



Analysis of Campus Recruitment in Contemporary AI Companies

Yuwen Xinghang

Business School, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai, China

Email address:

yuwenxinghang@163.com

To cite this article:

Yuwen Xinghang. (2024). Analysis of Campus Recruitment in Contemporary AI Companies. *Science Innovation*, 12(2), 43-47.

<https://doi.org/10.11648/j.si.20241202.15>

Received: 24 March 2024; **Accepted:** 17 April 2024; **Published:** 29 April 2024

Abstract: With the continuous evolution of AI technology, the demand for talents is constantly increasing, and the demand for high-quality talents is becoming increasingly urgent. Campus recruitment, as an important way of talent introduction, provides AI companies with rich talent selection space. However, people from different eras have completely different cognitive and behavioral preferences towards campus recruitment. The generation that grew up before and after the reform may not have established a sense of independent career choice when they first entered society at a young age; Some of the post-90s generation, who were initially labeled as "rebellious," have now entered their thirties and are increasingly learning to seek their professional value under the premise of seeking stability in reality. In the post-95s and post-00s generation who have been "rectifying the workplace", they have learned to make two-way choices and can even use various information channels to conduct "reverse interviews" with enterprises to ensure suitable employment opportunities. At present, the campus recruitment group has gradually entered the "post-2000" era. While AI companies need to face fierce market competition, how to attract and retain excellent young talents has become an important challenge. The article analyzes and summarizes the current situation of campus recruitment in contemporary AI enterprises, and provides suggestions for optimization solutions. It is hoped that this can solve the practical problems that contemporary AI companies face in campus recruitment and provide reference for the implementation of campus recruitment plans in related AI enterprises in the future.

Keywords: Artificial Intelligence, Campus Recruitment, Post-00s

当代人工智能公司校园招聘浅析

宇文星航

上海理工大学管理学院, 上海, 中国

邮箱

yuwenxinghang@163.com

摘要: 随着人工智能技术的不断演进, 人才需求不断增长, 对于高质量的人才的需求愈发迫切。而校园招聘作为一种重要的人才引进方式, 为人工智能公司提供了丰富的人才选择空间。然而, 不同年代的人对于校园招聘这件事有着完全不同的认知和行为偏好。成长于改开前后的一代, 在年轻初入社会时或许并没有建立自主择业意识; 而最早被贴上「叛逆」标签的90后, 有的如今已经步入而立之年, 他们愈发学会在现实求稳的前提下, 找寻自己的职业价值。到了“整顿职场”的95后和00后这一代, 他们已经学会了双向选择, 甚至可以利用各种信息渠道对企业进行“反向背调”, 以确保适宜的就业机会。当下, 校园招聘群体已逐渐步入00后时代, 人工智能公司在需要面对激烈市场竞争的同时, 如何吸引并留住优秀的年轻人才成为了一项重要的挑战。本文通过对当代人工智能企业校园招聘现状的分析和总结, 给出建议性的优化方案, 期待能解决当代人工智能公司在校园招聘中存在的现实问题, 并为后续相关人工智能企业校园招聘方案的实施提供借鉴。

关键词：人工智能，校园招聘，00后

1. 引言

校园招聘是企事业单位通过各种途径在学校招收应届毕业生，填补当下用人缺口并着眼未来长远发展的重要引才方式。随着互联网新媒体的发展，线上招聘发布信息的便捷性、快速性以及交易成本的降低使得现场校园招聘等形式的活动受到影响[1]。校园招聘作为企业和高校毕业生最直接的桥梁，在人才招聘工作中发挥着至关重要的作用。近些年来，随着各大互联网“大厂”对于校招工作的越来越“卷”，校招节奏整体提前已然成为常态。就国企而言，传统的招聘模式还能适应当下的校招节奏吗？国企的校招模式过于单一，选人用人观念相对陈旧，校招周期过长且缺乏整体规划[2]。对大多数民营企业来说，因为校园招聘具有较大优势，大多企业每年会投入大量的人力、财力、物力。很多企业校园招聘了解不够，开展校园招聘的准备不够充分，校园招聘往往没有达到预期效果。因此，企业提高校园招聘的有效性就显得尤为重要[3]。随着我国对教育的重视程度不断加强，大多数企业的人才观念变得越发成熟。而如何让学生快速融入工作环境就成了一个难题。新时代的校园招聘必须要有计划、有步骤地开展宣讲活动来提高大学生对公司文化氛围的认同感[4]。

企业竞争的本质是人才的竞争。当代大学生具有思维活跃、学习能力强、可塑性高的特点，便于企业管理与培养。吴丽红表示，00后青年是伴随互联网成长的一代，玩转钉钉、腾讯会议、抖音直播、B站等各类互联网平台，对校园线上招聘、空中投递简历、直播间面试等持积极态度，线上线下结合已成为招聘新趋势[5]。然而，部分企业经营受到全球政治经济形势变化的影响选择聚敛收缩，而应届毕业生数量则随着高校的扩招逐年增长，从而形成总体上毕业生就业市场需求下降而求职申请量上升的局面。但企业“招聘难”问题却依然存在[6]。

校园招聘虽然开展的时间不长，但是由于其相对成本较低、收益性较高等优点，备受各类企业的青睐，成为很多企业吸纳新员工的一种有效途径，校园招聘无论对毕业生还是企业，都具有重要的意义。不仅可以在减少信息不对称的同时，促进毕业生就业，并且可以帮助企业优化人才梯队，并树立企业雇主品牌[7]。而有些企业往往盲目地为了招聘的数量，而忽视了职位供给的不足，虽然提供的岗位种类较多，但实际需求不多，盲目地对求职者进行面试通知的发放，只会加大企业的负担，增加企业的经济成本，同时，也让面试的毕业生感觉自身被欺骗，对企业的形象造成负面的影响[8]。

如今比以往任何时候都有更多的学生在完成实习，大学校园的职业服务办公室也越来越多地与雇主合作，以促进这些实习机会。对学生而言，实习经历构建了职业知识和技能，并能直接导致职业机会。对于雇主来说，实习计划有助于未来雇员的招聘和培训。Smith Katie N和Green Demetrius K（2021）认为，校园招聘有六大主题：确定目标机构和环境、校园连接点、树立品牌、排定招聘时间表、瞄准早期学生、将实习生转变为全职员工[9]。由于创新和变革管理的因素，丰富的敬业度模式使学生能够发展、磨

砺和加深对公司、工作角色、职位安排过程的理解，并增强其解决问题、推理和沟通的能力[10]。

2. 人工智能公司校园招聘所面临的问题

2.1. 人才竞争激烈

近年来，伴随人工智能赛道多轮技术革新，行业进入门槛不断降低，国内市场扩容明显，人工智能公司如雨后春笋般不断涌出。相关数据表明，截至2023年12月底，我国人工智能相关企业已有187多万家，随之而来的就是人工智能从业者需求不断增加。然而，人工智能相关专业在高校的课程设置中起步晚，范围小，因此少量优秀的人工智能领域优秀毕业生往往收到多个人工智能公司抛出的橄榄枝，人才竞争尤为激烈。

2.2. 企业校园招聘流程更为复杂

一般来说，校招的流程比社招复杂，公司越大、越正规，校园招聘的流程就越复杂。人工智能企业的校招流程通常是：网申→宣讲会→简历初筛→笔试→一面→二面→三面→发放offer意向书→沟通薪酬→发放正式offer→签订三方协议→体检→入职。具体流程内容会根据企业实际情况略有调整。流程时间跨度长，最后的结果是什么？往往就会有很长一部分同学会放鸽子。嘴上说接受offer，但迟迟不能签三方协议，或者在签署三方协议后，有更好的机会就会解约。

2.3. 新生代应届生的就业择业观发生变化

个体所持有的价值观会深刻地影响就业观的价值走向，影响对职业的选择。在当今全球化的趋势下，各国间的经济文化交流所带来的思想碰撞和互联网在中国的普及，00后大学生所接收到的信息量远超过前几代人。受到传统文化教育和西方的价值观双重影响，他们追求自我认同和个性化发展，表现在就业中，00后大学生追求自我价值的实现，重视工作生活平衡，偏好去前景好的城市发展[11]。近几年世界经济形势正在发生巨变，深刻地影响着国内经济的发展，从而影响中国人工智能企业的发展和劳动力市场的变化，也间接影响了00后大学生就业择业观的变化。在毕业求职季，追求稳定的人数日益增多，国家公务员和事业单位成为不少新生代毕业生们的首选，对于发展前景未知，抗风险能力未知的人工智能企业，相当一部分00后会选择回避[12]。

2.4. 雇主品牌不足导致企业竞争力不强

新生代毕业生，追求高品质生活，喜欢从事自身感兴趣、认为有价值的工作，这对校园招聘中企业文化凝练与雇主品牌宣传提出了更高的要求。大公司往往具有较强的品牌效应，影响力无需刻意宣传，其相对完善的培养体系和成长通道、有竞争力的薪酬待遇等制度与文化，成为吸引新生代毕业生的重要因素。但大多数人工智能公司起步较晚，迫于生存与发展的需要，希望通过校园招聘吸引优秀青年人才，却没有将之作为宣传企业、提升企业形象的

契机，疏于对企业自身优势特色、文化理念的梳理与总结，缺乏招人觅才的新花式，企业形象辨识度不高，对毕业生的吸引力不强。

3. 人工智能公司校园招聘策略建议

3.1. 多渠道拓宽简历来源

3.1.1. 加强与目标院校的合作

根据招聘岗位的特点和需求，结合过往的经验和数据，确定并及时更新目标院校和目标专业。通过与目标院校合作，公司可以更早地接触到优秀的人才。同时，人工智能企业可以不定期邀请企业内部专家走进目标院校，将人工智能通识课程拓展到目标院校的更多专业，如传统理工科专业、医学、金融、文史、艺术类专业，与高校一起培养更多的跨领域人才。公司向高校学生开放实习实践机会，提升理论与实践相融合的综合素质[13]。通过对国内某人工智能企业2021届校园招聘的数据分析发现，目标院校的简历往往更为精准。

表1 国内某人工智能公司2021届校园招聘目标院校offer统计。

届次	简历量	offer	A类	接受
2021届	30760	442	74	158
目标院校			Offer数量	
上海交通大学			87	
复旦大学			47	
浙江大学			32	
北京航空航天大学			18	
清华大学			18	
华东师范大学			16	
北京邮电大学			14	
华中科技大学			12	
中国科学技术大学			11	
北京大学			11	
上海大学			11	
厦门大学			10	
南京大学			10	
同济大学			9	
中国科学院大学			9	
合计			315	

3.1.2. 大力支持内部推荐

内部推荐很多公司都在做，其对于人工智能企业的核心的意义就是帮助企业能在正式校招前，能先人一步地锁定最优质的应届生资源，让这部分同学有提前的机会和企业接触，获得offer。雇主品牌根本上就是员工对企业的体验和看法，企业的员工，往往是企业雇主品牌最佳传播者。简历的数量和质量，是人工智能企业校园招聘的痛点，而内部推荐能有效地缓解这一痛点。相比于在招聘网站、高校就业网、论坛等渠道发布职位所耗的成本，内部推荐只需要在内部沟通平台对员工进行宣传，设置一定量的内推奖金，就能很好地调动员工的积极性。通过对国内某人工智能企业2021届校园招聘的数据分析发现，内部推荐的简历在数量和质量上都有不错的效果。

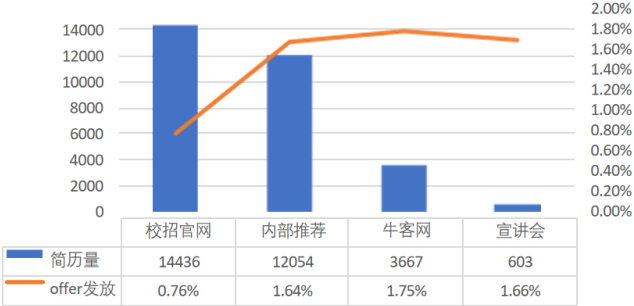


图1 国内某人工智能公司2021届校园招聘简历来源统计。

3.1.3. 积极推进实习生项目

早些年，从每年的9月开始进入各大企业抢占应届生的高潮。当各大企业认为自己的校招时间应当提前再提前时，有些企业已经默默将战场转移至了每年的实习生招聘上，通过日常实习、寒暑期实习等实习生项目的招聘，提前为公司的校园招聘打下基础，提前吸收掉一批优质学生，通过实习，对表现优秀的学生直接发放正式的校招offer，根本就不给其他企业以抢人的机会。对于企业和学生来说，这样也能够给予双方更多的时间和空间相互熟悉，一起成长[14]。通过对国内某人工智能企业2021届校园招聘的数据分析发现，实习生转正是校招offer产出的重要来源之一。

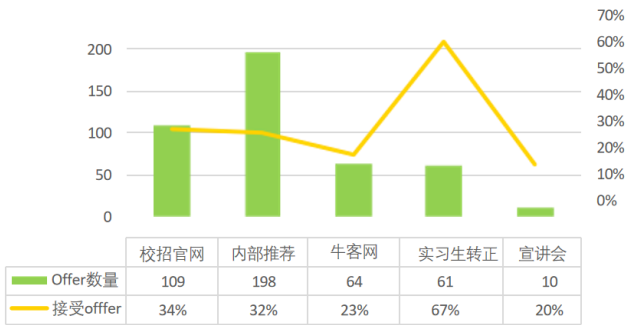


图2 国内某人工智能公司2021届校园招聘offer来源统计。

3.2. 提高校园招聘流程效率

3.2.1. 用工具缩短招聘流程

公司可以利用人工智能技术和大数据分析来优化招聘流程，提高招聘效率和质量。目前，大部分市面上的招聘管理系统，如Moka、北森、飞书等都支持标签设置和标准化的信息收集。比如网申可以标准化地收集候选人的学历、专业、工作经验等信息。同时如该岗位已经设置了“硬性标准”如本科学历，如特殊专业等，可以通过对候选人网申信息进行整体筛选，快速筛掉不符合岗位标准的候选人。这样可以减少人力成本，加速候选人筛选和面试过程。此外，性格测评环节也可以对候选人的底层特质进行考察，如出现候选人明显偏离岗位要求的情况，可以尽快做筛选，节省候选人和企业的时间；同时也可作为后续面试的关键指标进行针对性考察。通过设置这些有利于人才选择的面试环节，一方面可以淘汰掉海投的学生，另一方面也可以为后续真正提升候选群体质量提供资料支持。

3.2.2. 加快优质简历的招聘进程

企业在确定招聘职位时，往往已经对候选人的人才画像有较为清晰的认知，对于职位需要什么样背景的人才，

需要具备哪些技能的人才都已经有了大致方向。因此，在收到匹配度较高的简历时，企业不妨大胆一些，快速筛选，跳过笔试、测评，直接进入面试，在面试过程中，通过面试工具，对一些必备技能进行测试，缩短候选人整体的面试进程，提高候选人的面试满意度。同时，也避免候选人因为各种原因错过笔试时间而无法进入面试环节的流失。

通过对国内某人工智能企业2021届校园招聘某一职位的招聘数据分析发现，即使在笔试的参加率较高的情况下，通过笔试的候选人参与面试环节的人数流失不低。反之，对于优质简历未安排笔试，直接进入面试同学而言，由于进程的缩短，面试率大大提高，最终的offer数据也较为可观。

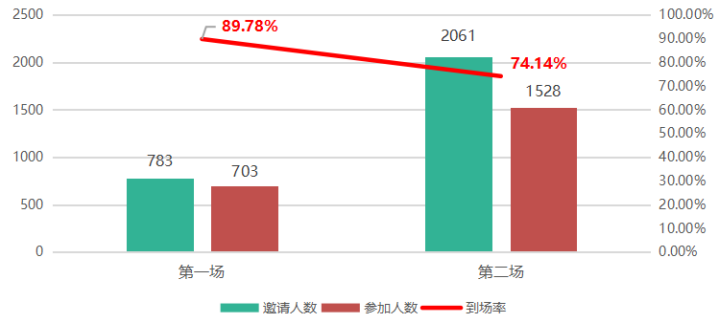


图3 国内某人工智能公司2021届校园招聘某职位笔试数据统计。

表2 国内某人工智能公司2021届校园招聘某职位笔试/未笔试数据统计。

	参加笔试	通过笔试	安排面试	通过面试	offer数	offer率
参加笔试	2231	1119	429	15	13	3%
未笔试	/	/	1041	79	56	5%

3.2.3. 加快校招各阶段的反馈速度

由于校园招聘的集中性，企业HR往往在校招季会特别忙，以至于可能无法及时对接到具体的某一位同学的某个进度。而同学们一旦感受到企业在校招中存在无反馈、反馈慢的问题，往往会对企业好感降低。对于如今的年轻人，直白且及时地告知结果往往比含糊其辞的等通知更能赢得毕业生的好感。因此，加快校招各阶段的反馈速度尤为重要。企业可以在招聘系统中为候选人提供一个可查看应聘进度的入口，防止候选人因为应聘体验差而选择其他offer。

3.3. 提升雇主品牌

毫无疑问，雇主品牌作为一种新型“营销工具”，能够有效地帮助企业吸引和保留人才，是企业在校园“人才争夺战”胜利的核心策略。雇主品牌的建设不仅可以改善现有雇员的文化认同感，增强企业员工的稳定性和凝聚力，更可以为企业树立良好形象，增强企业吸引力的同时，也增加了企业的社会影响力。那当前人工智能公司该如何提升在校园招聘中的雇主品牌建设呢？应当从以下几点着手

3.3.1. 前置的校园招聘宣传

校园招聘，是一场没有硝烟的战争。很多互联网企业的校招季已经从9月提前到了暑期。从当下的形势来看，人工智能企业校园招聘工作的起点还需要前置，以寻求树立雇主品牌的最佳时机。人工智能企业可以从大三或研二甚至更早的时期开始进入校园，努力建立和维护与对口院校及专业的关系，加强并保持校企互动，便于形成长期有效的稳定关系，使高校成为企业未来优秀人才的培养基地，向企业源源不断地输送高品质人才[15]。当然，前置校园招聘的宣传策略是多样化的。例如（面向目标高校低年级的学生，举办企业开放日，企业参观活动，全面介绍公司的基本情况、发展规划和校招计划。同时邀请公司领导或

行业专家以沙龙或座谈的形式进行行业前沿技术分享。或者积极与目标高校建立校企合作实习基地，全面开放，提供实习机会，鼓励用人部门招聘实习生，尤其是大四或研二的学生。同时建立优秀实习生选拔机制，使之有机会快速拿到offer，作为公司的人力资源储备。又或者根据行业特点，举办专业竞赛或夏令营活动，或赞助高校活动以取得冠名资格。一方面可以塑造品牌的良好形象并灌输企业文化，让各地目标高校的学生在短时间内了解企业，融入雇主品牌活动的氛围中；另一方面也可以通过竞赛选拔优秀人才，使之提前获取offer或者面试直通卡以加速其后续在正式秋招时的招聘进程。

3.3.2. 良好的内部培训和赋能

校园招聘的新员工有自身的独特性，他们初步踏入职场，没有太多工作经历，还带着学生的单纯，又都是名校高材生，有的人甚至放弃了很多其他offer选择加入公司。因此，员工培训的目的不仅仅是介绍公司顶层设计和政策规定，展现公司文化和运行风格，更是校园招聘后帮助新员工坚定选择、树立信心的又一个重要节点，也是建立企业认同感和融入感的非常好的时机，它传递了一种公司未来发展的愿景。好的内部培训代表了公司对毕业生发展的重视，让员工对未来发展充满期待。当然，培训不仅限于新员工培训，在岗培训也尤为重要。Mentor制就是一种很好的在岗培训的培训方式。让经验丰富的老员工担任新同学的Mentor，由Mentor帮助新员工完成转换角色、融入新环境、规划个性化的成长路径等。

3.3.3. 提供有竞争力的薪酬

随着就业市场的竞争日益激烈，越来越多的公司为了吸引优秀的毕业生，不惜提供高额的薪酬待遇。然而对人工智能公司来说，单方面去提高应届生的固定薪资并不一定能吸引到合适的人才，还有可能会给在职员工出现薪资

倒挂的情况，影响团队的稳定性。根据市场调研情况显示，2021届校招国内人工智能头部公司薪资在22万-75万元/年之间，同一企业不同岗位的薪酬差异较大。

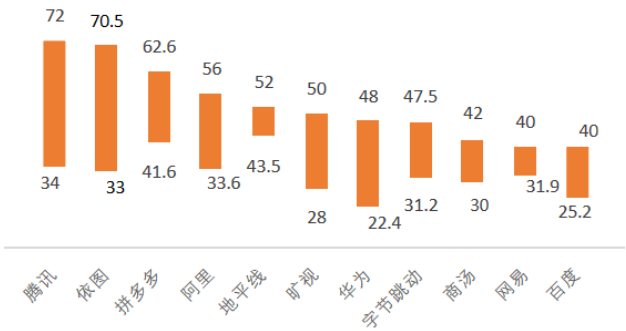


图4 国内人工智能公司2021届校园招聘薪资情况统计 单位：万元/年。

因此，合理的薪酬结构更能帮助人工智能企业完成校园招聘。例如股票、期权+现金相结合的模式，或者校招签约奖金的模式，还有人才保留奖金的模式等，都能很好地提高offer的签约率，增强员工的稳定性。

3.3.4. 提升员工福利

新生代校园招聘的同学往往更追求工作生活平衡，除了有竞争力的薪酬外，良好的员工福利也能成为人工智能企业吸引校招生的一大抓手。研究表明，新生代员工更倾向于旅游度假、健身美体、年度体检、商业保险等福利项目[16]。在现实操作中，有企业针对应届生第一年没有法定年假的情况，在员工手册中为应届生增加了特定的福利年假，以此来吸引应届生签约。

4. 结论与展望

稳定发展是每个企业的刚需,人才辈出是稳定发展的刚需,而校园招聘是人才辈出的刚需。对于人工智能公司来说，校园招聘不仅是一种人才引进的方式，更是一种战略性的举措。多渠道拓宽简历来源、提高校园招聘流程效率，提升雇主品牌有助于人工智能公司校招方案的实施和校招结果的呈现。通过深入了解与分析优化校园招聘的现状，公司可以更好地把握人才市场动向，及时调整自身招聘策略，提升招聘效果，为公司的可持续发展奠定坚实基础。同时，校园招聘也是人才培养和产学研合作的桥梁，有助于推动整个行业的发展，促进人才与企业的双赢局面。

参考文献

[1] 洪何露.新形势下高校校园招聘应对策略 [J]. 产业创新研究, 2021, (12): 109-111.

[2] 郭冬晴. 国企校园招聘，也要燃起来 [J]. 人力资源, 2022, (10): 54-55.

[3] 万健婧, 闫宁宁. 民营企业校园招聘问题及对策研究[J]. 现代营销(经营版), 2021, (11): 108-110. DOI:10.19921/j.cnki.1009-2994. 2021-11-0108-035.

[4] 赵思超. 新时代企业校园招聘的有效性研究 [J]. 黑龙江人力资源和社会保障, 2022, (11): 133-135.

[5] 吴丽红. 当前企业校园招聘的现实困境与因应之策 [J]. 宁波经济(三江论坛), 2023, (06): 21-23.

[6] 刘通汇. 校园招聘新思路，为精准就业铺路 [J]. 人力资源, 2024, (03): 122-124.

[7] 李一瑾. 国有企业校园招聘如何平稳落地 [J]. 人力资源, 2021, (04): 86-87.

[8] 史竹生. 浅析新形势下校园招聘存在的问题及对策研究 [J]. 现代营销(下旬刊), 2019, (03): 212.

[9] N. K S, K. D G. Employer internship recruiting on college campuses: 'the right pipeline for our funnel' [J]. Journal of Education and Work, 2021, 34(4): 572-589.

[10] Nirmala M, Devi U M A. Talent Acquisition: A Case of Innovation and Change in Campus Hiring [J]. Adarsh Journal of Management Research, 2016, 9(2): 59-66.

[11] 刘鑫. 武汉市大学生就业城市选择意愿及其影响因素研究 [J]. 经济研究导刊, 2021(36): 130-134.

[12] 肖丽玲, 臧鹏宇. “00后”大学生就业观调查与教育对策研究——以广西民族师范学院为例[J]. 广西民族师范学院学报, 2023, 40(06): 100-107. DOI:10.19488/j.cnki.45-1378/g4.2023.06.011

[13] 党博文. 加强人工智能人才培养 [N]. 通信产业报, 2024-03-11(018). DOI:10.28806/n.cnki.ntxcy.2024.000085.

[14] 李慧. 企业校园招聘流程优化研究 [D]. 上海社会科学院, 2017.

[15] 张冬雯. 基于雇主品牌视角的校园招聘策略研究[J]. 企业改革与管理, 2020, (16): 71-72. DOI:10.13768/j.cnki.cn11-3793/f.2020.1605.

[16] 张晨晨, 方涌. 新生代员工福利需求偏好研究文献综述[J]. 时代经贸, 2024, 21(01): 120-123. DOI:10.19463/j.cnki.sdjm.2024. 01.014.