

中央美术学院

China Central Academy of Fine Arts

2014 年
毕业生就业质量报告

中央美术学院

就业指导中心

目 录

第一章 就业基本情况	2
一、毕业生规模和结构	2
二、毕业生非失业率和升学率	5
（一）、毕业生的非失业率	5
（二）、毕业生的升学率	8
三、就业结构	9
第二章 就业主要特点—促进毕业生就业的政策措施	16
一、关注实际就业需求，做好基础服务工作	16
二、研习国家政策，全面实施创新创业引领计划	18
三、更加灵活的校企合作，深入挖掘就业市场	19
四、做好就业质量年报，加强就业研究专业性	20
第三章 就业相关分析	21
一、毕业生的就业质量特点	21
（一）、收入分析	21
（二）、专业相关度情况	24
（三）、现状满意度情况	26
二、用人单位对毕业生的使用评价	28
第四章 就业发展趋势分析	29
一、社会环境对艺术类毕业生就业趋势的影响	29
二、专业相关度变化趋势	29
三、创新创业发展趋势	30
四、现状满意度变化趋势	31
第五章 就业对教育教学的反馈	32
一、毕业生对学校的满意度与反馈	32
二、毕业生素养、能力、知识培养反馈	38
三、全面打造特色育人体系	44
附件 名词解释	46

I 前言

中央美术学院历来倡导“关注社会、服务人民”的办学传统，新形势下加强经济社会发展对高校毕业生需求的前瞻性研究，完善就业状况的反馈机制，是面对社会主义文化强国建设和全面深化高等教育教学改革的应有举措。

我校在造型艺术、设计艺术、建筑艺术与艺术人文四大学科相互补充、相得益彰的教学结构基础上，坚持高端人才培养和高端学术创造，为了全面、客观、公正地评价本校人才培养质量，真正掌握毕业生在毕业后主要从事什么职业、流向什么行业、在什么类型和规模的用人单位就业、就业质量和优势如何等信息体系，学校委托第三方教育管理数据咨询与教育质量评估机构麦可思实施毕业生就业状况跟踪评价项目，由该公司向毕业三个月后的 2014 届毕业生发放答题邀请函、问卷客户端链接和帐户，问卷发放覆盖全校 7 个学院，规定时间内实现 47.3% 的学校总答题率。

这些信息的获得对于构建教育质量监控和保障体系，推动教学培养改进，提升毕业生的就业竞争力和培养质量，最终帮助学校了解毕业生对社会需求的满足情况、找到自己的培养特色定位具有举足轻重的意义，培养结果数据不仅是今后学校管理的重要决策依据，同时也是回应社会责任、认真严肃地考虑艺术教育的社会效果与文化效益的科学见证。

第一章 就业基本情况

一 毕业生规模和结构

1. 毕业生数量与就业率

中央美术学院 2014 届总毕业生数为 1161 人，本科毕业生 841 人，硕士毕业生 261 人，博士毕业生 59 人。

就业形式	合计	研究生	本科
毕业生数	1161	320	841
出国	88	6	82
升学	100	6	94
签就业协议	172	137	35
参军	3	0	3
志愿服务西部	0	0	0
签劳动合同	131	49	82
单位用人证明	40	12	28
自由职业	529	86	443
自主创业	3	0	3
拟升学	14	2	12
拟出国	22	0	22
待就业	58	21	37
就业率	91.90%	92.79%	91.56%

表 1-1 本校 2014 年毕业生就业情况统计

数据来源：北京高校毕业生就业平台及资源管理系统。

2. 毕业生性别结构

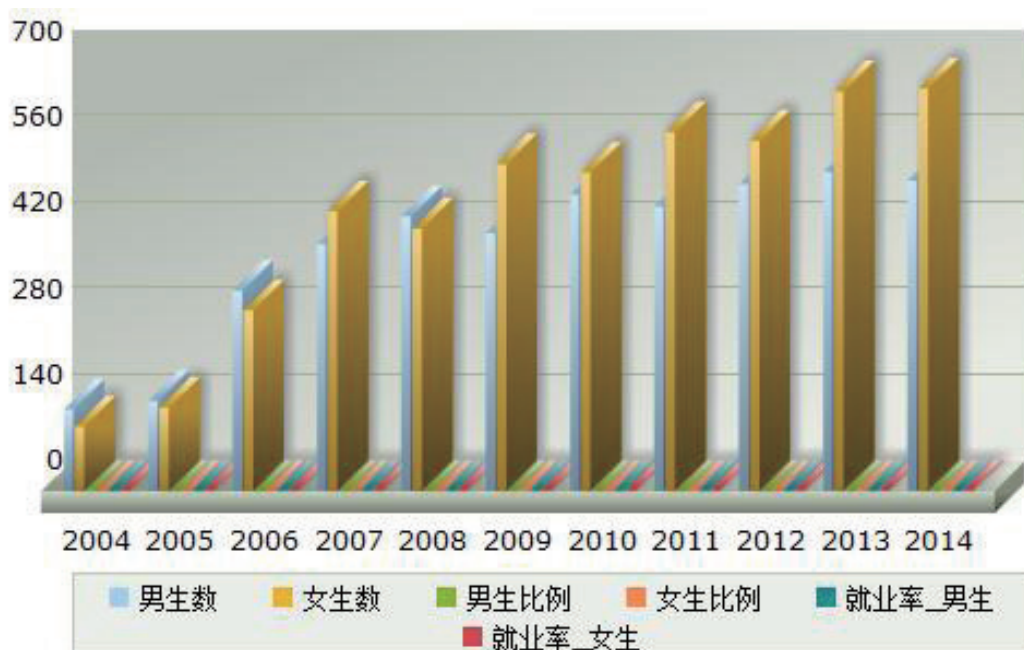


图 1-1 本校 2004-2014 届毕业生分性别就业率

数据来源：北京高校毕业生就业分析系统。

3. 毕业生生源地分布

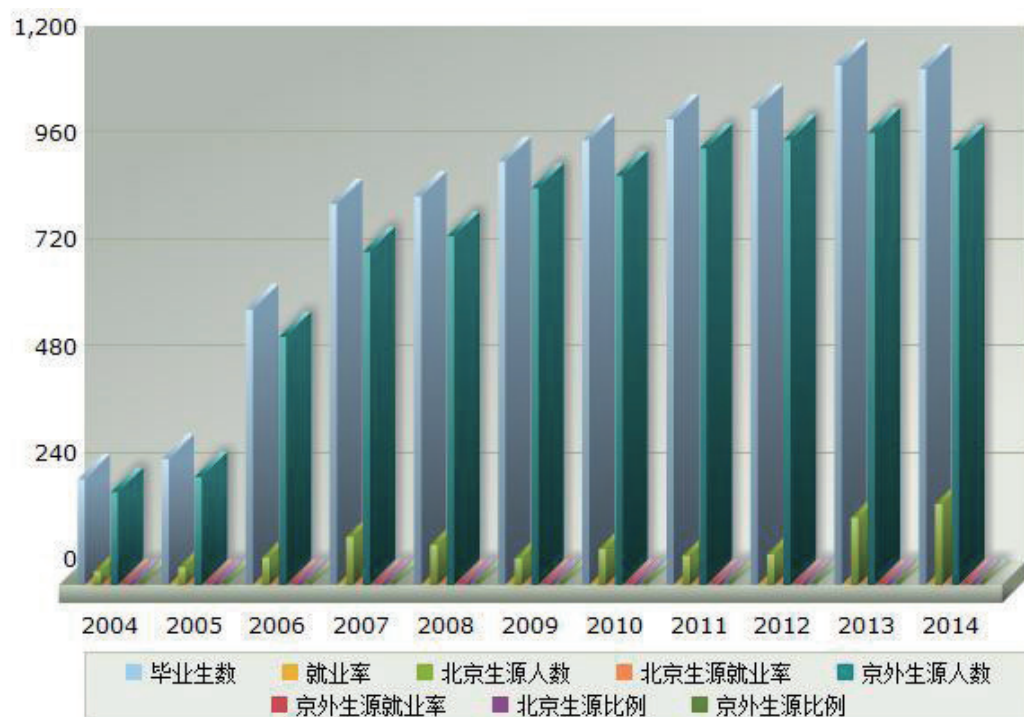


图 1-2 本校 2004-2014 届毕业生分生源地就业率

数据来源：北京高校毕业生就业分析系统。

4. 各学院毕业生数

学院名称	本科毕业生数（人）	硕士毕业生数	博士毕业生数
城市设计学院	341	15	0
造型学院	133	82	0
设计学院	126	50	9
建筑学院	90	26	10
人文学院	89	46	18
中国画学院	48	34	0
实验艺术学院	14	8	0
造型艺术研究所	0	0	22

表 1-2 本校 2014 届各学院毕业生人数

数据来源：麦可思－中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

5. 各专业毕业生数

专业名称	毕业生总数（人）
艺术设计（家居产品）	117
建筑学	90
美术学	89
艺术设计（信息设计）	59
艺术设计（空间设计）	54
艺术设计（视觉传达）	41
艺术设计（时尚设计）	40
中国画	38
动画	37
绘画（壁画）	36
艺术设计（电影与影像）	34
绘画（版画）	33
绘画（油画）	33
雕塑	31
艺术设计（交通工具设计、工业产品设计）	29
艺术设计（数码媒体）	28
艺术设计（首饰设计、时装设计）	17
绘画（实验艺术）	14
摄影艺术	11
书法学	10

表 1-3 本校 2014 届本科各专业毕业生人数

数据来源：麦可思－中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

专业名称	毕业生总数（人）
艺术设计	44
设计艺术学	45
美术学	156
美术	54
建筑设计及其理论	21

表 1-4 本校 2014 届硕博各专业毕业生人数

数据来源：麦可思－中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

二 毕业生非失业率和升学率

（一）毕业生的非失业率

1. 毕业生的非失业率

本校 2014 届本科毕业生三个月后的非失业率为 75.5%；处于失业状态的人群中有七成以上（74.7%）正在准备读研和留学。

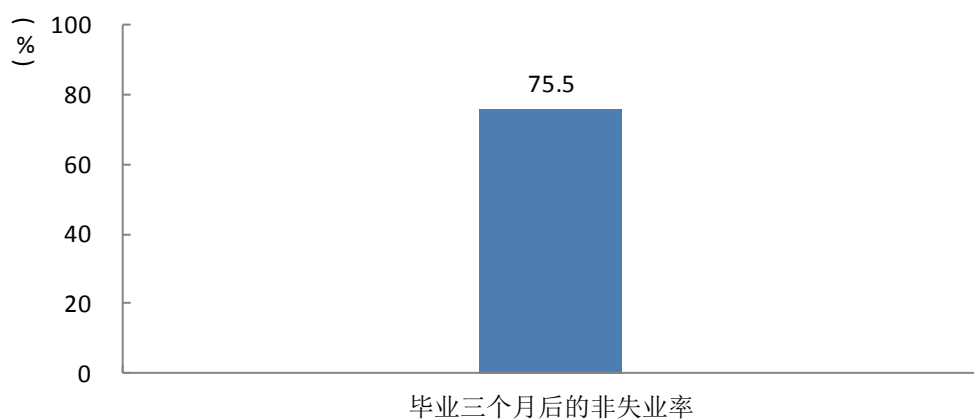


图 1-3 本校 2014 届毕业三个月后的非失业率

数据来源：麦可思－中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

2. 各学院及专业的非失业率

本校 2014 届本科毕业生毕业三个月后非失业率较高的学院是建筑学院（85%）、设计学院（84%），毕业三个月后非失业率较低的学院是中国画学院（53%）、造型学院（57%）。

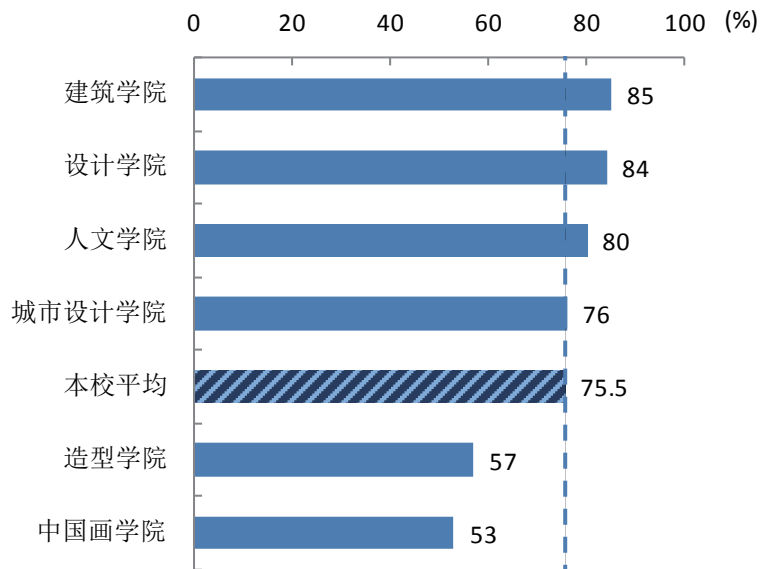


图 1-4 本校 2014 届各学院毕业三个月后的非失业率

注：实验艺术学院因回答该问题的样本数较少，所以没有包括在图中。

数据来源：麦可思－中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

本校 2014 届本科毕业生毕业三个月后非失业率较高的专业是艺术设计（交通工具设计、工业产品设计）（94%）、艺术设计（时尚设计）（90%），毕业三个月后非失业率较低的专业是中国画（含书法学）（53%）、绘画（55%）。

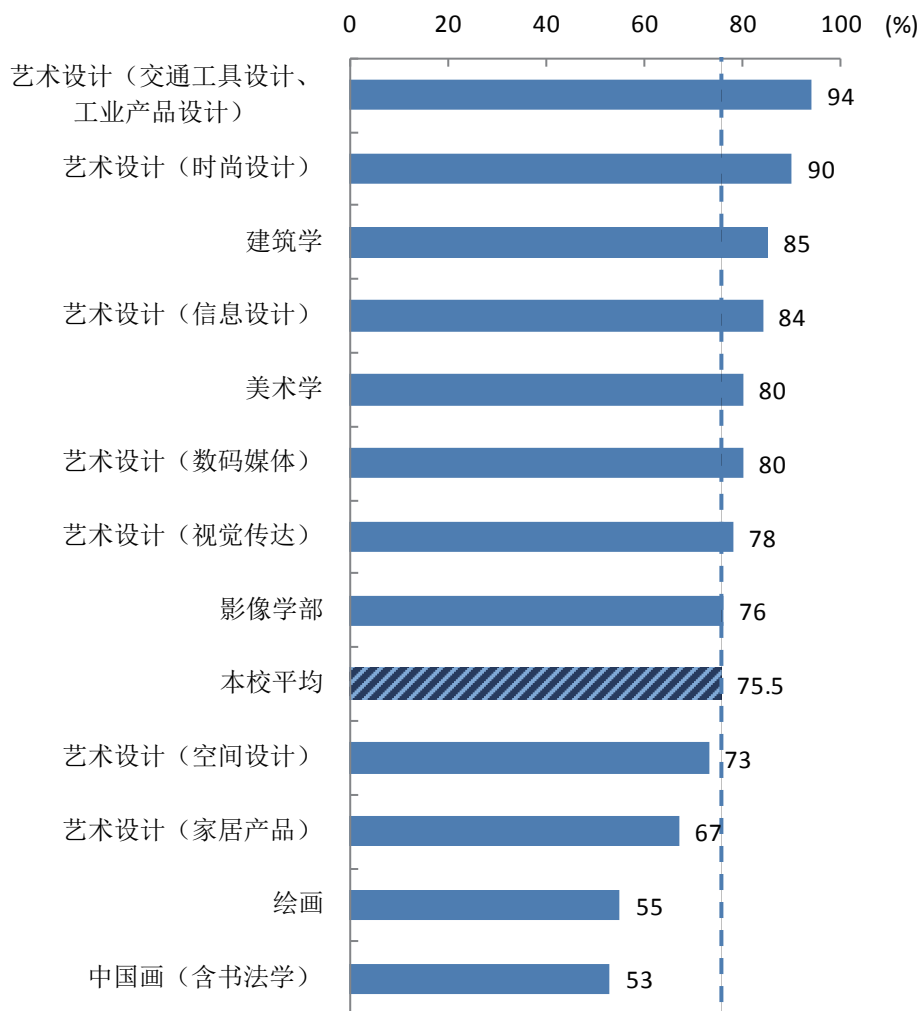


图 1-5 本校 2014 届各专业毕业三个月后的非失业率

注：雕塑等专业因回答该问题的样本数较少，所以没有包括在图中。

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

（二） 毕业生的升学率

本校 2014 届本科毕业生有 16.1% 的人正在读研和留学，其中 9.1% 的毕业生正在国内读研，7.0% 的毕业生正在留学。

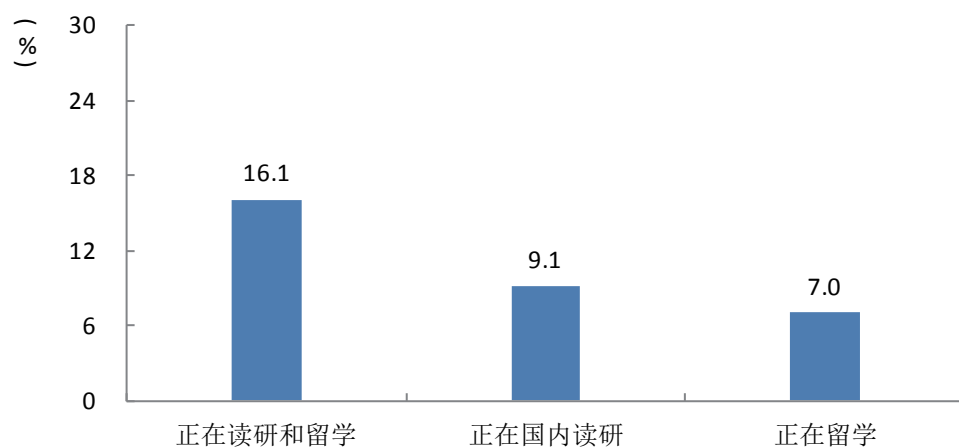


图 1-6 本校 2014 届本科毕业生正在读研和留学的比例

数据来源：麦可思－中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

三 就业结构

1. 就业去向分布

本校 2014 届本科毕业生毕业三个月后“受雇全职工作”的比例为 48.7%，“正在读研和留学”的比例为 16.1%，“准备读研和留学”的比例为 18.3%。

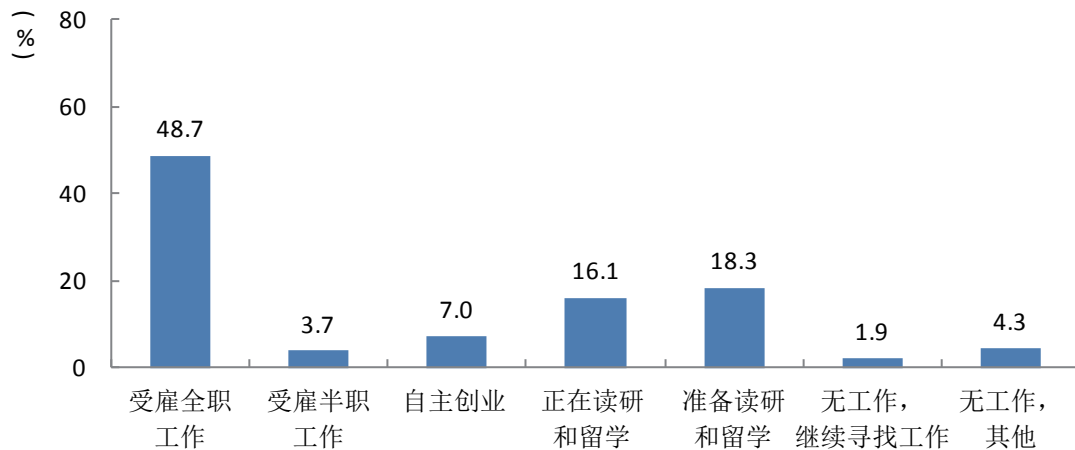


图 1-7 本校 2014 届本科毕业生毕业三个月后的去向分布

注：图中数据均保留一位小数，由于四舍五入，相加可能不等于 100%。

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

本校 2014 届硕士毕业生三个月后“受雇全职工作”的比例为 71.8%，“自主创业”的比例为 11.1%。

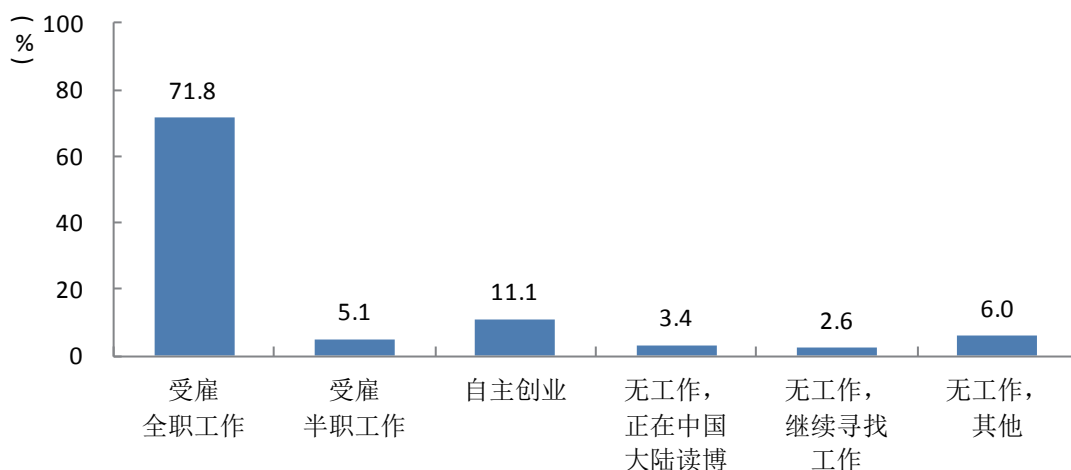


图 1-8 本校 2014 届硕士毕业生毕业三个月后的去向分布

注：受雇全职工作：平均每周工作 32 小时或更多。受雇半职工作：平均每周工作 20-31 小时。

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

2. 毕业生从事的职业结构

本校 2014 届本科毕业生从事的主要职业类如下表所示。毕业生从事“美术 / 设计 / 创意”职业类的比例（43.9%）最高，其毕业三个月后月收入为 5473 元。

职业类名称	占本校就业毕业生的人数百分比（%）	本校从事该职业类的毕业生三个月后的月收入（元）
美术 / 设计 / 创意	43.9	5473
建筑工程	11	5256
中小学教育	9.1	5487
高等教育 / 职业培训	8.5	5644
媒体 / 出版	7.9	5000

表 1-5 本校 2014 届本科毕业生就业量最大的前 5 位职业类及月收入

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

本校 2014 届硕士毕业生中，有 23.9% 的人从事“高等教育 / 职业培训”职业类，有 20.9% 的人从事“美术 / 设计 / 创意”职业类。

职业类名称	占本校就业硕士毕业生的人数百分比（%）
高等教育 / 职业培训	23.9
美术 / 设计 / 创意	20.9
建筑工程	13.4
媒体 / 出版	11.9
中小学教育	11.9

表 1-6 本校 2014 届硕士毕业生就业量最大的前 5 位职业类

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

3. 毕业生就业的行业结构

本校 2014 届本科毕业生就业的主要行业类如下表所示。毕业生就业于“教育业”行业类的比例（25.5%）较高，其毕业三个月后月收入（6083 元）较高。

行业类名称	占本校就业毕业生的人数百分比（%）	本校就业于该行业类的毕业生三个月后的月收入（元）
教育业	25.5	6083
媒体、信息及通信产业	16.6	5500
建筑业	15.3	4923
各类专业设计与咨询服务业	15.3	5668
艺术、娱乐和休闲业	13.4	4956

表 1-7 本校 2014 届毕业生就业量最大的前 5 位行业类及月收入

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

本校 2014 届硕士毕业生中，有 42.1% 的人就业于“教育业”，有 21.1% 的人就业于“艺术、娱乐和休闲业”。

行业类名称	占本校就业硕士毕业生的人数百分比（%）
教育业	42.1
艺术、娱乐和休闲业	21.1
建筑业	14
媒体、信息及通信产业	12.3

表 1-8 本校 2014 届硕士毕业生就业量最大的前 4 位行业类

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

4. 毕业生就业的用人单位类型结构

本校 2014 届本科毕业生主要就业的用人单位类型是民营企业 / 个体（71%），其毕业三个月后月收入为 5780 元；毕业生在中外合资 / 外资 / 独资就业的比例为 12%，其毕业三个月后月收入 5796 元。

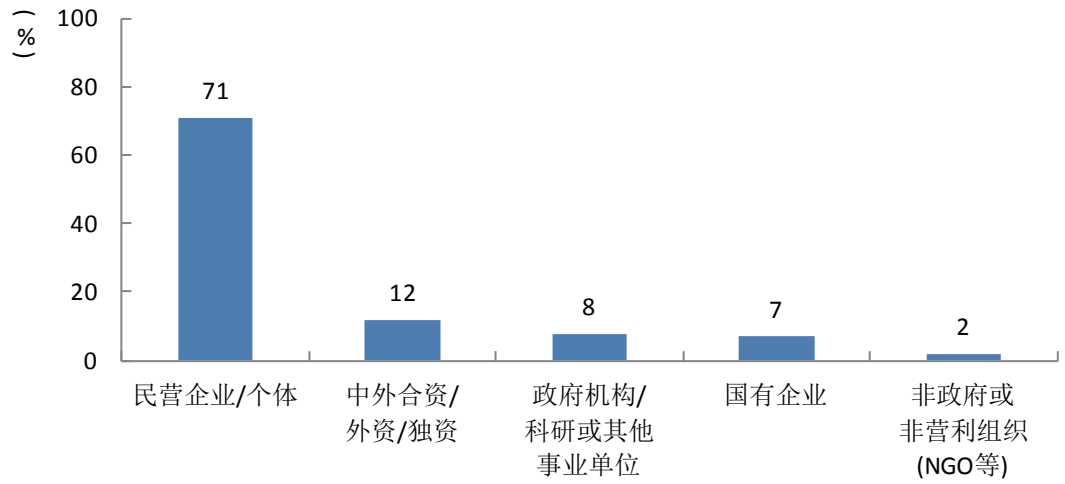


图 1-9 本校 2014 届本科毕业生的用人单位类型分布

数据来源：麦可思－中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

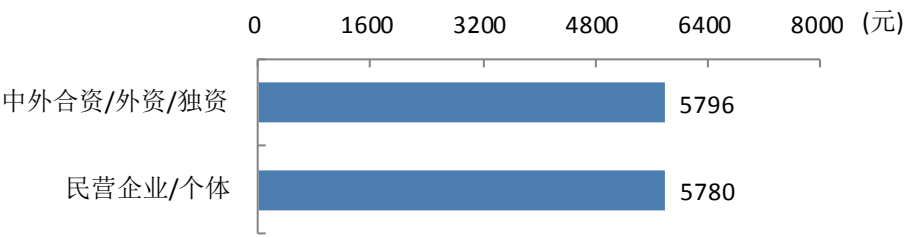


图 1-10 本校 2014 届毕业生在不同类型用人单位就业的三个月后月收入

注：非政府或非营利组织(NGO 等)等用人单位因回答该问题的样本数较少，所以没有包括在图中。
数据来源：麦可思－中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

本校 2014 届硕士毕业生主要就业的用人单位类型是政府机构 / 科研或其他事业单位（48%），其后是民营企业 / 个体（30%）、国有企业（21%）。

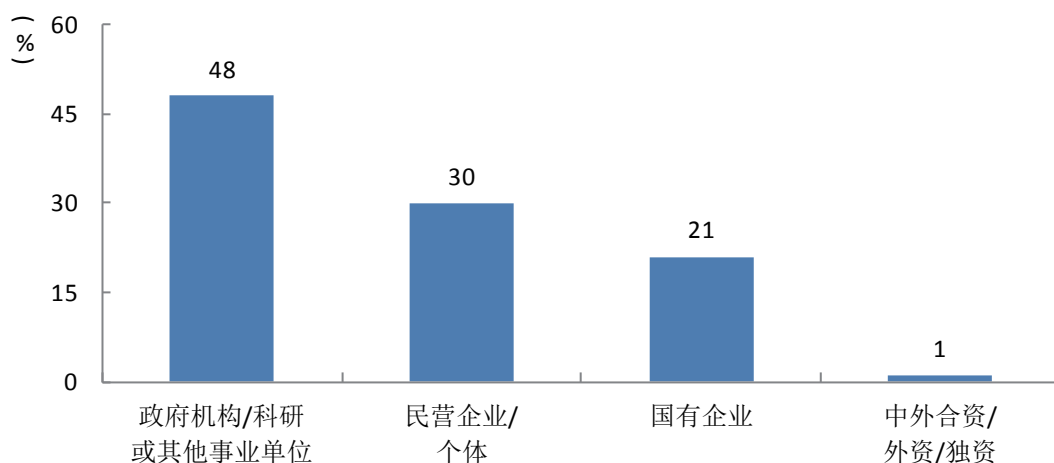


图 1-11 本校 2014 届硕士毕业生的用人单位类型分布

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

5. 毕业生就业的用人单位规模结构

本校 2014 届本科毕业生中，有 55% 的人就业于 50 人及以下规模的小型用人单位。

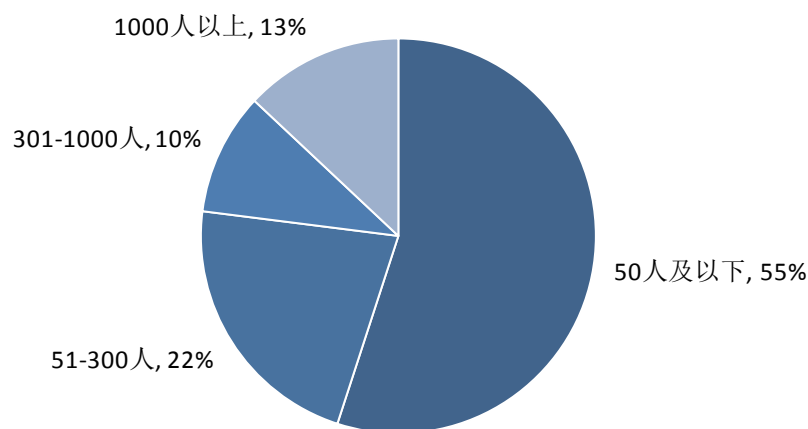


图 1-12 本校 2014 届本科毕业生的用人单位规模分布

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

本校 2014 届硕士毕业生有 45% 就业于 300 人及以下规模的中小型用人单位；另外，分别有 27%、28% 就业于 301-1000 人、1000 人以上规模的大中型用人单位。

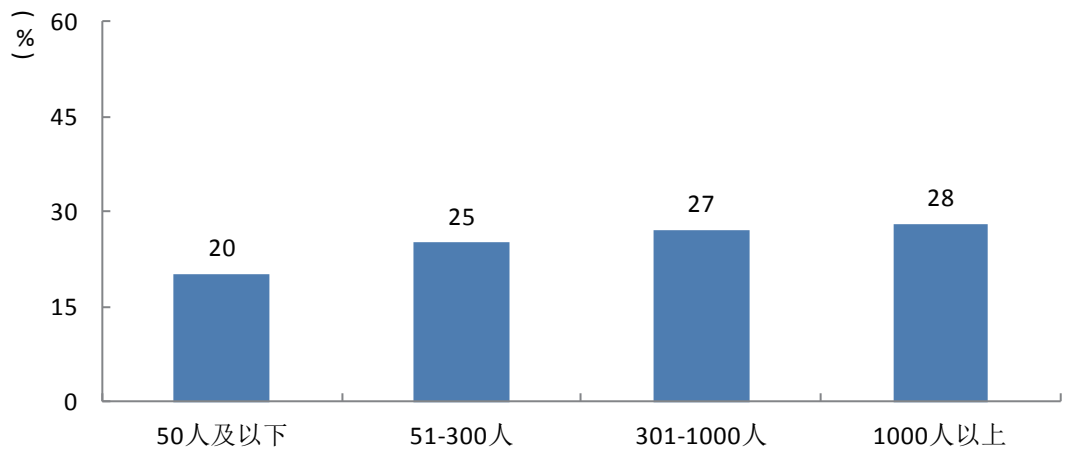


图 1-13 本校 2014 届硕士毕业生的用人单位规模分布

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

6. 毕业生就业的主要城市

本校 2014 届就业的本科毕业生中，有 76.3% 的人在北京就业，其毕业三个月后月收入为 5696 元。

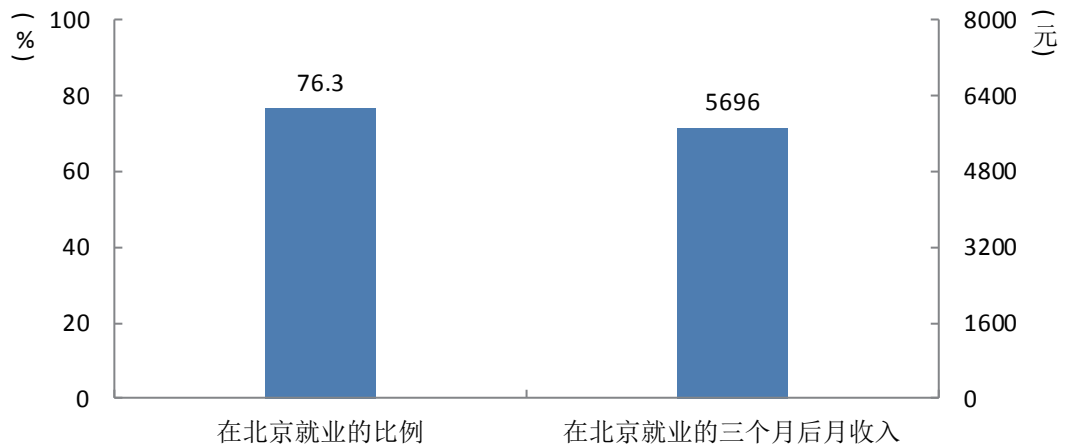


图 1-14 本校 2014 届本科毕业生在北京就业的比例及三个月后月收入

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

本校 2014 届硕士毕业生在国内工作的主要城市类型为“直辖市”（90%）。

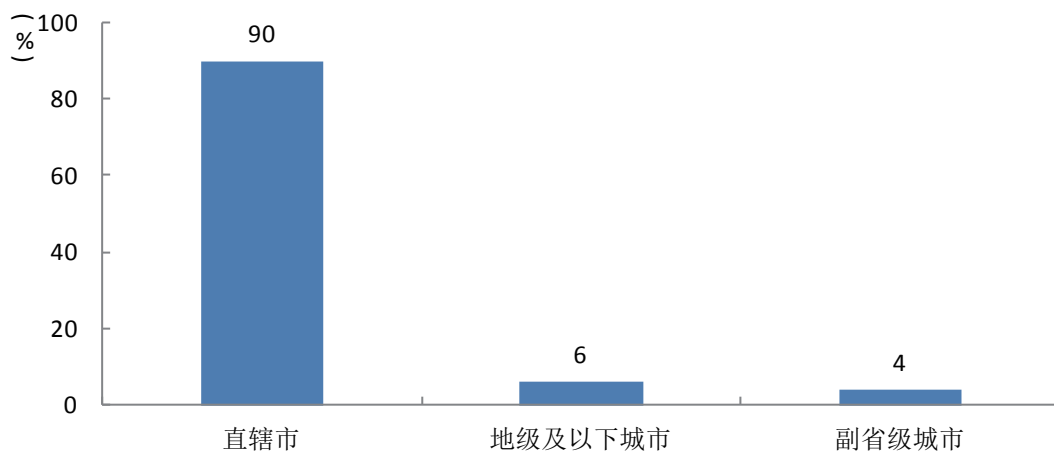


图 1-15 本校 2014 届硕士毕业生在国内工作的城市类型分布

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

本校 2014 届硕士毕业生中有 81.9% 的人在北京就业，其毕业三个月后月收入为 6530 元。

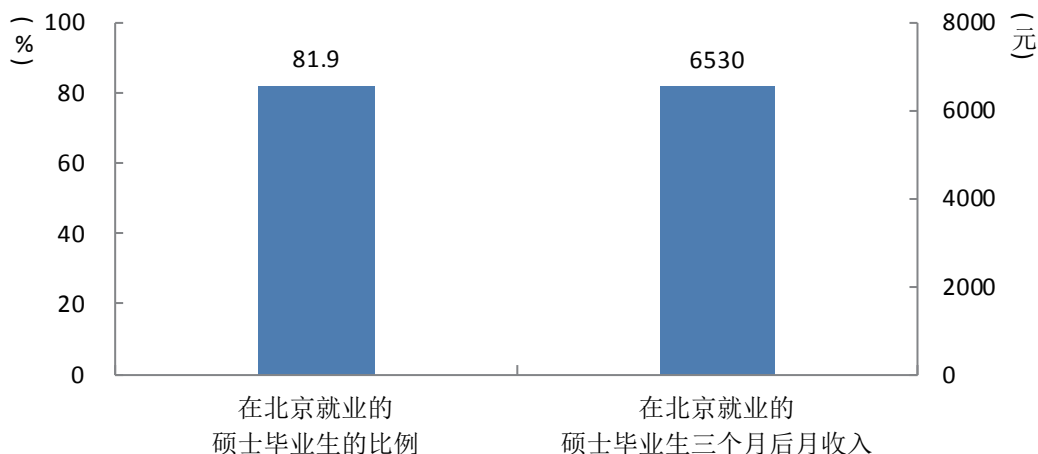


图 1-16 本校 2014 届硕士毕业生在北京就业的比例及三个月后的月收入

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

第二章 就业主要特点—促进毕业生就业的政策措施

“艺术就业力”计划是 2012 年由学生处提出，服务高端艺术人才成长、充分实现学生高质量就业的重要举措，旨在促进毕业生自身就业创业能力以及服务于毕业生就业的市场开拓、信息整合、调查研究、咨询辅导几大体系和能量的相互碰撞与有机结合，推动学生提升社会竞争力、在文化产业和经济社会发展中尽其所能。2014 年全校就业工作会上提出继续深入实施“艺术就业力”工程，全面提高就业工作的水平和质量，培育引领文化事业发展的主流群体，主要工作举措如下。

一 关注实际就业需求，做好基础服务工作

1. 政策宣传与榜样宣讲结合，引导和鼓励毕业生基层就业

2014 年就业形势严峻，就业指导中心为帮助毕业生树立全局意识，建立相对科学合理的就业观，树立到全国各地、到西部、到基层去的就业观念，主要通过就业指导课、就业信息网、海报宣传栏、就业指导报、央美青年微信公众平台等多种手段宣传国家、北京市就业政策，包括《北京市 2014 年选聘应届高校毕业生到村任职工作》、《关于认真做好 2014 年西部计划招募选拔工作的通知》、《2014 年普通高等学校应届毕业生入伍预征工作的通知》、《2014 年北京市公开招聘农村中小学音、体、美等学科教师公告》等各项文件和精神的宣传及落实。同时，就业指导中心积极利用微博、微信、短信等新兴网络平台加强毕业生对支西、基层、入伍、创业等各类项目的深入了解与及时互动，以征兵工作为例，我校人民武装部每年积极配合北京市、朝阳区开展毕业生预征及冬季征兵工作，除通过海报横幅、短信热线、现场咨询等传统方式进行宣传动员外，还在学院官网设立征兵专区，利用微博扩大宣传覆盖面，邀请退伍大学生作专题报告，成效显著。

2. 发放一次性求职补贴，完善困难毕业生就业帮扶机制

2014 年，为了加强对家庭经济困难、少数民族、残疾毕业生的就业帮扶，就业指导中心在认真贯彻与宣传《人力资源社会保障部 教育部 财政部关于做好高校毕业生求职补贴发放工作的通知》文件精神、积极向北京市人社局报送我院符合补贴发放条件毕业生的基础上，专门组织院系召开就业工作推进会，针对现阶段困难群体毕业生的发展状况提出系列帮扶举措，继续为困难群体发放人均 300 元的一次性求职补贴，为其顺利就业减轻后顾之忧，同时由心理健康中心协同各院系对就业困难毕业生在压力较大的离校前阶段给予适宜的心理疏导与关怀，帮助毕业生轻松、顺利度过就业困难期。

3. 充分利用多样化媒体平台，提供最对口最新鲜的就业资讯

就业指导中心在按传统方式组织校园招聘会、专场宣讲会、用人单位供需洽谈会的同时充分依托就业信息网、新浪微博、“央美青年”微信公众号等线上资源，为毕业生做好实习和招聘信息的收集、整理及发布工作。

2014 届毕业生冬、春两季校园招聘会，分别邀请来自教育、文化、传播、建筑、设计等领域的 120 余家单位参加，提供共计 650 余个岗位的用人需求。值得一提的是，参加 2014 春季招聘会的单位性质突破传统艺术领域，包括银行在内的金融单位也到校招募毕业生。此外，就业指导中心还陆续组织专场宣讲会，阿里巴巴、网易、大连艺术学院等 10 余家单位在我院进行信息发布和现场招聘工作。详情如下图所示：

	时间	单位数量	招聘专业
冬季校园招聘会	2013.11	50 家	绘画、雕塑、设计、建筑
春季校园招聘会	2014.3	75 家	绘画、雕塑、设计、建筑
企事业单位宣讲会	2013-2014	15 场	绘画、雕塑、设计、建筑
网站招聘信息	2013-2014	300 余条	绘画、雕塑、设计、建筑

表 2-1 本校 2013-2014 年岗位需求情况统计

4. 组织文明离校系列活动，让毕业生怀抱温暖情绪走向社会

2014 年为给毕业生创造一个安全稳定、难忘又极具美院特色的毕业季，学生处在延续往年毕业季统筹安排的基础上又有创新，组织推出风格多元的院系送别活动和中央美院首场毕业大戏——话剧《徐悲鸿》的演出，在学生们自己塑造的角色里更加深入的体会美院精神与风骨，这些学生组织、参与、体验的系列品牌活动营造了良好的校园文化氛围，潜移默化之中滋养着他们的进步与成长。“出发吧，实现我们的艺术梦！”2014 年毕业季活动安排如下表所示：

主题	内容	时间
“英才展示计划”	“研展 2014”、本科生毕业展企业开放日	5 月 14 日 6 月 12 日
“梦想放映厅”	毕业季电影放映	6 月 6 日至 6 月 27 日
“青春即时贴”	梦想墙	6 月 1 日至 6 月 20 日
“特别的爱留给你”	跳蚤市场	6 月 11 至 13 日
“梦想从这里起航”	毕业生座谈会	6 月 13 日
	毕业大戏“徐悲鸿”	6 月 17、18 日
	毕业典礼与学位授予仪式	6 月 19 日、20 日

表 2-2 本校 2014 年毕业季活动安排

二 研习国家政策，全面实施创新创业引领计划

1. 领导高度重视、大力支持

学校党委书记高洪在参加 2014 教育部就创业会议后，做出“总结我校经验，用好国家政策，把我校学生就业创业工作做得更好”的重要指示。校分管党委副书记孙红培多次强调，“我校学生创业教育、扶持工作有需求、有特点、有基础，是毕业生就业的重要途径”，要求按照上级文件精神积极贯彻落实。为此，我校学生处、教务处、研究生处、团委等部门多次就创业工作开展协商研讨会，多方联动推进大学生创新创业引领计划的实施。

2. 开展创业相关调查，掌握学生真实创业意向与需求

学生处于 2013 年 12 月对我校 495 名 2014 届毕业生进行了问卷调查，数据显示，在准备毕业后直接就业的学生中，选择“自由职业”和“自主创业”就业方式的人数最多，分别占到 25.6% 和 23.3%。2014 年我校参与创业教育、准备创业和已经创业的毕业生人数如下图所示：

项目内容	参与创业培训	申领自主创业证	实现创业	创业团队	创业团队覆盖学生数
数据统计	69 人	21 人	85 人	57 支	200 余人

表 2-3 本校 2014 届毕业生创业情况统计

3. 设计课程体系，做好培训工作

创业培训方面，我校自 2006 年至今每年都开办创业大讲堂，邀请行业专家、创业校友和企业代表到校交流分享创业体验，为学生提供更具实效的辅导。2014 年，根据《普通本科学校创业教育教学基本要求（试行）》，在原有大学生就业指导必修课的基础上加入创业教育核心内容，并计划于 2015 年面向三四年级本科生开设《创业基础》必修课，面向全体研究生开设《创业指导》选修课。配合课程体系建设，就业指导中心正在编写“美院的创业者们”视频教材，记录和重现我校历年创业典型。通过灵活的授课形式把知识传授、思想碰撞和实践体验统一起来，旨在使学生树立科学的创业观，掌握开展创业活动所需要的基本知识，自觉遵循创业规律，具备必要创业能力的基础上积极投身创业实践。

4. 组织创新创业实践活动，营造校园良好氛围

在前四届创业大赛的基础上，2014 年我院的品牌就业活动“校园创业大赛”已经进入到第五届，并与教育部组织的国家大学生创新创业训练计划有机整合，形成专业教学与

创新教育相结合、校园模拟活动与市场实际操作相结合的全新操作模式。学校积极吸纳校友企业家、职业经理人等加入创业导师团，为学生提供更具实效的辅导。其中指导我校油画系毕业生金小尧“艺术衍生品开发”创业项目参加教育部组织的全国大学生创业基金比赛荣获三等奖，指导建筑学院本科五年级学生赵卓然获得北京市创业大赛银奖。

5. 筹建创业园区，鼓励创业实践

从 2013 年底学校领导提出建设我校创业孵化园区的构想后，就业指导中心一直与社会企业、街道、创业园区、投资人等进行接洽寻求社会合作，并多次赴中国戏曲学院、北京服装学院、中国传媒大学、中山大学考察学习，2014 年 8 月我们争取社会企业 60 万元社会赞助，加速了创业孵化园工作的推进。2014 年 9 月我们开始征集创业团队，在不到一个月的时间里，就业指导中心接到上千份电话、邮件、短信、微信咨询，共收到 57 份创业计划书并顺利完成答辩和筛选工作。与此同时拟定“中央美术学院大学生创业孵化园管理办法”及“创业种子基金管理办法”等扶持学生创业的校级相关政策措施，一年时间内在创业团队筛选、导师团队构建、资源整合利用、媒体宣传推广、资金扶持监管等方面反复论证实践，逐渐摸索出切实有效的具备美院特色的大学生创业孵化运行机制。

6. 设立专项基金，切实帮扶创业。

学校在“学生创业引领扶持金”的基础上，一方面积极争取上级教育部门的共建项目资金支持（北京高校示范性创业中心建设项目；北京高校创业团队扶持项目），一方面引入社会赞助，多渠道筹措资金，设立我校大学生创业种子基金和创业孵化园建设经费，无偿资助我校有良好市场前景的大学生创业团队。学校将针对学生的不同需求和实际状况，形成贯穿理念宣传、活动吸引、实践检验等环节的较为成熟的校园创业教育模式，通过各项创业活动的开展，逐渐形成学生有需求、学校有保障、工作有成效的美院创业工作景象。

三 更加灵活的校企合作，深入挖掘就业市场

自 2013 年 10 月起就业指导中心协同各院系筹建就业实习基地，经过院系推荐、用人单位意向征询、在校生问卷调研、协议签订等环节，于 2014 年 3 月 20 日举行首批就业实习基地授牌仪式暨实习洽谈会，包括北京保利国际拍卖有限公司、今日美术馆、筑博设计有限公司、雅昌文化集团、北京匡时国际拍卖有限公司、腾讯科技（北京）有限公司、联想（北京）有限公司、人民网股份有限公司、奥美整合行销传播集团九家单位领导、人事专员受邀出席，共同维护学院、单位和学生之间的联系，以实习带动就业。

为了更好的向社会展示毕业生的创作成果，推介毕业生与社会交流，服务青年艺术家成才，学校在2014年毕业展阶段先后举办了“研展2014”——中央美术学院研究生毕业展企业开放日和媒体专场交流的活动。邀请了包括首批就业实习基地在内的7家文化企业代表，以及人民日报、光明日报、中国文化报、雅昌艺术网等15家大众传媒记者，一同走进美术馆“研展2014”展览现场。通过专人解说导览，现场与毕业生作者交流创作思路，与学院导师代表座谈对话，企业代表和媒体记者在体验美院学子深厚的专业功底和丰富的创作灵感的同时，也感受到了学院自由、多元、健康的艺术氛围和良好、自主、严谨的治学风范。大家一致表示，将推动社会各界持续关注美院教育教学成果，助力美院毕业生成才；整合自身与社会各方资源，在青年艺术家培养、校企联合服务社会方面与学院开展深入合作，共同将美院“毕业季”推向“收获季”。

四 做好就业质量年报，加强就业研究专业性

2009年至今，就业指导中心精心组织实施针对毕业年级的就业调查，分别在学年初、毕业时、离校半年后开展《毕业生就业意向调查》、《北京地区高校毕业生就业状况调查》、《中央美术学院毕业生发展状况调查》，并通过校园招聘会开展用人单位满意度调查，由此形成本校当年度就业数据白皮书。每年就业工作会上，学生处、教务处、研究生处、二级学院等相关部门共同了解、探讨白皮书中数据信息，对当年就业工作和人才培养工作提供重要参考依据。

国务院办公厅在2013年5月16日发布的《关于做好2013年全国普通高等学校毕业生就业工作的通知》中要求“加强经济社会发展对高校毕业生需求的前瞻性研究，建立健全高校毕业生需求预测和发布制度，完善就业状况的反馈机制，引导高校合理调整专业设置”。2013年11月教育部办公厅《关于编制发布高校毕业生就业质量年度报告的通知》要求从2013年起，由各高校编制发布高校毕业生就业质量年度报告，接受社会监督。其中明确提出有条件的高校可委托第三方评价，对高校毕业生的就业规模、结构、就业率、就业流向等进行数据统计分析，作为学校制定招生计划、进行专业调整和人才培养方案的重要数据依据。

2014年始学校响应上级文件要求，探索与国际高水平教育评价机构合作，由第三方数据公司执行毕业生发展状况调查，形成学校特色评价模式，建立高等学校质量年度报告发布制度。建立常态化的毕业生培养质量跟踪调研体系，可为学校深化教学改革打下良好的基础，也利于与同地区或者同类型院校的对比参照，为学校明确自身优势特色以及找准差距提供第三方的数据支撑，大大提升了就业研究工作的科学性、专业性、完备性及实用性。

第三章 就业相关分析

一 毕业生的就业质量特点

（一）收入分析

1. 毕业生三个月后的月收入

本校 2014 届本科毕业三个月后的月收入为 5504 元。

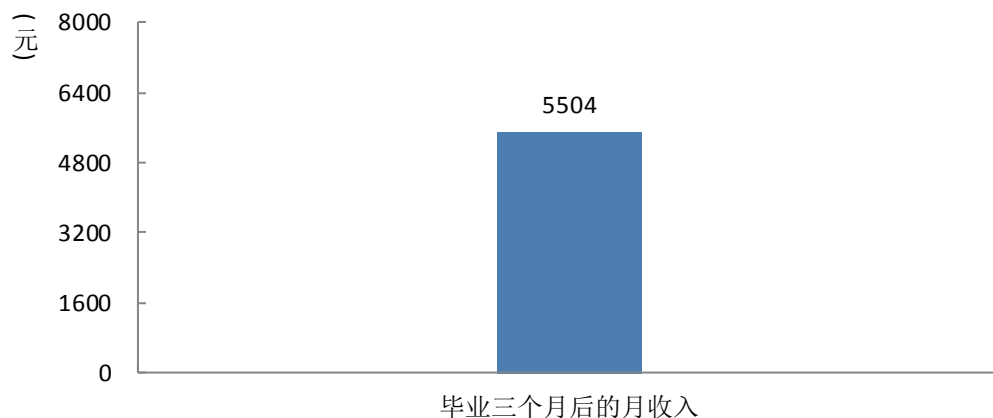


图 3-1 本校 2014 届本科毕业生三个月后月收入

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

本校 2014 届硕士毕业生三个月后的月收入为 6301 元。

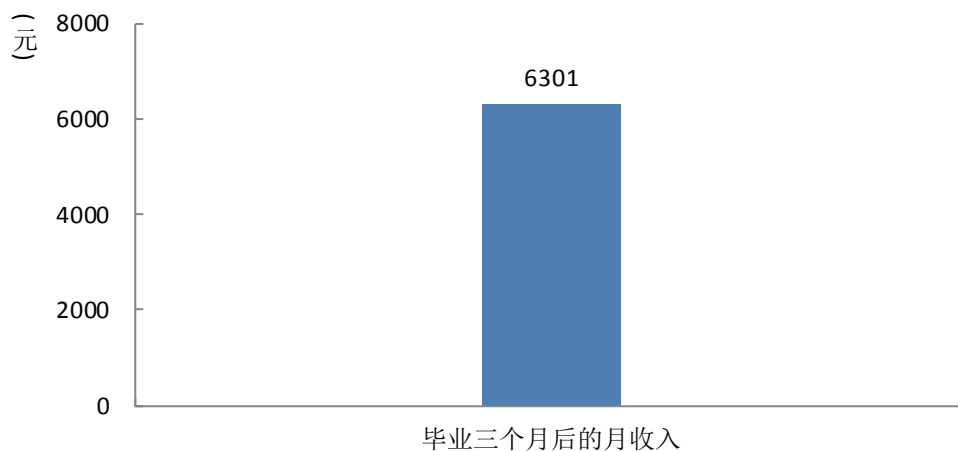


图 3-2 本校 2014 届硕士毕业生三个月后的月收入

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

2. 各学院及专业的月收入

本校 2014 届本科毕业三个月后月收入较高的学院是设计学院（5971 元）、造型学院（5929 元），毕业三个月后月收入较低的学院是人文学院（4100 元）。

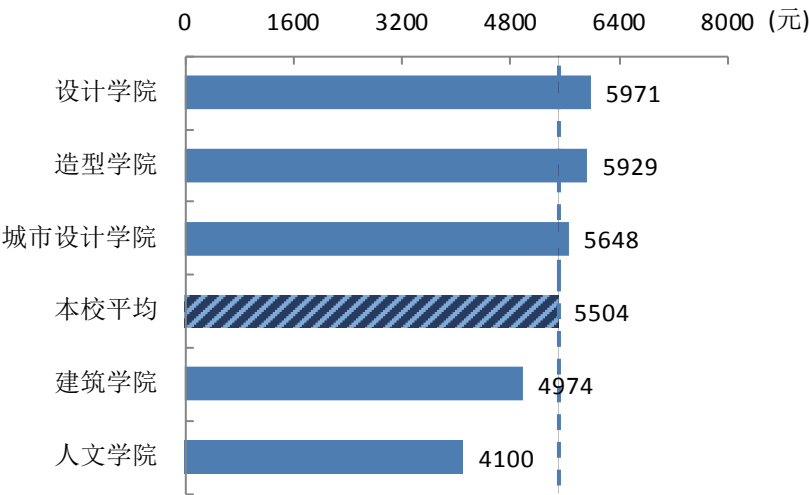


图 3-3 本校 2014 届各学院本科毕业三个月后的月收入

注：实验艺术学院、中国画学院因回答该问题的样本数较少，所以没有包括在图中。
数据来源：麦可思－中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

本校 2014 届本科毕业三个月后月收入较高的专业是艺术设计(信息设计)(6826 元)、艺术设计(交通工具设计、工业产品设计)(6650 元)、艺术设计(数码媒体)(6626 元),毕业三个月后月收入较低的专业是美术学(4100 元)。

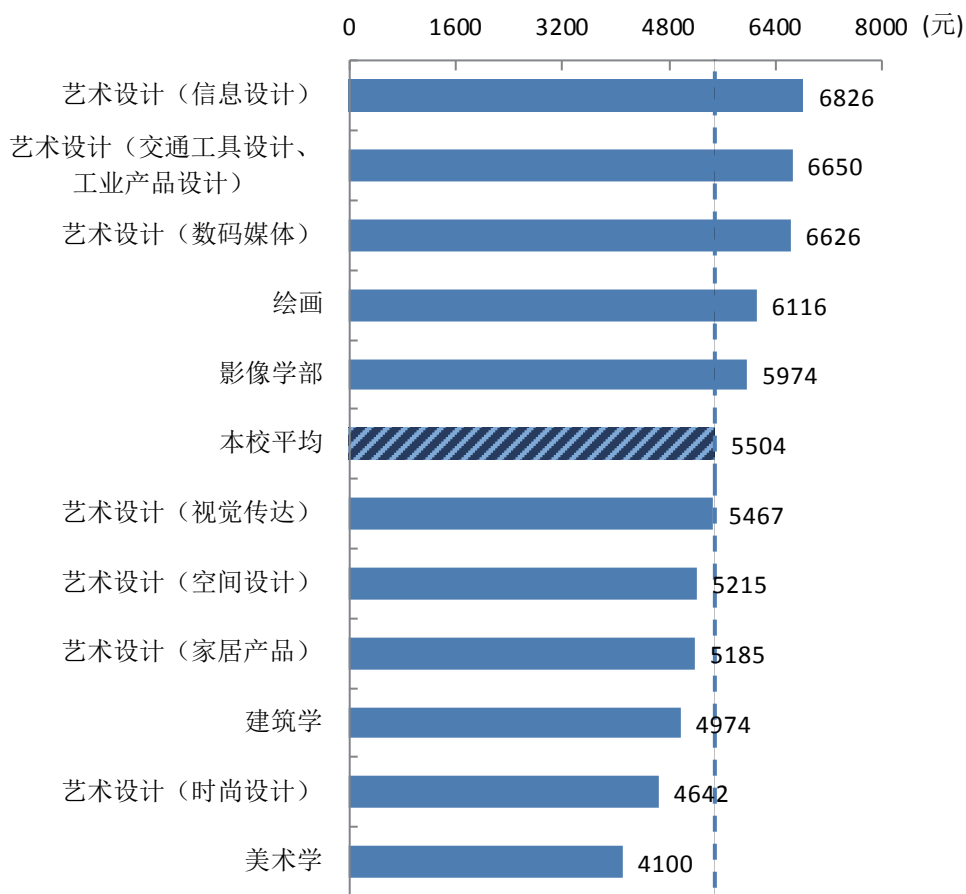


图 3-4 本校 2014 届各专业本科毕业三个月后的月收入

注：雕塑等专业因回答该问题的样本数较少，所以没有包括在图中。

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告(2014)。

(二) 专业相关度情况

1. 总体专业相关度

本校 2014 届本科毕业生的工作专业相关度为 92%。

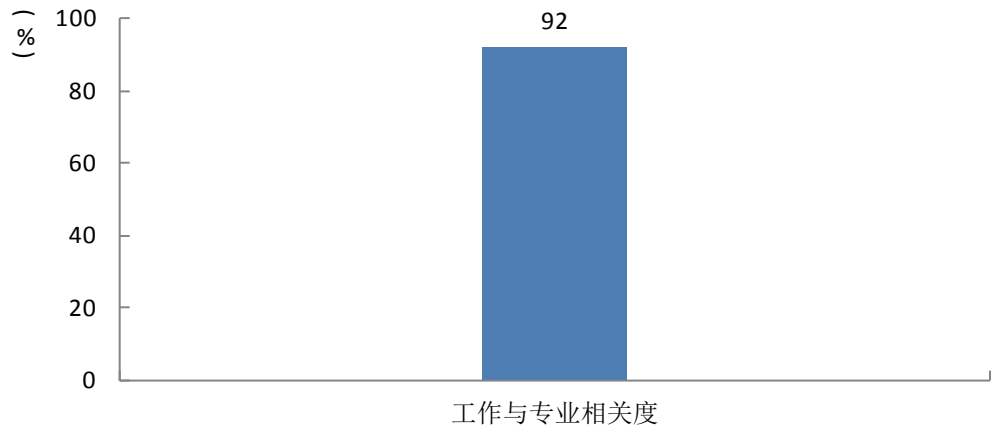


图 3-5 本校 2014 届本科毕业生工作与专业相关的人数 %

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

本校 2014 届硕士毕业生的工作专业相关度为 90%。

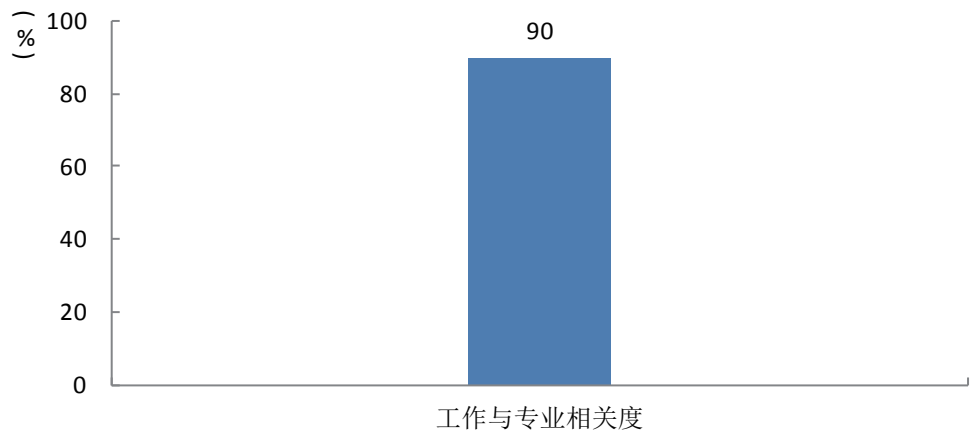


图 3-6 本校 2014 届硕士毕业生工作与专业相关的人数 %

2. 各学院及专业的专业相关度

本校 2014 届各学院本科毕业生工作与专业相关度如下：建筑学院和设计学院均为 100%，城市设计学院为 93%，人文学院为 73%。

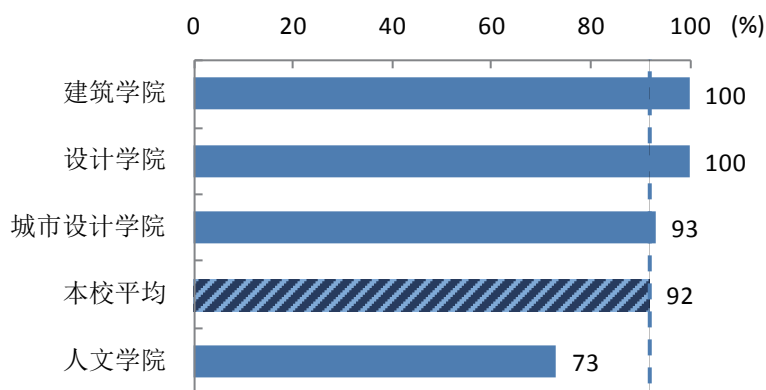


图 3-7 本校 2014 届各学院本科毕业生工作与专业相关的人数 %

注：实验艺术学院等学院因回答该问题的样本数较少，所以没有包括在图中。
数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

本校 2014 届各专业本科毕业生工作与专业相关度如下：建筑学、艺术设计（信息设计）均为 100%，影像学部为 94%，艺术设计（家居产品）为 90%，美术学为 73%。

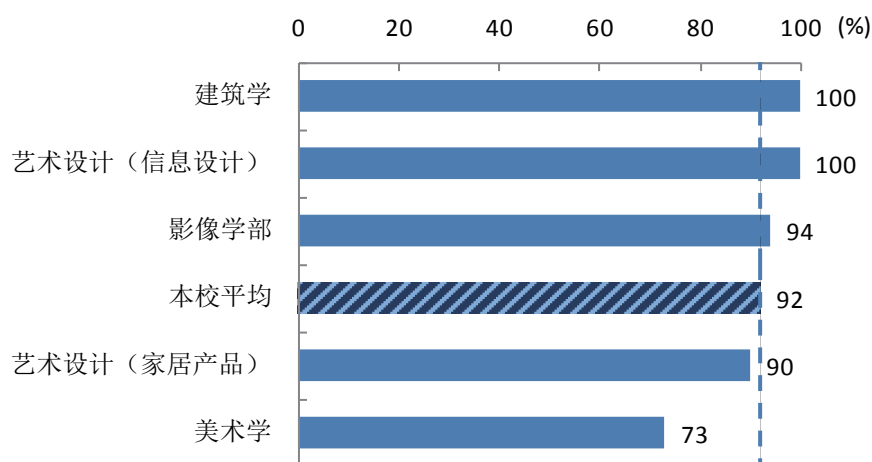


图 3-8 本校 2014 届各专业本科毕业生工作与专业相关的人数 %

注：雕塑等专业因回答该问题的样本数较少，所以没有包括在图中。
数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

（三） 现状满意度情况

1. 总体现状满意度

本校 2014 届本科毕业生的现状满意度为 68%。

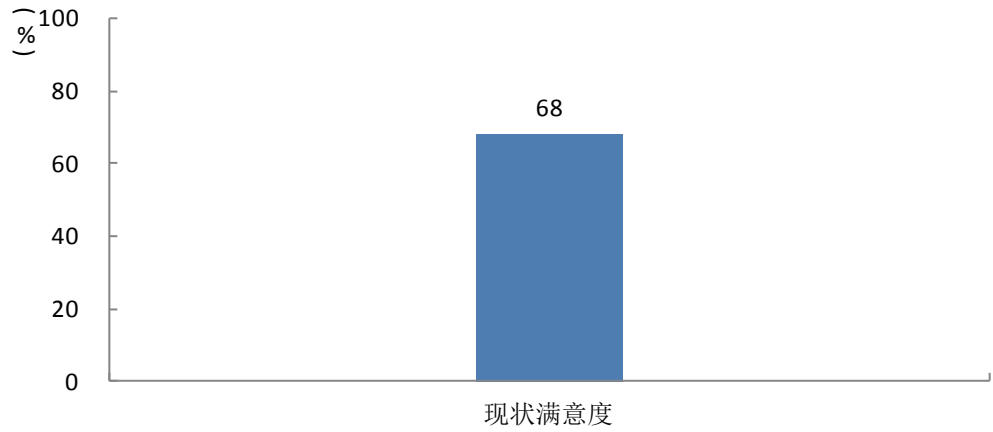


图 3-9 本校 2014 届本科毕业生的现状满意度

数据来源：麦可思－中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

本校 2014 届硕士毕业生的就业现状满意度为 81%。

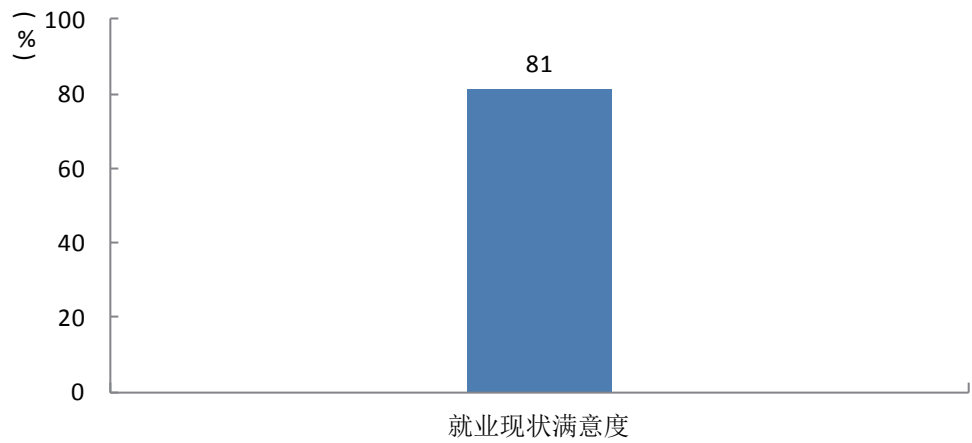


图 3-10 本校 2014 届硕士毕业生的就业现状满意度

数据来源：麦可思－中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

2. 各学院及专业的现状满意度

本校 2014 届本科毕业生现状满意度最高的学院是人文学院（83%），现状满意度最低的学院是城市设计学院（61%）。

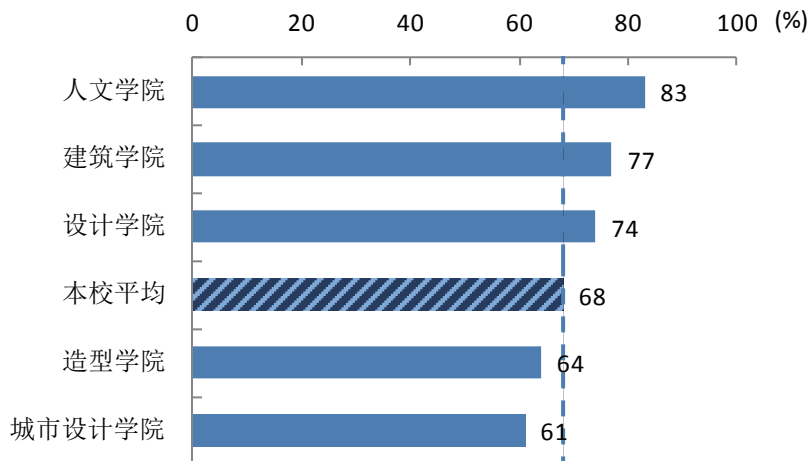


图 3-11 本校 2014 届各学院本科毕业生的现状满意度

注：实验艺术学院、中国画学院因回答该问题的样本数较少，所以没有包括在图中。
数据来源：麦可思－中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

本校 2014 届本科毕业生现状满意度最高的专业是美术学（83%），现状满意度最低的专业是影像学部（54%）。

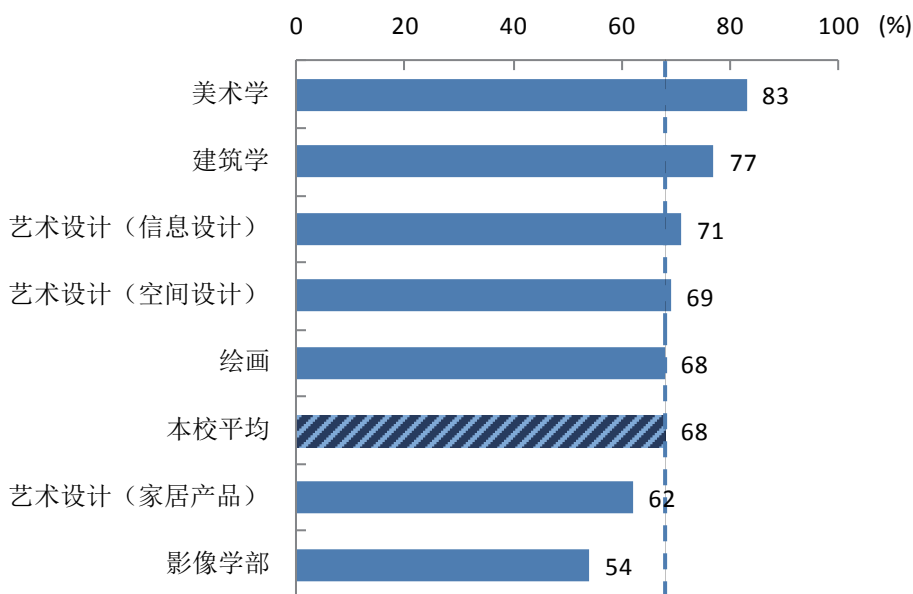


图 3-12 本校 2014 届各专业本科毕业生的现状满意度

注：雕塑等专业因回答该问题的样本数较少，所以没有包括在图中。
数据来源：麦可思－中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

二 用人单位对毕业生的使用评价

1. 用人单位对本校应届毕业生的总体满意度

工作表现 \ 满意度	非常满意	满意	一般	不满意
工作能力	86.84%	13.16%	——	——
团队合作意识	81.58%	15.79%	2.63%	——
创新能力	71.05%	26.32%	2.63%	——
工作业绩	65.79%	34.21%	——	——
综合评价	71.05%	26.32%	2.63%	——

表 3-1 2014 年用人单位对本校毕业生工作表现满意度

2. 用人单位对本校应届毕业生的整体表现评价

招聘单位普遍反映到本校毕业生基础好、美术功底扎实、造型能力强，培养潜力大；并且具备诚恳友善、吃苦耐劳精神，团队协作能力较强，视野开阔。部分往届毕业生已经成长为公司的业务骨干人员，给刚入职的应届生做出了榜样，同时促进了学校与单位的深入合作。

同时用人单位也提出了一些宝贵的建议，希望毕业生增加实际操作能力，在人际关系的处理上、社会实践经验的积累上、团队合作意识的培养上继续进步，加强职业素养培训，摆脱浮躁确定求职目标，保持自己跟整个行业及市场发展的契合。

第四章 就业发展趋势分析

一 社会环境对艺术类毕业生就业趋势的影响

从经济状态来看，国家和地方经济增速进入新常态，社会经济下行压力较大，但中国经济总量仍持上升态势，城镇化建设与产业升级正在成为新的经济增长点。

从国家战略来看，党的十八大报告强调“建设社会主义文化强国，关键是增强全民族文化创造活力”，并把文化强国战略作为“五位一体”布局的重要内容之一，对文化产业的加快发展作出了新的部署。艺术院校毕业生作为文化产业的建设者都应体会到这种紧迫性、重要性和使命感。

从毕业生规模来讲，2015 年全国高校毕业生总量达 749 万人，宏观就业压力不减，而且就业需求产生新的结构性变化，国际经济形势欠佳带来的公益性岗位招聘数量大量缩减，但城镇化会大大增加乡镇企业法务、高层次社会工作者、基层管理人员的需求，民营中小企业、二三线城市对人才需求也将显著上升。毕业生对就业的期望值与社会需求之间仍会存在差异。

从国家政策来看，2015 年国家基层就业和自主创业政策保持连续性和稳定性，就业市场更趋公平、公开，大学生创业、基层就业、西部计划、入伍等政策优惠力度加大，高校加强对学生创新意识、创新精神、创业能力的培养，积极从人财物诸方面为大学生创业创造条件。

综上所述，2015 年仍将是挑战与机遇并存的一年，既要增强就业的主动性和紧迫感，更要增强就业的自信心与主动性。专业特点决定了艺术专业毕业生的就业市场相对集中，但提升自身竞争力，积极投身时代和社会发展的洪流中去，仍然是应对一切就业压力的不变之本。

二 专业相关度变化趋势

在 2013 届毕业生发展状况同期调查中，被调查者总体显示毕业生选择工作时最看重的因素排在前 5 位的是依次是：“符合兴趣爱好”、“能发挥自己的才能”、“学以致用”、“收入高”和“单位在大城市”，且最终调查显示，85.8% 的毕业生所学专业 and 目前所从事的工作岗位相关。本科和硕士毕业生，都将“符合兴趣爱好”、“能发挥自己的才能”和“学以致用”排进最看重因素的前 3 位。对专业与职业相关程度的要求，是我校毕业生求职时考虑的首要因素，而并非收入、地域等其它衡量指标。这也从另外一个角度解释了，

面对所学专业不是社会热门专业因而招聘需求量较小的形势下，毕业生选择自由职业坚守艺术生涯的原因。不同学历层次并未对专业忠诚度产生影响。

毕业生是知识的使用者，他们能够判断自己的工作是否用到了所学的专业知识。在 2014 届毕业生就业状况跟踪评价中，由毕业生回答自己的受雇全职工作是否与所学专业相关，调查显示本校九成以上（92%）的毕业生工作与专业相关，其中建筑学院和设计学院就业的专业相关度均为 100%。

以上两次调查数据充分说明我校毕业生能够一如既往学以致用，凸显了高等艺术专业院校的办学特色。

三 创新创业发展趋势

2014 年 5 月 21 日人力资源和社会保障部副部长信长星在国务院新闻办公室举行的新闻发布会上指出，“我国高校毕业生创业率约为 1% 左右”。通过此次调查结果显示我校 2014 届硕士毕业生三个月后“自主创业”的比例为 11.1%，本校 2014 届本科毕业三个月后“自主创业”的比例为 7.7%，均显著高于全国普通高校大学生创业率。2013 年底我们对学校 495 名在校生进行的问卷调查显示，在准备毕业后直接就业的学生中，选择“自主创业”就业方式的人数最多，占到了全部的 23.3%。2014 年 9 月我们面向我校四年级及以上学历生（含研究生）征集创新创业项目，不到一个月的时间里共有 57 个学生团队 200 多名在校生提交了项目计划书。我校学生创新创业人数占比较高集中反映了我校办学特点和人才培养方向，通过本次调查显示，我校 2014 届毕业生认为大学帮助自己提升最多的分别是“艺术修养”（94%）和“创新精神”（59%），这体现出学校在日常教学中注重培养学生的个性，鼓励学生大胆创意勇于创新，强调学生的动手实践能力，调查还显示毕业生们认为重要度较高的基本工作能力是新产品构思（75%），创新精神、构思能力都是助力于学生在毕业后能顺利进行创业的核心要素。

综上所述，随着国家这几年加大对大学生创新创业的扶持力度、学校也积极通过建立创业孵化基金、创业孵化园、创业课程教育、创业实践比赛活动等鼓励学生创新创业。我们相信在国家经济逐渐转型为创新驱动以及在文化大发展大繁荣背景下文化艺术产业的发展机遇，我校毕业生的创新创业必将呈现出蓬勃发展的良好景象。

四 现状满意度变化趋势

本次调查结果显示近九成的毕业生愿意推荐母校给亲戚朋友就读，说明毕业生对母校的认同度较高，校友评价较好。由被调查的 2014 届毕业生对自己目前的现状进行满意度打分，是毕业生的主观判断指标，代表着毕业生对现状的满意程度。本校 2014 届毕业生的现状满意度为 68%，本校 2014 届毕业生对就业现状不满意的原因主要是“发展空间不够”（67%）和“收入低”（51%）。

在 2013 届毕业生就业发展状况调查中同样显示，自由职业对当前工作表示满意及非常满意的占到 61.8%，其它去向毕业生的就业满意度占 60.3%。其中，“职业画家”主要经济收入来自于签约画廊或固定收藏家，学生在校期间通过作品展已有较为稳定的作品收藏渠道，毕业后经济状况较为乐观，受访者对目前工作状况“满意”或“很满意”。“美术培训者”选择在美术专业兴趣班、美术高考培训班或高端美术教育机构任教，受访者表示，在选择此类工作意向时主要考虑“从事本专业教学既不耽误画画又有经济保障，可以为以后继续深造做准备”或者“画班代课时间比较宽裕，自己有更多时间进行创作”，甚至大多数人表示“在学期间已经在代课，只要能一直在画画就比较满意”。

综上所述，毕业生对职业或自我发展的满意度来自于艺术领域事业追求与所学专业的高度一致，而不满意的主要原因是单位自身发展空间或发展平台的局限性。近几年毕业生总体现状满意度基本持平。

第五章 就业对教育教学的反馈

一 毕业生对学校的满意度与反馈

1. 毕业生对学校的满意度评价

本校 2014 届毕业生对母校的总体满意度为 91%。

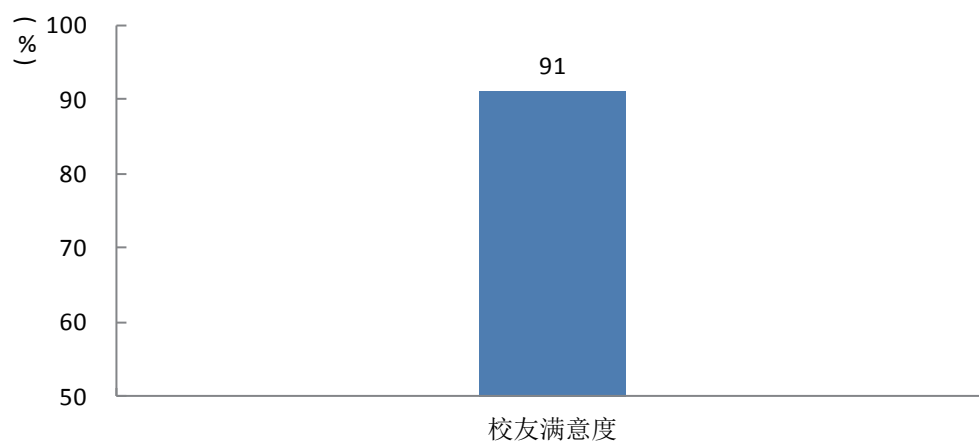


图 5-1 本校 2014 届毕业生对母校满意的人数 %

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

2. 各学院及专业对母校的满意度

本校 2014 届毕业生对母校满意度较高的学院是建筑学院、人文学院（均为 97%），对母校满意度相对较低的学院是城市设计学院（88%）、设计学院（89%）。

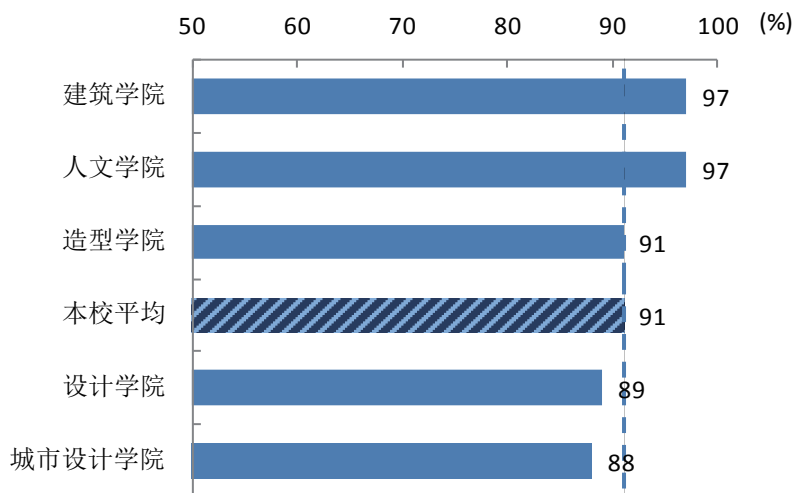


图 5-2 本校 2014 届各学院毕业生对母校满意的人数 %

注：实验艺术学院、中国画学院因回答该问题的样本数较少，所以没有包括在图中。
数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

3. 毕业生对教学的满意度

本校 2014 届毕业生对母校的教学满意度为 82%。

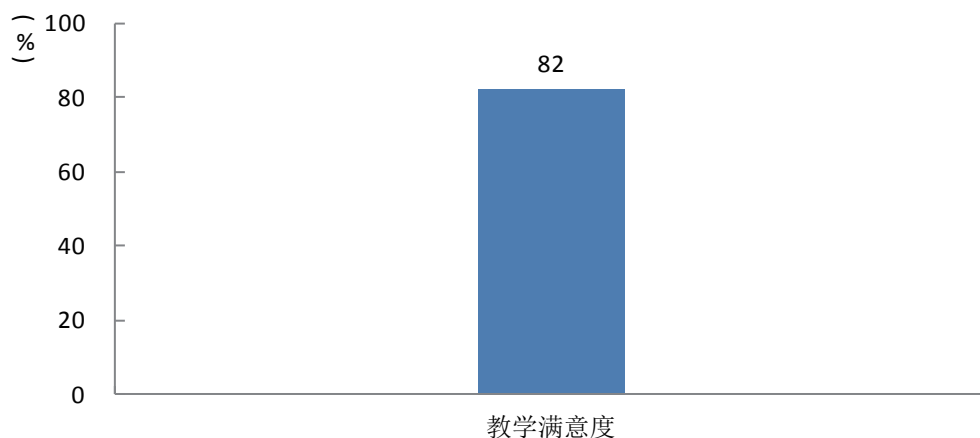


图 5-3 本校 2014 届毕业生对母校教学满意的人数 %

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

本校 2014 届毕业生对母校满意度最高的专业是艺术设计（信息设计）（100%），对母校满意度最低的专业是艺术设计（空间设计）（82%）。

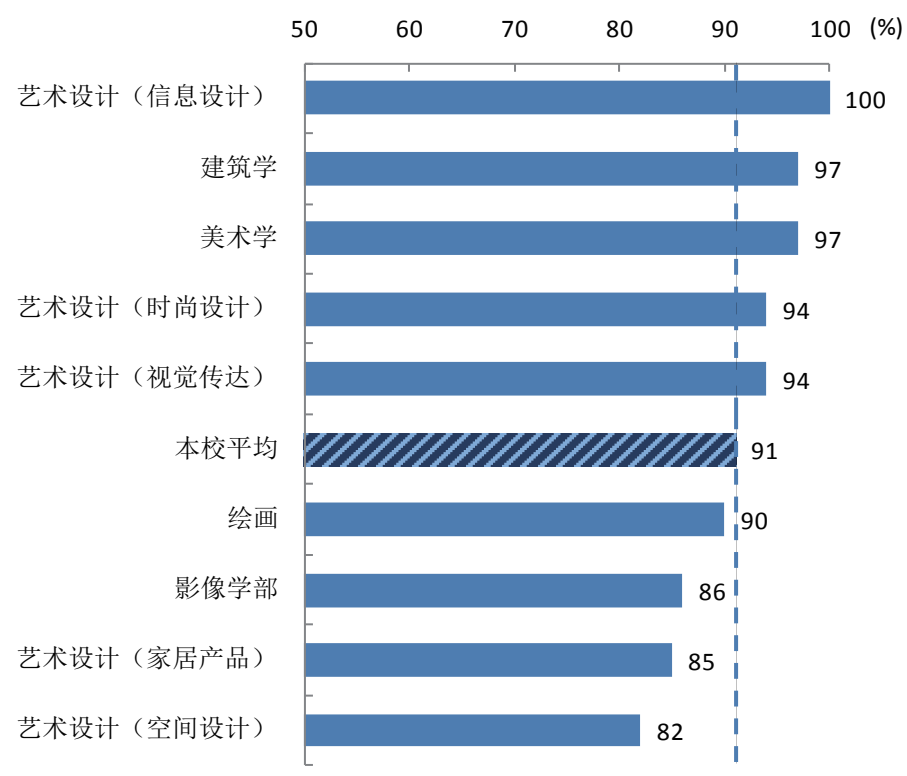


图 5-4 本校 2014 届各专业毕业生对母校满意的人数 %

注：雕塑等专业因回答该问题的样本数较少，所以没有包括在图中。
数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

4. 硕士毕业生对硕士教育的总体满意度

本校 2014 届硕士毕业生对硕士教育的总体满意度为 83%。

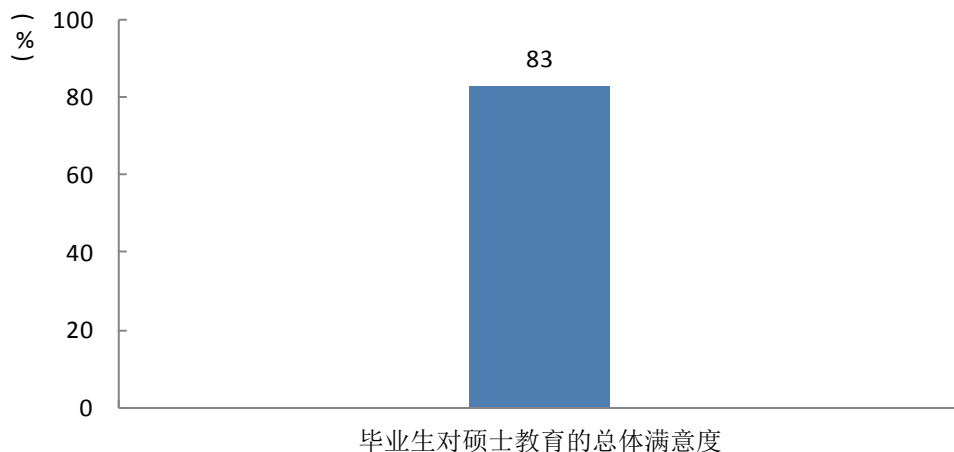


图 5-5 本校 2014 届硕士毕业生对硕士教育的总体满意度

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

5. 硕士毕业生对导师的总体满意度

本校 2014 届硕士毕业生对导师的总体满意度为 97%。

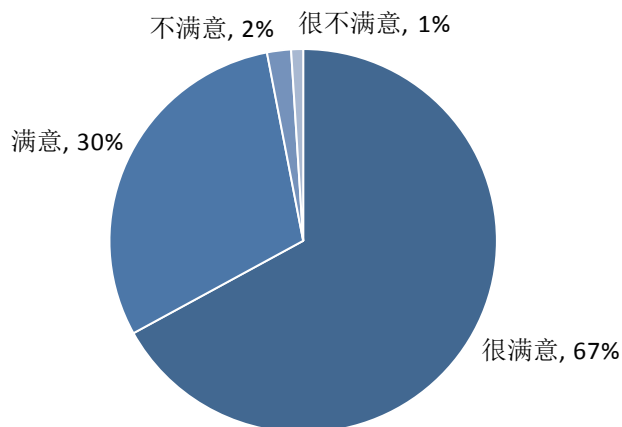


图 5-6 本校 2014 届硕士毕业生对导师的总体满意度

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

6. 硕士毕业生认为硕士培养中应该改进的地方

本校 2014 届硕士毕业生认为硕士培养中最需要改进的地方是“缺乏充足的课题、实践实习机会”（51%），其后依次是“专业课程开设太少”（39%）、“课程内容不实用或陈旧”（35%）等。

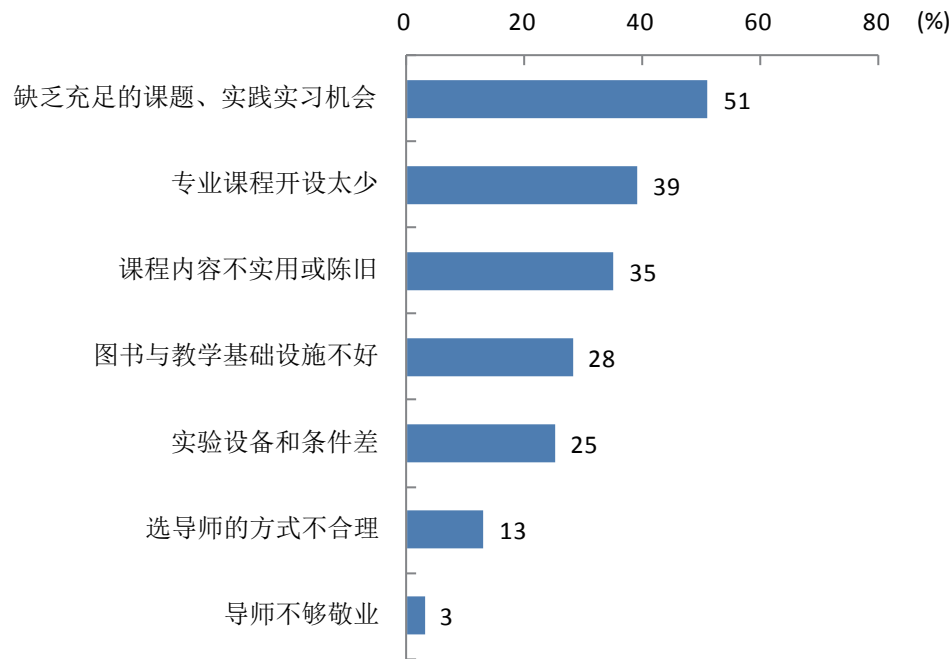


图 5-7 本校 2014 届硕士毕业生认为硕士培养中最需要改进的地方分布（多选）

数据来源：麦可思－中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

7. 毕业生对学生工作满意度

本校 2014 届毕业生对母校的学生工作满意度为 82%。

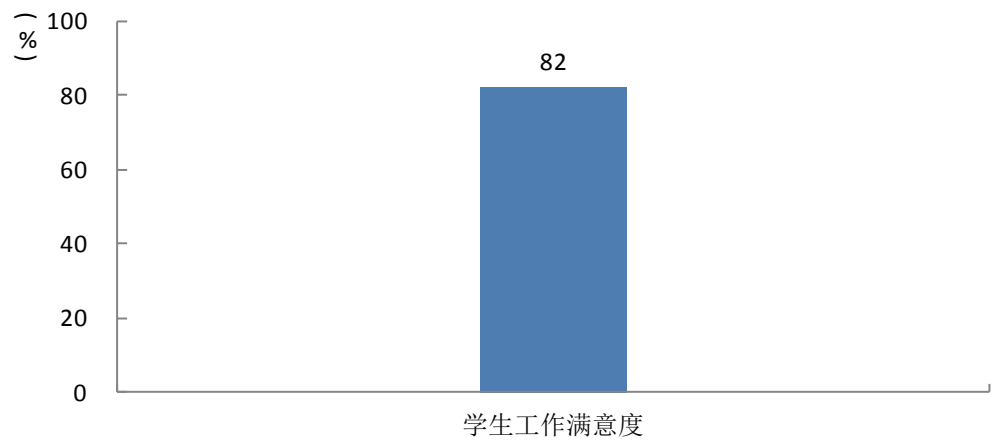


图 5-8 本校 2014 届毕业生对母校学生工作满意的人数 %

数据来源：麦可思－中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

8. 毕业生对就业指导服务有效性分析

本校 2014 届毕业生接受“大学组织的招聘会”求职服务的比例（46%）最高，但有效性（59%）最低；接受“辅导面试技巧”求职服务的比例为 12%，其有效性（88%）最高。本校 2014 届毕业生中，有 30% 的人表示“没有接受任何求职辅导服务”。

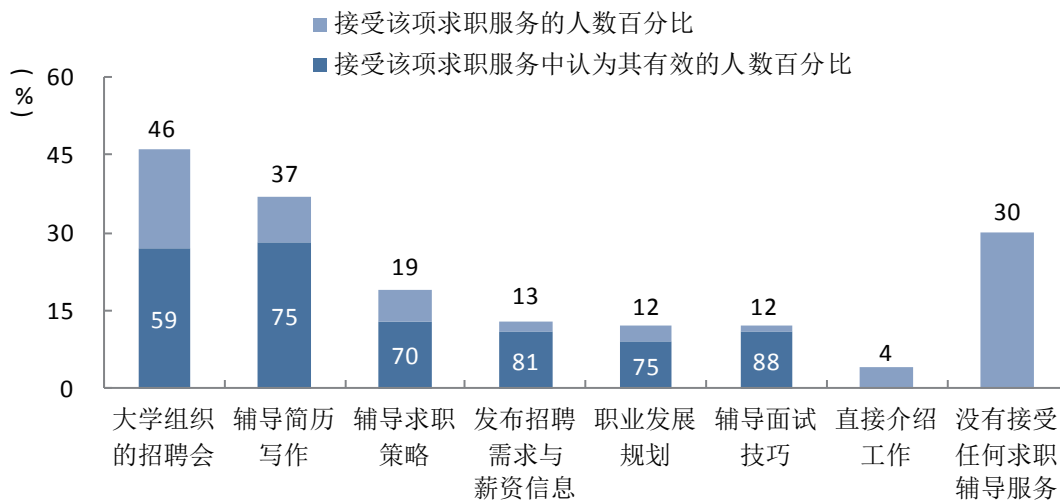


图 5-9 本校 2014 届毕业生接受母校提供的求职服务并认为其有效的人数 %（多选）

注：“直接介绍工作”求职服务的有效性因回答该问题的样本数较少，所以没有包括在图中。
数据来源：麦可思－中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

9. 毕业生对生活服务的满意度

本校 2014 届毕业生对母校的生活服务满意度为 77%。

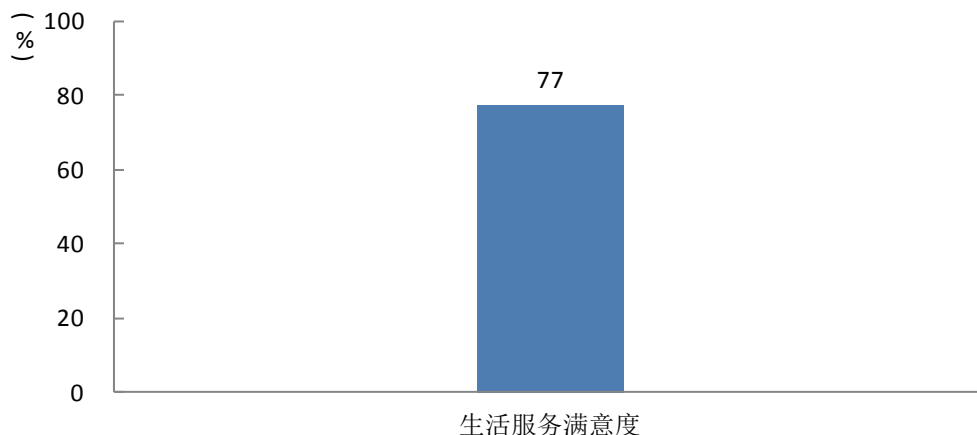


图 5-10 本校 2014 届毕业生对母校生活服务满意的人数 %

数据来源：麦可思－中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

二 毕业生素养、能力、知识培养反馈

1. 素养提升情况

本校 2014 届毕业生认为大学帮助自己提升较多的是“艺术修养”（94%），而提升较少的方面是“健康卫生”（12%）；另外，还有 1% 的人认为大学对素养提升“没有任何帮助”。

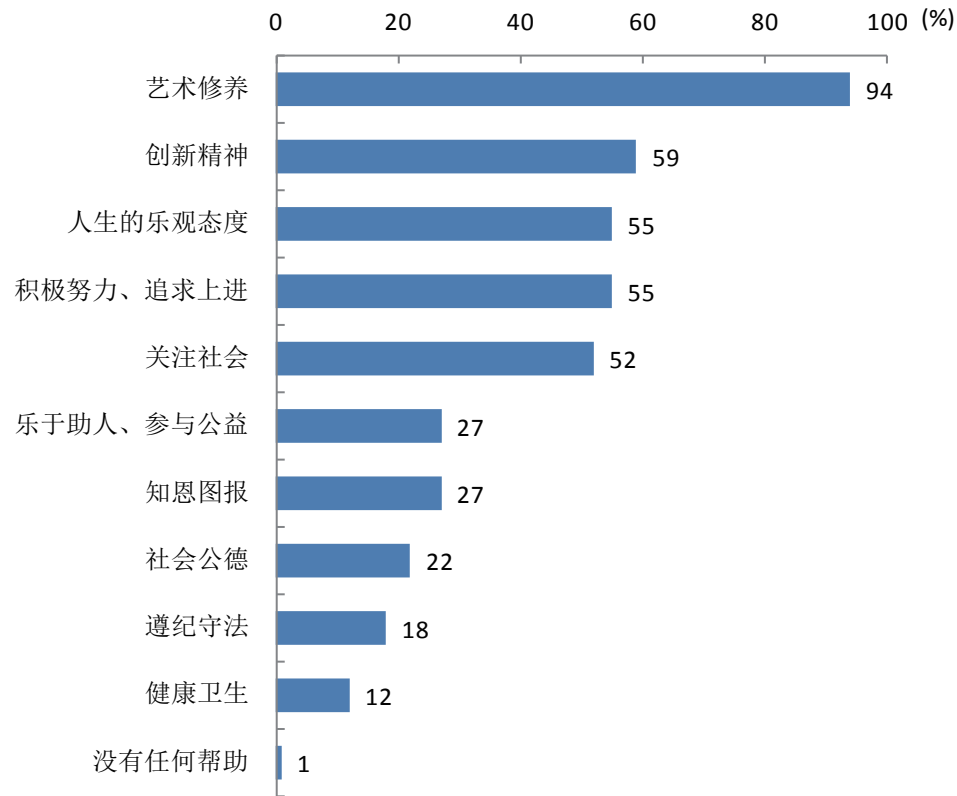


图 5-11 本校 2014 届毕业生大学期间的素养提升（多选）

数据来源：麦可思－中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）

2. 基本工作能力掌握情况

本校 2014 届毕业生的总体能力满足度为 85%。

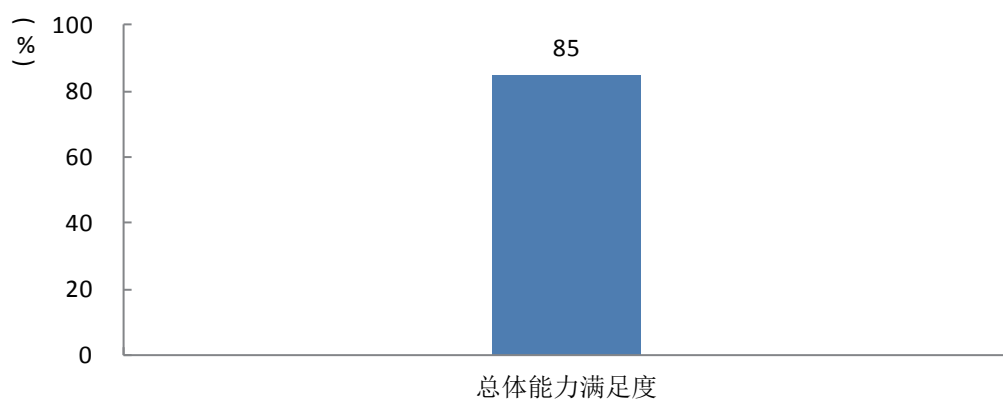


图 5-12 本校 2014 届毕业生的基本工作能力总体满足度

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

3. 基本工作能力的重要度及满足度

本校 2014 届毕业生认为重要度较高的基本工作能力是新产品构思（75%）、有效的口头沟通（72%），其相应的满足度分别为 83%、88%。

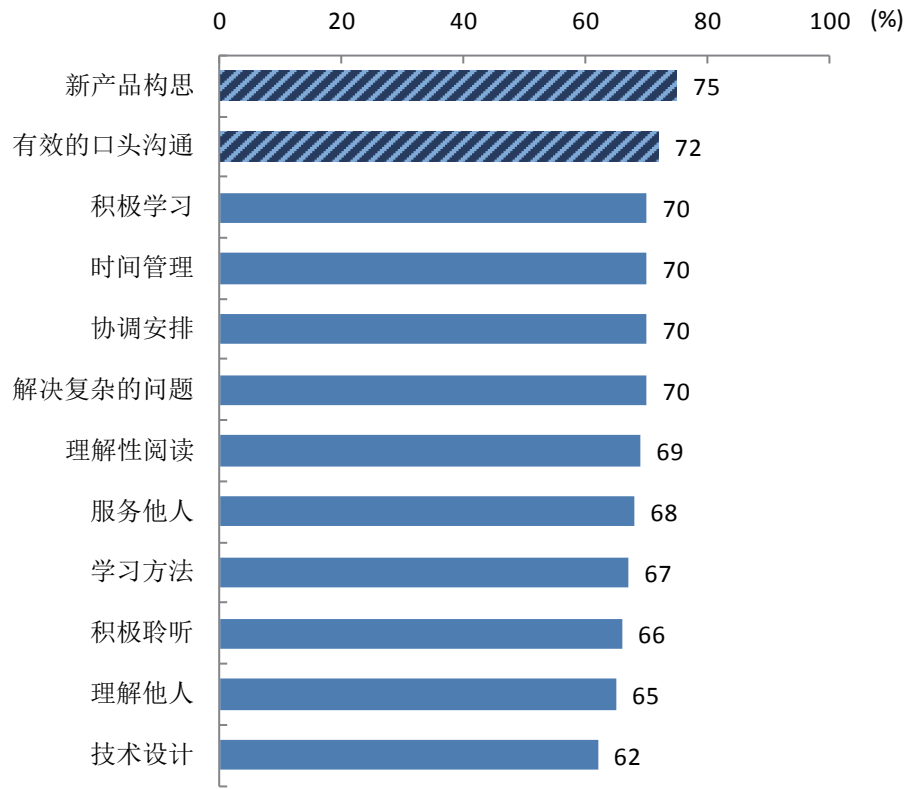


图 5-13 本校 2014 届毕业生基本工作能力的重要度

注：加斜线图案表示各大类中重要度最高的能力。
数据来源：麦可思 – 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

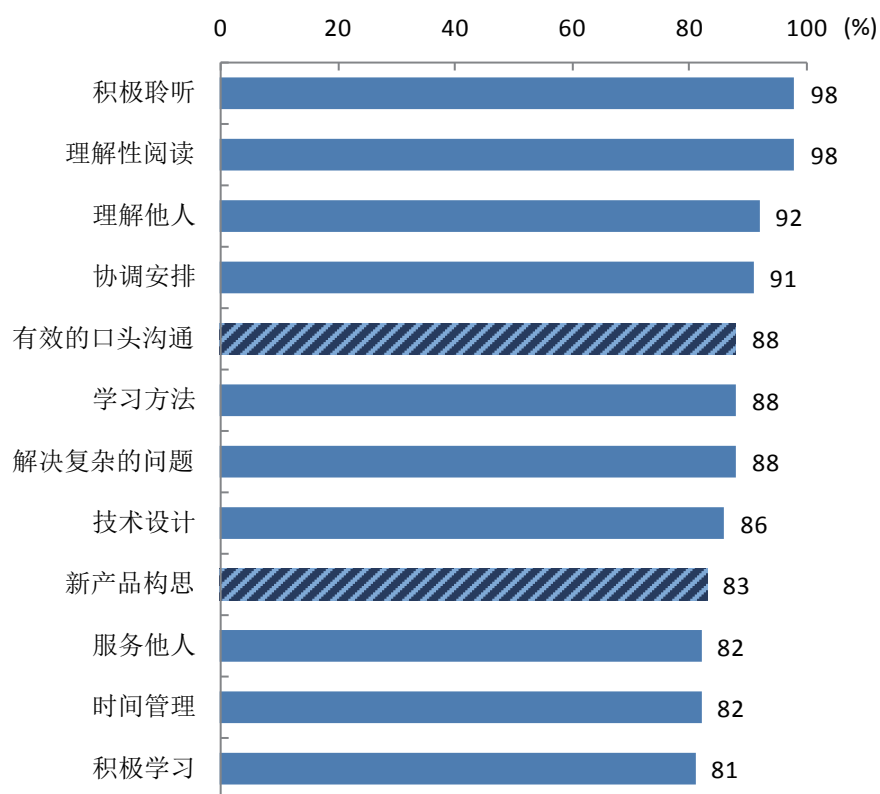


图 5-14 本校 2014 届毕业生基本工作能力的满足度

注：加斜线图案表示各大类中重要度最高的能力所对应的满足度。

数据来源：麦可思－中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

4. 核心知识掌握情况

本校 2014 届毕业生的总体知识满足度为 85%。

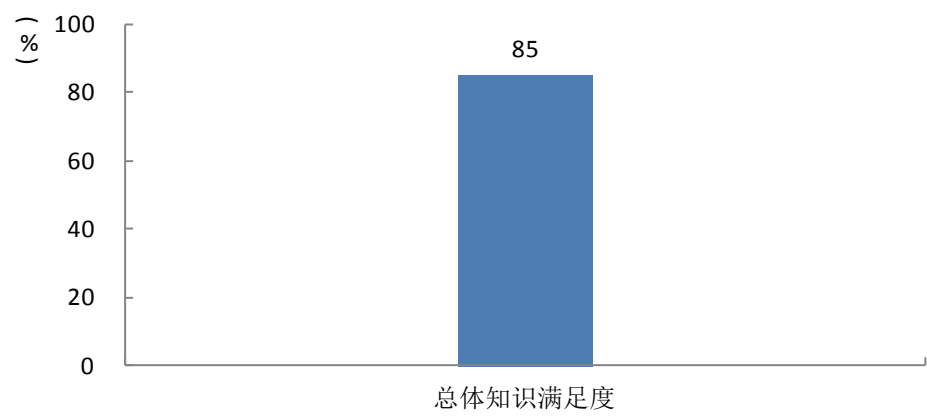


图 5-15 本校 2014 届毕业生的总体知识满足度

数据来源：麦可思 – 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

5. 核心知识的重要度及满足度

本校 2014 届毕业生认为重要度较高的知识是设计（70%）、行政与管理（68%），其相应的满足度分别为 82%、76%。

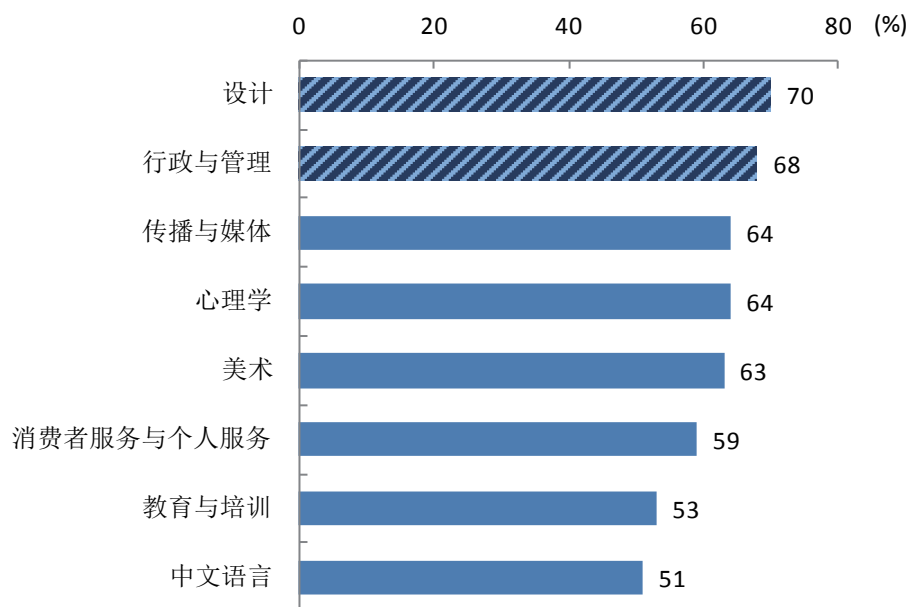


图 5-16 本校 2014 届毕业生核心知识的重要度

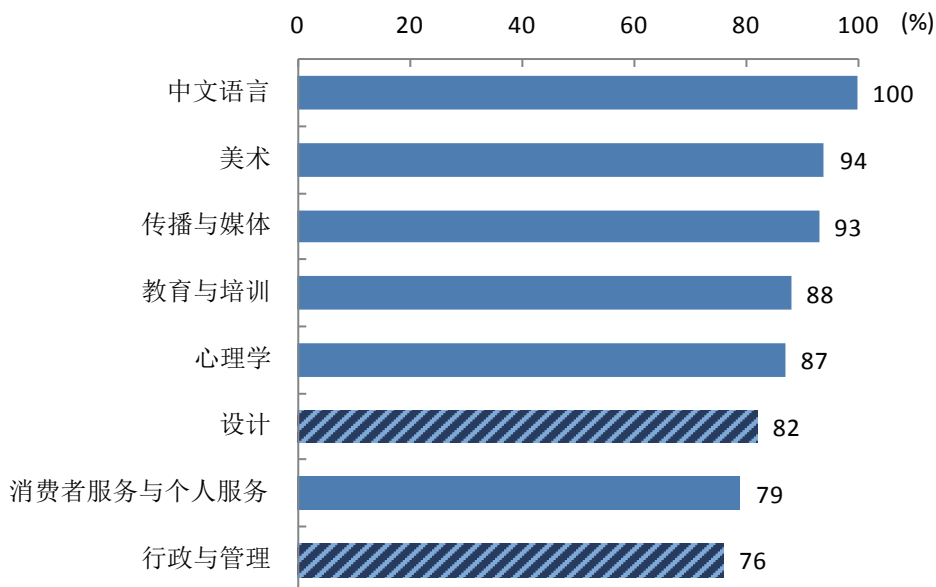


图 5-17 本校 2014 届毕业生核心知识的满足度

注：加斜线图案表示重要度较高的知识所对应的满足度。

数据来源：麦可思 - 中央美术学院就业状况跟踪评价年度报告（2014）。

三 全面打造特色育人体系

招生、教学、艺术创作、专业与社会实践、校园文化活动、就业创业是一所高校人才培养过程中必不可少的环节，中央美术学院坚持以教学质量为中心，同时把握艺术生成规律，不同部门不同教学过程保持紧密联系又及时互动，通过实践探索形成具有美术院校特色的育人模式和体系，培养受社会欢迎的高端艺术人才。

1. 在教学体系中创新艺术人才培养机制

中央美院形成“宽基础—专业基础—专业工作室”这一创新性的高端艺术人才培养机制，使学生从扎实的写实基础训练到专业创新能力的培养，得到全方位熏陶、高境界引领、大视野拓展。在基础部阶段，学生们接受到写实造型、传统技法等最基本、最正规的专业训练，接触到最广泛、最前沿的人类先进文化和中国传统文化，为日后的艺术发展奠定扎实的专业基础和宽厚的人文修养基础；在专业工作室，大师、名师、导师们以其深厚的艺术功底和学术素养言传身教地传递着艺术的薪火，也以其道德追求和人格魅力潜移默化地传承着美院的格调；跨学科广泛交叉的课程体系的学习、校外实践教学基地的锻炼及教学资源平台的共享等，使学生获得前瞻性的艺术视野和创造性的艺术才能。学校还通过各种渠道积极搭建国际交流平台，聘请国外专家学者作为特聘教授参与本专业的教学和学术交流，增强学生与国际同类院校间的交流、参加各类专业国际竞赛，培养开放的国际对话能力。

2. 在艺术实践中体民情长见识

春季写生小学期是美院一大特色，在此期间开展艺术实践和社会实践相结合的“双实践”活动，学生获得来自生活的艺术灵感和社会责任感。一方面，教学单位组织开展下乡写生教学、专业采风活动，另一方面，学院党团组织开展党员培训、“红色 1+1”等思想政治教育活动，使同学们在实践创作中体察民生疾苦、了解国情世情。如“最美中国”学生主题摄影大赛和展览活动，鼓励学生写生期间关注和表现祖国山川风貌、民族民间文化和改革开放成果。近年来，师生先后奔赴全国 80 多个实践基地考察写生，行程遍布 20 多个省市地区，涌现出诸如中国画学院学生党支部“行知笔墨情”、设计学院本科生党支部“将下乡写生与文化下乡相融合”、版画系学生党支部“以真情关怀成长 用艺术温暖童心”等许多优秀活动。

3. 在艺术创作中强调责任感与使命感

学校积极引导学生在人民的情感、生活，社会的现实、希望体现在艺术创作中，通过“足迹·青春”主题创作展等活动弘扬主旋律，使他们正确认识我们国家的历史与国情，强调

作为艺术家的责任感和使命感。“足迹·青春”主题创作展已连续举办五届，每年收到学生作品近400件，由教授组成的专家评审团的严格评选，保证了优秀作品的思想性和艺术性，使其成为引领同学们创作方向的艺术品牌。

4. 在校园文化活动中点滴熏陶个人素养

学校立足于美院的专业特色和学生特点，构建了“3+1”模式的校园文化体系，即以校级团学组织为主体开展的大型校园文化经典品牌活动，如“足迹青春”学生主题创作展览、五月歌会、元旦师生大联欢等；以院系为主体开展的发挥专业优势的特色文化活动，如造型学院版画系的“倡导绿色生活环保袋设计”活动、人文学院的全校辩论赛等；还有以学生社团为主体开展的大量满足同学们各种兴趣爱好的丰富多彩活动，如深水动漫社的“北京动漫类高校交流活动”、爱乐社的“秋日前奏曲”钢琴演奏会；同时，我们还邀请高水平专业艺术团体开展高雅艺术进校园活动。这些具有美院特色的校园文化艺术活动成为提升学生思想境界和人文情怀的有效载体。

5. 在社会实践中服务国家和大众

以服务国家产业升级和转型为根本出发点，积极参与到服务国家经济社会发展和科技进步中，完成与国家战略发展相结合的重大艺术创作，在产学研协同创新的过程中培养具有民族传统文化修养与坚实专业基础的高端艺术人才，担当社会主流文化艺术创新和各行业各产业设计的主体，学生与教师一起参与城乡建设、生态环保、信息化建设、工业产品设计、生活产品设计、交通工具和轨道交通设计、大型国际赛事和展会设计等一系列与社会经济发展和人民生活生活相关的重大项目，着力推动“中国制造”向“中国创造、中国设计”转变，为国家经济文化建设做出自己的贡献，使中央美术学院始终具有参与国家重大艺术创作和各领域产业设计的能力和有效实施机制。

学校委托第三方教育数据咨询与教育质量评估机构麦可思实施毕业生社会需求与培养质量评估项目，获得毕业生就业能力的真实数据以切实诊断教学培养过程对学生就业数量、就业质量、职业发展潜力的影响，是“以学生为中心”完善就业质量与人才培养质量评估体系，提升毕业生的就业竞争力和培养质量，提升本校服务社会和区域经济的功能。学校将充分重视与利用上述数据分析结果，研究影响大学毕业生就业的因素，检验人才培养质量，预测人才需求趋势，提出改进人才培养方式的建议，更好地服务经济社会发展和创意文化产业进步。

附件 名词解释

以下名词按照首字拼音字母的顺序排列

B

毕业三个月后：即毕业三个月以后。麦可思在此时展开调查，收集数据。

毕业三个月后的月收入：是指大学生毕业三个月后实际每月工作收入的平均值。

C

创新能力：除了五大类别的能力，高校还应该加强对学生创新能力的培养。创新能力包括科学分析、批判性思维、积极学习、新产品构思四种能力。

F

非失业人群：包括四类人群：“受雇全职工作”、“受雇半职工作”、“自主创业”、“正在读研和留学”。

非失业率：指非失业人数占毕业生总人数的比例；分子是受雇全职工作人员、受雇半职工作人员、自主创业就业人员、毕业就读研和留学的人员，分母是全体毕业生人数。

G

工作与专业相关度：毕业生是知识的使用者，他们能够判断自己的工作是否用到了所学的专业知识。因此问卷中是由毕业生回答自己的受雇全职工作是否与所学专业相关。工作与专业相关度计算公式的分子是受雇全职工作并且与专业相关的毕业生人数，分母是受雇全职工作（包括与专业相关及无关）的毕业生人数。

行业：是指用人单位的主要产品和服务的内容。例如，毕业生在一个门户网站公司做文员，其用人单位所在行业是“互联网运营与网络搜索引擎业”；毕业生在一家百货公司维护电脑系统，其用人单位所在行业是“百货零售业”。

核心知识的重要度：用于定义毕业三个月后正在工作的大学毕业生所理解的各项知识在其岗位工作中的重要程度，分为“不重要”、“有些重要”、“重要”、“非常重要”和“极其重要”5个层次，数据处理时把重要性处理为百分比，0代表“不重要”、25%代表“有些重要”、50%代表“重要”、75%代表“非常重要”、100%代表“极其重要”。

核心知识的工作要求水平：用于定义毕业三个月后正在工作的大学毕业生所理解的工作对各项知识的要求级别，从低到高分为一到七级，一级代表该知识的最低水平取值 1/7，七级代表该知识的最高水平取值 1，最高水平是初级和中级职业人员达不到的。为了帮助答题人自评级别，问卷在一到七级中分别举了三个例子，以帮助答题人理解知识水平差别。这些举例是国外研究知识级别时积累多年经验而设计的。其中数值处于 [0, 42%] 为低等水平，处于 (42%, 71%] 为中等水平，处于 (71%, 100%] 为高等水平。

核心知识的毕业时掌握水平：用于定义毕业三个月后正在工作的大学毕业生所理解的各项知识在刚毕业时实际掌握的级别，从低到高分为一到七级。取值同上面的工作要求的水平。

核心知识的满足度：毕业时掌握的核心知识水平满足社会初始岗位的工作要求水平的百分比，100% 为完全满足。满足度计算公式的分子是毕业时掌握的核心知识水平，分母是工作要求的水平。

教学、学生工作和生活服务满意度：在调查中，被调查的毕业生对母校的教学、学生工作和生活服务满意度评价均分为“无法评估”、“很不满意”、“不满意”、“满意”、“很满意”。其中“满意”、“很满意”属于满意的范围，“很不满意”、“不满意”属于不满意的范围。满意度是回答满意范围的人数百分比，计算公式的分子是回答满意范围的人数，分母是回答不满意范围和满意范围的总人数。

就业特色：根据大学毕业生从事的主要职业、就业的主要行业、在不同类型与不同规模的用人单位就业、就业地区等方面来了解他们的就业状况，分析他们的就业特色。各专业毕业生的就业特色反映了需求特色，在进行专业特色建设时必须要考虑本校本专业的需求特色。

就业质量：主要体现在月收入、工作与专业相关度、职业吻合度方面。收入的高低，是本校培养的毕业生质量的市场价值的体现；工作与专业相关度越高，体现了专业培养帮助毕业生更多地得到了市场价值的实现；职业吻合度，反映了毕业生所从事的职业与期待的差距；

具体技能分类：麦可思通过建立基于 SCANS 标准的中国用人单位对大学毕业生基本工作能力需求模型，最终将 35 项基本工作能力划分为五大类能力，即理解与交流能力、科学思维能力、管理能力、应用分析能力、动手能力。

基本工作能力的重要度：用于定义毕业三个月后正在工作的大学毕业生所理解的 35 项基本工作能力在其岗位工作中的重要程度，分为“不重要”、“有些重要”、“重要”、“非常重要”和“极其重要”5 个层次，数据处理时把重要性处理为百分比，0 代表“不重要”、25% 代表“有些重要”、50% 代表“重要”、75% 代表“非常重要”、100% 代表“极其重要”。

基本工作能力的工作要求水平：用于定义毕业三个月后正在工作的大学毕业生所理解的工作对 35 项基本工作能力的要求级别，从低到高分为一到七级，一级代表该能力的最低水平取值 1/7，七级代表该能力的最高水平取值 1，最高水平是初级和中级职业人员达不到的。为了帮助答题人自评级别，问卷在一到七级中分别举了三个例子，以帮助答题人理解能力差别。这些举例是国外研究能力级别时积累多年经验而设计的。其中数值处于 [0, 42%] 为低等水平，处于 (42%, 71%] 为中等水平，处于 (71%, 100%] 为高等水平。

基本工作能力的毕业时掌握水平：用于定义毕业三个月后正在工作的大学毕业生所理解的 35 项基本工作能力在刚毕业时实际掌握的级别，从低到高分为一到七级。取值同上面的工作要求的水平。

基本工作能力的满足度：毕业时掌握的基本工作能力水平满足社会初始岗位的工作要求水平的百分比，100% 为完全满足。满足度计算公式的分子是毕业时掌握的基本工作能力水平，分母是工作要求的水平。

求职服务分布：代表接受学校每项求职服务的毕业生百分比。一个毕业生可以接受多项服务。

求职服务有效性：毕业生选择了某项求职服务后，会被要求评价该求职服务是否有效。求职服务有效性 = 接受了某项求职服务并认为其有效的人数 / 接受了该项求职服务的人数。



受雇全职工作：平均每周工作 32 小时或更多。受雇半职工作：平均每周工作 20 小时到 31 小时。

素养提升：是指大学帮助毕业生在素养方面的提升。由被调查的毕业生回答大学帮助自己在哪些方面得到明显提升，一个毕业生可以选择多项，也可以回答“没有任何帮助”。

社团活动：是指被调查的 2014 届毕业生大学期间参加过哪些类社团活动，一个毕业生可以选择多类社团活动，也可以回答“没有参加任何社团活动”。社团活动包括：“学术科技类（如：统计协会、哲学社、英语角等）”、“社会实践类（如：创业协会等）”、“公益类（如：志愿者协会等）”、“社交联谊类”、“文化艺术类（如：文学社、书画协会等）”、“表演艺术类（如：演讲与口才、歌舞戏剧、声乐器乐协会等）”、“体育户外类”。

社团活动满意度：毕业生选择了某类社团活动后，会被要求评价对该类社团活动是否满意。社团活动满意度 = 参加过该类社团活动并表示满意的人数 / 参加过该类社团活动的人数。

硕士教育的总体满意度：由被调查的硕士毕业生回答对硕士教育的满意程度，评价分为“无法评估”、“很不满意”、“不满意”、“满意”、“很满意”、“非常满意”。其中“满意”、“很满意”、“非常满意”属于满意的范围。对硕士教育的总体满意度是回答满意的人数百分比，计算公式的分子是回答属于满意范围的人数，分母是回答不满意范围和满意范围的总人数。

现状满意度：由被调查的 2014 届毕业生对自己目前的现状进行满意度打分，是毕业生的主观判断指标，代表着毕业生对现状的满意程度。

校友推荐度：在同等分数同类型学校条件下，毕业生是否愿意推荐母校给亲戚朋友去就读。推荐度计算公式的分子是回答“愿意推荐”的人数，分母是回答“愿意推荐”、“不愿意推荐”、“不确定”的总人数。

校友满意度：在调查中，被调查的毕业生对母校的总体满意度评价分为“无法评估”、“很不满意”、“不满意”、“满意”、“很满意”。其中“满意”、“很满意”属于满意的范围，“很不满意”、“不满意”属于不满意的范围。校友满意度是回答满意范围的人数百分比，计算公式的分子是回答满意范围的人数，分母是回答不满意范围和满意范围的总人数。

学业影响：较好的学业成绩是否对毕业生在专业相关度、现状满意度等方面产生积极影响。

月收入：指工资、奖金、业绩提成、现金福利补贴等所有的月度现金收入。

职业期待吻合度：毕业生目前的工作与职业期待吻合的人数百分比。职业吻合度反映了现在的就业质量和职业匹配度。

职业：是指从业者的主要工作内容。例如，毕业生在一个门户网站公司做文员，其职业应选“文职人员”；毕业生在一家百货公司维护电脑系统，其职业应选“计算机支持专家”。

X

Y

Z

中央美术学院

China Central Academy of Fine Arts

2014 年

毕业生就业质量报告