

中央美术学院

2015 年毕业生就业质量报告

目 录

第一章 就业基本情况	1
一 毕业生规模和结构	1
二 毕业生非失业率	4
三 就业流向	7
第二章 就业创业工作主要特点	14
一 弘扬“美院精神”，做好就业基础性服务工作	14
二 凝练“央美创客”品牌，推进创新创业引领计划	18
三 社会关注	20
第三章 就业相关分析	24
一 毕业生的就业质量	24
1. 收入分析	24
2. 专业相关度	27
3. 现状满意度	30
3. 离职率	32
4. 教育程度胜任要求	32
二 用人单位对毕业生的使用评价	33
1. 用人单位对毕业生的满意度	33
2. 用人单位对毕业生整体表现的评价	33
第四章 就业发展趋势分析	34
一 非失业率变化趋势及应对措施	34
二 就业质量变化趋势及应对措施	35
1. 月收入变化趋势	35
2. 专业相关度变化趋势	35
3. 现状满意度变化趋势	35
4. 就业质量变化应对措施	36
第五章 就业对教育教学的反馈	37
一 对人才培养的影响	37
1. 对学校的满意度与反馈	37
2. 就业对教学的反馈	40
3. 对创新创业教育的反馈	41
二 对招生的影响	42
三 对专业设置的影响	43
1. 素养提升情况	43
2. 基本工作能力掌握情况	45

3. 核心知识掌握情况.....	48
4. 对教育教学的反馈.....	50
四 结语	51

图表目录

第一章 就业基本情况	1
表 1-1 本校 2015 届毕业生就业情况统计	1
图 1-1 本校 2015 届本科毕业生生源地分布	2
图 1-2 本校 2015 届研究生毕业生生源地分布	2
表 1-2 本校 2015 届各学院毕业生人数	3
表 1-3 本校 2015 届本科各专业毕业生人数	3
图 1-3 本校 2015 届毕业生的非失业率	4
图 1-4 本校 2015 届各学院毕业生的非失业率	5
图 1-5 本校 2015 届各专业毕业生的非失业率	6
图 1-6 本校 2015 届本科毕业生的去向分布	7
图 1-7 本校 2015 届硕士毕业生半年后的去向分布	7
图 1-8 本校 2015 届本科毕业生从事“美术/设计/创意”职业类的比例及月收入	8
表 1-4 本校 2015 届硕士毕业生就业量最大的前 4 位职业类	8
表 1-5 本校 2015 届本科毕业生就业量最大的前 3 位行业类及月收入	9
表 1-6 本校 2015 届硕士毕业生就业量最大的前 4 位行业类	9
图 1-9 本校 2015 届本科毕业生的用人单位类型分布	9
图 1-10 本校 2015 届硕士毕业生的用人单位类型分布	10
图 1-11 本校 2015 届本科毕业生的用人单位规模分布	11
图 1-12 本校 2015 届硕士毕业生的用人单位规模分布	11
图 1-13 本校 2015 届本科毕业生在北京就业的比例及月收入	13
图 1-14 本校 2015 届硕士毕业生在北京就业的比例及月收入	13
第二章 就业创业工作主要特点	14
图 2-1 本校 2015 届毕业生接受母校提供求职服务的人数% (多选)	15
图 2-2 本校 2015 届毕业生接受母校提供求职服务并认为其有效的人数%	15
表 2-1 本校 2014-2015 年岗位需求情况统计	16
图 2-3 本校 2015 年毕业季活动安排	17
图 2-4 艾瑞深中国校友会网《2015 中国大学评价研究报告》	20
图 2-5 标准排名(中国)研究院《2015 中国高校毕业生薪酬排行榜》	21
图 2-6 《上海生活周刊》报道雕塑系邢迪、设计学院王兆绅	23
图 2-7 《收藏投资导刊》报道设计学院王兆绅、中国画学院彭笑贤、城市设计学院陈琦	23
第三章 就业相关分析	24
图 3-1 本校 2015 届毕业生的月收入	24
图 3-2 本校 2015 届硕士毕业生半年后的月收入	24
图 3-3 本校 2015 届学术硕士与专业硕士毕业生半年后的月收入	25
图 3-4 本校 2015 届各学院毕业生的月收入	25

图 3-5 本校 2015 届各专业毕业生的月收入	26
图 3-6 本校 2015 届本科毕业生工作与专业相关的人数%	27
图 3-7 本校 2015 届硕士毕业生工作与专业相关的人数%	27
图 3-8 本校 2015 届各学院毕业生工作与专业相关的人数%	28
图 3-9 本校 2015 届本科毕业生各专业毕业生工作与专业相关的人数%	28
图 3-10 本校 2015 届学术硕士与专业硕士毕业生的工作与专业相关度	29
图 3-11 本校 2015 届毕业生的现状满意度	30
图 3-12 本校 2015 届学术硕士与专业硕士毕业生的就业现状满意度	30
图 3-13 本校 2015 届各学院毕业生的现状满意度	31
图 3-14 本校 2015 届各专业毕业生的现状满意度	31
图 3-15 本校 2015 届毕业半年内的离职率	32
表 3-1 2015 年用人单位对本校毕业生工作表现满意度	33
第四章 就业发展趋势分析	34
第五章 就业对教育教学的反馈	37
图 5-1 本校 2015 届毕业生对母校满意的人数%	37
图 5-2 本校 2015 届各学院毕业生对母校满意的人数%	38
图 5-3 本校 2015 届各专业毕业生对母校满意的人数%	39
图 5-4 本校 2015 届毕业生对母校学生工作满意的人数%	40
图 5-5 本校 2015 届毕业生对母校生活服务满意的人数%	40
图 5-6 本校 2015 届毕业生对母校教学满意的人数%	41
图 5-7 本校 2015 届毕业生接受母校提供各类创新创业教育课程并认为其有效的人数%	41
图 5-8 本校 2015 届毕业生认为母校的创新创业教育需要改进的地方	42
表 5-1 毕业生考本校研究生的情况	42
图 5-9 本校 2015 届毕业生大学期间的素养提升	44
图 5-10 本校 2015 届毕业生的基本工作能力总体满足度	45
图 5-11 本校 2015 届毕业生基本工作能力的重要度	46
图 5-12 本校 2015 届毕业生基本工作能力的满足度	47
图 5-13 本校 2015 届毕业生的总体知识满足度	48
图 5-14 本校 2015 届毕业生核心知识的重要度	49
图 5-15 本校 2015 届毕业生核心知识的满足度	50

前言

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学校，学校以“尽精微 致广大”为校训，坚持“关注社会、服务人民”的办学传统，为国家和社会培养了具有民族文化传统修养和国际视野的艺术人才。我校现设有中国画学院、造型学院、设计学院、建筑学院、人文学院、城市设计学院、实验艺术学院、艺术管理与教育学院 8 个专业分院，并设有造型艺术研究所、继续教育学院和附属中等美术学校。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。

高校毕业生是国家宝贵的人才资源，新形势下我校加强对毕业生就业创业情况的研究，完善就业状况的反馈机制，是落实社会主义文化强国建设和全面深化高等教育教学改革的重要举措。为了全面客观地反映本校人才培养质量，跟踪毕业生就业状况，学校委托第三方教育管理数据咨询与教育质量评估机构“麦可思数据（北京）有限公司”实施毕业生就业状况跟踪评价项目。按照教育部、北京市教委对编制发布高校毕业生就业质量报告的工作要求，我校编制了 2015 年度毕业生就业质量报告。

本报告以我校 2015 届毕业生为调查对象，数据来源于我校 2015 届毕业生就业数据库（截止时间为 2015 年 9 月 25 日）。麦可思数据（北京）有限公司通过填答电子邮件的形式，向我校毕业三个月后的 2015 届毕业生发放答题邀请函、问卷客户端链接和帐户，调研分为就业状况，培养特色，课程评价，能力与知识，校友评价，社团活动，求职服务等几大模块，问卷发放覆盖全校各专业院系，学校的总答题率为 49.7%（总答题率=回收问卷数/被采集邮箱数）。对答题和未答题的样本进行了检验，没有发现存在自我选择性样本偏差问题（Self-selection Bias）¹。

本报告描述了我校 2015 届毕业生就业基本情况，科学分析了就业质量状况，总结了就业创业工作的经验和做法。对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具有重要意义。

¹ 自我选择性样本偏差问题：是指答题中存在某类群体选择答题的概率和其他群体有明显不同。例如，可能存在就业的毕业生更容易选择参与答题，而没有就业的毕业生可能不愿意参加答题等。

第一章 就业基本情况

一 毕业生规模和结构

1. 总毕业生数

2015 届我校毕业生人数 1103 人，其中本科毕业生 815 人，研究生毕业生 288 人（硕士 246 人，博士 42 人）。

表 1-1 本校 2015 届毕业生就业情况统计

就业形式	本科生	研究生
签就业协议	16	105
签劳动合同	49	18
升学	105	5
出国	90	3
参军入伍	1	
单位用人证明	23	51
自由职业	484	90
自主创业	34	7
拟升学	4	
拟出国	6	1
待就业	3	8
合计	815	288

数据来源：北京高校毕业生就业平台及资源管理系统（注：数据采集时间为 2015 年 9 月 25 日）。

2. 毕业生性别结构

2015 届我校毕业生中，共有男生 479 人（本科 351 人，研究生 128 人），女生 624 人（本科 464 人，研究生 160 人），男女生比例为 1:1.3。

3. 生源地分布²

2015 届我校毕业生中，京内生源 80 人（本科 58 人，研究生 22 人），京外生源 1023 人（本科 757 人，研究生 266 人），京内与京外生源比例为 1:12.8。

² 生源地指毕业生参加高考时的户籍所在地，中央美术学院附中考生为北京市生源。

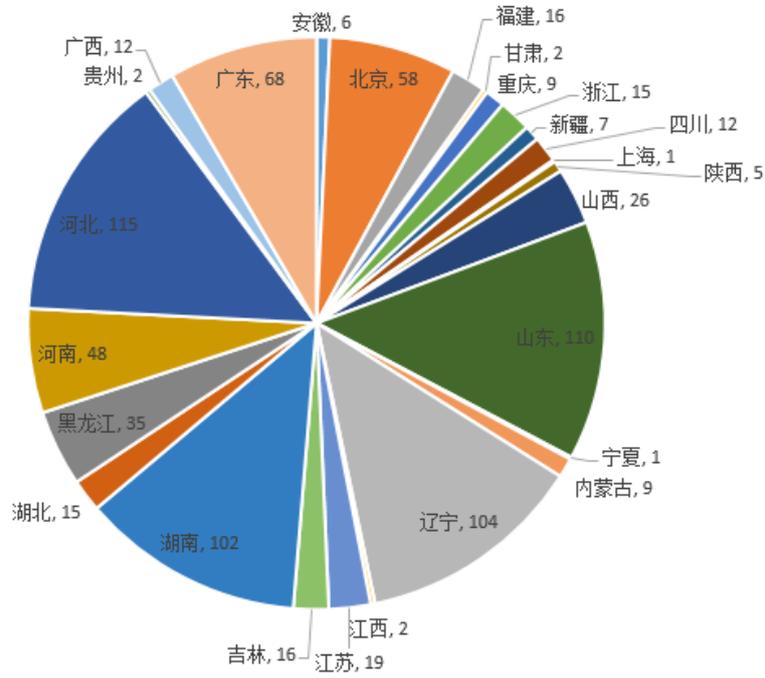


图 1-1 本校 2015 届本科毕业生源地分布

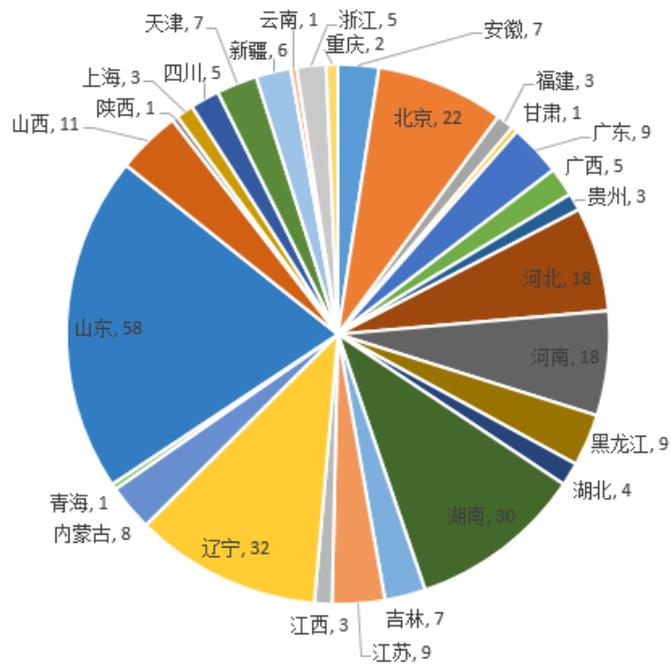


图 1-2 本校 2015 届研究生毕业生源地分布

4. 各学院及专业毕业生数

表 1-2 本校 2015 届各学院毕业生人数

学院名称	毕业生人数
中国画学院	76
造型学院	194
实验艺术学院	26
建筑学院	117
设计学院	184
人文学院	146
城市设计学院	343
造型艺术研究所	17

表 1-3 本校 2015 届本科各专业毕业生人数

专业名称	毕业生总数（人）
艺术设计	397
美术学	84
建筑学	78
动画	47
绘画	123
中国画	35
雕塑	31
书法学	10
摄影	10

二 毕业生非失业率³

1. 毕业生的非失业率

本校 2015 届毕业生的非失业率为 73.3%，本校 2014 届毕业生的非失业率为 75.5%，两届处于非失业率统计之外的毕业生均有较大比例毕业生准备读研和留学。

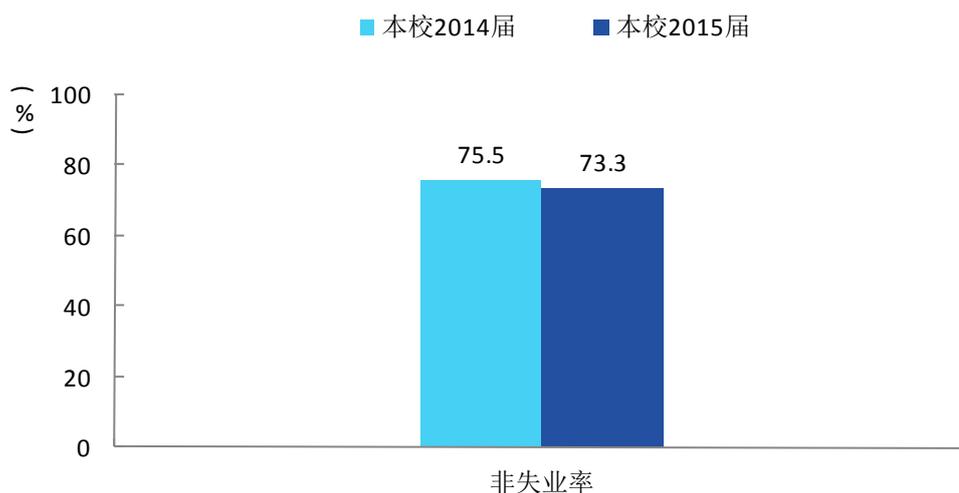


图 1-3 本校 2015 届毕业生的非失业率

数据来源：麦可思-中央美术学院 2014 届、2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

³ 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、毕业后入伍人员、毕业就读研和留学的人员，分母是全体毕业生人数。其中，“非失业人群”包括五类：“受雇全职工作”、“受雇半职工作”、“自主创业”、“毕业后入伍”、“正在读研和留学”。（资料来源：麦可思数据（北京）有限公司）

注：本部分数据为我校 2015 届本科生非失业率状况。

2. 各学院及专业的非失业率

本校 2015 届毕业生非失业率较高的学院是设计学院（89%）；非失业率较低的学院是中国画学院（32%），该学院处于非失业率统计之外的毕业生大多数准备读研和留学，非失业率较低和毕业生的就业主观选择有一定的关系。

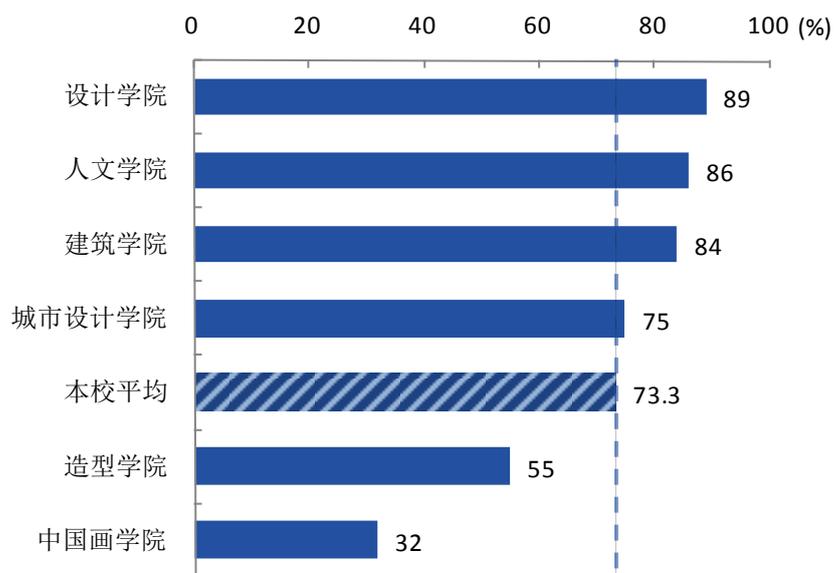


图 1-4 本校 2015 届各学院毕业生的非失业率

注：个别学院由于样本较少而没有包括在内。

数据来源：麦可思-中央美术学院 2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

本校 2015 届毕业生非失业率较高的专业是艺术设计（设计学院）（90%）、美术学（86%）、建筑学（84%），非失业率较低的专业是中国画（含书法学）（32%）、绘画（造型学院）（54%）、艺术设计（空间设计）（65%）。

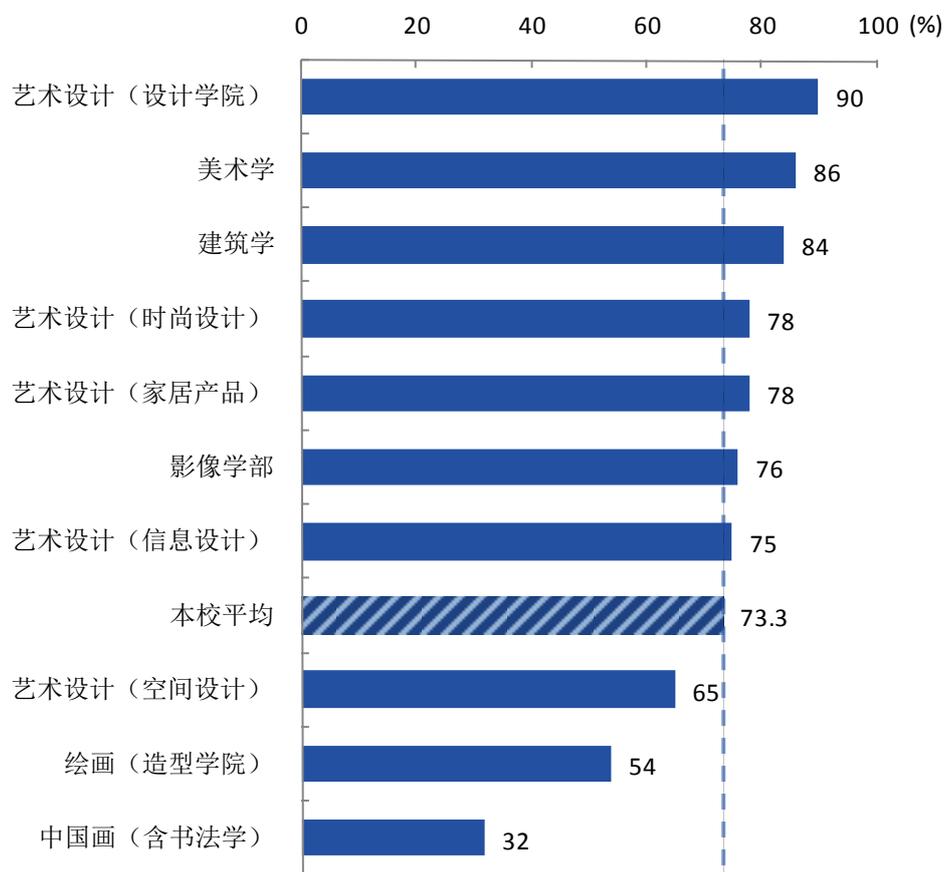


图 1-5 本校 2015 届各专业毕业生的非失业率

注：个别专业由于样本较少而没有包括在内。

数据来源：麦可思-中央美术学院 2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

三 就业流向

1. 就业去向分布

本校 2015 届本科毕业生“受雇全职工作”的比例为 42.1%，“正在读研和留学”的比例为 20.8%，“准备读研和留学”的比例为 17.9%，“无工作，继续寻找工作”的比例为 3.7%。

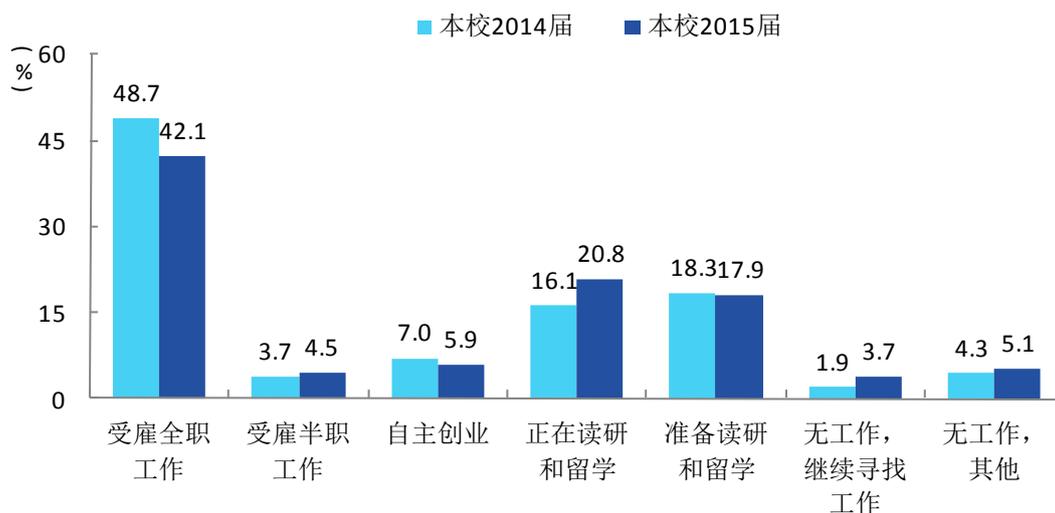


图 1-6 本校 2015 届本科毕业生的去向分布

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 2014 届、2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

本校 2015 届硕士毕业生半年后“受雇全职工作”的比例为 66.3%，“自主创业”的比例为 12.2%。

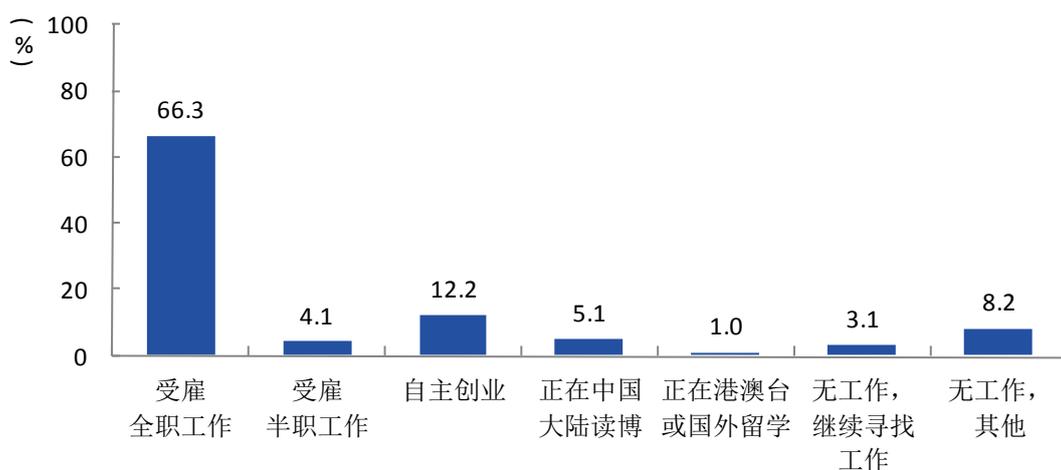


图 1-7 本校 2015 届硕士毕业生半年后的去向分布

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%。

2. 毕业生的职业流向

本校 2015 届本科毕业生就业量较大的职业类为“美术/设计/创意”(48.5%), 月收入为 6644 元。

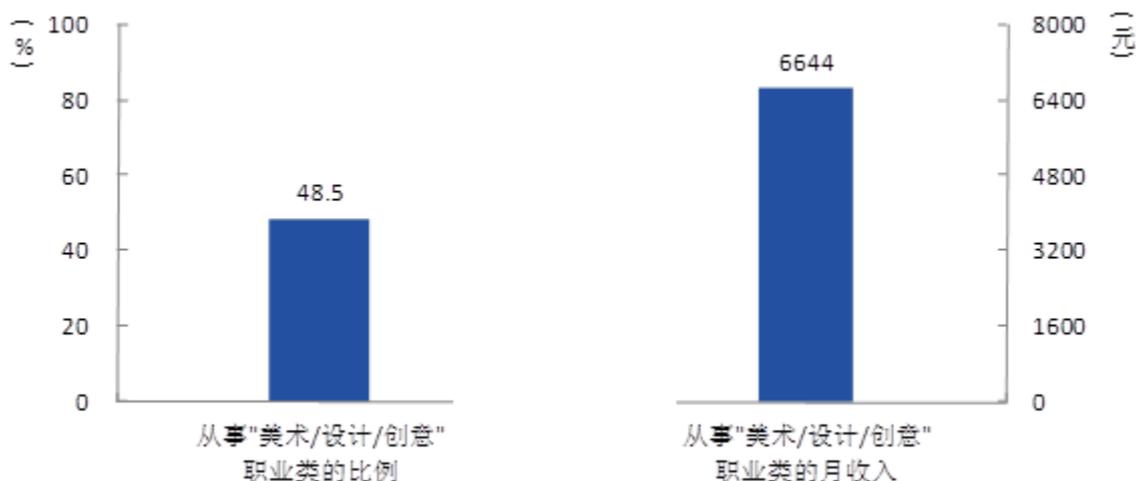


图 1-8 本校 2015 届本科毕业生从事“美术/设计/创意”职业类的比例及月收入

数据来源：麦可思-中央美术学院 2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

本校 2015 届硕士毕业生从事的主要职业类为“美术/设计/创意”(29.1%)、“高等教育/职业培训”(21.8%)、“媒体/出版”(14.5%)、“建筑工程”(12.7%)。

表 1-4 本校 2015 届硕士毕业生就业量最大的前 4 位职业类

职业类名称	占本校就业硕士毕业生的人数百分比 (%)
美术/设计/创意	29.1
高等教育/职业培训	21.8
媒体/出版	14.5
建筑工程	12.7

3. 毕业生的行业流向

本校 2015 届本科毕业生就业的主要行业类如下表所示。本校 2015 届毕业生就业量较大的行业类为“艺术、娱乐和休闲业”(20.8%)、“教育业”(17.7%)、“媒体、信息及通信产业”(16.9%)，毕业生月收入分别为 6486 元、6529 元、7643 元。

表 1-5 本校 2015 届本科毕业生就业量最大的前 3 位行业类及月收入

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月收入 (元)
艺术、娱乐和休闲业	20.8	6486
教育业	17.7	6529
媒体、信息及通信产业	16.9	7643

数据来源：麦可思-中央美术学院 2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

本校 2015 届硕士毕业生就业的主要行业类为“教育业”（30.9%）、“艺术、娱乐和休闲业”（25.5%）、“媒体、信息及通信产业”（16.4%）、“建筑业”（12.7%）。

表 1-6 本校 2015 届硕士毕业生就业量最大的前 4 位行业类

行业类名称	占本校就业硕士生的人数百分比 (%)
教育业	30.9
艺术、娱乐和休闲业	25.5
媒体、信息及通信产业	16.4
建筑业	12.7

4. 毕业生的用人单位流向

本校 2015 届本科毕业生主要就业的用人单位类型是民营企业/个体（78%），比本校 2014 届（71%）高 7 个百分点。

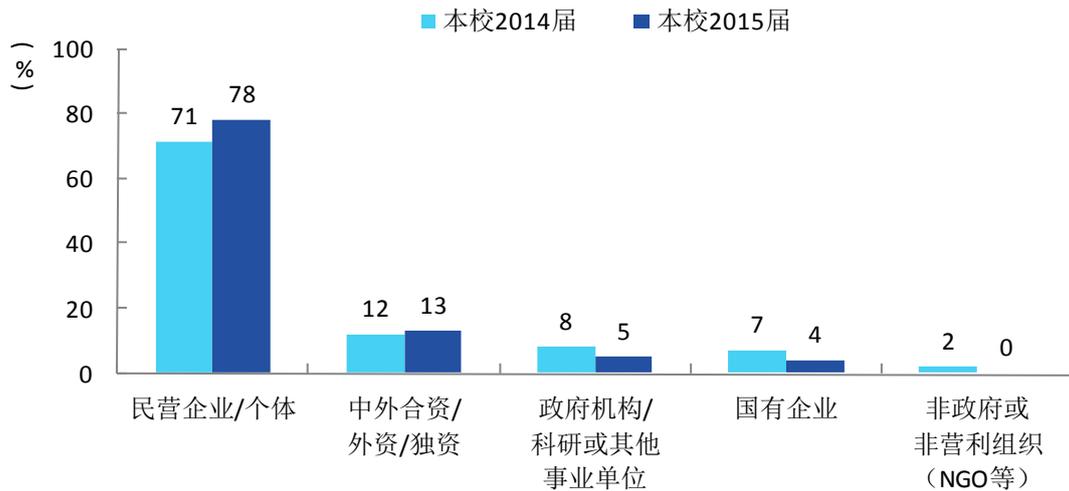


图 1-9 本校 2015 届本科毕业生的用人单位类型分布

数据来源：麦可思-中央美术学院 2014 届、2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

本校 2015 届硕士生主要就业的用人单位类型是民营企业/个体（45%），其次是政府机构/科研或其他事业单位（33%）。

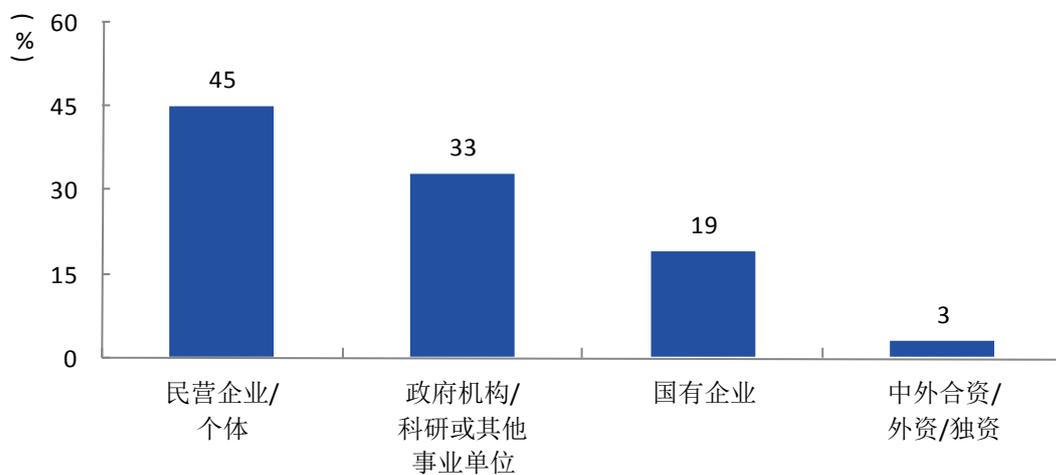


图 1-10 本校 2015 届硕士毕业生的用人单位类型分布

注：非政府或非营利组织（NGO 等）因比例不足 1%，所以没有包括在内。

本校 2015 届本科毕业生主要就业于 50 人及以下规模的小型用人单位（54%），与本校 2014 届（55%）基本持平。

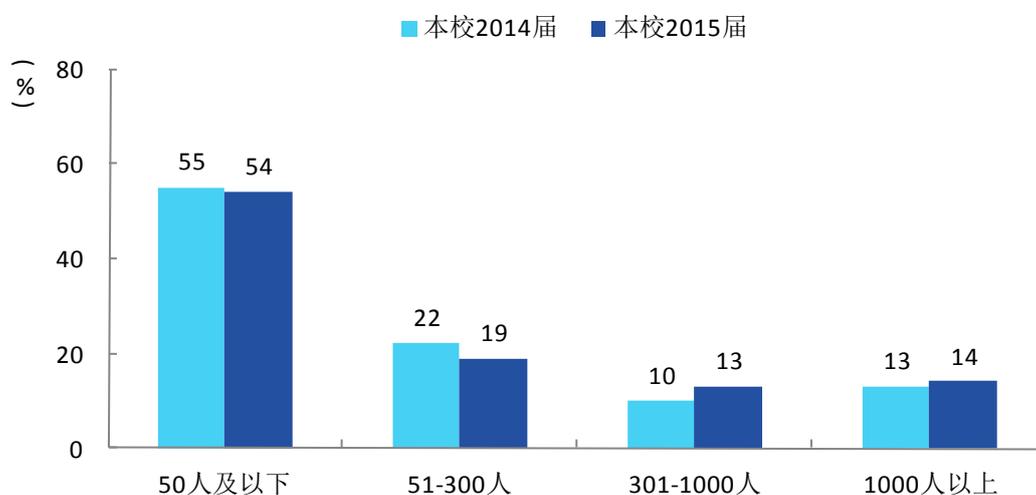


图 1-11 本校 2015 届本科毕业生的用人单位规模分布

数据来源：麦可思-中央美术学院 2014 届、2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

本校 2015 届硕士毕业生主要就业于 300 人及以下规模的中小型用人单位（65%）。

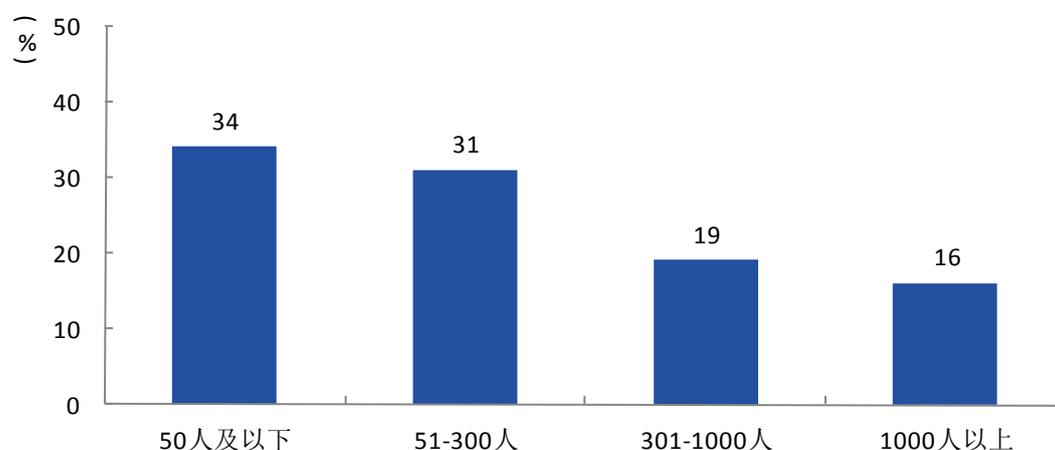


图 1-12 本校 2015 届硕士毕业生的用人单位规模分布

5. 毕业生进入典型用人单位的就业情况

所在院系	专业名称	部分 2015 届毕业生签约单位
中国画学院	美术学（学术型）、美术（专业型）	广西艺术学院
造型学院 （含实验艺术学院、造型艺术研	美术学（学术型）、美术（专业型）	中国少先队事业发展中心 北京歌华文化发展集团 大连艺术学院

所在院系 究所)	专业名称	部分 2015 届毕业生签约单位
		清华大学 北京工美集团有限责任公司技术中心 新疆艺术学院
人文学院	美术学（学术型）	人民出版社 中国美术馆 中国国家博物馆 北京市朝阳区孙河乡人民政府 四川美术学院
设计学院	设计学（学术型）、艺术设计（专业型）	故宫博物院 腾讯科技（深圳）有限公司 中国集邮总公司 北京市顺义区高校毕业生到农村工作办公室 密云教委密云第七中学 中国美术出版社
建筑学院	建筑学、设计学	北京市建筑设计研究院有限公司 中科院建筑设计研究院有限公司 北京城建设计发展集团股份有限公司 万科企业股份有限公司 北京小学大兴分校
城市设计学院	设计学（学术型）、艺术设计（专业型）	中铁建设集团有限公司 北京筑邦建筑装饰工程有限公司 长沙师范学院

数据来源：北京高校毕业生就业平台及资源管理系统。

6. 毕业生就业的主要城市流向

本校 2015 届就业的本科毕业生中，有 78.4% 的人在北京市就业，毕业生月收入为 6465 元。

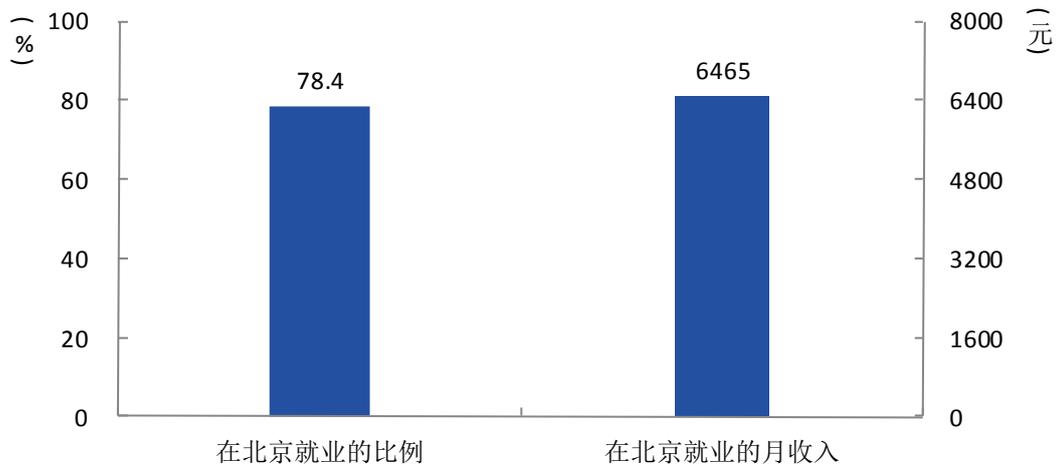


图 1-13 本校 2015 届本科毕业生在北京就业的比例及月收入

数据来源：麦可思-中央美术学院 2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

本校 2015 届硕士毕业生在国内工作的主要城市类型为“直辖市”（82%），在北京就业的比例为 70.0%，其毕业半年后月收入为 6956 元。其中，学术硕士毕业生半年后的月收入为 7303 元，专业硕士毕业生半年后的月收入为 6224 元。另外，读研究生之前已有工作的毕业生，其毕业后月收入为 7564 元，比读硕士前（4791 元）高 2773 元。

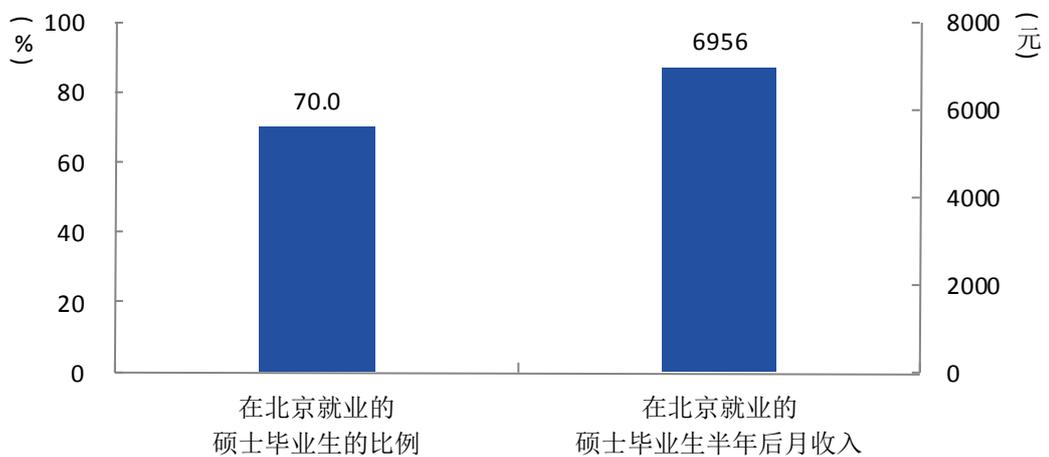


图 1-14 本校 2015 届硕士毕业生在北京就业的比例及月收入

第二章 就业创业工作主要特点

我校毕业生就业创业工作以助力高端艺术人才的成长成才为目标，通过积极为毕业生搭建各类成长平台，确保毕业生就业、升学、留学、自由职业、自主创业等就业形式与实际需要相匹配。2015年，我校多渠道开展毕业生就业创业指导和服务，多渠道筹措专项基金帮扶创业，筹建创业孵化园区”列为学校2015年度重点工作，坚持“以创业带动就业”，把鼓励、帮扶大学生就业创业作为符合美院学生需求的重点来推进，在开展就业创业服务和鼓励创新创业实践方面开展了一系列工作。

一 弘扬“美院精神”，做好就业基础性服务工作

1. 积极拓宽就业渠道，促进毕业生充分就业

2015年就业形势依旧严峻，我校大学生就业创业指导中心鼓励毕业生发扬“注重使命、崇尚学术、尊重人才、兼容并蓄”的美院精神，帮助毕业生树立全局意识，树立到全国各地、到西部、到基层去的就业观念，通过就业创业课、学生工作微信公众号、就业信息网、海报宣传栏、就业指导报等多种手段宣传国家、北京市就业创业政策。

继续做好大学生赴西部支教工作。1名本科毕业生参加优秀共产党员毕业生赴新疆工作选拔并被顺利录用，3名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。

继续做好大学生服义务兵役、北京市大学生村官招录、北京市农村中小学音体美老师招考等就业项目的宣传推广工作。与兵役部门密切配合，做好宣传动员和组织发动工作，进一步完善和落实学费补偿贷款代偿学费减免、退役后复学升学、就业创业等政策，鼓励更多毕业生应征入伍。积极宣传北京市村官和农村美术教师等各项文件和精神，完成各项审核和确认，并做好毕业派遣的相关工作。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。

2. 升级就业创业指导课，提供适应需求的课程指导

2015年，我校将原有的本科生公共必修课《就业指导课》整合为《大学生就业创业指导课》。课程内容包括“美院就业情况概述、考研政策解读”、“就业信息搜集与简历制作”、“留学深造与职业发展”、“劳动合同法、知识产权与就业权益保护”、“大学生创新意识与创业精神的培养”、“创业计划书的撰写”、“用人单位HR访谈与模拟面试”、“校友职业体验与创客经验分享”、“面试技巧”等。将“央美创客”案例（40个）集结成册，结合创业课程体系内容，组织撰写了《中央美术学院大学生创新创业教育（2015年版）》计划于2016年出版，作为课堂讲授的主要部分；按创业方向把“央美创客”成功的创业故事拍摄成微电影（已完成5部），作为课程视频教材在

课上辅助播放；聘请我校有创业经历的教师、其他高校创业指导专家、创业成功人士作为客座教授在创业指导课上进行专题讲座；组织学生参观创意工坊、中关村创业大街、大学科技园区、创业孵化器，增加实践体验参观内容。本校 2015 届毕业生接受“辅导简历写作”和“大学组织的招聘会”求职服务的比例（分别为 46%、42%）均较高，其有效性分别为 69%、64%。

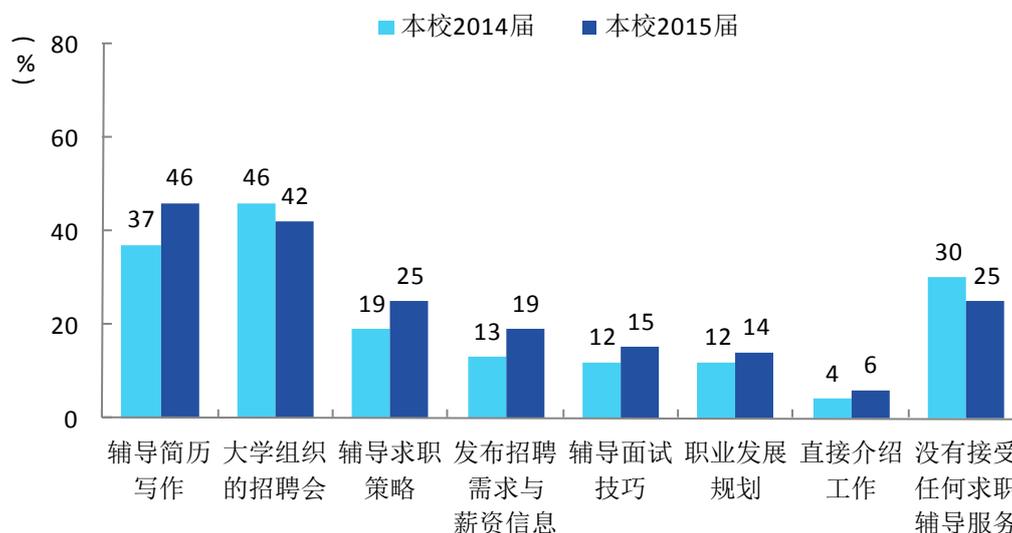


图 2-1 本校 2015 届毕业生接受母校提供求职服务的人数% (多选)

数据来源：麦可思-中央美术学院 2014 届、2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

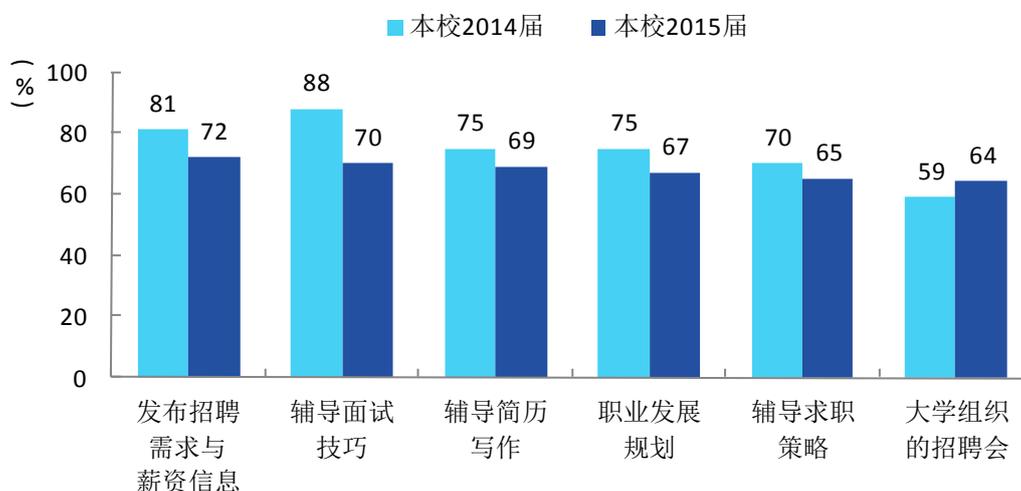


图 2-2 本校 2015 届毕业生接受母校提供求职服务并认为其有效的人数% (多选)

注：“直接介绍工作”求职服务的有效性因样本数较少，没有包括在内。

数据来源：麦可思-中央美术学院 2014 届、2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

3. 打造多元宣传平台，提供对口就业资讯

大学生就业创业指导中心打造毕业生推介平台，向用人单位输送优秀艺术人才。除了举办

校园招聘、专场宣讲会、毕业生推介会等传统活动之外，依托就业信息网、“中央美院学生工作”微信公众号、“央美就业指导报”等线上线下资源，为毕业生做好实习和招聘信息的收集、整理及发布工作。

2015届冬、春两季校园招聘，分别邀请来自教育、文化、传播、建筑、设计等领域的80余家单位参加，提供共计500余个岗位的用人需求。此外，包括北京建筑设计研究院、光线传媒、魔漫相机等10余家单位在我校进行专场招聘。

表 2-1 本校 2014-2015 年岗位需求情况统计

	时间	单位数量	招聘专业	备注
冬季校园招聘	2014. 11	60 家	美术相关	岗位供需比超过 1:1
春季校园招聘	2015. 4	70 家	美术相关	
家居行业专场招聘	2015. 6	30 家	家居设计	
企事业单位宣讲会	2014-2015	10 场	美术相关	
网站招聘信息	2014-2015	270 余条	美术相关	

4. 开启全新毕业季，组织毕业生文明离校

2015年6月，我校开启首届毕业季，集中一个月全景式展示所有学科毕业生学习、实践的艺术、学术成果，向全社会展示中央美院的教学成果与教育状态，全面接受社会的检验。毕业季既是内部师生交流的空间，也是学校、毕业生与社会各界交流的平台。毕业季向全社会开放，倾全校之力，精心打造为学生、教师和学校的节日，努力培育为高等艺术教育领域和全国美术界具有引领性的品牌。毕业季期间，用人单位代表、企业负责人、天使投资人、社会团体受邀参加我校毕业生推介会、观摩毕业展，对我校毕业生情况有了更深入的了解。从毕业生座谈会到院系特色送别晚会，从毕业生集中派遣到离校手续联合办公，从精彩的毕业创作展览到庄严的毕业典礼暨学位授予仪式，每个环节都充分体现学校对毕业生的尊重和人文关怀，保证每位毕业生在温暖、积极的情绪中离开学校走向社会。

2015中央美院毕业季活动一览 EVENTS LIST	2015中央美院毕业季活动一览 EVENTS LIST	2015中央美院毕业季活动一览 EVENTS LIST
6月12日 “北京视觉艺术高精尖创新中心”启动仪式 地点：美术馆学术报告厅	6月15日 央美创客创业孵化园挂牌仪式 地点：虚拟文化艺术中心	6月20日至28日 中央美院支持小学美术特色教育成果展 内容：中央美院携手北京地区四所小学共建美育特色教育工作2015年度成果展
6月12日 艺术管理与教育学院成立仪式 地点：美术馆学术报告厅	6月15日 “面对面”师生互动交流 内容：朋辈教师评选与互动	6月25日 丝绸之路艺术艺术研究协同创新中心成立仪式暨学术论坛 地点：美术馆学术报告厅、图书馆报告厅
6月12日 美院与中信国安校企战略合作签约仪式 地点：美术馆学术报告厅	6月15日 城市设计学院毕业生专场招聘会 地点：校园内	6月中旬 城市设计学院话剧社毕业大戏 地点：城市设计学院
6月12日 第七届影像嘉年华 地点：美术馆学术报告厅	6月15日至19日 雕琢梦想 地点：雕塑系多媒体会议室	6月22日至30日 毕业生赠别 地点：校园内
6月13日、18日 高端对话沙龙 地点：圆形剧场	6月15日至19日 跳蚤市场 地点：多功能厅前广场	6月30日 毕业典礼 地点：多功能厅前广场
6月13日 定位与规划：建构“十三五”美术教育新格局：2015美协美术教育委员会会议 地点：美术馆贵宾厅	6月16日 毕业生座谈会 地点：图书馆报告厅	6月30日 学位授予仪式 地点：北区礼堂
6月14日 校友交流日 内容：校友校领导见面会、教学成果观摩、校友代表座谈会	6月16日 “生活·创意设计”研讨会 地点：电教学术报告厅	6月30日 毕业照拍摄 地点：校园内
6月14日 “四校四导师”实验教学颁奖礼 地点：美术馆报告厅	6月18日 第二届全国艺术院校哲学社会科学 发展论坛 地点：美术馆学术报告厅	
2015中央美院毕业季活动一览 EVENTS LIST	2015中央美院毕业季活动一览 EVENTS LIST	2015中央美院毕业季活动一览 EVENTS LIST
6月1日 媒体专场看展暨毕业季新闻发布会	6月3日 “大家”谈 地点：美术馆咖啡厅 / 内容：与美术界的“大家”对话	6月8日至9日晚 毕业大戏《央美版·暗恋桃花源》 地点：北区礼堂
6月1日晚 毕业季启动仪式 地点：多功能厅前广场 / 内容：师生共迎2015毕业季、毕业影像秀、学位颁发、服装作品秀、现场演出等 ...	6月4日—21日 走进赫斯特建筑工作室 地点：美术馆	6月8日 福建莆田市专业技术人员现场教学 地点：校园内
6月1日—30日 本科生毕业作品展 地点：校内各展区	6月5日 “拍客青春 毕业祝福”集章活动 地点：校园内	6月8日 2015智能汽车交互设计论坛 地点：设计学院交通工具设计工作室
6月1日—30日 毕业生推介计划 用人单位与毕业生交流 / 招聘信息发布 / 毕业生作品网上推广	6月5日 工作室开放日 内容：各专业工作室向社会开放	6月10日 全国美术学院党委书记联席会 地点：图书馆报告厅
5月27日—22日 B3+Beijing动态影像展 地点：美术馆二层展厅	6月5日至30日 雕塑系年度习作展 地点：雕塑系通道画廊	6月11日至12日 毕业季开放日 朝阳区中小学师生、家长看毕业展
6月2日至7日每晚 吾聊 地点：校园草坪、圆形剧场 / 内容：对话美院毕业生代表	6月5日至8日 瓦尔达影像奖经典回顾 地点：红椅子报告厅	6月12至13日 “为社会创新的美术教育” 国际美术教育学术研讨会 地点：美术馆学术报告厅
6月2日 第六届大学生创业大赛决赛 地点：电教学术报告厅	6月5日 北京艺术高校联盟活动日 地点：雕塑系多媒体会议室	6月12日 学院之变：美术教育的新图景 国际高等艺术院校校长论坛 地点：美术馆学术报告厅
6月3日 实验艺术学院本科毕业展聆听会 地点：美术馆贵宾厅	6月7日 首届“青春的学术”：艺术的历史与理论学术研讨会 地点：美术馆报告厅 / 内容：人文学院2015届毕业生代表论文讨论会。	

图 2-3 本校 2015 年毕业季活动安排

5. 提高服务针对性，完善困难毕业生就业帮扶机制

为了加强对家庭经济困难学生的就业帮扶，大学生就业创业中心认真贯彻《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，向北京市人社局报送我校 2015 届享受城乡居民最低生活保障家庭的毕业生获得国家的求职补贴。另外，掌握家庭困难毕业生、少数民族毕业生、女性毕业生、残疾毕业生等困难群体的具体情况，有针对性地开展工作指导、岗位推荐、技能培训、低保家庭毕业生求职补贴发放等工作。

我校 2015 届毕业生中，共有少数民族学生 87 人，其中，本科生 62 人、硕士研究生 23 人、

博士研究生 2 人。本科毕业生中，1 人签订劳动协议、2 人签订劳动合同、7 人出国留学、8 人上硕、4 人拟考研、40 人为自由职业。研究生毕业生中，9 人为新疆、内蒙古、湖南、广西、云南的“少数民族骨干计划”学生，毕业后返回原工作单位或生源地继续工作或深造；7 人签订就业协议、3 人拟签订协议，工作单位主要是教育、文化、科学研究相关行业的国有企业、事业单位和高等教育机构；6 人为自由艺术家。学校将协同各院系继续追踪困难群体毕业后的实际发展情况，给予持续的关注、关怀与力所能及的支持。

6. 离校不离心，加强未就业毕业生统计

注重为有就业意愿尚未就业毕业生、暂不就业毕业生提供持续的就业服务。我校在认真统计离校未就业毕业生数据的基础上，增强与毕业生的联系，提供更加人性化的服务。在每一届毕业生的派遣工作中，原则上不为毕业生保留户档。以自由职业、出具用人单位证明为就业形式的大多数毕业生已经二分回生源地，对于少数正在与单位签订三方协议的毕业生，涉及到用人单位指标、人事局审批程序等具体问题，学校出于方便毕业生办理入职报到手续的考虑，同意由毕业生本人提出暂缓派遣申请，经院系同意后由学校为其保留户档至当年年底。

此外，申请自费出国留学的毕业生本阶段正处于结构性空白，虽然这部分毕业生已经拿到国外大学入学通知书，但由于通过签证及毕业证学位证的时间问题，不能在毕业前顺利将户档留存教育部留学服务中心，学校也采取暂时保留户档至当年九月底的做法，以帮助毕业生顺利办理留服中心集体户手续。

二 凝练“央美创客”品牌，推进创新创业引领计划

1. 以“央美创客”为品牌，全面推进创新创业教育工作

“大众创业 万众创新”热潮兴起，国家和北京市高度重视并鼓励高校毕业生就业创业工作，在北京市教委的关心指导下，学校着重打造“央美创客”品牌。央美创客以“尽精微 致广大”的校训精神作为指引，以“创新创意”为内核，具备“有梦想、有激情、有知识、有创意”的特质。目前“央美创客”的创新创业方向集中于产品设计、服装首饰设计、平面形象设计、艺术教育、电子商务等领域，创业项目倾向于通过创新创意解决社会生活中的问题、用艺术的手法提升生活质量，推动文化艺术产业的发展。

2. 打造品牌活动，营造创新创业氛围

2015 年 5 月至 6 月，我校第六届大学生创业大赛成功举办，并在校内外获得一致好评。此次大赛共有来自我校三个校区六十余支大学生创业团队参加，大赛组委会先后邀请学校专业老师以及社会各界优秀企业家等十余名创业导师，通过初选、初赛、决赛等多个环节，最终评选

出实践组、创意组、社会组共计 30 支优秀团队。2015 年 10 月，我校 2015 “CAFA 创新梦想秀”正式启动，共有 30 余支学生团队提交创新创意项目计划。品牌创新创业活动的举办营造了良好的创新创业氛围，资金支持和项目孵化助力央美学子实现“艺术梦创业梦”，为有自主创业意愿的学生提供多元的实践、交流和学习平台。

3. 搭建宣传平台，丰富线上线下活动

以“央美创客”微信公众号为载体，形成线上线下统一品牌。在线上搭建对外宣传与沟通的微信平台、微博等新媒体平台，在线下以孵化园为纽带，为每一位央美创客倾力构筑多维网络体系，从创客故事的挖掘与分享，创新创意产品的发布与展示，到创业项目的孵化与指导，创新创意思维的培训与提高。

2014 年 12 月，央美创客通过官方微信平台（cafa-maker）发出了第一篇文章，如今已尽推送近百名“央美创客”故事，关注度更是达到了 11 万人之多。2015 年 10 月，我校成立“央美创客俱乐部”，联合数百名在校学生和毕业校友共同打造全新的线下交流平台，俱乐部还将挂牌学校 cafa 咖啡厅，营造涵盖办公和交流功能的活动空间。

4. 设计符合美院特色的创新创业课程

将创新创业教育贯穿人才培养全过程，与学校教务处协同开发具有美院特色的创新创业教育专门课程，纳入学分管理，编制相关教材，制作具有美院特色的视频课程。

课堂之外，聘请创业成功校友、企业家、专家学者担任创业导师，对学生进行个性化指导。多次举办创业沙龙及分享交流活动，先后邀请数十名创业导师与同学们分享经验，对创业团队进行创业基础知识的培训，帮助解决他们在创业初期的相关问题。

5. 创造实践机会，启动创新创业孵化器

为了让央美的创业学子们“有场地、有资金、有平台、有指导”，学校“出政策、创机制、找资源”。为切实解决央美学子创新创业实践中遇到的场地困难，探索与企业合作的新模式，2015 年 6 月 18 日，我校与北京虚苑文化艺术发展有限公司合作在北京市朝阳区何各庄的虚苑艺术广场建设了首个中央美术学院大学生创新创业孵化器•虚苑基地。基地为央美创客提供创业场地 1000 平米和 1000 万的创业基金，包括联合办公场地、独立工作室、会议室、洽谈区、展示空间、画廊、培训教室等，并配备法律、财务、宣传等创业咨询顾问，学校还为所有入住团队配备了专业的创业导师，全面助力央美创客的创业成功。目前，经过孵化园专家委员会的筛选，十五支大学生创业团队现已分别进驻联合办公区或独立工作室，他们团队的项目将在这里进行为期一至两年的孵化。

6. 多渠道筹措大学生创业种子基金

继续推动北京高校示范性创业中心和北京市教委共建项目建设，将北京市共建的支持资金用到实处。2015年6月，邀请教委领导、社会企业家、天使投资人参加2015毕业季之“央美创客”推介会活动。中心将继续与企业强强联手，扩大社会与学校间的交流渠道，打造多元的信息交互平台，为社会企业输送更多的艺术专业人才，呈现更具中国创意的艺术品。

7. 丰富呈现形式，组织参加各类创新创业活动

继续开展学校创业大赛等实践活动，鼓励学生参与教育部、团中央等组织的各类大学生创业活动，着力培养学生创新精神、创业意识和创新创业能力。2015年，央美创客多个创业团队先后参加教育部“互联网+”比赛、北京市优秀创业团队申报，还参加了“国安创客”、“2015创客嘉年华”以及“Beijing Mini Maker Faire”等多个创客盛会，以央美创客的名义集体全面地向社会呈现央美创业学子的创业风采，并接受社会各界的检阅。在活动中，央美创客联展区都是最大的闪光点之一，央美学生的创业项目和创业产品，均获得一致好评，同时也多次获得包括中央电视台在内的诸多媒体报道。

三 社会关注

1. 社会对我校就业工作的关注

2015年1月，艾瑞深中国校友会网发布《2015中国大学评价研究报告》，我校跻身中国六星级大学，入选2015中国顶尖大学。

2015中国艺术类大学排行榜

名次	学校名称	所在地区	总分	全国排名	2015办学类型、等级和层次		
					办学类型	星级排名	办学层次
1	中央音乐学院	北京	-	-	专业型	6星级	中国顶尖大学
1	中央美术学院	北京	-	-	专业型	6星级	中国顶尖大学
1	北京电影学院	北京	-	-	专业型	6星级	中国顶尖大学
1	中央戏剧学院	北京	-	-	专业型	6星级	中国顶尖大学
5	中国美术学院	浙江	-	-	专业型	5星级	中国一流大学
5	中国音乐学院	北京	-	-	专业型	5星级	中国一流大学
5	上海戏剧学院	上海	-	-	专业型	5星级	中国一流大学
5	中国戏曲学院	北京	-	-	专业型	5星级	中国一流大学
5	北京舞蹈学院	北京	-	-	专业型	5星级	中国一流大学
5	鲁迅美术学院	辽宁	-	-	专业型	5星级	中国一流大学
11	上海音乐学院	上海	-	-	专业型	4星级	中国高水平大学
11	广州美术学院	广东	-	-	专业型	4星级	中国高水平大学
11	四川美术学院	重庆	-	-	专业型	4星级	中国高水平大学
11	西安美术学院	陕西	-	-	专业型	4星级	中国高水平大学

图 2-4 艾瑞深中国校友会网《2015 中国大学评价研究报告》
(链接地址: <http://edu.sina.com.cn/gaokao/2015-01-12/1518454158.shtml>)

2015年5月3日，标准排名(中国)研究院发布了《2015中国高校毕业生薪酬排行榜》，对全国2528所高校的1173万个毕业生进行样本采集，我校在榜单上名列35，在艺术院校中名列前茅。

2015年本科毕业生薪酬最高的100所大学					
名次	学校名称	毕业五年薪酬数值(元/月)	北上广深就业比例	学校类型	所在城市
1	清华大学	12807	83.46%	工科院校、985/211	北京
2	复旦大学	11661	91.18%	综合院校、985/211	上海
3	上海财经大学	11235	89.18%	财经院校、211	上海
4	北京大学	11227	82.57%	综合院校、985/211	北京
5	上海交通大学	11201	89.81%	综合院校、985/211	上海
6	外交学院	10872	90.50%	语言院校、一本院校	北京
7	上海外国语大学	10600	91.41%	语言院校、211	上海
8	同济大学	10244	86.34%	工科院校、985/211	上海
9	北京外国语大学	10101	83.61%	语言院校、211	北京
10	北京邮电大学	10094	78.47%	工科院校、211	北京
35	中央美术学院	8132	86.59%	艺术院校、一本院校	北京

图 2-5 标准排名(中国)研究院《2015中国高校毕业生薪酬排行榜》
(链接地址：<http://learning.sohu.com/20150508/n412646743.shtml>)

2. 社会对我校创业工作的关注

我校于2014年底上线了“央美创客”微信公众订阅号、微博平台和微店，针对美院师生和关注创新创业的社会大众，主要以创新创业人物事迹介绍和项目推广为主，运营一年多以来已推送文章100余篇，用户关注数11万余人。我们将央美创客团队组织起来参加了“国安创客盛会”、“2015创客嘉年华”、北京“mini maker faire”全球创客盛会、第十届北京文博会等国际国内展会，推广各创业团队。

在一年多的时间里我们通过一系列的创新创业帮扶措施，共支持我校学生创新创业项目团队等共计120余个，覆盖学生近500余人。在推进我校学生创新创业的同时，我校也取得了累

累硕果，我校申报的“中央美术学院示范性创业中心建设”“北京高校大学生创业团队支持项目”“大学生职业发展与就业指导课程提升项目”三个项目获得北京市支持中央在京高校共建项目支持。众多学生创业项目获得全国、北京市各级各类创新创业比赛的奖项等。一些优秀学生创业项目被中被 CCTV 新闻频道、财经频道、纪录频道、凤凰卫视及《中华文化报》、《生活周刊》、《收藏投资导刊》等媒体报道，提升了央美创客的品牌知名度，增加了公众对央美创客的关注度。

媒体对我校“央美创客”的系列报道：

1、央视网，“第十届北京文博会开幕 北京：匠心+创意 多元化文创产品聚人气”，报道城市设计学院创业团队“本加”设计工作室王磊参与第十届北京文博会开幕

<http://news.cntv.cn/2015/10/30/VIDE1446138173932783.shtml#rd>

2、央美创客微信公众号，“为央美创客的梦想插上翅膀——中央美院首个大学生创新创业孵化器落地虚苑！”报道大学生创新创业孵化器启动仪式。

http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA5NzA4OTY4OQ==&mid=208980557&idx=1&sn=139d8f0b83ec6e479e4755dbcedb1805&3rd=MzA3MDU4NTYzMw==&scene=6#rd

3、凤凰网，“央美大学生创新创业孵化基地挂牌”，报道中央美院大学生创新创业孵化器启动仪式。

http://news.ifeng.com/a/20150630/44069779_0.shtml

4、央美创客微信公众号，“‘央美创客’亮相‘国安创客’平台启动仪式，携手打造创客大舞台！”，报道央美创客创业团队助阵国安创客平台启动仪式。

http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA5NzA4OTY4OQ==&mid=209868290&idx=1&sn=edc17bee3f49bc933fcf71ac7508eb0&3rd=MzA3MDU4NTYzMw==&scene=6#rd

5、央美创客微信公众号，“Maker Faire 登陆北京，央美创客邀您共聚盛会！”，报道央美创客创业团队参加北京 Mini Maker Faire。

http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA5NzA4OTY4OQ==&mid=400754135&idx=1&sn=ef418e9ad44186f6682024ebc1690067&3rd=MzA3MDU4NTYzMw==&scene=6#rd



图 2-6 《上海生活周刊》报道雕塑系邢迪“浮桥语集”、设计学院王兆绅品牌“WANGZHAOSHEN”



图 2-7 《收藏投资导刊》报道中央美院大学创客产品：设计学院王兆绅的设计品牌“WANGZHAOSHEN”、中国画学院彭笑贤品牌“迦品”、城市设计学院陈琦的项目“CAFATAGS”

第三章 就业相关分析

一 毕业生的就业质量

1. 收入分析

(1) 毕业生的月收入

本校 2015 届本科毕业生的月收入为 6472 元，本校 2014 届本科毕业生的月收入为 5504 元。

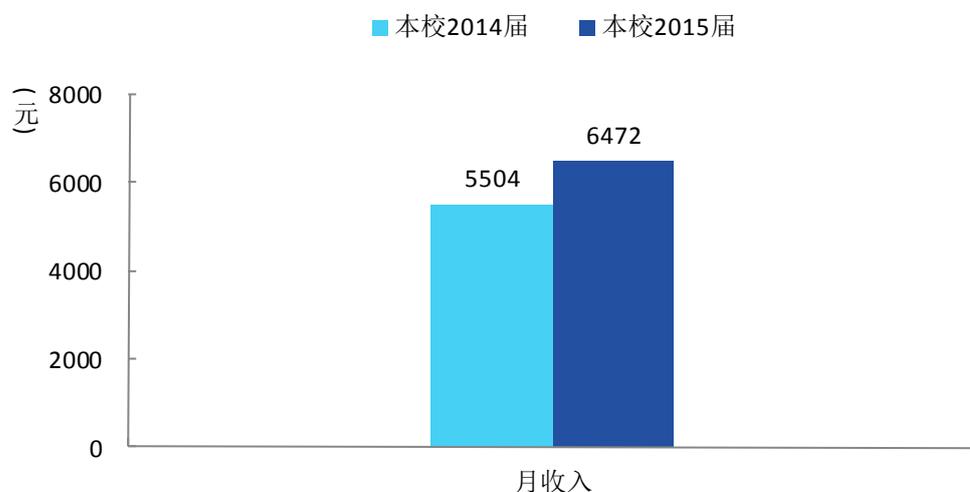


图 3-1 本校 2015 届毕业生的月收入

数据来源：麦可思-中央美术学院 2014 届、2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

本校 2015 届硕士毕业生半年后的月收入为 6901 元。

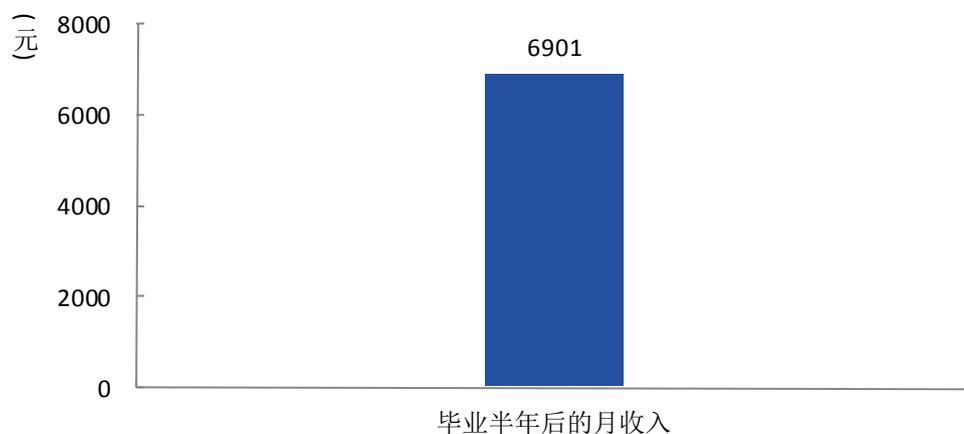


图 3-2 本校 2015 届硕士毕业生半年后的月收入

本校 2015 届学术硕士毕业生半年后的月收入为 7303 元，专业硕士毕业生半年后的月收入为 6224 元。

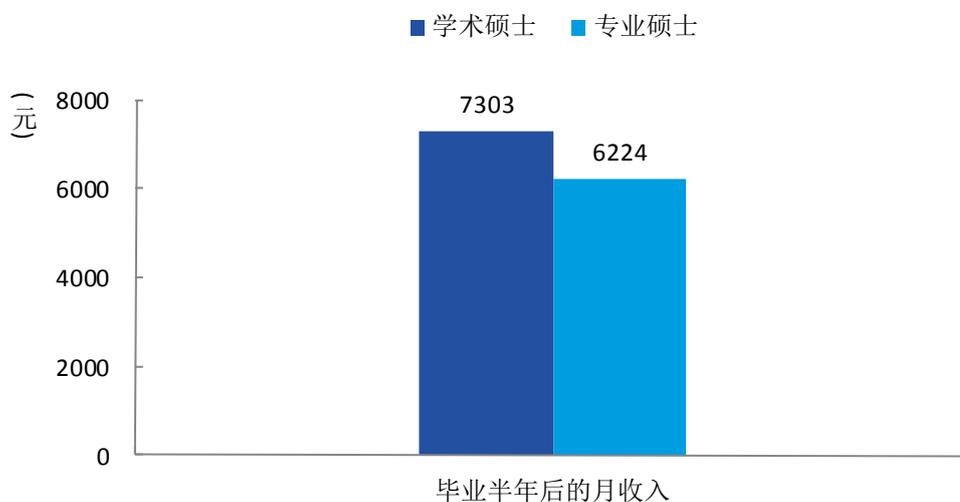


图 3-3 本校 2015 届学术硕士与专业硕士毕业生半年后的月收入

(2) 各学院及专业毕业生的月收入

本校 2015 届本科毕业生月收入最高的学院是造型学院（6936 元，2014 届为最高值为设计学院 5971 元），月收入最低的学院是人文学院（5496 元，2014 届最低值为人文学院 4100 元）。

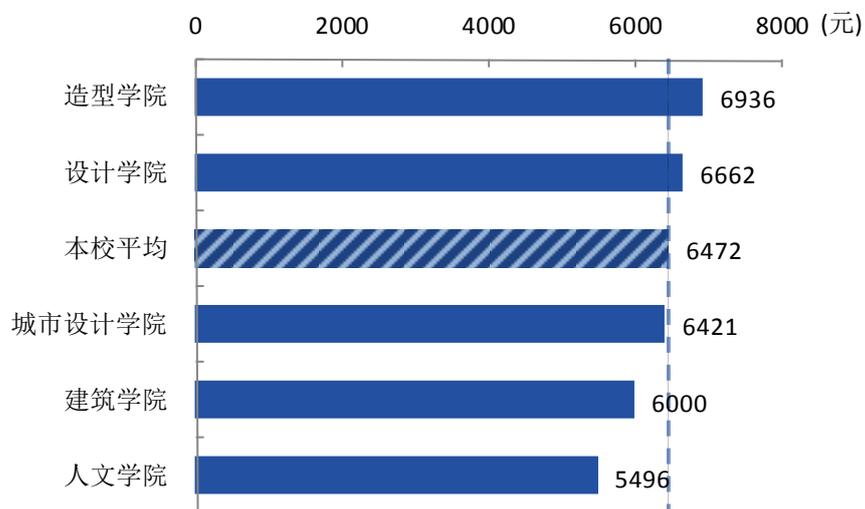


图 3-4 本校 2015 届各学院毕业生的月收入

注：个别学院由于样本较少而没有包括在内。

数据来源：麦可思-中央美术学院 2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

本校 2015 届毕业生月收入较高的专业是艺术设计（信息设计）（7536 元）、艺术设计（设计学院）（6950 元）、艺术设计（时尚设计）（6864 元），月收入较低的专业是美术学（5496 元）、艺术设计（家居产品）（5523 元）。

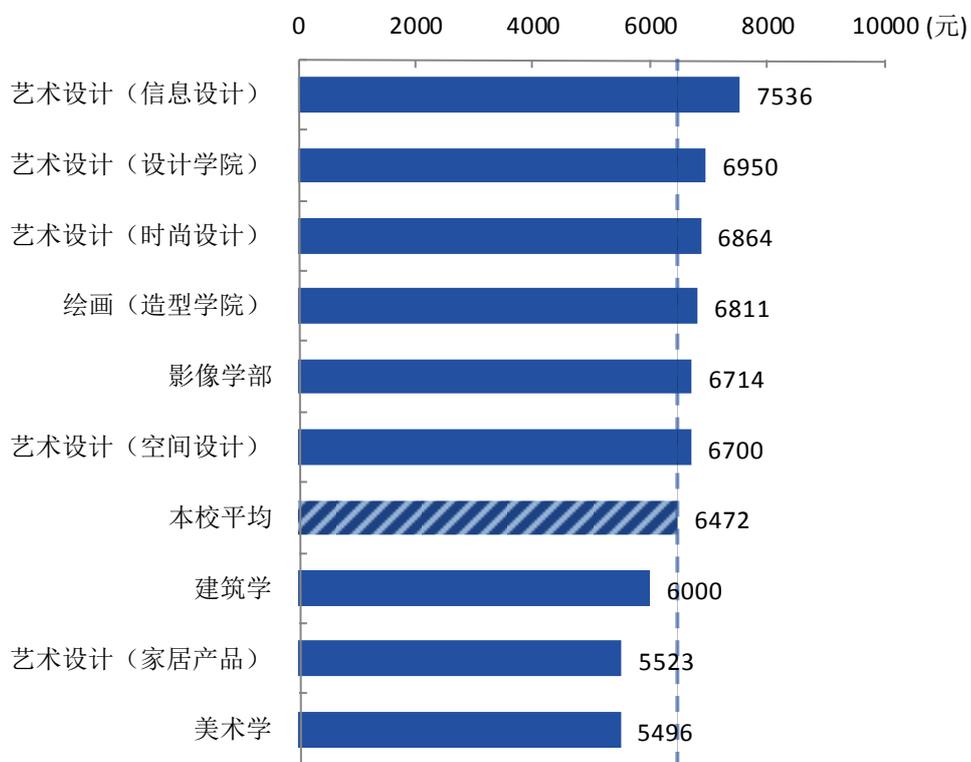


图 3-5 本校 2015 届各专业毕业生的月收入

注：个别专业由于样本较少而没有包括在内。

数据来源：麦可思-中央美术学院 2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

2. 专业相关度

(1). 毕业生工作与专业相关度

本校 2015 届本科毕业生的工作与专业相关度为 86%，比本校 2014 届（92%）低 6 个百分点。

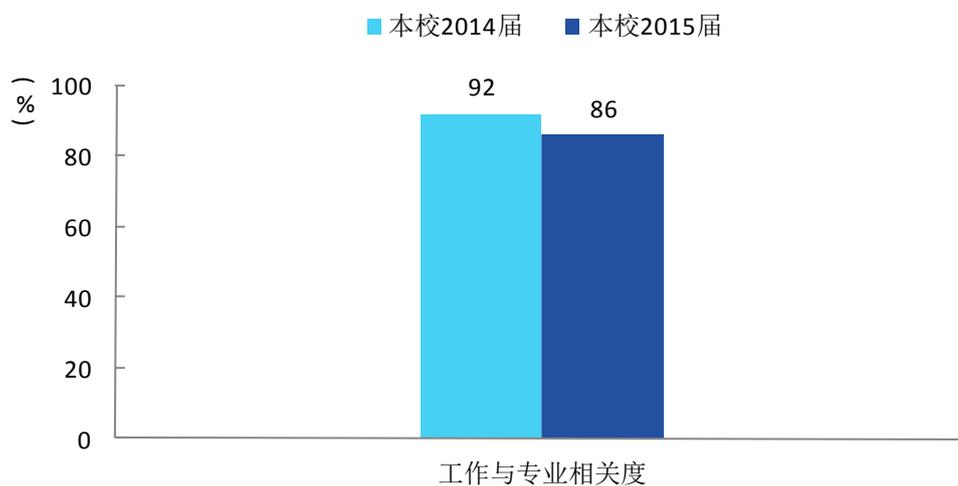


图 3-6 本校 2015 届本科毕业生工作与专业相关的人数%

数据来源：麦可思-中央美术学院 2014 届、2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

本校 2015 届硕士毕业生工作与专业的相关度为 83%，比本校 2014 届（90%）低 7 个百分点。

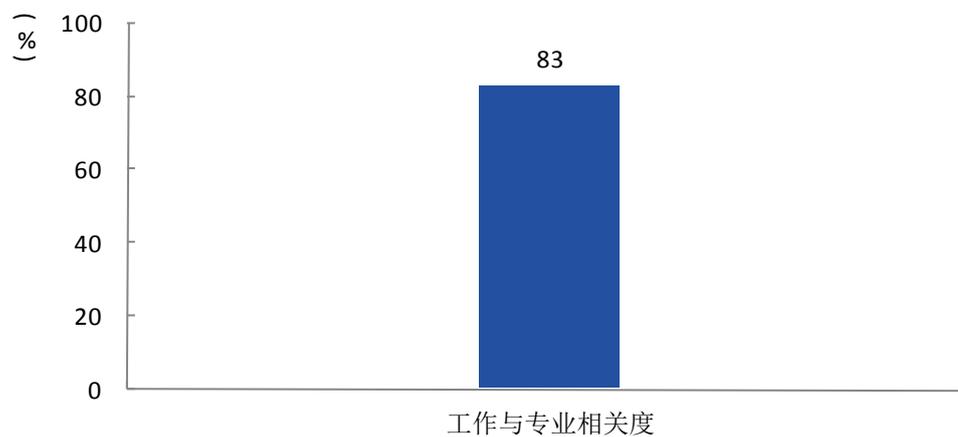


图 3-7 本校 2015 届硕士毕业生工作与专业相关的人数%

(2). 各学院及专业的专业相关度

本校 2015 届本科毕业生工作与专业相关度最高的学院是设计学院（97%），工作与专业相关度最低的学院是人文学院（67%）。

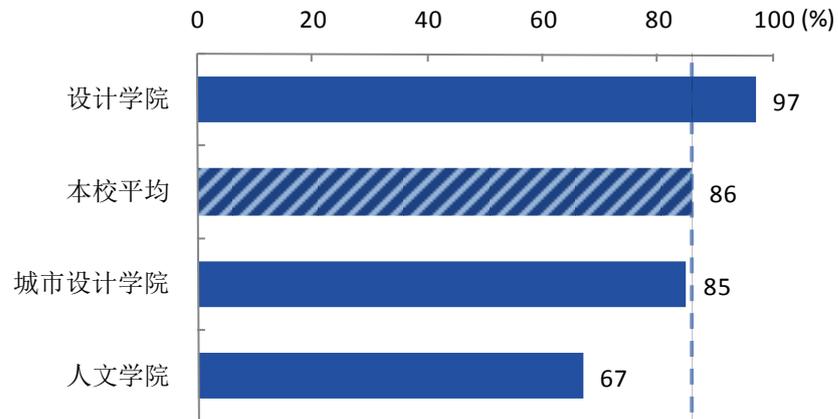


图 3-8 本校 2015 届各学院毕业生工作与专业相关的人数%

注：个别学院由于样本较少而没有包括在内。

数据来源：麦可思-中央美术学院 2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

本校 2015 届本科毕业生工作与专业相关度较高的专业是艺术设计（100%），工作与专业相关度较低的专业是美术学（67%）。

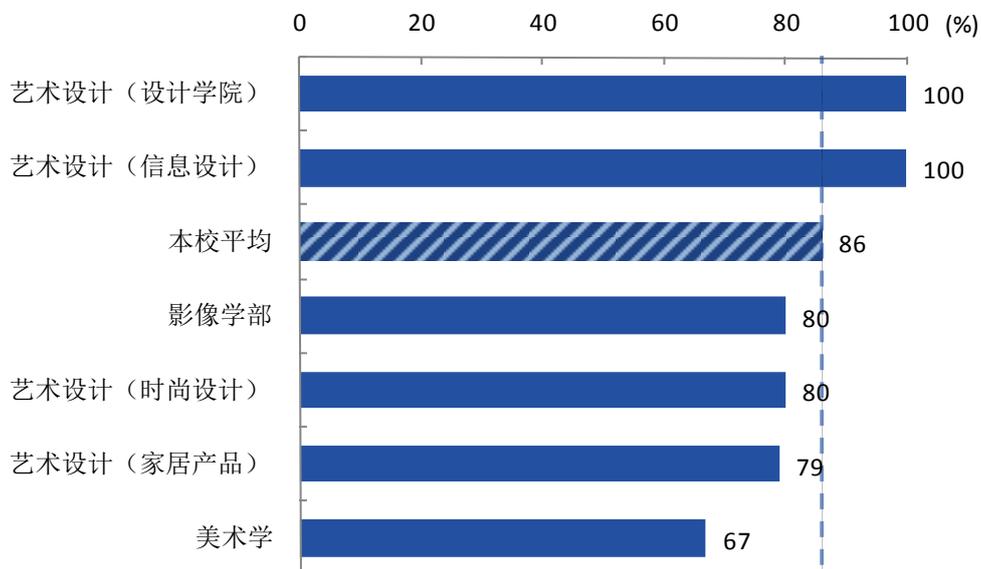


图 3-9 本校 2015 届本科毕业生各专业毕业生工作与专业相关的人数%

注：个别专业由于样本较少而没有包括在内。

数据来源：麦可思-中央美术学院 2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

本校 2015 届学术硕士毕业生的工作与专业相关度为 81%，专业硕士毕业生的工作与专业相

关度为 87%。本校 2015 届硕士生工作与职业期待的吻合度⁴为 64%，其中，学术硕士生工作与职业期待吻合度为 68%，专业硕士生工作与职业期待吻合度为 57%。

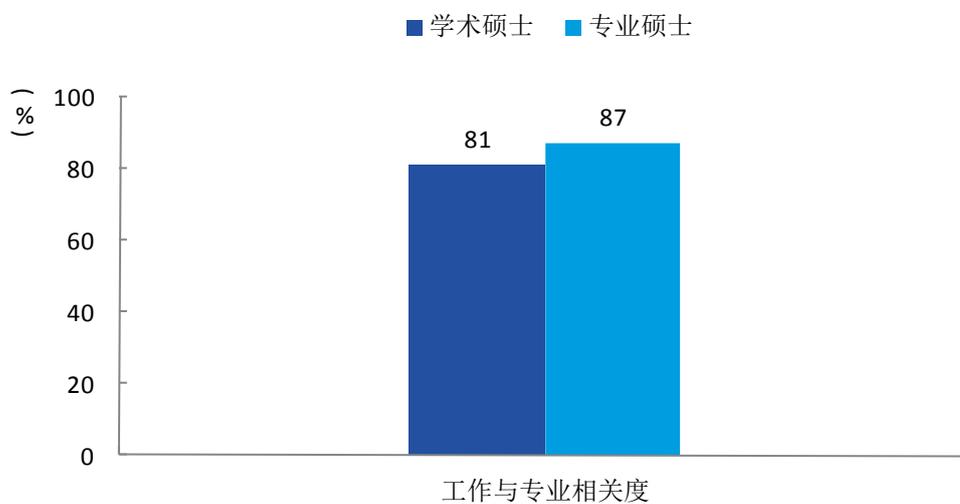


图 3-10 本校 2015 届学术硕士与专业硕士毕业生的工作与专业相关度

⁴ 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。

3. 现状满意度

(1). 总体现状满意度

本校 2015 届本科毕业生的现状满意度为 72%，比本校 2014 届（68%）高 4 个百分点。

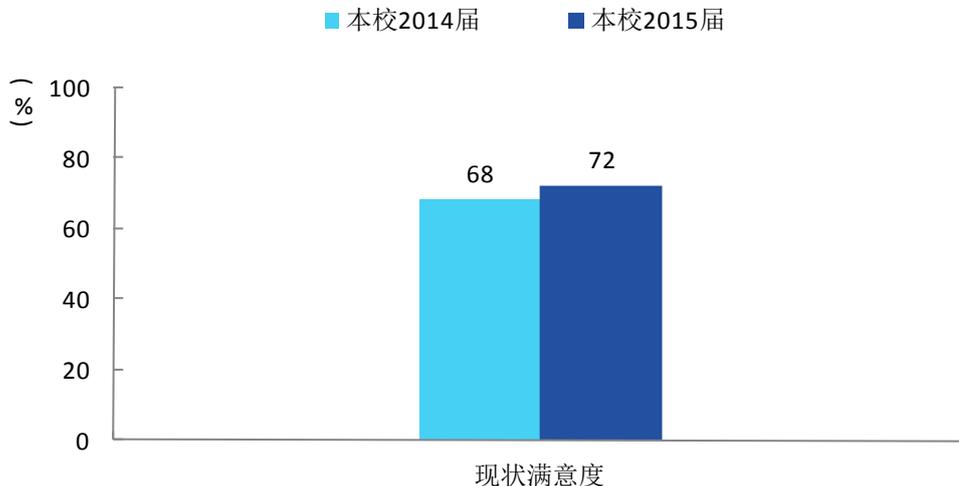


图 3-11 本校 2015 届毕业生的现状满意度

数据来源：麦可思-中央美术学院 2014 届、2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

本校 2015 届硕士毕业生的就业现状满意度为 69%，其中，学术硕士毕业生的就业现状满意度为 71%，专业硕士毕业生的就业现状满意度为 63%。

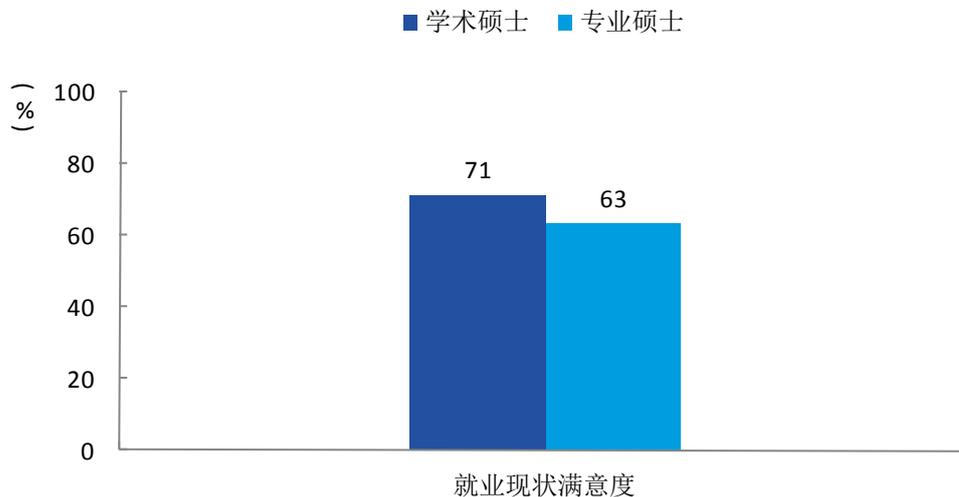


图 3-12 本校 2015 届学术硕士与专业硕士毕业生的就业现状满意度

(2). 各学院及专业的现状满意度

本校 2015 届毕业生现状满意度最高的学院是建筑学院（95%），现状满意度最低的学院是城市设计学院（61%）。

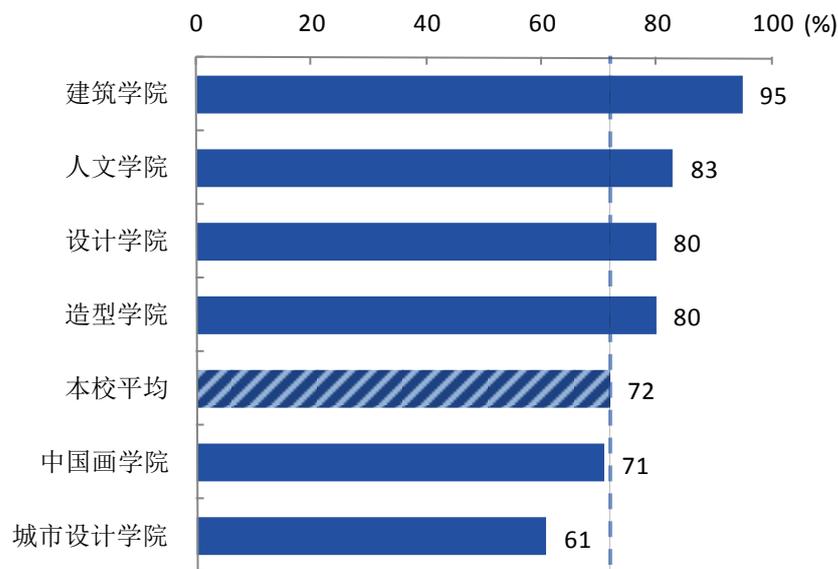


图 3-13 本校 2015 届各学院毕业生的现状满意度

注：个别学院由于样本较少而没有包括在内。

数据来源：麦可思-中央美术学院 2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

本校 2015 届毕业生现状满意度较高的专业是建筑学（95%）、美术学（83%）、艺术设计（信息设计）（83%），现状满意度较低的专业是艺术设计（家居产品）（53%）。

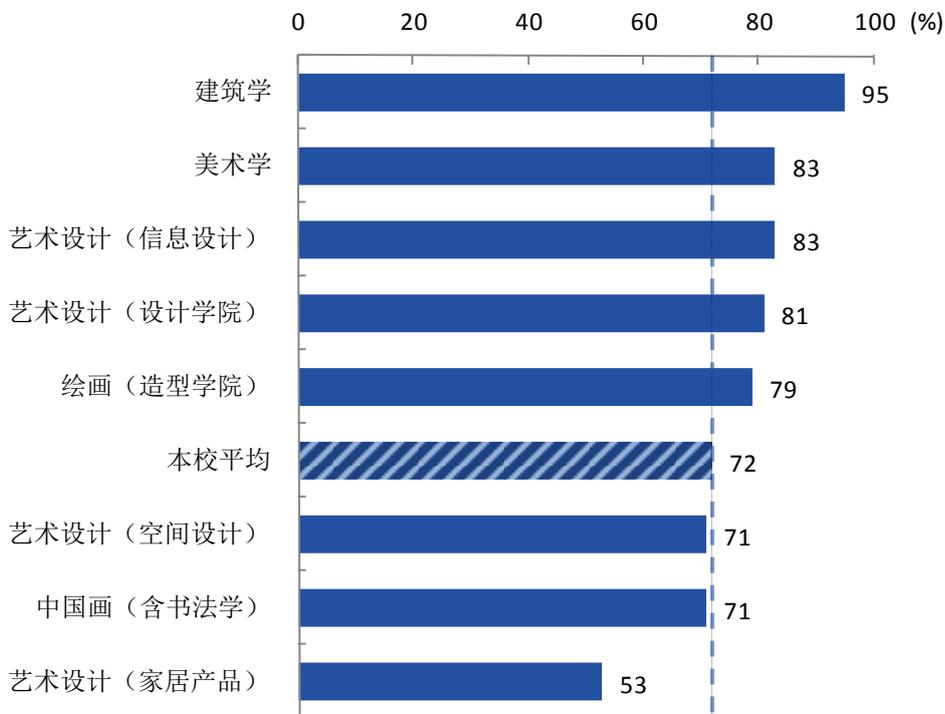


图 3-14 本校 2015 届各专业毕业生的现状满意度

注：个别专业由于样本较少而没有包括在内。

数据来源：麦可思-中央美术学院 2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

3. 离职率

(1). 毕业半年内离职率

本校 2015 届毕业半年内的离职率为 29%。

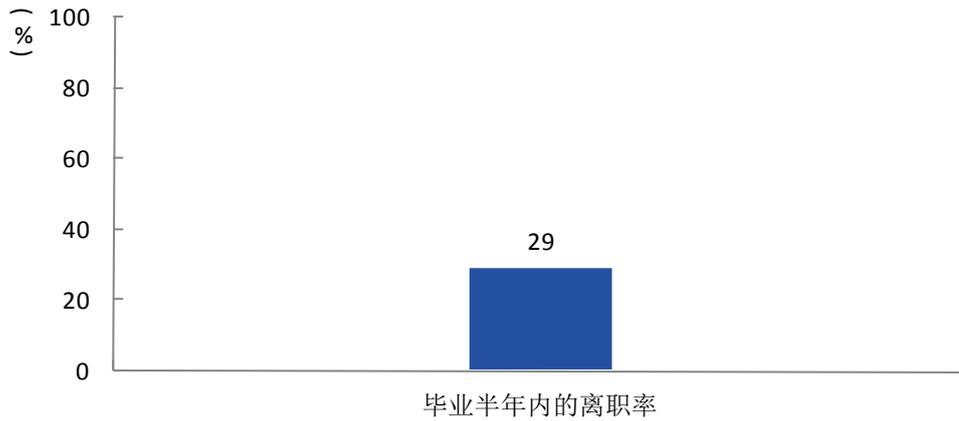


图 3-15 本校 2015 届毕业半年内的离职率

数据来源：麦可思-中央美术学院 2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

4. 教育程度胜任要求

本校 2015 届硕士毕业生目前教育程度满足工作岗位要求的比例为 97%。

二 用人单位对毕业生的使用评价

1. 用人单位对毕业生的满意度

为了解用人单位对我校毕业生在专业水平、团队协作、创新意识、工作业绩等方面的评价，学校在举办校园招聘会、校园宣讲会期间，通过问卷调研了解单位反馈意见。

表 3-1 2015 年用人单位对本校毕业生工作表现满意度

满意度	非常满意	满意	一般	不满意
工作表现				
工作能力	61.54%	38.46%	——	——
团队合作意识	53.85%	52.85%	——	——
创新能力	71.05%	26.32%	2.63%	——
工作业绩	53.85%	52.85%	——	——
综合评价	71.05%	26.32%	2.63%	——

2. 用人单位对毕业生整体表现的评价

用人单位在参加招聘会或参观毕业展后，尤其是看到了学生的作品集和简历后，普遍认为央美学子的专业功底扎实、视野开阔、创意十足、个性明显，能够不断钻研专业知识，有较大的培养空间；性格上真挚率真、诚恳友善、具有一定的吃苦精神。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，同时也促进了学校与单位的深入合作。

用人单位也提出了一些宝贵的建议，例如希望毕业生增加实际操作能力，在人际关系的处理上、社会经验的积累上、团队合作意识的培养上继续加强，提升工作稳定性。

第四章 就业发展趋势分析

一 非失业率变化趋势及应对措施

1. 非失业率总体变化趋势

本校 2015 届本科毕业生的非失业率为 73.3%，与 2014 届（75.5%）基本持平。

2. 各学院及专业非失业率变化趋势

本校 2015 届本科毕业生非失业率较高的学院是设计学院（89%），非失业率较低的学院是中国画学院（32%）。

本校 2015 届毕业生非失业率较高的专业是艺术设计（设计学院）（90%）、美术学（86%）、建筑学（84%），非失业率较低的专业是中国画（含书法学）（32%）、绘画（造型学院）（54%）、艺术设计（空间设计）（65%）。

3. 非失业率变化应对措施

非失业率指非失业人数（“受雇全职工作”、“受雇半职工作”、“自主创业”、“正在读研和留学”）占毕业生总人数的比例，我校 2015 年该项数值与往年基本持平。为了更加科学有效地促进该项数值稳中有升，确保毕业生充分就业，我校将进一步分析毕业生就业去向，在尊重毕业生意愿的前提下，尤其是在准确记录从事自由职业和自主创业毕业生数据的基础上，鼓励有就业意向的毕业生增强求职意识，更加自觉主动地进行职业生涯规划；鼓励有创业意向的毕业生学习政策、实践锻炼；鼓励待就业、待考研、待出国的毕业生早做准备、积极应对。

二 就业质量变化趋势及应对措施

1. 月收入变化趋势

(1). 月收入总体变化趋势

本校 2015 届本科毕业生的月收入为 6472 元，本校 2014 届毕业生的月收入为 5504 元。

(2). 各学院及专业月收入变化趋势

本校 2015 届毕业生月收入最高的学院是造型学院（6936 元），月收入最低的学院是人文学院（5496 元）。

本校 2015 届毕业生月收入较高的专业是艺术设计（7536 元），月收入较低的专业是美术学（5496 元）、艺术设计（家居产品）（5523 元）。

2. 专业相关度变化趋势

(1). 专业相关度总体变化趋势

本校 2015 届毕业生的工作专业相关度为 86%，比本校 2014 届（92%）低 6 个百分点。

(2). 各学院及专业的专业相关度变化趋势

本校 2015 届工作专业相关度最高的学院是设计学院（97%），工作专业相关度最低的学院是人文学院（67%）。

本校 2015 届工作专业相关度较高的专业是艺术设计（设计学院）、艺术设计（信息设计）（均为 100%），工作专业相关度较低的专业是美术学（67%）。

3. 现状满意度变化趋势

(1). 现状满意度总体变化趋势

本校 2015 届毕业生的现状满意度为 72%，比本校 2014 届（68%）高 4 个百分点。

(2). 各学院及专业现状满意度变化趋势

本校 2015 届毕业生现状满意度最高的学院是建筑学院（95%），现状满意度最低的学院是城市设计学院（61%）。

本校 2015 届毕业生现状满意度较高的专业是建筑学（95%）、美术学（83%）、艺术设计（信息设计）（83%），现状满意度较低的专业是艺术设计（家居产品）（53%）。

4. 就业质量变化应对措施

一是引导毕业生客观看待工作起薪。收入状况涵盖面很大，除了基本工资外，还包括其他劳动所得。我校毕业生主要从事的职业类别是“艺术、娱乐和休闲业”、“教育业”、“媒体、信息及通信产业”、“建筑业”和一定数量的自由艺术家，这些职业之间本身就具有收入差距，因此，工资待遇并不是衡量一个工作好坏或是个人就业满意度的唯一标准。我校坚持培养高端艺术人才的教育理念，“注重使命”始终是美院人的精神指向。“我们人才培养的目标不是成为艺术品市场中最畅销的画匠，而是要自觉成长为国家需要、社会欢迎、人民满意的艺术家，这是美院人的使命。”因此，我校毕业生在求职时倾向于去专业对口、氛围相对自由、有一定的发展空间的行业单位，学校充分尊重毕业生的意愿，鼓励毕业生在各行业发挥专业所长，做出应有贡献。

二是鼓励毕业生将个人意愿与社会需求紧密结合。在 2013 届、2014 届毕业生发展状况同期调查中发现，我校毕业生在求职时主要考量“符合兴趣爱好”、“能发挥自己的才能”、“学以致用”3 项指标，比例高于“收入高”、“单位在大城市”等其它选项，这印证了央美学子对于专业的高度热爱，即使面对所学专业不是社会热门专业因而在招聘需求量小、留京指标少等求职困难，依然坚守艺术生涯。这些数据表明我校毕业生能够学有所用，凸显了高等艺术专业学校的办学特色。在长期发展中，我校形成造型、设计、建筑、人文等学科群相互支撑、相互影响的现代形态美术教育学科结构，设计学、建筑学回应社会发展需求、造型艺术是学校的传统优势专业、人文专业属于艺术理论学科，共同组成有机的艺术教育学科体系。我校将鼓励毕业生在坚持专业的前提下，将个人发展同社会需求结合起来，大力宣传“北京市农村中小学音乐体育美术教师招聘”、大学生应征入伍、西部支教等特色就业项目，发挥聪明才智响应“大众创业万众创新”的时代需求，同时鼓励毕业生关注“一带一路”、“京津冀协同发展”等国家重大发展战略，在不同的发展平台贡献知识和智慧，促进毕业生充分就业，促进毕业生实现艺术梦想。

三是有效回应学生创新创业的新诉求。《中国大学生就业创业发展报告》显示，2015 届全国高校毕业生创业率为 2.86%。通过此次调查结果显示我校 2015 届硕士毕业生三个月后“自主创业”的比例为 12.2%（比 2014 届 11.1%高 1.1 个百分点），本校 2015 届本科毕业三个月后“自主创业”的比例为 5.9%（比 2014 届 7.0%低 1.1 个百分点），均高于全国普通高校大学生创业率。2015 年，学校“以创业带动就业”，推进“创业引领计划”，逐渐建构起具有美院特色的全方位、立体化的创新创业教育教学和活动实训两大体系。学校计划以课题申报和创业示范性中心建设为契机，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进一步加大对大学生自主创业的支持力度，探索“创新-创意-创业”的支持体系。

第五章 就业对教育教学的反馈

一 对人才培养的影响

1. 对学校的满意度与反馈

(1). 毕业生对学校的满意度评价

1) 毕业生对学校的总体满意度

本校 2015 届毕业生对母校的总体满意度为 94%，比本校 2014 届（91%）高 3 个百分点。

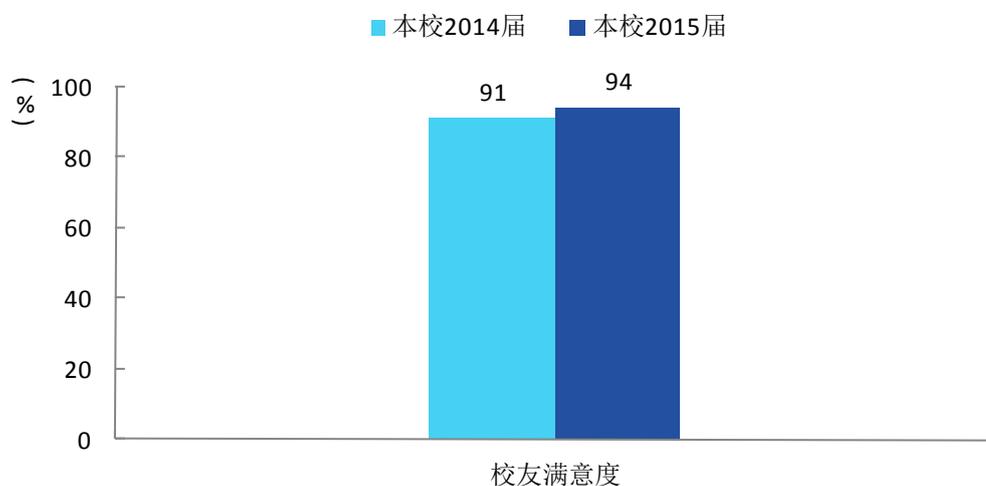


图 5-1 本校 2015 届毕业生对母校满意的人数%

数据来源：麦可思-中央美术学院 2014 届、2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

2) 各学院及专业对学校的满意度

本校 2015 届建筑学院、人文学院、中国画学院毕业生对母校的满意度均为 100%。

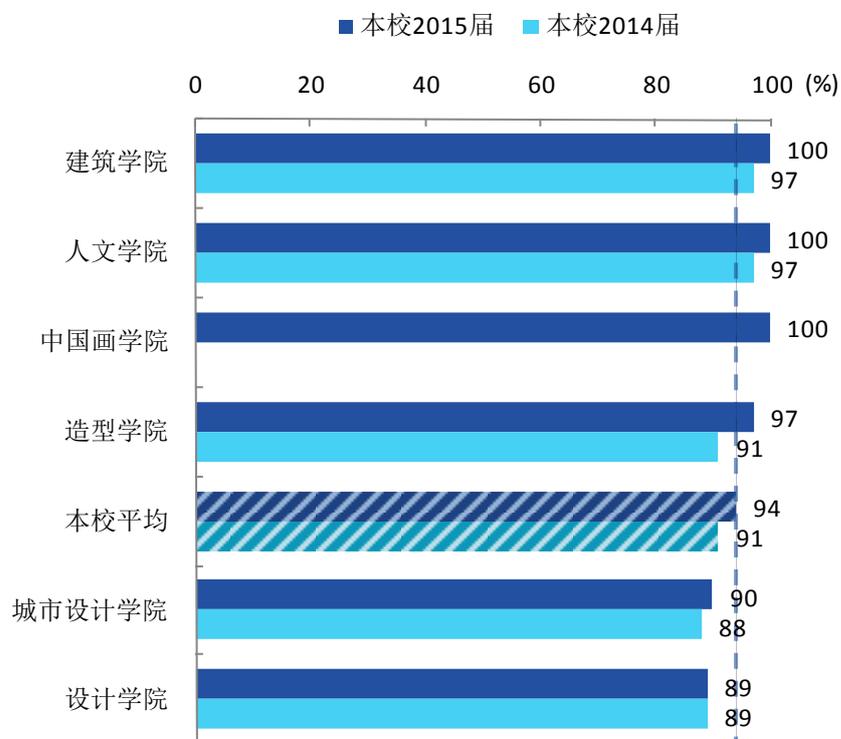


图 5-2 本校 2015 届各学院毕业生对母校满意的人数%

注：个别学院由于样本较少而没有包括在内。

数据来源：麦可思-中央美术学院 2014 届、2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

本校 2015 届艺术设计（信息设计）、建筑学、美术学等专业毕业生对母校的满意度均为 100%。

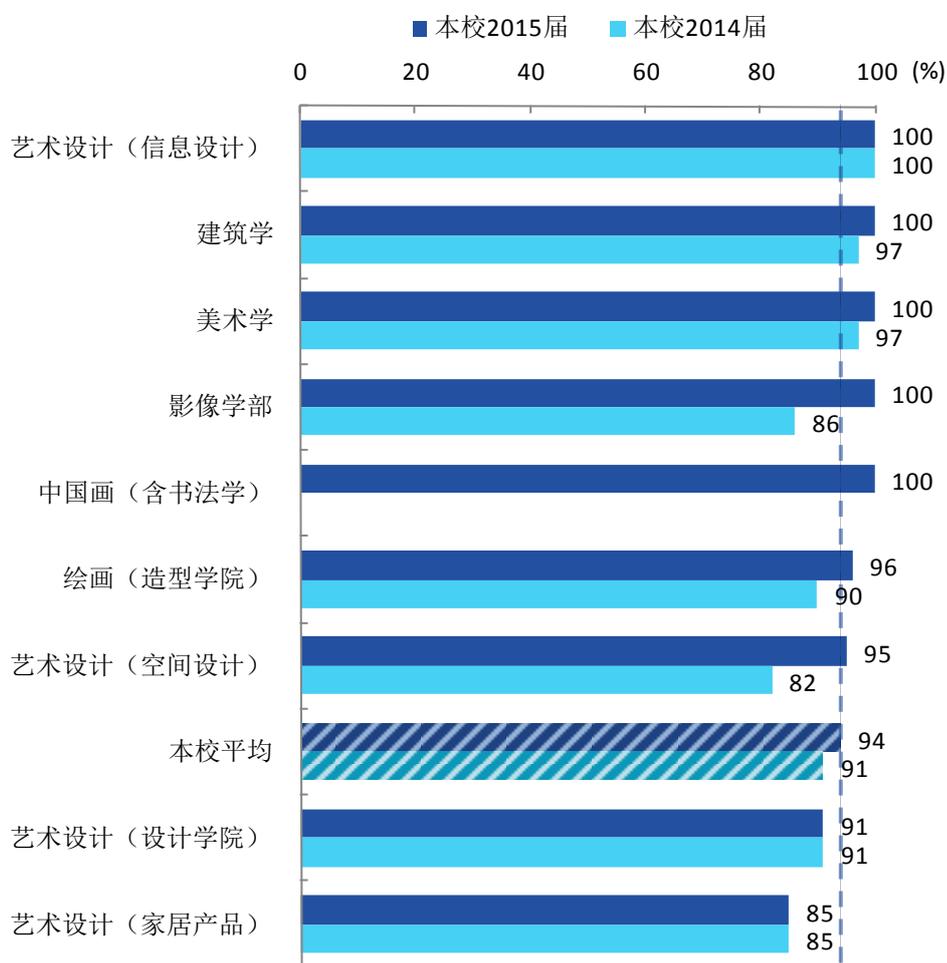


图 5-3 本校 2015 届各专业毕业生对母校满意的人数%

注：个别专业由于样本较少而没有包括在内。

数据来源：麦可思-中央美术学院 2014 届、2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

(2). 对学生工作的满意度与反馈

本校 2015 届毕业生对母校的学生工作满意度为 88%，比本校 2014 届(82%)高 6 个百分点。

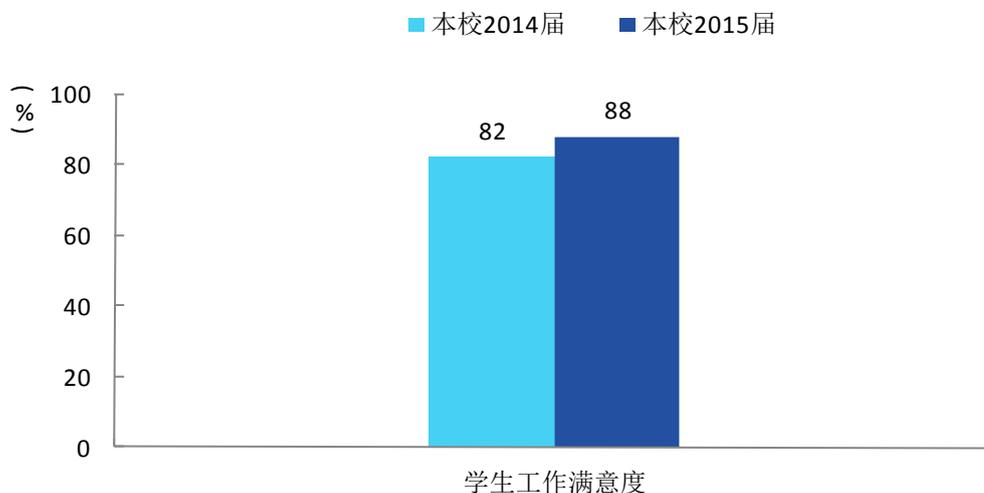


图 5-4 本校 2015 届毕业生对母校学生工作满意的人数%

数据来源：麦可思-中央美术学院 2014 届、2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

(3). 对生活服务的满意度与反馈

本校 2015 届毕业生对母校的生活服务满意度为 84%，比本校 2014 届(77%)高 7 个百分点。

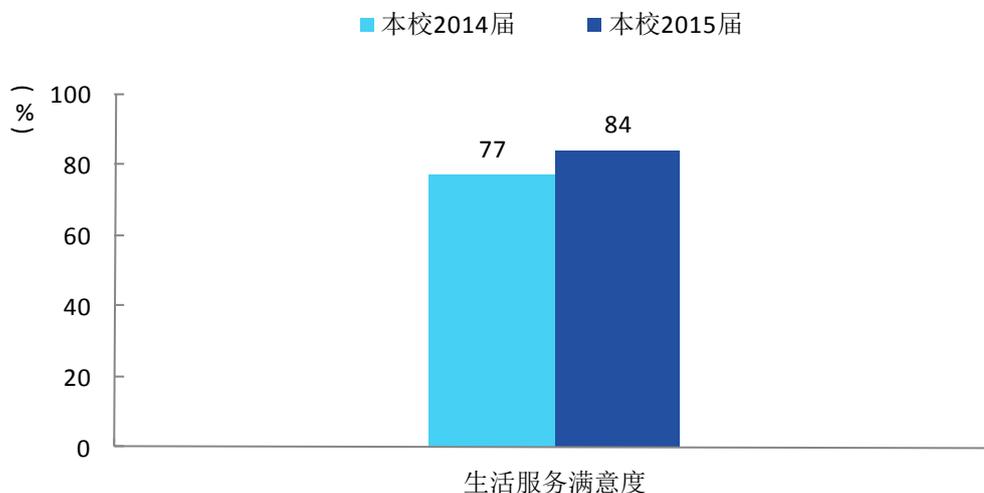


图 5-5 本校 2015 届毕业生对母校生活服务满意的人数%

数据来源：麦可思-中央美术学院 2014 届、2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

2. 就业对教学的反馈

(1). 对教学的满意度

本校 2015 届毕业生对母校的教学满意度为 84%，比本校 2014 届(82%)高 2 个百分点。

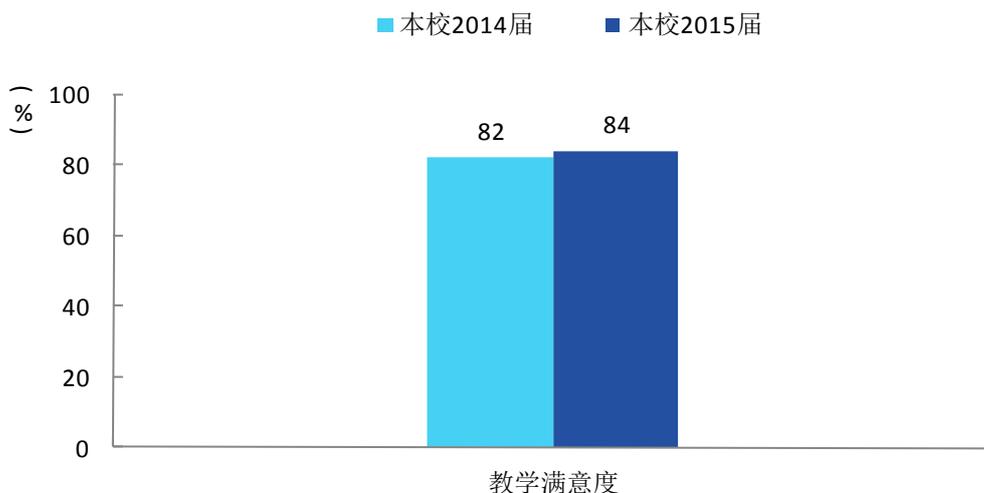


图 5-6 本校 2015 届毕业生对母校教学满意的人数%

数据来源：麦可思-中央美术学院 2014 届、2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

3. 对创新创业教育的反馈

(1). 毕业生对创新创业教育的评价情况

本校 2015 届毕业生在校期间，接受“创业基础（能力素质培养）类”、“创业指导（实务操作）类”创新创业教育课程的比例（均为 25%）均较高，认为其有帮助的比例分别为 56%、59%。

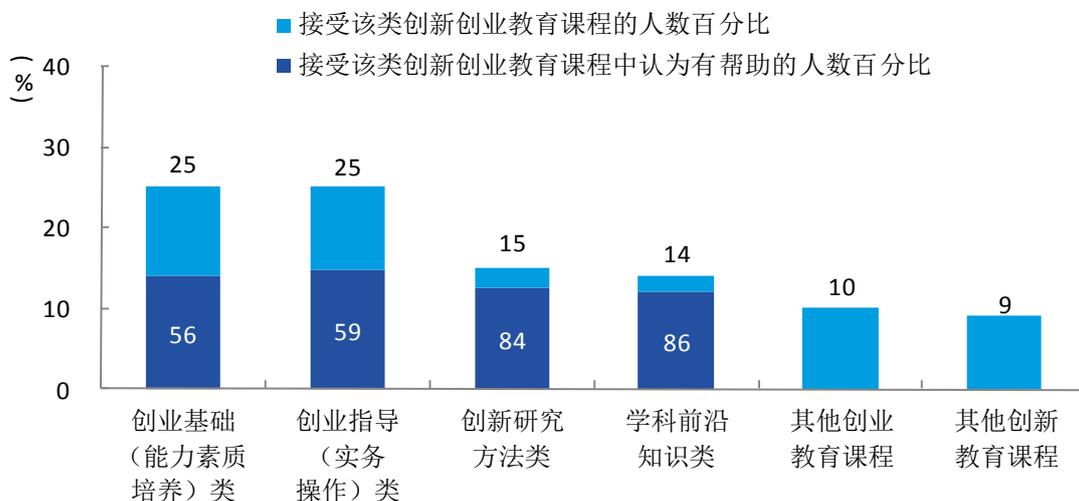


图 5-7 本校 2015 届毕业生接受母校提供各类创新创业教育课程并认为其有效的人数%（多选）

数据来源：麦可思-中央美术学院 2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

(2). 创新创业教育改进措施

本校 2015 届毕业生认为母校的创新创业教育最需要改进的地方是“创新创业实践类活动不足”（49%），其后依次是“创新创业教育课程缺乏”（37%）、“教学方法不适用于创新创业教育（缺乏启发式、讨论式、参与式教学）”（35%）等。

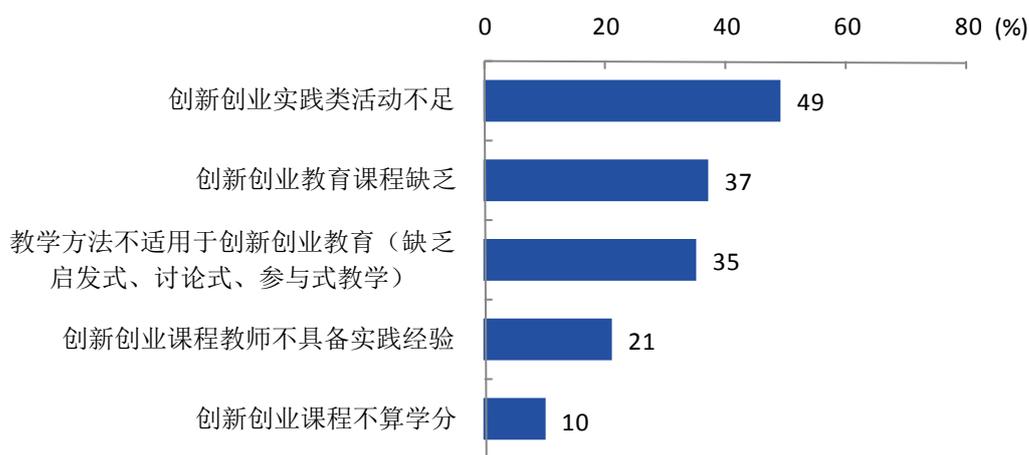


图 5-8 本校 2015 届毕业生认为母校的创新创业教育需要改进的地方（多选）

数据来源：麦可思-中央美术学院 2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

二 对招生的影响

考研深造是一项重要的就业选择。近些年就业形势越发严峻，出于毕业生对自身学业发展的需要和用人单位对于学历的要求，尤其是落户政策、招聘需求的日趋严格，本科生毕业后选择继续深造的比例逐渐加大。2015 年，应届本科毕业生中，11.78%的同学选择继续在我校深造，录取率为 33.22%，两项指标均高于 2014 届同期水平。同时，往届毕业生考回我校的比例基本恒定，这在一定程度上验证了我校在专业教学方面对考生的吸引力。

表 5-1 毕业生考本校研究生的情况

年份	硕士录取总数	应届考本校					往届考本校	
		推免	考录	应届合计	应届考本校比例 ⁵	应届录取比例 ⁶	考录	往届录取比例 ⁷
2015	289	38	58	96	11.78%	33.22%	93	32.18%
2014	279	33	53	86	10.23%	30.82%	98	35.13%

⁵ 考本校比例=应届本科考上本校研究生人数（推免+考录）/应届毕业生人数。

⁶ 应届录取比例=应届本科考上本校研究生人数（推免+考录）/当年硕士录取总数。

⁷ 往届录取比例=往届本科考上本校研究生人数（考录）/当年硕士录取总数。

近年来，我校毕业生就业质量不断提高，本科生就业率保持在 90%以上，毕业生扎实的美术基础和勤于钻研的专业精神受到用人单位的一致肯定，在历次校园招聘会、校园宣讲会和毕业生推介会上得到用人的好评，毕业生在业界崭露头角，得到社会各界的肯定，为学校赢得了荣誉，扩大了知名度、增强了影响力，吸引了越来越多的艺术学子报考我校，是国内美术学子理想的学术殿堂。

在专业选材与就业流向匹配度上，我校各专业保持高值。中国画专业传承着中国文化精神，对于学习者有着更高的文化内涵要求，不单要求考生具备一定的造型能力，更要具备书法功底；造型艺术专业为美院传统核心专业，无论师资力量、教学质量还是学生素质，始终在全国同行中名列前茅；艺术设计专业聚集了一大批优秀设计人才，特别是有国际化教育背景的高级人才，其办学理念、办学设备等跟国际接轨，社会影响很大；建筑学无论在办学规模、办学层次和教学质量方面，均居于全国美术院校之首；艺术人文学科培养美术馆、画廊的专业工作人员，培养艺术经纪人，拍卖行经纪人和策展人；2015 年实验艺术专业单独报名、考试、录取。

中央美术学院作为国家教育部直属独立设置的艺术院校，致力于高端艺术人才的培养。学校每年面向全国招收本科生，单独组织专业课考试，并自主划定文化课录取分数线，考生需先参加我院组织的专业考试并获得专业合格资格后，在户口所在地报名参加当年全国统一高考，才可填报志愿，学校综合考生的专业成绩及文化课成绩择优录取。我校在选材阶段注重专业能力的考量，在培养阶段着力提升学生的专业水平，在人才输送过程中学以致用，符合学校的办学理念。

三 对专业设置的影响

1. 素养提升情况

本校 2015 届毕业生认为大学帮助自己提升较多的是“艺术修养”（92%），而提升较少的方面是“健康卫生”（14%）；另外，还有 5%的人认为大学对素养提升“没有任何帮助”。

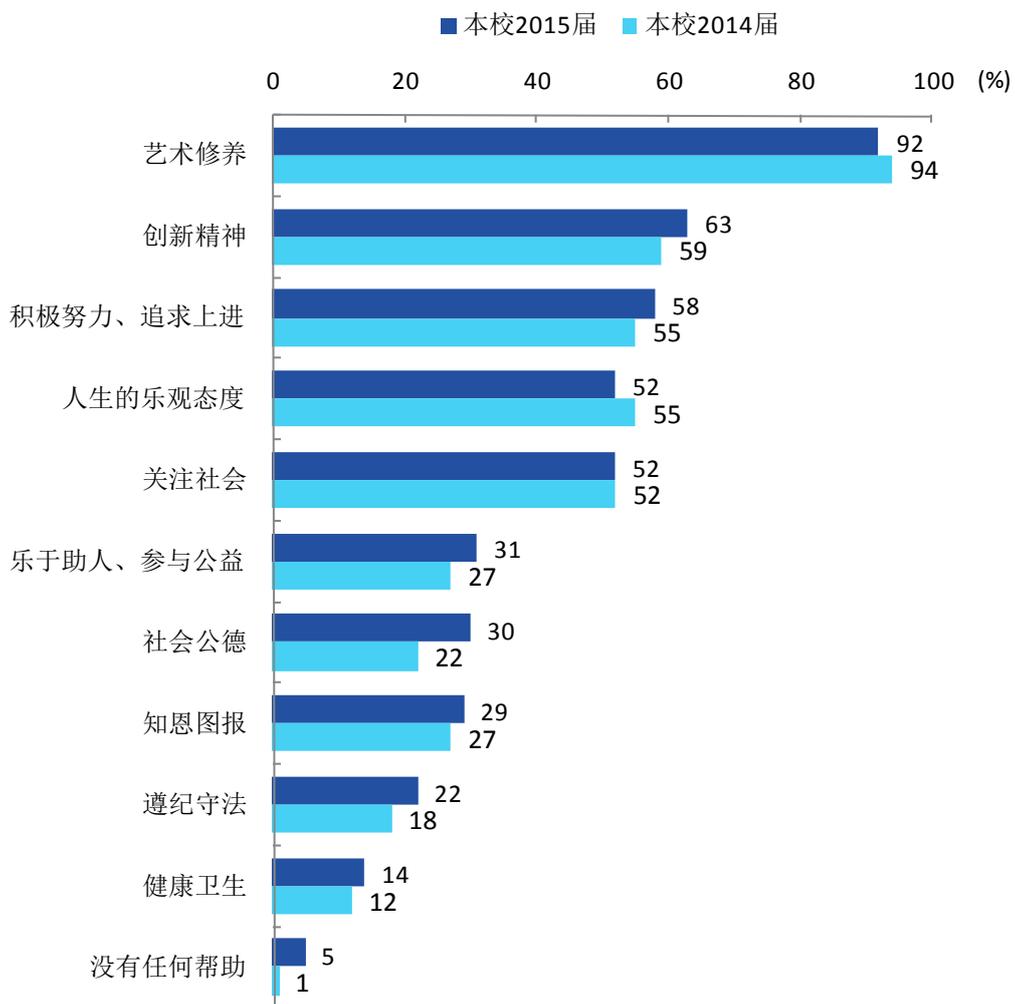


图 5-9 本校 2015 届毕业生大学期间的素养提升（多选）

数据来源：麦可思-中央美术学院 2014 届、2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

2. 基本工作能力掌握情况

(1). 基本工作能力总体满足度

本校 2015 届毕业生的总体能力满足度为 89%，比本校 2014 届（85%）高 4 个百分点。

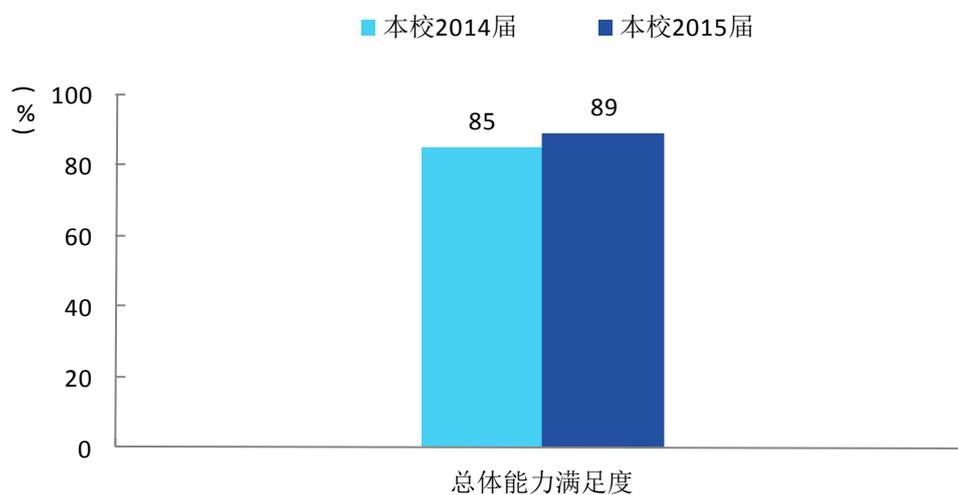


图 5-10 本校 2015 届毕业生的基本工作能力总体满足度

数据来源：麦可思-中央美术学院 2014 届、2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

(2). 基本工作能力的重要度及满足度

本校 2015 届毕业生认为重要度较高的基本工作能力是谈判技能（78%）、有效的口头沟通（73%）、学习方法（73%），其相应的满足度分别为 78%、84%、88%。

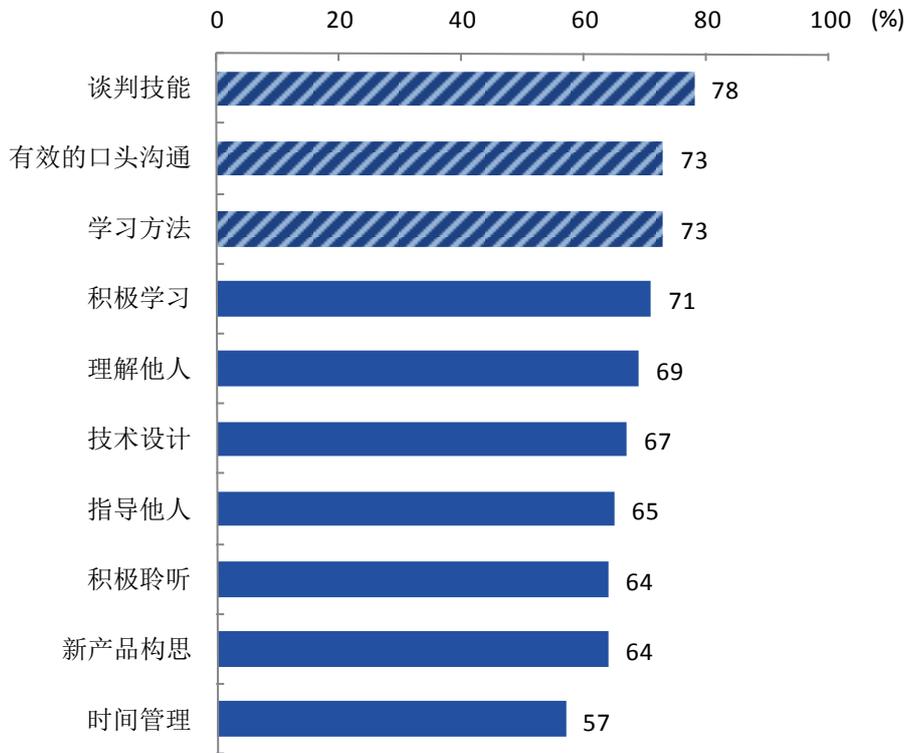


图 5-11 本校 2015 届毕业生基本工作能力的重要度

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 2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

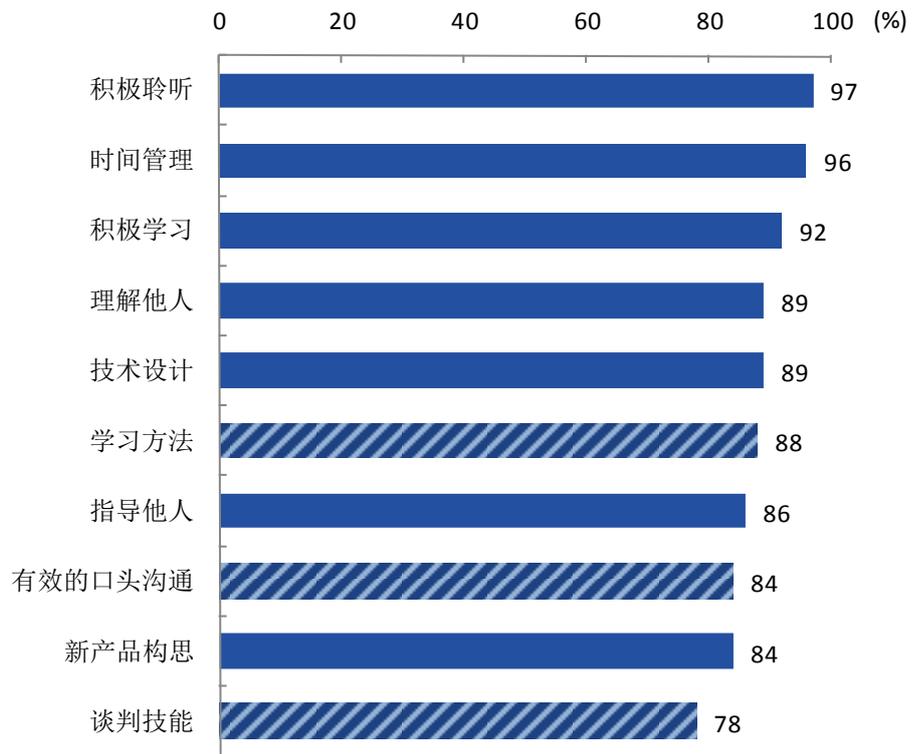


图 5-12 本校 2015 届毕业生基本工作能力的满足度

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 2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

3. 核心知识掌握情况

(1). 知识的总体满足度

本校 2015 届毕业生的总体知识满足度为 85%，与本校 2014 届（85%）持平。

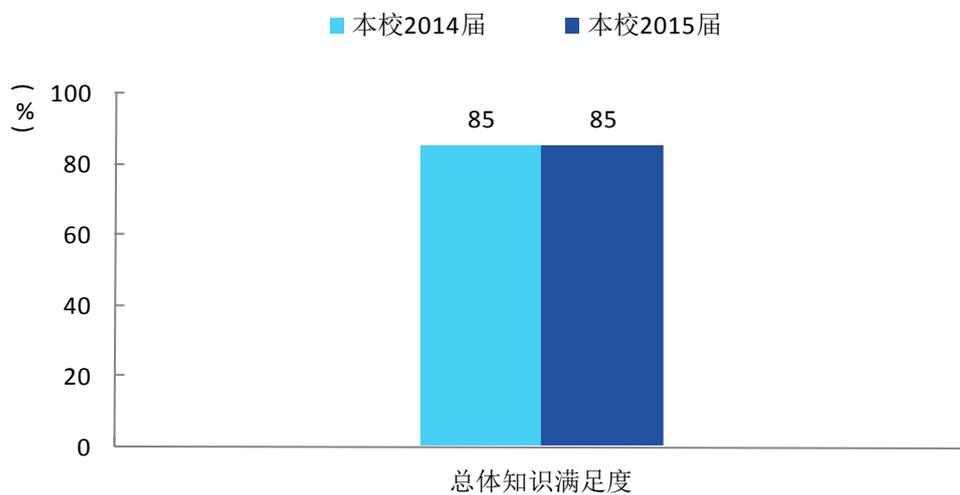


图 5-13 本校 2015 届毕业生的总体知识满足度

数据来源：麦可思-中央美术学院 2014 届、2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

(2). 核心知识的重要度及满足度

本校 2015 届毕业生认为重要度较高的知识是美术 (76%)、设计 (72%)、传播与媒体 (70%)，其相应的满足度分别为 88%、83%、91%。

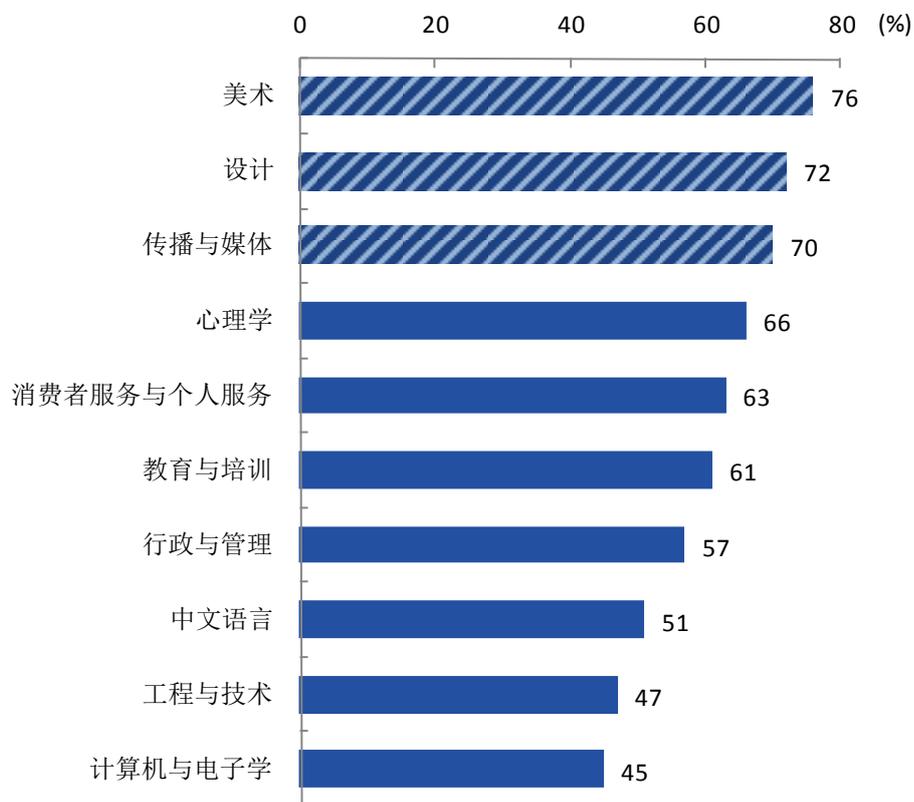


图 5-14 本校 2015 届毕业生核心知识的重要度

注：加斜线图案表示重要度较高的知识。

数据来源：麦可思-中央美术学院 2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

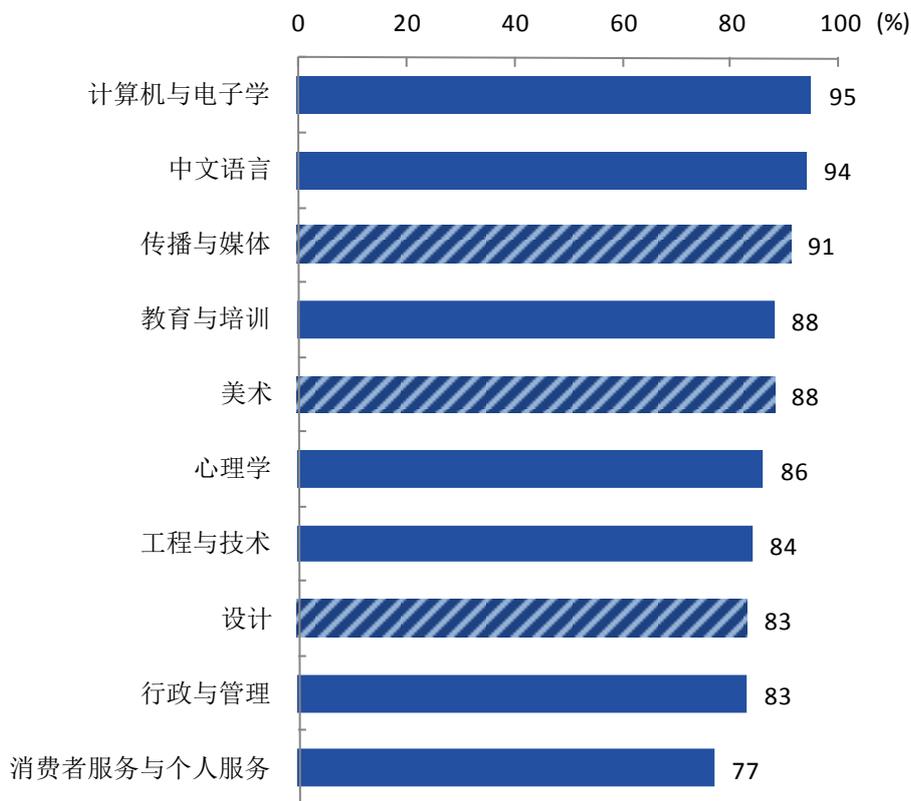


图 5-15 本校 2015 届毕业生核心知识的满足度

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 2015 届毕业生社会需求与培养质量跟踪评价。

4. 对教育教学的反馈

中央美术学院坚持以教学质量为中心，同时把握艺术生成长规律，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“青春·足迹”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。

(3). 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，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。

(4). 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文化传统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。

四 结语

党中央十八届五中全会对“十三五”期间国家的发展提出了纲领性方向，到 2020 年我国要全面建成小康社会，文化的需求将会成为社会新的需求，艺术作品的欣赏和接受会形成新文化热点。会议提出，“坚持创新引领”，“必须把创新摆在国家发展全局的核心位置，不断推进理论创新、制度创新、科技创新、文化创新等各方面创新，让创新贯穿党和国家一切工作，让创新在全社会蔚然成风”，特别提出“创新是一个民族进步的灵魂，是一个国家兴旺发达的不

竭源泉，也是中华民族最鲜明的民族禀赋”。党中央把创新放在如此重要的位置上，提示社会各界重视创新的价值，这对于美术创作、艺术发展同样具有指导作用。

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。