

第十屆
2019

毕业生
就业质量报告
REPORT OF EMPLOYMENT QUALITY 2019



中國傳媒大學
COMMUNICATION UNIVERSITY OF CHINA

前言

中国传媒大学是教育部直属的“一流学科建设高校”，“211工程”重点建设大学，“985优势学科创新平台”重点建设高校。办学65年来，学校秉承“立德、敬业、博学、竞先”的校训，以培养“弘道崇德、经世致用”的传媒人为己任，培养了大量党和国家所需要的、能够应对未来媒体挑战、驰骋于国际舞台的优秀传媒人才，为党和国家的传媒事业以及经济社会发展作出了重要贡献，被誉为“中国广播电视及传媒人才摇篮”“信息传播领域知名学府”。进入新时代，学校党委励精图治，以系统化思维改革创新，以全新理念对学校进行战略性综合布局，统筹推进，学校面貌、师生面貌焕然一新。学校坚持立德树人、科学定位、内涵发展、特色办学，以管理质量、教育质量、工程质量“三质量”提升为统领，实施一流生源、一流师资、一流课程、一流教材、一流毕业生教育质量“五个一工程”，聚焦马克思主义铸魂、爱国情怀强基、人文素养修身、国际视野拓界、特色项目托举、未来媒体创新“六个维度”，传承弘扬“忠诚、自信、包容、竞先”中传文化基因，全面提升办学水平。

2019年，面对就业创业工作在新形势下出现的新特点、新问题，学校深入贯彻落实党中央国务院及教育部、北京市相关就业创业工作的精神和要求，创新思路、积极作为，优化服务、提升内涵，不断完善就业创业工作长效机制，努力提升就业创业工作服务水平。截至2019年10月31日¹，中国传媒大学2019届毕业生就业率为97.19%，毕业生就业流向更加多元，就业质量稳步提升。

为了全面分析总结2019届毕业生就业创业状况，建立健全就业质量评价机制，及时回应社会关切，我校根据教育部相关工作要求编制了《中国传媒大学2019届毕业生就业质量报告》（以下简称“报告”），报告由“基本情况、就业情况分析、建校65周年‘就业盘点’、就业质量评价与反馈、就业创业特色工作”五个部分组成。报告的就业数据来源及调查样本情况说明如下：就业数据：中国传媒大学2019届毕业生就业数据（截至2019年10月31日），主要用于毕业生就业率、就业结构、相关特点和趋势分析。就业调查：在2019届毕业生就业创业工作中，学校先后开展了“择业意向调查”（有效问卷3476份）、“求职情况调查”（有效问卷1908份）、“用人单位人才需求（有效问卷198份）及毕业生满意度调查（有效问卷1908份）”，主要用于分析毕业生就业质量（包括竞争力、专业匹配度、就业满意度、用人单位评价等）及对教育教学进行反馈。

¹ 以下全文引用数据截止日期均为2019年10月31日。



目录

第一部分 毕业生基本情况	1
一、毕业生规模与结构	1
二、毕业生就业率与就业结构	2
第二部分 毕业生就业情况分析	16
一、继续深造情况	16
二、签约工作情况	20
三、自主创业情况	29
四、西部基层就业情况	31
五、未就业毕业生情况分析	32
第三部分 就业质量评价与反馈	33
一、就业市场分析	33
二、毕业生就业状况反馈	37
三、用人单位反馈	42
第四部分 建校 65 周年“就业盘点”	44
一、中央级主流媒体	45
二、省级主流媒体	47
三、通信行业旗舰企业	48
四、互联网行业旗舰企业和新兴媒体产业相关企业	49
五、校友职业发展	51
第五部分 就业创业特色工作	54
一、融通互动与拓宽领域相结合，促进毕业生多渠道就业	54
二、广泛撒网与重点培养相结合，大力推进创新创业工作	55
三、“就业+”，多维提升就业管理与服务水平	57

索引

表格索引:

表 1 中国传媒大学 2019 届各学历层次毕业生就业率与就业结构	4
表 2 中国传媒大学 2019 届各学院（研究生培养单位）毕业生就业率情况	6
表 3 中国传媒大学 2019 届本科毕业生分学院、分专业就业率情况	7
表 4 中国传媒大学 2019 届硕士毕业生分学院（研究生培养单位）、分专业就业率情况	10
表 5 中国传媒大学 2019 届博士毕业生分学院（研究生培养单位）、分专业就业率情况	13
表 6 中国传媒大学 2019 届各学历层次男、女毕业生就业去向情况	14
表 7 中国传媒大学 2019 届各学历层次少数民族毕业生就业去向情况	15
表 8 中国传媒大学 2019 届各学历层次家庭经济困难毕业生就业去向情况	15
表 9 中国传媒大学 2019 届本科毕业生国内升学情况统计	17
表 10 中国传媒大学 2019 届硕士毕业生国内升学情况统计	17
表 11 中国传媒大学 2019 届本科毕业生出国（境）留学人数最多的前 10 所高校...	18
表 12 中国传媒大学 2019 届硕士毕业生出国（境）留学情况	19
表 13 中国传媒大学 2019 届毕业生赴 2020 年 TIMES 世界大学排名前 100 名高校留学深造情况	20
表 14 中国传媒大学 2019 届毕业生签约工作地区分布情况	23
表 15 中国传媒大学 2019 届毕业生国家战略领域签约工作情况	24
表 16 中国传媒大学 2019 届毕业生生源地区与签约工作地匹配情况	25
表 17 中国传媒大学 2019 届各学历层次毕业生签约单位行业分布情况	26
表 18 中国传媒大学 2019 届各学历层次毕业生签约单位性质流向情况	28
表 19 接收中国传媒大学毕业生人数前 10 位的单位	28
表 20 中国传媒大学 2019 届各学历层次毕业生人数、自主创业人数及创业率	29
表 21 中国传媒大学 2019 届各学历层次毕业生创业类型分布情况	29
表 22 中国传媒大学 2019 届毕业生创业企业/工作室成立时间分布情况	29
表 23 中国传媒大学 2019 届各学历层次毕业生创业地域分布情况	29
表 24 中国传媒大学 2019 届毕业生创业企业/工作室所属行业分布情况	30
表 25 中国传媒大学 2019 届各学院（研究生培养单位）毕业生创业情况	30
表 26 中国传媒大学 2019 届签约工作毕业生西部基层就业情况	32
表 27 中国传媒大学 2019 届毕业生未就业情况	32
表 28 中国传媒大学 2019 年用人单位及岗位需求行业分布情况	34
表 29 中国传媒大学 2019 年用人单位及岗位需求单位性质分布情况	35
表 30 中国传媒大学 2019 届毕业生需求单位数量最多的前 5 名地区	36
表 31 中国传媒大学 2019 年国际组织就业需求信息区域分布情况	37
表 32 中国传媒大学 2019 届毕业生求职渠道	38
表 33 中国传媒大学 2019 届各学历层次毕业生就业岗位发展空间情况	42
表 34 中国传媒大学 2019 届各学历层次毕业生预计工作时间情况	42
表 35 用人单位对中国传媒大学 2019 届毕业生能力的评价	43
表 36 建校 65 周年中国传媒大学毕业生重点单位就业情况	45

索引

表 37 建校 65 周年中国传媒大学毕业生前往省级主流媒体就业情况	48
表 38 校友就业行业分布情况	51
表 39 校友就业单位性质分布情况	52

图片索引:

图 1 中国传媒大学 2019 届毕业生结构	1
图 2 中国传媒大学 2019 届毕业生生源地地区分布情况	2
图 3 中国传媒大学 2019 届各学历层次毕业生就业去向情况	3
图 4 中国传媒大学 2019 届各学院(研究生培养单位)毕业生就业率情况	5
图 5 中国传媒大学 2019 届男、女毕业生就业去向情况	14
图 6 中国传媒大学 2019 届本科毕业生保研考研及本校外校升学比例	16
图 7 中国传媒大学 2019 届毕业生出国(境)留学目的地情况	18
图 8 中国传媒大学 2019 届毕业生出国(境)留学学校排名情况	19
图 9 中国传媒大学 2019 届毕业生签约工作地区分布情况	21
图 10 中国传媒大学 2019 届毕业生签约工作城市分布情况	22
图 11 中国传媒大学 2019 届毕业生国家战略领域签约工作情况	24
图 12 中国传媒大学 2019 届毕业生生源地地区就业情况	24
图 13 中国传媒大学 2019 届毕业生签约单位行业分布	25
图 14 中国传媒大学 2019 届各学历层次毕业生签约单位性质流向情况	27
图 15 中国传媒大学 2019 届签约工作毕业生西部基层就业情况	31
图 16 面向 2019 届毕业生的招聘信息发布时间分布情况	34
图 17 中国传媒大学 2019 年用人单位及岗位需求行业分布情况	35
图 18 中国传媒大学 2019 年国际组织就业需求信息区域分布情况	36
图 19 中国传媒大学 2019 届毕业生求职过程基本情况	38
图 20 中国传媒大学 2019 届毕业生主要求职渠道	39
图 21 中国传媒大学 2019 届各学历层次毕业生就业满意度情况	40
图 22 中国传媒大学 2019 届各学历层次毕业生薪资情况	41
图 23 中国传媒大学 2019 届毕业生就业岗位与学历层次、专业匹配程度情况	41
图 24 用人单位看重的应届毕业生素质情况	43
图 25 建校 65 周年中国传媒大学毕业生重点单位就业情况	44
图 26 中国传媒大学毕业生到“一台五社”就业情况	46
图 27 建校 65 周年中国传媒大学毕业生前往省级主流媒体就业情况	47
图 28 建校 65 周年中国传媒大学毕业生通信行业旗舰企业就业情况	49
图 29 建校 65 周年中国传媒大学毕业生互联网行业旗舰企业和新兴媒体产业相关企业 就业情况	50
图 30 校友晋升次数及薪资涨幅情况	52
图 31 校友对“专业满意度、专业社会需求度、就业岗位匹配度”的评价情况	53
图 32 校友对“毕业生能力素养重要性”的评价情况	53

第一部分 毕业生基本情况

一、毕业生规模与结构

2019年，中国传媒大学共有各学历层次全日制毕业生3878人（不包含港澳台、留学生、在职、继续教育毕业生）。其中，本科毕业生（含第二学士学位）2119人（占54.64%），硕士毕业生1632人（占42.08%），博士毕业生119人（占3.07%），高职毕业生8人（占0.21%）²。毕业生中，少数民族毕业生411人（占10.60%），家庭经济困难毕业生519人（占13.38%）；男生1065人（占27.46%），女生2813人（占72.54%），男女比例为1:2.64。



图1 中国传媒大学2019届毕业生结构

2019届毕业生生源覆盖全国31个省（直辖市、自治区），其中毕业生总人数位列前三位的为：山东省358名（占9.23%）、北京市319名（占8.23%）、河北省288名（占7.43%）。2019届毕业生生源地区³情况如下图。

² 2019届8名高职毕业生中，6人已升普通本科，2人顺利就业，本报告后文中不再对高职毕业生就业情况做详细分析。

³ 华北地区包括北京、天津、河北、山西、内蒙古，华东地区包括浙江、江苏、上海、山东、安徽、江西、福建，华南地区包括广东、海南、广西，东北地区包括黑龙江、吉林、辽宁，西南地区包括四川、云南、贵州、重庆、西藏，西北地区包括陕西、甘肃、新疆、宁夏、青海，华中地区包括河南、湖北、湖南。

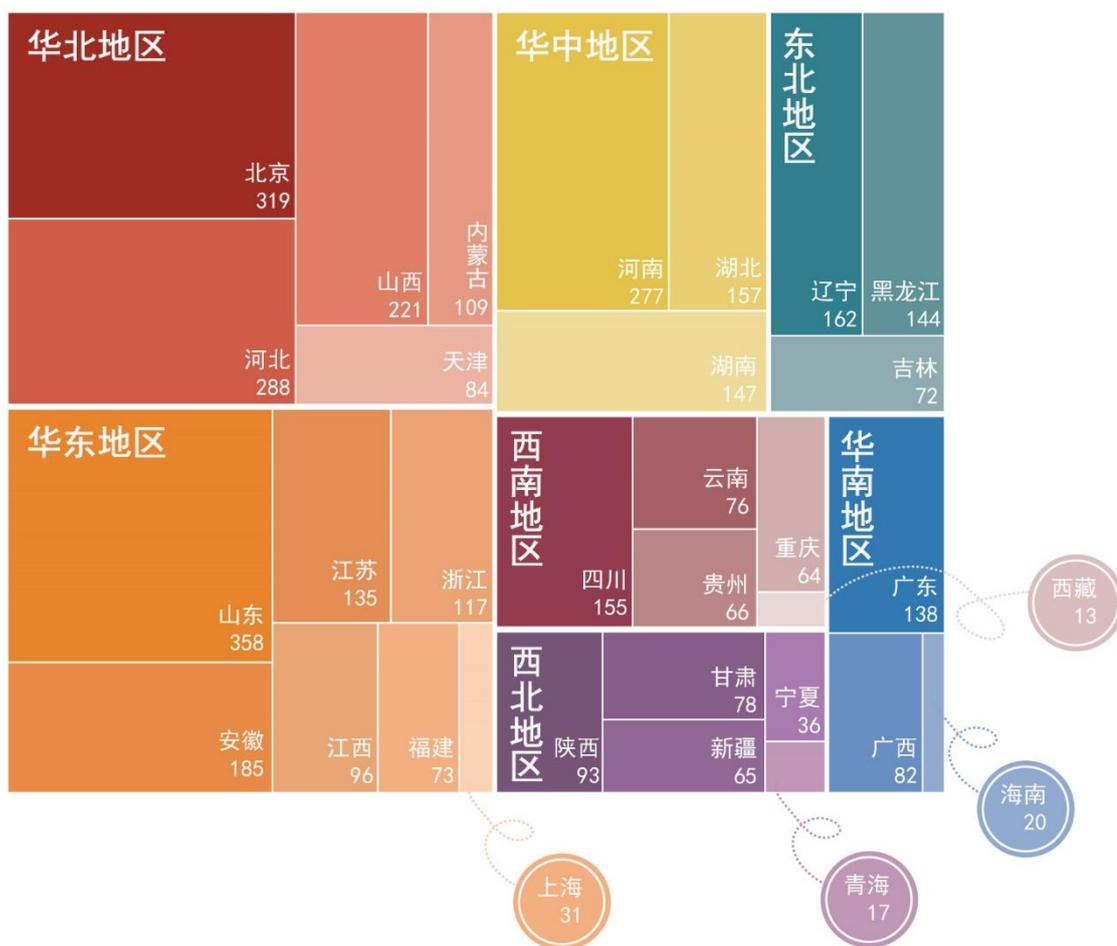


图2 中国传媒大学2019届毕业生生源地区分布情况

二、毕业生就业率与就业结构

截至2019年10月31日,中国传媒大学2019届毕业生总体就业率⁴为97.19%。其中,本科毕业生就业率为96.98%,硕士毕业生就业率为97.73%,博士毕业生就业率为93.28%。

⁴ 就业率=(国内升学+出国(境)留学+签约工作+灵活就业+自主创业+项目就业)人数/毕业生总人数×100%。

1. 总体就业情况

2019届毕业生中,继续深造⁵824人(占21.25%),其中国内升学⁶450人(占11.60%),出国(境)留学374人(占9.64%);直接工作⁷2945人(占75.94%),其中签约工作⁸1248人(占32.18%),灵活就业⁹1665人(占42.93%),自主创业25人(占0.64%),项目就业¹⁰7人(占0.18%)。各学历层次毕业生就业结构详见图3及表1。

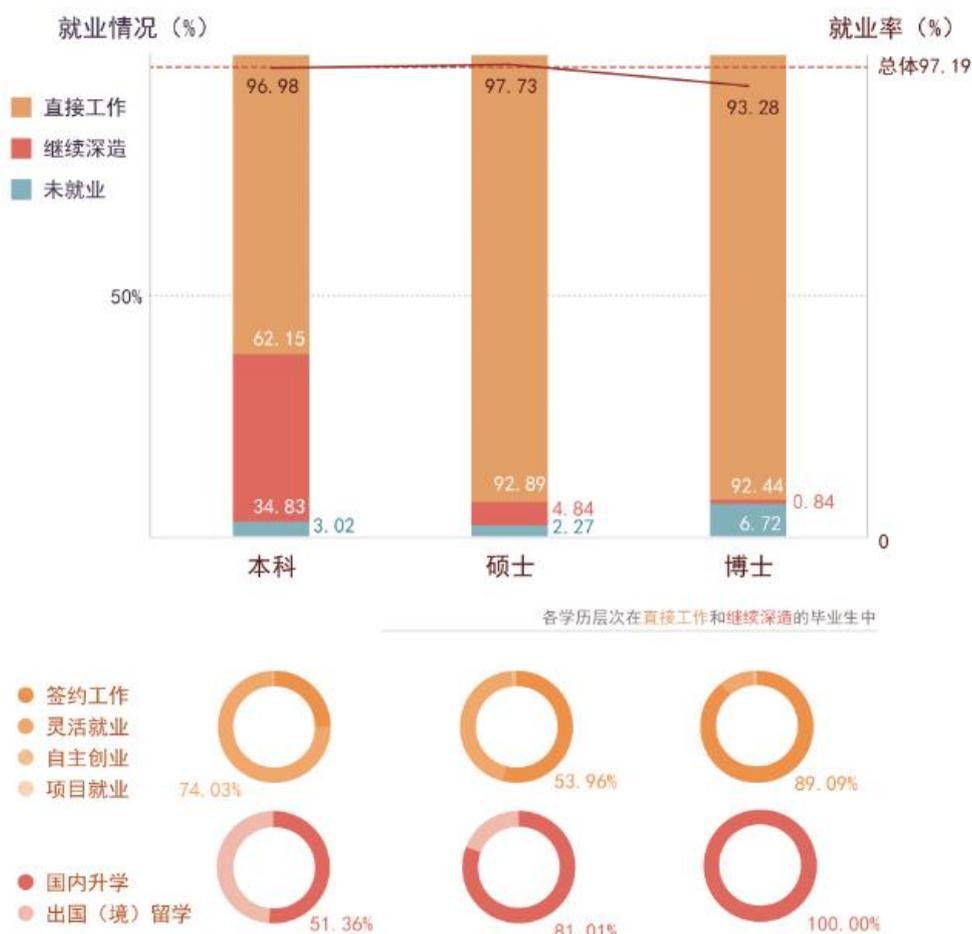


图3 中国传媒大学2019届各学历层次毕业生就业去向情况

⁵ 继续深造包括国内升学和出国(境)留学。

⁶ 国内升学包括已上博士后、已上博、已上硕、已上二学位、已升普通本科和成人本科。

⁷ 直接工作包括签约工作、灵活就业、自主创业、项目就业。

⁸ 签约工作包括出国工作、签就业协议和签劳动合同。

⁹ 灵活就业包括单位用人证明和自由职业。

¹⁰ 项目就业包括志愿服务西部、国家汉语教师、参军入伍、三支一扶。

表1 中国传媒大学2019届各学历层次毕业生就业率与就业结构

就业去向	本科		硕士		博士	
	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)
继续深造	738	34.83%	79	4.84%	1	0.84%
国内升学	379	17.89%	64	3.92%	1	0.84%
出国(境)留学	359	16.94%	15	0.92%	0	0.00%
直接工作	1317	62.15%	1516	92.89%	110	92.44%
签约工作	331	15.62%	818	50.12%	98	82.35%
灵活就业	975	46.01%	678	41.54%	11	9.24%
自主创业	7	0.33%	17	1.04%	1	0.84%
项目就业	4	0.19%	3	0.18%	0	0.00%
未就业	64/2119	3.02%	37/1632	2.27%	8/119	6.72%
就业	2055/2119	96.98%	1595/1632	97.73%	111/119	93.28%

2. 各学院（研究生培养单位）各专业就业情况

21个学院（研究生培养单位）中，外国语言文化学院、数据科学与智能媒体学院、动画与数字艺术学院、文化产业管理学院、播音主持艺术学院毕业生就业率为100.00%，国际传媒教育学院、新闻学院、音乐与录音艺术学院、政法学院、信息与通信工程学院毕业生就业率高于98.00%。各学历层次中，共有超过五分之二（147个）专业（147个）就业率为100.00%。各学院（研究生培养单位）毕业生就业率详见图4。

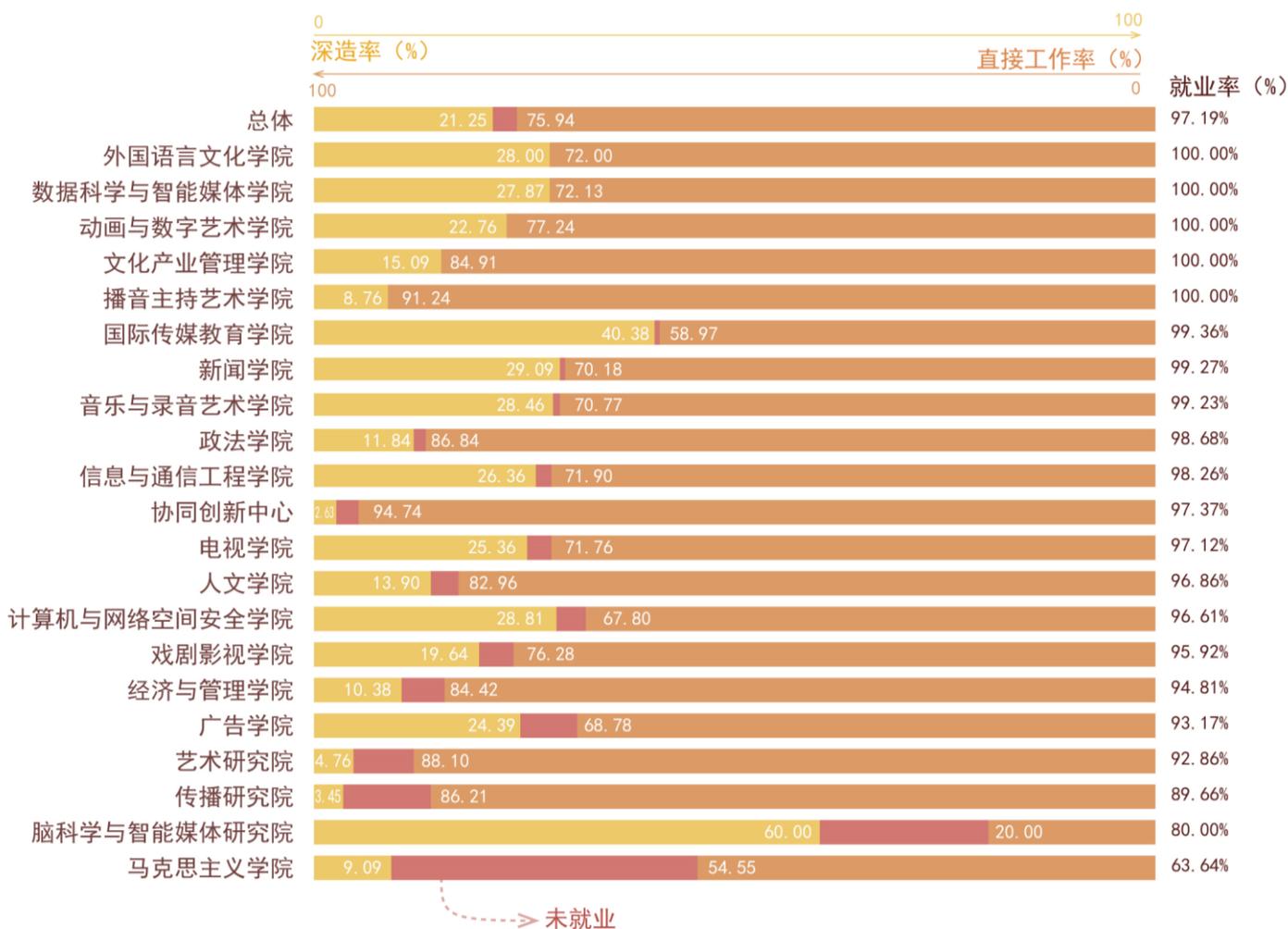


图4 中国传媒大学2019届各学院（研究生培养单位）毕业生就业率情况

其中，脑科学与智能媒体研究院深造率最高（60.00%），新闻学院、电视学院、音乐与录音艺术学院、信息与通信工程学院、计算机与网络空间安全学院、数据科学与智能媒体学院、外国语言文化学院、国际传媒教育学院的深造率均超过四分之一。传播研究院签约工作率最高（49.14%），艺术研究院灵活就业率最高（66.67%），播音主持艺术学院、动画与数字艺术学院、文化产业管理学院、协同创新中心灵活就业率超六成。经济与管理学院创业率最高（2.48%），其次为音乐与录音艺术学院（1.54%）、戏剧影视学院（1.02%）、广告学院（0.98%）。各学院各专业就业率详见表2至表5。

表 2 中国传媒大学 2019 届各学院（研究生培养单位）毕业生就业率情况¹¹

学院（研究生培养单位）	人数	深造率	签约工作率	灵活就业率	创业率	项目就业率	就业率
新闻学院	275	29.09%	27.64%	42.18%	0.36%	0.00%	99.27%
电视学院	347	25.36%	30.84%	40.92%	0.00%	0.00%	97.12%
传播研究院	116	3.45%	49.14%	36.21%	0.86%	0.00%	89.66%
戏剧影视学院	392	19.64%	27.04%	48.21%	1.02%	0.00%	95.92%
动画与数字艺术学院	246	22.76%	14.23%	63.01%	0.00%	0.00%	100.00%
音乐与录音艺术学院	130	28.46%	35.38%	33.85%	1.54%	0.00%	99.23%
艺术研究院	42	4.76%	21.43%	66.67%	0.00%	0.00%	92.86%
播音主持艺术学院	217	8.76%	25.81%	64.98%	0.46%	0.00%	100.00%
信息与通信工程学院	516	26.36%	38.95%	32.56%	0.39%	0.00%	98.26%
计算机与网络空间安全学院	118	28.81%	46.61%	21.19%	0.00%	0.00%	96.61%
数据科学与智能媒体学院	61	27.87%	16.39%	55.74%	0.00%	0.00%	100.00%
人文学院	223	13.90%	39.91%	41.70%	0.00%	1.35%	96.86%
政法学院	76	11.84%	34.21%	52.63%	0.00%	0.00%	98.68%
外国语言文化学院	200	28.00%	26.00%	44.50%	0.50%	1.00%	100.00%
经济与管理学院	443	10.38%	48.53%	32.96%	2.48%	0.45%	94.81%
文化产业管理学院	53	15.09%	24.53%	60.38%	0.00%	0.00%	100.00%
广告学院	205	24.39%	33.17%	34.63%	0.98%	0.00%	93.17%
协同创新中心	38	2.63%	31.58%	63.16%	0.00%	0.00%	97.37%
马克思主义学院	11	9.09%	36.36%	18.18%	0.00%	0.00%	63.64%
国际传媒教育学院	156	40.38%	6.41%	52.56%	0.00%	0.00%	99.36%
脑科学与智能媒体研究院	5	60.00%	0.00%	20.00%	0.00%	0.00%	80.00%

¹¹ 表中“浅灰色”为该列数据中后五位数据；“浅红色”为该列数据中前五位数据。

表3 中国传媒大学2019届本科毕业生分学院、分专业就业率情况¹²

学院	专业	人数	签约 工作率	深造率	灵活就 业率	创业率	项目就 业率	就业率
新闻学院	传播学	53	9.43%	33.96%	54.72%	0.00%	0.00%	98.11%
	传播学(媒体市场调查与分析)	31	0.00%	48.39%	48.39%	0.00%	0.00%	96.77%
	网络与新媒体(媒体创意)	32	9.38%	25.00%	65.63%	0.00%	0.00%	100.00%
	新闻学	29	10.34%	58.62%	31.03%	0.00%	0.00%	100.00%
	新闻学(数据新闻报道)	24	8.33%	62.50%	29.17%	0.00%	0.00%	100.00%
电视学院	编辑出版学(新媒体方向)	19	0.00%	68.42%	31.58%	0.00%	0.00%	100.00%
	广播电视编导(电视编辑)	26	3.85%	57.69%	34.62%	0.00%	0.00%	96.15%
	广播电视学	46	4.35%	56.52%	28.26%	0.00%	0.00%	89.13%
	广播电视学(电视摄影)	13	0.00%	53.85%	38.46%	0.00%	0.00%	92.31%
	广播电视学(国际新闻传播方向)	22	13.64%	68.18%	18.18%	0.00%	0.00%	100.00%
播音主持艺术学院	播音与主持艺术	103	15.53%	13.59%	70.87%	0.00%	0.00%	100.00%
	播音与主持艺术二学位	14	28.57%	7.14%	64.29%	0.00%	0.00%	100.00%
戏剧影视学院	表演	26	19.23%	7.69%	69.23%	0.00%	0.00%	96.15%
	广播电视编导(文艺编导方向)	17	17.65%	58.82%	23.53%	0.00%	0.00%	100.00%
	广播电视编导(综艺节目编导方向)	22	22.73%	36.36%	36.36%	0.00%	0.00%	95.45%
	戏剧影视导演	14	14.29%	21.43%	57.14%	0.00%	0.00%	92.86%
	戏剧影视导演(剪辑)	15	6.67%	46.67%	46.67%	0.00%	0.00%	100.00%
	戏剧影视美术设计(场景设计)	15	13.33%	20.00%	60.00%	0.00%	0.00%	93.33%
	戏剧影视美术设计(人物造型设计)	9	0.00%	33.33%	44.44%	0.00%	0.00%	77.78%
	戏剧影视文学(动画编剧)	13	15.38%	46.15%	30.77%	0.00%	0.00%	92.31%
	戏剧影视文学(影视编剧)	23	8.70%	26.09%	65.22%	0.00%	0.00%	100.00%
	影视摄影与制作(光环境设计方向)	16	12.50%	37.50%	37.50%	6.25%	0.00%	93.75%
动画与数字艺术学院	影视摄影与制作(影视剧摄影)	15	0.00%	40.00%	53.33%	0.00%	0.00%	93.33%
	影视摄影与制作(图片摄影方向)	13	15.38%	38.46%	46.15%	0.00%	0.00%	100.00%
	影视摄影与制作(照明艺术方向)	18	5.56%	38.89%	44.44%	0.00%	0.00%	88.89%
	动画	3	0.00%	66.67%	33.33%	0.00%	0.00%	100.00%
	动画(动画艺术)	36	16.67%	19.44%	63.89%	0.00%	0.00%	100.00%
	动画(漫画与插画)	16	6.25%	18.75%	75.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	动画(三维动画与特效)	20	0.00%	10.00%	90.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	数字媒体技术(游戏设计技术)	26	11.54%	30.77%	57.69%	0.00%	0.00%	100.00%
数字媒体艺术(数字影视与网络视频制作)	30	3.33%	50.00%	46.67%	0.00%	0.00%	100.00%	
数字媒体艺术(网络媒体设计)	34	5.88%	41.18%	52.94%	0.00%	0.00%	100.00%	
数字媒体艺术(游戏设计艺术)	23	17.39%	8.70%	73.91%	0.00%	0.00%	100.00%	

¹² 表中“浅灰色”为该列数据中后十位数据;“浅红色”为在该列数据中前十位数据。

(续上表)

学院	专业	人数	签约工作率	深造率	灵活就业率	创业率	项目就业率	就业率
音乐与录音艺术学院	录音艺术(音响导演)	27	18.52%	29.63%	51.85%	0.00%	0.00%	100.00%
	录音艺术(录音工程)	20	30.00%	50.00%	15.00%	0.00%	0.00%	95.00%
	音乐表演(声乐表演)	8	0.00%	37.50%	62.50%	0.00%	0.00%	100.00%
	音乐学(电子音乐制作)	12	16.67%	41.67%	33.33%	8.33%	0.00%	100.00%
	音乐学(音乐编辑)	17	17.65%	35.29%	47.06%	0.00%	0.00%	100.00%
	音乐学(音乐传播)	12	41.67%	33.33%	16.67%	8.33%	0.00%	100.00%
信息与通信工程学院	电子信息工程	57	29.82%	35.09%	29.82%	1.75%	0.00%	96.49%
	广播电视工程	78	25.64%	34.62%	38.46%	0.00%	0.00%	98.72%
	数字媒体技术	86	13.95%	39.53%	45.35%	0.00%	0.00%	98.84%
	通信工程	59	23.73%	27.12%	44.07%	0.00%	0.00%	94.92%
	通信工程(无线多媒体广播技术)	29	10.34%	41.38%	48.28%	0.00%	0.00%	100.00%
	网络工程	29	13.79%	48.28%	37.93%	0.00%	0.00%	100.00%
计算机与网络空间安全学院	自动化(演艺工程与舞台技术方向)	22	31.82%	31.82%	36.36%	0.00%	0.00%	100.00%
	计算机科学与技术(大数据技术与应用方向)	35	22.86%	51.43%	25.71%	0.00%	0.00%	100.00%
数据科学与智能媒体学院	信息安全	28	25.00%	32.14%	32.14%	0.00%	0.00%	89.29%
	应用统计学	50	6.00%	34.00%	60.00%	0.00%	0.00%	100.00%
人文学院	汉语言(应用语言学方向)	23	17.39%	26.09%	56.52%	0.00%	0.00%	100.00%
	汉语言文学	29	3.45%	24.14%	68.97%	0.00%	0.00%	96.55%
	汉语国际教育	27	7.41%	48.15%	33.33%	0.00%	0.00%	88.89%
	俄语	4	25.00%	25.00%	50.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	法语	7	14.29%	42.86%	42.86%	0.00%	0.00%	100.00%
外国语言文化学院	葡萄牙语	15	60.00%	26.67%	13.33%	0.00%	0.00%	100.00%
	日语	15	0.00%	40.00%	53.33%	6.67%	0.00%	100.00%
	西班牙语	11	9.09%	63.64%	27.27%	0.00%	0.00%	100.00%
	意大利语	15	13.33%	13.33%	73.33%	0.00%	0.00%	100.00%
	孟加拉语	12	25.00%	16.67%	58.33%	0.00%	0.00%	100.00%
	英语	28	14.29%	35.71%	46.43%	0.00%	3.57%	100.00%
	斯瓦希里语	12	33.33%	41.67%	25.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	普什图语	1	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	荷兰语	16	18.75%	37.50%	37.50%	0.00%	6.25%	100.00%
	翻译	20	20.00%	40.00%	40.00%	0.00%	0.00%	100.00%

(续上表)

学院	专业	人数	签约工作率	深造率	灵活就业率	创业率	项目就业率	就业率
政法学院	社会学	27	11.11%	25.93%	59.26%	0.00%	0.00%	96.30%
	公共关系学	33	12.12%	30.30%	48.48%	0.00%	0.00%	90.91%
广告学院	广告学	32	18.75%	40.63%	37.50%	0.00%	0.00%	96.88%
	视觉传达设计	31	12.90%	32.26%	45.16%	0.00%	0.00%	90.32%
	网络与新媒体(新媒体网络经营方向)	33	33.33%	39.39%	15.15%	3.03%	0.00%	90.91%
	工商管理	13	38.46%	0.00%	46.15%	0.00%	7.69%	92.31%
经济与 管理学院	国际经济与贸易(国际文化贸易方向)	17	23.53%	17.65%	47.06%	0.00%	0.00%	88.24%
	行政管理	28	32.14%	28.57%	35.71%	0.00%	3.57%	100.00%
	会计学	25	48.00%	20.00%	28.00%	0.00%	0.00%	96.00%
	经济学(传媒经济方向)	32	37.50%	21.88%	34.38%	0.00%	0.00%	93.75%
	市场营销(品牌管理方向)	22	22.73%	13.64%	50.00%	0.00%	0.00%	86.36%
	文化产业管理(文化经纪方向)	16	18.75%	43.75%	25.00%	0.00%	0.00%	87.50%
	文化产业管理(影视制片管理方向)	26	7.69%	26.92%	50.00%	3.85%	0.00%	88.46%
	信息管理与信息系统	24	25.00%	16.67%	45.83%	0.00%	0.00%	87.50%
	传播学	49	2.04%	57.14%	40.82%	0.00%	0.00%	100.00%
	动画	7	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	国际传媒 教育学院	广告学	25	8.00%	72.00%	20.00%	0.00%	0.00%
视觉传达设计		12	16.67%	16.67%	66.67%	0.00%	0.00%	100.00%
文化产业管理		24	4.17%	37.50%	54.17%	0.00%	0.00%	95.83%
戏剧影视导演(剪辑方向)		23	4.35%	21.74%	73.91%	0.00%	0.00%	100.00%
合计		2119	15.62%	34.83%	46.01%	0.33%	0.19%	96.98%

表4 中国传媒大学2019届硕士毕业生分学院(研究生培养单位)、分专业就业率情况¹³

学院	专业	人数	签约工作率	深造率	灵活就业率	创业率	项目就业率	就业率
新闻学院	传播学	11	27.27%	18.18%	54.55%	0.00%	0.00%	100.00%
	广播电视学	3	66.67%	33.33%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	新闻与传播	30	40.00%	3.33%	53.33%	3.33%	0.00%	100.00%
	新闻学	45	73.33%	2.22%	24.44%	0.00%	0.00%	100.00%
	舆论学	7	42.86%	28.57%	28.57%	0.00%	0.00%	100.00%
电视学院	广播电视	101	33.66%	1.98%	62.38%	0.00%	0.00%	98.02%
	广播电视艺术学	3	33.33%	0.00%	66.67%	0.00%	0.00%	100.00%
	广播电视学	52	46.15%	7.69%	44.23%	0.00%	0.00%	98.08%
	国际新闻学	20	70.00%	15.00%	15.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	新闻与传播	36	63.89%	2.78%	33.33%	0.00%	0.00%	100.00%
传播研究院	互联网信息	3	0.00%	66.67%	33.33%	0.00%	0.00%	100.00%
	编辑出版学	6	16.67%	0.00%	33.33%	0.00%	0.00%	50.00%
	出版	14	35.71%	0.00%	50.00%	0.00%	0.00%	85.71%
	传播学	49	55.10%	8.16%	32.65%	2.04%	0.00%	97.96%
	传媒教育	6	0.00%	0.00%	50.00%	0.00%	0.00%	50.00%
戏剧影视学院	国际新闻学	15	20.00%	0.00%	80.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	新闻与传播	7	71.43%	0.00%	28.57%	0.00%	0.00%	100.00%
	电影	32	34.38%	3.13%	53.13%	3.13%	0.00%	93.75%
	电影学	23	39.13%	4.35%	56.52%	0.00%	0.00%	100.00%
	广播电视	45	40.00%	0.00%	55.56%	2.22%	0.00%	97.78%
动画与数字艺术学院	广播电视艺术学	42	54.76%	2.38%	40.48%	0.00%	0.00%	97.62%
	美术学	14	28.57%	14.29%	57.14%	0.00%	0.00%	100.00%
	戏剧戏曲学	3	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	动画艺术学	16	12.50%	6.25%	81.25%	0.00%	0.00%	100.00%
	广播电视	19	15.79%	10.53%	73.68%	0.00%	0.00%	100.00%
音乐与录音艺术学院	计算机技术	5	40.00%	0.00%	60.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	数字媒体艺术	8	50.00%	0.00%	50.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	艺术设计	3	33.33%	0.00%	66.67%	0.00%	0.00%	100.00%
音乐与录音艺术学院	广播电视	17	70.59%	0.00%	29.41%	0.00%	0.00%	100.00%
	广播电视艺术学	8	87.50%	12.50%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	音乐学	7	57.14%	0.00%	42.86%	0.00%	0.00%	100.00%

¹³ 表中“浅灰色”为该列数据中后十位数据;“浅红色”为该列数据中前十位数据。

(续上表)

学院	专业	人数	签约工作率	深造率	灵活就业率	创业率	项目就业率	就业率
播音主持艺术学院	播音主持艺术学	16	43.75%	0.00%	56.25%	0.00%	0.00%	100.00%
	语言传播	3	0.00%	33.33%	66.67%	0.00%	0.00%	100.00%
	新闻与传播	11	54.55%	9.09%	36.36%	0.00%	0.00%	100.00%
	广播电视	64	26.56%	3.13%	68.75%	1.56%	0.00%	100.00%
艺术研究院	传媒艺术学	15	26.67%	6.67%	66.67%	0.00%	0.00%	100.00%
	艺术史论	20	10.00%	5.00%	70.00%	0.00%	0.00%	85.00%
信息与通信工程学院	电磁场与微波技术	13	92.31%	7.69%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	电路与系统	4	75.00%	25.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	电子与通信工程	47	70.21%	6.38%	21.28%	2.13%	0.00%	100.00%
	集成电路工程	10	80.00%	0.00%	20.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	通信与信息系统	55	89.09%	1.82%	7.27%	0.00%	0.00%	98.18%
	信号与信息处理	18	66.67%	0.00%	33.33%	0.00%	0.00%	100.00%
计算机与网络空间安全学院	计算机技术	18	72.22%	11.11%	16.67%	0.00%	0.00%	100.00%
	信号与信息处理	8	75.00%	0.00%	12.50%	0.00%	0.00%	87.50%
	软件工程技术	7	71.43%	0.00%	28.57%	0.00%	0.00%	100.00%
	计算机应用技术	15	80.00%	13.33%	6.67%	0.00%	0.00%	100.00%
	计算机软件与理论	4	50.00%	50.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
数据科学与智能媒体学院	计算数学	3	66.67%	0.00%	33.33%	0.00%	0.00%	100.00%
	物理电子学	3	66.67%	0.00%	33.33%	0.00%	0.00%	100.00%
	应用数学	5	60.00%	0.00%	40.00%	0.00%	0.00%	100.00%
脑科学与智能媒体研究院	通信与信息系统	2	0.00%	50.00%	50.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	艺术与科学	2	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
人文学院	比较文学与世界文学	7	57.14%	14.29%	28.57%	0.00%	0.00%	100.00%
	汉语国际教育	64	43.75%	0.00%	50.00%	0.00%	4.69%	98.44%
	中国现当代文学	14	50.00%	21.43%	21.43%	0.00%	0.00%	92.86%
	中国古代文学	10	60.00%	0.00%	40.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	语言学及应用语言学	17	64.71%	5.88%	23.53%	0.00%	0.00%	94.12%
	文艺学	10	60.00%	0.00%	40.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	汉语言文字学	10	80.00%	0.00%	20.00%	0.00%	0.00%	100.00%
政法学院	传播学	3	33.33%	33.33%	33.33%	0.00%	0.00%	100.00%
	法律(法学)	19	47.37%	5.26%	47.37%	0.00%	0.00%	100.00%
	法律(非法学)	11	18.18%	0.00%	81.82%	0.00%	0.00%	100.00%
	国际关系	5	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	外交学	5	80.00%	0.00%	20.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	政治学理论	6	33.33%	0.00%	66.67%	0.00%	0.00%	100.00%

(续上表)

学院	专业	人数	签约工作率	深造率	灵活就业率	创业率	项目就业率	就业率
外国语言文化学院	欧洲语言文学	5	60.00%	0.00%	40.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	日语口译	4	25.00%	0.00%	75.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	日语语言文学	2	0.00%	50.00%	50.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	外国语言学及应用语言学	6	33.33%	0.00%	66.67%	0.00%	0.00%	100.00%
	英语笔译	20	50.00%	5.00%	45.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	英语语言文学	7	57.14%	0.00%	42.86%	0.00%	0.00%	100.00%
广告学院	设计艺术学	8	50.00%	0.00%	37.50%	0.00%	0.00%	87.50%
	广告学	28	39.29%	14.29%	35.71%	3.57%	0.00%	92.86%
	新媒体	8	75.00%	0.00%	25.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	艺术设计	2	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	新闻与传播	21	71.43%	0.00%	28.57%	0.00%	0.00%	100.00%
经济与管理学院	产业经济学	4	50.00%	0.00%	50.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	传媒经济学	13	76.92%	0.00%	7.69%	0.00%	0.00%	84.62%
	工商管理	177	67.80%	0.00%	26.55%	5.65%	0.00%	100.00%
	管理科学与工程	9	33.33%	22.22%	33.33%	0.00%	0.00%	88.89%
	广播电视	18	55.56%	0.00%	38.89%	0.00%	0.00%	94.44%
	行政管理	4	75.00%	0.00%	25.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	企业管理	10	60.00%	0.00%	30.00%	0.00%	0.00%	90.00%
文化产业管理学院	广播电视	38	23.68%	10.53%	65.79%	0.00%	0.00%	100.00%
	文化产业	12	16.67%	33.33%	50.00%	0.00%	0.00%	100.00%
国际传媒教育学院	传播学	1	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	传媒艺术学	1	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%	100.00%
协同创新中心	新闻与传播	14	21.43%	7.14%	71.43%	0.00%	0.00%	100.00%
	互联网信息	16	37.50%	6.25%	56.25%	0.00%	0.00%	100.00%
	广播电视	15	20.00%	0.00%	73.33%	0.00%	0.00%	93.33%
	新媒体	4	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%	100.00%
马克思主义学院	马克思主义基本原理	4	25.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	25.00%
	思想政治教育	7	42.86%	14.29%	28.57%	0.00%	0.00%	85.71%
合计		1632	50.12%	4.84%	41.54%	1.04%	0.18%	97.73%

表 5 中国传媒大学 2019 届博士毕业生分学院（研究生培养单位）、分专业就业率情况¹⁴

学院	专业	人数	签约工 作率	深造率	灵活就 业率	创业率	项目就 业率	就业率
新闻学院	传播学	2	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	新闻学	6	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	广播电视学	2	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
电视学院	广播电视新闻学	1	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	广播电视学	4	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	艺术与科学	1	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
传播研究院	编辑出版	3	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	传播学	14	78.57%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	78.57%
	国际新闻学	1	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
戏剧影视学院	舆论学	1	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	电影学	7	85.71%	0.00%	14.29%	0.00%	0.00%	100.00%
	广播电视艺术学	6	66.67%	0.00%	0.00%	16.67%	0.00%	83.33%
	美术学	2	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
动画与数字艺术学院	戏剧戏曲学	2	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	动画学	2	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	动画艺术学	2	50.00%	0.00%	50.00%	0.00%	0.00%	100.00%
音乐与录音艺术学院	数字媒体艺术	3	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	广播电视艺术学	1	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	音乐学	1	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
艺术研究院	传媒艺术学	3	66.67%	0.00%	33.33%	0.00%	0.00%	100.00%
	广播电视艺术学	1	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	艺术史论	2	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	艺术学	1	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
播音主持艺术学院	播音主持艺术学	6	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
信息与通信工程学院	电磁场与微波技术	5	80.00%	0.00%	20.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	通信与信息系统	4	75.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	75.00%
计算机与网络空间安全学院	信息计算技术	3	66.67%	33.33%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
脑科学与智能媒体研究院	艺术与科学	1	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
人文学院	文艺学	6	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	语言学及应用语言学	6	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
经济与管理学院	传媒经济学	5	60.00%	0.00%	20.00%	0.00%	0.00%	80.00%
文化产业管理学院	文化产业	3	66.67%	0.00%	33.33%	0.00%	0.00%	100.00%
广告学院	广告学	9	77.78%	0.00%	11.11%	0.00%	0.00%	88.89%
协同创新中心	新媒体（互联网信息研究院）	1	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	新媒体（新媒体研究院）	2	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
合计		119	82.35%	0.84%	9.24%	0.84%	0.00%	93.28%

¹⁴ 表中“浅灰色”为该数据中后五位数据；“浅红色”为该数据中前五位数据。

3. 各群体就业情况

从性别来看,2019届毕业生中男生就业率为96.62%,女生就业率为97.40%。
从就业去向看,男生直接工作的比例高于女生,女生继续深造的比例高于男生。

表6 中国传媒大学2019届各学历层次男、女毕业生就业去向情况

就业去向	本科		硕士		博士	
	男	女	男	女	男	女
继续深造	147	591	33	46	0	1
国内	85	294	26	38	0	1
出国(境)	62	297	7	8	0	0
直接工作	409	908	393	1123	42	68
签约工作	102	229	238	580	38	60
灵活就业	300	675	147	531	3	8
自主创业	3	4	8	9	1	0
项目就业	4	0	0	3	0	0
未就业	26	38	9	28	1	7
合计	582	1537	435	1197	43	76
就业率(%)	95.53%	97.53%	97.93%	97.66%	97.67%	90.79%

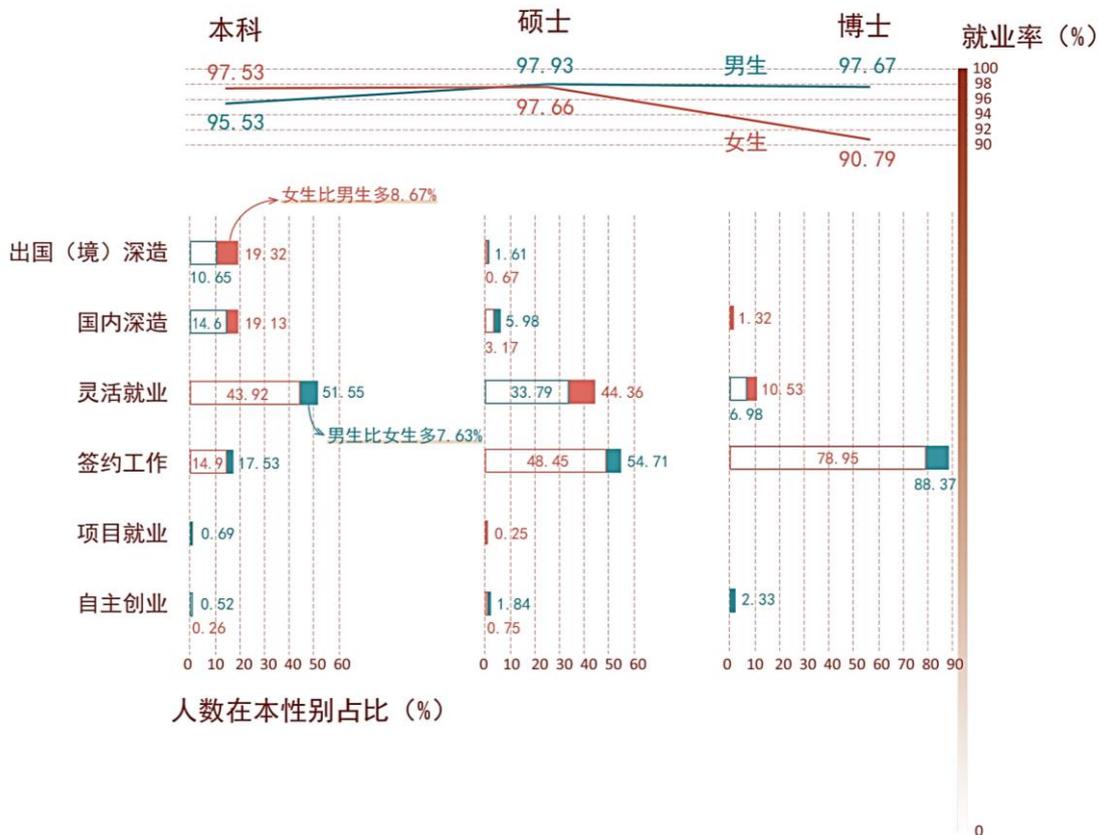


图5 中国传媒大学2019届男、女毕业生就业去向情况

2019届毕业生中少数民族毕业生就业率为94.65%。其中，本科少数民族毕业生就业率为92.74%；硕士少数民族毕业生就业率为97.44%；博士少数民族毕业生就业率为100.00%。

表7 中国传媒大学2019届各学历层次少数民族毕业生就业去向情况

就业去向	本科		硕士		博士	
	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)
继续深造	58	23.39%	9	5.77%	0	0.00%
国内升学	24	9.68%	7	4.49%	0	0.00%
出国(境)留学	34	13.71%	2	1.28%	0	0.00%
直接工作	172	69.35%	143	91.67%	7	100.00%
签约工作	39	15.73%	96	61.54%	7	100.00%
灵活就业	133	53.63%	45	28.85%	0	0.00%
自主创业	0	0.00%	2	1.28%	0	0.00%
项目就业	0	0.00%	0	0.91%	0	0.00%
未就业	18/248	7.26%	4/156	2.56%	0/7	0.00%
就业	230/248	92.74%	152/156	97.44%	7/7	100.00%

2019届毕业生中家庭经济困难毕业生就业率为96.92%。其中，本科毕业生342人，就业率为96.20%；硕士毕业生175人，就业率为98.29%；博士毕业生2人，就业率为100%。

表8 中国传媒大学2019届各学历层次家庭经济困难毕业生就业去向情况

就业去向	本科		硕士		博士	
	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)
继续深造	83	24.27%	9	5.14%	0	0.00%
国内	79	23.10%	9	5.14%	0	0.00%
出国(境)留学	4	1.17%	0	0.00%	0	0.00%
直接工作	246	71.93%	163	93.14%	2	100.00%
签约工作	86	25.15%	96	54.86%	2	100.00%
灵活就业	157	45.91%	66	37.71%	0	0.00%
自主创业	1	0.29%	0	0.00%	0	0.00%
项目就业	2	0.58%	1	0.57%	0	0.00%
未就业	13/342	3.80%	3/175	1.71%	0/2	0.00%
就业	329/342	96.20%	172/175	98.29%	2/2	100.00%

第二部分 毕业生就业情况分析

一、继续深造情况

2019届毕业生中，本科毕业生继续深造738人，其中国内升学379人、出国（境）留学359人；硕士毕业生继续深造79人，其中国内升学64人、出国（境）留学15人；博士毕业生继续深造1人，进入本校博士后科研流动站¹⁵。

1. 国内升学情况

2019届本科毕业生中，有379人国内升学，占本科毕业生总人数的17.89%。其中，205人保研，174人考研；245人进入本校攻读研究生，134人进入外校攻读研究生。本科毕业生国内升学情况详见表9。

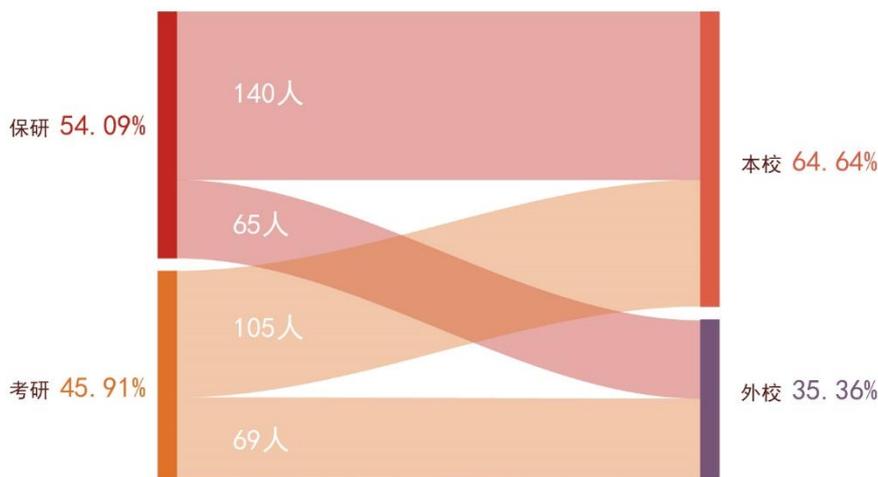


图6 中国传媒大学2019届本科毕业生保研考研及本校外校升学比例

其中，86人（占22.69%）升入世界一流大学建设高校A类，2人（占0.53%）升入世界一流大学建设高校B类，278人（占73.35%）升入世界一流学科建设高校。

¹⁵ 博士后进站在北京市教委就业数据统计中为“升学”。

表 9 中国传媒大学 2019 届本科毕业生国内升学情况统计

排名	学校	人数	排名	学校	人数
1	中国传媒大学	245	7	对外经济贸易大学	3
2	北京大学	21	7	复旦大学	3
3	北京邮电大学	11	7	南京大学	3
3	中国人民大学	11	7	浙江大学	3
4	北京师范大学	8	8	北京交通大学	2
4	清华大学	8	8	上海财经大学	2
5	上海交通大学	7	8	上海理工大学	2
6	北京航空航天大学	4	8	同济大学	2
6	北京理工大学	4	8	中山大学	2
6	中国科学院大学	4	8	中央音乐学院	2
7	北京电影学院	3	9	中央财经大学等 26 所高校 ¹⁶	1
7	北京外国语大学	3		合计	379

2019 届硕士毕业生中,有 64 人国内升学,其中 37 人考取本校博士研究生,27 人考取外校博士研究生。硕士毕业生国内升学情况详见表 10。

表 10 中国传媒大学 2019 届硕士毕业生国内升学情况统计

学校	人数	学校	人数
中国传媒大学	37	南京大学	1
清华大学	5	上海大学	1
中国人民大学	3	上海交通大学	1
北京电影学院	2	深圳大学	1
北京师范大学	2	四川大学	1
复旦大学	2	西安电子科技大学	1
北京大学	1	浙江大学	1
北京理工大学	1	中国海洋大学	1
北京师范大学研究生院珠海分院	1	中南大学	1
华中科技大学	1	合计	64

2. 出国(境)留学情况

中国传媒大学 2019 届毕业生中,有 359 名本科毕业生和 15 名硕士毕业生出国(境)留学。留学目的地排名前三名的国家或地区为英国(157 人)、美国(92 人)和中国香港(38 人),具体分布情况见图 7。

¹⁶ 分别为中央财经大学、中国美术学院、中国科学院信息工程研究所、中国科学院软件研究所、中国科学技术大学、中国电影艺术研究中心、西安交通大学、武汉大学、外交学院、上海外国语大学、上海社会科学院、汕头大学、厦门大学、内蒙古师范大学、南开大学、华中师范大学、华中科技大学、华南理工大学、华东师范大学、湖南大学、哈尔滨工业大学、哈尔滨工程大学、东南大学、东北大学、北京林业大学、北京电子科技学院。

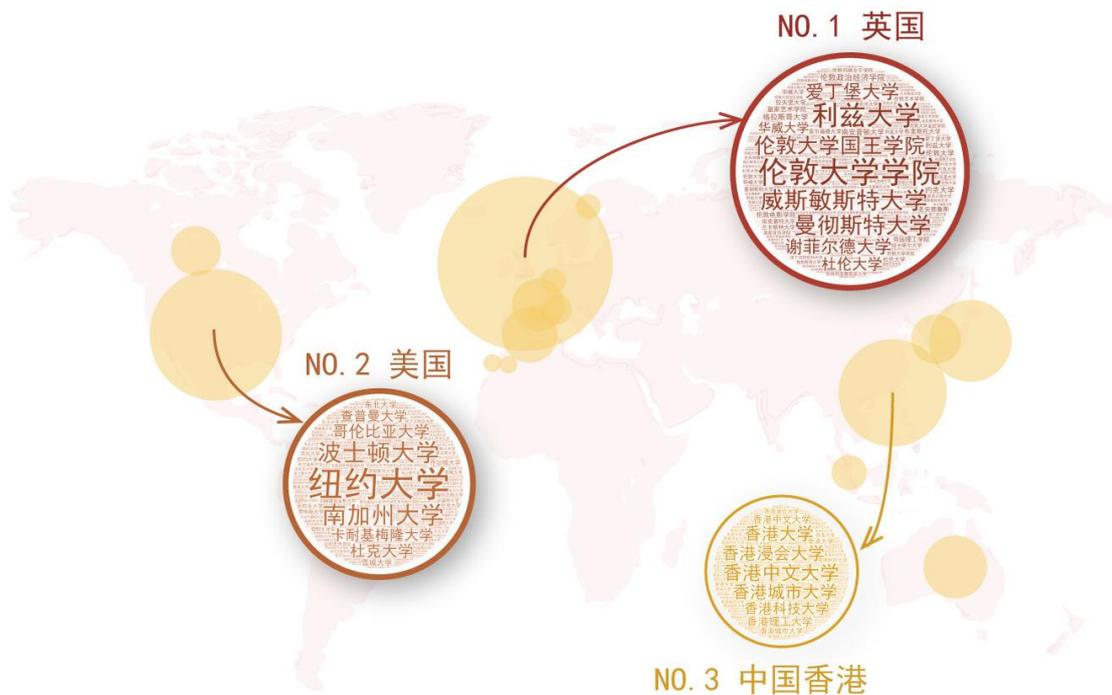


图7 中国传媒大学2019届毕业生出国（境）留学目的地情况

中国传媒大学出国（境）留学毕业生共赴135所高校继续深造，录取中国传媒大学毕业生人数最多的前三名国（境）外高校分别是伦敦大学学院（University College London）、香港中文大学（The Chinese University of Hong Kong）、香港城市大学（City University of Hong Kong）。本科毕业生和硕士毕业生出国（境）留学情况详见表11、表12。

表11 中国传媒大学2019届本科毕业生出国（境）留学人数最多的前10所高校

排名	学校	人数	排名	学校	人数
1	伦敦大学学院	40	7	爱丁堡大学	9
2	香港中文大学	18	7	南加州大学	9
3	香港城市大学	13	8	哥伦比亚大学	6
4	伦敦大学国王学院	12	8	悉尼大学	6
4	威斯敏斯特大学	12	8	杜伦大学	6
4	纽约大学	12	9	卡耐基梅隆大学	5
5	利兹大学	11	9	伦敦政治经济学院	5
5	曼彻斯特大学	11	10	墨尔本大学	4
5	谢菲尔德大学	11	10	杜克大学	4
6	波士顿大学	10	10	华威大学	4
	合计			208	

表 12 中国传媒大学 2019 届硕士生出国（境）留学情况

学校	人数	国家/地区	学校	人数	国家/地区
爱丁堡大学	1	英国	伦敦大学学院	1	英国
丹麦皇家音乐学院	1	英国	罗彻斯特理工学院	1	美国
格拉斯哥大学	1	英国	南安普顿大学	1	英国
格勒诺布尔高等商学院	1	法国	纽约视觉艺术学院	1	美国
华威大学	1	英国	西蒙菲莎大学	1	加拿大
卡耐基梅隆大学	1	美国	谢尔丹学院	1	加拿大
伦敦大学皇家霍洛威学院	1	英国	加拿大约克大学	1	加拿大
英国约克大学	1	英国	合计	15	

此外，根据 2020 年 TIMES 世界大学排名，中国传媒大学共有 201 名 2019 届毕业生赴世界排名前 100 名的高校留学。其中，92 人赴世界排名前 30 名的高校留学，28 人赴世界排名 31-50 名的高校留学，81 人赴世界排名 51-100 名的高校留学。

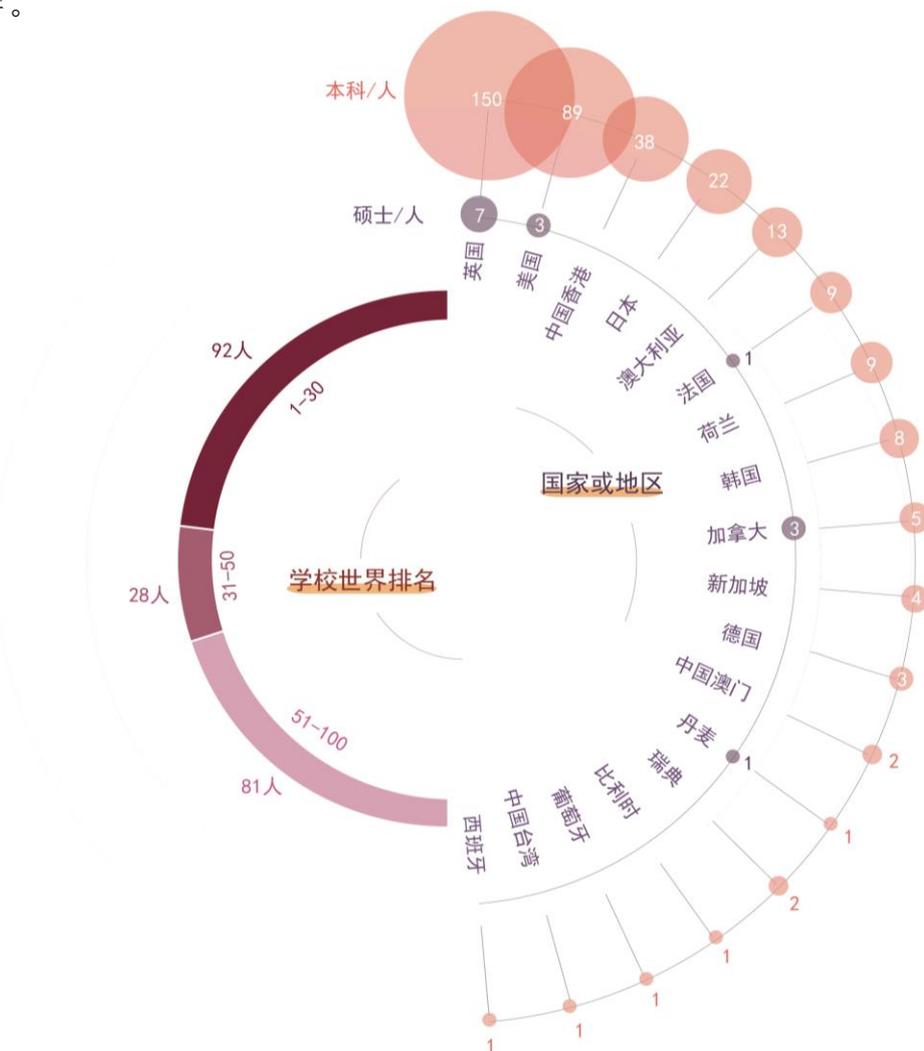


图 8 中国传媒大学 2019 届毕业生出国（境）留学学校排名情况

表 13 中国传媒大学 2019 届毕业生赴 2020 年 TIMES 世界大学排名前 100 名高校留学深造情况

学校排名	学校	人数	学校排名	学校	人数
10	帝国理工学院	1	48	伊利诺伊大学香槟分校	2
11	宾夕法尼亚大学	1	48	南洋理工大学	2
12	约翰霍普金斯大学	3	50	澳洲国立大学	2
15	伦敦大学学院	41	52	圣路易斯华盛顿大学	2
16	哥伦比亚大学	6	55	曼彻斯特大学	11
20	杜克大学	4	57	香港中文大学	18
22	西北大学	1	60	悉尼大学	6
25	新加坡国立大学	1	61	波士顿大学	10
26	华盛顿大学	1	62	阿姆斯特丹大学	2
27	卡耐基梅隆大学	6	62	南加州大学	9
27	伦敦政治经济学院	5	67	代尔夫特理工大学	1
29	纽约大学	12	67	莱顿大学	1
30	爱丁堡大学	10	69	鹿特丹伊拉斯姆斯大学	2
32	墨尔本大学	4	73	格罗宁根大学	2
34	英属哥伦比亚大学	1	75	莫纳什大学	1
35	香港大学	2	77	华威大学	5
36	伦敦国王学院	12	87	布里斯托大学	2
38	德克萨斯大学奥斯汀分校	1	89	成均馆大学	3
42	麦吉尔大学	1	96	隆德大学	2
47	香港科技大学	1	99	格拉斯哥大学	4
	合计			201	

二、签约工作情况

2019 届毕业生中,本科毕业生有 331 人签约工作,其中 148 人签就业协议,178 人签劳动合同,5 人出国工作;硕士毕业生有 818 人签约工作,其中 569 人签就业协议,248 人签劳动合同,1 人出国工作;博士毕业生有 98 人签约工作,其中 96 人签就业协议,2 人签劳动合同。

1. 签约单位地域流向

(1) 签约工作地区分布情况

2019届签约工作毕业生地域流向以华北地区（占64.34%）、华东地区（占12.82%）和华南地区（占9.78%）为主。在北京就业的毕业生有730人，京外就业的毕业生有518人，北京、广州、杭州、深圳、天津为今年毕业生就业流向前五名城市。具体签约工作地区及城市¹⁷分布情况见图9、图10及表14。

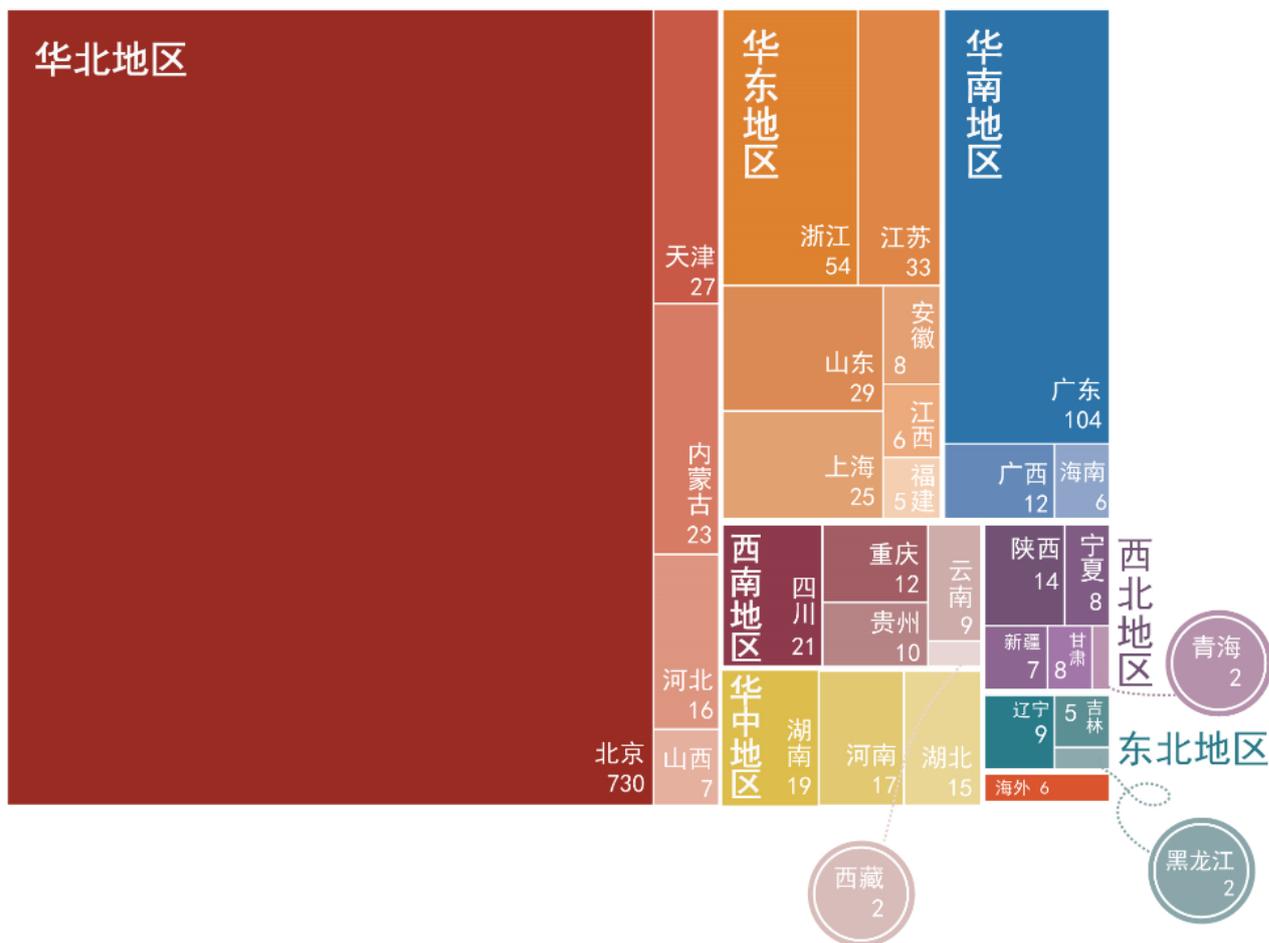


图9 中国传媒大学2019届毕业生签约工作地区分布情况

¹⁷ 一线城市包括北京、上海、广州、深圳，“新一线城市”包括杭州、成都、重庆、武汉、苏州、西安、天津、南京、郑州、长沙、沈阳、青岛、宁波、东莞、昆明。基层单位指县及县以下单位。

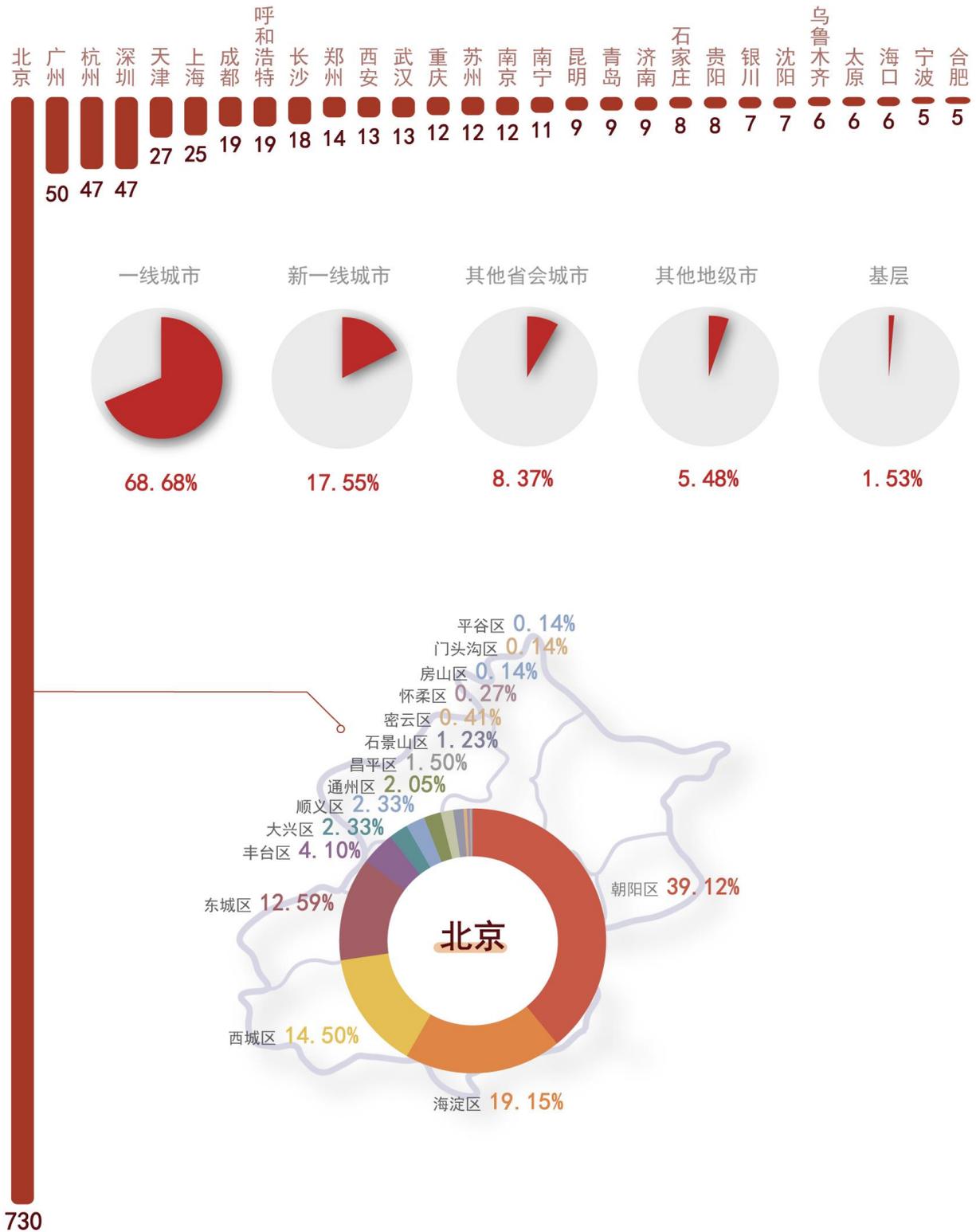


图 10 中国传媒大学 2019 届毕业生签约工作城市分布情况

表 14 中国传媒大学 2019 届毕业生签约工作地区分布情况

排名	就业省份(地区)	人数	排名	就业省份(地区)	人数
1	北京	730	16	贵州	10
2	广东	104	17	辽宁	9
3	浙江	54	17	云南	9
4	江苏	33	18	安徽	8
5	山东	29	18	宁夏	8
6	天津	27	19	山西	7
7	上海	25	19	新疆	7
8	内蒙古	23	20	江西	6
9	四川	21	20	海南	6
10	湖南	19	20	海外	6
11	河南	17	21	吉林	5
12	河北	16	21	甘肃	5
13	湖北	15	21	福建	5
14	陕西	14	22	黑龙江	2
15	广西	12	22	西藏	2
15	重庆	12	22	青海	2

(2) 国家战略领域¹⁸签约工作情况

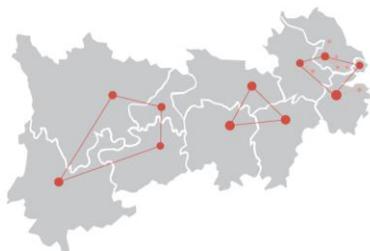
2019 届签约工作毕业生中共有 773 人赴京津冀经济圈就业；304 人赴“一带一路”经济带所涉及的地区就业；2 人赴雄安新区就业；212 人赴长江经济带所涉及的地区就业；104 人赴粤港澳大湾区所涉及的地区就业；6 人赴海南自贸试验区就业。

¹⁸ 京津冀地区包括北京、天津、河北，“一带一路”经济带沿线省市包括新疆、陕西、甘肃、宁夏、青海、内蒙古、黑龙江、吉林、辽宁、广西、云南、西藏、上海、福建、广东、浙江、海南、重庆，长江经济带包括上海、江苏、浙江、安徽、江西、湖北、湖南、重庆、四川、云南、贵州。粤港澳大湾区包括香港、澳门、广州、深圳、珠海、佛山、中山、东莞、惠州、江门、肇庆。海南自贸试验区指海南省。

京津冀经济圈



长江经济带



“一带一路”经济带



雄安新区



粤港澳大湾区



海南自贸试验区



● 省会城市
● 重点地级市

图 11 中国传媒大学 2019 届毕业生国家战略领域签约工作情况

表 15 中国传媒大学 2019 届毕业生国家战略领域签约工作情况

就业地区	京津冀经济圈	“一带一路”经济带	雄安新区	长江经济带	粤港澳大湾区	海南自贸试验区
人数	773	304	2	212	104	6
占签约工作比例	61.94%	24.36%	0.16%	16.99%	8.33%	0.48%

(3) 生源地区就业情况

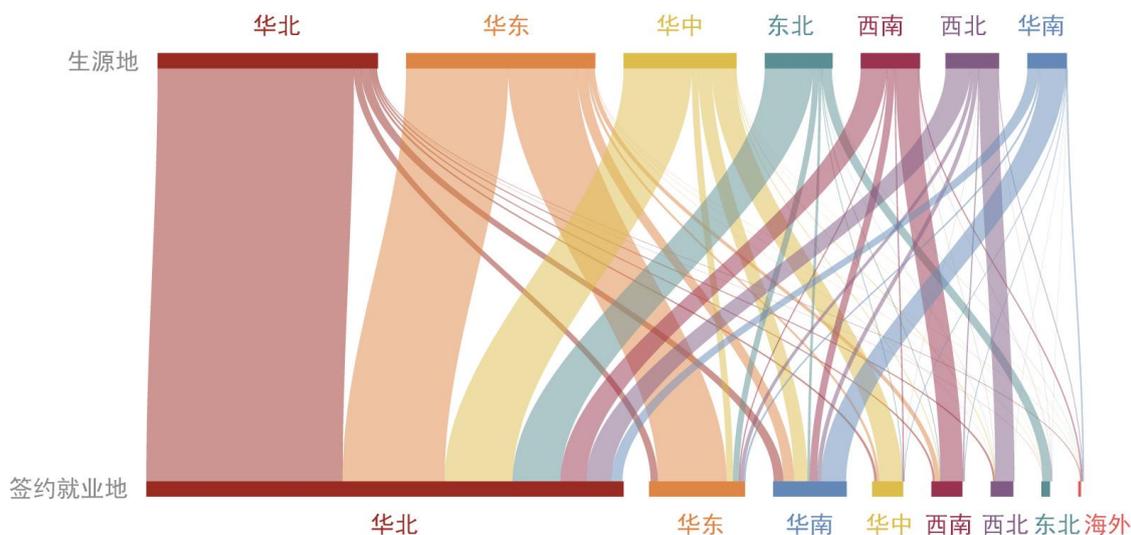


图 12 中国传媒大学 2019 届毕业生生源地区就业情况

2019届签约工作毕业生回生源地地区就业的比例为49.20%，华北地区生源毕业生回生源地地区就业比例最高，东北生源毕业生回生源地地区就业比例最低。

表 16 中国传媒大学 2019 届毕业生生源地地区与签约工作地匹配情况

生源地地区	生源地地区就业		非生源地地区就业	
	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)
华北地区	331	89.46%	39	10.54%
华东地区	116	36.48%	202	63.52%
华南地区	42	61.76%	26	38.24%
华中地区	39	20.53%	151	79.47%
西南地区	38	38.38%	61	61.62%
西北地区	32	35.56%	58	64.44%
东北地区	16	14.16%	97	85.84%

2. 签约单位行业流向

按照国民经济行业分类（GB/T4754-2011）统计，中国传媒大学 2019 届签约工作毕业生到文化、体育和娱乐业比例最高，其次为教育业、第三为信息传输、软件和信息技术服务业。具体签约单位行业前 8 名情况见表 17。

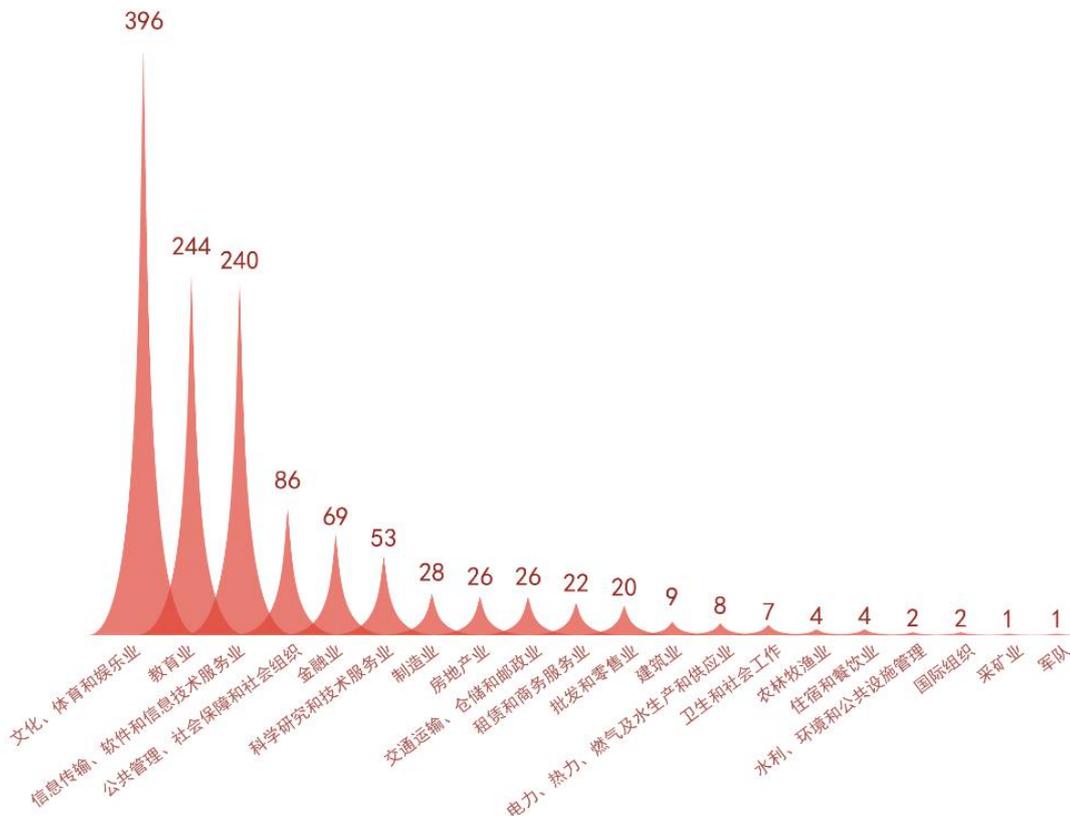


图 13 中国传媒大学 2019 届毕业生签约单位行业分布

从不同学历来看,本科签约工作毕业生主要集中在“文化、体育和娱乐业”(142人),硕士签约工作毕业生主要集中在“文化、体育和娱乐业”(246人)和“信息传输、软件和信息技术服务业”(166人)。超过五分之四的博士签约工作毕业生在“教育业”就业。

表 17 中国传媒大学 2019 届各学历层次毕业生签约单位行业分布情况

单位行业	本科		硕士		博士		合计
	人数	比例(%)	人数	比例(%)	人数	比例(%)	
文化、体育和娱乐业	142	42.90%	246	30.07%	8	8.16%	396
教育业	20	6.04%	143	17.48%	81	82.65%	244
信息传输、软件和信息技术服务业	72	21.75%	166	20.29%	2	2.04%	240
公共管理、社会保障和社会组织	18	5.44%	66	8.07%	2	2.04%	86
金融业	12	3.63%	56	6.85%	0	0.00%	68
科学研究和技术服务业	13	3.93%	35	4.28%	5	5.10%	53
制造业	11	3.32%	17	2.08%	0	0.00%	28
房地产业	5	1.51%	21	2.57%	0	0.00%	26
交通运输、仓储和邮政业	5	1.51%	21	2.57%	0	0.00%	26
租赁和商务服务业	13	3.93%	9	1.10%	0	0.00%	22
批发和零售业	8	2.42%	12	1.47%	0	0.00%	20
建筑业	5	1.51%	4	0.49%	0	0.00%	9
电力、热力、燃气及水生产和供应业	0	0.00%	8	0.98%	0	0.00%	8
卫生和社会工作	2	0.60%	5	0.61%	0	0.00%	7
农、林、牧、渔业	1	0.30%	3	0.37%	0	0.00%	4
住宿和餐饮业	1	0.30%	3	0.37%	0	0.00%	4
水利、环境和公共设施管理业	1	0.30%	1	0.12%	0	0.00%	2
国际组织	2	0.60%	0	0.00%	0	0.00%	2
采矿业	0	0.00%	1	0.12%	0	0.00%	1
军队	0	0.00%	1	0.12%	0	0.00%	1
合计	331	100.00%	818	100.00%	98	100.00%	1247

签约工作毕业生最集中的“文化、体育和娱乐业”中,33.16%的毕业生签约新媒体及内容制作类企业,其次为国家级主流媒体(23.80%)、省级主流媒体(19.75%)、传媒科技类企业(11.39%),市级主流媒体(3.80%)和文化事业单位(3.04%)签约人数较少。

分学历层次看,签约工作的本科毕业生中,前往新媒体及内容制作类企业、传媒科技类企业、省级主流媒体的人数比例较高;签约工作的硕士毕业生中,前往国家级主流媒体、新媒体及内容制作类企业、省级主流媒体的人数比例较高;

签约工作的博士毕业生中，签约国家级主流媒体的人数比例较高。

3. 签约单位性质分布

2019 届签约工作毕业生就业单位以国有企业（303 人）、其他企业单位（301 人）、其他事业单位（172 人）、高等教育单位（131 人）为主。其中，本科签约工作毕业生主要前往其他企业单位，硕士签约工作毕业生超过四分之一前往国有企业，博士毕业生则主要与高等教育单位签约。

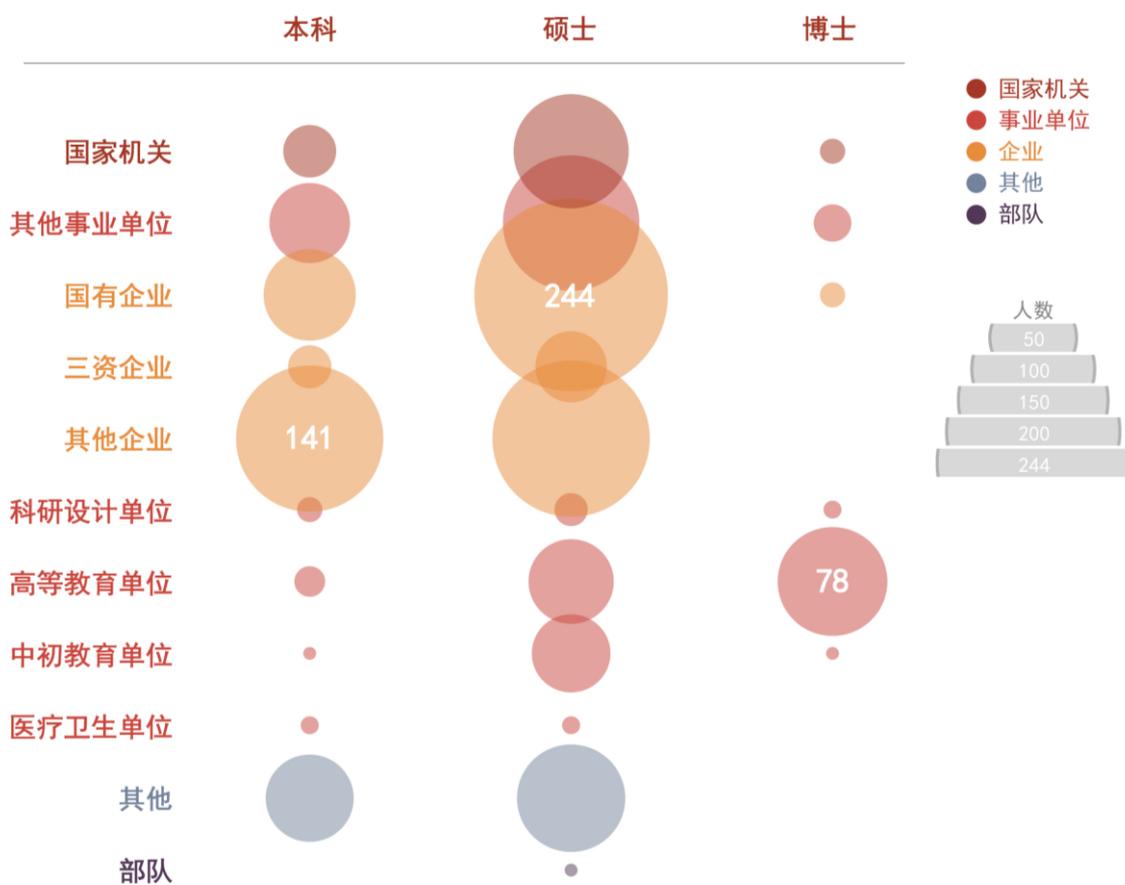


图 14 中国传媒大学 2019 届各学历层次毕业生签约单位性质流向情况

表 18 中国传媒大学 2019 届各学历层次毕业生签约单位性质流向情况

单位性质	本科	硕士	博士	合计
国家机关	18	86	4	108
科研设计单位	4	7	2	13
高等教育单位	6	47	78	131
中初教育单位	1	40	1	42
医疗卫生单位	2	2	0	4
其他事业单位	42	121	9	172
国有企业	55	244	4	303
三资企业	12	33	0	45
其他企业	141	161	0	301
其他	50	76	0	126
部队	0	1	0	1

4. 主要签约单位

根据毕业生签约单位情况统计，中国传媒大学 2019 届本科毕业生和硕士毕业生以签约文化、体育和娱乐业等传媒类单位为主，博士毕业生签约高等院校比例较高。接收中国传媒大学毕业生人数前 10 位的单位如表 19 所示。

表 19 接收中国传媒大学毕业生人数前 10 位的单位

排名	单位名称	接收人数	排名	单位名称	接收人数
1	新华通讯社	17	8	北京银龙广播电视节目制作有限公司	8
2	中国联合网络通信有限公司	16	8	人民日报社	8
3	中国传媒大学	15	9	北京日报社	7
3	中国移动通信集团有限公司	15	9	中华人民共和国外交部	7
4	中信银行股份有限公司	12	9	重庆长安汽车股份有限公司	7
5	国家广播电视总局	11	10	湖南广播电视台	6
6	腾讯科技（深圳）有限公司	10	10	华为技术有限公司	6
7	中视科华有限公司	9	10	中国国际航空股份有限公司	6
7	广东广播电视台	9		合计	169

三、自主创业情况

2019年,中国传媒大学共有25名毕业生自主创业。按学历层次分布,硕士毕业生17人,占68.00%;本科毕业生7人,占28.00%;博士毕业生1人,占4.00%。

表20 中国传媒大学2019届各学历层次毕业生人数、自主创业人数及创业率

	本科	硕士	博士
毕业生人数	2119	1632	119
自主创业人数	7	17	1
比例 (%)	0.33%	1.04%	0.84%

按创业类型看,选择实体创业的居多,有18人,占72.00%;工作室创业有4人,占16.00%;网络创业有3人,占12.00%。

表21 中国传媒大学2019届各学历层次毕业生创业类型分布情况

创业类型	本科		硕士		博士		合计	
	人数	比例 (%)						
实体创业	5	20.00%	13	52.00%	0	0.00%	18	72.00%
工作室创业	0	0.00%	4	16.00%	0	0.00%	4	16.00%
网络创业	2	8.00%	0	0.00%	1	4.00%	3	12.00%

按时间来看,在2016年(及以前)成立的企业/工作室居多,占40.00%;其次是2018年成立的企业/工作室,占24.00%。

表22 中国传媒大学2019届毕业生创业企业/工作室成立时间分布情况

时间	2019	2018	2017	2016及之前	未成立
数量	2	6	4	10	3
比例 (%)	8.00%	24.00%	16.00%	40.00%	12.00%

按创业地域看,20人在北京创业,占80.00%,较为集中。

表23 中国传媒大学2019届各学历层次毕业生创业地域分布情况

就业地域	本科		硕士		博士		合计	
	人数	比例 (%)						
北京创业	6	24.00%	13	52.00%	1	4.00%	20	80.00%
生源地创业	0	0.00%	3	12.00%	0	0.00%	3	12.00%
其他地区创业	1	4.00%	1	4.00%	0	0.00%	2	8.00%

从毕业生创业企业/工作室所属行业看,涉及的行业领域较为广泛,但大部

分集中在文化产业。其中，13名毕业生为文化、体育和娱乐业（占52.00%）；5名毕业生为住宿和餐饮业（占20.00%）；4名毕业生为教育业（占16.00%）。具体创业企业/工作室所属行业分布情况详见表24。

表24 中国传媒大学2019届毕业生创业企业/工作室所属行业分布情况

所属行业	数量	比例 (%)
文化、体育和娱乐业	13	52.00%
住宿和餐饮业	5	20.00%
教育业	4	16.00%
信息传输、软件和信息技术服务业	1	4.00%
建筑业	1	4.00%
卫生和社会工作	1	4.00%

从创业企业/工作室的主营业务看，与文化艺术及娱乐相关的企业/工作室有8个（占32.00%），与网络和新媒体相关的企业/工作室有3个（占12.00%），与内容制作相关的企业/工作室有3个（占12.00%）

大部分创业学生在校期间表现活跃，校内外实践丰富，其中1人获2017年（第10届）全国大学生计算机设计大赛计算机音乐创作类（专业组）一等奖，1人创作的4个电影剧本先后入围“青年编剧扶持计划”，1人获中国电视最高奖“星光奖”，1人获第51届休斯顿国际电影节最佳新人奖。

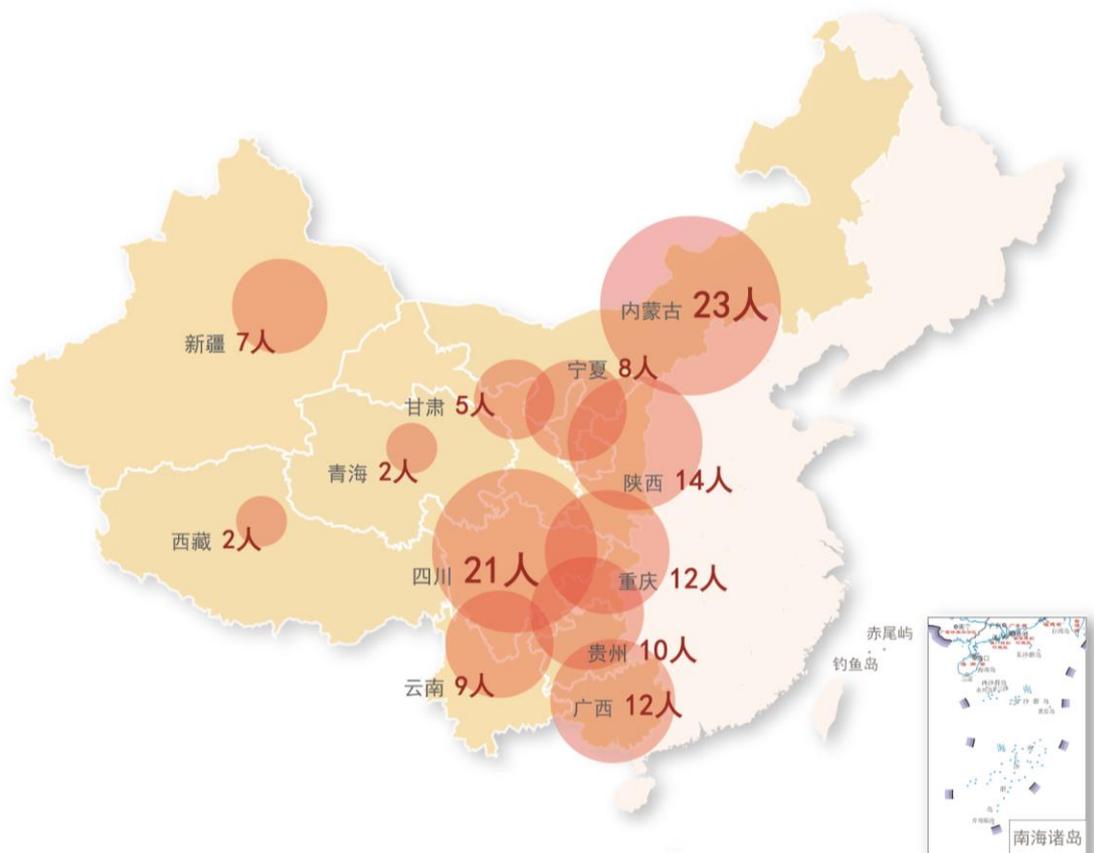
按学院（研究生培养单位）看，经济与管理学院的创业毕业生最多，有11人，占44.00%；戏剧影视学院4人，占16.00%；信息与通信工程学院、广告学院、音乐与录音艺术学院各2人，各占8.00%；播音主持艺术学院、传播研究院、外国语言文化学院、新闻学院各1人，各占4.00%。

表25 中国传媒大学2019届各学院（研究生培养单位）毕业生创业情况

学院（研究生培养单位）	人数	比例 (%)
经济与管理学院	11	44.00%
戏剧影视学院	4	16.00%
信息与通信工程学院	2	8.00%
广告学院	2	8.00%
音乐与录音艺术学院	2	8.00%
播音主持艺术学院	1	4.00%
传播研究院	1	4.00%
外国语言文化学院	1	4.00%
新闻学院	1	4.00%

四、西部基层就业情况

2019届签约工作毕业生中，共有144人赴西部¹⁹基层就业。其中，西部就业125人，基层就业19人。本科毕业生中，赴西部地区就业25人，基层就业4人（其中京外选调生1人）；硕士毕业生中，赴西部地区就业88人，基层就业15人（其中京外选调生6人）。博士毕业生中，赴西部地区就业11人。签约工作毕业生西部基层就业情况详见表26。



基层就业学历情况



图 15 中国传媒大学 2019 届签约工作毕业生西部基层就业情况

¹⁹ 西部地区包括四川、重庆、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、宁夏、青海、新疆、广西、内蒙古12个省（直辖市、自治区）。

表 26 中国传媒大学 2019 届签约工作毕业生西部基层就业情况

	本科	硕士	博士
西部就业	25	88	11
基层就业	4	15	0

五、未就业毕业生情况分析

截至 2019 年 10 月 31 日，中国传媒大学 2019 届毕业生中有 109 人尚未就业，占毕业生总数的 2.81%。其中，本科毕业生 64 人，硕士毕业生 37 人，博士毕业生 8 人。从具体情况看，有求职意向但仍未落实工作的毕业生比例占 77.98%。此外，拟继续深造有 24 人。

表 27 中国传媒大学 2019 届毕业生未就业情况

就业形式	本科	硕士	博士
拟继续深造	24	0	0
待就业	40	37	8
合计	64	37	8

第三部分 就业质量评价与反馈

一、就业市场分析²⁰

1. 总体需求情况²¹

面向 2019 届毕业生，学校学生工作部（处）共收集发布了 1123 条招聘信息，提供 86904 个岗位需求，供需比达到 1: 22.41。其中，共有 11 家中央级主流媒体、25 家省级主流媒体、10 家地市级主流媒体面向全校范围发布了招聘信息，另有 22 家互联网行业旗舰企业和新兴媒体产业相关企业发布了需求信息。在所有招聘信息中，管理类、内容制作类、网络建设类、运营类等岗位需求最为旺盛，计算机类、新闻传播类、动画及数字媒体类以及电子类专业需求最为旺盛。

2019 年，继续开展国际组织实习任职信息推送工作，全年共发布国际组织相关信息 86 条，提供 142 个岗位需求。

面向 2019 届毕业生，学校实现专场招聘会、校友企业双选会、综合双选会、特色专业双选会的有机结合，涵盖多种规模、主题、形式，服务于毕业生多样化的求职意向。累计举办综合双选会 1 场，特色专业双选会 5 场，校友企业招聘双选会 1 场，用人单位专场校园招聘活动 162 场，提供岗位共 17607 个，较 2018 年有较大提升。面向 2019 届毕业生的招聘信息发布时间详见图 24。

²⁰ 本报告引用数据来自中国传媒大学就业创业指导中心网站 (<http://jy.cuc.edu.cn/>) 2018 年 9 月至 2019 年 6 月发布的全部用人单位需求信息。

²¹ 中央级主流媒体仅统计人民日报社、新华通讯社、光明日报社、中国日报社、中国新闻社等 11 家媒体单位；省级和地市级主流媒体包括省级电视台、广播电台、报社；根据中国互联网协会、工业和信息化部网络安全产业发展中心（工业和信息化部信息中心）联合发布的“2019 年中国互联网企业 100 强”榜单，“互联网行业旗舰企业”仅统计百强名单前 3 名“阿里巴巴网络技术有限公司（简称阿里巴巴）、深圳市腾讯计算机系统有限公司（简称腾讯公司）、百度在线网络技术（北京）有限公司（简称百度）”；“新兴媒体产业相关企业”仅统计百强名单中与新兴媒体产业相关的“网易集团（简称网易）、北京字节跳动科技有限公司（简称字节跳动）、新浪公司（简称新浪）、搜狐公司（简称搜狐）、完美世界股份有限公司（简称完美世界）”等公司。

发布招聘信息的单位数量

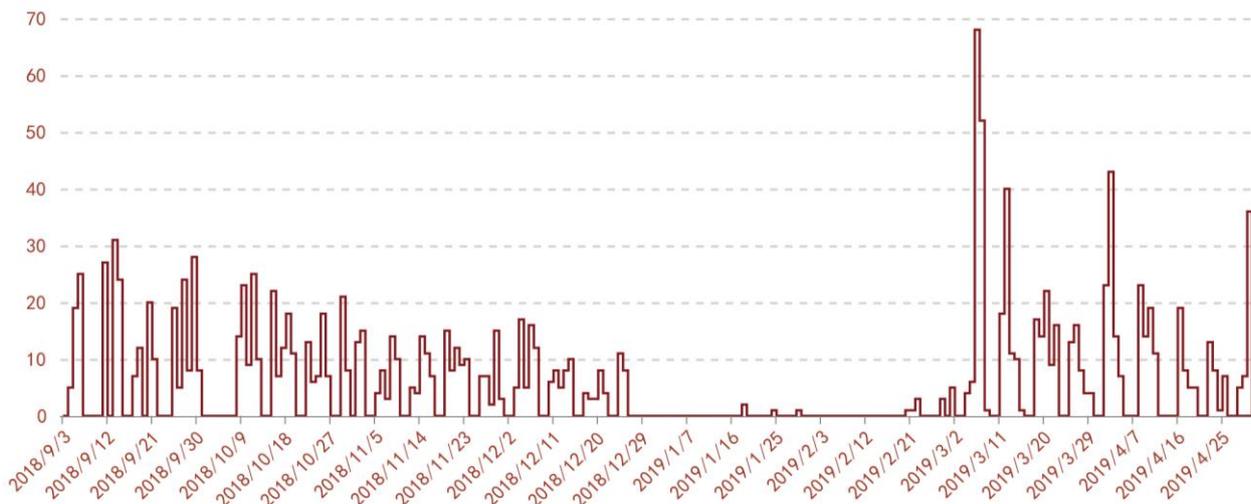


图 16 面向 2019 届毕业生的招聘信息发布时间分布情况

2. 需求信息行业分布

发布的 1123 条招聘信息中，按用人单位行业划分，集中在文化、体育和娱乐业，教育业，信息传输、软件和信息技术服务业，科学研究和技术服务业。

表 28 中国传媒大学 2019 年用人单位及岗位需求行业分布情况

行业类型	单位数量	比例 (%)	岗位需求数	比例 (%)
文化、体育和娱乐业	210	18.70%	9784	11.26%
教育业	204	18.17%	16031	18.45%
科学研究和技术服务业	154	13.71%	9171	10.55%
信息传输、软件和信息技术服务业	131	11.67%	16432	18.91%
租赁和商务服务业	95	8.46%	7074	8.14%
金融业	87	7.75%	12067	13.89%
公共管理、社会保障和社会组织	79	7.03%	6904	7.94%
制造业	72	6.41%	4493	5.17%
房地产业	33	2.94%	2992	3.44%
批发和零售业	25	2.23%	487	0.56%
交通运输、仓储和邮政业	11	0.98%	912	1.05%
卫生和社会工作	5	0.45%	70	0.08%
电力、热力、燃气及水生产和供应业	5	0.45%	17	0.02%
建筑业	4	0.36%	80	0.09%
水利、环境和公共设施管理业	3	0.27%	174	0.20%
采矿业	2	0.18%	174	0.20%
农、林、牧、渔业	2	0.18%	27	0.03%
住宿和餐饮业	1	0.09%	15	0.02%
合计	1123	100.00%	86904	100.00%

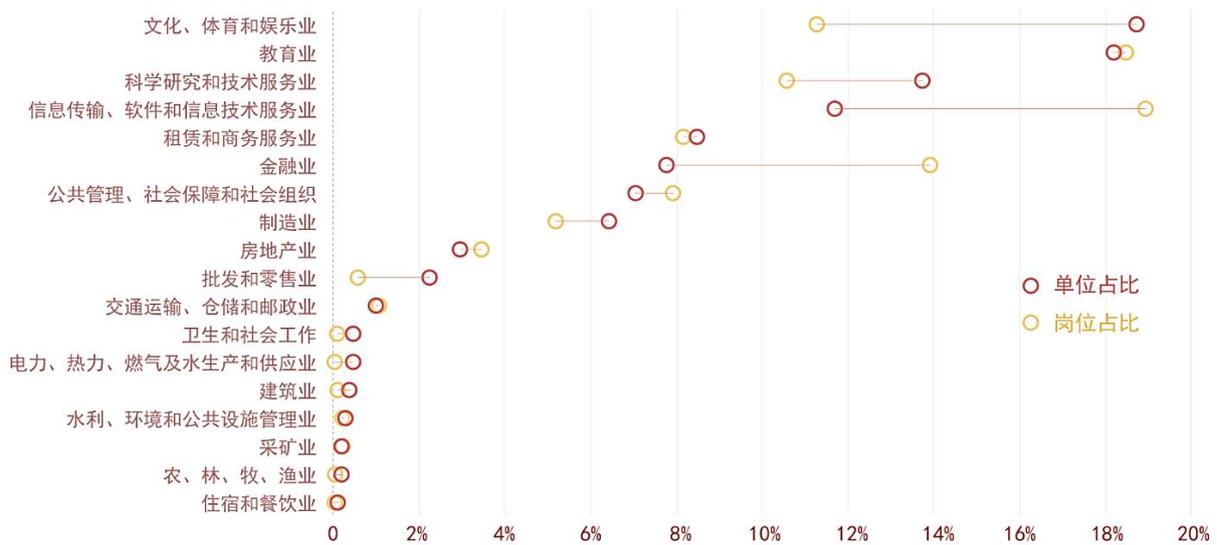


图 17 中国传媒大学 2019 年用人单位及岗位需求行业分布情况

3. 用人单位性质分布

对上述 1123 条招聘信息按单位性质进行分析，主要集中在其他企业单位，国有企业，国家机关，高等教育单位以及其他事业单位。

表 29 中国传媒大学 2019 年用人单位及岗位需求单位性质分布情况

单位性质	单位数量	比例 (%)	岗位需求数	比例 (%)
国家机关	51	4.54%	9829	11.31%
科研设计单位	15	1.34%	861	0.99%
高等教育单位	135	12.02%	9073	10.44%
中初教育单位	12	1.07%	1095	1.26%
医疗卫生单位	4	0.36%	80	0.09%
其他事业单位	92	8.19%	12992	14.95%
国有企业	119	10.60%	10394	11.96%
三资企业	105	9.35%	9725	11.19%
其他企业	565	50.31%	27171	31.27%
其他	25	2.23%	5684	6.54%
合计	1123	100.00%	86904	100.00%

4. 用人单位地区分布

按用人单位所属地区进行统计，华北地区占 53.61% (602 家)，华东地区占 19.50% (219 家)，华南地区占 11.22% (126 家)，西部地区占 8.55% (96 家)，

华中地区占 5.43% (61 家)，东北地区占 1.69% (19 家)。其中，以北京单位 (545 家，占 48.53%)，广东单位 (111 家，占 9.88%)，上海单位 (56 家，占 4.99%) 为主。用人单位地区 (省级) 分布 (排名前五) 情况如下：

表 30 中国传媒大学 2019 届毕业生需求单位数量最多的前 5 名地区

排名	省份	数量	比例 (%)
1	北京	545	48.53%
2	广东	111	9.88%
3	上海	56	4.99%
4	江苏	43	3.83%
5	四川	35	3.12%

5. 国际组织实习就业信息需求

2019 年，全年共发布国际组织相关信息 86 条。发布的 86 条国际组织就业/实习信息中，提供 142 个岗位需求，按照岗位所在区域划分，以亚洲 (79 个，占 55.63%)，欧洲 (26 个，占 18.31%)，北美洲 (23 个，占 16.20%) 为主。

2019 年，我校共有学生 14 人次前往国际组织实习任职，其中，1 人前往联合国总部实习，1 人前往联合国环境署实习，1 人前往世界自然基金会实习，1 人前往世界经济论坛实习。

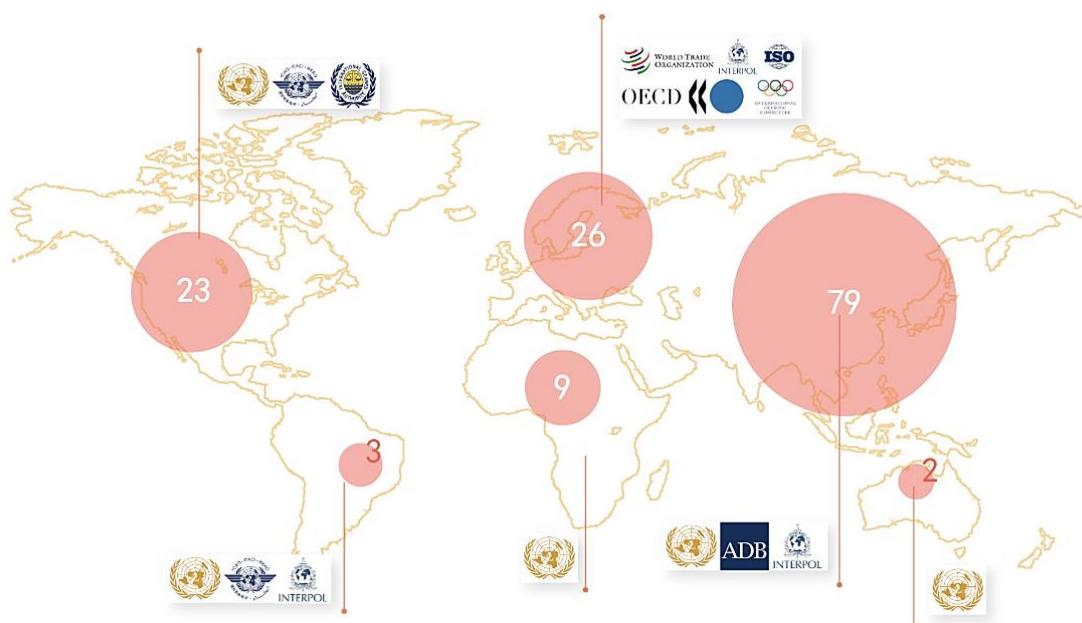


图 18 中国传媒大学 2019 年国际组织就业需求信息区域分布情况

表 31 中国传媒大学 2019 年国际组织就业需求信息区域分布情况

区域	岗位数	比例 (%)
亚洲	79	55.63%
欧洲	26	18.31%
北美洲	23	16.20%
非洲	9	6.34%
南美洲	3	2.11%
大洋洲	2	1.41%
合计	142	100.00%

二、毕业生就业状况反馈

为了全面了解毕业生就业状况，深入分析毕业生求职竞争力、就业满意度和社会评价等就业质量评价指标，学校针对 2019 届毕业生中“已就业”（签就业协议、签劳动合同、出国工作和灵活就业）的学生群体进行了求职情况问卷调查，共收回 1908 份有效问卷。

1. 求职过程

从开始求职到最终落实工作，毕业生平均所用时间为 4 个月零 5 天；平均每人投递过 22 份求职简历（含网投）；平均每人接到过 8 个单位的面试邀请；平均每人共参加了 7 场笔试；平均每人收到 2 个单位的录用通知。

在整个求职过程中，2019 届毕业生用于求职的总花费（如置装费、交通费、资料费等）平均为 2720.04 元，较 2018 届提高 163.21 元。



图 19 中国传媒大学 2019 届毕业生求职过程基本情况

2. 求职渠道

调查结果显示，2019 届毕业生落实工作的就业信息来源渠道排在前三位的分别是校园渠道（占 55.76%）、社会渠道（占 16.76%）以及用人单位自设渠道（占 12.13%），校园渠道中，校园招聘会及校园招聘信息是毕业生落实工作的最为主要的两个渠道，分别占比 20.44%和 20.09%。

表 32 中国传媒大学 2019 届毕业生求职渠道

落实工作渠道	比例 (%)	
校园渠道	校园招聘会	20.44%
	校园招聘信息	20.09%
	老师推荐	7.18%
	校友资源	4.53%
	其他校园渠道	3.52%
社会渠道	16.76%	
用人单位自设渠道	12.13%	
政府渠道	9.94%	
亲友渠道	4.02%	
其他渠道	1.40%	

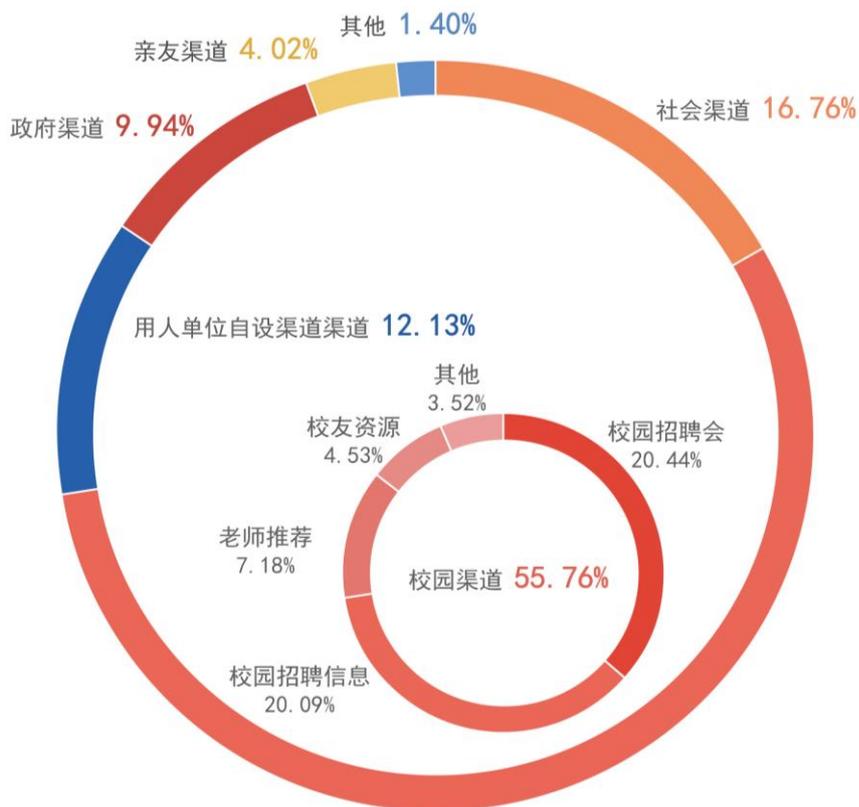


图 20 中国传媒大学 2019 届毕业生主要求职渠道

3. 就业满意度

从签约工作、薪资待遇、就业地域、就业行业四个维度对毕业生的就业满意度²²进行考量，发现签约工作满意度最高（99.00%），其次为就业地域满意度（98.17%）及就业行业满意度（97.75%），薪资满意度最低（96.49%）。各学历层次²³毕业生就业满意度情况见图 29。

²² 满意度指求职毕业生对签约工作、薪资待遇等情况的基本认同程度，由问卷调查中的“非常满意”、“满意”及“一般”数据合计得出，其中“非常满意”比例为调查中选择“非常满意”的数据得出，“满意”比例为调查中“非常满意”及“满意”数据合计得出。

²³ 本调查涉及本科毕业生 635 人，硕士毕业生 1205 人，博士毕业生 67 人。

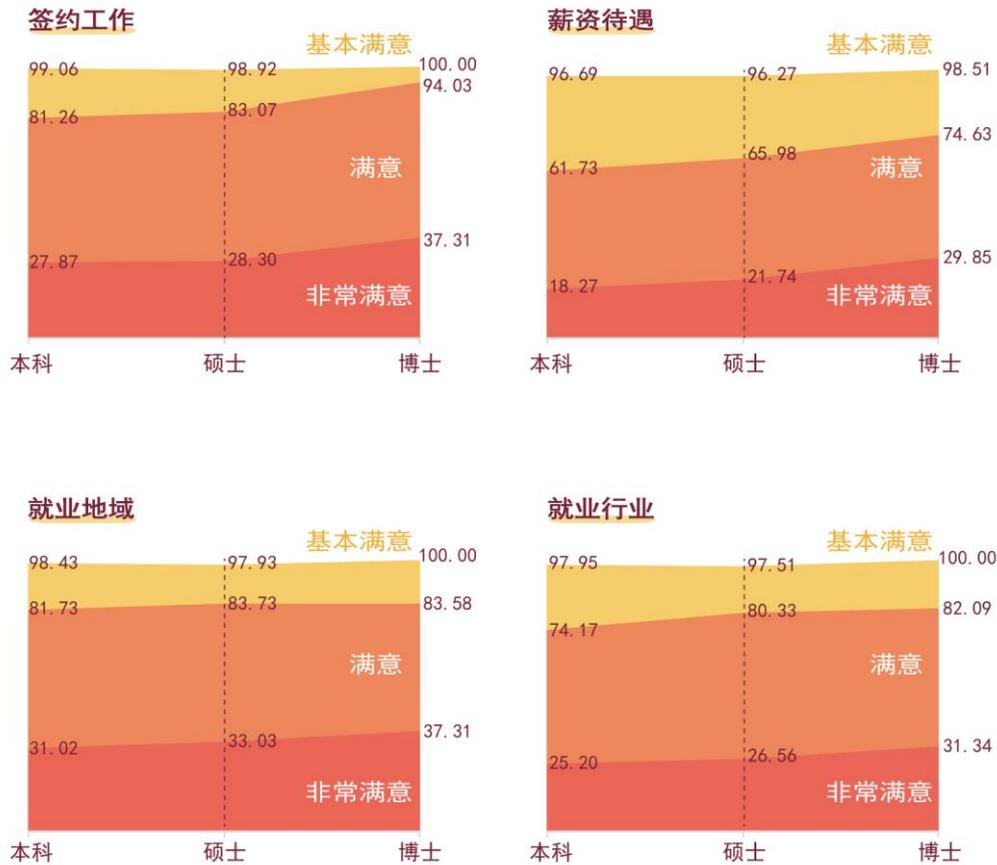


图 21 中国传媒大学 2019 届各学历层次毕业生就业满意度情况

从薪资数额（包括各类奖金与现金奖励）来看，本科毕业生占比最高的薪资范围在 5 万至 10 万（含 5 万）（占 47.40%），其次为 10 万至 15 万（含 10 万）（占 30.08%）、5 万以下（占 9.29%）、15 万至 20 万（含 15 万）（占 8.03%）以及 20 万以上（含 20 万）（占 5.20%）；硕士毕业生薪资占比最高的范围在 10 万至 15 万（含 10 万）（占 35.44%），其次为 5 万至 10 万（含 5 万）（占 28.22%）、15 万至 20 万（含 15 万）（占 15.93%）、20 万以上（含 20 万）（占 15.77%）以及 5 万以下（占 4.65%）；博士毕业生薪资占比最高的范围在 10 万至 15 万（含 10 万）（占 41.79%），其次为 15 万至 20 万（含 15 万）（占 25.37%）、5 万至 10 万（含 5 万）（占 22.39%）以及 20 万以上（含 20 万）（占 10.45%）。

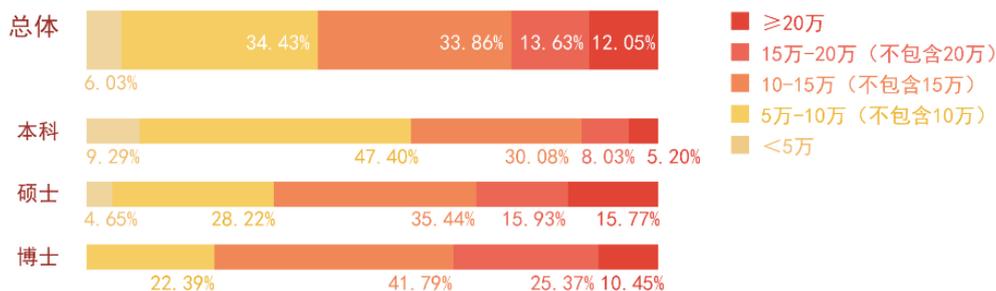


图 22 中国传媒大学 2019 届各学历层次毕业生薪资情况

4. 就业岗位与学历层次、专业匹配程度

调查结果显示，96.28%的毕业生学历满足就业岗位要求，其中 71.28%的毕业生认为目前的学历层次恰好满足就业岗位要求；25.00%的毕业生认为学历层次高于目前就业岗位要求。3.72%的毕业生认为其学历层次不足以满足目前就业岗位要求。

对于就业岗位与专业的匹配程度，有 92.35%的毕业生认为目前的就业岗位与所学专业匹配，7.65%的毕业生认为就业岗位与专业不匹配。



图 23 中国传媒大学 2019 届毕业生就业岗位与学历层次、专业匹配程度情况

5. 就业发展展望

调查结果显示，96.65%的毕业生认为目前已落实的工作是有发展空间的，3.35%的毕业生认为目前已落实的工作“短期内看不到发展空间”。

表 33 中国传媒大学 2019 届各学历层次毕业生就业岗位发展空间情况

发展前景	本科	硕士	博士	总体
有发展空间，发展路径清晰	32.85%	33.36%	44.78%	33.65%
有发展空间，发展路径比较清晰	35.73%	41.49%	44.78%	39.73%
有发展空间，但发展路径不太清晰	21.53%	17.01%	5.97%	18.08%
有发展空间，但无明确的发展路径	5.90%	4.90%	4.48%	5.19%
短期内看不到发展空间	3.99%	3.24%	0.00%	3.35%

对于预计工作时间，45.39%的毕业生预计在现就业单位工作 1-3 年（含 1 年）；20.60%的毕业生预计在现就业单位工作 1 年以内；19.03%的毕业生预计在现就业单位工作 3-5 年（含 3 年）；14.99%的毕业生预计在现就业单位工作 5 年及以上（含 5 年）。

表 34 中国传媒大学 2019 届各学历层次毕业生预计工作时间情况

预计工作时间	本科	硕士	博士	总体
1 年以内	22.99%	20.00%	8.96%	20.60%
1-3 年（含 1 年）	56.38%	40.83%	22.39%	45.39%
3-5 年（含 3 年）	13.86%	21.41%	25.37%	19.03%
5 年及以上（含 5 年）	6.77%	17.76%	43.28%	14.99%

三、用人单位反馈

为了将用人单位反馈与学校人才培养工作有效对接，中国传媒大学从招聘 2019 届毕业生的用人单位中抽取了 198 家发放《用人单位人才需求及毕业生满意度调查》问卷，回收有效问卷 198 份。

1. 用人单位对毕业生满意度评价

根据统计分析结果，总体来说，受访用人单位对中国传媒大学毕业生的满意度较高，99.48%的用人单位对毕业生的专业能力持“非常好”或“比较好”的评价；有 98.96%的用人单位认为毕业生的职业能力和职业素养“非常好”或“比较好”²⁴。

²⁴ 数据中有 6 份问卷并未对毕业生能力作出评价。

表 35 用人单位对中国传媒大学 2019 届毕业生能力的评价

能力	非常好		比较好		一般		合计	
专业能力	108	56.25%	83	43.23%	1	0.52%	192	100.00%
职业能力	117	60.94%	73	38.02%	2	1.04%	192	100.00%
职业素养	118	61.46%	72	37.50%	2	1.04%	192	100.00%

2. 用人单位对毕业生能力素养重要性评价

在 2019 届毕业生的各方面能力素养中，用人单位最看重的专业能力是“综合知识水平”，占比 33.33%；用人单位最看重的职业能力是“学习与适应能力”，占比 47.72%；用人单位最看重的职业素养是“认真负责”，占比 61.11%。

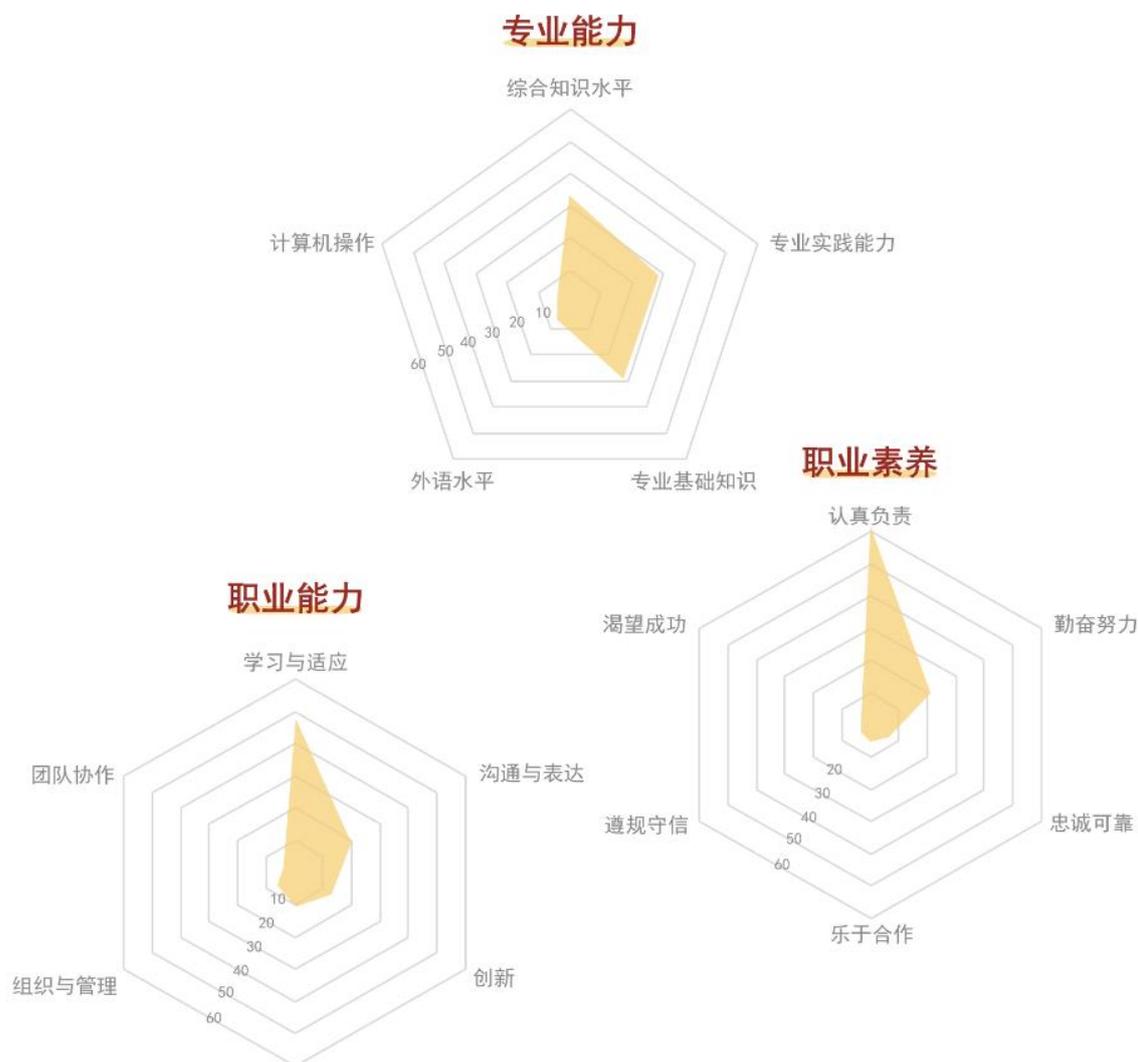


图 24 用人单位看重的应届毕业生素质情况

第四部分 建校 65 周年 “就业盘点”

中国传媒大学是教育部直属的“一流学科建设高校”，“211工程”重点建设大学，“985优势学科创新平台”重点建设高校。学校始建于1954年，2004年8月由北京广播学院更名为中国传媒大学。从建校之初的334人，发展到2019年的3878人，65年间可统计的全日制毕业生总共有70190名。

办学65年来，学校秉承“立德、敬业、博学、竞先”的校训，以培养“弘道崇德、经世致用”的传媒人为己任，培养了大量党和国家所需要的、能够应对未来媒体挑战、驰骋于国际舞台的优秀传媒人才，为党和国家的传媒事业以及经济社会发展作出了重要贡献。建校65周年中国传媒大学毕业生重点单位就业情况详见表28²⁵。

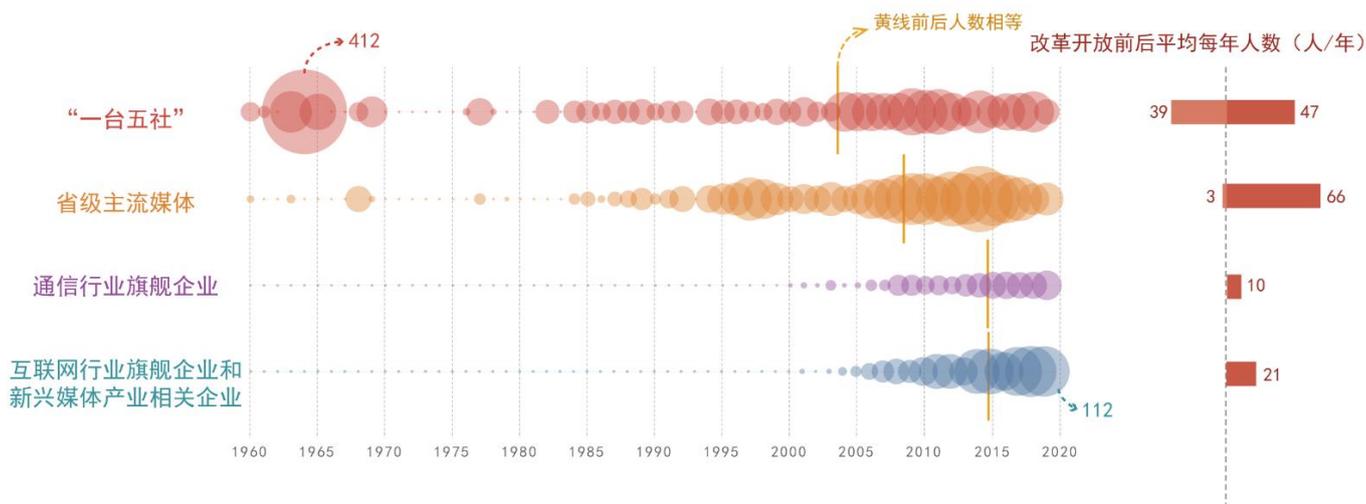


图 25 建校 65 周年中国传媒大学毕业生重点单位就业情况

²⁵ 本部分数据统计以毕业当年派遣方案作为依据。“就业盘点”仅统计就业形式为“签就业协议、签劳动合同、单位用人证明”的毕业生。“中央级主流媒体”中，我校毕业生去向较为集中的有：中央广播电视总台（组成单位：原中央电视台（中国国际电视台）、原中央人民广播电台、原中国国际广播电台）、新华通讯社、人民日报社、中国日报社、中国新闻社、光明日报社，故本报告“建校65周年就业盘点”部分仅对我校毕业生去往以上6家中央级主流媒体（以下简称“一台五社”）情况进行分析。“省级主流媒体”包括省级电视台、广播电台、报社。“通信行业旗舰企业”仅统计中国电信集团有限公司，中国移动通信集团有限公司，中国联合网络通信集团有限公司。根据中国互联网协会、工业和信息化部网络安全产业发展中心（工业和信息化部信息中心）联合发布的“2019年中国互联网企业100强”榜单，“互联网行业旗舰企业”仅统计百强名单前3名“阿里巴巴网络技术有限公司（简称阿里巴巴）、深圳市腾讯计算机系统有限公司（简称腾讯公司）、百度在线网络技术（北京）有限公司（简称百度）”；“新兴媒体产业相关企业”仅统计百强名单中与新兴媒体产业相关的“网易集团（简称网易）、北京字节跳动科技有限公司（简称字节跳动）、新浪公司、搜狐公司（简称搜狐）、完美世界股份有限公司（简称完美世界）”等公司。

表 36 建校 65 周年中国传媒大学毕业生重点单位就业情况

年份	中央级主流媒体	省级主流媒体	通信行业 旗舰企业	互联网行业旗舰企 业和新兴媒体产业 相关企业	合计
1960-1969	689	47	0	0	736
1970-1979	47	8	0	0	55
1980-1989	205	78	0	0	283
1990-1999	258	478	0	0	736
2000-2009	665	760	77	94	1596
2010-2019	812	1368	332	754	3266
合计	2676	2739	409	848	6672

建校 65 年来，中国传媒大学共向中央及各省级主流媒体平台输送了 5415 名毕业生，其中前往中央级主流媒体的有 2676 人，前往各省级主流媒体的有 2739 人。新旧世纪交替之际，通信行业发展迅猛，高校陆续开设相关专业，助力国家通信行业发展。2000 年，中国传媒大学开始有毕业生前往中国移动、中国联通、中国电信等通信领域旗舰企业工作。21 世纪初，互联网技术为社会各行业领域带来了变革性发展，一批具有创新能力的互联网企业和新兴媒体产业相关企业逐渐成为中国传媒大学毕业生的热门去向。进入 21 世纪以来，中国传媒大学共有 1257 名毕业生进入通信行业旗舰企业、互联网行业旗舰企业及新兴媒体产业相关企业工作。

一、中央级主流媒体

改革开放前，中国传媒大学有 736 名毕业生进入中央级主流媒体。改革开放以后，中国传媒大学向“一台五社”输送了 1940 名毕业生，其中中央广播电视总台 1251 人（原中央电视台（中国国际电视台）526 人，原中央人民广播电台 369 人，原中国国际广播电台 356 人），新华通讯社 397 人，人民日报社 128 人，中国日报社 88 人，中国新闻社 45 人，光明日报社 31 人。

改革开放前，中国传媒大学有736名毕业生进入中央级主流媒体

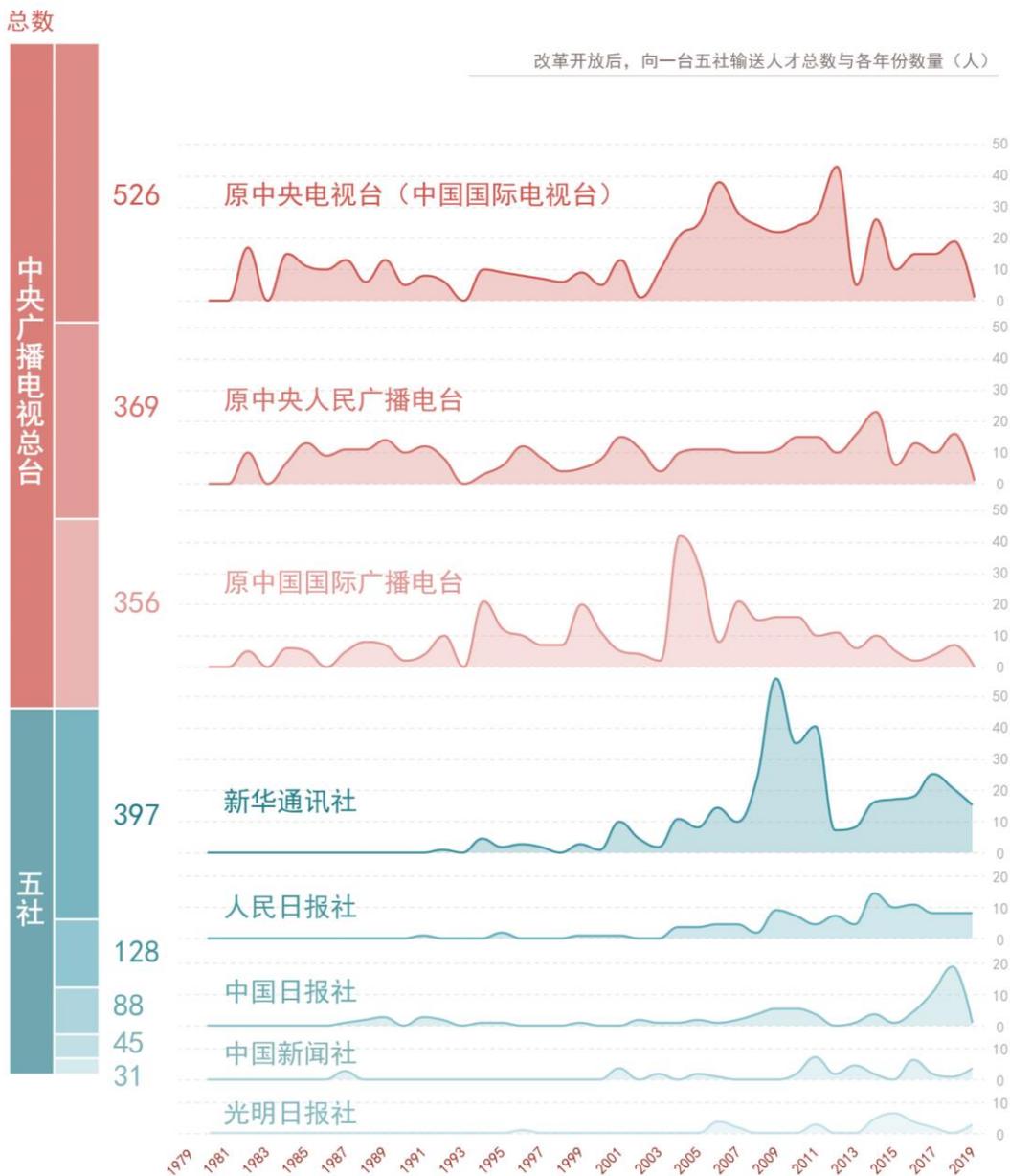
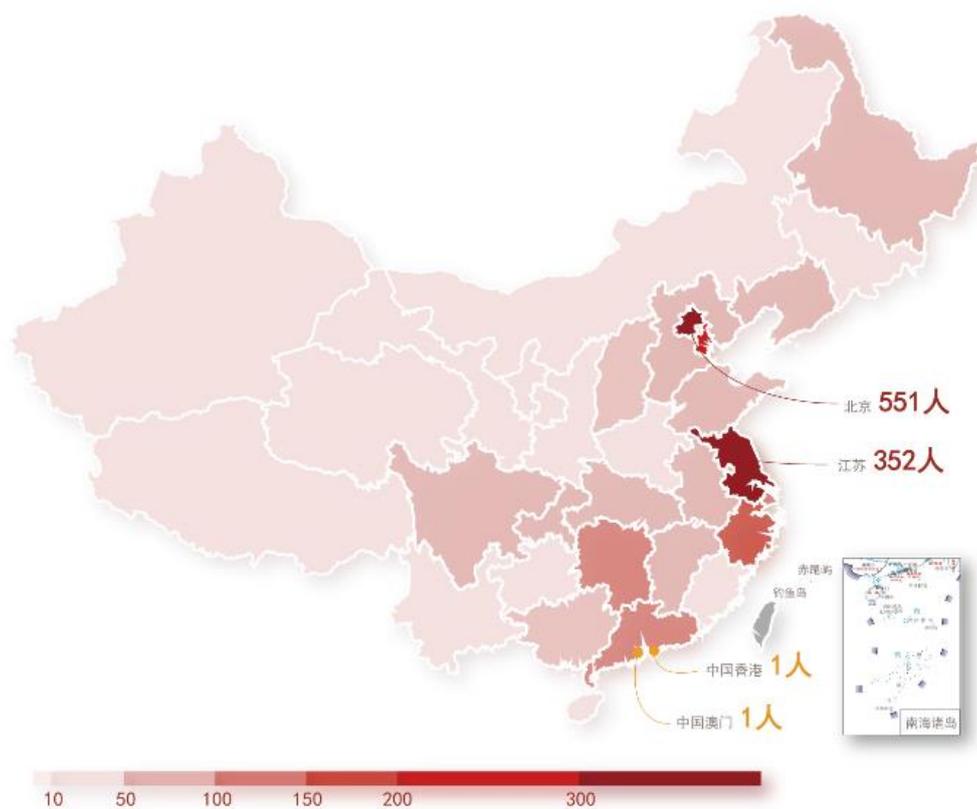


图 26 中国传媒大学毕业生到“一台五社”就业情况

近 10 年来，中国传媒大学平均每年向中央广播电视总台输送 39 人（原中央电视台（中国国际电视台）19 人，原中央人民广播电台 13 人，原中国国际广播电台 7 人），新华通讯社 23 人，人民日报社 9 人，中国日报社 6 人，中国新闻社 3 人，光明日报社 2 人，总人数超过 800 人。2019 年共有 36 名毕业生前往上述单位工作，其中新华通讯社 17 人，人民日报社 9 人，中国新闻社 4 人，光明日报社 3 人，中央广播电视总台 2 人，中国日报社 1 人。

二、省级主流媒体

建校 65 年来，中国传媒大学共有 2739 名毕业生进入省级主流媒体工作。招收人数最多的前五位是北京（551 人）、江苏（352 人）、天津（202 人）、浙江（192 人）、湖南（129 人）省级主流媒体。2019 年共有 61 名毕业生到省级主流媒体就业，其中招收人数最多的前五家单位是广东广播电视台 9 人，北京日报社和湖南广播电视台各 7 人，北京广播电视台 5 人，山东大众报业（集团）4 人。



人数最多的省级主流媒体Top5



图 27 建校 65 周年中国传媒大学毕业生前往省级主流媒体就业情况

表 37 建校 65 周年中国传媒大学毕业生前往省级主流媒体就业情况

排名	省份	人数	排名	省份	人数
1	北京	551	18	海南	48
2	江苏	352	19	贵州	47
3	天津	202	20	云南	45
4	浙江	192	21	福建	44
5	湖南	129	22	河南	39
6	上海	110	23	陕西	30
7	广东	106	24	新疆	20
8	江西	87	25	山西	20
9	湖北	85	26	甘肃	18
10	广西	82	27	宁夏	16
11	重庆	77	28	青海	14
12	四川	76	29	西藏	14
13	河北	75	30	吉林	10
14	黑龙江	68	31	内蒙古	10
15	山东	63	32	澳门	1
16	辽宁	54	33	香港	1
17	安徽	53	合计		2739

三、通信行业旗舰企业

进入 21 世纪以来，中国传媒大学共有 409 名毕业生进入通信行业旗舰企业工作，其中到中国移动通信集团有限公司工作的有 217 人，中国电信集团有限公司 119 人，中国联合网络通信集团有限公司 73 人。2019 年共有 49 名毕业生进入三家企业工作，其中中国移动通信集团有限公司 22 人，中国联合网络通信集团有限公司 20 人，中国电信集团有限公司 7 人。



图 28 建校 65 周年中国传媒大学毕业生通信行业旗舰企业就业情况

近十年来，进入三家企业工作的毕业生人数明显增多，其中进入中国移动就业的毕业生人数增幅最大。

四、互联网行业旗舰企业和新兴媒体产业相关企业

近年来，我校进入互联网行业知名企业的人数逐年攀升。根据中国互联网协会、工业和信息化部网络安全产业发展中心（工业和信息化部信息中心）联合发布的“2019 年中国互联网企业 100 强”榜单，我校至今共有 848 名毕业生进入中国互联网百强企业工作。

其中进入百强企业前 3 名的有 324 人，分别为：阿里巴巴²⁶11 人，腾讯公司²⁷203 人，百度²⁸110 人。近五年来，中国传媒大学每年都有 40 名左右的毕业生进入上述三家公司工作，较之前有明显增长，到腾讯公司就业的毕业生人数涨幅最大。2019 年共有 32 名毕业生进入三家企业工作，阿里巴巴 1 人，腾讯公司 25 人，百度 6 人。

其余百强企业中，我校进入与新兴媒体产业相关企业的有 524 人，其中人数

²⁶ 阿里巴巴主营品牌：淘宝、阿里云、高德。

²⁷ 腾讯公司主营品牌：微信、QQ、腾讯网。

²⁸ 百度主营品牌：百度、爱奇艺。

最多的前5家企业为“新浪公司²⁹（107人）、网易³⁰（82人）、搜狐³¹（61人）、字节跳动³²（35人）、完美世界³³（25人）”。近十年来，中国传媒大学平均每年有45名毕业生进入此类企业工作。2019年共有80名毕业生进入此类企业工作，其中字节跳动17人，网易13人，新浪公司5人，完美世界4人，搜狐2人。

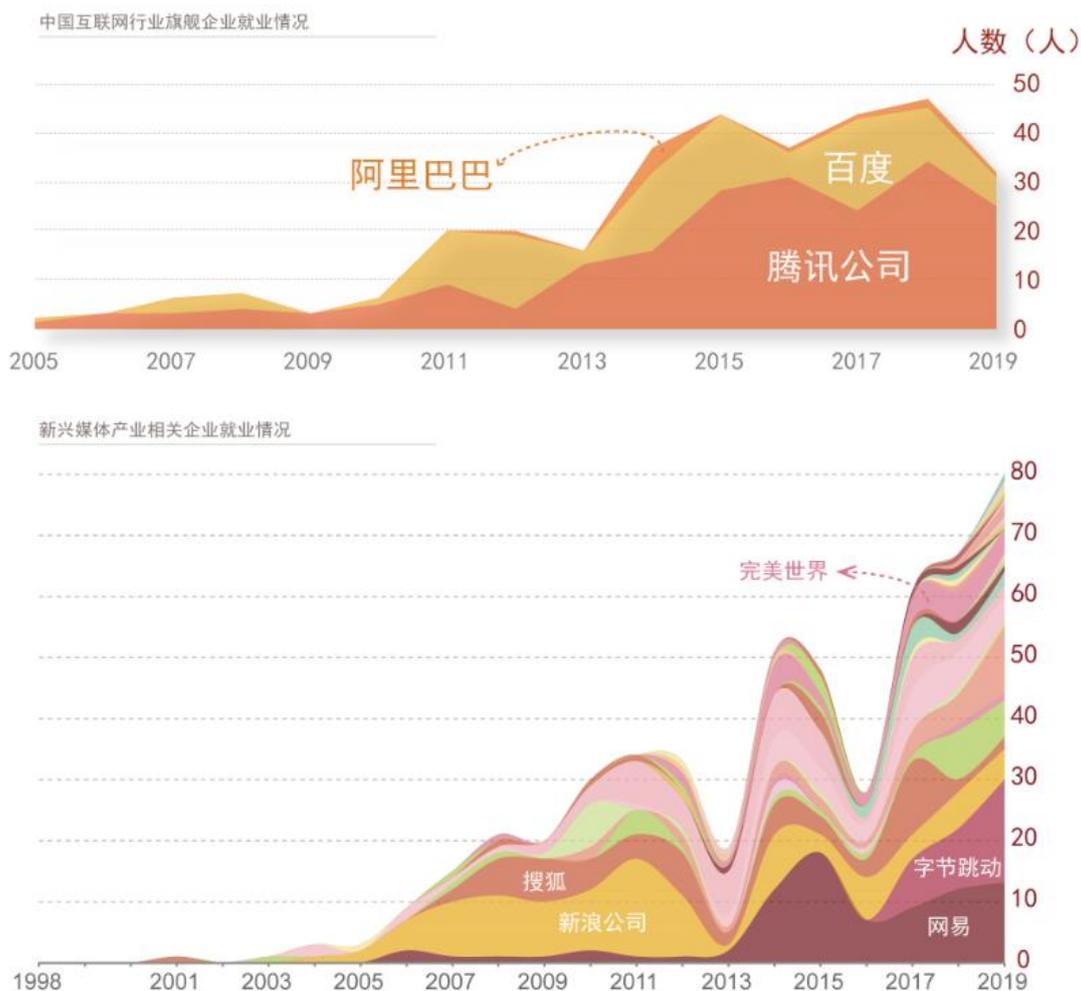


图 29 建校 65 周年中国传媒大学毕业生互联网行业旗舰企业和新兴媒体产业相关企业就业情况

²⁹ 新浪公司主营品牌：微博、新浪网。

³⁰ 网易主营品牌：网易新闻、网易邮箱、网易严选。

³¹ 搜狐主营品牌：搜狐媒体、搜狐视频。

³² 字节跳动主营品牌：抖音、今日头条。

³³ 完美世界主营品牌：完美世界游戏、完美世界影视。

五、校友职业发展

为了全面了解毕业生职业发展情况,广泛征求校友对母校发展建设的建议与意见,我校在建校 65 周年校庆活动日当天面向返校校友随机开展了职业发展情况问卷调查,共收回 416 份问卷,其中有效问卷 360 份。

参与调研的校友平均工作年限为 8 年,目前的就业行业以文化、体育和娱乐业(占 47.78%)、教育业(占 12.78%)以及信息传输、软件和信息技术服务业(占 10.56%)为主,工作单位性质以民营企业(占 27.22%)、事业单位(占 26.11%)以及国有企业(占 14.44%)为主。

表 38 校友就业行业分布情况

行业类型	人数	比例 (%)
文化、体育和娱乐业	172	47.78%
教育业	46	12.78%
信息传输、软件和信息技术服务业	38	10.56%
公共管理、社会保障和社会组织	36	10.00%
金融业	20	5.56%
批发和零售业	8	2.22%
租赁和商务服务业	6	1.67%
住宿和餐饮业	4	1.11%
房地产业	4	1.11%
科学研究和技术服务业	4	1.11%
卫生和社会工作	4	1.11%
制造业	4	1.11%
农、林、牧、渔业	2	0.56%
采矿业	2	0.56%
建筑业	2	0.56%
交通运输、仓储和邮政业	2	0.56%
水利、环境和公共设施管理业	2	0.56%
居民服务、修理和其他服务业	2	0.56%
国际组织	2	0.56%
合计	360	100.00%

表 39 校友就业单位性质分布情况

单位性质	人数	比例 (%)
国家机关	36	10.00%
高等教育单位	38	10.56%
医疗卫生单位	4	1.11%
其他事业单位	94	26.11%
国有企业	52	14.44%
三资企业	32	8.89%
其他企业	98	27.22%
其他	6	1.67%
合计	360	100.00%

参与调研的校友中，毕业3年内职位发生晋升比例超5成（59.04%），其中36.73%的校友晋升了2次，33.67%的校友晋升了1次，14.29%的校友晋升了3次，各有7.14%的校友晋升了4次或5次，1.02%的校友晋升了7次；近5成（43.89%）的校友毕业3年后平均年收入涨幅超过50%，其中18.89%的校友年收入涨幅在50%-100%之间，8.89%的校友年收入涨幅100%-200%之间，16.11%的校友年收入涨幅超过200%。

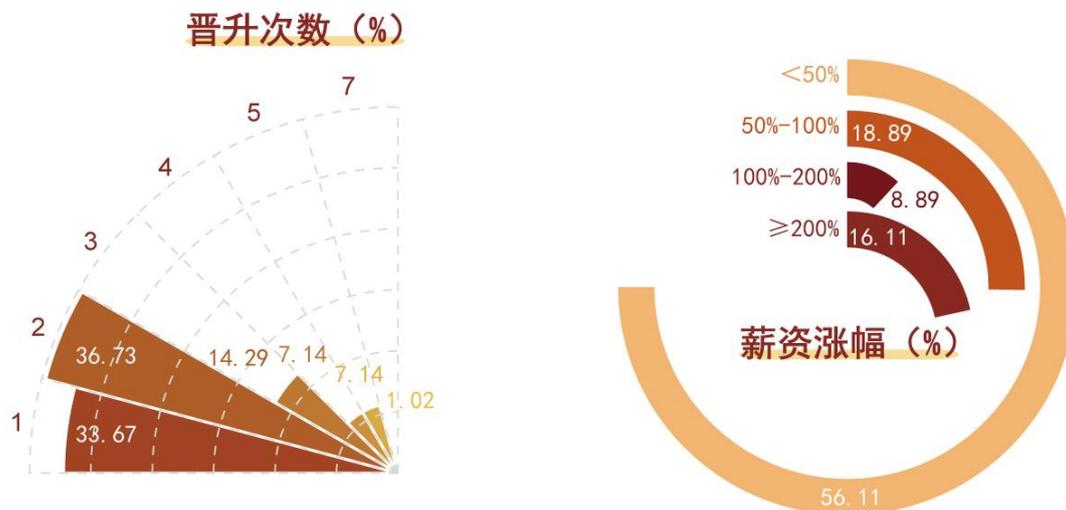


图 30 校友晋升次数及薪资涨幅情况

调查结果显示，校友对学校专业培养的满意度为97.22%，表示所学专业的社会需求度为97.22%，所学专业与就业岗位的匹配度为83.73%。

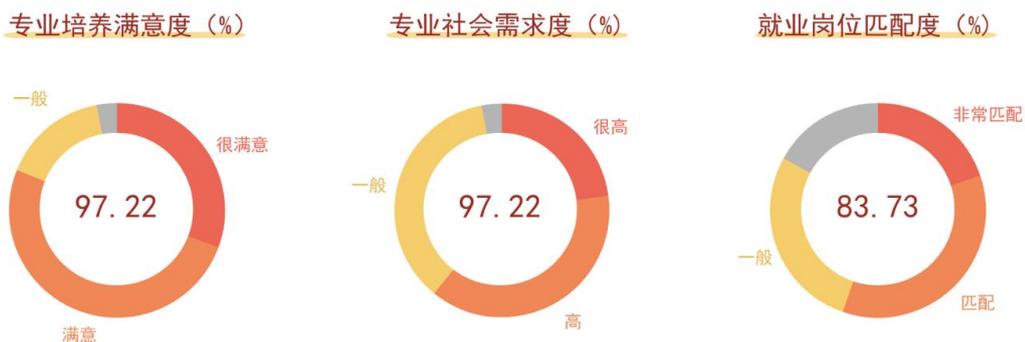


图 31 校友对“专业满意度、专业社会需求度、就业岗位匹配度”的评价情况

调查结果显示，对于“毕业生能力素养重要性”的评价，校友认为最重要的专业能力是“综合知识水平”，占比 51.11%；最重要的职业能力是“学习与适应能力”，占比 53.89%；最重要的职业素养是“认真负责”，占比 55.56%。

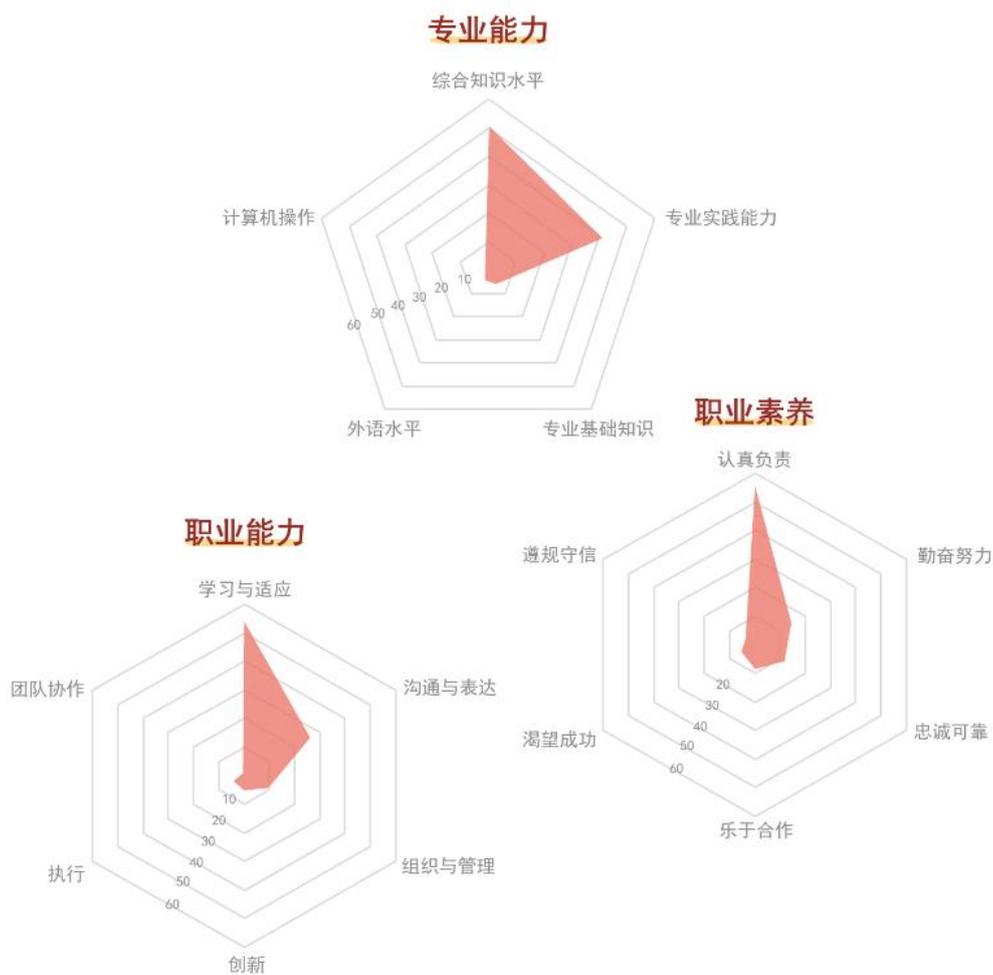


图 32 校友对“毕业生能力素养重要性”的评价情况

第五部分 就业创业特色工作

一、融通互动与拓宽领域相结合，促进毕业生多渠道就业

1.校院合力，以传媒领域为核心扩大供需对接

2019年，校院联合发力，创新招聘形式，依托迭代升级的全新学生就业创业服务平台，构建了线上线下交互联动的招聘活动矩阵：线下实现专场招聘会、校友企业双选会、综合双选会、特色专业招聘会有机结合，涵盖多种规模、主题、形式，服务于毕业中的多样化求职意向；今年首次采用“线上双选会”的形式，通过我校就业信息网为毕业生搭建求职平台，提升招聘活动的效率。面向2019届毕业生，累计举办综合双选会1场，特色专业双选会5场，校友企业招聘双选会1场，用人单位专场校园招聘活动162场。

2.主动对接，引导毕业生投身新媒体发展

我校作为“中国广播电视及传媒人才摇篮”，致力于培养党和国家所需要的、能够应对未来媒体挑战、驰骋于国际舞台的卓越新闻传播人才。在招聘中主动发力，积极对接全媒体时代对人才的需求，以调查研究为牵引、以重点用人单位走访为载体，通过与腾讯公司、字节跳动、爱奇艺等新兴媒体产业相关知名企业的深度沟通，更为精准地把握时代脉搏，更为及时地贴近行业动态。重点推送各类智能化产业、智能融媒体、新媒体中心等岗位需求，鼓励毕业生服务于“媒体融合”“中国制造2025”“国际传播”等国家战略。

3.落实保障，激励毕业生扎根基层建功立业

我校坚持加强对毕业生的重点引导，通过网站、微信、展板等多渠道重点进行大学生入伍、选调生、西部基层就业政策和需求信息的宣传，鼓励毕业生到国家需要的岗位建功立业。继续配合相关部门组织实施好“大学生村官”“大学生

志愿服务西部计划”等基层就业项目，面向2019届毕业生，我校已配合11个省级单位开展选调生招录工作。深入落实《中国传媒大学关于鼓励引导毕业生面向基层和西部地区就业的实施意见》，落实“表彰奖励、户口和档案保存”等服务保障。2019届已有11名毕业生申报西部基层就业奖励。

4.提升能力，积极推送学生到国际组织实习任职

学校积极引导、推送毕业生前往国际组织实习任职。以《中国传媒大学关于做好推送毕业生到国际组织实习任职工作的实施方案（修订）》为基础，加大信息宣传、政策对接工作力度：就业信息网强化国际组织实习就业版块的内容建设，汇总国际组织就业、实习、志愿者招聘等信息，累计发布86条实习任职相关信息，提供142个岗位，并提供求职国际组织的技巧指导、政策传播，为学生赴国际组织实习任职提供了畅通信息渠道；此外，组织中国传媒大学“国际组织后备人才实训营”，组织学生赴新西兰参与联合国官方举办的国际组织人才培养实训，旨在通过专家报告、实地参访、模拟谈判等环节，增强学生国际组织就业能力，为其未来参与全球治理和投身于国际组织工作奠定基础。编制发布《博观：国际组织实习任职实用指南》，为有志于赴国际组织实习、任职的学生提供了针对性指导服务。近四年，我校已累积45人次毕业生前往国际组织实习任职。

二、广泛撒网与重点培养相结合，大力推进创新创业工作

1.以赛促创，激发双创热情

2019年，学校重点以“互联网+”大学生创新创业大赛为抓手，成立专项工作领导小组，由校长担任组长、分管学生工作的党委副书记担任副组长，学生工作部（处）联动教务处、研究生院、经济与管理学院等8个校内单位协同开展工作。通过深入研究、广泛宣传、重点挖潜、细化辅导、强化激励等重点工作举措，以赛促培、以赛促练、以赛促孵，进一步激发我校学生的创新创业热情。最终，我校“光明影院”项目荣获第五届“互联网+”大学生创新创业大赛“青年红色筑梦之旅”赛道全国金奖，共21个学生创业团队获得北京赛区奖项（一等奖1

项，二等奖 5 项，三等奖 15 项），我校荣获本届大赛北京赛区“优秀组织奖”。此外，我校共有 2 个创业团队在今年的北京地区高校大学生优秀创业团队评选中荣获三等奖。

2. 层级帮扶，增强双创实效

为了解决创业“最后一公里”问题，学校重点开展“创业助航计划”“创业续航计划”，构成帮扶层级，实现良性循环：“助航计划”面向尚未注册的创业团队，帮助解决初创期的经验匮乏、场地、注册问题；“续航计划”面向已经注册的创业企业，帮助其解决在成长期面临的资金周转不畅、人力资源短缺等问题。2019 年，我校与首创中传（北京）文化传媒发展有限公司合作共建学生创业团队孵化孵育支持项目，我校教育基金会提供孵育资金（49.55 万元），符合我校推荐条件、通过入孵评审的学生创业团队将在首创中传传媒产业创新中心（中国传媒大学文化产业孵化器）享受免费共享办公工位（40 个）及配套孵化服务，特别优秀的创业团队可免费为其匹配工商注册地址，协议有效期为一年。

3. 多元平台，释放双创新动能

2019 年，学校继续完善创新创业综合服务平台，涵盖实践、信息、展示等多功能的线上宣传与线下服务融合互补，为学生提供全程指导。已建成的线下校内创新创业展示平台“中传·经纬大学生创新创业中心”依托实体空间，融政策宣传、知识普及、咨询指导、成果展示于一体，分“影视摄影”“新媒体”“生活服务”三个主题重点展示学校 13 个创业团队的阶段性成果，着力打造校内创新创业汇聚地及典型引导的主阵地；创新创业实践支持平台则负责重点开展优秀创新创业团队的选拔并为优秀团队赋能，2019 年，我校共举办“互联网+”大学生创新创业大赛训练营、“创业启航”系列创业指导培训、创新创业海外大师讲堂等各类创业指导与培训活动 18 期，支持学生参加创新创业实训，助力学生提升国际视野、提高创新创业能力。

中国传媒大学就业信息网、微信公众号共同构成的线上宣传主体，形成对线下服务平台的软性补充。开展创业团队数据库建设，面向在校生，开展创业情况

调查；面向毕业生，进行动态跟踪调查。

三、“就业+”，多维提升就业管理与服务水平

1.“就业+互联网”，助推新时期就业工作高效开展

为进一步提升就业信息服务的精准度，学校于2019年初开始筹划就业信息管理平台的升级迭代工作，已于10月全面上线。新的就业信息管理系统可以依托大数据分析、人工智能，为每一位毕业生建立就业全过程视图；通过系统收集结果数据反馈，助力学校招生培养等环节的决策方式从“基于有限个案”向“基于全面数据”转变；此外，系统能够建立用人单位需求库，根据毕业生和用人单位需求，开展精准对接，提供个性化服务。

学校立足于新媒体发展趋势，充分利用专业特色优势，继续完善“网站+微信+展板”的立体式就业信息服务体系，打造新时期就业工作的“助推器”。结合学生信息使用特点，学校重点加强官方微信平台的使用，提高推送频率和推送质量，增强互动性、实用性、趣味性。此外，进一步加大自采内容的制作力度，策划“小翅膀·国际组织实习任职”、“弘毅智远·选调生招录”、“一袋干货·招聘会现场直击”、“创客·传媒新势力”等专题，用生动翔实的文字或图片帮助毕业生及时了解择业、就业及创业信息。2018年9月至2019届毕业生离校时，就业创业指导中心微信公众号面向2019届毕业生已发送300余条信息推送，公号粉丝已超过10000人。

2.“就业+扶贫”，前置就业分类指导与帮扶

教育扶贫是精准扶贫精准脱贫“五个一批”的重要组成部分，对贫困家庭学生开展就业帮扶，实现稳定就业，是阻断贫困代际传递、提升脱贫质量、实现稳定脱贫的治本之策。我校在2019届毕业生就业工作中，将帮助贫困家庭毕业生实现有质量的稳定就业当做重点任务，专项部署，持续推动，具体从以下几方面开展了工作：加强贫困家庭毕业生就业去向精准统计工作，校院两级均指定专人负责就业数据信息的日常维护，做到毕业生去向确定一个、填报一个、审核一个；

其次是建立贫困家庭就业意向周报送制度，动态掌握毕业生就业意向；建立校院领导、专业教师、辅导员等全员参与的“一对一”精准分类帮扶机制，并通过每年举办的“就业创业服务月”活动中集中组织“职场扬帆”就业指导活动，为贫困家庭毕业生提供涵盖公务员招考、银行岗位面试理论及实战模拟、简历撰写、企业融资等领域的专业化指导。2019年，我校家庭经济困难毕业生就业率为96.92%。

3. “就业+提升”，积极研究探索多维度评价毕业生就业质量

2019年，学校按照教育部和北京市教委要求，探索从毕业生发展成长度、高校对社会贡献度、用人单位满意度等三个维度，综合评价毕业生就业质量。今年，我校通过进校招聘单位面访、电话回访、参观走访等方式，已对近200家单位开展毕业生用人单位跟踪调查，我校正在编制的《2019届毕业生就业质量报告》中特别增加“回望建校65周年”和“校友职业发展追踪”版块，从毕业生就业和职业发展的角度来回顾、分析我校人才培养为社会进步、尤其是传媒领域发展做出的重要贡献。通过系统收集多维数据反馈，助力学校招生培养等环节的决策方式从“基于有限个案”向“基于全面数据”转变，推动学校招生和人才培养改革和办学水平的全面提升。

MAIL
bys@cuc.edu.cn

TELEPHONE
010-65783081

ADDRESS
北京市 朝阳区 定福庄东街1号
中国传媒大学 游泳馆3层310办公室

中国传媒大学学生工作部(处)
编制