会。

某制造企业通过每月为派遣员工举办“战略简报会”，专门提供与业务直接相关的生产目标与品质课题信息。

同时，通过授予项目层级的限定性决策权，成功强化了员工的主人翁意识，实现了敬业度的大幅提升。

2. 提供“即学即用”的成长资源

应当重新定位对非正式员工的培养理念：这不是普通福利，而是强化企业战力的战略投资。

重点提供在合同期内可完成、结束后能立即应用于现场

工作的实践性内容。

如，某IT企业为云计算技术方向的派遣员工构建了包含学习企业开发标准的“入职培训”与掌握前沿技术的“技能提升课程”体系，并向结业者颁发认证证书，将其与参与更重要项目的机会挂钩，从而取得了“技能标准化”与“优秀人才保留”的双重效果。

3. 构建“贡献精准评价”的制度体系

要实现公平评价，必须建立不受雇佣形态限制的、明确的评价标准。

针对短期贡献特性，需要设定与项目周期匹配的评价周期，在金钱报酬之外，结合专业资格获取支持、重要业务优先指派权等多元化激励方式，全面提升成员积极性。

通过提升评价流程透明度，明确公开评价标准与结果，也将有效促进“非正式员工“对组织的信任感建设。

将多样化用工形态的成员定位为，为组织创造新价值的“战略合作伙伴”，而非单纯“劳动力”，推动他们从物理层面“在场”到内心真正“融入”的转变——在剧变的时代这将成为人力资源可持续竞争优势的源泉，其重要性也必将与日俱增。

応募者増加支援サービス

RGF PLUS

少ない労力で
最大の効果！

1

オンライン企業説明会
開催・運営サポート

2

当社メディア総動員で
企業/求人の魅力をPR

3

企業紹介動画の作成

4

キーマンインタビュー
動画/記事の作成

充実のサービスパッケージで

✓ 応募者数 UP！

✓ 内定承諾率 UP！

✓ 採用成功率 UP！

RGF Plusは無料のサービスです。
詳細のお問い合わせは下記まで

RGF Plusサービス係
prg@rgf-hragent.com.cn

採用テクニカルサポート

優秀な人材を逃さないために。採用テクニカルサポートでは、採用プロセスで見落とされがちなポイントを取りあげ、皆さんの採用活動の改善を目指します。

第2回

人才中介公司情不自禁

想要向求职者展示的求人票制作法 —2—

如果只写「增员」或「补缺」的话，不如取消！

这次，我们想和大家一起思考一下求人票上需要记载的12个项目中的④招聘背景。

①招聘岗位	⑦工资待遇
②所属部门	⑧工作地・交通
③录用人数	⑨工作时间
④招聘背景	⑩休息日・休假
⑤工作内容	⑪福利・社会保险
⑥应聘条件	⑫选拔流程

也许，有人会有这种想法：招聘背景这个项目有意义吗？招聘不就是只有增员和补缺两种吗？

确实，如果只有「增员」和「补缺」两种的话，这个项目就没有什么意义。不仅如此，在补充空缺的情况下，仅此记载的话，求职者会发出疑问：

“是工作环境有问题的公司吗？”“可能是离职率很高的公司？”甚至有可能造成不必要的误解。

招聘背景，是让求职者对企业加深理解的同时，体现企业招聘意愿度强弱的展现项目。如果能够很好地记载，就可以提高求职者地应聘意愿。

上一回我们在①招聘岗位上下功夫是让求职者优先拿取我们的求人票，而为了使这部分求职者拿取后视线无法离开，应当尽量详细地记载招聘背景。

至少，以下三个项目：**（1）我们公司是、（2）目前所处的状况、（3）希望借助您的力量实现什么**，是我们认为作为招聘背景不可或缺的。

（例 1）

本公司自〇〇年成立中国法人以来，作为商用空调机制造商，与中国多家知名房地产开发商和建筑公司有业务往来。**（1）我们的公司是**

近年来，除了高层大楼和公寓楼等建筑物，大型仓库等物流设施的建设需求也逐年增加，因此我司也收到很多业务委托。**（2）目前所处的状况**

为了能应对更多的业务委托，本次，我们决定对外新招服务工程师。请一定来本司发挥您的能力。**（3）希望借助您的能力实现什么**

再加上标题，或加上管理层寄语，对求职者的吸引力就会更高。

（例 2）

以事业扩大为目标的商用空调机制造商 邀您一起来创造本公司的未来！

本公司自〇〇年成立中国法人以来，作为商用空调机制造商，与中国多家知名房地产开发商和建筑公司有业务往来。

近年来，除了高层大楼和公寓楼等建筑物，大型仓库等物流设施的建设需求也逐年增加，因此我司也收到很多业务委托。

为了能应对更多的业务委托，本次，我们决定对外新招服务工程师。请一定来本司发挥您的能力。

【我司总经理〇〇寄语】

我司生产和销售适用于各种店铺、办公楼、工厂设施到大型商业设施等广泛用途的商用空调产品，在中国也受到各方面用户的好评。

为了今后能让我们的粉丝变得更多，我们公司正在积极地招募新的伙伴。我等着大家的应聘。



PICKUP

HR News

我们挑选了第三季度中国媒体报导的与人力资源相关的热门文章，重点关注人力资源媒体。

发表日	タイトル	发表元
7月3日	留住人才的4个关键问题	HRflag
7月3日	专访爱玛科技：靠AI免费发起这个功能，HR节省50小时工作量	猎聘人才官
7月7日	2025毕业季，HR如何招新？前程无忧发布《2025应届生调研报告》	前程无忧
7月8日	AI顶掉94%HR，IBM亲手干掉自己的人事岗！	HRflag
7月19日	全国各省市2024年社会平均工资（2025年社保缴费基数标准）	HR价值网
7月22日	年轻人，在职场“断亲”	新华网
7月25日	打工新鲜事儿 吸引越来越多年轻人的“绿领”究竟是做什么的？	工人日报
7月28日	简历正在失效：超70%公司根本不会验证你的真实能力	HRflag
8月1日	事关社保缴费、竞业限制等 最高法发布劳动争议案件司法解释	新华网
8月4日	从HR到HX：一场颠覆所有人力资源部的无声革命	HRflag
8月7日	用人单位能否因女职工怀孕调岗降薪	HR案例网
8月11日	【说案】高温津贴发没发？用人单位要举证！	工人日报
8月12日	AI没有淘汰你，但你的老板和同事正在分裂	HRflag
8月17日	企业招聘设置“年龄门槛”，是否涉嫌违法	法治日报
8月19日	“个人”雇员工改不了劳动关系实质	工人日报
8月20日	“周五早下班”引热议：弹性工作制能否开启职场新生态？	《中国工人》杂志
8月22日	巨型雇主时代走向终结？	HRflag
8月22日	一场隐形革命：程序员的黄昏，AI工程师的黎明	HRflag
8月26日	员工违规打卡考勤，公司能否开除？	HR案例网
8月28日	高科技行业AI成刚性需求，算法类岗位薪酬看涨	前程无忧
8月29日	“AI超级员工”有望大规模普及	文汇报
9月8日	全国各省、自治区、直辖市最低工资标准情况（截至2025.9.8）	HR价值网
9月8日	有过劳动纠纷不予录用？背调的手别伸太长	南方都市报
9月13日	税务局回复：退休返聘人员的工资按劳务报酬还是工资薪金？	猎聘人才官
9月15日	5个细节，藏着同事要离职的信号。	猎聘人才官
9月24日	智联招聘发布《报告》：“数字同事”正深度融入职场	中国经济网

上海艾杰飞人才管理咨询有限公司

RGF Talent Solutions China Co., Ltd.

私たちはリクルートグループ中国法人です。

RGF HR Agent

<https://www.rgf-hragent.asia/>

<https://www.rgf-hragent.com.cn/>

上海	住所 電話	上海市黄浦区淮海中路98号金鐘広場17楼1701AB室 (+86) 21-5331-8000
北京	住所 電話	北京市朝陽区向軍南里二巷甲5号雨霖大厦12層1208室 (+86) 10-8591-7900
深圳	住所 電話	深圳市羅湖区紅宝路139号蔡屋圍金龍大厦905室 (+86) 755-8237-5208
広州	住所 電話	広州市天河区林和西路161号中泰国际広場A1306 (+86) 20-8527-4585

発行年月／2025年10月

発行／RGF Talent Solutions China Co., Ltd.

上海市黄浦区淮海中路98号金鐘広場17楼1701AB室

TEL. (+86) 21 5331 8000

本誌掲載の写真・図・文の無断転載・複製を禁止します。