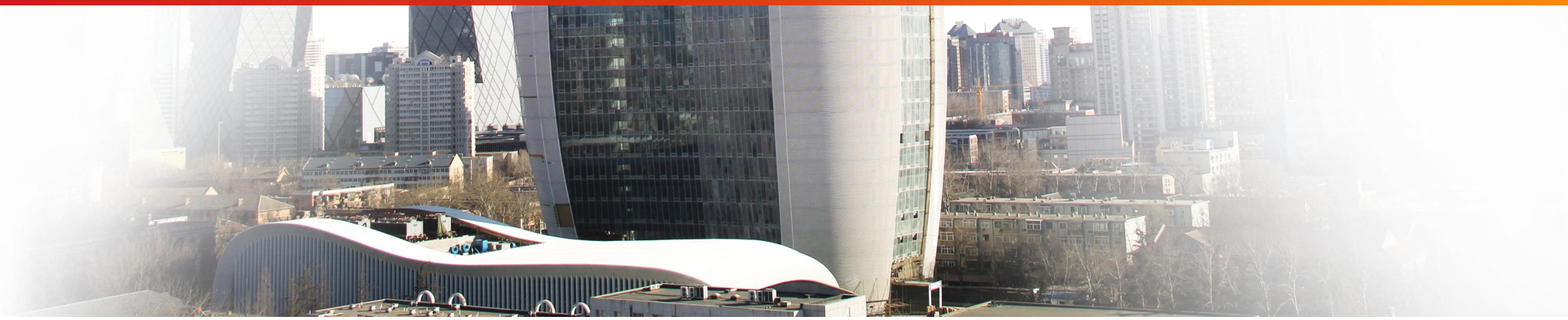




人民数据研究院
— People Data Research Institute —

人民数据研究院

People Data Research Institute



目录

CONTENTS



01

关于我们

Institute Introduction

02

产品展示

Solutions Example

03

服务模式

Cooperation Mode

04

客户需求

Featured Capability

05

合作伙伴

Cooperative Partners

PART.01



关于我们

Institute Introduction

PART 01



人民日报

中国共产党中央委员会机关报，中国第一大报，1992年被联合国教科文组织评为世界十大报纸之一。人民日报作为党和政府的喉舌、中国对外文化交流的重要窗口、展现蓬勃发展社会主义新中国的舞台，积极宣传党和政府的政策主张，记录中国社会的变化，报道中国正在发生的变革。

人民网

创办于1997年1月1日，是人民日报建设的以新闻为主的大型网上信息交互平台，是国家重点新闻网站的排头兵，也是国际互联网上最大的综合性网络媒体之一，坚持“权威、实力，源自人民”理念，以“报道全球、传播中国”为己任。

2012年4月27日在上海证券交易所上市交易，是第一家在国内A股整体上市的新闻网站。



大数据 领域中的“国家队”

"National team" in big data field

人民数据

人民数据管理有限公司（国家大数据灾备中心）系人民日报、人民网旗下“党管数据”理论和实践的平台。公司致力于构建全方位的大数据运营生态系统，通过党和国家社会数据转换的快捷通道，实现国家全域大数据安全、精准服务于党的“科学执政、数据执政、智慧执政”的新发展理念，使大数据更加便捷、高效地服务于经济社会发展，为各行各业广泛应用。

作为新时代大数据领域中的“国家队”，人民数据管理有限公司以承建**国家大数据灾备中心、国家离岸数据中心、中国卫星安全数据中心**等国家大数据项目为契机，打造安全、高效、开放、共享的国家级大数据平台，并致力于做好各级党政机关、央国企、民企等大数据“存、管、用”工作。



心系“国之大者”：党管数据的理论与实践平台
数据要素市场化研究的前沿阵地 数字中国建设的思想库和智囊团

支持高层决策、链接高端资源
用好数据资源、树立行业话语权
讲好数字中国故事、产出高质量咨询



人民数据研究院作为人民网人民数据主管主办的国家级大数据智库平台、“党管数据”的理论研究与实践平台，是集政、产、学、研为一体的全产业、全链条、全场景的咨询机构。以推动大数据产业建设为宗旨，以引领大数据产业应用为使命，致力于构建全方位的大数据运营生态系统。

数据要素 研究部

行业规则、标准制定；
数据要素相关内容研究。

数字经济 研究部

政策解读、数字经济行业研究、内容风控等相关内容研究。

指数 研究部

行业生态、指标搭建，致力于数字化转型、产业发展研究。

关于我们



品牌优势

人民网沿袭人民系更懂政策的优势，权威解读行业趋势，全面参与国际、国内重大事件报道，是国内外政治、经济、社会、文化等重大新闻事件宣传报道源。人民数据作为人民系的一员，具备平台优势和品牌力量。



数据优势

人民数据拥有全网全量大数据资源。目前，打造了便捷精准的大数据中台，具备雄厚客观的大数据技术与分析能力。凭借平台的数据优势，研究团队具有研究数据要素市场化的实践优势。同时，基于数据的场景化解决方案，已经形成了聚数、用数于一体的咨询服务闭环。



专家优势

人民数据注重人才队伍建设，狠抓人才培养，为衍生大数据产业发展提供了强大的支撑。其强大的研究团队、大数据分析能力，为其他同类团队所不能比拟。同时，人民数据研究院链接了国内重量级专家资源作为智力支持。



PART.02



产品展示

Solutions Example

PART 01

数据解读

- 基于数据分析的内容研究
- 基于数据挖掘的图说展示

闭门会

- 以公益性主题探讨合作伙伴关注的话题
为客户赋能
- 策划热点话题招商

咨询报告

- To S 宏观政策解读、内容风控
- To B 行业研究、趋势洞察
- To C 用户兴趣偏好分析、行为特征研究
- To G 风险预测、产业发展检测、区域数字经济转型



数据分析类



数据测评类



数据支持类

让外卖骑手“慢下来”，建立“安全第一”的行业共识



三、推动行业健康发展的五点建议

(一) 外卖骑手行业亟需建立行业引导和治理标准

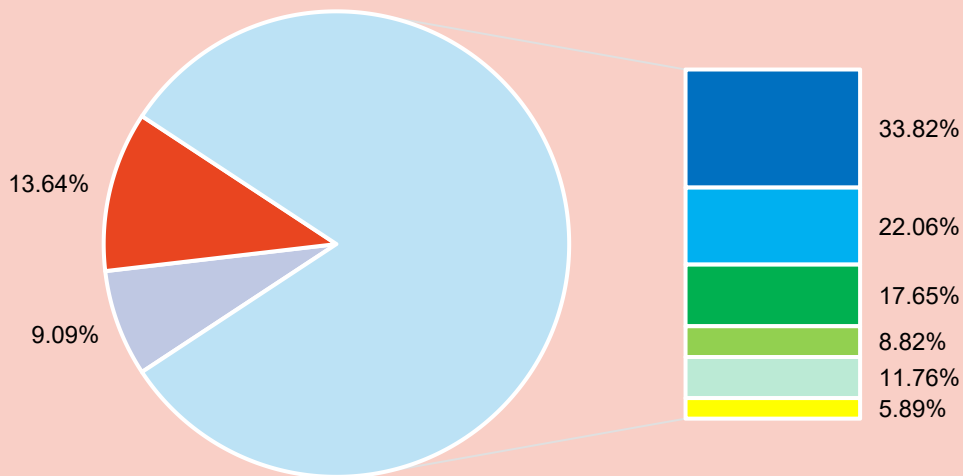
为了减少雇佣成本，降低雇佣关系的风险，去劳动关系化用工成为平台与外卖骑手的新的雇佣形式。随着平台经济的发展，传统的劳动关系认定标准已经不能适应新型用工关系的需要，亟需完善。此外，还需研究制定适用于新业态从业者的社会保险制度，如将“五险一金”作适当分离等。

当前，还缺少官方背景的外卖骑手行业工会和行业协会，有一些骑手通过自发组建骑手联盟微信群，或者通过自媒体平台发声，试图通过自我救济方式维护个人权益。急需组织建立具有官方背景的职业协会，制定职业标准、培训职业能力、改善职业环境。同时，建立骑手行业工会组织，作为维护骑手权益的重要平台。

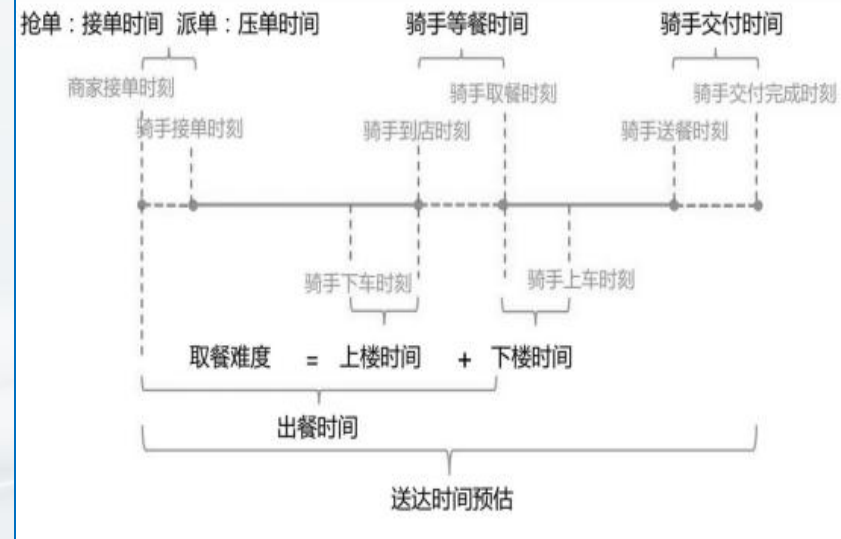
(二) 让人文关怀温暖外卖骑手

当前，平台多采用众包模式和“个体工商户”模式，与骑手是一种间接的弱雇佣关系。长期以来，中国劳动者的劳动权益都是与劳动关系紧密联系的，“有劳动关系者则强保护，无劳动关系者则弱保护”。如此，外卖骑手与平台发生用工纠纷时，他们的权益则可能得不到有效地保护。此前，山东高院发布了一份案例统计，自2020年7月31日，《最高人民法院关于统一法律适用加强类案检索的指导意见（试行）》施行后，“外卖骑手的工伤认定”类似案件共9件，

2020年骑手相关热点事件类型分布



□ 疫情保障 □ 骑手志愿者 □ 相撞事故 □ 危害生命 □ 肇事逃逸 □ 醉酒 □ 闯红灯 □ 逆行



数字经济成北方经济高质量发展的新赛道



舆论对南北方数字经济发展的期待值

城市	纬度	舆论期待值
北京	40° 1	97
唐山	39° 6	19.5
天津	39° 1	80.5
大连	38° 4	19.5
济南	36° 4	34
青岛	35° 3	65
郑州	34° 4	33.5
西安	34° 1	52
北纬31度		
南京	31° 9	72.5
合肥	31° 5	33.2
无锡	31° 7	14.8
成都	30° 6	90
苏州	31° 3	43.5
武汉	30° 3	90
杭州	30° 1	100
重庆	29° 3	95.5

省会城市高新企业数量占比

排名	省会城市	高科技企业占比
1	昆明	87%
2	西安	85%
3	银川	83%
4	拉萨	83%
5	武汉	83%
6	成都	82%
7	太原	79%
8	兰州	79%
9	长春	78%
10	长沙	75%

数字制造灯塔企业	所属行业	工厂地址	具体地域
阿里巴巴犀牛智造	科技公司+服装行业	中国(本土)	杭州
美光科技	半导体存储器行业	中国(外资)	西安
美的集团	家电行业	中国(本土)	佛山
联合利华	家化行业	中国(外资)	安徽
宝山钢铁	钢铁制品	中国(本土)	上海
福田康明斯	汽车行业	中国(外资)	北京
海尔沈阳冰箱互联工厂	电器	中国(本土)	沈阳
强生	医疗设备	中国(外资)	苏州
宝洁	消费品	中国(本土)	广州
潍柴	工业制造	中国(本土)	潍坊
上汽大通C2B定制工厂	汽车制造	中国(外资)	上海
丹佛斯商用压缩机工厂	工业设备	中国(外资)	天津
富士康	电子设备	中国(本土)	深圳
博士	汽车零部件	中国(外资)	无锡
海尔中央空调互联工厂	家用电器	中国(本土)	青岛
西门子工业自动化产品	工业自动化	中国(外资)	成都

灯塔工厂地域分布情况

蚂蚁科技事件引发舆论狂欢背后四大趋势值得思考



蚂蚁科技事件引发舆论狂欢背后四大趋势值得思考

11月3日，上海证券交易所发布消息称，原申请于11月5日在科创板上市的蚂蚁集团暂缓上市。蚂蚁集团上市按下“暂停键”，引发境内外舆论的猜测和议论。综观舆论场，整体呈现四大方面的趋势值得思考。这几个趋势主要是：

一、由崇拜到抵制，知名企业家的舆论号召力今非昔比

对于蚂蚁集团，舆论更习惯于称呼其曾广为人知的名字“蚂蚁金服”。上市只差临门一脚的蚂蚁金服，在沪港两地交易所被同时宣布推迟，瞬间成为舆论场头号议题。尽管交易所公告明确指出，其原因为“公司实际控制人及董事长、总经理被有关部门联合进行监管约谈”，同时“公司也报告所处的金融科技监管环境发生变化等重大事项”，但仍有不少言论将之与马云在上海外滩金融峰会上的演讲相关联，甚至称之为“史上最贵的一次退而不休的演讲”。

10月24日的峰会上，马云以一个“非专业人士”的身份发表了一系列“专业观点”，特别是其中“中国金融没有系统性风险，因为没有系统”“银行做成了当铺生意”“巴塞尔协议比较像一个老年人俱乐部”等观点在金融业界乃至普通网民中引发巨大争议。

马云被认为是当下中国最杰出的创业精英和青年人的偶像之一，曾以数字经济的创新者身份被评为中国“改革先锋”。曾经的马云在网上一呼百应，言论影响无出其右。然而今非昔比，

三、从质疑到肯定，加强互联网平台监管已是众望所归

2020年11月2日，银保监会和央行联合发布《网络小额贷款业务管理暂行办法（征求意见稿）》。该办法所提出的一系列监管措施较以往明显从严，舆论普遍认为这可能对蚂蚁金服的小贷业务构成重大影响，同时也被认为是蚂蚁金服监管环境所发生的重大变化，是蚂蚁金服暂停上市的重要原因。

该办法公开发布后，尽管有声音认为其矛头直指蚂蚁金服，但更多的观点认为这一举措出台及时、必要，将更加有利于防范可能由互联网小贷公司所引发的系统性金融风险，保持金融体系稳健运行，维护广大金融消费者的切身利益。舆论认为，考虑到该办法的实施可能带来蚂蚁金服经营机制的巨大变化，乃至公司价值重估，交易所及时暂停上市非常必要。正如经济日报客户端



蚂蚁集团
ANT GROUP

正如有评论所言，“没有所谓的马云时代，只有时代中的马云”。无论取得何种辉煌成就，都是顺应时代发展的个体，成功者只有敬畏国家、敬畏人民、敬畏时代，才能真正赢得发言权，展示号召力。

“双11”大数据分析：新经济成跨越胡焕庸线的新期待

“双11”大数据分析：新经济成跨越胡焕庸线的新期待

今年的“双11”起势比以往来得更早，还未到购物狂欢爆发点，国民的消费热情就已展现无遗。有观点认为，作为后疫情时代中国的第一个全民购物节，其间展现出的新元素、新特点、新趋势具有消费经济风向标作用。人民数据研究院对近一个月的媒体、自媒体涉“双11”的文章进行分析，以期捕获数据和舆论背后的逻辑，为平台经济、社会治理提供一些思考。

人民数据舆情管理系统显示，截至11月10日18时，“双11”相关网络新闻12万余篇，报刊3000余篇，相关微博6万余条，微信公众号文章8万余篇。新浪微博话题#双11#阅读量达20亿。

对相关信息进行词频分析发现，电商直播、福利套路、约谈监管、尾款人、消费经济、快递物流、双循环、网络购物、消费狂欢、线上卖房等成为十大高频词。其中，作为“双11”新业态，电商直播成为第一热词。与之相关的抖音、快手等直播渠道，李佳琦、薇娅等带货主播成为衍生热词。



从图文到视听：医疗科普新模式更需注重内容有效性



从图文到视听：医疗科普新模式更需注重内容有效性

相关数据显示，超过9成的用户看过健康科普相关视频，且有半数以上用户愿意为健康科普内容付费；在观看此类视频后，用户对于医疗信息、专家问诊、挂号等服务有明确的需求。作为一种新颖且不断演变的内容形式，视听传播模式助力医疗科普是数字经济时代的应用场景创新，增强了感染力和受众的触达率。由于相关短视频在内容发布的准确性、严谨性以及审核流程方面依然存在这样或那样的问题，值得重视。

“十四五”开局之年，各级政府积极探索，为人民健康提供可靠保障，建设健康中国。把保障人民健康放在优先发展的战略位置，将推动形成一个活力奔涌的健康中国，为“十四五”时期拓展人口质量红利奠定健康基础。人民数据研究院推出涉医短视频内容测评报告，报告通过抽样取证的方式进行测试，对抖音、快手、微博视频、微信视频号、B站等视频平台的涉医内容进行分析，客观反映各平台相关情况，探索平台在推动医疗科普方面的积极做法，分析涉医相关视频在内容传播上存在的问题、潜在的风险，为监管机构完善网络生态治理、企业践行主体责任提供参考。

一、视频平台对认证账号的审核较为严格

为了保证涉医内容的科学性和严谨性，短视频平台会对账号的认证流程进行严格地把关。人民数据研究院对抖音、快手、微博视频、微信视频号、B站等日活量较高的平台进行测评发现：

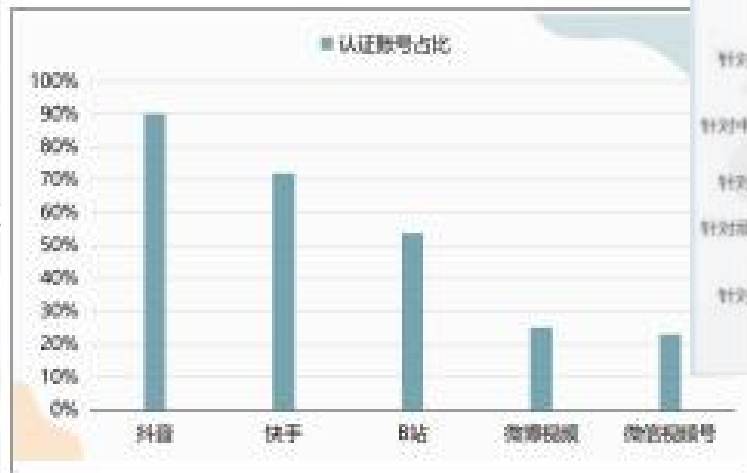
在5个平台进行账号认证，都要遵循两个步骤，先进行个人实名认证，之后才能进行职业身份认证。抖音对实名认证的材料要求较为全面，需要提供一个月内国家卫生健康委员会信息查询截图、医生执业证书、医师资格证、科室证明、职称证明和承诺函等8项材料。快手则需要提供医生执业证书、医师资格证和所在机构的工作证明。微博视频需要在认证专业身份前，有2名以上的“互粉橙V”好友，以示对申请人的身份证明。B站和微信视频号需要医生在职证明，无其他专项要求（见表1）。此外，5个视频平台的审核只有快手会将发布者和运营者身份区分开来，其余平台只需确认发布者的身份信息。

表1：视频平台账号认证所需材料

平台名称	账号认证所需材料
抖音	需要提供一个月内国家卫生健康委员会信息查询截图、医生执业证书、医师资格证、科室证明、职称证明和承诺函等8项材料
快手	医生执业证书、医师资格证和所在机构的工作证明
B站	医生在职证明
微博视频	有2名以上的“互粉橙V”好友
微信视频号	医生在职证明

内容和流程审核耗时最长的是B站，每审核1分钟的视频需要耗时8.5分钟。其次为抖音、快手，1分钟的视频审核耗时分别为7.4分钟和1.5分钟。微信视频号和微博视

各平台单位时间视频审核时长



涉嫌违规的医疗短视频分布领域



从合规到自觉：让视频类APP青少年模式走得更远



从合规到自觉：让视频类APP青少年模式走得更远 ——视频类APP青少年模式测评报告

6月1日，新修订的《未成年人保护法》即将实施，该法第七十四条提出：“网络游戏、网络直播、网络音视频、网络社交等网络服务提供者应当针对未成年人使用其服务设置相应的时间管理、权限管理、消费管理等功能。”在国家网信部门的组织指导下，相关APP陆续上线青少年模式，并取得积极进展。

不过，正如今年5月8日国家互联网信息办公室副主任盛荣华所指出的，青少年模式是有效果的，但是还有些漏洞和薄弱环节。就此，人民数据研究院通过实测方式，对青少年使用频率较高的视频类APP，包括抖音、快手、优酷、爱奇艺、微信视频号、腾讯视频、B站等，对其青少年模式的针对性、创新性和有效性等问题，进行了全面测评。

总体来看，7款视频类APP均已按照国家网信办相关政策规定上线青少年模式，但是结合技术实测与舆论反馈发现，该模式的实施尚有不尽人意之处，需要各方共同努力，从被动合规走向自觉推动，以进一步做优做强，更好满足未成年人的精神文化需要，让视频类APP的青少年模式走得更远。

时间管理：多款APP叠加使用或抵消使用时长效果

青少年沉迷网络包括沉迷游戏、视频、直播等，是当前社会反响强烈的一大难题。通过在智能终端产品上安装未成年人网络保护软件、选择适合未成年人的服务模式和管理功能等方式，可

平台名称	重启破解	重装破解	忘记密码在线申诉破解	忘记密码人工申诉破解
抖音	否	否	否	否
腾讯视频	否	否	否	否
B站	否	否	否	否
快手	否	是	否	否
优酷	否	是	否	否
爱奇艺	否	是	否	否
微信视频号	否	否	是	否

平台名称	青少年模式	查看消息	发布视频	评论视频	点赞	时间锁	默认时长	“宵禁”时间	充值打赏
微信视频号	有	否	否	否	是	无	无	无	否
抖音	有	否	否	否	是	有	40m	22时-次日6时	否
快手	有	否	否	否	是	有	40m	22时-次日6时	否
B站	有	否	否	否	是	有	40m	22时-次日6时	否
优酷	有	否	否	否	是	有	40m	22时-次日6时	否
爱奇艺	有	否	否	否	是	有	40m	22时-次日6时	否
腾讯视频	有	否	否	否	是	有	40m	22时-次日6时	否

互通开放取得积极进展 打通堵点尚待时间表 ——互联网平台解除屏蔽网址链接测评报告



互通开放取得积极进展 打通堵点尚待时间表 ——互联网平台解除屏蔽网址链接测评报告

2021年9月13日，工信部新闻发言人赵志国就各平台解除屏蔽网址链接问题指出，工信部将通过实地检查、拨测验证、技术检测等多种方式，确保问题能够整改到位。就此，人民网·人民数据研究院对微信、QQ、微博、快手、抖音等5款具有即时通讯功能的APP进行了实测试验，拟从第三方视角观察各平台解除屏蔽网址链接进程，为互联网平台互通开放治理提供参考。

总体来看，各大平台在开放互通方面已取得一定的积极成果。例如在工信部的行政指导下，部分平台已发布整改声明，制定了路线图，并启动整改措施，好友一对一聊天场景打开情况已有所改善等。实测同时显示，区别对待不同APP链接情况仍有存在，在链接呈现形式和打开方式上尚有不足之处，甚至部分权威官方网站网址也不能直接打开，不利于提升用户体验和平台间的互联互通。

报告认为，破解互联互通藩篱需要各方迈出更大步伐。在工信部政策指导下，各大平台应制定明确的路线图和时间表，公平对待各类竞争主体，相向而行，积极践行互通措施。

区别对待现象尚存，互联互通堵点仍需持续改善

针对屏蔽网址链接问题，工信部提出三点合规标准：一是具有外部网址链接访问功能的即时通讯软件，对于用户分

享的同类型产品或服务的网址链接，展示和访问形式应保持一致；二是具有外部网址链接访问功能的即时通讯软件，用户在即时通讯中发送和接收合法网址链接，点击链接后，在应用内以页面的形式直接打开；三是不能对特定的产品或服务网址链接附加额外的操作步骤，不能要求用户手动复制链接后转至系统浏览器打开。

根据该三点原则性要求，人民数据研究院对微信、QQ、微博、快手、抖音等5款APP的即时通讯功能分别进行了实际测试。实测显示，部分APP对同种类型但来自不同企业的第三方APP外部链接的处理方式有所不同，客观上存在区别对待的现象，在本企业自主产品、本企业投资产品以及竞品之间形成较为明显的访问便利差异，成为互联互通各类堵点的突出体现。

对于同类第三方APP产品或服务的网址链接，即时通讯工具在展示形式和访问形式方面并不完全一致，存在卡片、二维码图片、文字口令等不同展示形式。例如在微信内，爱奇艺、京东、拼多多、携程、饿了么等链接均以卡片形式呈现，具有较好的美观度与友好度。同时，抖音、淘宝、闲鱼、支付宝等链接则以文字口令（第三方APP设定）形式呈现，甚至出现乱码状态。在链接访问形式方面，不同第三方APP的访问便利性也存在一定差异，部分第三方APP链接打开存在繁琐操作，例如爱奇艺、京东、拼多多等链接均以内置页

面形式打开，携程以小程序形式呈现，而抖音、淘宝、支付宝、饿了么等链接则需要手动复制口令至第三方APP或浏览器才能打开。

对于用户使用频率更高的新闻资讯类产品，不同第三方APP的链接访问形式同样存在差异。例如，在快手一对一聊天场景内，人民日报客户端链接文章以内置页面形式展示且可查看完整文章，而如需查看百度客户端链接完整文章则需要多步骤操作。

实测显示，部分第三方APP链接在即时通讯工具内跳转至目标APP时具有一定的操作障碍，主要存在三种情形：一是展示页面无APP跳转按钮，例如，在QQ内置页面，飞猪和饿了么无跳转至目标APP的按钮，无法从QQ直接跳转至目标APP。二是跳转至目标APP的流程步骤较多，在微博一对一聊天场景，如需跳转至哔哩哔哩等APP，用户需进行2次以上操作才可以在目标APP内查看链接内容。用户在微博内置页面点击打开哔哩哔哩APP的按钮后，会跳转至立即下载页面，并出现“已经安装了哔哩哔哩？点击右上角...选择浏览器打开”的提示框。按照提示执行后，会打开浏览器。如果已经安装哔哩哔哩APP，则在浏览器页面下方弹出“此网站请求打开APP”提示框，点击打开后，方可跳转到目标APP。三是第三方APP链接打开后展示页面有跳转按钮但跳转无法完成，点击“打开”按钮，无法直接跳转至目标APP。

各大平台积极表态推动互通开放，已取得积极进展

今年7月，工信部启动整治屏蔽网址链接相关行动。在国家有关部门行政监督指导下，各大互联网平台积极表态推动互通开放。腾讯提出，分阶段分步骤实施。阿里巴巴表态，要与其他平台一起相向而行。字节跳动亦称，将认真落实工信部决策，呼吁所有互联网平台一起行动起来，不找借口，明确时间表。在各方共同努力下，解除平台网址链接屏蔽工作已取得积极进展。

从链接分享打开情况来看，在一对一聊天场景下，微博、快手、抖音等平台均可以内置页面形式顺利打开多种不同类型的第三方APP链接。微信和QQ在一对一聊天、多人群聊天场景下，亦可以内置页面形式打开多数第三方APP链接。9月17日，腾讯发布《微信外部链接内容管理规范》调整声明提出，在确保信息安全的前提下，用户升级最新版本微信后，可以在一对一聊天场景中访问外部链接，向互联互通目标方向又迈出重要一步。

整体来看，各平台对于新闻资讯类APP信息分享持有较为开放的态度，在设置有分享至微信和QQ功能的APP中，例如人民日报、新华网、今日头条、百度、新浪新闻、腾讯新闻等，均可在微信、QQ等平台成功实现一键转发。

各大互联网平台积极响应国家有关部门政策要求，在法律法规、数据安全、用户满意的前提下，逐步通过技术手段

2022年全国两会央视朝闻天下——两会词云图

“人民数据 服务人民”，人民数据研究院以精准的数据挖掘、高效的数据分析能力支持全国两会召开。





《中国福利彩票整体宣传效果评估》项目开题、调研、结题会

中国福利彩票
CHINA WELFARE LOTTERY

2021 中国福利彩票
整体宣传效果评估报告

公益 阳光 责任



积极构建
新型传播体系
用WV讲好
福彩公益故事

人民数据研究院 出品

数据要素研究 | 数字经济研究 | 指数研究



《算数研究联盟共识闭门研讨会》

算数研究联盟成立仪式



数算远见



“算数研究联盟筹备及联盟共识”闭门研讨会



算数研究联盟共识十条

践行科技向善，恪守数字伦理
培育数字人才，传播专业认知
推动数字赋能，挖掘要素价值
坚持数据真实，探索前沿趋势
助力标准建设，引领行业规范
深挖创新场景，拓展应用边界
加强科技转化，发掘社会价值
履行社会责任，弥合数字鸿沟
遵守制度法规，共建研究生态
促进优势互补，实现合作共赢

《新青年 新消费 新趋势》——成都大运会招商引资闭门会



CHENGDU 2021

FISU
WORLD
UNIVERSITY
GAMES
SUMMER

【第一场】

兴青年 向未来——新经济 新消费 新青年

【第二场】

兴青年 向未来——新装备 新智能 新运动



C | 咨询报告

To S

宏观政策解读、内容风控

To B

行业研究与标准制定、趋势洞察

To C

用户兴趣偏好分析、行为特征研究

To G

风险预测、产业发展检测、区域数字经济转型

大数据分析——2019年幸福企业大数据分析报告



2019幸福企业大数据分析



2019年幸福企业大数据分析报告 (企业)



- 一、构建幸福企业的背景和意义 1
 - (一) 国家政策 3
 - 1. 建设全面小康社会的题中之义 3
 - 2. 落实国家政策的必然要求 4
 - 3. 推动实现中国梦的无穷力量 5
 - (二) 企业发展 6
 - 1. 企业实现科技创新的需要 6
 - 2. 企业吸引人才、留住人才的需要 6
 - 3. 企业进行新生代管理的需要 7
 - (三) 文化背景 8
 - 1. 幸福文化的延续 8
 - 2. 社会发展的需要 9
 - 3. 企业自信的表现 10
- 二、幸福企业大数据分析 11
 - 1. 工作年限与幸福感成负相关,“蜜月期”90后有干劲 12
 - 2. 学历与员工幸福感相关度高,管理层压力需缓解 13
 - 3. 高新科技、互联网员工幸福感幸福,传统服务业幸福感低 14
 - 4. 规模成熟的企业幸福感高,职场男性压力大 15
 - 5. 职场“白骨精”是中流砥柱,但“新中专”最幸福 16
- 三、幸福企业共性特点分析 17
 - 1. 企业“头部”位置明显,员工薪资福利待遇“硬核” 18
 - 2. 企业鼓励创新,员工自主意识强 20
 - 3. 企业注重人才培养,员工职业通道明晰 21
 - 4. 企业舆论友好度高,员工“三感”高 22
- 四、幸福企业优秀案例精选 23
- 结 语 52

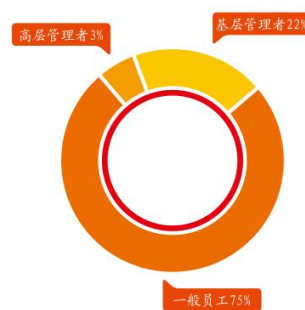
5. 职场“白骨精”是中流砥柱,但“新中专”最幸福

图5:员工职位型幸福感占比分析

职场幸福感最强员工词云模型



职务与幸福感关系分析

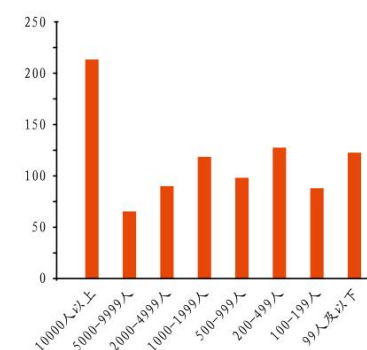


数据来源: 问卷调研数据(由问卷网、FESCO 提供数据支持)

4. 规模成熟的企业幸福感高,职场男性压力大

图4:员工性别、所在企业类型幸福度占比分析

企业规模与幸福感分析



性别与工作幸福感分析



数据来源: 问卷调研数据(由问卷网、FESCO 提供数据支持)

市场行业研究 —— 二手交易与低碳生活研究报告



行业研究
人民数据研究院
《二手交易与低碳生活研究报告》

话题研究 / 图说数据 / 行业报告

目录

- 一、报告综述..... 1
- 二、政策分析..... 2
 - (一) “双碳”目标引领经济社会系统性变革..... 2
 - (二) 鼓励绿色低碳循环发展，规范闲置资源交易..... 3
 - (三) “互联网+二手”模式列入循环经济规划..... 3
- 三、舆论分析..... 4
 - (一) 主流媒体支持二手交易，推动行业健康发展..... 4
 - (二) 媒体聚焦二手行业痛点，批评违法违规现象..... 6
 - (三) 业内人士呼吁加强诚信建设，提升用户运营能力..... 6
- 四、数据分析..... 7
 - (一) 二手交易市场规模快速增长..... 7
 - (二) 二手交易平台融通供需两端..... 9
 - (三) 垂直类二手平台崛起..... 15
- 五、行业倡议..... 17
 - (一) 分享低碳生活，鼓励二手交易..... 17
 - (二) 提高把关意识，完善交易机制..... 18
 - (三) 加强平台建设，构建良好生态..... 18
 - (四) 完善信用体系，搭建可信平台..... 18
 - (五) 维护数据安全，保护消费隐私..... 18
 - (六) 推动高质量发展，促进循环利用..... 19

构建资源循环型产业体系

“十四五”循环经济发展规划重点任务

构建废旧物资循环利用体系

深化农业循环经济发展

图2：“十四五”循环经济发展规划重点任务 (制图：人民数据研究院)

表2：2021上半年二手交易平台百度搜索人群城市分布

排名	闲鱼	转转	爱回收	花粉儿	胖虎
1	北京	北京	上海	北京	北京
2	上海	深圳	北京	上海	上海
3	深圳	成都	深圳	深圳	广州
4	广州	重庆	广州	重庆	深圳
5	杭州	广州	成都	济南	杭州
6	成都	上海	杭州	杭州	成都
7	重庆	郑州	南京	广州	南京
8	武汉	东莞	武汉	武汉	天津
9	南京	青岛	苏州	徐州	郑州
10	郑州	杭州	天津	中山	重庆

(数据来源：百度搜索指数)

市场行业研究 —— 2021中国福利彩票整体宣传效果评估报告



2021福彩宣传效果评估报告

中国福利彩票
CHINA WELFARE LOTTERY

2021中国福利彩票整体宣传效果评估报告

公益 阳光 责任

积极构建
新型传播体系
用W讲好
福彩公益故事

人民数据研究院 出品

数据要素研究 | 数字经济研究 | 指数研究

目录 CONTENTS

01	第一章 报告综述	04
04	第二章 数据评估	04
17	第三章 优势亮点	17
22	第四章 不足之处	22
27	第五章 改进建议	27
31	附件	31

2021中国福利彩票宣传效果评估报告

(二) 大专及以上学历占近9成，中低收入人群占近7成

从学历分布看，近9成受访者学历在大专及以上学历，其中高中、中专、技校学历占45.8%，初中及以下占22.1%，大专学历占17.9%，本科及以上学历占比不足15%。

受访者学历分布

从职业分布看，自由职业者受访者最多，其次为个体工商户、私营企业主、政府公职人员、工人和退休人员等。企业管理者、专业人士、农业劳动者、学生和军人占比相对较小。

受访者职业分布

从收入分布看，受访者的中低收入人士占比较高，其中，家庭年收入在3-10万元之间的受访者占比最多，为52.3%，10-30万元占26%，3万元以下的占17%，30万元以上的占不足6%。

受访者家庭年收入分布

九、信息公开不及时、不明确，诱发社会舆情化追问

有专家认为，对于公益宣传信息，福彩公开不及时、不透明，导致公众对福彩公益事业的认知不足。目前，福彩在其官方微博、微信公号以及公开发布的年度责任报告中均有公布福彩公益金使用的相关情况，但存在滞后性和滞后性，且存在不透明问题。例如，2021年7月发布的《2020中国福利彩票社会责任报告》，对2019年中央集中彩票公益金筹集分配情况进行公开，其公开细节也仅止步于项目名称和金额，而对项目推进程度、项目成效等均未予以公开。

十、舆情处置能力不足诱发公信力，长期发酵引发舆情危机

近年来，福彩系统不时出现舆情风险。受访专家指出，福彩对于热点舆情响应不够及时，更缺乏官方回应或回应不力，给福彩形象带来一定损失。人民数据舆情管理系统显示，2021年8-11月，“广西福彩中心提前2天发布中奖信息”事件成为舆论热点，相关微博话题“广西福彩回应提前2天发布中奖信息”阅读量超过2050万。事件发生后，地方福彩发声不及时，中福彩缺乏足够的态度和形象举措，导致公众对福彩系统的负面质疑。而该事件的发生只不过是一次失误，这一事件持续发酵，一定程度上反映出福彩在舆情处置能力方面的欠缺。有专家指出，对开奖速发等因业务安排导致的社会疑虑，如不及时释疑解惑，可能加深福彩负面形象。此外，对于一些信息盲盒，更有必要加强积极应对。福彩有必要强化舆情处置能力，避免负面舆情导致的公信力受损。

人群画像研究 —— 中国长租房市场发展报告 (2021)



中国长租房市场发展报告

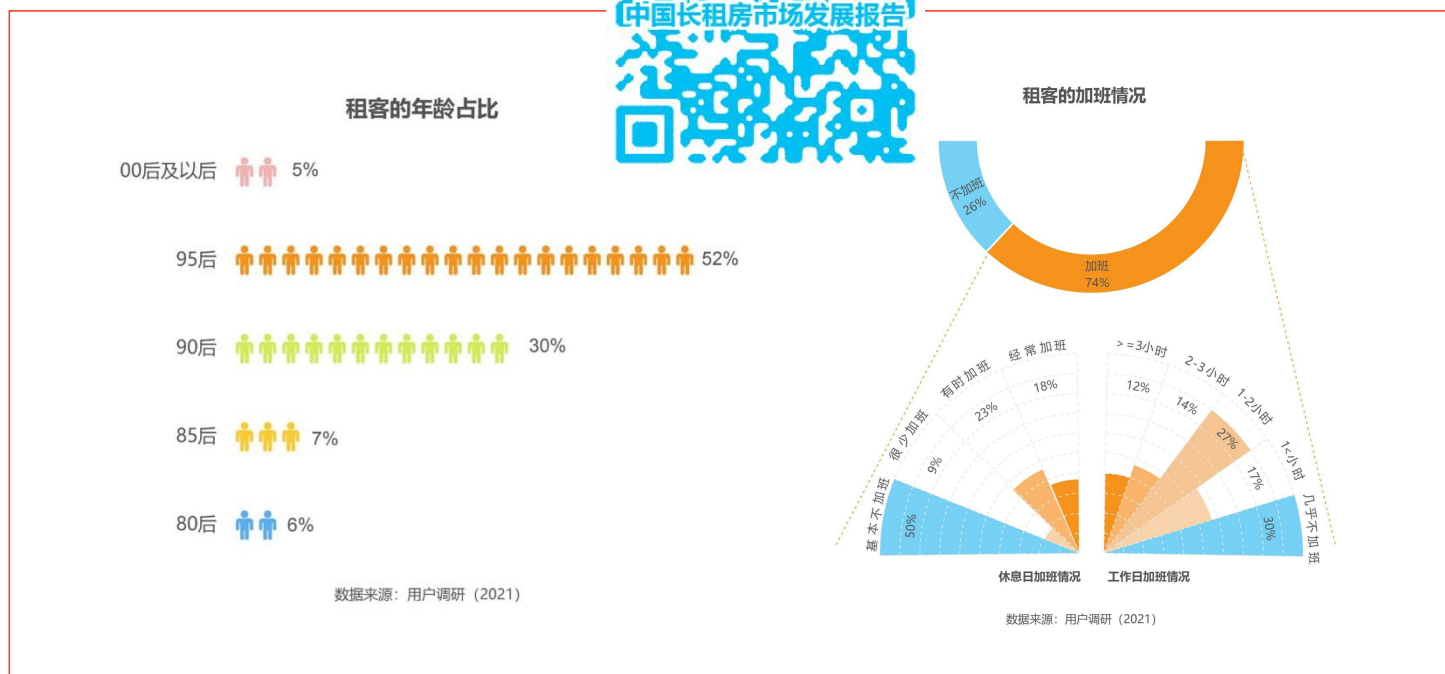
行业研究
INDUSTRY RESEARCH

人民数据研究院

《中国长租房市场发展报告》

话 题 研 究 / 图 说 数 据 / 行 业 报 告

目录	
一、 报告背景	1
二、 中国城市新青年租客画像	2
(一) 新青年租客的基本属性	2
(二) 新青年租客的收入与租房时间状况	9
(三) 新青年租客的居住生活	12
三、 国内外长租房现状对比	15
(一) 国内外长租房发展对比	16
(二) 国内外长租房市场对比	29
(三) 国内外机构化长租房企业运营情况对比	21
四、 城市租赁市场活力研究	32
(一) 北京：市场待出租房源量最多的城市	33
(二) 上海：新建租赁住房面积最大的城市	34
(三) 深圳：高校应届毕业生租房量最高的城市	36
(四) 成都：最具新经济活力潜力的城市	37
(五) 武汉：最可能实现租房自由的城市	38
五、 中国长租房市场如何破局	39
(一) 长租市场政策支持落地加精准	39
(二) 长租企业探索多样运营模式	41
(三) 新青年租客需要权益的心志，新居住理念值得推崇	42



风险评估——长三角一体化舆情风险评估 (政府)



行业研究
INDUSTRY RESEARCH

人民数据研究院

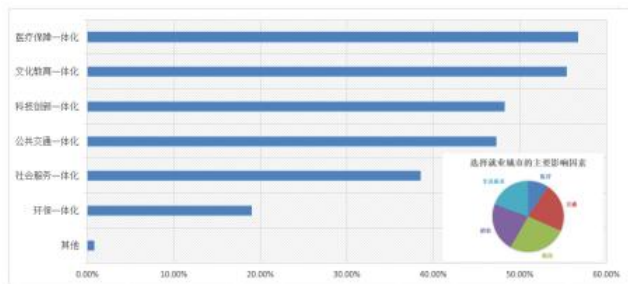
《长三角舆情与风险评估研究报告》

INDUSTRY RESEARCH

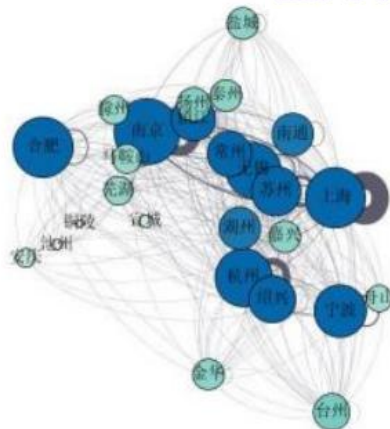
话题研究 / 图说数据 / 行业报告



图：舆论关注长三角一体化趋势分析



图：对长三角区域一体化发展的期待



图：长三角城市群创新关联分布图



图：长三角大数据分析词云图

课题调研报告 —— 退役军人就业创业调研报告



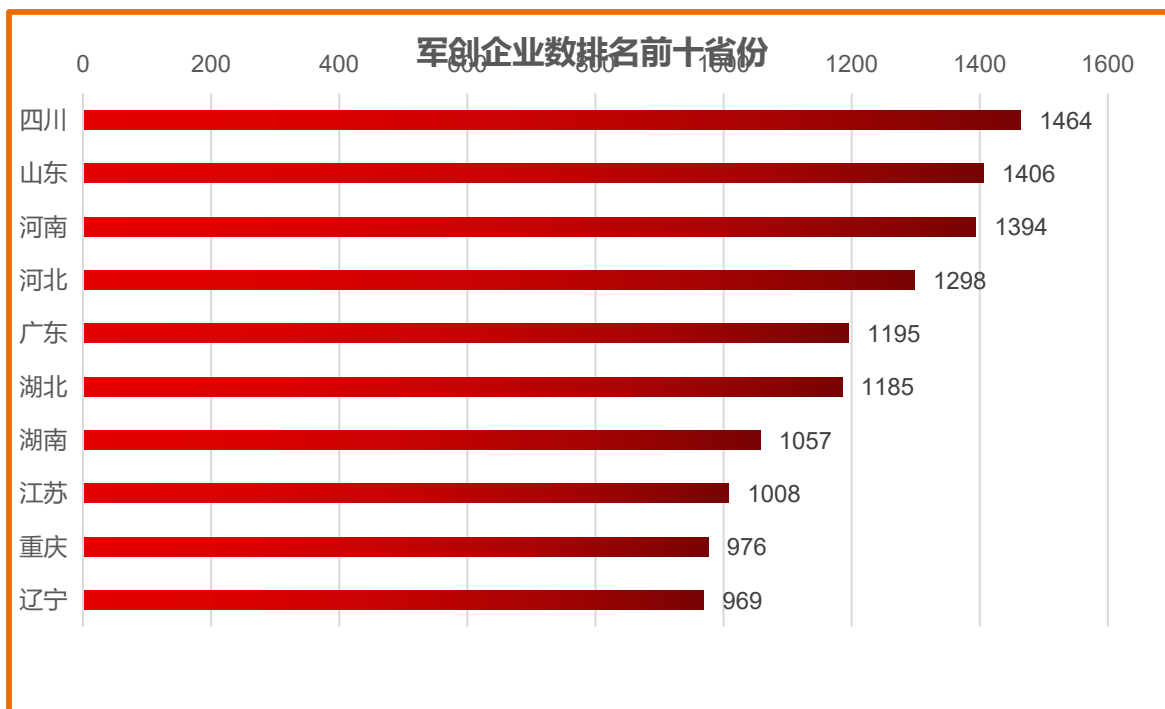
人民数据研究院

行业研究

人民数据研究院

《退役军人就业创业调研报告》

话题研究 / 图说数据 / 行业报告



消费市场研究 —— 大学生消费新理念研究报告



理·性·追·潮

大学生消费新理念研究报告

Research Report on new consumption concept of College Students

2021年12月27日

目录 CONTENTS

01 理性消费

- 01 不求最贵 但求最佳
- 02 消费升级 强调品质
- 03 看重测评 尊崇专业

02 融入潮流

- 01 突出个性 彰显特色
- 02 热爱时尚 追潮潮流
- 03 守正创新 善讲故事

03 随性种草

- 01 分享体验 重在真实
- 02 圈层认同 关注口碑
- 03 社交传播 情绪裂变
- 04 注重实践 策划未来

社交传播 情绪裂变

Social communication and emotional fission

电商+种草让随心“逛”成为网上逛街新形式

浏览内容种草平台分布



随着社交媒体的蓬勃发展，专业化内容种草平台兴起，内容种草成为一种网络新时尚。

分渠道来看，有**50%以上**的大学生将**短视频平台**、**内容分享平台**和**社交媒体**等视作重要内容种草分享平台。这一类被视为传统的内容种草平台。

随着电商平台在种草内容上的发力，**电商+种草**逐渐成为一种**新趋势**，让在线购物平台本身成为**种草新领地**，引领种草新风向，随心“逛”逐渐成为逛街新形式。



热爱时尚 追寻潮流

Love fashion and follow the trend

大学生高度推崇优质时尚国潮

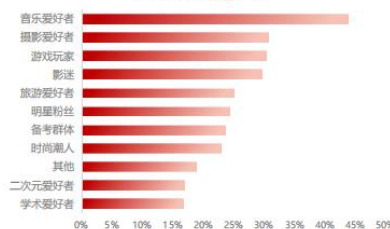


突出个性 彰显特色

Highly personality and characteristics

社交圈层分布的多元化带来更多兴趣类消费需求

大学生兴趣圈层分布



当代大学生拥有更为丰富多彩的兴趣爱好，社交圈层属性多元。调查显示，平均每个受访者属于**3个社交兴趣圈**，包括

- 音乐爱好者 (43.7%)
- 摄影爱好者 (30.6%)
- 游戏玩家 (30.3%)
- 影迷 (29.5%)

大学生社交圈层分布的多元化，带来更多兴趣类消费需求。



用户偏好研究 —— 中国华服市场研究报告



中国华服市场研究报告 (2021)

人民数据研究院 × 共享数据学院 × 咪咕动漫有限公司

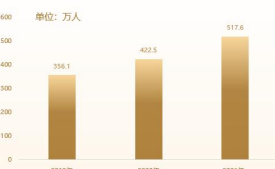
兴趣爱好“五部曲”



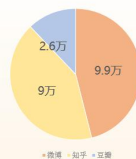
解析华服爱好者

华服文化正通过华服爱好者的文化活动逐渐繁荣, 华服爱好者群体规模也在加速扩大, 特征显著。

青年群体钟情华服, 呈现逐年增长之势



社交平台传播效应明显, 助推圈层高热度话题



数据来源: 人民数据研究院综合整理

解析华服爱好者

华服文化正通过华服爱好者的文化活动逐渐繁荣, 华服爱好者群体规模也在加速扩大, 特征显著。

各地活跃度受多重因素影响, 成都北京特色鲜明



华服出行场景愈发丰富, 集中娱乐社交场域



数据来源: 人民数据研究院综合整理

华服经济与市场: 产业生态圈初具规模

华服相关企业总量逐年增加, 呈较快增长之势



2016年以来华服企业总量及新成立企业量

数据来源: 人民数据

各地积极发展华服企业, 部分地区出现聚集



超过200家华服企业的省份分布

数据来源: 人民数据

群体基本特征

年龄 76.4%的爱好者是18-30岁的青年群体

性别 女性爱好者占比超80%, “她文化”凸显

城市 一线城市是消费高地, 下沉市场潜力足

兴趣 圈内群体兴趣丰富, 奏响看、学、买、穿、创“五部曲”

华服爱好者画像: 年轻群体、女性为主, 兴趣广泛

百年成就 健康中国

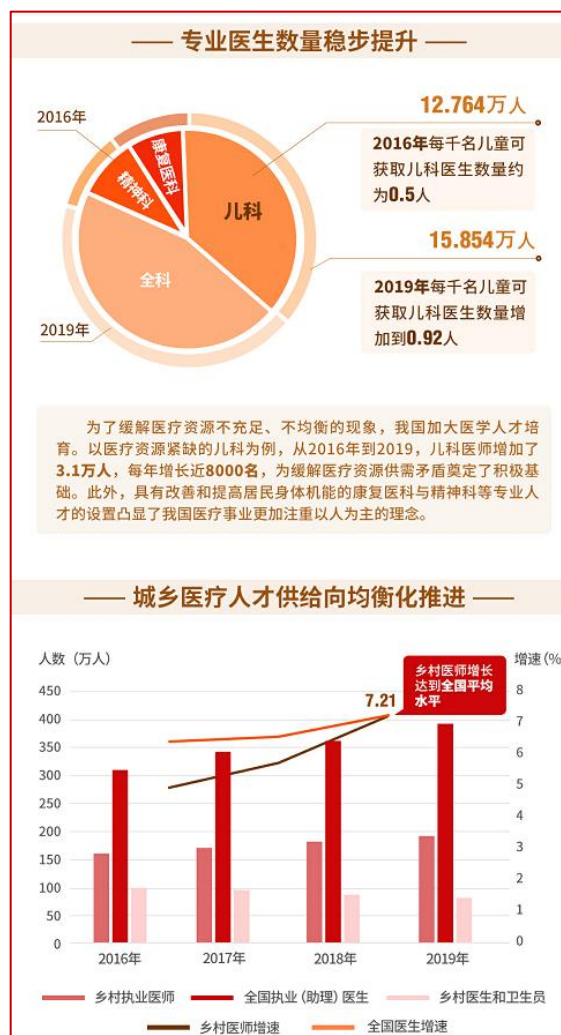
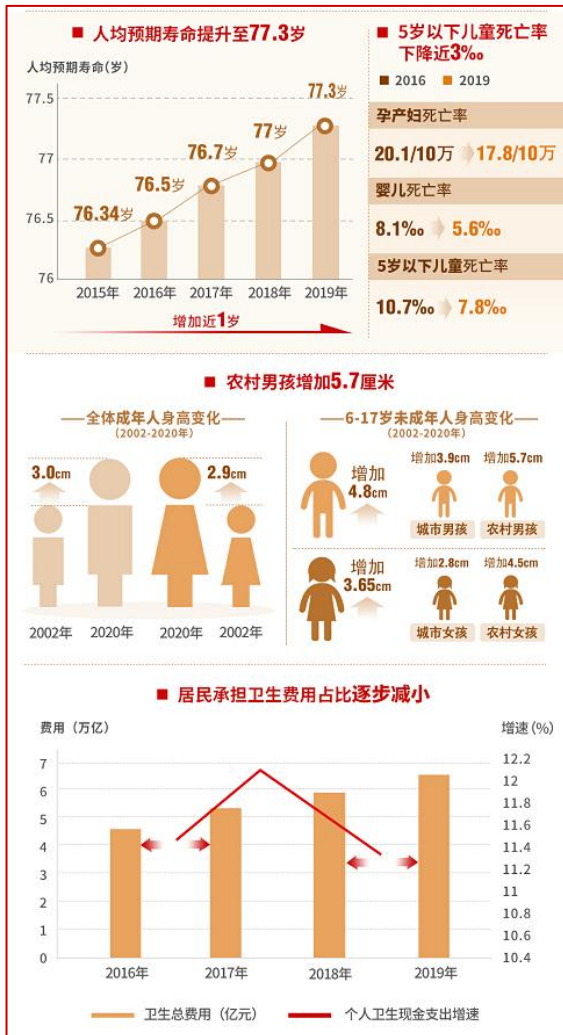
【编者按】从乡村群众患病找“赤脚医生”，到现在签约家庭医生提供上门服务；从缺医少药看病难，到覆盖城乡的医疗卫生服务体系建立……我国医药卫生事业蓬勃发展。“没有全民健康，就没有全面小康。”让人民群众能够看得上病、看得起病、看得好病，是夯实民生之基的重点所在，健康中国建设，步履稳健。

健康中国图鉴

■ 医疗卫生服务机构增加272倍

	医疗卫生服务机构	医疗床位	卫生技术人员
2019年	99.7万个	840万张	952.9万人
建国初期	3670个	8.5万张	50.5万人

医疗卫生服务机构、医疗床位、卫生技术人员从建国初期的3670个、8.5万张、50.5万人增加到99.7万个、840万张及952.9万人。



人民数据 人民数据研究院



五一劳动节特别策划

新型劳动关系

编者按：

技术变革扩大了对劳动力的需求，创造了新的商业模式，构建了全新高效的价值链。

据信通院数据，2020年我国数字经济领域就业人口或超2亿，数字经济将成为拉动我国就业增长的重要动力。近年来，人社部新发布的职业分类大典中，与数字经济相关的新增职业岗位就有20多种，如数字化管理师（搭建组织内部数字行政平台）、互联网营销师（直播带货）、网约配送员（外卖骑手）等，就业方式增多，就业形态多元。

灵活就业、非标准的劳动关系已成为就业的常态和趋势，建设我国新型劳动关系的体系与制度已刻不容缓。

劳动节历史回顾

1920年 中国历史上第一个“五一”劳动节

李大钊在《新青年》上发表《“五一”运动史》，介绍“五一”节的来历，并号召中国工人将“五一”作为觉醒的日期。同时，北、上、广、唐山等工业城市的工



中共中央发布23条纪念“五一”劳动节口号

1948年5月2日《人民日报》刊登“中共中央发布纪念‘五一’国际劳动节口号”的报道



1949年

中央人民政府政务院将每年5月1日定为法定的劳动节

1999年

每年“五一”法定节日加上调休，全国放假7天，“五一”黄金周开始

2006年

2006年，国家发改委发布的《2005:双稳健政策下的宏观经济走势》提出取消五一、十一黄金周



2007年

7天 → 3天

短假期

清明
端午
中秋

五一黄金周取消，假期由7天调整为3天，另并设立了清明、端午、中秋三次短假期

2021年

2020年五一被调休为连休5天，2021年五一又将连休5天，被视为“时隔12年再度试水五一黄金周”

新增职业(工种)

从业人数
100万

数字化管理师

用钉钉构建企业内部沟通系统



网约配送员

外卖骑手

从业人数
270万

从业人数
40万

互联网营销师

直播带货



网约车司机

滴滴司机

从业人数
234.5万



新型劳动关系

新型劳动关系

1 劳动成果共享化

释义

用户在互联网平台上的内容制作、知识分享、社交互动等各种信息创造活动，所产生的数字劳动成果，通过平台更加快速、广泛地分享到网络空间。

- 数字化劳动成果，存在版权认定模糊化问题。
- 依托于平台进行劳动的个体，在分配劳动成果所产生收益方面存在平台强势、个体弱势的情况。

问题与痛点

相关建议/举措

加强对普通信息消费者版权教育，普及数字化劳动成果的商品属性。今年6月1日将开始施行修订后的《中华人民共和国著作权法》，细化网络空间中著作权保护的监管手段。

巨头企业 需做好数字守门人

反垄断

2021年4月10日，市场监管总局以阿里巴巴滥用市场支配地位，强制商户“二选一”等获取不正当竞争优势为由，对其处罚**182.28亿元**。这是自2008年8月1日反垄断法正式实施至今“**中国反垄断有史以来最大罚单**”。有观点指出，这标志我国针对平台经济垄断调查进入新阶段。人民数据研究院对我国反垄断相关法规、处罚案例、舆论观点以及国外创新策略进行梳理，供相关监管部门和企业参考。

1. 反垄断相关法律与政策

2007年8月30日

《中华人民共和国反垄断法》

确定了反垄断法律制度三大支柱，即禁止垄断协议，禁止滥用市场支配地位和控制经营者集中。

2008年8月1日

《国务院关于经营者集中申报标准的规定》

明确反垄断法中有关控制经营者集中申报的金额要求和申报方式，借此可保障公平竞争，激发社会创新动力。

2018年8月31日

《电子商务法》

首次确立自然人从事电子商务的法律概念，即以微信朋友圈、网络直播等方式从事经营活动。

2019年6月26日

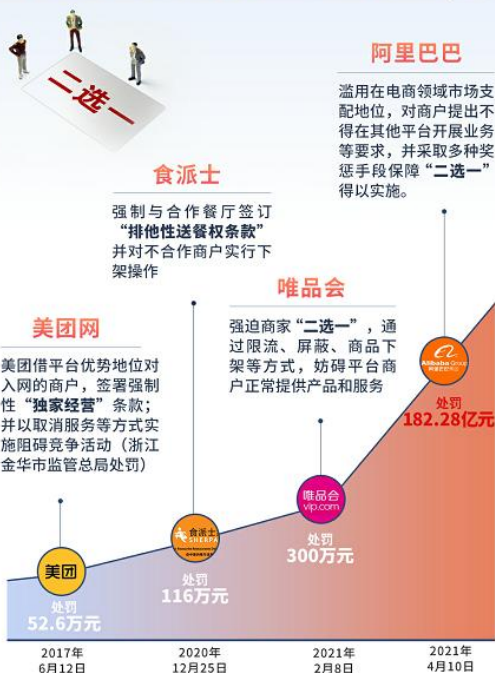
《禁止滥用市场支配地位行为暂行规定》

该规定帮助执法机关保护知识产权，既防止龙头企业被“搭便车”，也保护弱势经营者创新成

2019年4月23日

《中华人民共和国反不正当竞争法》

2. 我国近5年互联网平台企业处罚案例



未被判定垄断的平台企业处罚案例

2020/12/14

以依据反垄断法中未按要求申报进行处罚

每家处罚金额 **50** 万元

阿里巴巴投资
深圳市丰巢网络技术有限公司
阅文集团

2021/3/12

以依据反垄断法中未按要求申报进行处罚

每家处罚金额 **50** 万元

阿里巴巴
滥用电商领域市场支配地位，对商户提出不得在其他平台开展业务等要求，并采取多种奖惩手段保障“二选一”得以实施。

食派士

强制与合作餐厅签订“排他性送餐条款”并对不合作商户实行下架操作

唯品会

强迫商家“二选一”，通过限流、屏蔽、商品下架等方式，妨碍平台商户正常提供产品和服务

美团网

美团借平台优势地位对入网的商户，签署强制性“独家经营”条款；并以取消服务等方式实施阻碍竞争活动（浙江金华市监管总局处罚）

2021/3/3

以排挤竞争对手为目的，低于成本销售商品的行为

每家处罚金额 **150** 万元

北京十荟科技有限公司
橙心优选（北京）科技发展有限公司
美团网

处罚案例均来自市场监管总局公开信息

3. 涉反垄断相关话题的企业舆论声量

阿里巴巴被处罚后，舆论场就各大平台企业涉反垄断相关话题的讨论不断，甚至有互联网企业负责人实名举报。人民数据研究院基于裁判文书网关于垄断侵权案件的案例、判决书情况以及舆论空间相关数据综合整理出部分与反垄断话题相关的企业声量。



4. 国外创新监管措施



数字守门人制度

欧盟委员会《数字市场法案》草案明确，营业额、用户数或市值达到一定规模，且在至少3个欧洲国家提供平台服务的企业被定义为“守门人”。“守门人”不得利用平台自身“裁判员”与“运动员”双重身份，妨碍竞争和限制消费者选择。违规者将面临最高达年营业额10%的罚款，甚至被完全禁止进入欧盟市场。谷歌、苹果、亚马逊、脸书等被视为“数字守门人”。

欧盟委员会选取“不对称监管”策略，对大型科技企业和中小型科技企业采取不同的监管标准。此举有利于鼓励中小企业创新发展和营造公平竞争环境，也可加强抑制资本无序扩张，保护个人隐私与数据安全。



不对称监管政策



数字服务税

数字经济向税收治理提出的挑战是世界性问题，以平台为中介产生交易各方，其税收要素不再明确，对各国财政影响深远。

以通过电商平台完成商品购买为例，说明税收损失现象。A地区生产的商品在C平台通过搜索发出广告，B地消费者在搜索中通过广告完成购买。收益是从A到C，B地是服务提供及购买人所在，但B地没有获得税收。

为弥补通过数字渠道交易产生税金的损失，过去两年里，法、意、土、印、英等国开征数字服务税。广告服务 and 电商类互联网平台为征收对象，税基为企业所处地区内销售额，税率从2%到7%不等。

六一特别策划

“00后”的消费经济观察

导语

“六一”国际儿童节来临之际，人民数据研究院推出数据分析报告，以互联网“原住民”“00后”为研究对象，通过分析他们的消费趋势，观察这一群体的心理变化、成长心态及成长特征。

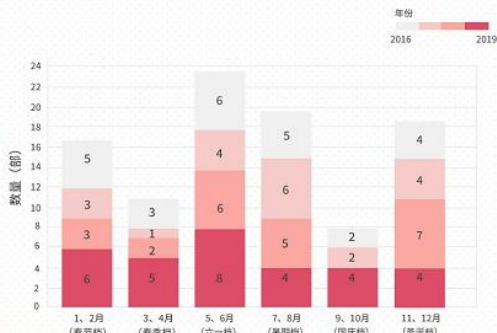
“00后”的观影消费

据中国电影评论学会发布的《2019年度电影市场报告》相关调查数据，伴随着互联网的发展而成长起来的“90后”、“00后”们，已逐渐成为我国观影主力。2019年，“90后”、“00后”贡献了全部票房的60%以上。

鉴于2020年疫情导致院线较长时间停摆，我们选取分析2016-2019年的电影票房数据，以“00后”和未成年人最爱的动画电影和奇幻电影为考察主体，具体情况如下。

观影习惯：六一档带动儿童电影热度

根据国务院《全国年节及纪念日放假办法》规定，每年的六一儿童节不满14周岁的少年儿童放假1天。围绕每年“六一”放假期间，逐渐形成“六一”档期这一概念。为了便于票房数据统计，我们将每年5月和6月上映的电影纳入六一档，每年7月和8月的数据纳入暑期档。



(票房过亿的动画和奇幻电影，六一档上映票房占全年总票房占比)

据上图，六一档在票房上的贡献全年最强。一般来说，暑期档同学生假期重合，观影人次多，但数据显示，六一档票房占比还要强于暑期档。

就动画奇幻电影而言，2016年至2019年，六一档票房平均占全年总票房的20%以上。其中，2018年，由于“哪吒”的出现，六一档票房接近全年票房的50%。如果以单个影片票房来计的话，六一档电影平均票房在6.6亿-9.2亿之间，可见六一期间未成年人观影意愿之强劲。



(六一、暑期档票房占全年总票房比例)

观影热度：中式动漫成爆款激发“00后”的文化自信

电影票房逐年走高，代表文化产业繁荣发展。以“00后”和未成年人最喜爱的动画类和奇幻类电影为例，2016-2019期间上述2类电影上映数量国产动画和奇幻电影占比在15%上下浮动。国产动画和动漫对整体的票房贡献也是在14%左右，2019年国产动画“哪吒之魔童降世”的出现，让国漫成为人人皆知的产品，国产电影票房占比达到了27%。今年六一节前定档的动画和奇幻类电影中，有一半是国产电影。爆款背后是消费者的青睐，中式动漫也展现了文化自信。



“00后”的玩具消费

据淘宝、天猫、拼多多等电商平台数据，2021年，儿童节前期各平台策划的主题中，热销商品销量排名前十的店铺情况如下：

一是通过店铺销量、单价、核心商品名等情况，我们看到，教辅书、早教机这类益智型礼品更受青睐；二是单价较高的编程玩具、智能机器人、家教机等电子产品的购买量也在六一期间呈现上升趋势；三是玩具盲盒、手办盲盒等“潮玩”的购买量升高似乎让人看到亲子关系不仅有辅导作业时的“心惊肉跳”，还展现了“父/母慈子孝”的节日轻松氛围。

- 高单价一枝独秀，但价格分布跨度大，店铺平均成交额区间在**680元**到**4540元**。
- 家教机中小学内容基本覆盖小、初、高三阶段，同时可满足上网课、点读等基础教育功能。
- 根据月销量来看仍处于**小众市场**。
- 热销产品以写字机器人、语音助手、语音陪伴玩具、坦克或汽车类编程机器人为主。
- 编程类玩具智能机器人
- 月均销量均超过**6万个**。
- 6·1前后滑板车可达到月均近**1059万**销售额，证明这一产品的广阔市场和需求。
- 以动画（海绵宝宝、巴拉啦小魔仙为例）、漫画（海贼王、宝可梦为例）和动物魔法类形象为原型的玩具盲盒。
- 在近一月中销售情况可达**3万件**。
- 玩具盲盒

高考之后聊一聊

数字人才

【编者按】随着我国经济结构不断优化，数字经济、人工智能等数字产业蓬勃发展，数字化进程已是我国经济增长过程中重要的动力源。产业的发展离不开人才，而数字产业因其内在的融合特性，也对人才培养提出新要求。人民数据研究院结合近期各地高考专业选取的讨论热潮，探寻各地数字产业人才建设状况，综合展现我国数字人才发展趋势，以资行业参考。

新增数字人才相关本科专业

数字经济在全球经济增长占比逐步加大，以互联网、云计算、大数据、物联网、人工智能为代表的数字技术近几年发展迅猛。在我国数字化经济转型期，对拥有专业数字技能人才的需求正在急剧增长，数字人才日益成为我国创新驱动发展、企业转型升级的核心竞争力。由于人才紧缺和社会需求，众多院校都增设数字相关专业。

数据科学与大数据技术

- 培养目标
- 专业能力
- 大数据分析人才

大数据管理与应用

机器人工程

- 兼具设计和管理能力的高素质复合型人才
- 掌握自然科学、工程科学、人文社会科学和智能制造工程专业等方面基本知识和基本原理，能够在智能制造领域从事系统分析、设计、开发、测试、运维与管理

智能建造

- 智能建造高级应用型人才
- 可以给建设工程项目进行智能规划与设计、智能装备与施工、全过程信息化管理、智能运维

智能医学工程

- 医学、工程、信息技术一体的复合型高级人才
- 具备智能医学系统开发以及智能医学数据的挖掘、处理与分析能力

应用型工程技术人才

- 能在机器人工程及其相关领域从事开发设计、生产制造、应用研究、技术集成、系统安装、控制管理和经营销售

年份	2019	2020
人工智能	125	175
数据科学与大数据技术	60	136
智能制造工程	82	78
机器人工程	53	60
大数据管理与应用	59	51
金融科技	37	15
数字媒体艺术	27	23
智能建造	17	17
智能医学工程	22	16
数字经济	22	22

新增专业市场需求

人工智能对人才需求层次最丰富的，横跨大专、本科、硕士及博士。

智能制造对丰富经验人才需求更大，尤其集中在5年、8年、10年及以上。

数字经济岗位相对最新兴，0-3年经验占比达到整体招聘数量的80%。

数据来源：人民数据研究院公开整理（涉及教育部、前程无忧等发布主体公开信息）

地域学科建设情况

重点围绕工业相关技术等专业，以“智能制造”、“人工智能”、“数据科学与大数据技术”为主。

新疆、宁夏、内蒙、海南，仍处于探索发展期。

雷达图展示了直辖市新增备案本科专业的分布情况，包括：智能医学工程、智能建造、智能制造工程、数据科学与大数据技术、大数据管理与应用、金融科技、数字媒体艺术、数字经济、数字媒体艺术、人工智能。

PART.03



合作模式

Cooperation Mode

PART 02



模式一：共建研究中心、实验室



模式二：项目合作

合作模式· 1. 共建研究中心、实验室



2021
青年就业
与职业规划
报告

人民数据研究院 | 数字教育研究中心

数据支持 环球网校

人民数据研究院

数字教育研究中心

人民数据研究院是人民数据旗下的大数据智库，秉持“人民数据 服务人民”的宗旨，以推动大数据产业建设为使命，引领大数据产业应用为职责，致力于打造全方位大数据理论研究与实践的生态系统。

目前，研究院下设三个部门，分别为数据要素研究部、数字经济研究部、数据研究院。依托人民日报、人民网的品牌优势、资源优势及传播优势，为政、企、学、研、社各界搭建政策解读与学术交流的平台，充分发挥智库作用，助力各企事业单位科学决策、精准决策、数据决策。

数字教育研究中心由人民数据研究院与环球网校共同成立。环球网校深耕中国职业在线教育类考试培训和职业技能培训18年，旗下拥有多个品牌，其中，包括环球网校和环球教育。

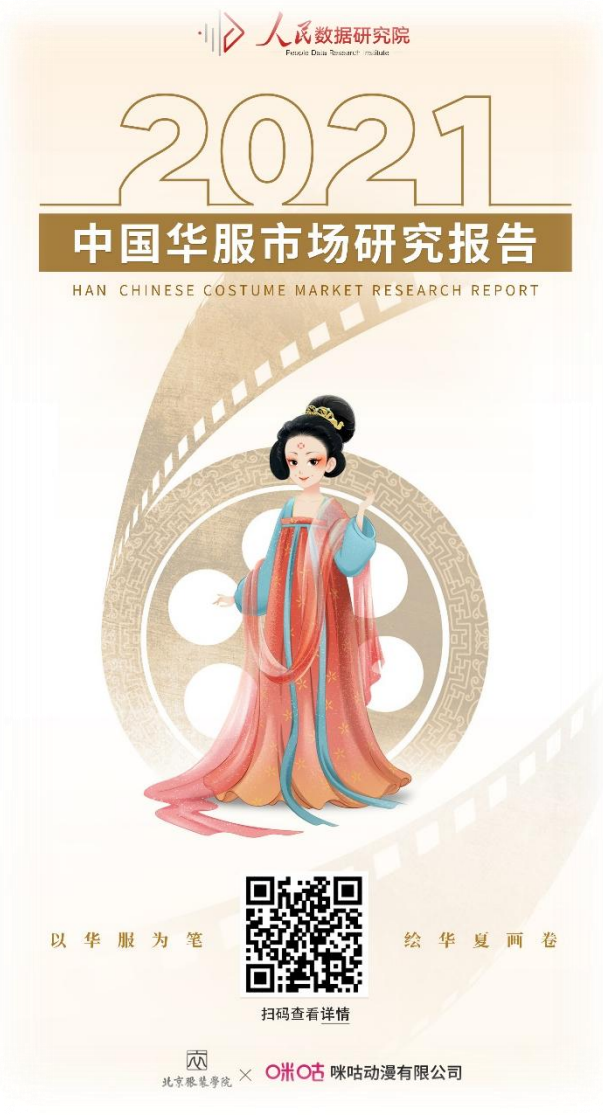
环球网校旨在关注职业教育与青年职业发展，共开设建筑工程、消防安全、财会金融、职称考试、医药健康等8类近百门课程，培训学员超过4000万。环球网校秉承新职业技能培训，结合互联网技能、数字经济、幸福产业等领域用工就业的新趋势、新就业和新风尚，提高的就业和职业提升的终身学习平台。

数字教育研究中心

算数研究联盟 实验室

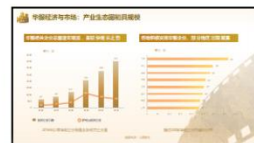


合作模式· 2.项目合作



目录

一、华服爱好者群体画像	1
(一) 数读华服爱好者	1
1. 青年群体为主力军，二元主体明显	2
2. 女性是华服爱好者主体，“她文化”凸显	3
3. 一线城市成消费高地，下沉市场潜力足	3
4. 圈内群体兴趣丰富，奏响看、学、买、穿、创“五部曲”	4
(1) 看：入圈用户以种草、教学、科普为主	5
(2) 学：入圈越久越喜欢专业学习	6
(3) 买：入圈越久消费投入越高	6
(4) 穿：入圈越久穿着意愿越高	8
(5) 创：圈内小众创作主体崛起	9
(二) 解析华服爱好者	9
1. 青年群体钟情华服，呈现逐年增长之势	9
2. 社交平台传播效应明显，助推圈层高热度话题	10
3. 各地活跃度受多重因素影响，成都北京特色鲜明	11
4. 华服出行场景愈发丰富，集中娱乐社交场域	12
二、华服经济与市场研究	12
(一) 华服市场备受青睐，华服相关企业呈遍地开花之势	13
1. 华服相关企业总量逐年增加，呈现较快增长趋势	13
2. 各地积极发展华服企业，部分地区出现集聚	14
3. 三成华服品牌信用良好，个别品牌获外界融资	15



PART.05



合作伙伴

Cooperative Partners

PART 02

合作伙伴 · 5大类

中央各部委



地方政府



学术机构



央企国企

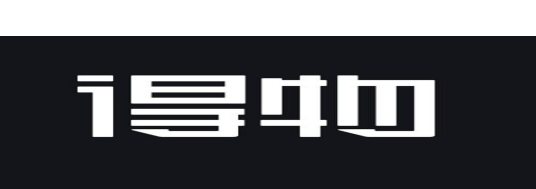


民营企业



卖服务、打造产品、输出价值观

合作伙伴 · 合作案例





人民数据研究院

People Data Research Institute

