

中央美术学院
Central Academy of Fine Arts

2019届毕业生 就业质量年度报告

中央美术学院
北京高校毕业生就业指导中心
2019年12月

目 录

第一部分 报告背景及概况	2
一、调查背景	2
二、调查概况	2
三、调查样本	2
四、分析框架	3
第二部分 毕业生就业基本情况	4
一、就业率	4
二、就业单位情况	5
三、国内升学情况	8
四、出国（境）情况	9
第三部分 毕业生就业状况调查分析	10
一、毕业生就业状况情况	10
二、自主创业	28
第四部分 用人单位需求调查分析	32
一、用人单位招聘本校毕业生情况	32
二、用人单位对毕业生职业能力和职业素养的需求反馈	33
三、用人单位对本校毕业生培养质量的评价	36
四、用人单位对本校就业服务工作的评价	36
第五部分 学校就业创业工作	39
一、弘扬“美院精神”，拓宽就业领域，着力促进毕业生多渠道就业	39
二、响应时代号召，鼓励毕业生到国家需要的地方去	39
三、加强校企链接，构建就业工作立交桥	39
四、强化创新创业实践，提升创新创业品牌	40
第六部分 对教育教学的反馈	42
一、以加快“双一流”建设为契机，推进就业教育与专业教育相融合	42
二、以弘扬中华美育精神为引导，助推大学生就业创业教育事业的发展	43
附表：2019 届毕业生主要就业数据	46

第一部分 报告背景及概况

一、调查背景

促进高校毕业生就业创业，既是民生，也是国计，事关广大群众切身利益，事关社会和谐稳定，事关社会主义现代化建设，事关高等教育健康发展。为深入贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神，全面贯彻落实全国教育大会精神，把“稳就业”放在更加突出的位置，促进高校毕业生实现更高质量和更充分的就业，教育部发布《关于做好 2019 届全国普通高等学校毕业生就业创业工作的通知》（教学〔2018〕8 号），要求各地各高校要进一步落实高校毕业生就业质量年度报告编制发布制度，着力完善统计指标和内容，按时向社会发布高校毕业生就业质量年度报告。

为全面反映毕业生就业创业状况，进一步推动学校就业工作向精细化、专业化方向发展，为学校招生和人才培养提供有益的参考，我校特委托北京高校毕业生就业指导中心组织开展 2019 届毕业生就业创业状况调查和用人单位需求调查，并协助编制我校毕业生就业质量年度报告，以期促进招生、培养与就业的良性互动。

二、调查概况

毕业生就业基本情况数据源于北京市高校毕业生就业信息库(截至 2019 年 10 月 31 日)。

毕业生和用人单位调查均采用问卷填答形式（网页版和手机版），用人单位调查采用线上问卷填答的方式进行，其中，毕业生调查时间为 2019 年 5 月初至 7 月中旬，用人单位调查时间为 2019 年 6 月至 11 月中旬。

三、调查样本

我校 2019 届毕业生共 1139 人，最终得到有效问卷 1063 份。参与调查的用人单位共 37 家，有效问卷为 37 份。

四、分析框架

本报告数据分析主要包括三个部分：

（一）毕业生就业基本情况。数据来源：2019 届北京地区高校毕业生就业信息库（截至 2019 年 10 月 31 日），分析不同毕业去向毕业生的就业情况。

（二）毕业生就业状况调查分析。数据来源：“2019 届北京地区高校毕业生就业创业状况调查”（毕业生调查时间为 2019 年 5 月初至 7 月中旬），分析毕业生对高校专业培养及就业创业教育反馈、毕业生就业质量情况，以及其他毕业去向毕业生的情况分析。

（三）用人单位需求调查分析。数据来源：“2019 年北京地区高校毕业生培养质量、就业服务及社会需求调查”（用人单位调查时间为 2019 年 6 月至 11 月中旬），分析用人单位招聘我校毕业生情况、对毕业生职业能力和职业素养的需求反馈、对毕业生培养质量的评价以及对我校就业服务的评价四个方面。

第二部分 毕业生就业基本情况¹

我校 2019 届毕业生共有 1139 人，截至 2019 年 10 月 31 日，我校毕业生总体就业率为 97.37%，其中，本科毕业生就业率为 97.02%，研究生就业率为 98.20%。本科毕业生 805 人，占毕业生总数的 70.68%，研究生 334 人，占 29.32%；男生 476 人，女生 663 人，男女比例为 0.72:1；北京生源 81 人，京外生源 1058 人，京内外生源比为 0.08:1。

表 2-1 2019 届各学历毕业生毕业去向

毕业去向	总体		本科生		研究生	
	人数	比例	人数	比例	人数	比例
已就业	858	75.33	546	67.83	312	93.41
签就业协议	134	11.76	26	3.23	108	32.34
签劳动合同	60	5.27	19	2.36	41	12.28
单位用人证明	19	1.67	3	0.37	16	4.79
自主创业	45	3.95	31	3.85	14	4.19
自由职业	600	52.68	467	58.01	133	39.82
深造	251	22.04	235	29.19	16	4.79
国内升学	150	13.17	141	17.52	9	2.69
出国（境）	101	8.87	94	11.68	7	2.10
未就业	30	2.63	24	2.98	6	1.80
求职中	30	2.63	24	2.98	6	1.80
合计	1139	100.00	805	100.00	334	100.00
就业率	97.37		97.02		98.20	

一、就业率

¹ 数据来源：2019 届北京地区高校毕业生就业信息库（截至 2019 年 10 月 31 日）。

（一）不同学历毕业生就业率

<p>◇ 本科生</p> <p>2019 届本科毕业生 805 人，签就业协议和签劳动合同的有 45 人，占 5.59%；深造 235 人，占 29.19%；本科毕业生就业率为 97.02%。</p>	<p>◇ 研究生</p> <p>2019 届研究生 334 人，签就业协议和签劳动合同的有 149 人，占 44.61%；深造 16 人，占 4.79%；研究生就业率为 98.20%。</p>
--	--

图2-1 2019 届各学历毕业生就业情况

（二）不同性别毕业生就业率

2019 届毕业生中，男生就业率（97.48%）略高于女生就业率（97.29%）。其中，男生签就业协议，国内升学的比例略高于女生；女生签劳动合同，出国（境）的比例高于男生。

（三）不同生源地毕业生就业率

2019 届毕业生中，京外生源毕业生就业率（97.45%）高于北京生源毕业生就业率（96.30%）。其中，北京生源毕业生签劳动合同、自由职业的比例低于京外生源，而签就业协议，国内升学，出国（境）的比例则高于京外生源。

二、就业单位情况

（一）就业地区分布²

我校已就业的 2019 届毕业生中，有 51.17%的毕业生选择在北京就业。其次是在东部地区（31.70%）就业。具体来看，研究生在京就业的比例（53.21%）略高于本科生（50.00%），而本科生去东部地区就业的比例（32.97%）高于研究生（29.49%）。

	总体		本科生		研究生	
	人数	比例	人数	比例	人数	比例

² 东部地区包括：天津、上海、辽宁、河北、山东、浙江、江苏、广东、福建和海南 10 省市以及港澳台地区；中部地区包括：吉林、黑龙江、山西、湖南、湖北、河南、江西和安徽 8 省；西部地区包括：重庆、四川、陕西、宁夏、甘肃、内蒙、青海、新疆、西藏、贵州、云南和广西 12 省市。北京单独分析。

北京	439	51.17	273	50.00	166	53.21
东部地区	272	31.70	180	32.97	92	29.49
中部地区	96	11.19	62	11.36	34	10.90
西部地区	51	5.94	31	5.68	20	6.41

图2-4 2019 届毕业生落实就业地区分布

从近四届毕业生的就业地区分布来看，北京是我校毕业生最主要选择的就业地区，但这个比例有所下降，尤其 2019 届，毕业生在京就业的比例下降至 51.17%。同时，我校毕业生去东部地区就业的比例有所上升。

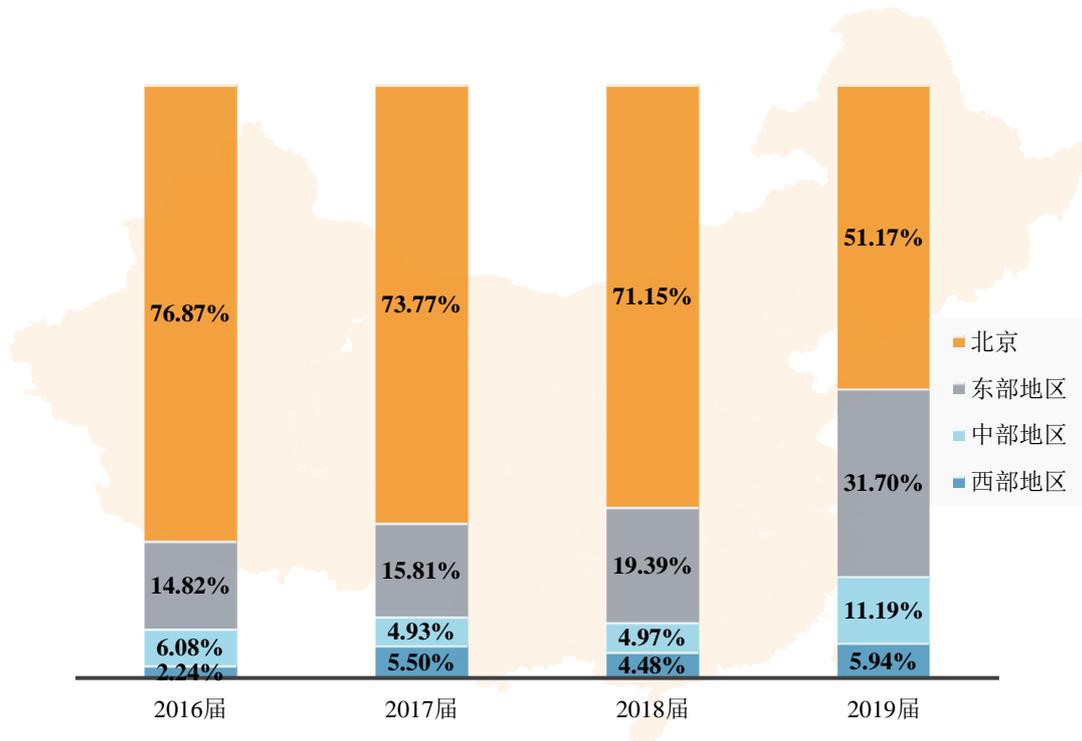


图2-5 2016—2019 届毕业生就业地区分布

（二）就业单位类型分布³

我校 2019 届毕业生中，到事业单位就业的比例最高，达 43.80%，超 56.42%的研究生进入事业单位。

表 2-2 2019 届各学历毕业生落实单位类型分布

³ 本部分对单位类型进行了合并整理，其中“事业单位”包括科研设计单位、高等教育单位、中初教育单位、医疗卫生单位、其他事业单位；“其他企业”指除了国有企业和三资企业以外的其他所有企业，以民营企业为主；“其他”包括部队、农村建制村、城镇社区和其他。同时，由于派遣库中单位类型/行业字段中存在空值，数据统计时将其视为缺失，没有计入总数。

	总体		本科生		研究生	
	人数	比例	人数	比例	人数	比例
机关	13	5.04	1	1.27	12	6.70
事业单位	113	43.80	12	15.19	101	56.42
国有企业	26	10.08	6	7.59	20	11.17
三资企业	10	3.88	4	5.06	6	3.35
其他企业	56	21.71	27	34.18	29	16.20
其他	40	15.50	29	36.71	11	6.15
总体	258	100.00	79	100.00	179	100.00

（三）就业行业分布

已就业毕业生中，从事教育业（45.04%），文化、体育和娱乐业（23.66%），信息传输、软件和信息技术服务业（9.92%）的比例较高。

表 2-3 2019 届各学历毕业生落实就业行业分布

	总体		本科生		研究生	
	人数	比例	人数	比例	人数	比例
教育	118	45.04	17	21.52	101	55.19
文化、体育和娱乐业	62	23.66	25	31.65	37	20.22
信息传输、软件和信息技术服务业	26	9.92	19	24.05	7	3.83
建筑业	20	7.63	6	7.59	14	7.65
公共管理、社会保障和社会组织	13	4.96	2	2.53	11	6.01
制造业	5	1.91	1	1.27	4	2.19
房地产业	3	1.15	0	0.00	3	1.64
科学研究和技术服务业	3	1.15	1	1.27	2	1.09
农、林、牧、渔业	2	0.76	2	2.53	0	0.00
批发和零售业	2	0.76	2	2.53	0	0.00
金融业	2	0.76	0	0.00	2	1.09
卫生和社会工作	2	0.76	1	1.27	1	0.55
住宿和餐饮业	1	0.38	1	1.27	0	0.00
水利、环境和公共设施管理业	1	0.38	0	0.00	1	0.55
居民服务、修理和其他服务业	1	0.38	1	1.27	0	0.00
军队	1	0.38	1	1.27	0	0.00

从 2016—2019 届毕业生就业行业分布来看，文化、体育和娱乐业，教育业是主要吸纳我校毕业生就业的行业。

表 2-4 2016—2019 届毕业生落实单位行业分布

	第一位	第二位	第三位	第四位	第五位
2016届	文化、体育和娱乐业（52.69%）	教育（20.37%）	建筑业（8.90%）	信息传输、软件和信息技术服务业（7.96%）	公共管理、社会保障和社会组织（3.75%）
2017届	文化、体育和娱乐业（57.32%）	教育（18.68%）	建筑业（11.46%）	信息传输、软件和信息技术服务业（4.46%）	制造业（1.49%）、公共管理、社会保障和社会组织（1.49%）
2018届	文化、体育和娱乐业（62.55%）	教育（20.19%）	建筑业（7.57%）	信息传输、软件和信息技术服务业（2.79%）	公共管理、社会保障和社会组织（1.20%）
2019届	教育（45.04%）	文化、体育和娱乐业（23.66%）	信息传输、软件和信息技术服务业（9.92%）	建筑业（7.63%）	公共管理、社会保障和社会组织（4.96%）

三、国内升学情况

我校2019届毕业生中，有150人选择国内升学。其中，本科生升学141人、研究生升学9人，我校毕业生升学主要集中在本校（91.33%）。

表 2-5 2019 届各学历毕业生国内升学主要高校

	总体	本科生	研究生
中央美术学院	137	131	6
北京大学	2	2	0
清华大学	2	2	0
中国艺术研究院	3	2	1
天津大学	1	0	1
中国传媒大学	1	0	1
山东大学	1	1	0
中国社会科学院大学	1	1	0
首都师范大学美术学院	1	1	0
新疆艺术学院	1	1	0

从2016—2019届毕业生国内升学情况来看，我校毕业生国内升学的比例整体略有上升，

尤其近两届毕业生升学的比例超 13%。



图2-6 2016—2019 届毕业生国内升学情况

四、出国（境）情况

我校 2019 届毕业生中有 101 人选择出国（境）（8.87%）。其中，本科毕业生出国（境）人数最多（94 人），占出国（境）总人数的（93.07%）。具体来看，我校毕业生出国（境）主要集中在美国（36.63%）和英国（36.63%）。相比 2018 届（12.40%），2019 届出国（境）的比例下降 3.53 个百分点。

表 2-6 2019 各学历毕业生出国（境）主要国家/地区

	总体		本科生		研究生	
	人数	比例	人数	比例	人数	比例
美国	37	36.63	34	36.17	3	42.86
英国	37	36.63	36	38.30	1	14.29
日本	7	6.93	7	7.45	0	0.00
法国	7	6.93	7	7.45	0	0.00
意大利	3	2.97	2	2.13	1	14.29
德国	3	2.97	3	3.19	0	0.00
其他国家地区	7	6.93	5	5.32	2	28.57

第三部分 毕业生就业状况调查分析⁴

一、毕业生就业状况情况

（一）本科生就业状况

1. 本科生就业结果⁵

（1）就业满意度

2019 届本科生中，对首份工作表示“很满意”或“满意”的比例为 84.21%。具体到对工作各方面的满意度来看，本科生对工作地点的满意度比例最高（73.68%），其次是个人发展空间（71.93%）。从 2016—2019 届本科生的就业满意度情况来看，本科生对首份工作的总体满意度比例有所上升，从 2016 届的 67.98% 上升到 2019 届的 84.21%。

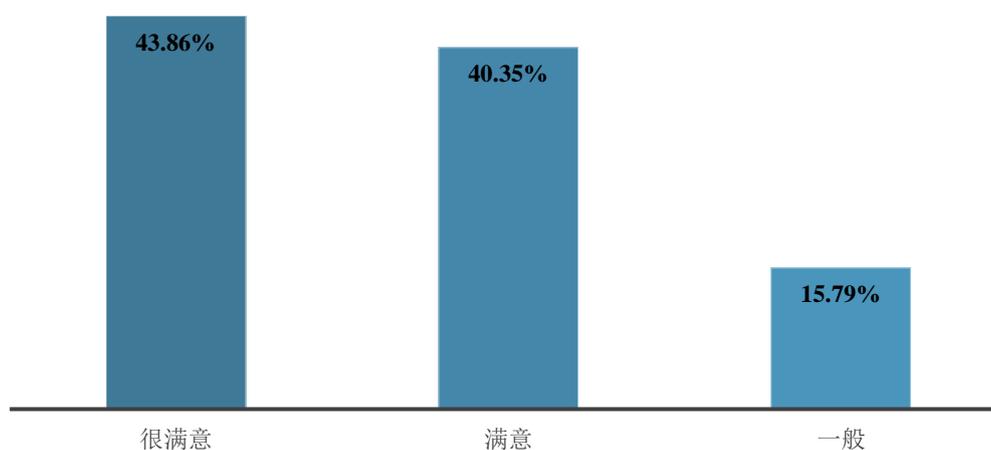


图3-1 2019 届本科生就业满意度

⁴ 数据来源：“2019 届北京地区高校毕业生就业创业状况调查”（毕业生调查时间为 2019 年 5 月初至 7 月中旬）。

⁵ 2019 年毕业生调查根据问卷设置的变化，在就业结果和求职过程部分只统计“签就业协议”“签劳动合同”“单位用人证明”“志愿者”四种就业形式，与前几年统计略有差异。



图3-2 2019届本科生对工作各方面的满意度

(2) 起步年薪⁶

2019届本科生平均落实年薪14.59万元，低于期望值2.08万元。

(3) 福利保障

① 保险

2019届本科生中，91.23%的人表示“有五险”，1.75%的人表示“五险不全”，7.02%的人表示“没有五险”。从近四届本科生五险情况来看，2019届本科生有五险的比例明显上升，从2016届的61.71%上升到2019届的91.23%。

② 公积金

2019届本科生中，78.95%的人表示有公积金。从近四届本科生公积金的落实情况看，2016—2018届本科生有公积金的比例较为稳定，2019届比例明显上升，从2016届的46.05%上升到2019届的78.95%。

(4) 发展路径

2019届本科生中，66.67%的人认为工作发展路径“很清晰”或“清晰”。2016—2019届本科生中，认为发展路径清晰的比例整体略有上升，从2016届的59.52%上升到2019届的66.67%。

(5) 工作稳定性

2019届本科生中，预期在落实单位工作1~3年（含1年）的比例最高（47.37%），其次是预期工作1年以内（26.32%）和工作3~5年（含3年）（21.05%）。

⁶起步年薪指年度固定工资，包括奖金、补助、分红等收入。2016届和2017届报告取1~50万为有效数据，2018届和2019届报告中取1~60万元作为有效数据。

(6) 人职匹配情况

① 专业与工作相关度

2019届本科生中，64.91%的人认为目前的工作与所学专业“很相关”或“相关”，8.77%的人认为“不相关”或“很不相关”。较2016届，2019届本科生认为“很相关”或“相关”的比例下降了10.32个百分点。

② 教育与工作适配性

2019届本科生中，75.44%的人认为教育层次恰好满足岗位要求，21.05%的人认为教育层次高于岗位要求，3.51%认为教育层次低于岗位要求。

(7) 求职成功渠道⁷

在各类求职渠道中，校园渠道（50.88%）是我校本科生求职成功比例最高的渠道，其次是用人单位自设渠道（15.79%）。其中，校园渠道中，我校本科生最主要通过“学校组织的招聘会”（79.31%）求职成功。

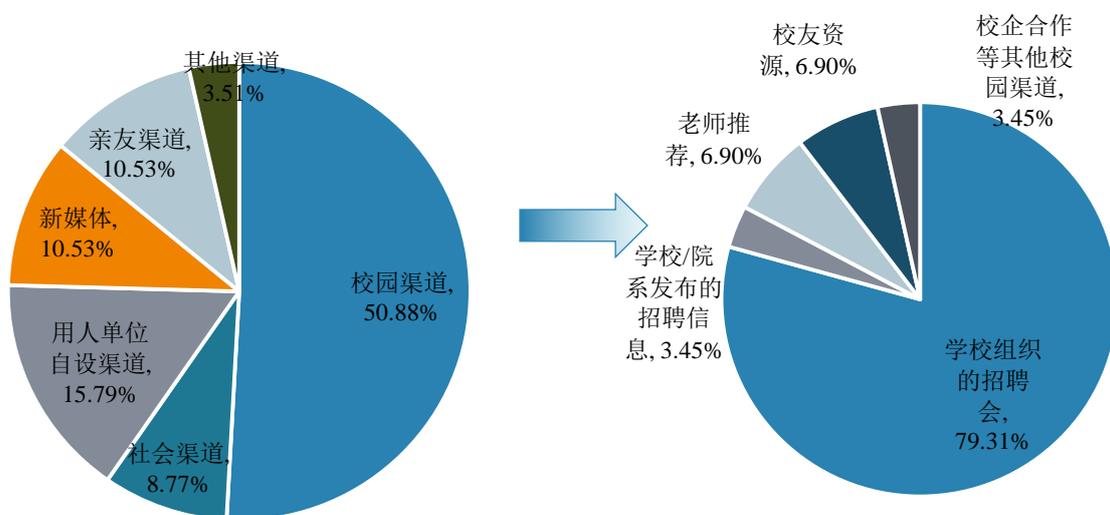


图3-3 2019届本科生求职成功渠道

⁷ 求职成功渠道：（1）校园渠道；（2）政府渠道（如通过教育和人社部门组织的招聘会、发布的招聘信息等渠道找工作）；（3）社会渠道（如通过智联招聘、中华英才网等社会招聘网站获取信息和找工作）；（4）用人单位自设渠道（如直接通过用人单位的官网，用人单位自己组织的招聘活动、实习实践活动和比赛活动等渠道获取信息和找工作）；（5）新媒体（微信、APP、微博等）；（6）亲友渠道（如通过父母、亲友、同学的推荐来找工作）；（7）其他。

2.本科生求职过程

(1) 期望首选就业单位情况

我校 57.89%的本科生期望首选在北京就业，其次是东部地区（40.35%）。直辖市或省会城市（91.23%）是我校本科生期望首选的就业城市类型。事业单位（36.84%）是我校 2019 届本科生最期望首选的就业单位。2019 届本科生期望在文化、体育和娱乐业（43.86%），信息传输、软件和信息技术服务业（22.81%）单位就业的比例较高。

(2) 求职积极程度

73.68%的本科生认为自己在求职过程中“很积极”或“积极”，5.26%的人认为自己“不积极”或“很不积极”。

(3) 简历投递、面试机会及录用通知⁸

我校本科生在求职过程中平均投递简历 7.20 份，平均获得面试机会 3.74 次，平均收到录用通知 2.24 个。



图3-4 2019 届本科生投递简历数、面试机会和录用通知数

(4) 求职周期和收到第一份录用通知的时间⁹

本科生从开始求职到最终落实工作平均用时 2.69 个月，主要集中在 2019 年 4 月拿到首份录用通知。

(5) 求职花费¹⁰

2019 届本科生用于求职的平均花费为 1279.43 元。

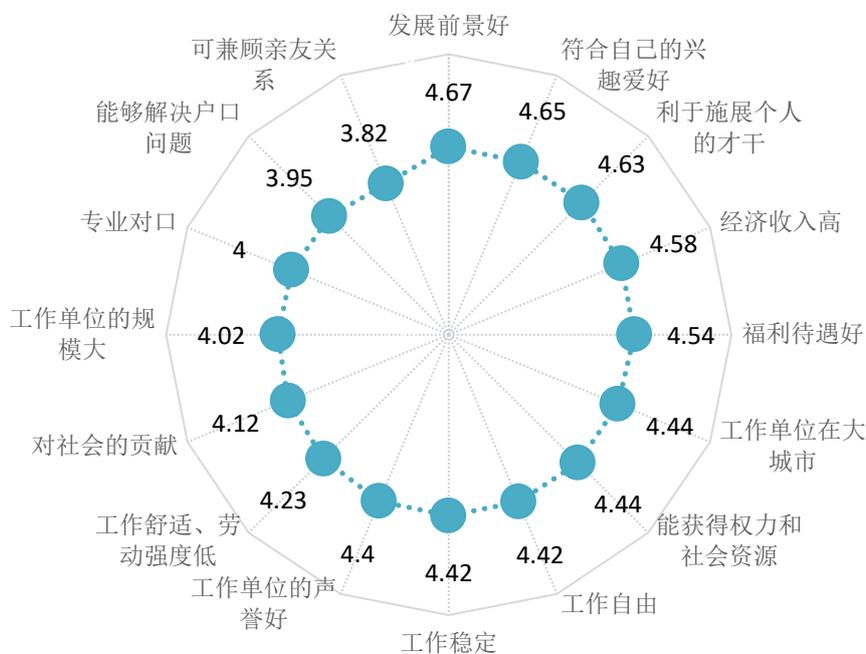
⁸ 投递简历数量、收到面试机会数和收到录用通知数的有效数据区间分别为：1~300 份、1~50 次和 1~20 个。

⁹ 求职周期指从开始求职到落实工作所花费的时间。报告中取 0.1~12 个月作为有效数据。

¹⁰ 求职花费指在求职过程中的花费金额，包括路费、置装费等。报告中取 1~20000 元作为有效数据。

(6) 求职价值观

2019届本科生在求职过程中最看重的三个因素分别为：发展前景好、符合自己的兴趣爱好、利于施展个人的才干。



注：根据五分量表统计，5表示“很重要”，4表示“比较重要”，3表示“一般”，2表示“不太重要”，1表示“很不重要”，算出均值，数值越大，表明重要程度越高。

图3-5 2019届本科生在求职过程中看重的因素

3. 本科生专业培养及就业创业教育

(1) 专业认同情况

① 对本专业的态度

79.15%的本科生“很喜欢”或“喜欢”所学专业，2.90%的人“不喜欢”或“很不喜欢”本专业。

② 从事与本专业相关工作的意愿

78.50%的本科生“很愿意”或“愿意”从事本专业相关工作，6.20%的人“不愿意”或“很不愿意”从事本专业相关工作。

(2) 专业培养反馈

① 对本专业课程设置的评价

2019届本科生中，75.20%的人对本专业课程设置“很满意”或“满意”，6.46%的人表示“不满意”或“很不满意”。

② 对本专业教师授课水平的评价

2019届本科生中，83.51%的人对本专业教师授课水平“很满意”或“满意”，3.43%的人表示“不满意”或“很不满意”。

③ 对所专业的社会需求程度的评价

62.53%的本科生认为所学专业的社会需求程度“很高”或“高”，9.63%的人认为所学专业的社会需求度“低”或“很低”。

④ 满足实际工作的能力训练

我校本科生认为在校间接受的各项能力训练中，对实际工作满足度较高的前三项能力训练依次为：学习能力、创新能力、动手操作能力；满足程度相对较低的三项能力训练为：职业规划能力、职业适应能力、组织与管理能力。

(3) 对就业教育及服务的评价

我校为学生提供了各项就业教育及服务，从参加情况来看，本科生参加比例较高的前三项依次为：就业指导课程（84.04%），就业信息服务（60.82%），校园招聘/宣讲会（60.29%）。从满意度来看，困难帮扶（96.32%），个体职业咨询（91.95%），学校/院系就业推荐（90.54%）是本科生满意度较高的就业教育及服务。

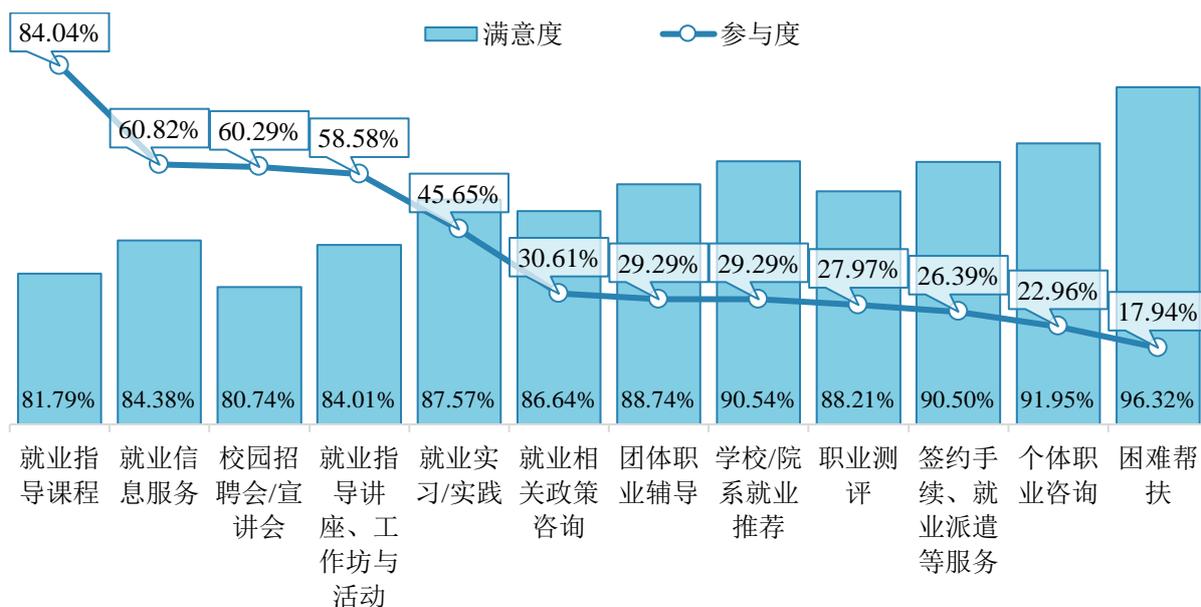


图3-6 2019届本科生就业教育及服务的参与情况和满意程度

(4) 对创业教育及服务的评价

我校为学生提供了各项创业教育及服务，从参加情况来看，本科生参加比例较高的三项依次为：创业相关讲座（37.99%），创业课程（37.47%），与创业者交流（25.59%）；从满意度来看，申请创业项目基金（96.25%），参观创业企业（94.23%），参与创业企业的实习项目（91.73%）是本科生满意度较高的创业教育及服务。

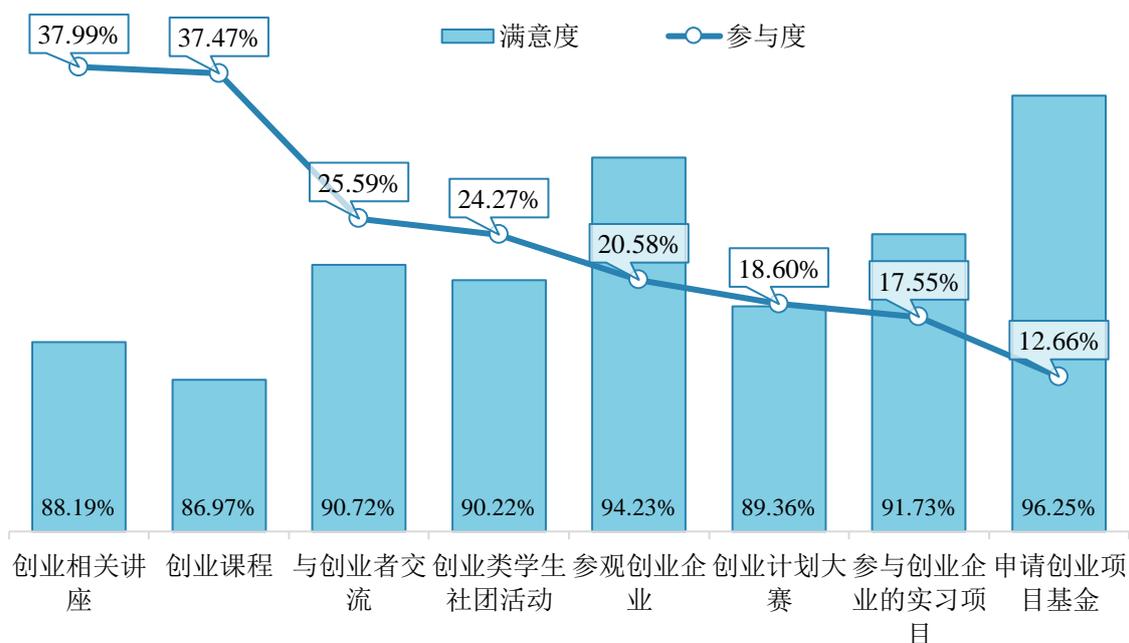


图3-7 2019届本科生创业教育及服务的参与情况和满意程度

（5）对本校学生培养质量的评价

2019 届本科生对学校整体培养质量表示“很满意”或“满意”的比例为 81.53%，2.91% 的人表示“不满意”或“很不满意”。

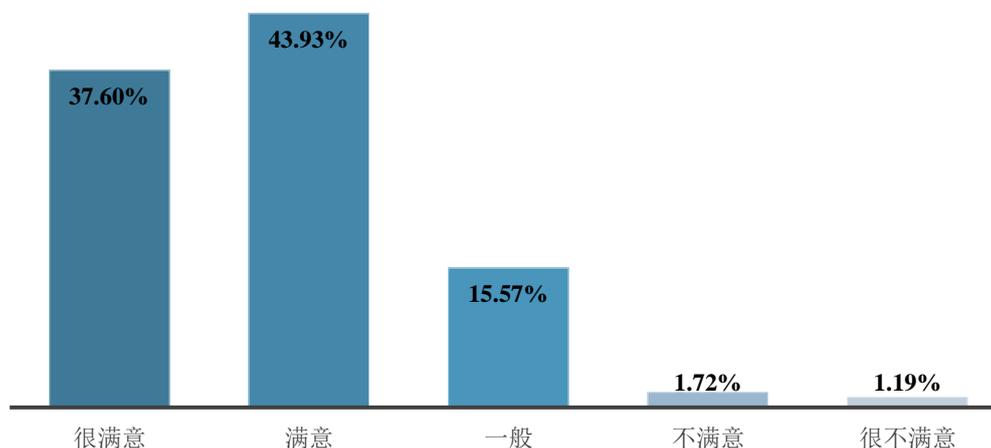


图3-8 2019 届本科生对学生培养质量满意度

（6）对学校的推荐度

81.00%的本科生“很愿意”或“愿意”推荐亲朋好友来我校就读，4.49%的本科生表示“不愿意”或“很不愿意”。

（7）对学校教学方面的评价

① 对学校教学的评价

2019 届本科生中，81.13%的人对我校的教学表示“很满意”或“满意”，3.83%的人表示“不满意”或“很不满意”。

② 教学方面需要改进的地方

64.78%的本科生认为我校实习和实践环节不够，是教学方面最需要改进的地方；其次是认为课程内容不实用或陈旧（27.70%）、课程考核方式不合理（22.56%）。



图3-9 2019届本科生认为学校在教学方面最需要改进的地方

实习和实践环节中，74.54%的本科生认为最需要改进的是企业实习，其次是艺术类比赛（30.35%）和作品展（25.66%）。

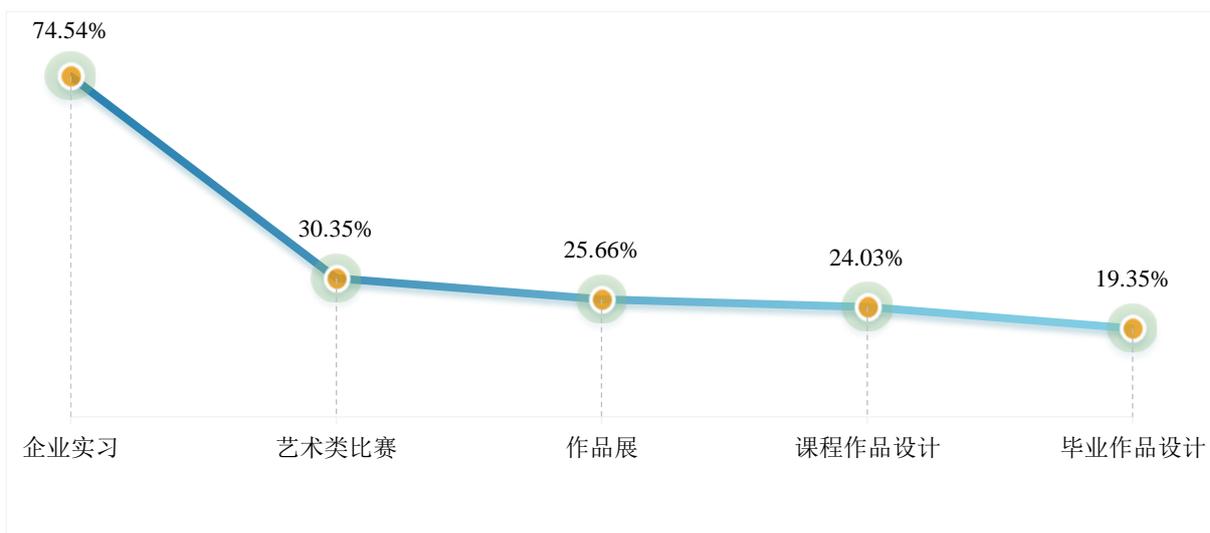


图3-10 2019届本科生认为学校在实习和实践环节最需要改进的地方

（8）对学生工作的评价

2019届本科生中，79.69%的人对学校学生工作“很满意”或“满意”，3.96%的人表示“不满意”或“很不满意”。

（二）研究生就业状况

1. 研究生就业结果

(1) 就业满意度

2019 届研究生中，对首份工作表示“很满意”或“满意”的比例为 91.74%，1.84% 的人表示“不太满意”或“很不满意”。具体到对工作各方面的满意度来看，研究生对工作地点的满意度比例最高（90.83%），其次是社会地位（86.24%）。从 2016—2019 届研究生的就业满意度情况来看，研究生对首份工作的满意度比例整体明显上升，从 2016 届的 79.17% 上升到 2019 届的 91.74%。

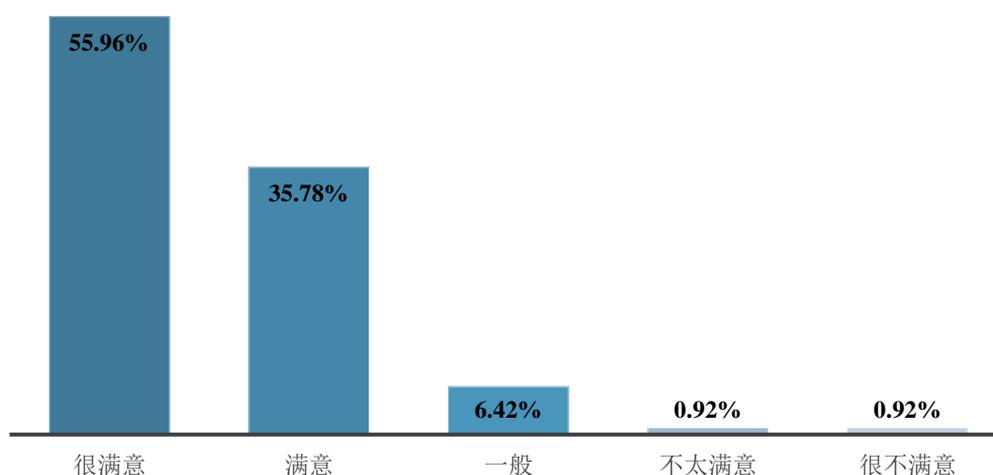


图3-11 2019 届研究生就业满意度



图3-12 2019 届研究生对工作各方面的满意度

(2) 起步年薪

2019 届研究生平均落实年薪 12.70 万元，低于期望值 1.33 万元。

(3) 福利保障

① 保险

2019 届研究生中，98.17%的人表示“有五险”，1.83%的人表示“五险不全”。从近四届研究生五险情况来看，2016—2018 届研究生有五险的情况稳定在 77%左右，2019 届有五险的比例明显上升，从 2016 届的 76.69%上升到 2019 届的 98.17%。

② 公积金

2019 届研究生中，95.41%的人表示有公积金。从近四届研究生公积金的落实情况看，2016—2018 届研究生有公积金的比例不到 70%，且略有下滑，但 2019 届有公积金的比例上升到 95.41%。

(4) 发展路径

2019 届研究生中，84.40%的人认为工作发展路径“很清晰”或“清晰”，0.92%的人认为发展路径“不清晰”。2016—2019 届研究生中，认为发展路径清晰的比例整体明显上升，从 2016 届的 68.49%上升到 2019 届的 84.40%。

(5) 工作稳定性

2019 届研究生中，预期在落实单位工作 5 年及以上的比例最高（35.78%），其次是预期工作 1 年以内（28.44%）和工作 1~3 年（含 1 年）（20.18%）。

(6) 人职匹配情况

② 专业与工作相关度

2019 届研究生中，98.16%的人认为目前的工作与所学专业“很相关”或“相关”。较 2016 届，2019 届研究生认为“很相关”或“相关”的比例上升 8.70 个百分点。

② 教育与工作适配性

2019 届研究生中，66.06%的人认为教育层次恰好满足岗位要求，33.03%的人认为教育层次高于岗位要求，0.92%认为教育层次低于岗位要求。

(7) 求职成功渠道

在各类求职渠道中，用人单位自设渠道（41.28%）是我校研究生求职成功比例最高的渠道，其次是校园渠道（20.18%）。其中，校园渠道中，我校研究生最主要通过“学校组织的招聘会”（36.36%）和“学校/院系发布的招聘信息”（31.82%）求职成功。

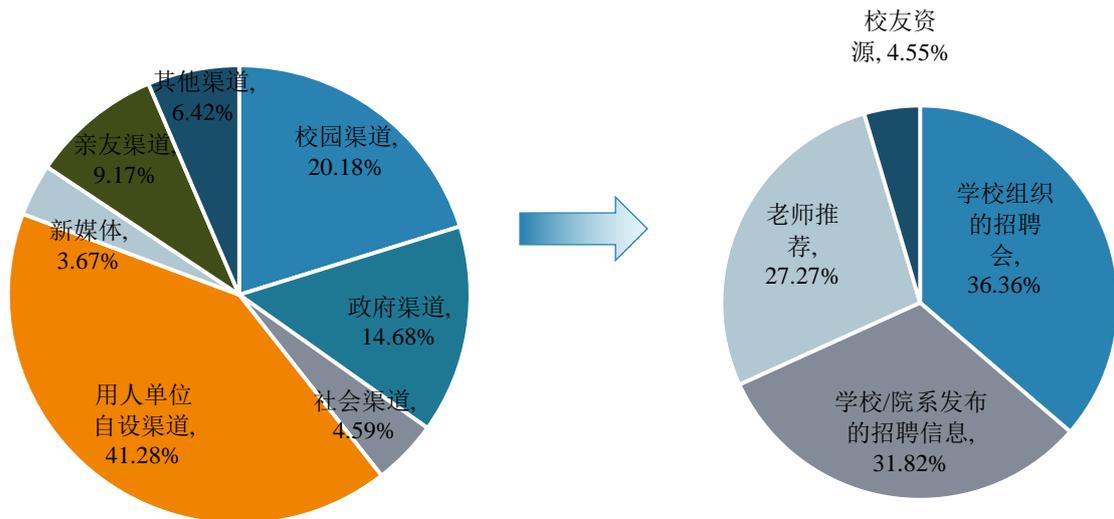


图3-13 2019届研究生求职成功渠道

2. 研究生求职过程

(1) 期望首选就业单位情况

我校 73.39% 的研究生期望首选在北京就业，其次是东部地区（15.60%）。直辖市或省会城市（92.66%）是我校研究生期望首选的就业城市类型。事业单位（68.81%）是我校 2019 届研究生最期望首选的就业单位，其次是国有企业（11.93%）。2019 届研究生期望在教育业（53.21%），文化、体育和娱乐业（21.10%）和建筑业（14.68%）单位就业的比例较高。

(2) 求职积极程度

94.49% 的研究生认为自己在求职过程中“很积极”或“积极”，0.92% 的人认为自己“不积极”。

(3) 简历投递、面试机会及录用通知

我校研究生在求职过程中平均投递简历 6.78 份，平均获得面试机会 3.63 次，平均收到录用通知 1.98 个。



投递 6.78 份简历

获得 3.63 次面试机会

收到 1.98 个录用通知

图3-14 2019 届研究生投递简历数、面试机会和录用通知数

(4) 求职周期和收到第一份录用通知的时间

研究生从开始求职到最终落实工作平均用时 4.44 个月，主要集中在 2019 年 5 月拿到首份录用通知。

(5) 求职花费

2019 届研究生用于求职的平均花费为 2880.92 元。

(6) 求职价值观

2019 届研究生在求职过程中最看重的三个因素分别为：利于施展个人的才干、发展前景好、符合自己的兴趣爱好。

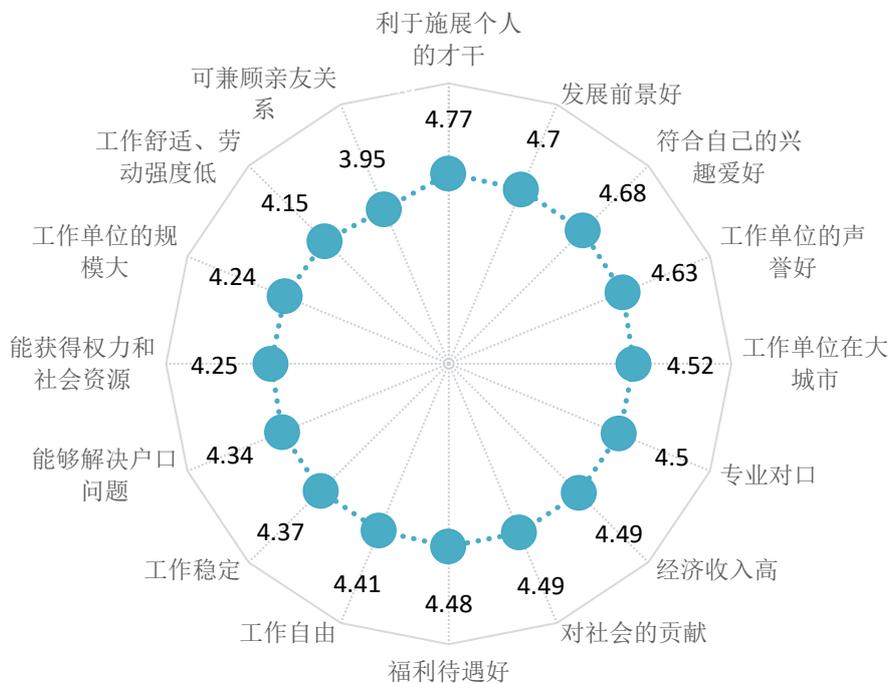


图3-15 2019 届研究生在求职过程中看重的因素

3.研究生专业培养及就业创业教育

(1) 专业认同情况

① 对本专业的态度

95.41%的研究生“很喜欢”或“喜欢”所学专业。

② 从事与本专业相关工作的意愿

95.08%的研究生“很愿意”或“愿意”从事本专业相关工作，0.66%的人“不愿意”从事本专业相关工作。

(2) 专业培养反馈

② 对本专业课程设置的评价

2019届研究生中，82.95%的人对本专业课程设置“很满意”或“满意”，2.30%的人表示“不满意”或“很不满意”。

② 对本专业教师授课水平的评价

2019届研究生中，90.49%的人对本专业教师授课水平“很满意”或“满意”，1.31%的人表示“不满意”或“很不满意”。

③ 对所专业的社会需求程度的评价

59.67%的研究生认为所学专业的社会需求程度“很高”或“高”，13.45%的人认为所学专业的社会需求度“低”或“很低”。

③ 满足实际工作的能力训练

我校研究生认为在校期间接受的各项能力训练中，对实际工作满足度较高的前三项能力训练依次为：学习能力、创新能力、专业知识；满足程度相对较低的三项能力训练为：职业规划能力、职业适应能力、组织与管理能力。

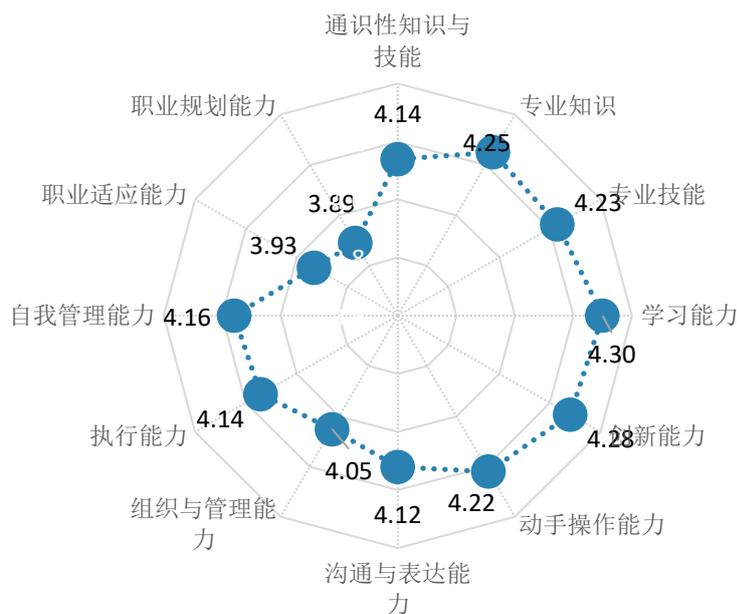


图3-16 2019 届研究生在校期间满足实际工作的能力训练

(3) 研究生培养质量评价

① 研究生培养质量评价

2019 届研究生中，86.56%的人对研究生培养质量表示“很满意”或“满意”，1.97%的人表示“不满意”或“很不满意”。

② 对导师的满意度

2019 届研究生中，95.74%的人对导师表示“很满意”或“满意”，0.33%的人表示“不满意”。

③ 学术实践经历

2019 届研究生认为参与科研课题、参加国内外学术会议、公开发表论文等是对研究生学习成长最有价值的学术实践经历。

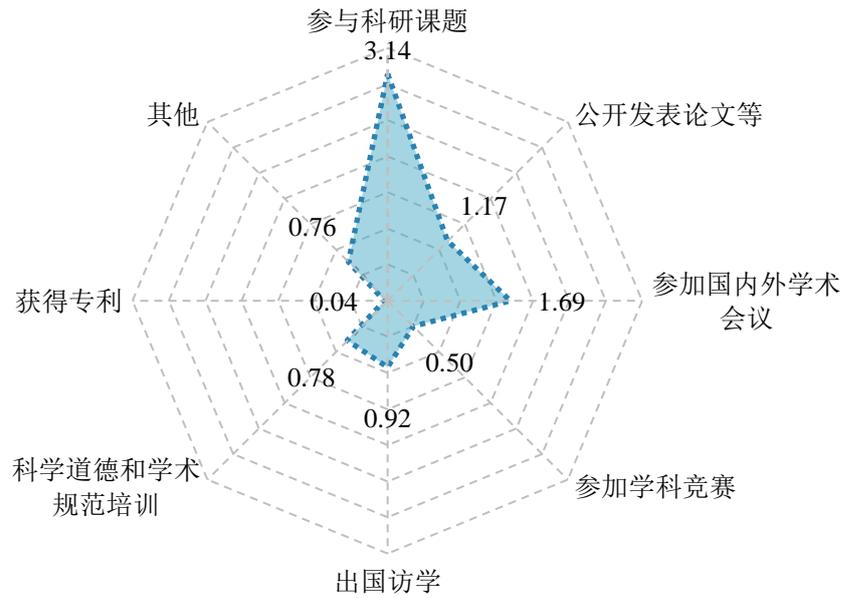


图3-17 2019 届研究生对学术实践经历的评价

④ 影响培养质量的因素

2019 届研究生认为导师指导、学科发展水平是影响我校研究生培养质量最重要的两个因素。

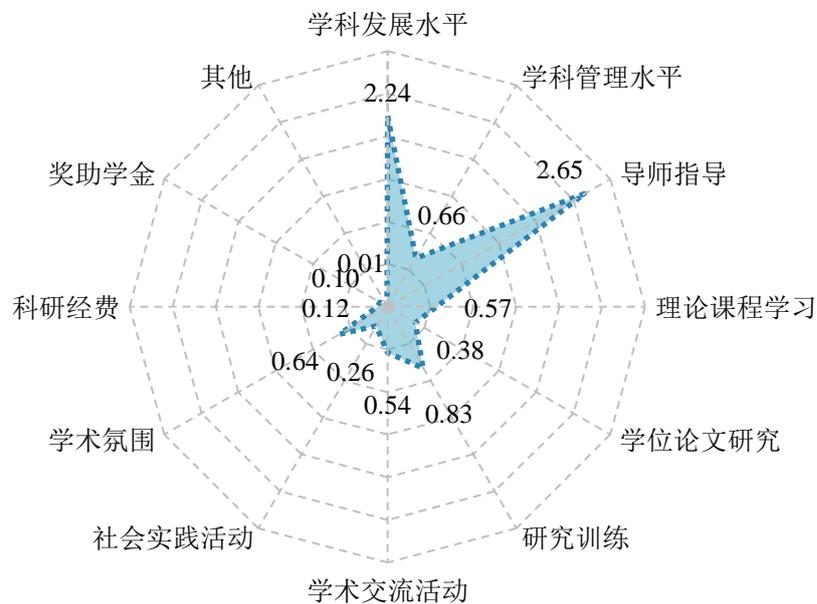


图3-18 2019 届研究生认为影响研究生培养质量的因素

(4) 对就业教育及服务的评价

我校为学生提供了各项就业教育及服务，从参加情况来看，研究生参加比例较高的前两项依次为：就业信息服务（62.30%），校园招聘会/宣讲会（58.36%）。从满意度来看，团体职业辅导（94.20%），就业指导课程（92.13%），困难帮扶（89.58%）是研究生满意度较高的就业教育及服务。

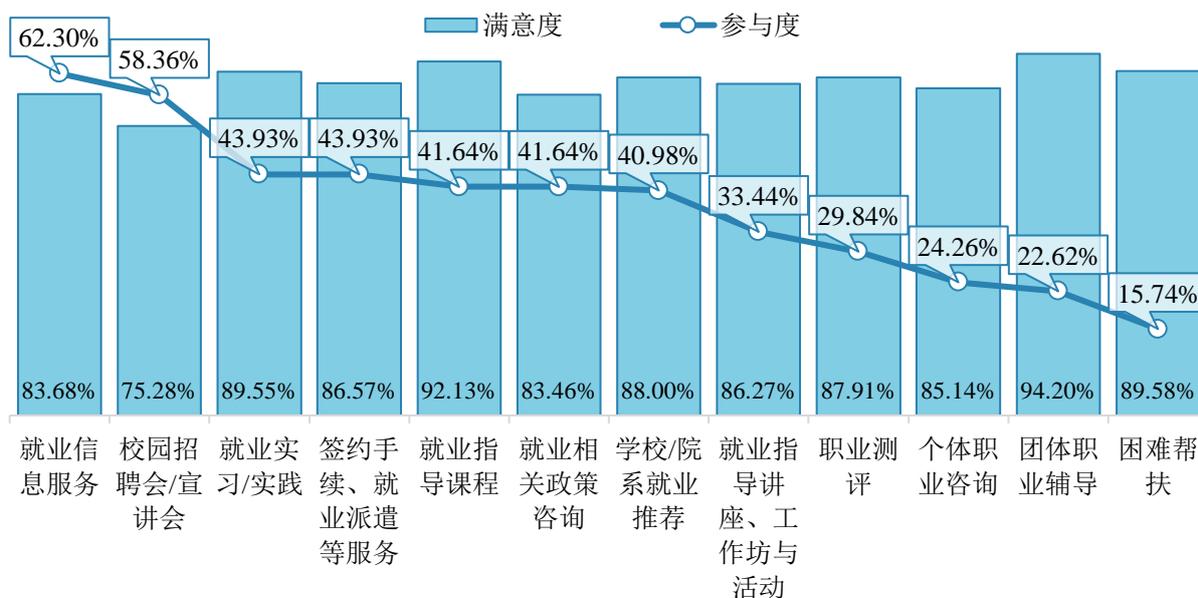


图3-19 2019届研究生就业教育及服务的参与情况和满意程度

(5) 对创业教育及服务的评价

我校为学生提供了各项创业教育及服务，从参加情况来看，研究生参加比例较高的三项依次为：创业课程（23.61%），创业相关讲座（23.61%），与创业者交流（23.28%）；从满意度来看，创业类学生社团活动（96.36%），创业课程（94.44%），参观创业企业（93.88%）是研究生满意度较高的创业教育及服务。

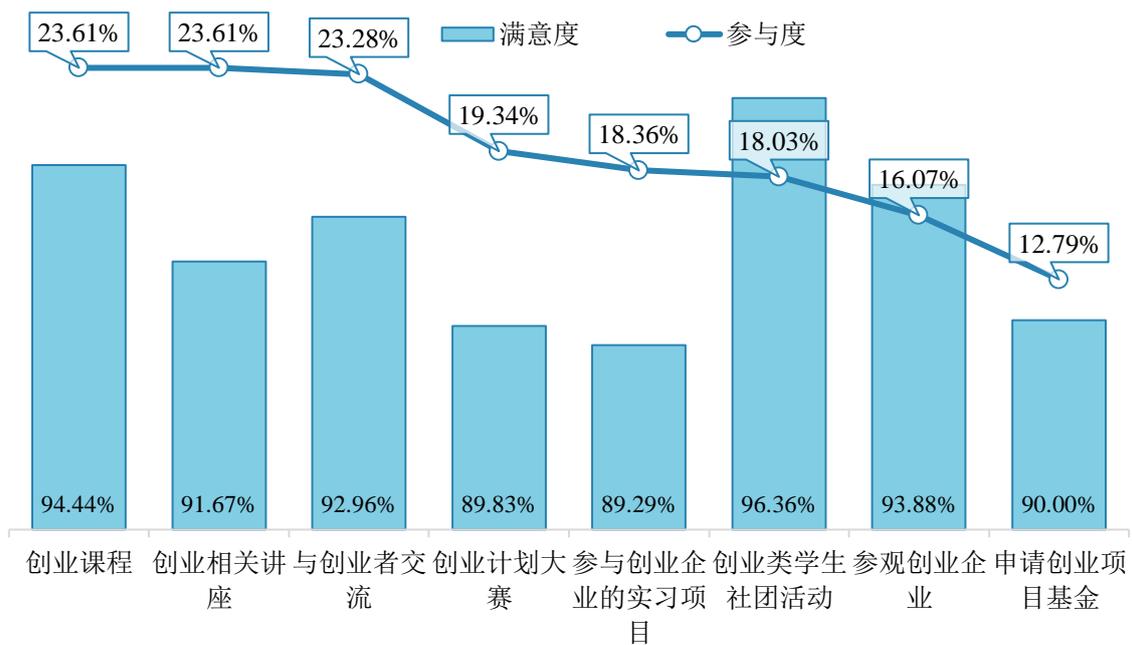


图3-20 2019 届研究生创业教育及服务的参与情况和满意程度

(6) 对学校的推荐度

89.84%的研究生“很愿意”或“愿意”推荐亲朋好友来我校就读，2.96%的研究生“不愿意”或“很不愿意”。

(7) 对学校教学方面的评价

① 对学校教学的评价

2019 届研究生中，89.50%的人对学校的教学表示“很满意”或“满意”，1.64%的人表示“不满意”或“很不满意”。

② 教学方面需要改进的地方

67.87%的研究生认为我校实习和实践环节不够，是学校在教学方面最需要改进的地方；其次是认为课程内容不实用或陈旧（21.64%）、课程考核方式不合理（19.02%）。

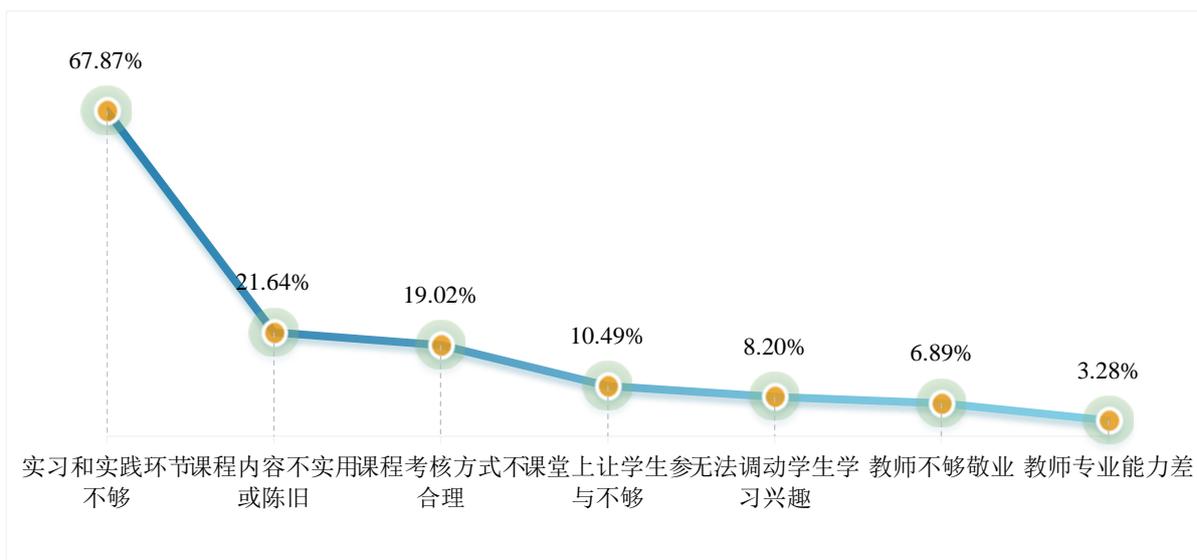


图3-21 2019 届研究生认为学校在教学方面需要改进的地方

实习和实践环节中，62.80%的研究生认为学校最需要改进的是企业实习，其次是作品展（31.40%）和艺术类比赛（29.47%）。



图3-22 2019 届研究生认为学校在实习和实践环节最需要改进的地方

（8）对学生工作的评价

2019 届研究生对学生工作表示“很满意”或“满意”的比例为 82.95%，1.31%的人表示“不满意”或“很不满意”。

二、自主创业

调查中有 64 名毕业生选择“自主创业”，本科生 41 人，研究生 23 人，其中，24 人已经

创业，40人准备创业。

（一）自主创业的原因

毕业生选择自主创业，最主要是因为有好的创业点子想实践（34.38%），其次是个人理想就是想成为创业者（21.88%）。

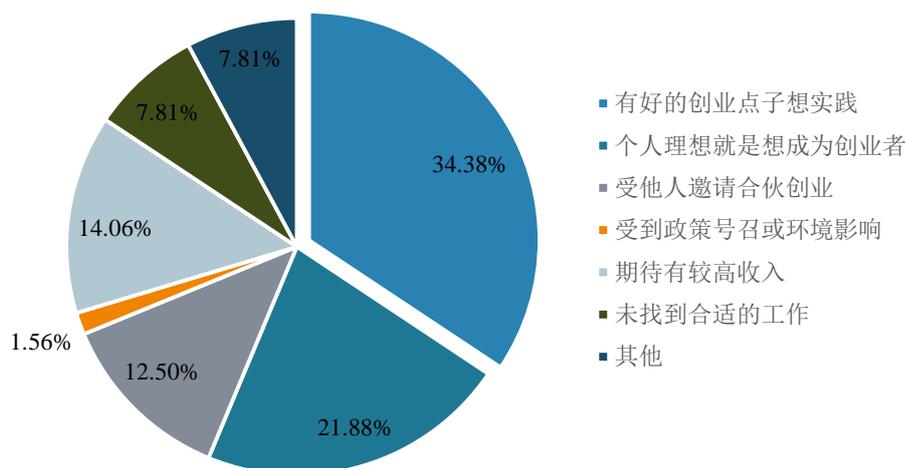


图3-23 毕业生自主创业的原因

（二）自主创业分布

1. 创业地区分布

64.06%的毕业生选择在北京市创业，其次是选择在广东省（9.38%）和湖南省（4.69%）创业。

2. 创业行业分布

毕业生自主创业主要集中在教育业（40.63%），文化、体育和娱乐业（35.94%）。

（三）创业项目的筹资途径

创业毕业生中，82.81%的人依赖单一筹资途径，17.19%的人通过两种及以上途径筹资。具体来看，自筹资金（92.19%）是毕业生最主要的筹资途径。

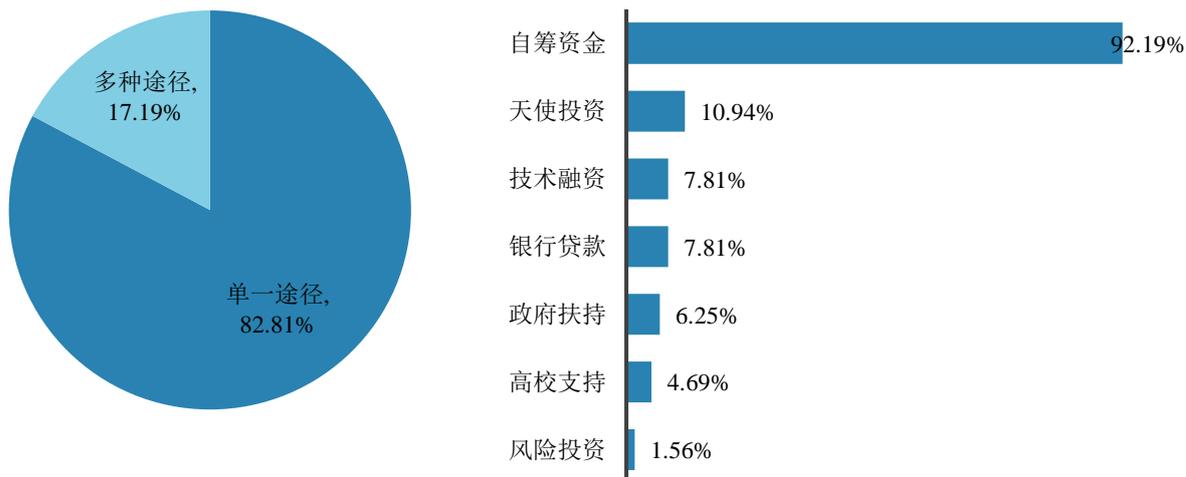


图3-24 毕业生自主创业的筹资途径

（四）创业团队经营时间及人员规模

我校毕业生所在的创业团队平均经营时间为 12.96 个月，平均人员规模为 6.29 人，其中创业团队经营时间为 6~12 个月和人员规模为 4~6 人的占比最高。

（五）创业团队收入情况

54.17%的毕业生表示所在团队目前已有盈利，41.67%的团队目前收支平衡。

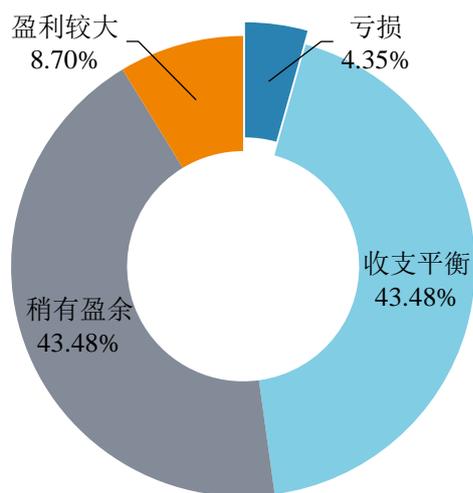


图3-25 创业团队收入情况

（六）创业过程中遇到的问题

毕业生在创业过程中遇到的各种问题中，资金问题（34.38%）是毕业生认为最难以解决的问题，其次是市场推广问题（26.56%）和政策支持（10.94%）。

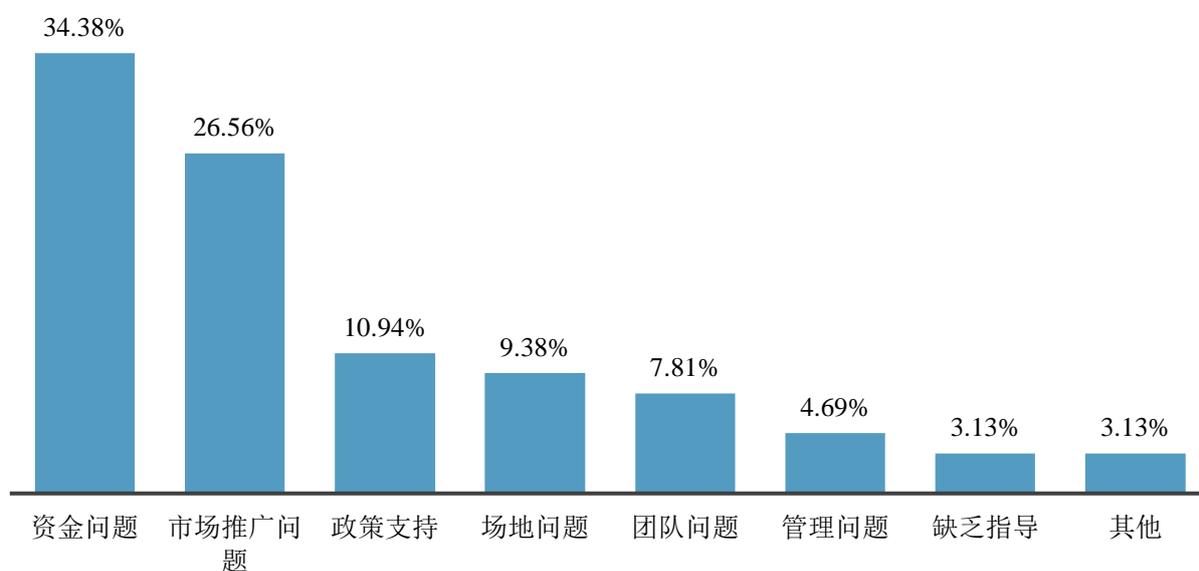


图3-26 毕业生在创业过程中遇到的最难以解决的问题

第四部分 用人单位需求调查分析¹¹

一、用人单位招聘本校毕业生情况

（一）实际与计划招聘情况

1. 实际招聘 2019 届毕业生情况

（1）实际招聘毕业生人数

参与调查的用人单位，面向我校 2019 届毕业生平均每家单位实际招聘 8 人。

（2）实际招聘毕业生专业情况

用人单位实际招聘我校 2019 届毕业生最多的前四个专业依次为：视觉传达设计、产品设计、艺术设计（硕）、动画。

（3）实际招聘毕业生岗位需求情况

用人单位在我校实际招聘需求最高的岗位是文学艺术、体育专业人员（40.00%），平均每家单位招聘 12 人；其次是招聘教学人员（10.00%），新闻出版和文化工作人员（10.00%），分别平均每家单位招聘 4 人和 10 人。

2. 计划招聘 2020 届毕业生情况

（1）计划招聘毕业生人数

用人单位计划面向我校 2020 届毕业生平均每家单位招聘 10 人。

（2）计划招聘毕业生专业情况

用人单位计划招聘我校 2020 届毕业生最多的前五个专业依次为：视觉传达设计、美术（硕）、艺术设计（硕）、环境设计、服装与服饰设计。

¹¹ 数据来源：“2019 年北京地区高校毕业生培养质量、就业服务及社会需求调查”（用人单位调查时间为 2019 年 6 月至 11 月中旬）。

（二）薪酬和福利保障情况

用人单位为我校 2019 届本科生提供的平均年薪为 11.59 万元，硕士生平均年薪为 14.04 万元，博士生平均年薪为 14.92 万元。97.30%的用人单位为毕业生提供五险，2.70%的用人单位提供五险不全；86.49%的用人单位为毕业生提供公积金。

（三）未来三年对本校毕业生的需求趋势

27.03%的用人单位表示未来三年对本校毕业生的需求将与目前持平，67.57%表示需求将增加，还有 5.41%表示尚不确定。

二、用人单位对毕业生职业能力和职业素养的需求反馈

（一）对职业能力重视程度及提升需求的反馈

用人单位招聘毕业生时重视程度最高的三项职业能力依次为：专业性知识与技能、学习能力、沟通与表达能力。同时，用人单位认为毕业生最有待提升的三项职业能力依次为：创新能力、专业性知识与技能、沟通与表达能力。

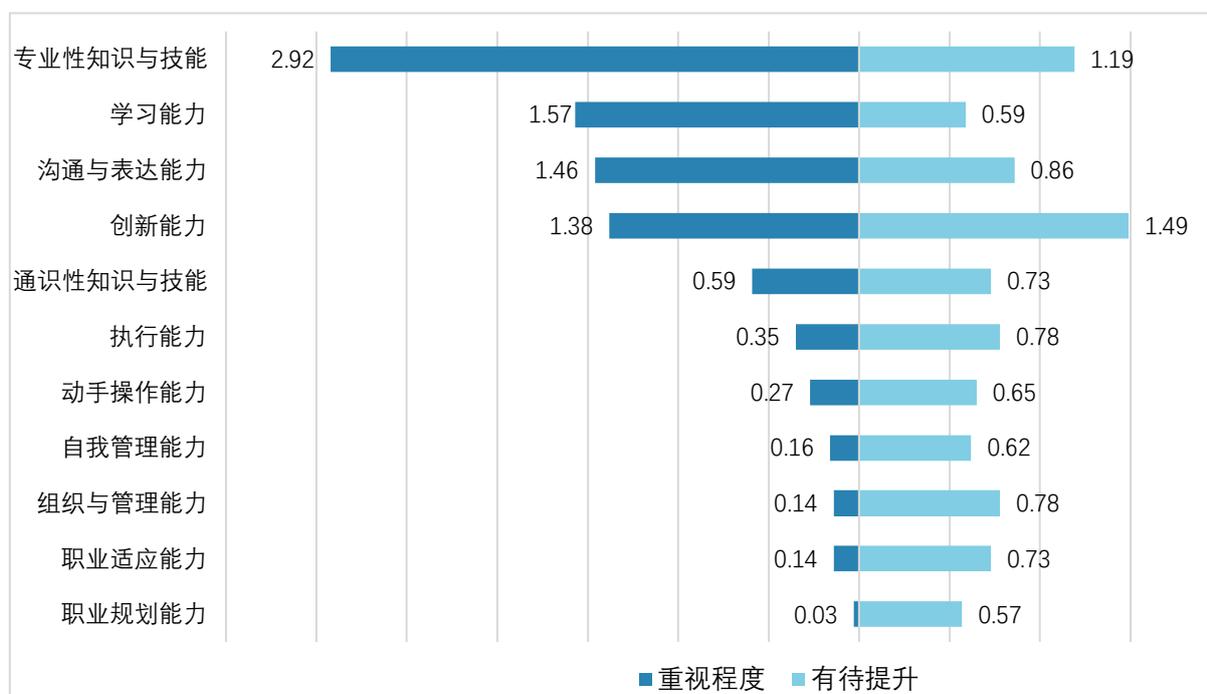


图4-1 用人单位对毕业生各项职业能力的重视程度与提升需求¹²

（二）对职业素养重视程度及提升需求的反馈

用人单位招聘毕业生时重视程度最高的三项职业素养依次为：责任感强、爱岗敬业、忠诚可靠。同时，用人单位认为毕业生最有待提升的三项职业素养依次为：积极主动、责任感强、勤奋努力。

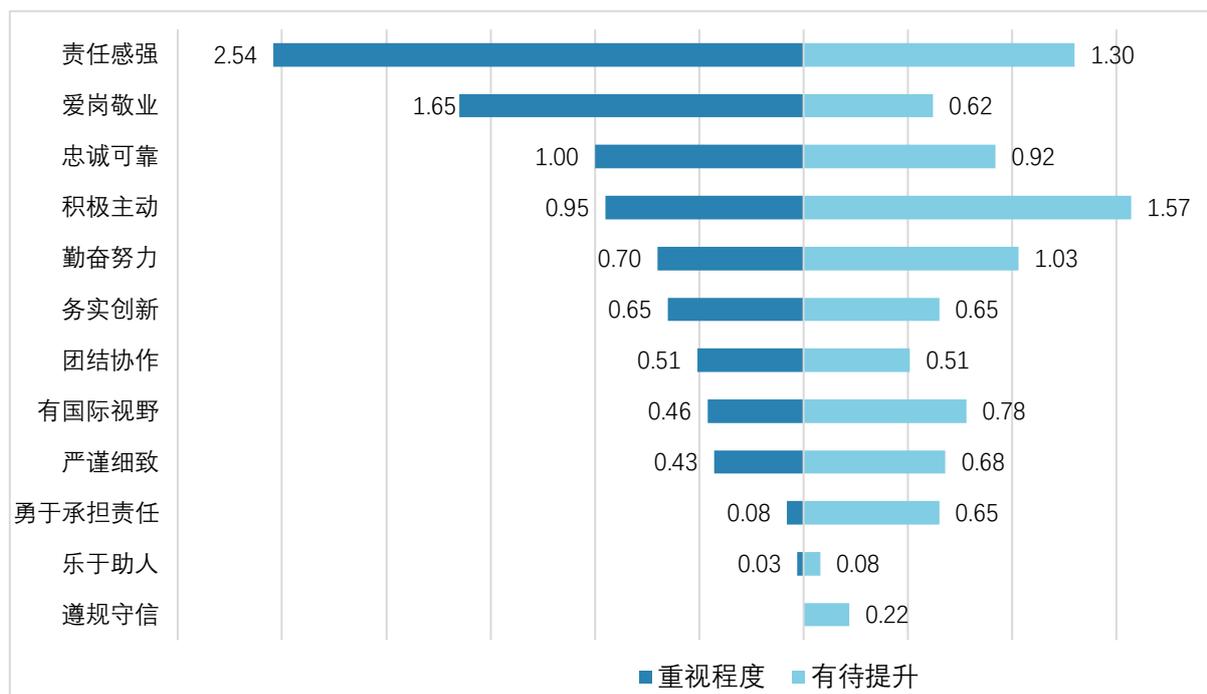


图4-2 用人单位对毕业生各项职业素养的重视程度与提升需求

（三）有益于职业发展的学校经历

各项在校经历中，用人单位认为最有益于毕业生职业发展的前三项学校经历依次为：实习实践活动、社会活动、课堂所学的知识技能。

¹² 排序题分析中，将排在第一位的赋值 5 分，第二位赋值 3 分，第三位赋值 1 分，未选记 0 分，计算每个选项的权重均值即为每个选项的得分。报告中的排序题均依此方法处理。

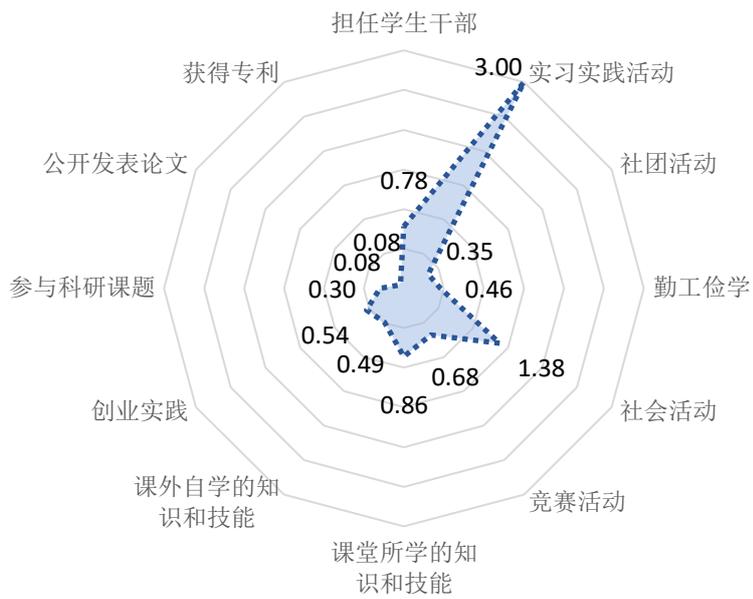


图4-3 对毕业生职业发展有益的学校经历

（四）优秀毕业生特征

用人单位认为工作中表现优秀的毕业生最突出的前三项特征依次是：专业对口、实习实践经历丰富、来自名校。

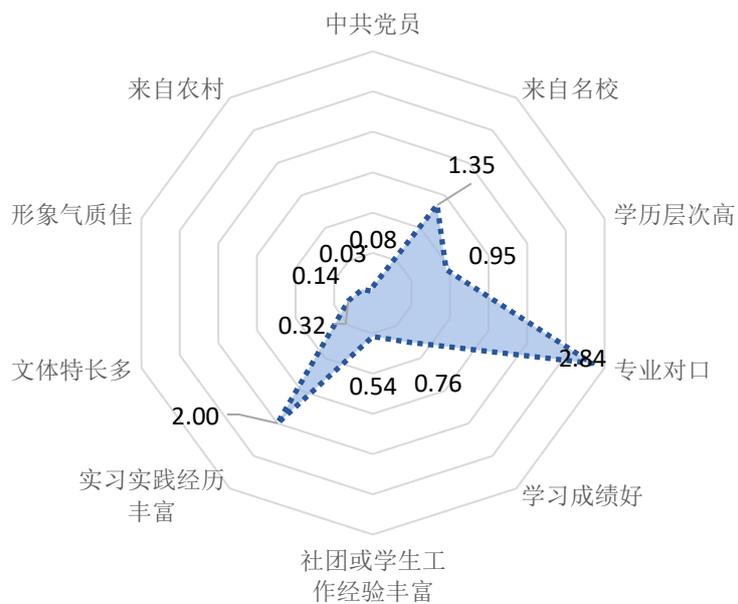


图4-4 工作中表现优秀的毕业生所具备的特征

（五）毕业生转换工作的原因

用人单位认为毕业生入职后转换工作的前三项原因依次为：工作压力太大、不能发挥专业所长、难以胜任工作要求。

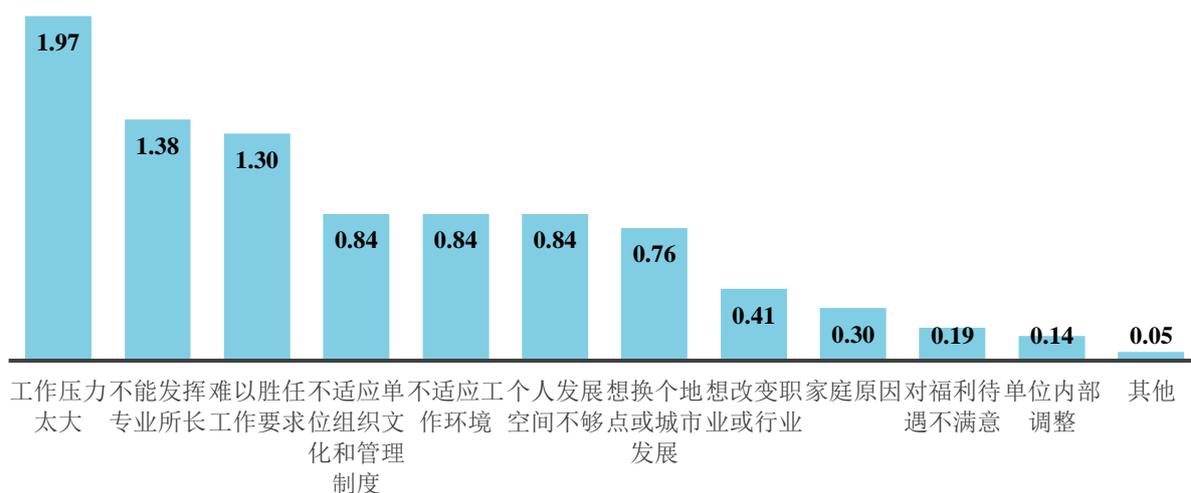


图4-5 毕业生入职后转换工作的原因

三、用人单位对本校毕业生培养质量的评价

（一）总体满意度评价

94.59%的用人单位对我校 2019 届毕业生“很满意”或“满意”。

（二）专业知识和技能的满意度评价

91.89%的用人单位对我校毕业生的专业知识和技能“很满意”或“满意”。

（三）对求职积极程度的评价

83.78%的用人单位认为我校 2019 届毕业生在求职过程中“很积极”或“积极”。

四、用人单位对本校就业服务工作的评价

（一）主要使用的校园招聘渠道及满意度评价

在用人单位招聘我校毕业生的主要校园渠道中，学校组织的招聘会、学校组织的宣讲会、学校/院系发布的招聘信息是用人单位最主要使用的渠道。对于学校提供的各项校园招聘渠道服务，97.29%的用人单位表示“很满意”或“满意”，2.70%的用人单位表示“不满意”。

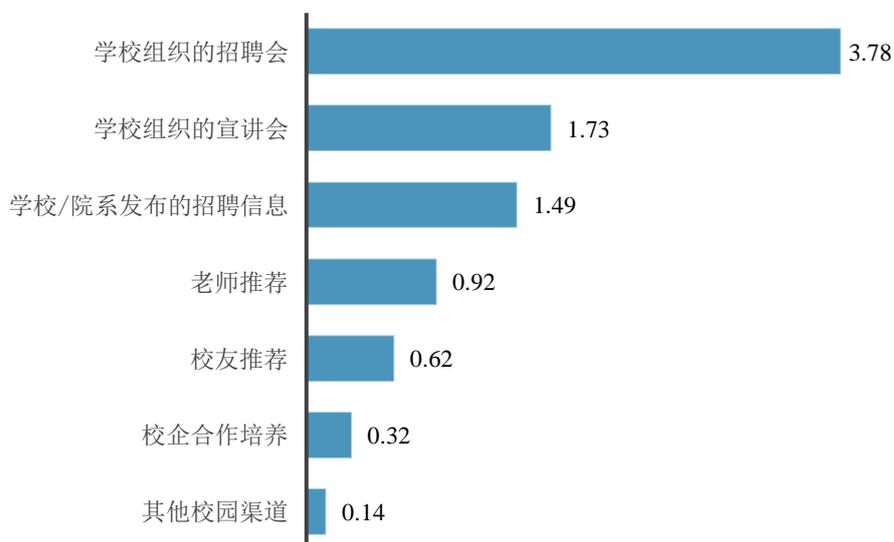


图4-6 用人单位主要使用的校园招聘渠道

（二）对本校提供的就业服务的需求及评价

1.需要的就业服务

学校提供的各项就业服务中，用人单位最需要的前三项就业服务依次为：校园招聘会的组织、招聘信息的发布、学校对毕业生的推荐工作。

2.对本校就业指导与服务工作的评价

对于我校提供的就业指导与服务，100.00%的用人单位表示“很满意”或“满意”。

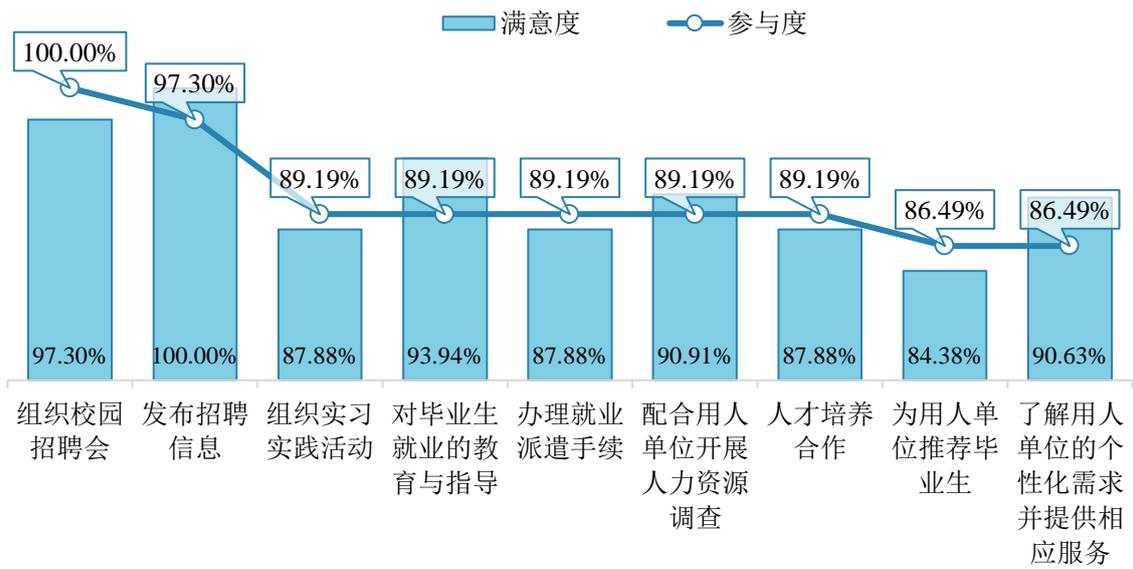


图4-7 用人单位对本校提供的就业指导与服务的参与度和满意度

第五部分 学校就业创业工作

一、弘扬“美院精神”，拓宽就业领域，着力促进毕业生多渠道就业

鼓励毕业生到重点岗位就业。鼓励毕业生发挥专长，到专业对口的国家重点岗位就业。2019年我校有造型和设计类专业毕业生到故宫博物院等重点文博部门担任文物修护与研究工
作、建筑专业毕业生到外交部担任驻外使领馆建筑设计工作、人文类专业毕业生到高等教育出版社等文化机构担任编辑与科研工作。

引导毕业生到基层就业、到部队建功。根据共青团中央的工作部署，配合我校团委完成研究生赴云南支教计划。造型学院版画系尹伊阳、人文学院邓悦、设计学院刘栗三位本科毕业生赴云南省大理州剑川县进行为期一年的支教工作。2019年人文学院本科毕业生徐成在海军某团应征入伍。

二、响应时代号召，鼓励毕业生到国家需要的地方去

服务大湾区建设，开拓就业岗位。毕业生响应国家粤港澳大湾区建设的号召，主动到大湾区落户就业。我校近三年共有183名毕业生赴深圳工作，有70多家用人单位在我校发布就业招聘信息，且数字呈逐年增长的趋势。

响应国家“美育”工作需求，毕业生投身教育行业。2018年8月30日，习近平总书记给周令钊等8位中央美术学院老教授回信，就做好美育工作，弘扬中华美育精神提出殷切期望，希望“以大爱之心育莘莘学子，以大美之艺绘传世之作”。我校毕业生不管在毕业创作、职业规划、人生发展等重大个人选择上，都注重将个人发展与时代需求相结合，近年来考取教师资格证并到中小学担任美术老师的毕业生人数逐年上升。2019届已就业毕业生中，从事教育（45.04%）领域工作的比例最高。

三、加强校企链接，构建就业工作立交桥

做好校园招聘会活动品牌。我校就业质量报告显示，校园招聘会是我校毕业生最有效的求职渠道，也是用人单位最主要的招聘渠道。2018年10月24日、2019年3月21日，我校

2019 届秋季、春季校园招聘会如期举行。恰逢我校建校一百周年，大量长期合作单位、业界知名公司报名参会，包括腾讯科技有限公司、北京电影学院、北京好利来企业投资管理有限公司、东道品牌创意集团有限公司、石家庄市委组织部等来自京津冀、沪广深多地的百余家用人单位参会，行业领域涉及政府机关、艺术院校、文化单位、企业集团，招聘岗位多达 8000 余个，专业覆盖我校不同学历层次的所有相关学科。

组织企业调研、企业开放日等活动。按照学校“建设就业工作‘立交桥’，引进来与走出去相结合，加大校企合作”的要求，学校于 2019 年 11 月组织专业教师、辅导员、少数民族学生等师生代表一行 22 人赴深圳市调研重点用人单位，拜访了“世界 500 强”腾讯公司和华为公司，回访用人单位 OPPO 公司，与深圳龙华区教育局领导深入交流，就开展相关领域的交流合作深入探讨，达成了诸多共识。2019 年，大学生就业创业指导中心组织师生走进奥美、奥雅设计、iHandy、好利来等公司，参观企业工作环境，同学们在与一线工作人员交流座谈中了解行业发展动态。

持续打造校企合作课程。在本科教学评估整改过程中，大学生就业创业指导中心大力加强《大学生就业创业指导课》课程建设，注重课堂讲授与实践考察相结合，在 2018 年与网易游戏合作开办“游戏行业工作坊”（选修）的基础上，2019 年请华为公司副总裁王辉为毕业班同学授课，分享企业成长经历。2019 年 10 月 17 日，学校党委书记高洪向王辉颁授学校创新创业校外导师聘书，就人才培养、产教融合等共同关心的话题进行了深入交流。

四、强化创新创业实践，提升创新创业品牌

积极开展各类创新创业大赛。目前，我校已形成“创业大赛”+“创新梦想秀”的两大校园创业品牌赛事活动。2019 年创业大赛大幅提高奖金额度，一等奖由之前的 5 万提升到 8 万，二等奖由 3 万提升到 5 万，总奖金额度达到了 40 万，极大地激励了学生创新创业的热情，其中推荐的优秀项目报送到第四届中国“互联网+”大学生创新创业大赛北京赛区，获得二等奖和三等奖各一个。创业大赛的优胜项目还参加了我校举办的“弘扬中华美育精神高端论坛”，获得了全国美育研究领域知名专家学者与全国重点美术院校和在京艺术院校领导的高度肯定。“创新梦想秀”大赛聚焦校园文创并与北京市教委组织的首届“新北京印象”文创大赛相结合，共收到 40 多件学生作品，取得了北京市文创大赛两个一等奖、一个二等奖、八个三等奖的好成绩。

理论联系实际推进创新创业教育。学校将专业教学、创新教育、社会实践、校外写生相结合，合理开设课程群，实现专业课程与创新创业教育的交叉、渗透、融合，在传授专业知识过程中加强创新创业教育。同时，全面系统开发开设提高学生创业意识、精神、能力等创新创业指导的必修课和选修课，丰富创新创业教育课程资源。如产品艺术专业的教学，以“实题实做”（具体项目、项目设计师直接参与、专项资金）的方式，邀请企业品牌与教学队伍的结合型团队共同教学，在市场调研的基础上，进行概念设计，完成设计方案策划等。

第六部分 对教育教学的反馈

一、以加快“双一流”建设为契机，推进就业教育与专业教育相融合

报告显示，我校 64.78%的本科生、67.87%的研究生认为教学安排中的实习和实践环节不够，是学校在教学方面最需要改进的地方。实习和实践环节中，74.54%的本科生、62.80%的研究生认为最需要改进的是企业实习。我校毕业生普遍认为满足程度相对较低的三项能力训练为：职业规划能力、职业适应能力、组织与管理能力。用人单位认为最有益于毕业生职业发展的学校经历是实习实践活动。

实习是人才培养的重要组成部分，是深化课堂教学的重要环节，是学生了解社会、接触生产实际，获取、掌握生产现场相关知识的重要途径，在培养学生实践能力、创新精神，树立事业心、责任感等方面有着重要作用。《教育部关于加强和规范普通本科高校实习管理工作的意见》（教高函〔2019〕12号）要求，“高校必须把实习摆在更加重要的位置，加强实习教学改革与研究，健全实习教学体系、规范实习安排、加强条件保障和组织管理，切实加强和规范实习工作，确保人才培养质量不断提升。”

（一） 加强实习教学体系建设

根据《普通高等学校本科专业类教学质量国家标准》和相关政策对实践教学的基本要求，结合专业特点和人才培养目标，系统设计实习教学体系，制定实习大纲，健全实习质量标准，科学安排实习内容。“教务部门是实习管理的责任部门，要组织开展实习教学改革与研究，建立健全实习管理制度，明确相关部门工作职责和 workflows，做好实习工作的检查督导。各教学单位要会同实习单位落实管理责任，加强实习组织管理，做好安全及其它突发事件的风险处置。”

（二） 巩固现有就业实习基地

按照学校建设“就业工作立交桥”的指示，持续探索校企合作长效机制，通过合作研发就业类选修课或工作坊，将用人单位的招聘需求与学生对行业的了解需求及工作适应相结合；

继续做实“大学生就业实习基地”的建设工作，对现有 11 家就业实习基地加强维护，同时激发院系在开拓实习基地、维护校企关系、保障学生实习权益等方面的工作活力，按照“双一流”建设目标筹划具有中央美术学院特色的“实验室—孵化器—助推器”创新创业教育模式，为学生在校期间创造出更多的接触社会的机会，尽早了解未来行业需求和社会发展需要。

（三） 提升教学院系、专业教师的就业指导水平

就业创业工作是教育教学的输出环节，也应是全面育人的输入环节。学校要以“立德树人”为根本，打破专业教学与行政管理的壁垒，形成“全员全过程全方位育人”的工作氛围，将“就业是最大的民生”的理念贯穿到学校教学、管理、服务的各个环节，给“招生—培养—就业”的人才培养链条滴上润滑油。毕业并不意味着育人工作的结束，专业教师既“教书”又“育人”，在精进专业教学的同时，应学习国家就业工作文件精神，掌握基本就业政策，了解学生发展需求，关心学生人生发展，在学生遇到职业发展困惑时给予力所能及的帮助和指导。

（四） 持续推动大学生就业创业课程升级

从前文 2016-2019 的毕业生就业状况调查结果来看，毕业生对于首份工作的满意度、职业发展路径的清晰度、工作福利待遇的落实情况等较之前均有稳步提升，尤其是就业满意度本科生从 2016 届的 67.98% 上升到 2019 届的 84.21%，研究生从 2016 届的 79.17% 上升到 2019 届的 91.74%，增幅较大，这与学校不断优化就业类课程、规范各项就业流程、加强就业指导、切实贯彻执行上级就业文件要求紧密相关。目前，学校启动了《大学生就业创业指导课》升级计划，将原来仅面向大学本科毕业生开课调整为贯穿本科、研究生各学历层次、各学习阶段的生涯系列课程；由原有单一的必修课，调整为必修+选修、校企就业工作坊、就业体验周、校企开放日等综合课程形式，2019 年已在城市设计学院大三年级开课，并针对 2020 届研究生毕业生开设讲座。今后，大学生就业创业中心还将为学生提供集体课程讲授与个体生涯咨询将结合的体验，尤其注重生涯指导的连贯性、科学性、适配性。

二、以弘扬中华美育精神为引导，助推大学生就业创业教育事业发展

从 2016—2019 届毕业生就业行业分布来看，教育业，文化、体育和娱乐业是主要吸纳我

校毕业生就业的行业，尤其是 2019 届从事教育业（45.04%）的比例最高。从近三次校园招聘用人单位报名情况来看，当前经济形势下，教育类企事业单位的招聘需求依旧坚挺，这也成为学校进行学生职业生涯指导的“风向标”。在校园招聘、用人单位调研过程中，教育系统用人单位反馈，美院学子美术专业能力强，但与师范类专业毕业生比，需要增强备课能力、授课技巧、教学科研水平等职业技能。

弘扬中华美育精神对于“培根铸魂”和“立德树人”的独特作用。2019 年 8 月 30 日，在习近平总书记给中央美术学院老教授回信一周年之际，中央美术学院举办“弘扬中华美育精神高端论坛”，党委书记高洪强调，“弘扬中华美育精神是理论命题，更是实践课题。”校长范迪安讲到，“习总书记在回信中清晰阐述了美术教育和美育的关系，向我们提示要以美育引领美术教育，在美术教育中突出美育。”

（一） 结合专业教学，鼓励有意愿从事美术教育的毕业生掌握教育方法论

习近平总书记在回信中清晰阐述了美术教育和美育的关系，要以美育引领美术教育，在美术教育中突出美育。这就要求学校在教学过程中树立学生正确的审美意识，培养学生感受美、鉴赏美、想象美、创造美的能力，同时，对于有意愿走向教师岗位的毕业生来说，除了应在专业领域深耕，还要不断提高创造美、研究美、传播美的能力，通过研读教育学原理、教育心理学、教育方法论等基本学科知识，掌握基本的教师职业素养，考取教师资格证等认证材料，不断提升就业竞争力，努力成为“学为人师、行为示范”的美术教育从业者。

（二） 鼓励学生开展反映时代美育精神、具有社会价值的创新创业实践

弘扬中华美育精神，将创新创业教育与美育相结合，优化专业课程设置，挖掘和充实各类专业课程的创新创业教育资源，将专业知识传授与创新创业能力训练有机融合，提升学生的专业研发兴趣和能力，为学生从事基于专业的创新创业活动夯实基础。深入挖掘“央美创客”的精神内涵，以及倡导“生活及艺术 人人皆创客”的行为方式，鼓励毕业生扎根人民群众，挖掘社会需求，进行反映时代精神、具有社会价值的创新创业项目实践，在创新创业实践中以“大爱之心”创造“大美之艺”。鼓励有创新创业想法的学生参与全国、北京市、学校大学生创新创业大赛，开展创新创业实践。

中央美术学院是中华人民共和国教育部直属的唯一一所高等美术院校，历经百年办学，汇聚中国现当代艺术与美育大师，创作大批中国现代美术史上的经典之作，培育众多顶尖艺术人才，不断传承“爱国为民、崇德尚艺”优良传统，以彰显时代的艺术设计服务国家、服务社会、服务人民，引领中国美术教育的发展方向，是中国现代美术事业和美术教育事业发展的一个重要缩影。在新百年的开局之年，学校以“双一流”建设为办学本体和发展契机，着力推动各项事业向前发展。

今后，就业中心还将持续贯彻落实学校党委对毕业生就业创业工作的指示，不断加强与重点用人单位的沟通与交流，维护与拓宽校企合作的资源和渠道，将一流艺术学子送到重要成长平台，助力我校青年艺术人才的成长成才。

附表:

2019 届毕业生主要就业数据

项目	内容	本科生	研究生	总体	
毕业去向与规模（就业信息库数据）	1.就业率	97.02%	98.20%	97.37%	
	2.人员规模	805 人 (男: 325 人, 女: 480 人)	334 人 (男: 151 人, 女: 183 人)	1139 人 (男: 476 人, 女: 663 人)	
	3.就业地区（最高落实比）	50.00%（北京）	53.21%（北京）	51.17%（北京）	
	4.单位类型（最高落实比）	34.18%（其他企业）	56.42%（事业单位）	43.80%（事业单位）	
	5.就业行业（最高落实比）	31.65%（文化、体育和娱乐业）	55.19%（教育）	45.04%（教育）	
毕业生就业创业状况调查（样本量: 1063）	就业结果	6.就业满意度	84.21%	91.74%	89.16%
		7.平均年薪	14.59 万元	11.46 万元	12.47 万元
		8.福利保障	92.98%（有保险）	100.00%（有保险）	97.59%（有保险）
			78.95%（有公积金）	95.41%（有公积金）	89.76%（有公积金）
9.发展路径（“很清晰”或“清晰”）	66.67%	84.40%	78.32%		

项目	内容	本科生	研究生	总体
	10.稳定性（3年及以上）	26.31%	51.38%	42.77%
	11.人职匹配	64.91%（专业与工作相关度） 75.44%（教育层次匹配工作需要）	98.16%（专业与工作相关度） 66.06%（教育层次匹配工作需要）	86.75%（专业与工作相关度） 69.28%（教育层次匹配工作需要）
求职过程	12.简历投递、面试机会及工作机会	7.20份/3.74次/2.24个	6.78份/3.63次/1.98个	6.93份/3.66次/2.07个
	13.求职周期	2.69个月	4.44个月	3.85个月
	14.收到第一份录用通知时间	2019年04月	2019年05月	2019年04月
	15.求职花费	1279.43元	2880.92元	2318.81元
专业培养及就业创业教育反馈	16.对本专业的喜欢态度	79.15%	95.41%	83.82%
	17.从事本专业相关工作的意愿	78.50%	95.08%	83.25%
	18.本专业课程设置满意度评价	75.20%	82.95%	77.43%
	19.本专业教师授课水平满意度	83.51%	90.49%	85.51%
	20.专业社会需求程度	62.53%	59.67%	61.71%
	21.参与度最高的就业服务	就业指导课程（84.04%）	就业信息服务（62.30%）	就业指导课程（71.87%）
	22.满意度最高的就业服务	困难帮扶（96.32%）	团体职业辅导（94.20%）	困难帮扶（94.57%）
	23.参与度最高的创业服务	创业相关讲座（37.99%）	创业课程（23.61%）	创业相关讲座（33.87%）
	24.满意度最高的创业服务	申请创业项目基金（96.25%）	创业类学生社团活动（96.36%）	申请创业项目基金（94.55%）

项目	内容	本科生	研究生	总体
自主创业	25.创业人员规模	/	/	64人
	26.主要创业地区	/	/	北京市（64.06%）
	27.主要创业行业	/	/	教育（40.63%）
	28.主要创业原因	/	/	有好的创业点子想实践（34.38%）
	29.主要筹资途径	/	/	自筹资金（92.19%）
用人单位需求调查 (样本量: 37)	30.实际和计划招聘人数	实际招聘 2019 届: 8 人, 计划招聘 2020 届: 10 人		
	31.实际招聘学历层次	本科生 6 人、硕士生 2 人		
	32.实际和计划招聘专业	实际: 视觉传达设计、产品设计、艺术设计(硕) 计划: 视觉传达设计、美术(硕)、艺术设计(硕)		
	33.未来需求趋势	67.57% (增加)		
	34.招聘时重视的职业能力	专业性知识与技能、学习能力、沟通与表达能力		
	35.招聘时重视的职业素养	责任感强、爱岗敬业、忠诚可靠		
	36.有待提升的职业能力	创新能力、专业性知识与技能、沟通与表达能力		
	37.有待提升的职业素养	积极主动、责任感强、勤奋努力		
	38.对职业发展有益的学校经历	实习实践活动、社会活动、课堂所学的知识和技能		
	39.转换工作的主要原因	工作压力太大、不能发挥专业所长、难以胜任工作要求		
	40.总体满意度	94.59%		
41.专业知识和技能满意度	91.89%			

项目	内容	本科生	研究生	总体
	42.有效校园招聘渠道	学校组织的招聘会、学校组织的宣讲会、学校/院系发布的招聘信息		
	43.最满意的就业服务	发布招聘信息、组织校园招聘会、对毕业生就业的教育与指导		