# 二十一世纪最热门的十大专业

来源：网络 作者：心上花开 更新时间：2024-06-25

*第一篇：二十一世纪最热门的十大专业二十一世纪最热门的十大专业 1.电子信息电子信息产业是一项新兴的高科技产业，被称为朝阳产业,产业前景十分广阔。未来的发展重点是电子信息产品制造业、软件产业和集成电路等产业；新兴通信业务如数据通信、多媒体、...*

**第一篇：二十一世纪最热门的十大专业**

二十一世纪最热门的十大专业 1.电子信息

电子信息产业是一项新兴的高科技产业，被称为朝阳产业,产业前景十分广阔。未来的发展重点是电子信息产品制造业、软件产业和集成电路等产业；新兴通信业务如数据通信、多媒体、互联网、电话信息服务、手机短信等业务也将迅速扩展；值得关注的还有文化科技产业，如网络游戏等。此外，电子商务和互动媒体、数据库开发和软件工程方面的需求量也非常大。

2.生物技术

21世纪是生物的世纪，生物科技经济发展起来是必然趋势。生物科研人才近年来一直是国际人才竞争的焦点之一。随着基因技术、生物工程等领域的发展和产业升级，这类高技术专业人才的缺口会越来越大。

3.医药类 全球现代医药技术产业继续呈高速增长态势，现代生物技术产业已经成为医药产业新的国际竞争焦点。科技部已将“创新药物与中药现代化”列为“十五”期间国家12个重大科技专项之一。

4.汽车类

随着汽车逐渐成为我们生活中的必需品，汽车专业也成为了社会上十分走俏的专业。汽车类专业人才成为了炙手可热的“抢手货”。此外，热能与动力工程、工业设计等相关专业人才需求也将持续看涨。

5.物流类

随着公路货运、仓储、海上搬运运输、船舶代理等方面进一步开放市场，相关行业和企业与国外物流企业将开展全面合作，现代物流将进入快速增长、全面发展的新时期。6.材料类

新材料的应用范围非常广泛，发展前景十分广阔，其研发水平及产业化规模已成为衡量一个国家经济发展、科技进步和国防实力的重要标志。同时，国内支柱产业及高技术产业发展对新材料的需求不断扩大。

7.环境能源类

环保产业有着巨大的发展潜力。随着环境保护投入的大幅度增加，环保产业发展较快，成为国民经济的重要组成部分。环保产业的发展之快，效益之显著，无疑是环保技术人员的研究与开发的结果。8.管理类

因为加入WTO和申奥成功将直接带动外经外贸的大发展，所以，管理类专业人才社会需求大增将指日可待。

9.法律类

目前我国律师人才十分缺乏。据不完全统计，目前我国取得律师资格的专职律师还不到2万人，同时，随着全民的法律意识逐渐在增强，企业的法律意识也在增强，对法律专业人才的需求将会大大提高。法律专业因此成为未来热门专业之一。

10.营销类

由于我国市场经济不断完善，市场营销已经渗入到各种各样的企业，人们对市场营销的观念也将有更深的认识，所以对这方面人才的需求将继续看好，并有继续升温的可能。其中最好的就是房产推销员，汽车营销人员，保险推销人员。

**第二篇：二十一世纪十大热门行业**

二十一世纪十大热门行业

1、健康产业.健康产业仅保健品一项就有400亿的市场诱惑力,并在此基础上呈几何数递增.估计到达2024年中国人均保健品消费量将高于十年前的5倍,市场总量达到期1500亿元.预防胜于治疗.吃出健康等营养健康理念迅速被接受.由此新行业将成就一大批营养师,保健师,等相关职业.据专家预测:健康产业潜力巨大,很快将取代所有行业,而一跃成为最热门的行业之一.2、耐用消费品行业

耐用消费品行业，随着国民收入的上升，未来的消费格局将向多元化发展。消费者对照相机、摄像机、电脑、电视机、摩托车、VCD、等产品的消费每年将以10%的速度递增。从事这些产品的销售、估计会有10%-35%的投资回报。耐用消费品，由其是电子产品、家用电器等产品、正在以产业化、规模化、集团化的销售优势占据着城市消费市场并逐渐向农村市场挺进，预计10年内，中国内地农村的耐用消费品市场将以几十倍的速度增长。

3、家用汽车制造业

据预测，国内汽车市场在今后十年内将会高速发展，与汽车

行业相关的配件、维修、洗车业同样会有利可图。家庭拥有汽车的比例将大幅度上升，汽车产业（制造业）已成为国家和地方的支柱产业，由制造业所带动的相关产业如钢铁、冶金、橡胶、玻璃、车用制冷设备，汽车内饰等行业都得以快速发展。随着中国入世进程的日益深化，购买进口汽车的人将会越来越多，所以国内家用汽车市场在未来10年内将有很大的发展潜力。

4、房地产及室内装饰

随着个人买房热的兴起，单位再也不会无偿分房给职工居住，所以房地产业发展前景十分看好。与此相关的房地产经纪、咨询、供楼、业务也会大有可为。国内城市居民大都热衷与装修自己的住房。而随着国家一系列房改措施的出台，个人买房已是大势所趋，因此装饰材料市场会越来越火。据统计，现阶段城市居民为自己装饰房屋付出的金钱每房平均达两万元之多。

5、邮电通信业

目前中国的电话装机率达4%，与世界10%的平均水平还相差很远。可以预见，这是未来中国最有利可图的行业之一。信息业是中国的第四产业，而邮电通信（简称电信）业务在整个信息业中的位置是举足轻重的。尤其是随着网络科技的普及，互联网技术等广泛应用。由此带来的信息产业革命浪潮推动着整个电信事业蓬勃发展，但目前中国的电信业还处在方兴未艾的阶段，仅电话装机率一项距世界

先进国家的水平还想差甚远，可以预见，电信业是未来中国最有利可图的行业之一。

6直销业

中国入世后,随着国际市场经济规则的导入,电子商务,加盟连锁,网络营销,无店铺经营等带有新观念的营销方式,将逐渐占据传统销售模式的份额进而在市场上唱主角，届时规范的直销行业将成为中国市场经济的有机组成部分。因为网络营销能使更多的人获得致富机会而成为最热门的发达行业。中国开放直销的日子越来越近了，因为中国拥有13亿人口，而借口碑之力的直销企业，更不会放弃这个市场，有分析显示：立法后，中国直销业将成为世界第三大直销市场。

7、旅游休闲,餐饮文化业

随着生活水平的提高和双休日，黄金周的排行，人们有更多的机会和能力去旅游和进行文体休闲活动。运动产品、体育场所、娱乐场所、旅行社等行业将会更加繁荣。餐饮业在现在中国都市已逐步兴旺起来。还有与此相关的快餐业、速食食品、食物半成品加工等行业也将得到大力的发展。

8、女性用品

“爱美是女人的天性”。“女人的钱最好赚”。因此，凡是对女性容颜、身材有改善和保护作用的产品一定会受到女们的欢迎。女性用

品包罗万象，只要以化妆品和减肥产品等为主。开发女性用品主要是产品功能的定位。产品的功能包括自身功能和使用功能，只要产品适销对路，功效显著，一般女性是从来不计价格高低的。但权威专家提示，开发女性用品（主要指生产商）是存在很大风险的。女性用品的研发成功率不足50%，而另外50%的成功产品将赚取整个女性用品市场100%的利润。

9、银色行业,二十世纪70年代末期，我国部分大中城市就相继出现了老年用品专卖店等专业经营老年辅助用品的专卖机构。从那时起就逐渐产生形成了“银色”产业。“银色”产业在国外被称为：“卖夕阳产品的朝阳事业”。随着社会的发展，我国人口老龄化的一系列问题亟待解决，老年热的衣、食、住、行、卫生保健，文化娱乐以及再婚、再嫁、等自然问题和社会问题都将形成产业并向着商业化转变。预计到“九五”末年，我国老年人口将达到并突破1.3亿人已进入老龄化社会。因此开发适合老年的保健视频、药品、服装、眼镜、助听器等产品具有广泛的市场前景。

10、保险业

随着保险业的兴盛，国外许多保险公司纷纷投资中国保险市场，这样就会使保险业更好地向规范化方向发展。可以预言：未来保险也会成为年轻人“白手起家”的最好选择之一。为了更好的拓展保险的业

务领域，各保险公司都会在“以人为本”的经营理念下，将业务触角延伸到几乎所有行业的每一个领域。加之保险市场全方位，多元化服务格局的日臻完善，保险也必将充满商机。全球推销界扛鼎级人物，被誉为推销之神的日本人原一平就是保险业的偶像人物。

所以我们在选择行业的时候一定要选择自己熟悉的和时下热门的行业那样我们成功的机会就大多了

**第三篇：二十一世纪什么最重要**

二十一世纪什么最重要？人才。葛优在《天下无贼》中如是说；可惜他只说对了一半。

毫无疑问，人才特别是顶尖人才是制胜的秘籍。正如葛优所在的盗贼行业。若非人才，无以成就江洋大盗。所谓盗亦有道，《庄子》是这样记述的：夫妄意室中之藏，圣也；入先，勇也；出后，义也；知可否，知也；分均，仁也。五者不备，而能成大盗者，天下未之有也。

然而，能成江洋大盗的毕竟是少数，指望着盗才辈出，结果只能是望洋兴叹。所以，现代盗贼的商业模式也在创新，他们不再依靠大盗的身先士卒，也能把“生意”搞大。

最新的套路是这样的。只要断定东家没人，你就可以动手，而且可以做的堂而皇之，比如把站岗放哨外包给保安公司，砸门撬锁外包给开锁公司，赃物转运外包给物流公司，赃物变现外包给拍卖公司，你只负责最后数钞票就行。（像我这种人，有贼心没贼胆，还没动手，就先到派出所自首去了，断然成不了大盗，但是躲在某个地方数钞票，我还是可以的。）

这个故事并不有趣。但是它说明了一个关键的道理：人才只是知识的载体，企业所需的是知识，而不是人才。天才可期，人才可用，但不能被人才所束缚。要把生意做大，必须将个人知识转化为组织能力，使得普通人联合起来，也能做出非凡的业绩。

1.过于依赖人才的服务业很难做大，而且极不稳定

知识无疑是企业的血液，因而知识必须能够流动并且遍布周身，企业才健康。然而，如果人才是知识的主要载体，那就麻烦了，因为复制人才如果不是不可能，也是极其困难的事情。

在咨询、会计、律师等知识型企业，尽管有行业研究、案例分享、方法论等支撑体系，但企业的核心知识资源还是集中在员工的脑子里。每天早上，这些资源坐电梯上来了；晚上，这些资源又坐车走了，办公室只剩下空落落的桌椅板凳。

事实上，多数CEO都不喜欢这样的业务模式。原因是，管理这些流动的资源很费心；很多的知识都难以产品化和快速复制，因而企业就不容易大；即便做大了，也是弱不禁风。

两个与安然勾结的混蛋，就可以让“五大”的第一品牌安达信瞬间在人间蒸发，而且连一点灰渣都剩不下。

2.必须通过产品化，将知识从人才转移到产品和技术上

如果能将知识嫁接到软件产品或者硬件设备上，复制起来就容易多了。

现在，大型咨询公司的规模已经明显超过传统的会计师和律师事务所了，IBM服务业务已经超过500亿美元的规模。20年前，安达信率先从管理咨询进入IT咨询和服务领域，所谓IT咨询和服务就是借助IT技术将管理思想和方法进行产品化和工具化。比如ERP系统就是固化了的管理实践，SAP系统中关于采购就有13种模式供用户选择，这里简直就是一个管理方法的宝库。

这时，原本个性化的知识被标准化了，原本分散在每个人头脑中的经验被集中和优化了。实施ERP系统，当然还需要许多的行业知识和经验，但是其成本和效率，远非传统的管理咨询所能比拟。（如果盗贼也用ERP管理其在全国分包的“业务”，我们老百姓就麻烦大了。）

会计师和律师事务所因为无法将个人的知识嫁接到IT平台上，至今仍然与家庭作坊相去不远。当知识必须依靠人才去展现的时候，这样的知识既难以定义也难以传播、复制和保存；唯有看得见摸得着的产品，才让人心里踏实，客户愿意认账，公司也容易交付。

当初做财务电算化的公司，但凡热衷于做一个又一个电算化项目的公司全都消失了，唯有将这些知识和经验固化在软件产品上的几家“产品化”公司比如金蝶用友存活下来。今天的房地产公司也是一样，如果不能形成万科“城市花园”那样的产品，企业的知识和经验就无法积累，自然就无法快速复制。

“看不见的苏宁”是另一个例子。2024年左右苏宁每年只能开20家新店，而每开一家新店，都要抽调有经验的干部和员工组成突击小分队，直到把人折腾地筋疲力尽，才算完事；

而今天，苏宁将店面管理的流程和方法“产品化和信息化”之后，只需要2天就可以让新店进入正常营业的状态，去年“五一”一天苏宁就在全国同时揭幕了50家新店。

就如同在麦当劳，有了标准化的管理流程，对于前端管理者的能力素质要求也可以适当降低。你不需要是一个八面玲珑的天才，也可以成为麦当劳的店长，带着一群年轻毕业生就能够为顾客提供世界级的产品和服务。

3.人才将成为“知识加工场”，随着知识积累而升值，随着知识产品化而贬值

德鲁克说，二十一世纪多数人都应该是知识工作者。但是这里有一个悖论，知识工作者必须不断创造和获取新知识，然后按照企业价值最大化的原则将其产品化。产品化的结果是，除了一小部分知识原创者之外，多数人的身价会随之贬值。

在一家江苏的化工企业，其管理层按照“资源就近”的原则在盐矿附近规划建设盐化工厂，然后借助公开的市场化渠道取得倒闭企业的部分装置和设备，再利用超高薪从全球短期聘任技术专家协助建立工艺系统，最后通过与国际一流设备企业合作引进先进的工艺装备。在严重同质化的基础化工市场，其产品成本比同行低10-15%。

这是一家知识型企业吗？应该也算是的，因为其技术、工艺、装备水平均处于全国领先水平，其中的知识含量一点不比麦肯锡专家头脑中的知识储备逊色，只是这家企业已将多数的知识进行了产品化和设备化。

在这样的企业中，人才还重要吗？理论上来说，人才当然重要，就算是设备操作工，如果发挥其主动性和创造性，也能创造额外的价值。但是，现实地讲，除了极少数的高管、融资、规划、工艺专家、市场专员之外，多数人可供产品化的知识很有限，因而他们的身价都在贬值。

这是一个基本的趋势。作为CEO，他必须想方设法将知识产品化甚至设备化，以便降低使用成本，提高复制效率。对于人才，他必须在某些知识被产品化的同时，开发新的知识和技能，以便保持自己的“新鲜度”。

**第四篇：二十一世纪最经典广告语集锦**

二十一世纪最经典广告语集锦

1、德国大众：“小即是好。”

2、可口可乐：“享受清新一刻。”

3、万宝路香烟：“万宝路的男人。”

4、耐克：“说做就做。”

5、麦当劳：“你理应休息一天。”

6、迪比尔斯：“钻石恒久远，一颗永留传。”

7、通用电气：“ge带来美好生活。”

8、桌张频 酒：“美妙口味不可言传。”

9、克莱罗染发水：“她用了?她没用?”

10、艾维斯：“我们正在努力。”

11、美国联邦快递公司：“快腿勤务员。”

12、苹果电脑：“1984年。”

13、阿尔卡-舒尔茨公司：“多种广告”。

14、百事可乐：“百事，正对口味。”

15、麦氏咖啡：“滴滴香浓，意犹未尽。”

16、象牙香皂：“99和44/100%纯粹。”

17、美国捷运公司：“你知道我吗?”

18、美国征兵署：“成为一个全材。”

19、anacin去痛片：“快、快、快速见效。”

20、滚石乐队：“感觉是真实的。”

21、百事可乐：“新一代的选择。”

22、哈斯维衬衫：“穿哈斯维的男人。”

23、博马剃须刀：“公路道边的招牌阵。”

24、美国汉堡王：“带着它上路。”

25、坎贝尔浓汤：“妈妈，好吃。”

26、美国林业总署：“头戴“冒烟”字样窄沿帽的小棕熊,“你可以防止森林火灾。”

27、百威啤酒：“这百威是给你的。”

28、maiderform：“我梦想穿着自己的maiderform胸罩去逛街。”

29、维克多语言机器公司：“大师级的声音。”

30、财 的ν谐倒 荆骸按罄 锥 晕鞯哪炒α!?

31、木莓香皂：“光洁皮肤，不禁触摸。”

32、本森.贺杰斯100周年：“我们的缺点。”

33、全国饼干公司：“uneeda biscuits’boy in boots。”

34、劲量电池：“劲量兔子。”

35、傺我倒 司：“盐如雨下。”

36、香奈尔香水：“分享这份梦幻。”

37、福特汽车“土星”系列：“不一样的公司，不一样的汽车。”

38、佳洁士牙膏：“看，妈妈，没有蛀牙。”

39、玛氏巧克力：“只溶在口，不溶在手。”

40、timex：“一口难忘。”

41、雪佛兰汽车：“开着你的雪佛兰看美国。”

42、calvin klein：“在我和我的calvins之间，一无所有。”

43、里根争取连任美国总统：“这是美国的又一个春天。”

44、云丝顿烟草：“云丝顿，好烟的好品味。”

45、美国音乐学校：“当我坐到琴凳上时，他们都在笑我，直到我开始弹起来。

46、骆驼香烟：“为了买这包骆驼香烟，我走了一英里。””

47、温迪汉堡包：“牛肉在哪儿?”

48、防 溶液：“永远是女嫔相，永远不做新娘。”

49、凯迪拉克汽车：“做领袖 某头！?

50、“美丽的美国”运动：“哭泣的印第人。”

51、charmin：“别挤着charmin!”

52、小麦一族：“冠军的早餐。”

53、可口可乐：“真正可口可乐。”

54、灰狗长途汽车公司：“只有坐车之趣，没有驾车之累。”

55、克勒格大米咖哩：“咬一口，干干脆。”

56、宝丽莱即拍即得：“就是这么简单。”

57、吉列剃刀：“看着光，感觉爽。”

58、莱唯斯雷面包：“不用是犹太人一样喜欢莱唯斯雷面包。”

59、派伯索丹牙膏：“你也许会奇怪，黄斑哪里去了。”

60、好运香烟：“只为好运，不要甜蜜。”

61、七喜汽水：“这不是可乐。”

62、伟斯科清洁剂：“请涂在领子上。”

63、sunsweet prunes：“今天的一个小点，明天会成一条皱纹。”

64、生活谷物：“你好，麦基。”

65、赫特兹汽车租凭公司：“让赫特兹带你上路。”

66、弗斯特格兰特食品公司：“在弗斯特格兰特的背后有什么?”

67、颇度肉鸡：“让一个强硬的男人做一只松软的香鸡。”

68、豪马克(英国伦敦金业工会)：“至诚关怀，真金表达。”

69、花季少女牌床单：“a buck well spent。”

70、格林斯宝罗集团：“杰克森高地公寓。”

71、斯特恩威钢琴：“不朽的乐器。”

72、利维斯牛仔裤：“501蓝。”

73、布来克格拉马大湖皮草：“是什么活在传奇里?”

74、蓝修女葡萄酒：斯蒂尔.米拉。

75、姆啤酒：“来自天蓝色的水乡。”

76、贵格燕麦片：“shot from guns。”

77、espn体育频道：“这里是体育中心。”

78、莫森啤酒：“欢笑的夫妻。”

79、加州牛奶促进委员会：“喝牛奶了吗?”

80、美国电报电话公司：“尽情联络。”

81、布莱尔克里姆护发乳：“每次只用一点点。”

82、卡灵黑标啤酒：“嘿，梅宝来瓶黑标。”

83、铃木汽车：“说谎的乔。”

84、宝马汽车：“终极驾座。”

85、德士古石油公司：“把你的车托给这个颗星，你尽可放心。”

86、可口可乐：“永远是可口可乐。”

87、施乐复印机：“这是一个奇迹。”

88、巴托斯与乔伊斯酒品冷却器：“弗兰克和艾迪”民俗二重唱。

89、丹诺酸牛奶：“俄国的老人。”

90、沃尔沃汽车:“在瑞典,一辆普通汽车的生涯。”

91、6字汽车旅馆连锁店：“我们为你留着一盏灯。”

92、吉尔-0餐厅甜点：“比尔考斯比与孩子们。”

93、国际商用机器公司：“卓别林的小流浪形象。”

94、美国旅游者协会：“大猩猩格利拉。”

95、权力卫士：“药箱。”

96、梅宝即食早餐：“今天我40岁了，我要我的梅宝。”

97、巴福林药品：“狂跳的心。”

98、箭牌衬衫：“我的朋友，乔.赫尔姆箕斯，现在是一匹马。”

99、杨.罗比坎姆广告公司：“冲击。”

100、林登.约翰逊竞选美国总统：“第一流的。”

**第五篇：2024年十大最热门专业**

2024年10大热门专业

10、建筑业

薪酬水平：年薪8万~30万元

需求职位：工程监理，道桥工程师、建筑施工人员等

需求技能：一级建造师、二级建造师、造价员

行业背景：

建筑业主要受宏观经济增长及固定资产投资等因素所驱动。受国内宏观经济调控影响，短期内建筑业增长有所放缓，但从长期看，在国内城市化进程加速以及国际承包业务逐渐成熟的大背景下，我国建筑业具有广阔的发展前景。

9、金融行业

薪酬水平：5万-30万元

需求职位：银行大堂经理、小额贷款客户经理、理财顾问等

需求技能：会计初（中）职称、注册会计师、精算师

行业背景：

金融业是一个传统行业，同时在我国也是一个发展中的行业，与我们的生活息息相关。金融业在我国具有很好的发展前景，受过比较好的金融专业的学生，将来会有好的发展机会。

8、商贸零售业

薪酬水平：年薪4万-15万元

需求职位：商场管理、运营经理、督导会展策划等

行业背景：

我国零售业的竞争正在随着市场的发展和开放而日益加剧。同时，快速增长的市场需求，以及日益激烈的市场竞争和不断膨胀的业务规模，均对我国零售企业的经营管理提出了新的要求。

7、电子商务业

薪酬水平：年薪4万-20万元

需求职位：网站运营经理、网站策划人员、平面设计师等

需求技能：平面设计、网站设计、网站策划

行业背景：

随着互联网的发展，越来越多的传统企业开始试水网络营销，中国电子商务达到了前所未有的发展高度。新型电子商务模式平台的盈利问题一直摆在参与者面前，中国电子商务网站目前仍没有在发展和盈利中找到好的平衡方式，而随着新型电子商务交易规模和用户规模的扩大，大大的刺激了互联网经济的高速前进。

6、现代物流业

薪酬水平：年薪在3万-25万元

需求职位：单证员、物流管理、物流项目经理、库管员等

需求技能：物流师、采购师

行业背景：

物流产业是新产业，仅有20多年的历史。进入90年代，各种专业化的物流服务企业在欧美发达国家大量涌现并呈现出快速的发展趋势，由此而形成了物流产业，并成为发达国家服务业中的一个重要组成部分。

5、文化产业

薪酬水平：年薪在6万-25万元

需求职位：动漫设计、游戏特效大师、会展策划、演艺经纪人等

行业背景：

近年来，我国高度重视发展文化产业，采取了一系列政策措施，深入推进文化体制改革，加快推动文化产业发展。中国文化产业发展将呈现五大趋势：一是文化资源进入大调整、大整合的时期；二是文化与科技的融合步伐不断加快；三是行业界限越来越模糊；四是文化与旅游及制造业的结合越来越明显；五是文化产业发展已经从自发转向自觉。

4、旅游行业

薪酬水平：年薪在5万-20万元

需求职位：景区管理人员、旅游管理人员、导游等

需求技能: 外语

行业背景：

随着国民旅游需求和在线旅游渗透率的提升，中国在线旅游市场将释放巨大潜力，据业内人士预测，到2024年中国将成为全球最大的国内在线旅游市场。预计在未来5年将继续保持高速增长趋势。

3、医药行业

薪酬水平：年薪在5万-25万元

需求职位：新药研发、药物分析、制剂研发人员等

行业背景：

医药产业是朝阳产业，国家实施医改政策几年来，医疗产品需求的增长和医疗制度红利奠定了医药产业增长的基石。医药行业是按国际标准划分的15类国际化产业之一，被称为“永不衰落的朝阳产业\"。它包括医药工业和医药商业，其中医药工业按原材料来分，又可分为化学制药业、中药业、生物制药业及医疗器械业。

2、健康管理业

薪酬水平：年薪10万-30万元

需求职位：育婴师、公共营养师

行业背景：

它的准确定义为：从事个体或群体健康的监测、分析、评估以及健康咨询、指导和危险因素干预等工作的专业人员。国家正在推广实行的“全民健康管理工程”，是一项系列化、数字化的庞大工程，是必须由国家，集体，个人共同完成，其具体工作须由健康管理师来完成。保守估计至少需要200万个专业的健康管理师，而目前我国专业健康管理方面的从业人员只有10万人左右，人才缺口非常大。

1、电子行业

薪酬水平：年薪5万-16万元

需求职位：电子工程师、质量系统工程师、生产课长等

行业背景：

电子信息产业具有产业规模大、技术进步快、产业关联度强等特征，是经济增长的重要引擎，更是我国国民经济重要战略性产业。近年来，世界各国纷纷推出了新的电子信息产业发展战略。美国注重各种智能系统和先进通信技术的发展，并在出台的经济刺激计划中重点关注医疗电子和光伏、光电子等新兴信息技术的发展。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！