

2016中国年度最佳雇主揭晓 职场社群化已成必然趋势

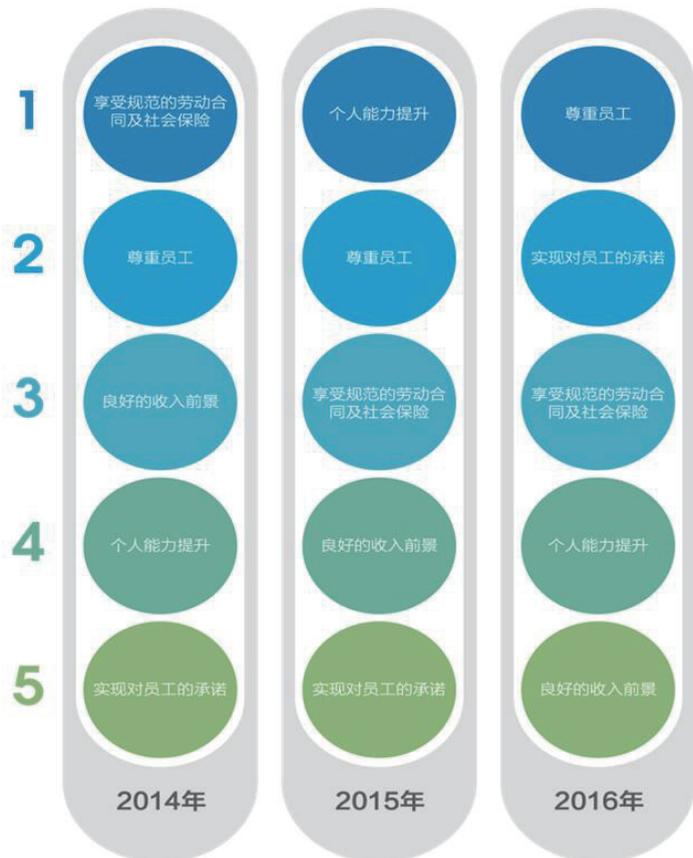
智联招聘：员工更看重平等尊重 职场社群时代到来

2016年，中国经济发展全面步入新常态，面对互联网经济下快速迭代的商业环境，以及复杂严峻的机遇挑战，人才的创新能力和组织架构的灵活性已经成为现代企业生存发展所面对的最大挑战。与此同时，伴随着人们物质文化水平的不断提高和价值观的转变，人们对工作的诉求已经从谋生手段转变为提升生活品质和实现自我价值的工具。

近日，智联招聘发布了《2016中国年度最佳雇主总报告》，调查结果显示，2016年公众普遍认为获得最佳雇主提名的企业应该具备的首要特征是吸引人的企业文化。企业文化是企业个性化的根本体现，它是企业生存、竞争和发展的灵魂。一个组织显性的实体空间和行为很好复制和模仿，但是其背后所遵循的信仰和价值观却是需要企业首先在内部进行建设的，而后向外部传递形成符号化。对非企业的员工而言，最佳雇主的实体空间和行为难以获知，但是企业所秉持的信仰和价值观却能够通过其传递的信息所感知到。可见，打造吸引人的企业文化对占领公众心智中的“最佳雇主”标签至关重要。

此外，被提名企业同时在尊重员工、自身具备良好的发展前景、践行对员工的承诺、承担企

历年最佳雇主具备要素的变化



业社会责任等方面受到了参与提名公众的高度认可。这些特征反映出员工在雇佣关系中对雇主的诉求，一方面要求雇主更加人性化，诚信守诺，另一方面也希望在雇佣期间，个人价值能够不断增值，提升自身的职场竞争力。

以近年来的最具发展潜力雇主调查结果为例，企业员工对收入前景的需求排序在逐年下降，而“尊重员工”、“实现对员工的承诺”等要素的排序则在逐年上升。从这一变化中也可以发现，越来越多的80后、90后新生代

员工在物质回报与重信增能之间的抉择上更偏向后者。

正是基于以上对于雇佣关系发展趋势的洞察，2015年，智联招聘提出了“新雇主经济”概念，强调了雇佣关系中雇员的主体性与重要性。2016年，“新雇主经济”有了进一步的发展演进求职者自我意识不断提高，雇主与雇员为了共同目标和追求聚集在一起，在职场中形成特殊的“社群”体系，价值观相同、雇佣关系亲密、赋权结构的职场“社群时代”已经到来。

职场社群化将有共同目标的雇主和员工联系在一起，雇主与员工之间建立情感联结、彼此信任，员工更有归属感；企业以员工为中心，尊重员工，形成平等、自由的伙伴关系，给予员工更具人性化的福利待遇，双方缔结心灵契约；企业为员工“赋权”，以互联网扁平化的组织取代传统等级森严的层级结构，让员工个人能力得以充分展示，以此激发员工的自主性和积极性。在职场社群的时代，企业雇主不仅要为员工提供良好的福利待遇和有竞争力的薪酬，更要站在平等的伙伴关系上尊重员工的感受，信守承诺，同时创造环境以提升员工的个人能力和个体竞争力。这些变化正与企业员工心中最佳雇主所具备的重要特征——“尊重、

信诺、增值、机会”不谋而合。

作为企业，在“新雇主经济主义”的指导下，打造并树立最佳雇主品牌形象，顺应职场社群化趋势，理解求职者的深层需求，有助于企业洞察未来发展的方向，及时调整应对策略，吸引更多优秀的人才，更好地应对新雇主经济主义带来的机缘和挑战，实现雇主与雇员的“双赢”。

“中国年度最佳雇主”评选是由智联招聘联合北京大学社会调查研究中心共同发起的一项“最佳雇主”调查活动。活动历经十一年，不仅选拔了大批中国雇主品牌建设的标杆企业，激励他们更加深入地推进雇主品牌建设；更重要的是推动雇主品牌的理念和经验得到了广泛应用，有效帮助了中国企业制定并实施雇主品牌战略。

“2016中国年度最佳雇主”评选活动以“社群崛起，新雇主经济的演进”为主题，覆盖了全国34个城市，9740多家企业报名参选，相比去年在数量上增长超过80%。通过活动，在全社会广泛传播“最佳雇主”的雇主品牌理念和故事，以榜样的力量带动更多企业认识到人才的重要性、学习到吸引人才的先进方法，以推动中国企业制定并实施雇主品牌战略，助力企业更好地应对人力资源市场的变化。

智联招聘：职场中女性忠诚度更高 重视职场软性条件 智联招聘：女性职场满意度高于男性 更希望得到认可

随着现代社会的发展和女性社会地位的提高，女性在职场中的竞争优势愈加明显，职场地位逐渐稳固。根据网上公开数据显示，如今在大多数国家，女性的就业率在40%以上，我国在2015年就已经高达73%，职场女性已经成为各个行业不可或缺的一部分。

近日，智联招聘发布了《2016中国年度最佳雇主》评选活动的女性社会公众调查结果。调查结果显示，职场女性对当前任职的雇主品牌评价好于男性群体，对雇主的评价更多集中在软性条件上；在人才流动频繁的背景下，女性群体的雇主忠诚度更高，在职业规划上，女性更追求得到能力的提升和认可。

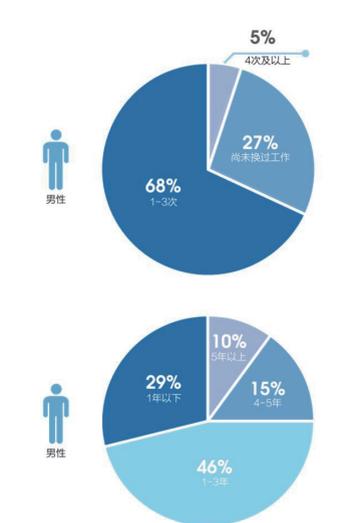
从2016中国年度最佳雇主的评选结果来看，大众普遍认为理想雇主应该具备的首要特征是尊重员工。但在其他特征上，女性员工更看重雇主的软性条件，并且对现任雇主的评价要普遍高于男性。

从智联招聘的调研结果来

看，女性对雇主是否能够提供“与员工贡献匹配的薪酬回报”、“积极健康的工作氛围”、“合理的绩效管理”、“舒适的工作环境”的重视程度均明显高于男性。而男性更看重是否有机会提升个人核心能力、雇主是否具有良好发展前景，在未来是否能够获得良好的收入。从性别选择的差异可以发现，女性在呼吁对等薪酬回馈的同时，对雇主的评价更多集中在软性评价上，而男性更多聚焦在与收入相关的指标上。

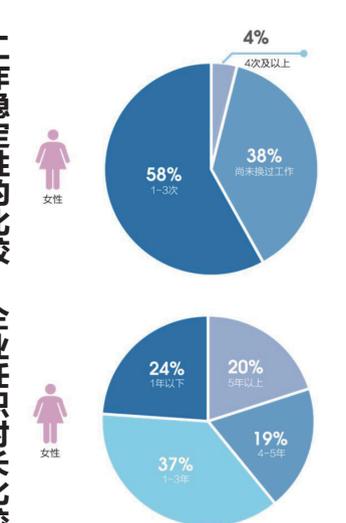
员工对雇主的满意度是影响员工忠诚度的重要因素，因此女性的职场忠诚度也要高于男性。数据分析显示，女性员工换工作的频率低于男性，有高达38%的职场女性到目前为止尚未换过工作，而男性员工的这一比例仅为27%。在目前就职的企业工作5年以上的女性比例为20%，而男性的这一比例仅为10%。由此可见，女性群体在职场中稳定性更好，对雇主的忠诚度也更高。

基于生育、家庭等多方面因素的影响，女性在职场中会面临



比男性更加复杂严峻的挑战和压力，因此职业发展规划也有所不同。智联招聘调查数据显示，对于未来3年的职业生涯规划，男性追求的则是职场成功、实现自我，女性最看重的三项分别是职业技能得到提升、个人能力得到肯定以及实现自我价值，表明女性更担心在职场中被替代，希望得到认可。

从以上几点可以发现，女性



对雇主的品牌满意度更高，并且比男性拥有更高的职场稳定性和企业忠诚度，在职业规划上更期待得到职场的认可，“情感”是链接雇主和女性员工的重要纽带。因此企业在雇主品牌建设过程中，应该洞悉女性特殊的职业发展诉求，培养女性员工成为雇主品牌传播的重要力量，塑造雇主和雇员共同的价值观，增强员工对集体的认同感和归属感，

发挥女性的情感优势推进企业内部社群化转变，从而提升企业的创新活力。

“中国年度最佳雇主”评选是由智联招聘联合北京大学社会调查研究中心共同发起的一项“最佳雇主”调查活动。活动历经十一年，不仅选拔了大批中国雇主品牌建设的标杆企业，激励他们更加深入地推进雇主品牌建设；更重要的是推动雇主品牌的理念和经验得到了广泛应用，有效帮助了中国企业制定并实施雇主品牌战略。

“2016中国年度最佳雇主”评选活动以“社群崛起，新雇主经济的演进”为主题，覆盖了全国34个城市，9740多家企业报名参选，相比去年在数量上增长超过80%。通过活动，在全社会广泛传播“最佳雇主”的雇主品牌理念和故事，以榜样的力量带动更多企业认识到人才的重要性、学习到吸引人才的先进方法，以推动中国企业制定并实施雇主品牌战略，助力企业更好地应对人力资源市场的变化。