中国传媒大学

2018届毕业生就业质量报告

REPORT OF EMPLOYMENT QUALITY 2018

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。长期以来，中国传媒大学始终坚持“一心求质量、一致谋发展、一切为学生”的办学理念，以立德树人为根本任务，积极围绕学校办学定位、人才培养目标开展育人工作，形成了符合社会发展需要的人才培养机制，也初步形成了符合我校学科特色、以人为本的学生就业创业工作系统。建校 60 多年来，学校培养了大批信息传播领域高层次人才，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”。2018 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 2018 年 10 月 31 日[1]，中国传媒大学 2018 届毕业生就业率为 98.05%，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 2018 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 2018 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、改革开放 40 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 2018 届毕业生就业数据（截至 2018 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 2018 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 3555 份）、“求职情况调查”（有效问卷 1668 份）、“用人单位人才需求及毕业生满意度调查”，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 2018 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** 15

一、继续深造情况 15
二、签约工作情况 19
三、自主创业情况 26
四、西部基层就业情况 28
五、未就业毕业生情况分析 29

第三部分 **改革开放 40 年“就业盘点”** 30

一、中央级媒体 32
二、省级媒体 33
三、通信行业旗舰企业 34
四、互联网行业旗舰企业和独角兽企业 35

第四部分 **就业质量评价与反馈** 36

一、就业市场分析 36
二、毕业生就业状况反馈 39
三、用人单位反馈 45

第五部分 **就业创业特色工作** 48

一、立足长远，鼓励和引导毕业生到重点领域就业 48
二、协同一体，扎实推进学生创业指导服务工作 48
三、创新手段，推动就业指导服务体系精准发展 49
四、聚力联动，健全毕业生就业创业状况反馈机制 50

图表索引

图 1 中国传媒大学 2018 届毕业生结构 1
图 2 中国传媒大学 2018 届毕业生主要生源地分布情况 2
图 3 中国传媒大学 2018 届各学历层次毕业生就业率情况 2
图 4 中国传媒大学 2018 届各学历层次毕业生就业去向情况 3
图 5 中国传媒大学 2018 届各学院（研究生培养单位）毕业生就业率情况 4
图 6 中国传媒大学 2018 届男、女毕业生就业去向情况 13
图 7 中国传媒大学 2018 届本科毕业生保研考研及本校外校升学比例 15
图 8 中国传媒大学 2018 届毕业生出国（境）留学目的地情况 17
图 9 中国传媒大学 2018 届毕业生出国（境）留学高校排名分布情况 19
图 10 中国传媒大学 2018 届毕业生签约工作地区分布情况 20
图 11 中国传媒大学 2018 届毕业生国家战略领域签约工作情况 21
图 12 中国传媒大学 2018 届毕业生回生源地就业情况 22
图 13 中国传媒大学 2018 届总体及各学历层次毕业生签约单位主要行业分布 23
图 14 中国传媒大学 2018 届毕业生签约传媒行业主要单位类型 25
图 15 中国传媒大学 2018 届签约工作毕业生基层就业情况 29
图 16 改革开放 40 年中国传媒大学毕业生重点单位就业情况 30
图 17 改革开放 40 年中国传媒大学毕业生到“三台五社”就业情况 32
图 18 改革开放 40 年中国传媒大学毕业生省级媒体就业情况 33
图 19 改革开放 40 年中国传媒大学毕业生通信行业旗舰企业就业情况 34
图 20 改革开放 40 年中国传媒大学毕业生互联网行业旗舰企业及独角兽企业就业情况 35
图 21 中国传媒大学 2017-2018 年用人单位需求信息行业分布情况 37
图 22 中国传媒大学 2018 年国际组织就业需求信息区域分布情况 38
图 23 中国传媒大学 2018 届毕业生求职过程基本情况 39
图 24 中国传媒大学 2018 届毕业生主要求职渠道及满意度情况 40
图 25 中国传媒大学 2018 届各学历层次毕业生就业满意度情况 40
图 26 中国传媒大学 2018 届毕业生就业岗位与学历层次及专业匹配情况 42
图 27 中国传媒大学 2018 届毕业生对影响求职的个人因素重要程度排序情况 45

表 1 中国传媒大学 2018 届各学历层次毕业生就业率与就业结构 3
表 2 中国传媒大学 2018 届各学院（研究生培养单位）毕业生就业率情况 5
表 3 中国传媒大学 2018 届本科毕业生分学院、分专业就业率情况 6
表 4 中国传媒大学 2018 届硕士毕业生分学院（研究生培养单位）、分专业就业率情况 8

表 5 中国传媒大学 2018 届博士毕业生分学院（研究生培养单位）、分专业就业率情况 11
表 6 中国传媒大学 2018 届各学历层次男、女毕业生就业去向情况 13
表 7 中国传媒大学 2018 届各学历层次少数民族毕业生就业去向情况 14
表 8 中国传媒大学 2018 届各学历层次家庭经济困难毕业生就业去向情况 14
表 9 中国传媒大学 2018 届本科毕业生国内升学人数前 10 名高校 15
表 10 中国传媒大学 2018 届硕士、博士毕业生国内升学情况 16
表 11 中国传媒大学 2018 届本科毕业生出国（境）留学人数最多的前 5 名高校 17
表 12 中国传媒大学 2018 届硕士毕业生出国（境）留学情况 18
表 13 中国传媒大学 2018 届毕业生赴 2017-2018 年 TIMES 世界大学排名前 100 高校留学深造情况 18
表 14 中国传媒大学 2018 届毕业生签约工作地区分布情况 20
表 15 中国传媒大学 2018 届毕业生国家战略领域签约工作情况 21
表 16 中国传媒大学 2018 届毕业生生源地与签约工作地匹配情况 22
表 17 中国传媒大学 2018 届各学历层次毕业生签约单位行业分布情况 23
表 18 中国传媒大学 2018 届各学历层次毕业生签约单位性质流向情况 24
表 19 中国传媒大学 2018 届毕业生签约工作人数最多的前 10 家单位 26
表 20 中国传媒大学 2018 届各学历层次毕业生人数、自主创业人数及比例 26
表 21 中国传媒大学 2018 届各学历层次毕业生创业类型分布情况 26
表 22 中国传媒大学 2018 届毕业生创业企业 / 工作室成立时间分布情况 27
表 23 中国传媒大学 2018 届各学历层次毕业生创业地域分布情况 27
表 24 中国传媒大学 2018 届毕业生创业企业 / 工作室所属行业分布情况 27
表 25 中国传媒大学 2018 届各学院（研究生培养单位）毕业生创业情况 28
表 26 中国传媒大学 2018 届毕业生未就业情况 29
表 27 改革开放 40 年中国传媒大学毕业生重点单位就业情况 31
表 28 改革开放 40 年中国传媒大学毕业生省级媒体就业情况 33
表 29 中国传媒大学 2018 年用人单位需求信息行业分布情况 37
表 30 中国传媒大学 2018 届毕业生需求单位数量最多的前 10 名地区 38
表 31 中国传媒大学 2018 年国际组织就业需求信息区域分布情况 39
表 32 中国传媒大学 2018 届毕业生求职单位性质实际与预期吻合度 42
表 33 中国传媒大学 2018 届毕业生求职单位行业实际与预期吻合度 43
表 34 中国传媒大学 2018 届毕业生求职单位薪资实际与预期吻合度 44
表 35 中国传媒大学 2018 届各学历层次毕业生就业岗位发展空间情况 44
表 36 中国传媒大学 2018 届各学历层次毕业生在初次就业单位稳定度情况 45
表 37 用人单位对中国传媒大学 2018 届毕业生专业能力的评价 46
表 38 用人单位对中国传媒大学 2018 届毕业生职业能力的评价 47

第一部分 毕业生基本情况

一、毕业生规模与结构

2018 年，中国传媒大学共有各学历层次全日制毕业生 3587 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）1913 人（占 53.33%），硕士毕业生 1356 人（占 37.80%），博士毕业生 131 人（占 3.65%），高职毕业生 187 人（占 5.21%）[2]。毕业生中，男生 1137 人（占 31.70%），女生 2450 人（占 68.30%），男女比例为 1:2.15；少数民族毕业生 348 人（占 9.70%）；家庭经济困难毕业生 475 人（占 13.24%）。

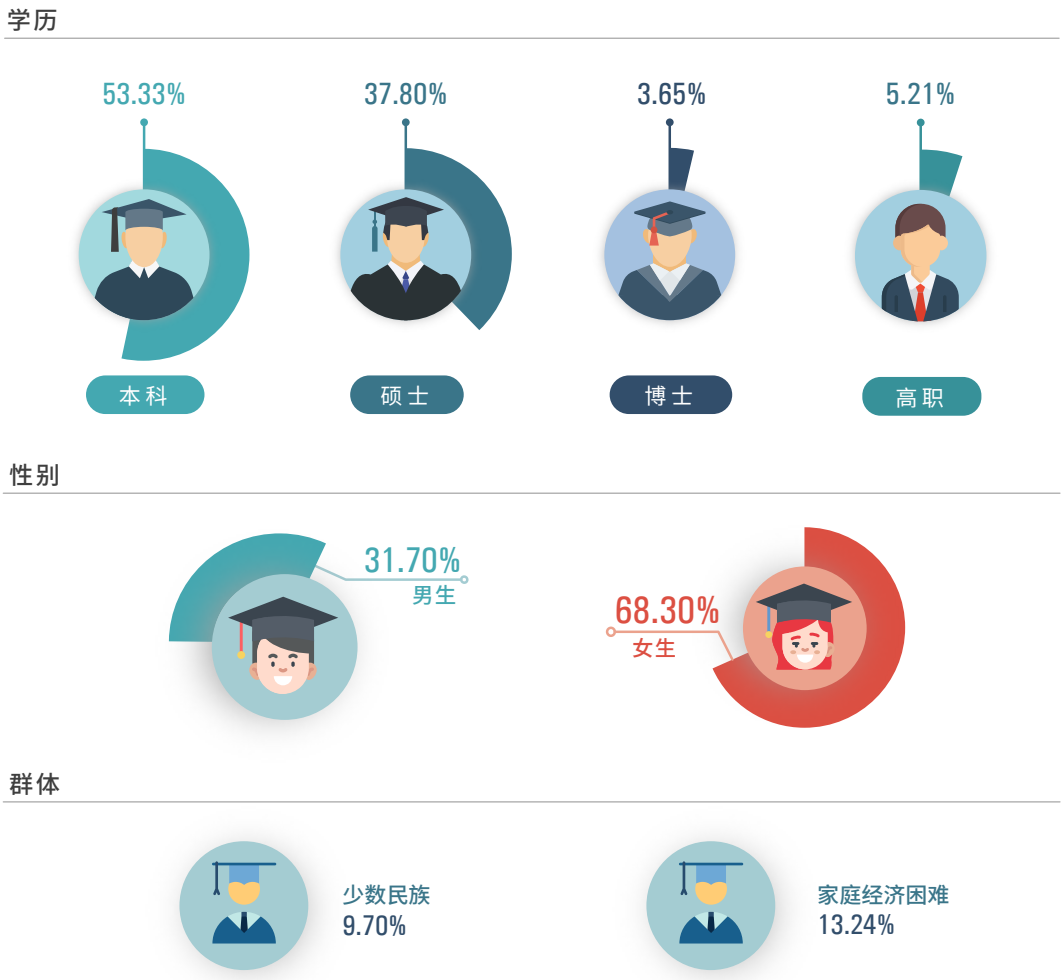


图 1 中国传媒大学 2018 届毕业生结构

2　本报告不对高职毕业生就业情况做详细分析，高职毕业生就业情况详见《中国传媒大学高等职业技术学院 2018 届毕业生就业质量报告》（网址：gaozhi.cuc.edu.cn）。

2018 届毕业生生源覆盖全国 31 个省（市、自治区），其中毕业生总人数位列前三位的为：北京市 343 名（占 9.56%）、山东省 323 名（占 9.00%）、河北省 278 名（占 7.75%）。总人数位列前 15 位的生源地情况如下图：

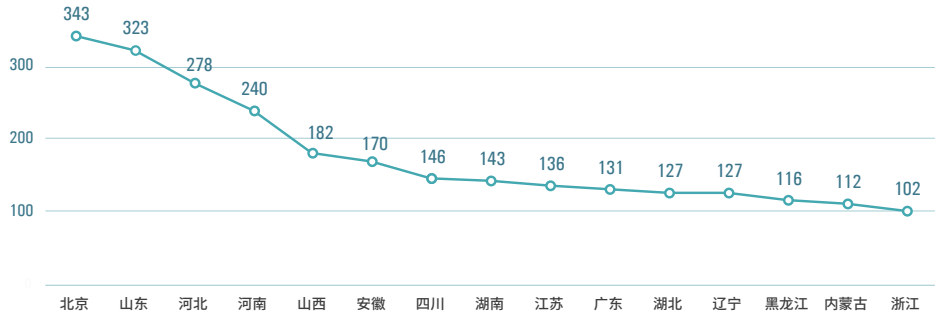


图 2 中国传媒大学 2018 届毕业生主要生源地分布情况

二、毕业生就业率与就业结构

截至 2018 年 10 月 31 日，中国传媒大学 2018 届毕业生总体就业率[3] 为 98.05%。其中，本科毕业生就业率为 98.01%，硕士毕业生就业率为 98.16%，博士毕业生就业率为 96.95%。

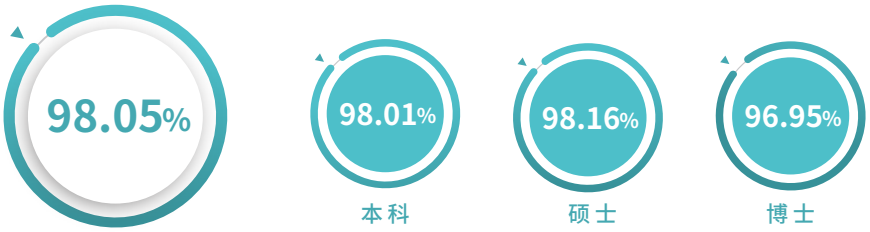


图 3 中国传媒大学 2018 届各学历层次毕业生就业率情况

1. 总体就业情况

2018 届毕业生中，继续深造 770 人（占 21.47%），其中国内升学 451 人（占 12.57%），出国（境）留学 319 人（占 8.89%）；直接工作 2747 人（占 76.58%），其中签约工作[4] 1004 人（占 27.99%），灵活就业[5] 1703 人（占 47.48%），自主创业 28 人（占 0.78%），志愿服务西部 3 人（占 0.08%），国家汉语教师 6 人（占 0.17%），参军入伍[6] 3 人（占 0.08%）。各学历层次毕业生就业结构详见表 1。

3　就业率 =（国内升学 + 出国（境）留学 + 签协议（合同）+ 灵活就业 + 自主创业 + 参军入伍 + 志愿服务西部 + 国家汉语教师）/ 毕业生总人数 ×100%。
4　签约工作包括签就业协议和签劳动合同。
5　灵活就业包括单位用人证明和自由职业。
6　2018 届参军入伍毕业生均为高职毕业生。

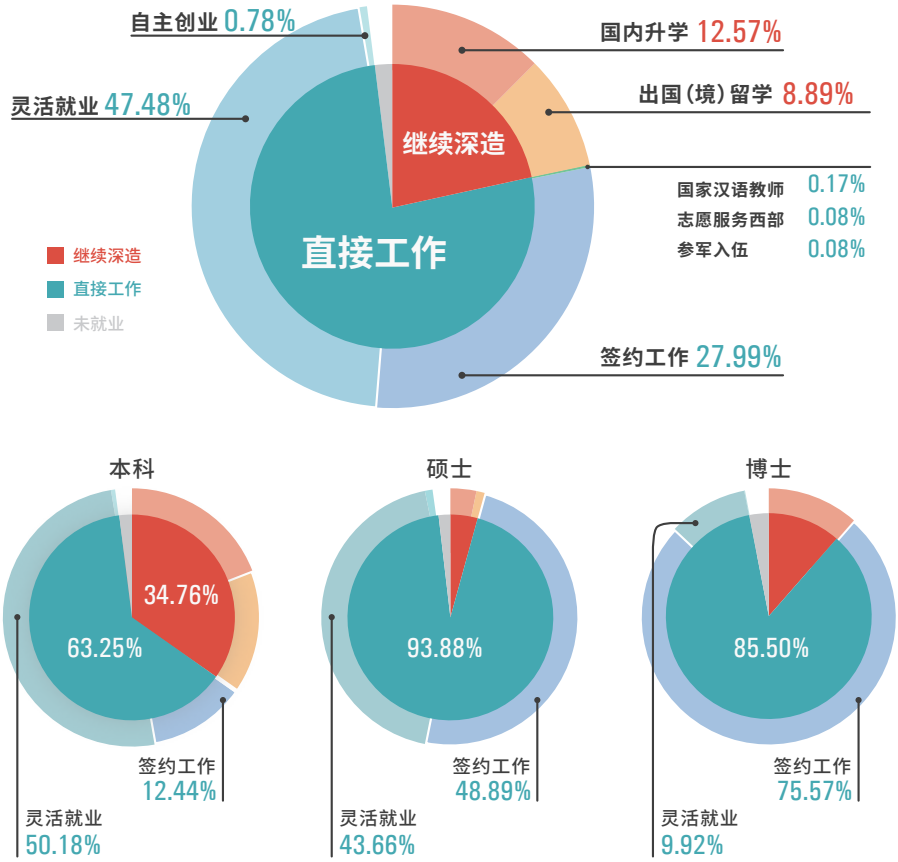


图 4 中国传媒大学 2018 届各学历层次毕业生就业去向情况

表 1 中国传媒大学 2018 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	**665**	**34.76%**	**58**	**4.28%**	**15**	**11.45%**
国内	365	19.08%	44	3.25%	15	11.45%
出国（境）	300	15.68%	14	1.03%	0	0.00%
直接工作	**1210**	**63.25%**	**1273**	**93.88%**	**112**	**85.50%**
签约工作	238	12.44%	663	48.89%	99	75.57%
灵活就业	960	50.18%	592	43.66%	13	9.92%
自主创业	10	0.52%	13	0.96%	0	0.00%
志愿服务西部	1	0.05%	0	0.00%	0	0.00%
国家汉语教师	1	0.05%	5	0.37%	0	0.00%
未就业	**38**	**1.99%**	**25**	**1.84%**	**4**	**3.05%**
合计人数	**1913**	**100.00%**	**1356**	**100.00%**	**131**	**100.00%**
就业率	**98.01%**		**98.16%**		**96.95%**	

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，数据科学与智能媒体学院、音乐与录音艺术学院、新闻学院、政法学院、人文学院、传播研究院、国际传媒教育学院毕业生就业率为 100.00%，信息与通信工程学院、戏剧影视学院、外国语言文化学院、高等职业技术学院、经济与管理学院、计算机与网络空间安全学院毕业生就业率高于 98%。各学历层次共有超过四分之三（152 个）的专业毕业生就业率为 100.00%。各学院（研究生培养单位）毕业生就业率详见图 5[7]。

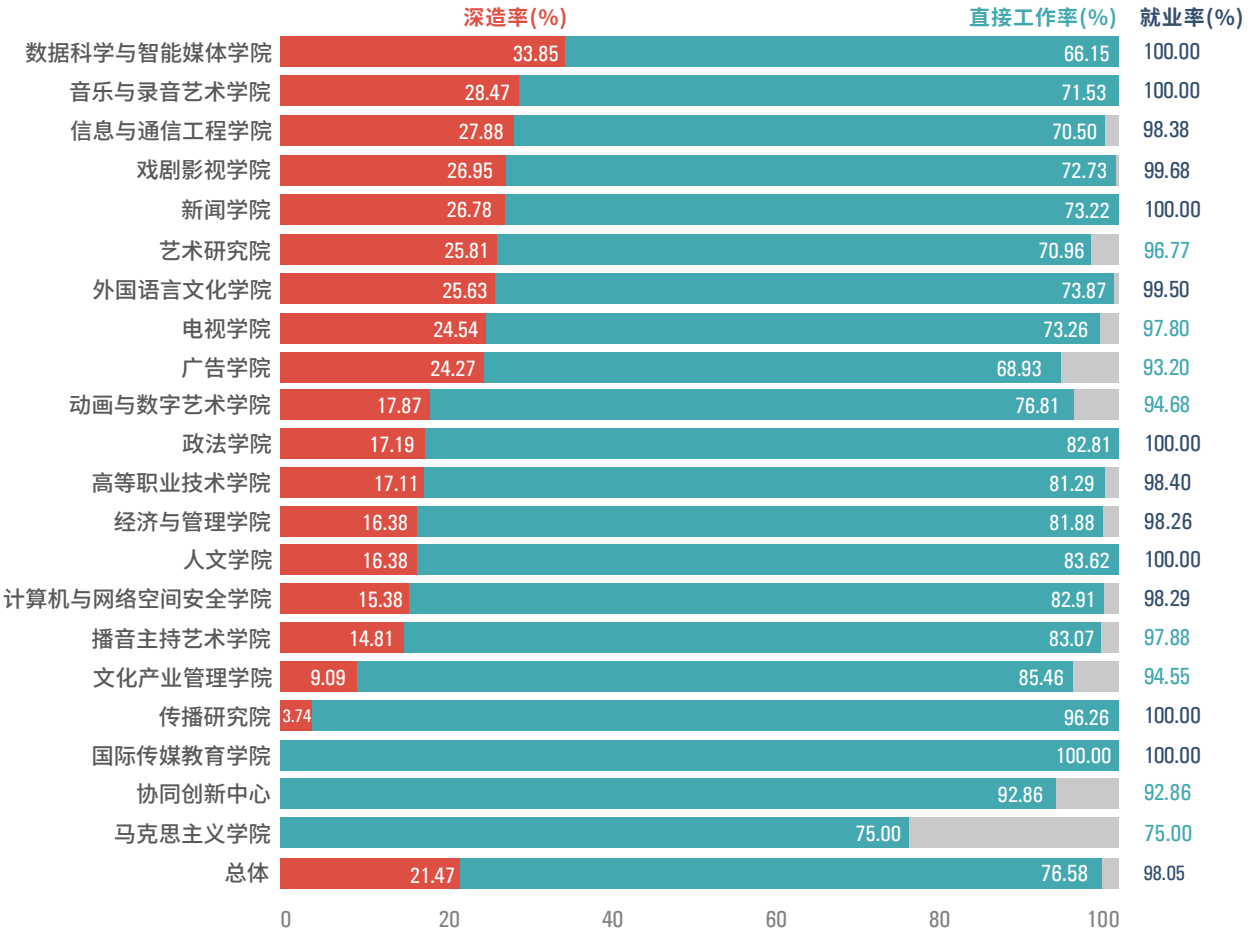


图 5 中国传媒大学 2018 届各学院（研究生培养单位）毕业生就业率情况

其中，数据科学与智能媒体学院深造率最高（33.85%），音乐与录音艺术学院、信息与通信工程学院、戏剧影视学院、新闻学院、艺术研究院、外国语言文化学院的深造率超过四分之一。国际传媒教育学院签约工作率最高（100.00%），

7　深造率 =（国内升学 + 出国（境）留学）/ 毕业生总人数 ×100%，直接工作率 =（签协议（合同）+ 灵活就业 + 自主创业 + 参军入伍 + 志愿服务西部 + 国家汉语教师）/ 毕业生总人数 ×100%，就业率 = 深造率 + 直接工作率。

协同创新中心、马克思主义学院签约工作率过半。高等职业技术学院灵活就业率最高（73.80%），戏剧影视学院、动画与数字艺术学院灵活就业率超六成。协同创新中心创业率最高（3.57%），其次为经济与管理学院、高等职业技术学院、电视学院。各学院各专业就业率详见表 2 至表 5[8]。

表 2 中国传媒大学 2018 届各学院（研究生培养单位）毕业生就业率情况

学院（研究生培养单位）	人数	签约工作率	深造率	灵活就业率	创业率	就业率
新闻学院	239	40.59%	26.78%	32.64%	0.00%	100.00%
电视学院	273	39.56%	24.54%	32.23%	1.47%	97.80%
传播研究院	107	49.53%	3.74%	46.73%	0.00%	100.00%
戏剧影视学院	308	12.66%	26.95%	60.06%	0.00%	99.68%
动画与数字艺术学院	263	15.97%	17.87%	60.08%	0.76%	94.68%
音乐与录音艺术学院	137	19.71%	28.47%	51.82%	0.00%	100.00%
艺术研究院	62	30.65%	25.81%	40.32%	0.00%	96.77%
播音主持艺术学院	189	28.57%	14.81%	53.97%	0.53%	97.88%
信息与通信工程学院	495	32.32%	27.88%	37.78%	0.40%	98.38%
计算机与网络空间安全学院	117	41.03%	15.38%	41.03%	0.85%	98.29%
数据科学与智能媒体学院	65	24.62%	33.85%	41.54%	0.00%	100.00%
人文学院	177	29.94%	16.38%	50.28%	0.00%	100.00%
政法学院	64	26.56%	17.19%	56.25%	0.00%	100.00%
外国语言文化学院	199	22.61%	25.63%	50.75%	0.00%	99.50%
经济与管理学院	403	33.00%	16.38%	46.15%	2.73%	98.26%
文化产业管理学院	55	32.73%	9.09%	52.73%	0.00%	94.55%
广告学院	206	23.79%	24.27%	44.66%	0.49%	93.20%
协同创新中心	28	50.00%	0.00%	39.29%	3.57%	92.86%
马克思主义学院	12	58.33%	0.00%	16.67%	0.00%	75.00%
国际传媒教育学院	1	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
高等职业技术学院	187	2.14%	17.11%	73.80%	2.67%	98.40%
合计	**3587**	**27.99%**	**21.47%**	**47.48%**	**0.78%**	**98.05%**

8 签约工作率 =（签就业协议 + 签劳动合同）/ 毕业生总人数 ×100%。
灵活就业率 = 灵活就业人数 / 毕业生总人数 ×100%。
创业率 = 自主创业人数 / 毕业生总人数 ×100%。
人文学院、外国语言文化学院、高等职业技术学院参军入伍、志愿服务西部、国家汉语教师就业情况未在表中体现。

表 3 中国传媒大学 2018 届本科毕业生分学院、分专业就业率情况

学院	专业	人数	签约工作率 (%)	深造率 (%)	灵活就业率 (%)	创业率 (%)	就业率 (%)
新闻学院	传播学	59	16.95	38.98	44.07	0.00	100.00
	传播学（媒体市场调查与分析方向）	27	18.52	37.04	44.44	0.00	100.00
	网络与新媒体（媒体创意方向）	31	6.45	45.16	48.39	0.00	100.00
	新闻学	33	21.21	39.39	39.39	0.00	100.00
电视学院	编辑出版学（新媒体方向）	15	0.00	73.33	26.67	0.00	100.00
	广播电视编导（电视编辑方向）	31	9.68	41.94	35.48	6.45	93.55
	广播电视学	36	13.89	52.78	30.56	2.78	100.00
	广播电视学（国际新闻传播方向）	17	17.65	58.82	17.65	5.88	100.00
	影视摄影与制作（电视摄影方向）	23	21.74	30.43	43.48	0.00	95.65
戏剧影视学院	表演	22	0.00	13.64	81.82	0.00	95.45
	广播电视编导（文艺编导方向）	15	0.00	60.00	40.00	0.00	100.00
	广播电视编导（综艺节目编导方向）	20	5.00	50.00	45.00	0.00	100.00
	戏剧影视导演	14	7.14	35.71	57.14	0.00	100.00
	戏剧影视导演（剪辑艺术与技术方向）	16	6.25	56.25	37.50	0.00	100.00
	戏剧影视美术设计	30	6.67	23.33	70.00	0.00	100.00
	戏剧影视文学	28	3.57	39.29	57.14	0.00	100.00
	影视摄影与制作（电影电视剧摄影方向）	15	0.00	60.00	40.00	0.00	100.00
	影视摄影与制作（光环境设计方向）	14	7.14	42.86	50.00	0.00	100.00
	影视摄影与制作（图片摄影方向）	12	16.67	41.67	41.67	0.00	100.00
	影视摄影与制作（照明艺术方向）	18	11.11	33.33	55.56	0.00	100.00
动画与数字艺术学院	动画	76	6.58	15.79	76.32	0.00	98.68
	数字媒体技术（游戏设计技术方向）	26	11.54	19.23	61.54	0.00	92.31
	数字媒体艺术（数字影视特效方向）	31	0.00	35.48	58.06	3.23	96.77
	数字媒体艺术（网络多媒体方向）	34	5.88	35.29	55.88	0.00	97.06
	数字媒体艺术（游戏设计艺术方向）	28	21.43	14.29	64.29	0.00	100.00
音乐与录音艺术学院	录音艺术（音响导演方向）	27	18.52	29.63	51.85	0.00	100.00
	录音艺术（音响工程方向）	20	20.00	50.00	30.00	0.00	100.00
	音乐学	56	7.14	35.71	57.14	0.00	100.00
	音乐学（声乐表演方向）	3	0.00	33.33	66.67	0.00	100.00
播音主持艺术学院	播音与主持艺术	103	17.48	21.36	58.25	0.00	97.09
	播音与主持艺术二学位	20	20.00	20.00	50.00	5.00	95.00

学院	专业	人数	签约工作率 (%)	深造率 (%)	灵活就业率 (%)	创业率 (%)	就业率 (%)
信息与通信工程学院	电子信息工程	54	7.41	31.48	59.26	1.85	100.00
	广播电视工程	91	14.29	40.66	41.76	0.00	96.70
	数字媒体技术	80	13.75	37.50	46.25	1.25	98.75
	通信工程	72	18.06	31.94	48.61	0.00	98.61
	网络工程	22	18.18	45.45	36.36	0.00	100.00
	自动化（演艺工程与舞台技术方向）	27	14.81	44.44	40.74	0.00	100.00
计算机与网络空间安全学院	计算机科学与技术（大数据技术与应用方向）	28	25.00	25.00	50.00	0.00	100.00
	信息安全	25	12.00	36.00	48.00	0.00	96.00
数据科学与智能媒体学院	光电信息科学与工程	22	9.09	54.55	36.36	0.00	100.00
	信息与计算科学	23	8.70	39.13	52.17	0.00	100.00
人文学院	汉语言（应用语言学方向）	18	0.00	44.44	55.56	0.00	100.00
	汉语言文学	26	11.54	26.92	57.69	0.00	100.00
	汉语国际教育	19	5.26	52.63	42.11	0.00	100.00
政法学院	法学	27	0.00	33.33	66.67	0.00	100.00
外国语言文化学院	朝鲜语	16	25.00	31.25	37.50	0.00	93.75
	德语	13	0.00	38.46	61.54	0.00	100.00
	俄语	7	14.29	42.86	42.86	0.00	100.00
	法语	15	20.00	33.33	46.67	0.00	100.00
	葡萄牙语	16	37.50	6.25	56.25	0.00	100.00
	日语	14	14.29	21.43	64.29	0.00	100.00
	土耳其语	16	56.25	25.00	18.75	0.00	100.00
	西班牙语	12	41.67	50.00	0.00	0.00	100.00
	印地语	16	6.25	56.25	37.50	0.00	100.00
	英语	27	7.41	29.63	62.96	0.00	100.00
广告学院	公共关系学	29	13.79	34.48	48.28	0.00	96.55
	广告学	35	14.29	42.86	42.86	0.00	100.00
	视觉传达设计	37	5.41	32.43	48.65	0.00	86.49
	网络与新媒体（新媒体网络经营方向）	34	23.53	29.41	23.53	2.94	79.41

学院	专业	人数	签约工作率 (%)	深造率 (%)	灵活就业率 (%)	创业率 (%)	就业率 (%)
经济与管理学院	工商管理	16	18.75	31.25	43.75	0.00	93.75
	国际经济与贸易 (国际文化贸易方向)	18	11.11	44.44	33.33	5.56	94.44
	行政管理	22	0.00	31.82	68.18	0.00	100.00
	会计学	28	10.71	25.00	60.71	0.00	96.43
	经济学 (传媒经济方向)	23	17.39	39.13	43.48	0.00	100.00
	市场营销 (品牌管理方向)	16	6.25	12.50	81.25	0.00	100.00
	文化产业管理 (文化经纪方向)	21	0.00	33.33	61.90	0.00	95.24
	文化产业管理 (影视制片管理方向)	25	4.00	32.00	64.00	0.00	100.00
	信息管理与信息系统	23	13.04	30.43	52.17	0.00	95.65
	合计人数	**1913**	**12.44**	**34.76**	**50.18**	**0.52**	**98.01**

表 4 中国传媒大学 2018 届硕士毕业生分学院（研究生培养单位）、分专业就业率情况

学院 (研究生培养单位)	专业	人数	签约工作率 (%)	深造率 (%)	灵活就业率 (%)	创业率 (%)	就业率 (%)
新闻学院	传播学	11	81.82	9.09	9.09	0.00	100.00
	广播电视学	6	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
	新闻学	36	86.11	2.78	11.11	0.00	100.00
	新闻与传播	24	75.00	4.17	20.83	0.00	100.00
	舆论学	3	33.33	33.33	33.33	0.00	100.00
电视学院	广播电视	45	53.33	2.22	42.22	0.00	97.78
	广播电视学	43	55.81	4.65	39.53	0.00	100.00
	广播电视艺术学	3	66.67	33.33	0.00	0.00	100.00
	国际新闻学	25	80.00	4.00	12.00	0.00	96.00
	新闻与传播	27	62.96	0.00	37.04	0.00	100.00
传播研究院	编辑出版学	1	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
	出版	9	33.33	0.00	66.67	0.00	100.00
	传播学	38	47.37	2.63	50.00	0.00	100.00
	传媒教育	5	60.00	20.00	20.00	0.00	100.00
	国际新闻学	20	25.00	0.00	75.00	0.00	100.00
	新闻与传播	6	33.33	0.00	66.67	0.00	100.00

学院（研究生培养单位）	专业	人数	签约工作率 (%)	深造率 (%)	灵活就业率 (%)	创业率 (%)	就业率 (%)
戏剧影视学院	电影	17	11.76	5.88	82.35	0.00	100.00
	广播电视	39	28.21	0.00	71.79	0.00	100.00
	广播电视艺术学	36	33.33	5.56	61.11	0.00	100.00
	美术学	10	10.00	0.00	90.00	0.00	100.00
动画与数字艺术学院	动画艺术学	14	21.43	0.00	50.00	0.00	71.43
	广播电视	18	27.78	0.00	61.11	0.00	88.89
	互动艺术与技术	3	33.33	0.00	0.00	33.33	66.67
	计算机技术	1	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
	数字媒体艺术	22	36.36	4.55	50.00	0.00	90.91
音乐与录音艺术学院	广播电视	14	35.71	0.00	64.29	0.00	100.00
	广播电视艺术学	7	42.86	0.00	57.14	0.00	100.00
	音乐学	8	50.00	0.00	50.00	0.00	100.00
艺术研究院	传媒艺术学	10	40.00	20.00	30.00	0.00	90.00
	电影学	16	0.00	18.75	81.25	0.00	100.00
	戏剧戏曲学	5	20.00	20.00	60.00	0.00	100.00
	艺术史论	9	0.00	44.44	44.44	0.00	88.89
播音主持艺术学院	播音主持艺术学	27	40.74	7.41	51.85	0.00	100.00
	广播电视	27	48.15	0.00	51.85	0.00	100.00
	新闻与传播	7	57.14	0.00	42.86	0.00	100.00
信息与通信工程学院	电磁场与微波技术	14	78.57	14.29	7.14	0.00	100.00
	电路与系统	3	66.67	0.00	33.33	0.00	100.00
	电子与通信工程	47	74.47	4.26	21.28	0.00	100.00
	集成电路工程	6	50.00	0.00	50.00	0.00	100.00
	通信与信息系统	50	86.00	8.00	4.00	0.00	98.00
	信号与信息处理	17	52.94	0.00	47.06	0.00	100.00
计算机与网络空间安全学院	集成电路工程	5	40.00	0.00	60.00	0.00	100.00
	计算机技术	20	65.00	10.00	20.00	5.00	100.00
	计算机软件与理论	5	40.00	0.00	60.00	0.00	100.00
	计算机应用技术	15	53.33	0.00	46.67	0.00	100.00
	软件工程技术	5	60.00	0.00	40.00	0.00	100.00
	信号与信息处理	6	66.67	0.00	33.33	0.00	100.00

学院（研究生培养单位）	专业	人数	签约工作率 (%)	深造率 (%)	灵活就业率 (%)	创业率 (%)	就业率 (%)
数据科学与智能媒体学院	计算数学	6	50.00	0.00	50.00	0.00	100.00
	物理电子学	3	66.67	0.00	33.33	0.00	100.00
	应用数学	6	66.67	16.67	16.67	0.00	100.00
	计算机应用技术	3	66.67	0.00	33.33	0.00	100.00
	艺术与科学	1	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
人文学院	比较文学与世界文学	9	33.33	0.00	66.67	0.00	100.00
	汉语国际教育	45	22.22	4.44	62.22	0.00	100.00
	汉语言文字学	4	25.00	0.00	75.00	0.00	100.00
	文艺学	7	71.43	0.00	28.57	0.00	100.00
	语言学及应用语言学	15	40.00	13.33	46.67	0.00	100.00
	中国古代文学	8	37.50	0.00	62.50	0.00	100.00
	中国现当代文学	13	69.23	0.00	30.77	0.00	100.00
政法学院	传播学	6	83.33	0.00	16.67	0.00	100.00
	法律（法学）	8	12.50	12.50	75.00	0.00	100.00
	法律（非法学）	8	12.50	0.00	87.50	0.00	100.00
	国际关系	4	75.00	0.00	25.00	0.00	100.00
	外交学	4	50.00	0.00	50.00	0.00	100.00
	政治学理论	7	71.43	14.29	14.29	0.00	100.00
外国语言文化学院	欧洲语言文学	2	0.00	0.00	100.00	0.00	100.00
	日语口译	10	0.00	0.00	100.00	0.00	100.00
	日语语言文学	6	33.33	0.00	66.67	0.00	100.00
	外国语言学及应用语言学	4	50.00	0.00	50.00	0.00	100.00
	英语笔译	15	46.67	13.33	40.00	0.00	100.00
	英语语言文学	10	10.00	0.00	90.00	0.00	100.00
经济与管理学院	产业经济学	8	62.50	12.50	25.00	0.00	100.00
	传媒经济学	15	33.33	20.00	40.00	6.67	100.00
	管理科学与工程	7	14.29	0.00	85.71	0.00	100.00
	广播电视	19	10.53	5.26	84.21	0.00	100.00
	行政管理	4	25.00	0.00	75.00	0.00	100.00
	企业管理	6	50.00	0.00	16.67	0.00	66.67
	工商管理	150	65.33	0.00	28.67	6.00	100.00

学院（研究生培养单位）	专业	人数	签约工作率 (%)	深造率 (%)	灵活就业率 (%)	创业率 (%)	就业率 (%)
文化产业管理学院	广播电视	41	21.95	7.32	63.41	0.00	92.68
	文化产业	11	54.55	18.18	27.27	0.00	100.00
广告学院	广告学	29	41.38	3.45	51.72	0.00	96.55
	设计艺术学	10	20.00	0.00	80.00	0.00	100.00
	新媒体	3	33.33	0.00	66.67	0.00	100.00
	新闻与传播	23	43.48	4.35	52.17	0.00	100.00
协同创新中心	广播电视	19	47.37	0.00	36.84	5.26	89.47
	新媒体	9	55.56	0.00	44.44	0.00	100.00
马克思主义学院	马克思主义基本原理	3	66.67	0.00	33.33	0.00	100.00
	思想政治教育	9	55.56	0.00	11.11	0.00	66.67
国际传媒教育学院	新闻与传播	1	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
	合计人数	**1356**	**48.89**	**4.28**	**43.66**	**0.96**	**98.16**

表 5 中国传媒大学 2018 届博士毕业生分学院（研究生培养单位）、分专业就业率情况

学院（研究生培养单位）	专业	人数	签约工作率 (%)	深造率 (%)	灵活就业率 (%)	创业率 (%)	就业率 (%)
新闻学院	传播学	2	50.00	0.00	50.00	0.00	100.00
	广播电视新闻学	1	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
	广播电视学	3	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
	新闻学	3	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
电视学院	广播电视新闻学	1	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
	广播电视学	6	66.67	16.67	0.00	0.00	83.33
	新媒体	1	0.00	100.00	0.00	0.00	100.00
传播研究院	编辑出版	5	80.00	0.00	20.00	0.00	100.00
	传播学	15	80.00	6.67	13.33	0.00	100.00
	国际新闻学	6	50.00	16.67	33.33	0.00	100.00
	舆论学	2	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
戏剧影视学院	广播电视艺术学	2	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
动画与数字艺术学院	动画艺术学	5	60.00	40.00	0.00	0.00	100.00
	数字媒体艺术	5	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
音乐与录音艺术学院	广播电视艺术学	2	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00

学院（研究生培养单位）	专业	人数	签约工作率 (%)	深造率 (%)	灵活就业率 (%)	创业率 (%)	就业率 (%)
艺术研究院	传媒艺术学	3	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
	电影学	9	77.78	11.11	11.11	0.00	100.00
	广播电视艺术学	4	50.00	50.00	0.00	0.00	100.00
	数字媒体艺术	1	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
	戏剧戏曲学	4	25.00	50.00	25.00	0.00	100.00
	艺术史论	1	0.00	100.00	0.00	0.00	100.00
播音主持艺术学院	播音主持艺术学	4	75.00	0.00	25.00	0.00	100.00
	广播电视语言传播	1	100.00	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	4	75.00	25.00	0.00	0.00	100.00
	通信与信息系统	5	60.00	0.00	20.00	0.00	80.00
	信号与信息处理	3	66.67	0.00	0.00	0.00	66.67
计算机与网络空间安全学院	通信与信息系统	4	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
	信息计算技术	4	50.00	0.00	25.00	0.00	75.00
数据科学与智能媒体学院	艺术与科学	1	0.00	0.00	100.00	0.00	100.00
人文学院	文艺学	2	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
	语言学及应用语言学	11	90.91	0.00	9.09	0.00	100.00
经济与管理学院	传媒经济学	2	50.00	50.00	0.00	0.00	100.00
文化产业管理学院	文化产业	3	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
广告学院	广告学	5	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
	新媒体	1	0.00	100.00	0.00	0.00	100.00
	合计人数	**131**	**75.57**	**11.45**	**9.92**	**0.00**	**96.95**

3. 各群体就业情况

从性别来看，2018 届毕业生中男生就业率为 98.07%，女生就业率为 98.04%。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。

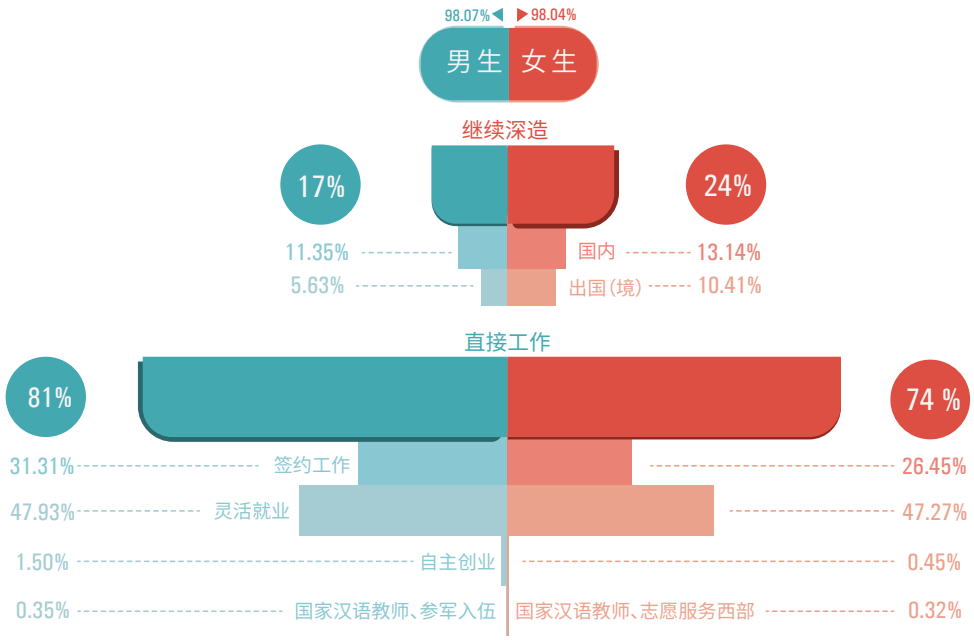


图 6 中国传媒大学 2018 届男、女毕业生就业去向情况

表 6 中国传媒大学 2018 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	**160**	**505**	**16**	**42**	**3**	**12**
国内	100	265	15	29	3	12
出国（境）	60	240	1	13	0	0
直接工作	**453**	**757**	**365**	**908**	**43**	**69**
签约工作	96	142	218	445	39	60
灵活就业	350	610	138	454	4	9
自主创业	7	3	8	5	0	0
志愿服务西部	0	1	0	0	0	0
国家汉语教师	0	1	1	4	0	0
未就业	**16**	**22**	**2**	**23**	**3**	**1**
合计人数	**629**	**1284**	**383**	**973**	**49**	**82**
就业率	**97.46%**	**98.29%**	**99.48%**	**97.64%**	**93.88%**	**98.78%**

2018 届毕业生中少数民族毕业生就业率为 97.13%。其中，本科少数民族毕业生就业率为 95.43%；硕士及博士少数民族毕业生就业率均为 100.00%。

表 7 中国传媒大学 2018 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	**59**	**26.94%**	**4**	**3.64%**	**3**	**50.00%**
国内	26	11.87%	3	2.73%	3	50.00%
出国（境）	33	15.07%	1	0.91%	0	0.00%
直接工作	**150**	**68.49%**	**106**	**96.36%**	**3**	**50.00%**
签约工作	32	14.61%	70	63.64%	3	50.00%
灵活就业	118	53.88%	33	30.00%	0	0.00%
自主创业	0	0.00%	2	1.82%	0	0.00%
国家汉语教师	0	0.00%	1	0.91%	0	0.00%
未就业	**10**	**4.57%**	**0**	**0.00%**	**0**	**0.00%**
合计人数	**219**	**100.00%**	**110**	**100.00%**	**6**	**100.00%**
就业率	**95.43%**		**100.00%**		**100.00%**	

2018 届毕业生中家庭经济困难毕业生就业率为 97.89%。其中，本科毕业生 318 人，就业率为 97.80%；硕士毕业生 156 人，就业率为 98.08%。

表 8 中国传媒大学 2018 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	
	人数	比例	人数	比例
继续深造	**106**	**33.33%**	**2**	**1.28%**
国内	99	31.13%	1	0.64%
出国（境）	7	2.20%	1	0.64%
直接工作	**205**	**64.47%**	**151**	**96.80%**
签约工作	40	12.58%	81	51.92%
灵活就业	162	50.94%	67	42.95%
自主创业	2	0.63%	0	0.00%
志愿服务西部	1	0.31%	0	0.00%
国家汉语教师	0	0.00%	3	1.92%
未就业	**7**	**2.20%**	**3**	**1.92%**
合计人数	**318**	**100.00%**	**156**	**100.00%**
就业率	**97.80%**		**98.08%**	

第二部分 毕业生就业情况分析

一、继续深造情况[9]

2018 届毕业生中，本科毕业生继续深造的有 665 人，其中国内升学 365 人、出国（境）留学 300 人；硕士毕业生继续深造的有 58 人，其中国内升学 44 人、出国（境）留学 14 人；博士毕业生继续深造 15 人，均为博士后进站[10]。

1. 国内升学情况

2018 届本科毕业生中，有 365 人国内升学，占本科毕业生总人数的 19.08%。其中，189 人保研，176 人考研；225 人进入本校攻读研究生，140 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。

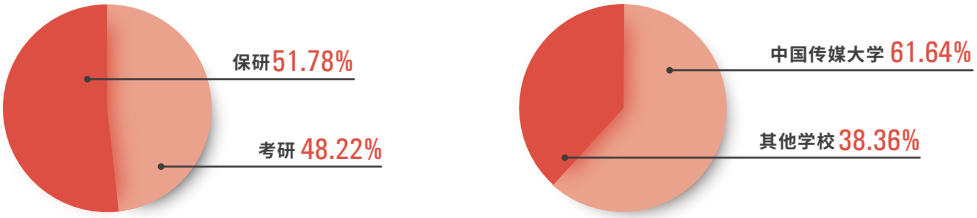


图 7 中国传媒大学 2018 届本科毕业生保研考研及本校外校升学比例

其中，84 人（占 23.01%）升入“双一流”大学，84 人（占 23.01%）升入“985”工程高校，341 人（占 93.42%）升入“211”工程高校。

表 9 中国传媒大学 2018 届本科毕业生国内升学人数前 10 名高校

排名	学校	人数	排名	学校	人数
1	中国传媒大学	225	9	上海交通大学	4
2	北京大学	22	9	中国科学院大学	4
3	中国人民大学	17	9	中央财经大学	4
4	北京邮电大学	10	10	北京航空航天大学	3
5	北京师范大学	9	10	北京理工大学	3
6	北京电影学院	8	10	北京外国语大学	3
7	清华大学	6	10	对外经济贸易大学	3
8	复旦大学	5	10	浙江大学	3

9 高职毕业生继续深造情况详见《中国传媒大学高等职业技术学院 2018 届毕业生就业质量报告》。
10 博士后进站在北京市教委就业数据统计中为“升学”。

2018 届硕士毕业生中，有 44 人国内升学，其中 34 人考取本校博士研究生，10 人考取外校博士研究生。博士毕业生中，有 5 人进入本校博士后科研流动站，10 人进入北京师范大学、北京大学、中国科学院大学等博士后科研流动站（或博士后科研工作站）。硕士及博士毕业生国内升学情况详见表 10。

表 10 中国传媒大学 2018 届硕士、博士毕业生国内升学情况

硕士		博士	
学校	人数	学校	人数
中国传媒大学	34	中国传媒大学	5
清华大学	3	北京师范大学	2
复旦大学	2	北京大学	1
北京航空航天大学	1	北京化工大学	1
北京师范大学	1	北京交通大学	1
北京邮电大学	1	南京大学	1
浙江大学	1	上海戏剧学院	1
中国人民大学	1	中国电影资料馆	1
		中国国际广播电台	1
		中国科学院大学	1
合计人数	**44**	合计人数	**15**

2. 出国（境）留学情况

中国传媒大学 2018 届毕业生中，有 300 名本科毕业生和 14 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（118 人）、美国（93 人）和中国香港（29 人），具体分布情况见图 8。

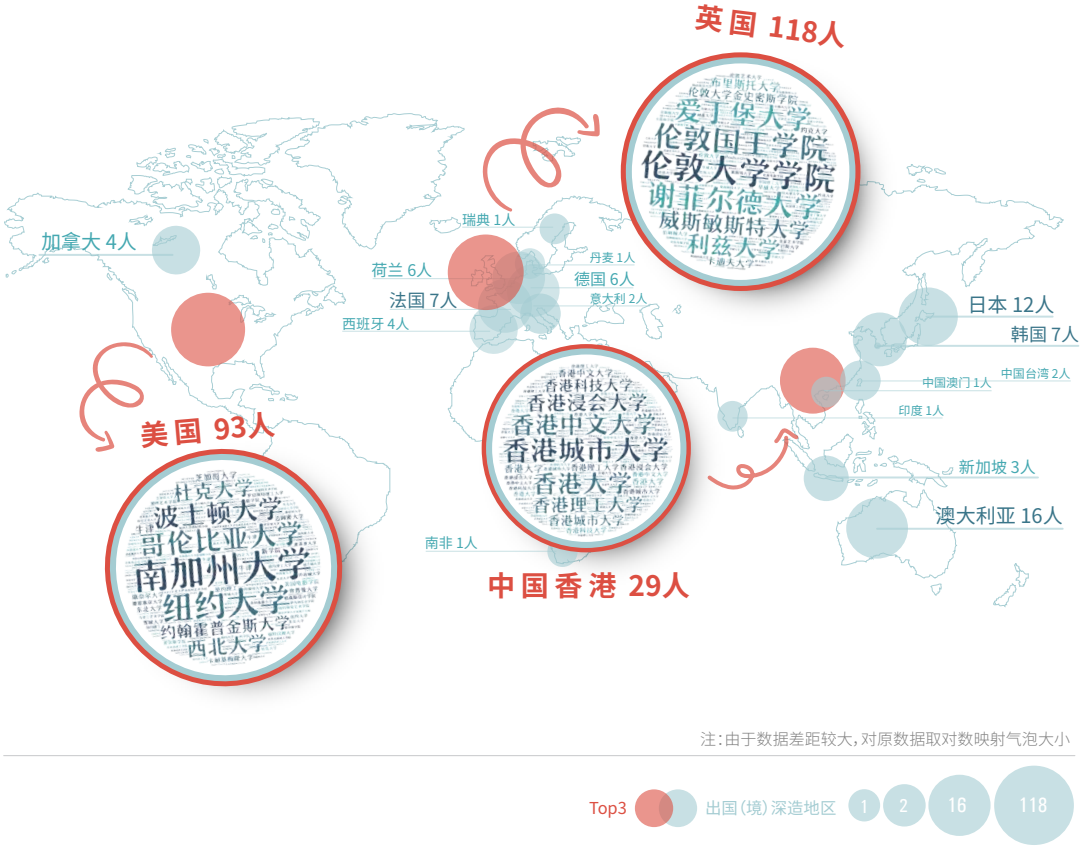


图 8 中国传媒大学 2018 届毕业生出国（境）留学目的地情况

中国传媒大学出国（境）留学毕业生共赴 142 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）、伦敦国王学院（King’s College London）、南加州大学（University of Southern California）、谢菲尔德大学（The University of Sheffield）。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 2018 届本科毕业生出国（境）留学人数最多的前 5 名高校

排名	学校	人数	排名	学校	人数
1	伦敦大学学院	25	4	香港城市大学	9
2	伦敦国王学院	12	5	爱丁堡大学	7
2	南加州大学	12	5	哥伦比亚大学	7
3	谢菲尔德大学	10	5	香港中文大学	7

表 12 中国传媒大学 2018 届硕士毕业生出国（境）留学情况

学校	人数	国家 / 地区	学校	人数	国家 / 地区
阿姆斯特丹自由大学	1	荷兰	纽约大学	1	美国
爱丁堡大学	1	英国	乌普萨拉大学	1	瑞典
德国 EBS 商学院	1	德国	新加坡国立大学	1	新加坡
格拉斯哥大学	1	英国	亚利桑那大学	1	美国
华盛顿大学圣路易斯分校	1	美国	约克大学	1	英国
莱斯特大学	1	英国	早稻田大学	1	日本
伦敦国王学院	1	英国	开普敦大学	1	南非
			合计人数		**14**

此外，根据 2017-2018 年 TIMES 世界大学排名，中国传媒大学共有 150 名 2018 届毕业生赴世界排名前 100 名的高校留学。其中，107 人赴世界排名前 50 名的高校留学，43 人赴世界排名 51-100 名的高校留学。

表 13 中国传媒大学 2018 届毕业生赴 2017-2018 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
8	帝国理工学院	1	43	威斯康星大学麦迪逊分校	1
9	芝加哥大学	3	44	香港科技大学	2
13	约翰·霍普金斯大学	5	46	东京大学	1
14	哥伦比亚大学	7	48	澳大利亚国立大学	1
15	加州大学洛杉矶分校	1	49	德克萨斯大学奥斯汀分校	1
16	伦敦大学学院	25	50	圣路易斯华盛顿大学	1
17	杜克大学	4	54	曼彻斯特大学	2
19	康奈尔大学	2	58	香港中文大学	7
20	西北大学	5	59	阿姆斯特丹大学	3
22	新加坡国立大学	3	61	悉尼大学	4
24	卡内基梅隆大学	2	65	昆士兰大学	1
25	伦敦政治经济学院	2	66	南加州大学	12
27	爱丁堡大学	8	70	波士顿大学	5
27	纽约大学	7	76	布里斯托大学	3
32	墨尔本大学	6	80	格拉斯哥大学	1
33	佐治亚理工学院	1	85	新南威尔士大学	1

学校排名	学校	人数	学校排名	学校	人数
36	伦敦国王学院	13	86	乌普萨拉大学	1
37	伊利诺伊大学香槟分校	1	91	华威大学	2
40	香港大学	4	100	波恩大学	1
				合计人数	**150**

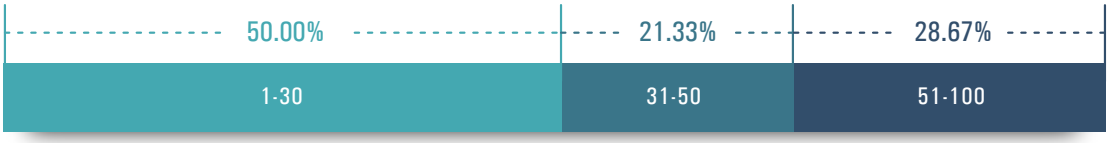


图 9 中国传媒大学 2018 届毕业生出国（境）留学高校排名分布情况

二、签约工作情况[11]

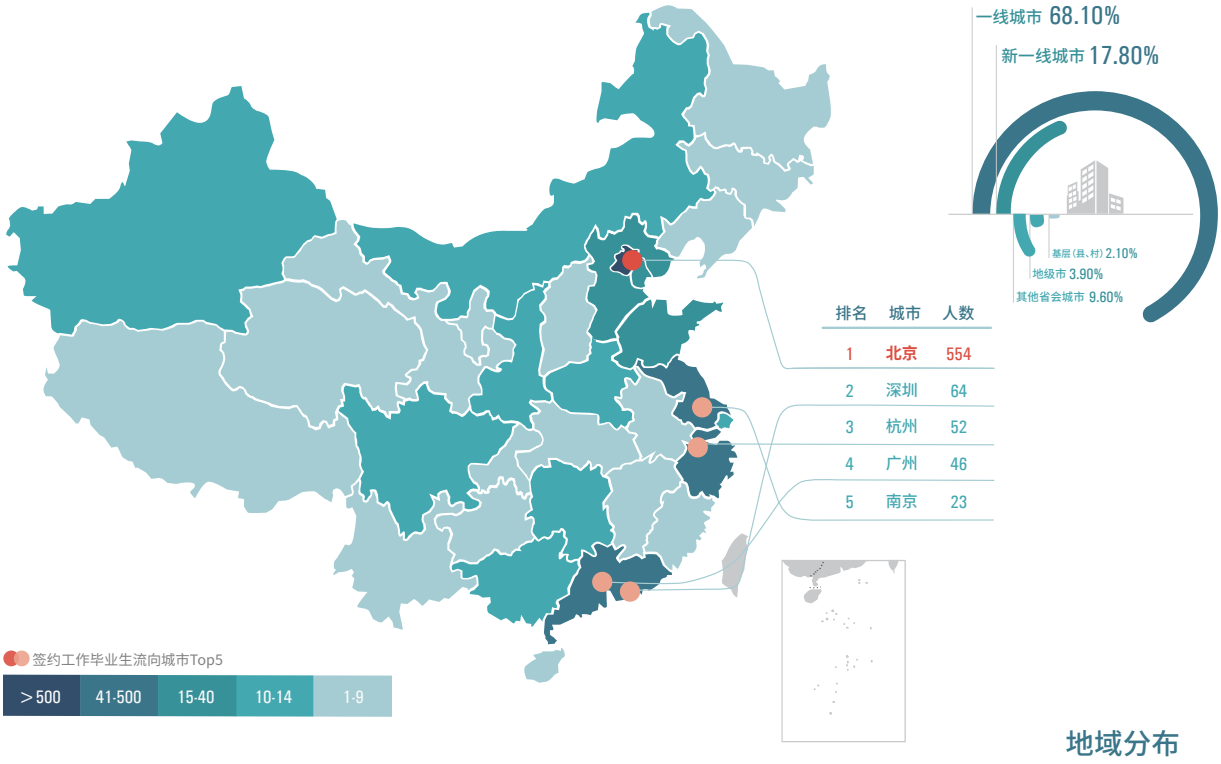
2018 届毕业生中，本科毕业生有 238 人签约工作，其中 178 人签就业协议，60 人签劳动合同；硕士毕业生有 663 人签约工作，其中 542 人签就业协议，121 人签劳动合同；博士毕业生有 99 人签约工作，全部为签就业协议。

1. 签约单位地域流向

(1) 签约工作地区分布情况

2018 届签约工作毕业生地域[12] 流向以华北地区（占 58.70%）、华东地区（占 13.90%）和华南地区（占 13.00%）为主。其中，在北京就业的毕业生有 554 人，京外就业的毕业生有 446 人，与上年度基本持平，北京、深圳、杭州、广州、南京为今年中国传媒大学毕业生就业流向前 5 名城市。具体签约工作地区及城市规模[13] 分布情况见图 10、表 14。

11　高职毕业生签约工作情况详见《中国传媒大学高等职业技术学院 2018 届毕业生就业质量报告》。
12　华北地区包括北京、天津、河北，华东地区包括浙江、江苏、上海、山东，华南地区包括广东、海南、福建、香港，东北地区包括黑龙江、吉林、辽宁，西部地区包括广西、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、宁夏、内蒙古、青海、新疆，中部地区包括安徽、河南、湖北、湖南、江西、山西。
13　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、无锡。基层中包括北京和天津的基层单位。



地域分布

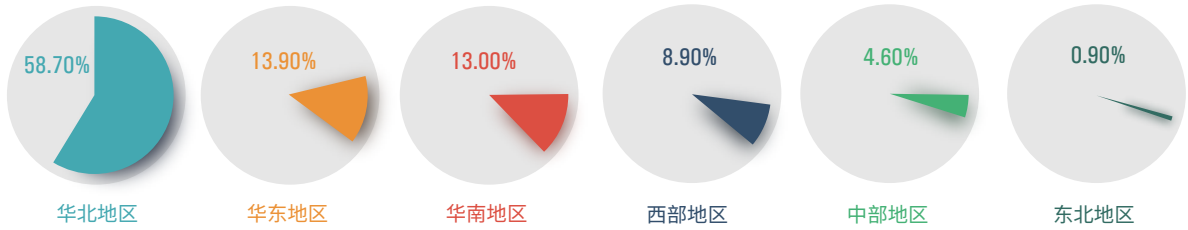


图 10 中国传媒大学 2018 届毕业生签约工作地区分布情况

表 14 中国传媒大学 2018 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	554	14	云南	7
2	广东	121	14	安徽	7
3	浙江	56	15	贵州	6
4	江苏	41	16	福建	5
5	山东	25	16	重庆	5
6	天津	18	16	甘肃	5
7	上海	17	17	吉林	4
8	河北	15	17	山西	4
9	内蒙古	14	18	黑龙江	3
9	湖南	14	18	海南	3

排名	就业省份（地区）	人数	排名	就业省份（地区）	人数
10	广西	12	18	江西	3
10	四川	12	19	辽宁	2
10	陕西	12	19	西藏	2
11	新疆	11	19	宁夏	2
12	河南	10	20	香港	1
13	湖北	8	20	青海	1

（2）国家战略领域[14] 签约工作情况

2018 届签约工作毕业生中共有 587 人赴京津冀经济圈就业；282 人赴“一带一路”经济带所涉及的地区就业；176 人赴长江经济带所涉及的地区就业；121 人赴粤港澳大湾区所涉及的地区就业；3 人赴海南自贸试验区就业；3 人到中国雄安建设投资集团有限公司从事宣传工作。

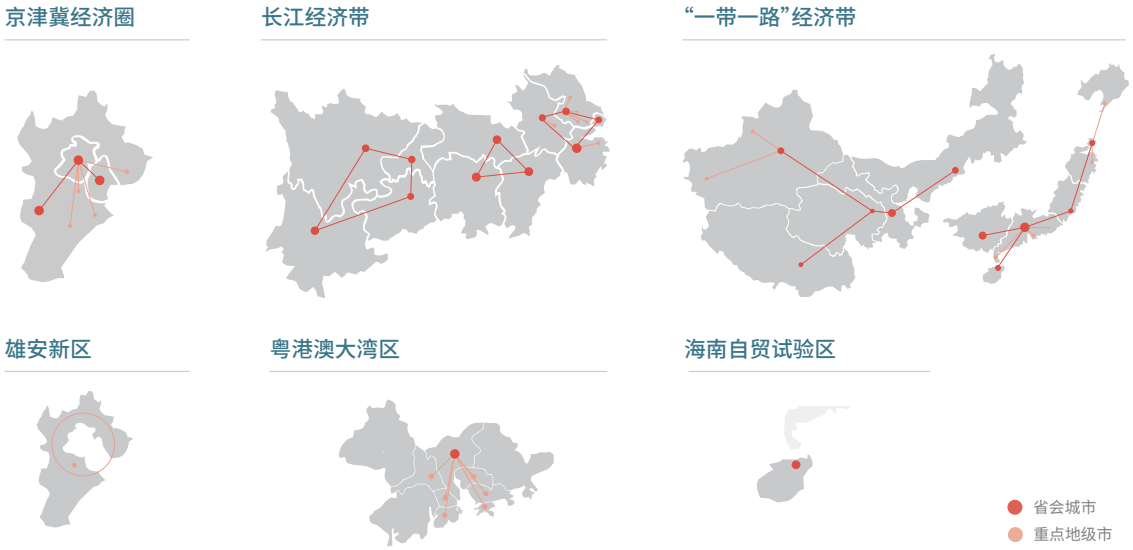


图 11 中国传媒大学 2018 届毕业生国家战略领域签约工作情况

表 15 中国传媒大学 2018 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	长江经济带	雄安新区	粤港澳大湾区	海南自贸试验区
人数	587	282	176	3	121	3
占签约工作比例	58.70%	28.20%	17.60%	0.30%	12.10%	0.30%

14　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。

（3）生源地就业[15] 情况

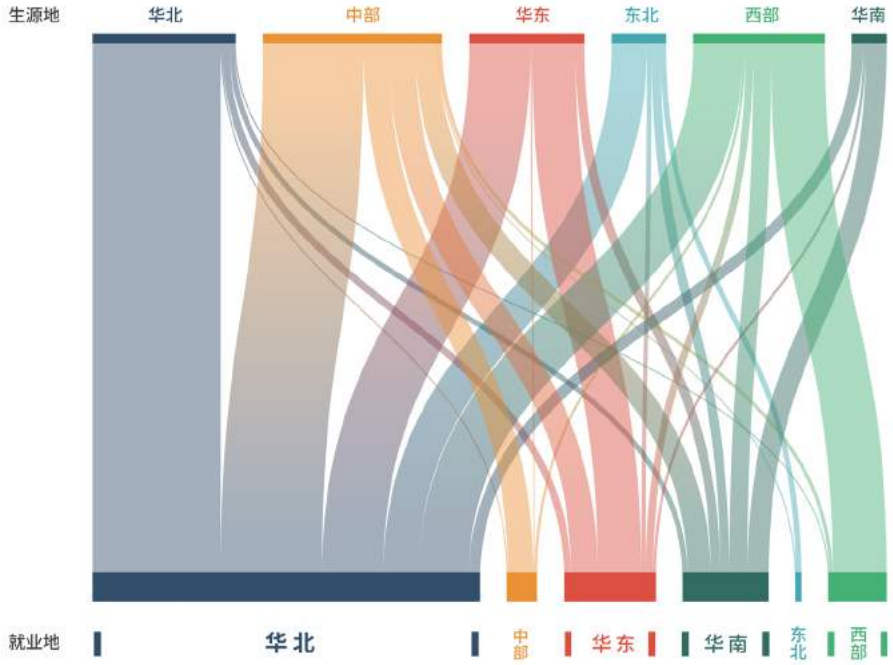


图 12 中国传媒大学 2018 届毕业生回生源地就业情况

2018 届签约工作毕业生回生源地就业的比例为 32.70%，华北地区生源毕业生回生源地就业比例最高，东北生源毕业生回生源地就业比例最低。

表 16 中国传媒大学 2018 届毕业生生源地与签约工作地匹配情况

生源地地区	生源地就业		非生源地就业	
	人数	比例	人数	比例
东北地区	8	9.64%	75	90.36%
华北地区	133	61.29%	84	38.71%
华东地区	51	29.14%	124	70.86%
华南地区	27	50.94%	26	49.06%
西部地区	75	37.50%	125	62.50%
中部地区	33	12.13%	239	87.87%

2. 签约单位行业流向

按照国民经济行业分类（GB/T 4754-2011）统计，中国传媒大学 2018 届签约工作毕业生到文化、体育和娱乐业比例最高，其次为信息传输、软件和信息技术服务业，第三为教育业。具体签约单位行业前 8 名情况见图 13。

15 生源地就业指回生源地省份就业。

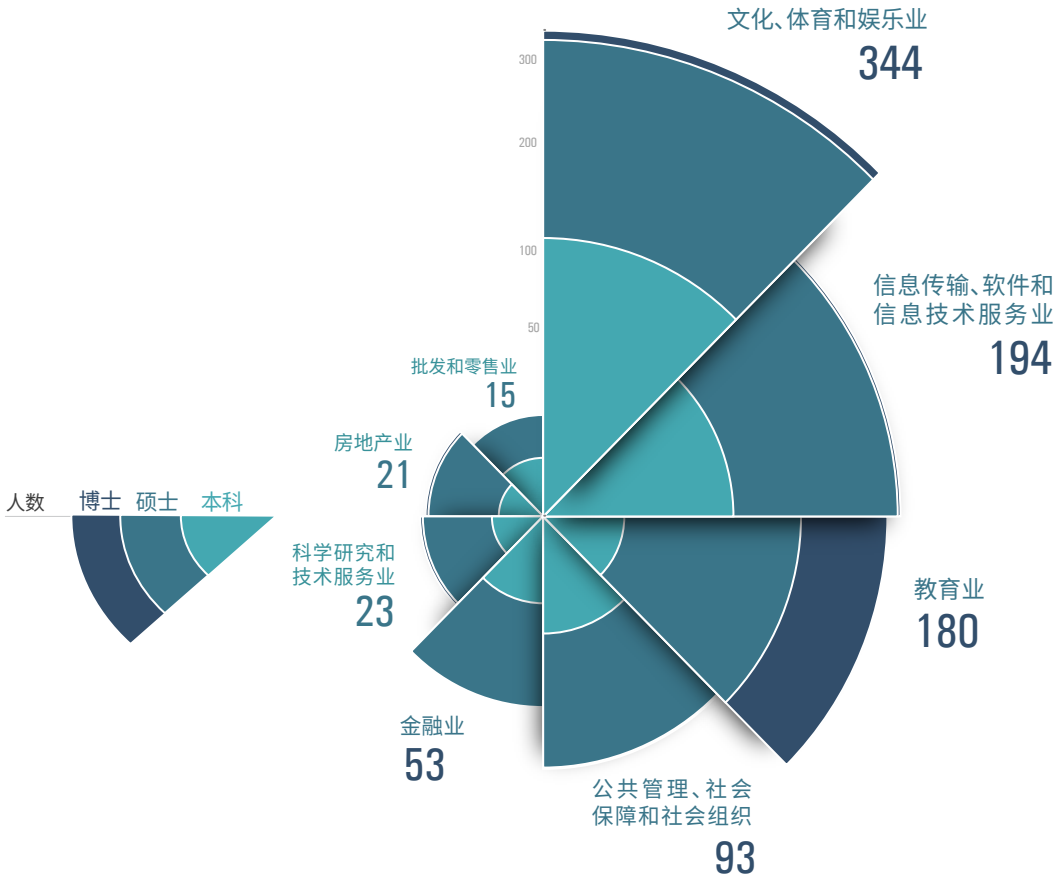


图 13 中国传媒大学 2018 届总体及各学历层次毕业生签约单位主要行业分布

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”（113 人），硕士签约工作毕业生主要集中在“文化、体育和娱乐业”（218 人）和“信息传输、软件和信息技术服务业”（136 人）。超过四分之三的博士签约工作毕业生在“教育业”就业。

表 17 中国传媒大学 2018 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
文化、体育和娱乐业	113	218	13	344
信息传输、软件和信息技术服务业	55	136	3	194
教育业	10	91	79	180
公共管理、社会保障和社会组织	20	72	1	93
金融业	11	42	0	53
科学研究和技术服务业	4	18	1	23
房地产业	3	17	1	21
批发和零售业	5	10	0	15

单位行业	本科	硕士	博士	合计
交通运输、仓储和邮政业	2	11	0	13
制造业	3	9	1	13
卫生和社会工作	1	10	0	11
建筑业	4	6	0	10
电力、热力、燃气及水生产和供应业	2	5	0	7
租赁和商务服务业	2	5	0	7
农、林、牧、渔业	1	5	0	6
水利、环境和公共设施管理业	1	2	0	3
采矿业	0	2	0	2
国际组织	0	2	0	2
住宿和餐饮业	1	1	0	2
居民服务、修理和其他服务业	0	1	0	1
合计人数	**238**	**663**	**99**	**1000**

3. 签约单位性质分布

中国传媒大学 2018 届签约工作毕业生就业单位以国有企业（249 人）、其他事业单位（196 人）、其他企业单位（153 人）、国家机关（112 人）及高等教育单位（111 人）为主。其中，本科签约工作毕业生和硕士签约工作毕业生分别有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。

表 18 中国传媒大学 2018 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		15	94	3	112
事业单位	科研设计单位	3	5	2	10
	高等教育单位	1	32	78	111
	中初教育单位	0	11	1	12
	医疗卫生单位	0	1	0	1
	其他事业单位	49	137	10	196
企业	国有企业	65	180	4	249
	三资企业	12	30	0	42
	其他企业	58	95	0	153
其他		35	78	1	114

4. 签约传媒行业单位类型

传媒行业是中国传媒大学毕业生重点就业行业，主要集中在电视台、通讯社、报纸杂志、电台、文化艺术及娱乐、网络和新媒体等单位。

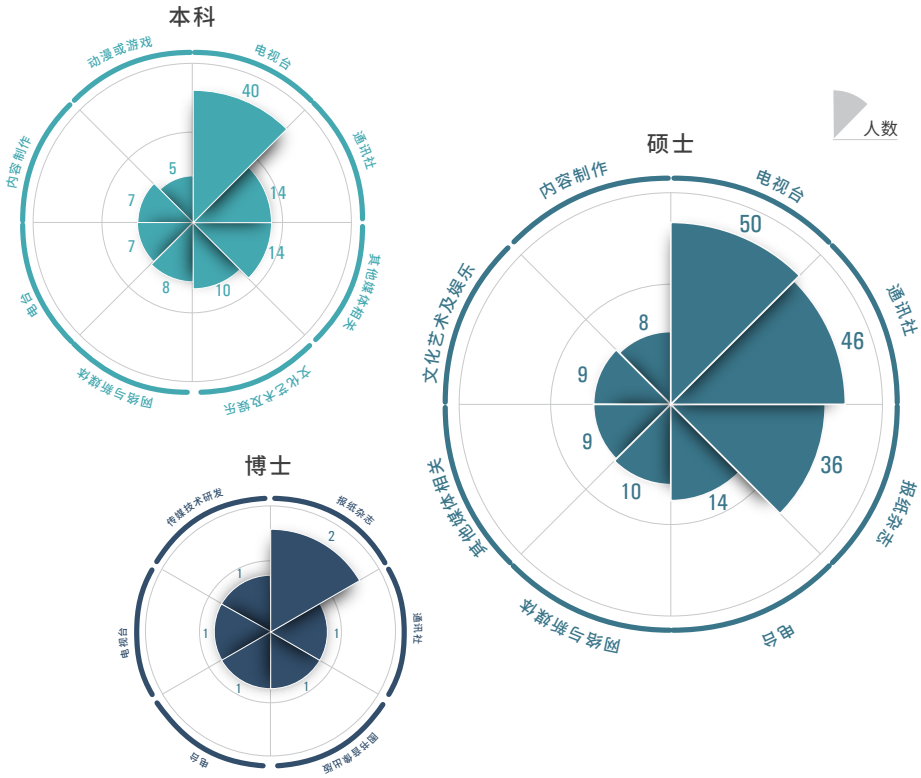


图 14 中国传媒大学 2018 届毕业生签约传媒行业主要单位类型

2018 届签约工作的 238 名本科毕业生中，有 112 人去往传媒类单位，占本科毕业生签约工作人数的 47.06%。其中，本科毕业生签约工作人数最多的是电视台（40 人），其次是通讯社（14 人）及其他媒体相关（14 人）。

签约工作的 663 名硕士毕业生中，有 189 人去往传媒类单位，占硕士毕业生签约工作人数的 28.51%。其中，硕士毕业生签约工作人数最多的是电视台（50 人），其次是通讯社（46 人）和报纸杂志（36 人）。

博士毕业生中，有 7 人去往传媒类单位，占博士毕业生签约工作人数的 7.07%。

5. 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 2018 届本科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 家单位如表 19 所示。

表 19 中国传媒大学 2018 届毕业生签约工作人数最多的前 10 家单位

单位名称	接收人数
中国日报社	20
中央电视台	16
中央人民广播电台	14
腾讯科技（深圳）有限公司	14
浙江广播电视传媒集团有限公司	13
中国联合网络通信有限公司北京市分公司	12
广州市广播电视台	9
深圳广播电影电视集团	8
人民日报社	7
中国国际广播电台	7

三、自主创业情况

2018 年，中国传媒大学共有 28 名毕业生自主创业。按学历层次分布，硕士毕业生 13 人，占 46.43%；本科毕业生 10 人，占 35.71%；高职毕业生 5 人，占 17.86%。

表 20 中国传媒大学 2018 届各学历层次毕业生人数、自主创业人数及比例

	硕士	本科	高职
毕业生人数	1356	1913	187
自主创业人数	13	10	5
比例	0.96%	0.52%	2.67%

按创业类型看，选择实体创业的居多，有 18 人，占 64.29%；工作室创业有 6 人，占 21.43%；网络创业有 4 人，占 14.29%。

表 21 中国传媒大学 2018 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		高职		合计	
	人数	比例	人数	比例	人数	比例	人数	比例
实体创业	4	14.29%	11	39.29%	3	10.71%	18	64.29%
工作室创业	3	10.71%	2	7.14%	1	3.57%	6	21.43%
网络创业	3	10.71%	0	0.00%	1	3.57%	4	14.29%

按时间来看，在 2018 年成立的企业 / 工作室居多，占 39.29%。绝大多数企业或工作室在近年成立。

表 22 中国传媒大学 2018 届毕业生创业企业 / 工作室成立时间分布情况

时间	2018	2017	2016 年（及之前）	未成立
数量	11	7	9	1
比例	39.29%	25.00%	32.14%	3.57%

按创业地域看，20 人在北京创业，占 71.43%，较为集中。其他大部分回生源地创业，少数在其他省份。

表 23 中国传媒大学 2018 届各学历层次毕业生创业地域分布情况

创业地域	本科		硕士		高职		合计	
	人数	比例	人数	比例	人数	比例	人数	比例
北京创业	6	21.43%	12	42.86%	2	7.14%	20	71.43%
生源地创业	3	10.71%	1	3.57%	2	7.14%	6	21.43%
其他地区创业	1	3.57%	0	0.00%	1	3.57%	2	7.14%

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，17 名毕业生为文化、体育和娱乐业（占 60.71%）；3 名毕业生为信息传输、软件和信息技术服务业（占 10.71%）。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 2018 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	17	60.71%
信息传输、软件和信息技术服务业	3	10.71%
教育业	2	7.14%
住宿和餐饮业	2	7.14%
水利、环境和公共设施管理业	1	3.57%
科学研究和技术服务业	1	3.57%
批发和零售业	1	3.57%
居民服务、修理和其他服务业	1	3.57%

从创业企业/工作室的主营业务看，与传媒业相关的企业/工作室有 17 个（占 60.71%），与“互联网 +”相关的企业/工作室有 10 个（占 35.71%）。

大部分创业学生在校期间表现活跃，校内外实践丰富，其中有 3 人参加了 2018 年北京地区高校大学生优秀创业团队的评选，有 3 人在 2017 年“天洋杯”大学生创新创业大赛中获奖。

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 39.29%；高等职业技术学院 5 人，占 17.86%；电视学院 4 人，占 14.29%；信息与通信工程学院、动画与数字艺术学院各 2 人，各占 7.14%；计算机与网络空间安全学院、广告学院、播音主持艺术学院、协同创新中心各 1 人，各占 3.57%。

表 25 中国传媒大学 2018 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	39.29%
高等职业技术学院	5	17.86%
电视学院	4	14.29%
信息与通信工程学院	2	7.14%
动画与数字艺术学院	2	7.14%
计算机与网络空间安全学院	1	3.57%
广告学院	1	3.57%
播音主持艺术学院	1	3.57%
协同创新中心	1	3.57%

四、西部基层就业情况[16]

2018 届签约工作毕业生中，共有 110 人赴西部、基层就业。其中，基层就业 21 人，西部就业 89 人。本科毕业生中，赴西部地区就业 24 人；硕士毕业生中，赴西部地区就业 54 人，基层就业 21 人（其中北京市大学生村官（选调生）7 人，京外选调生 1 人）；博士毕业生中，赴西部地区就业 11 人。签约工作毕业生基层就业情况详见图 15。

16　高职毕业生西部基层就业情况详见《中国传媒大学高等职业技术学院 2018 届毕业生就业质量报告》。

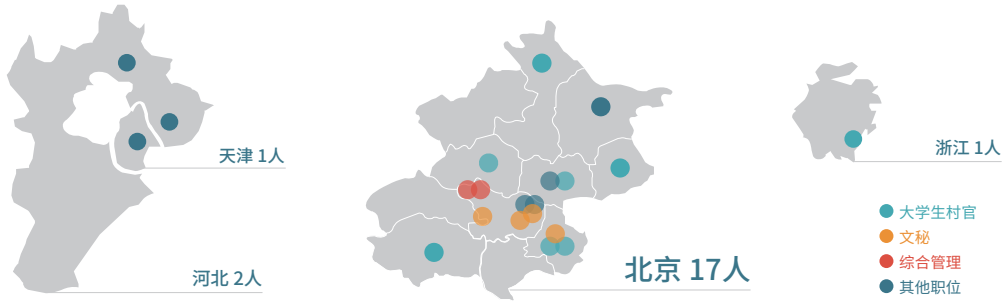


图 15 中国传媒大学 2018 届签约工作毕业生基层就业情况

五、未就业毕业生情况分析

截至 2018 年 10 月 31 日，中国传媒大学 2018 届毕业生中有 70 人尚未就业，占毕业生总数的 1.95%。其中，本科毕业生 38 人，硕士毕业生 25 人，博士毕业生 4 人，高职毕业生 3 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 94.29%。此外，拟继续深造有 4 人。

表 26 中国传媒大学 2018 届毕业生未就业情况

就业形式	本科	硕士	博士	高职
拟继续深造	4	0	0	0
待就业	34	25	4	3
合计人数	**38**	**25**	**4**	**3**

第三部分 改革开放 40 年“就业盘点”

1978 年 12 月，改革开放拉开帷幕，中国传媒大学（原北京广播学院）也迎来了恢复高考后的新时期大学生。从 1979 年的 39 人，发展到 2018 年的 3587 人，40 年间可统计的全日制毕业生总共有 63163 名。沐浴改革开放春风，中国传媒大学不断发展壮大，培养了大批信息传播领域高层次人才，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[17]。

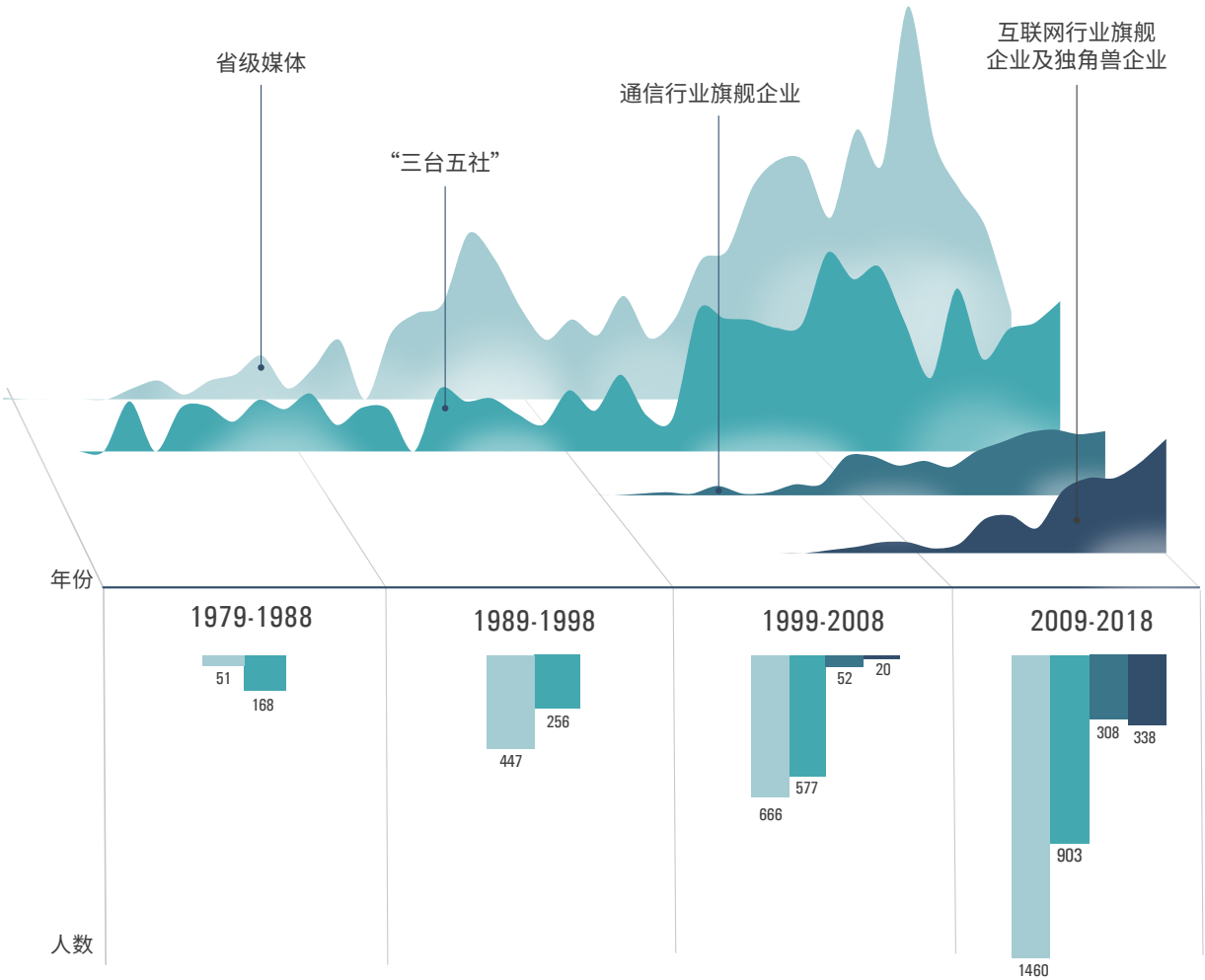


图 16 改革开放 40 年中国传媒大学毕业生重点单位就业情况

17　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。中央级媒体中，我校毕业生去向较为集中的有：中央电视台、中央人民广播电台、中国国际广播电台、新华社、人民日报社、中国日报社、中国新闻社、光明日报社，故本报告“改革开放 40 年‘就业盘点’”部分仅对我校毕业生去往以上 8 家中央级媒体（以下简称“三台五社”）情况进行分析。其中，中央电视台、中央人民广播电台、中国国际广播电台于 2018 年 3 月合并，但接收 2018 届毕业生有关事宜仍分别进行。省级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。互联网行业旗舰企业仅统计百度在线网络技术 (北京) 有限公司（简称百度），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）。独角兽企业依据 CBInsights2018 年全球独角兽企业榜单中国入围企业统计。

表 27 改革开放 40 年中国传媒大学毕业生重点单位就业情况

年份	“三台五社”	省级媒体	通信行业旗舰企业	互联网行业旗舰企业和独角兽企业	合计
1979-1988	168	51	0	0	219
1989-1998	256	447	0	0	703
1999-2008	577	666	52	20	1315
2009-2018	903	1460	308	338	3009
合计	**1904**	**2624**	**360**	**358**	**5246**

传媒单位

改革开放 40 年来，中国传媒大学共向中央及各省级媒体平台输送了 4528 名毕业生，其中前往“三台五社”的有 1904 人，前往各省级媒体的有 2624 人。总体来看，前往中央及各省级媒体工作的毕业生人数近十年较上个十年有明显增加，且近 10 年来的每年人数在 200 人左右。

通信及互联网行业

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，中国传媒大学顺应时代发展趋势，陆续开设了网络工程、信息安全等专业。2005 年，中国传媒大学开始有毕业生进入百度、腾讯、阿里巴巴等互联网旗舰企业工作。

2013 年，习近平总书记提出，实施创新驱动发展战略决定着中华民族前途命运。全党全社会都要充分认识科技创新的巨大作用，敏锐把握世界科技创新发展趋势，紧紧抓住和用好新一轮科技革命和产业变革的机遇，把创新驱动发展作为面向未来的一项重大战略实施好。总书记提出的创新驱动发展战略，掀起了互联网行业的创业热潮，孕育出了一批具有创新能力的独角兽企业，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 718 名毕业生进入通信行业旗舰企业、互联网行业旗舰企业及独角兽企业工作。

一、中央级媒体

改革开放 40 年来，中国传媒大学向“三台五社”输送了 1904 名毕业生，其中中央电视台 525 人，新华社 380 人，中央人民广播电台 368 人，中国国际广播电台 356 人，人民日报社 119 人，中国日报社 87 人，中国新闻社 41 人，光明日报社 28 人。

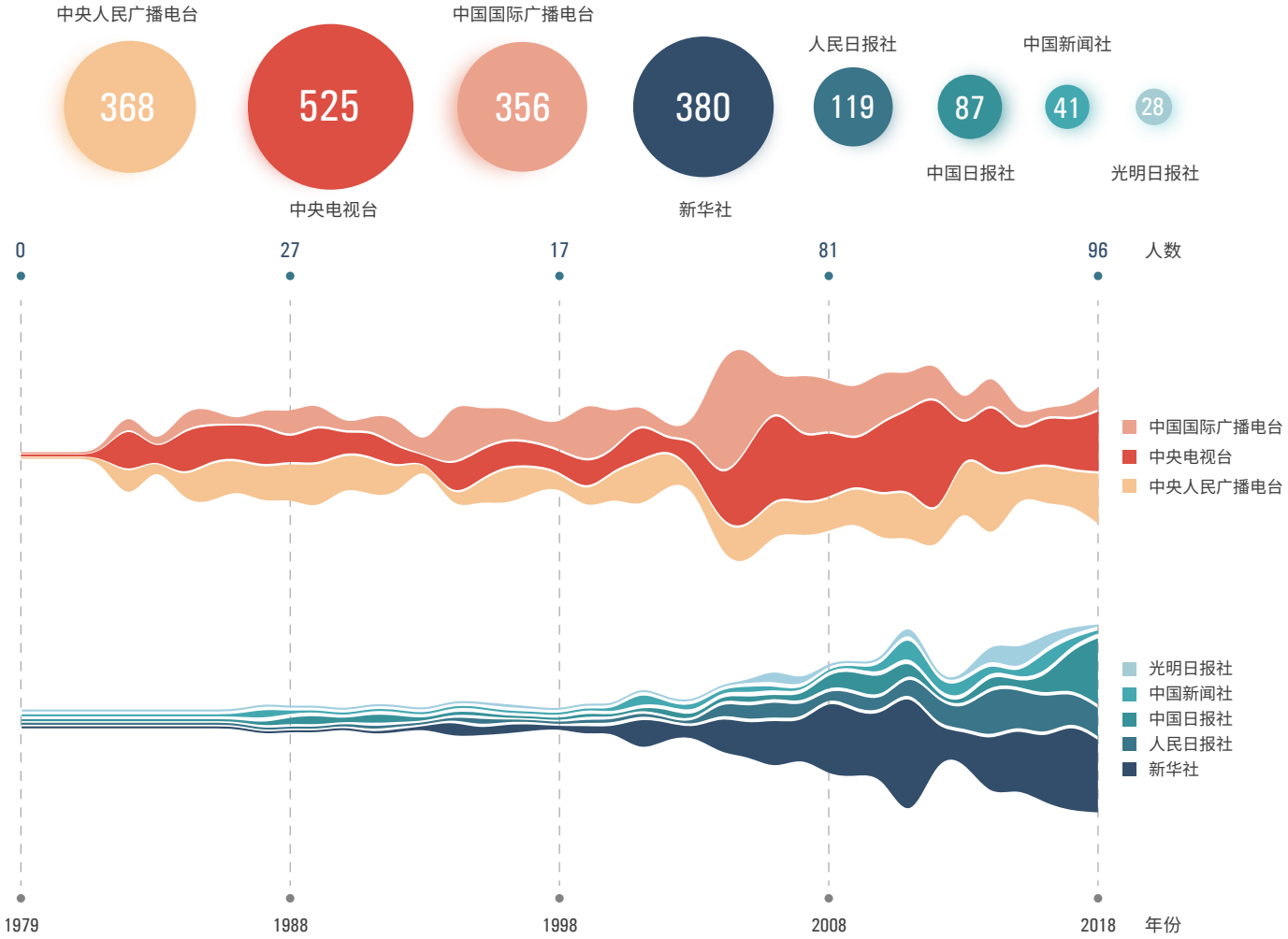


图 17 改革开放 40 年中国传媒大学毕业生到“三台五社”就业情况

近 10 年来，中国传媒大学平均每年向新华社输送 27 人，中央电视台 21 人，中央人民广播电台 14 人，中国国际广播电台 9 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 900 人。2018 年共有 96 名毕业生前往上述单位工作。

二、省级媒体

改革开放 40 年来，中国传媒大学共有 2624 名毕业生进入省级媒体工作。招收中国传媒大学毕业生人数居前五位的分别是北京（539 人）、江苏（345 人）、天津（199 人）、浙江（188 人）、湖南（119 人）省级媒体。2018 年共有 56 名毕业生到省级媒体就业。具体去向情况见图 18、表 28。

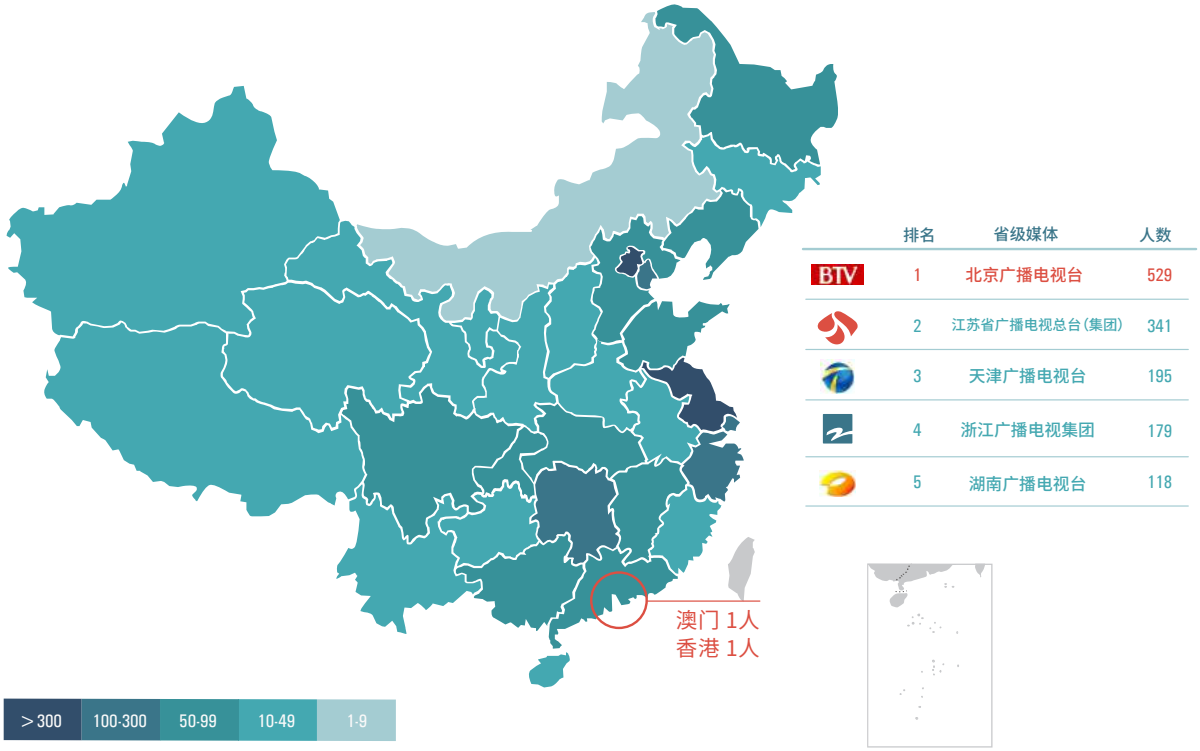


图 18 改革开放 40 年中国传媒大学毕业生省级媒体就业情况

表 28 改革开放 40 年中国传媒大学毕业生省级媒体就业情况

排名	省份（地区）	人数	排名	省份（地区）	人数
1	北京	539	17	海南	46
2	江苏	345	18	云南	44
3	天津	199	19	福建	43
4	浙江	188	19	贵州	43
5	湖南	119	20	河南	36
6	上海	110	21	陕西	27
7	广东	90	22	新疆	19
8	江西	85	23	山西	18
9	湖北	81	24	宁夏	15
10	广西	78	25	甘肃	13

排名	省份（地区）	人数	排名	省份（地区）	人数
11	四川	75	26	青海	11
11	重庆	75	27	吉林	10
12	河北	73	27	西藏	10
13	黑龙江	67	28	内蒙古	9
14	山东	57	29	澳门	1
15	辽宁	50	29	香港	1
16	安徽	47	合计人数		**2624**

三、通信行业旗舰企业

进入 21 世纪以来，中国传媒大学共有 360 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 195 人，中国电信集团有限公司 112 人，中国联合网络通信集团有限公司 53 人。2018 年共有 41 名毕业生进入三家企业工作。

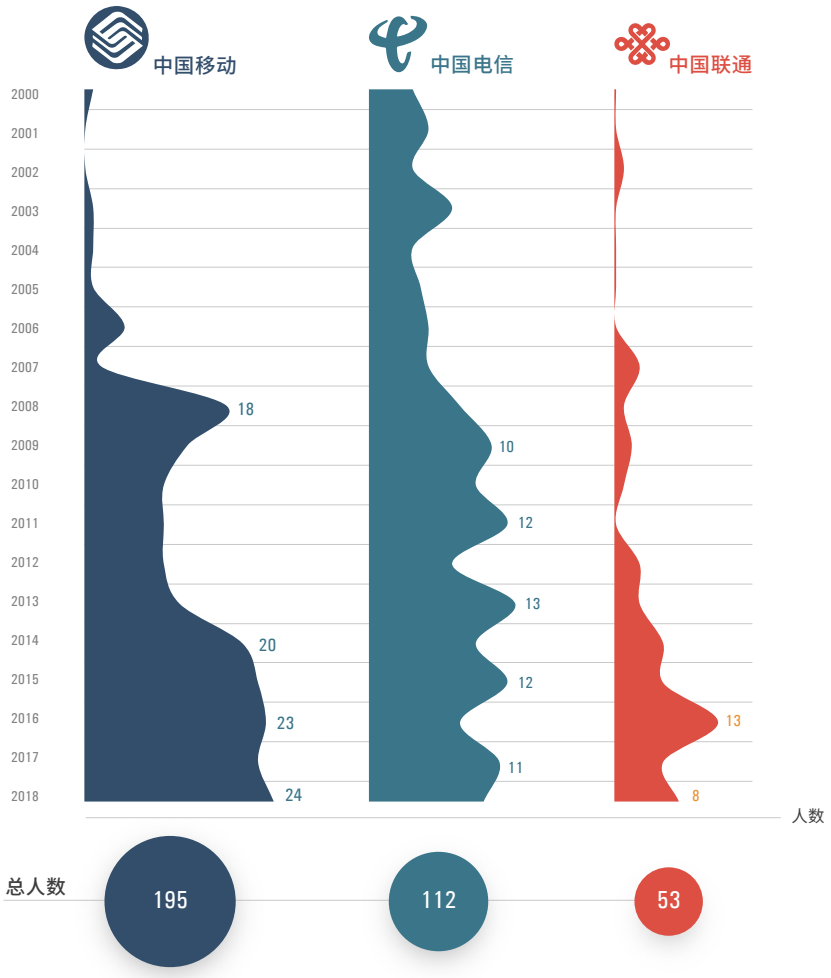


图 19 改革开放 40 年中国传媒大学毕业生通信行业旗舰企业就业情况

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，进入中国联通和中国电信就业的毕业生人数增幅相近。

四、互联网行业旗舰企业和独角兽企业

2005 年至今，中国传媒大学共有 292 名毕业生进入互联网行业旗舰企业工作，其中腾讯 178 人，百度 104 人，阿里巴巴 10 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。其中，到腾讯就业的毕业生人数涨幅最大。2018 年共有 47 名毕业生进入三家企业工作。

2006 年至今，中国传媒大学共有 66 名学子进入独角兽企业工作，其中字节跳动 21 人，罗辑思维 8 人，链家 7 人，美团点评 4 人，大疆创新、凡客诚品各 3 人。2018 年共有 26 名毕业生到独角兽企业工作。

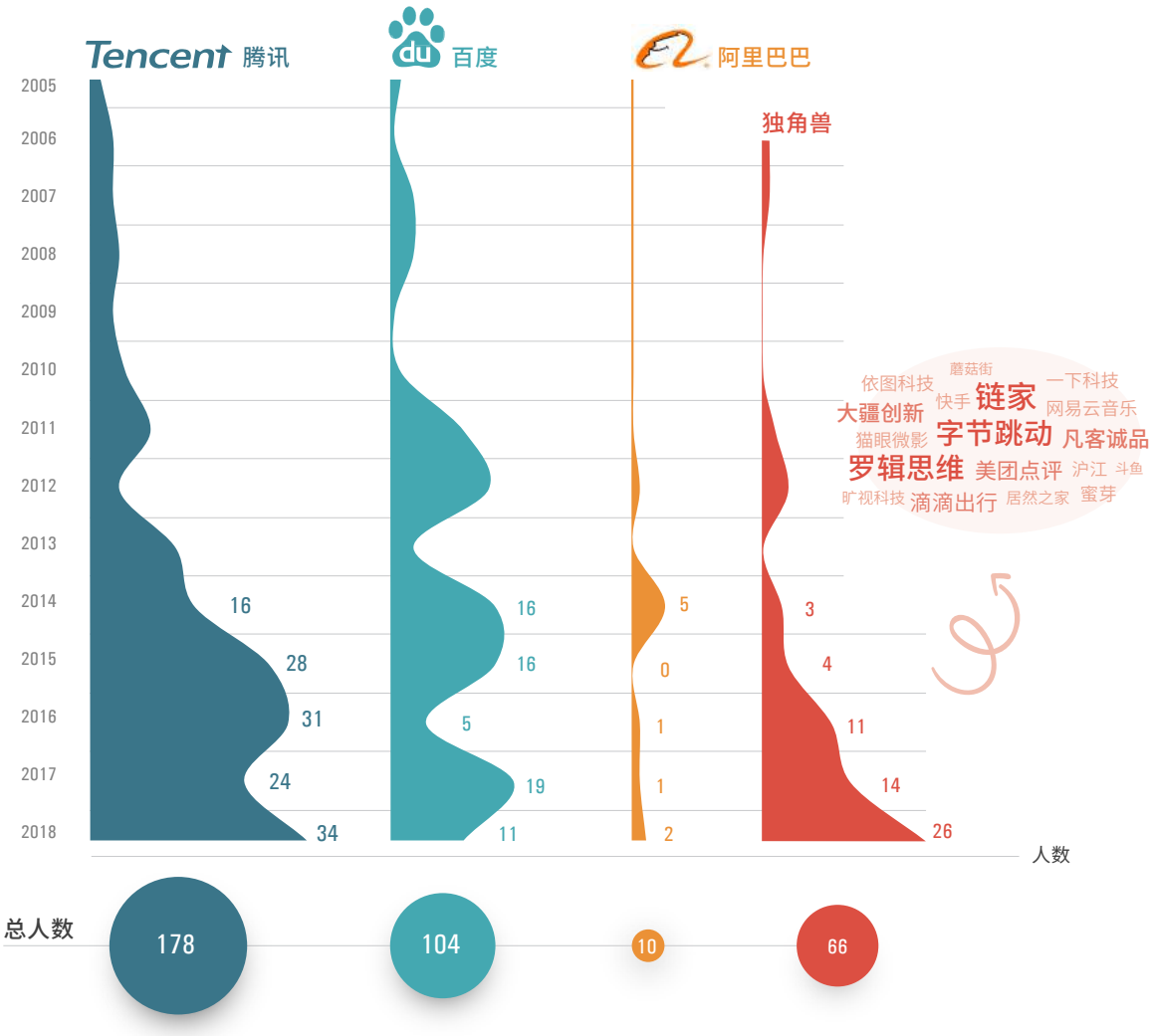


图 20 改革开放 40 年中国传媒大学毕业生互联网行业旗舰企业及独角兽企业就业情况

第四部分 就业质量评价与反馈

一、就业市场分析[18]

1. 总体需求情况

面向 2018 届毕业生，学校就业创业指导中心共收集发布了 1535 家用人单位的招聘信息，提供了 84792 个岗位需求，总体供需比达到 1:23.64。共有 11 家中央级媒体、21 家省级媒体、16 家地市级媒体面向全校范围发布了招聘信息，另有 14 家互联网行业旗舰企业及独角兽企业发布了需求信息。在所有招聘岗位中，管理类、运营类、内容制作类、网络建设类等岗位需求最为旺盛。

2018 年，加强国际组织实习任职信息推送力度，全年共发布国际组织相关信息 281 条。

截至 2018 年 6 月 30 日，学校就业创业指导中心面向 2018 届毕业生共举办专场招聘活动（包括宣讲、面试、笔试等多种形式）150 场、与北京高校毕业生就业指导中心合作举办大型综合类双选会 2 场、与学校社会服务发展办公室合作举办校友企业招聘双选会 1 场、组织学部（院）举办中型双选会共 5 场，各类招聘活动总计提供 12000 余个招聘岗位，较 2017 年有大幅提升。

2. 需求信息行业分布

发布的 1535 条招聘信息中，按行业划分，集中在文化、体育和娱乐业（482 条，占 31.40%），信息传输、软件和信息技术服务业（342 条，占 22.28%），教育业（175 条，占 11.40%），金融业（125 条，占 8.14%），租赁和商务服务业（63 条，占 4.10%）。

18　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/）2017 年 9 月至 2018 年 6 月发布的全部用人单位需求信息。

表 29 中国传媒大学 2018 年用人单位需求信息行业分布情况

行业	数量	比例
文化、体育和娱乐业	482	31.40%
信息传输、软件和信息技术服务业	342	22.28%
教育业	175	11.40%
金融业	125	8.14%
租赁和商务服务业	63	4.10%
公共管理、社会保障和社会组织	60	3.91%
房地产业	57	3.71%
科学研究和技术服务业	54	3.52%
制造业	48	3.13%
批发和零售业	40	2.61%
电力、热力、燃气及水生产和供应业	17	1.11%
交通运输、仓储和邮政业	15	0.98%
居民服务、修理和其他服务业	13	0.85%
建筑业	12	0.78%
住宿和餐饮业	10	0.65%
卫生和社会工作	7	0.46%
水利、环境和公共设施管理业	6	0.39%
农、林、牧、渔业	6	0.39%
采矿业	2	0.13%
军队	1	0.07%
合计	**1535**	**100.00%**

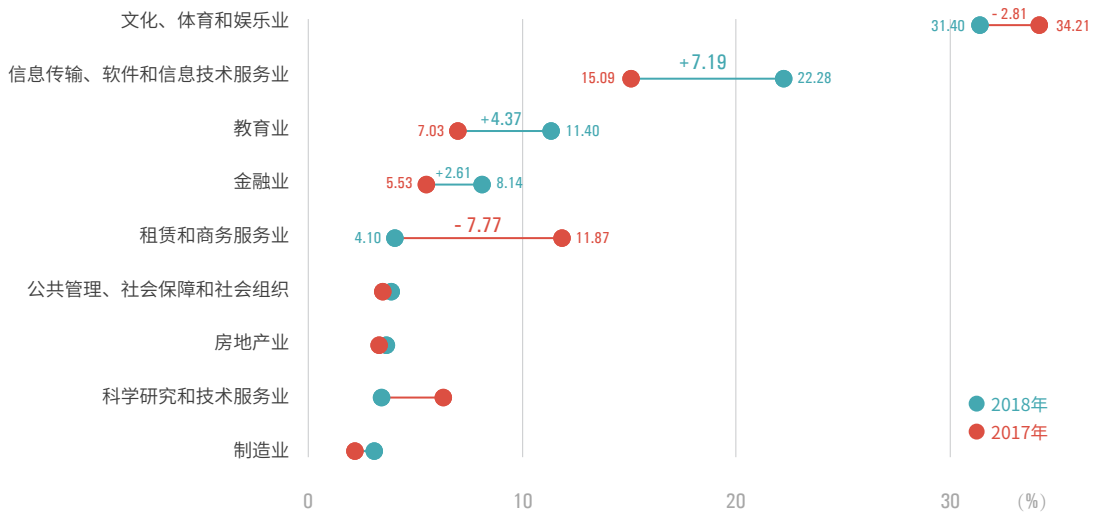


图 21 中国传媒大学 2017-2018 年用人单位需求信息行业分布情况

3. 用人单位地区分布

对上述 1535 家用人单位按所属行政区划进行统计，北京单位占 74.46%（1143 家），广东单位占 5.28%（81 家），上海单位占 3.26%（50 家），其他省份的单位占 17.00%（261 家）。用人单位地区分布（排名前十）情况如下：

表 30 中国传媒大学 2018 届毕业生需求单位数量最多的前 10 名地区

排名	省份	数量	比例	排名	省份	数量	比例
1	北京	1143	74.46%	7	四川	19	1.24%
2	广东	81	5.28%	8	福建	17	1.11%
3	上海	50	3.26%	8	河北	17	1.11%
4	浙江	45	2.93%	9	湖南	9	0.59%
5	江苏	34	2.21%	10	河南	8	0.52%
6	山东	21	1.37%	10	天津	8	0.52%

按用人单位所属地理区域进行统计，北京地区的单位占 74.46%（1143 家），东部沿海地区（辽宁、天津、山东、江苏、浙江、上海、福建、广东）的单位占 17.26%（265 家），其他地区的单位占 8.27%（127 家）。

4. 国际组织实习就业信息需求

发布的 281 条国际组织就业 / 实习信息中，提供 449 个岗位需求，按照岗位所在地区域划分，分布在亚洲和欧洲的岗位最多，各占 34.52%。

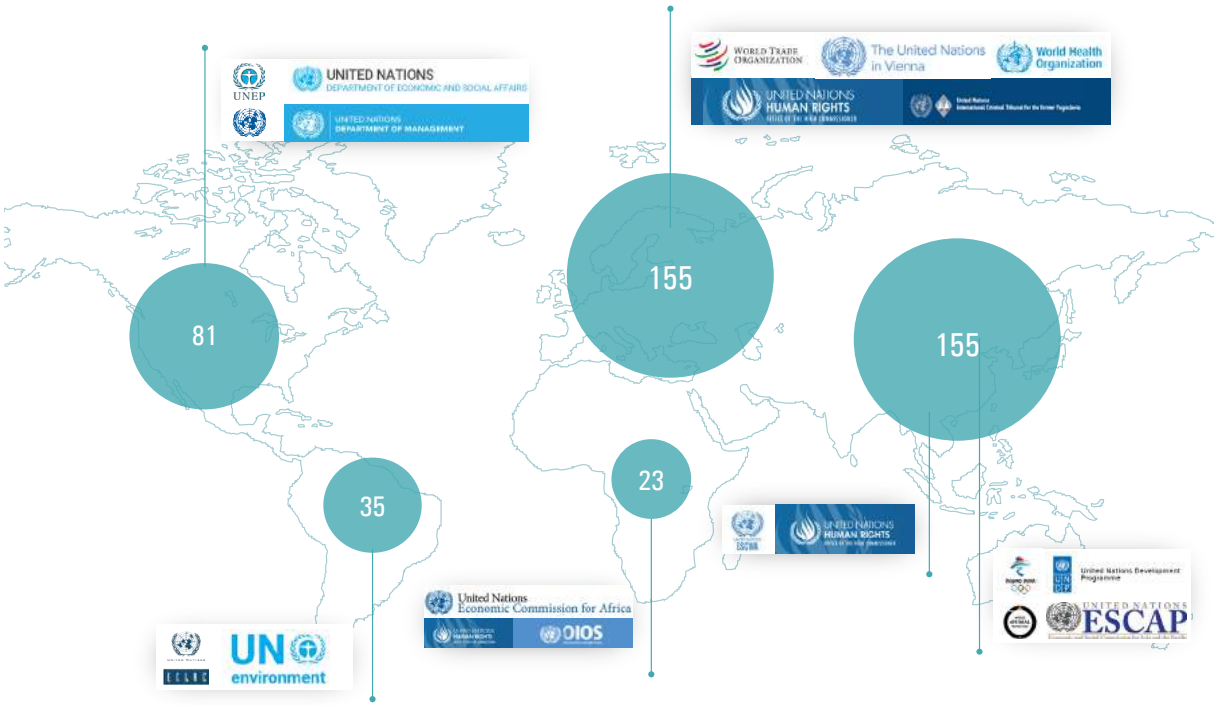


图 22 中国传媒大学 2018 年国际组织就业需求信息区域分布情况

表 31 中国传媒大学 2018 年国际组织就业需求信息区域分布情况

区域	岗位数	比例	区域	岗位数	比例
亚洲	155	34.52%	南美洲	35	7.80%
欧洲	155	34.52%	非洲	23	5.12%
北美洲	81	18.04%	**合计**	**449**	**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 2018 届毕业生中“已就业”（签就业协议、签劳动合同和灵活就业）的学生群体进行了求职情况问卷调查，共收回 1668 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 12 天；平均每人投递过 13 份求职简历（含网投）；平均每人接到过 9 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 3 个单位的录用通知。

在整个求职过程中，2018 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 2556.83 元，较 2017 届提高 148.75 元。

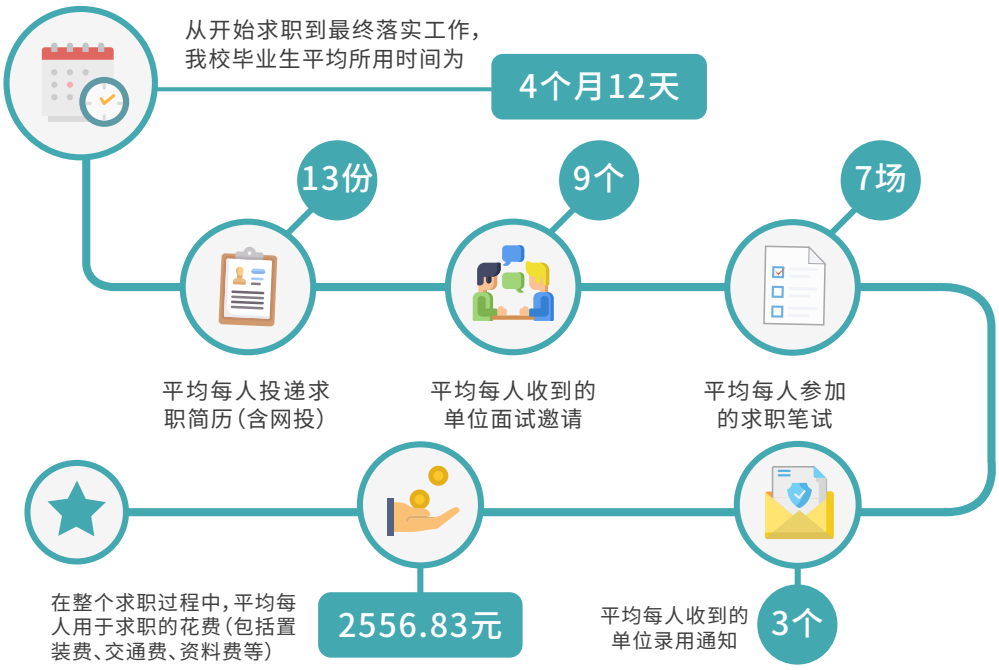


图 23 中国传媒大学 2018 届毕业生求职过程基本情况

2. 求职渠道

调查结果显示，2018 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线上信息服务（信息网、微信公众号等）（78.66%）、校园招聘会 / 宣讲会（75.12%）、就业实习 / 实践（73.56%）。毕业生参与的主要求职渠道及满意度见图 23。

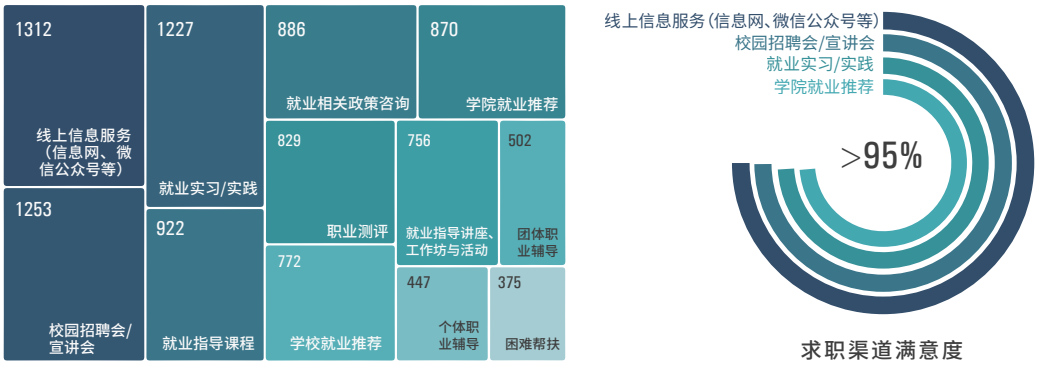
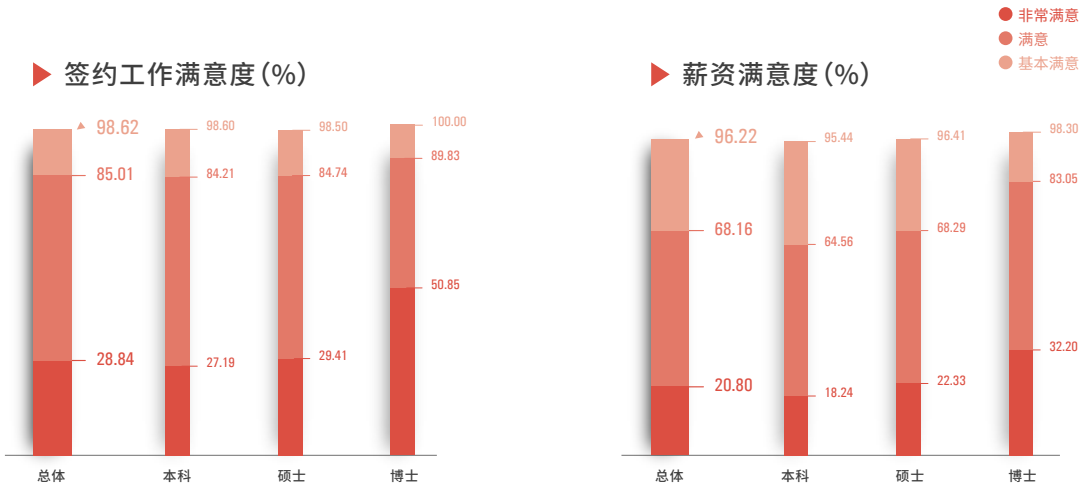


图 24 中国传媒大学 2018 届毕业生主要求职渠道及满意度情况

3. 就业满意度

从签约工作、薪资、地域、行业四个维度对毕业生就业满意度[19]进行考量，发现地域满意度最高（98.80%），其次为签约工作满意度（98.62%）及行业满意度（98.62%），薪资满意度最低（96.22%）。各学历层次毕业生[20]就业满意度情况见图 26。



19　满意度指求职毕业生对签约工作、薪资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。

20　本调查涉及本科毕业生 570 人，硕士毕业生 1003 人，博士毕业生 59 人。

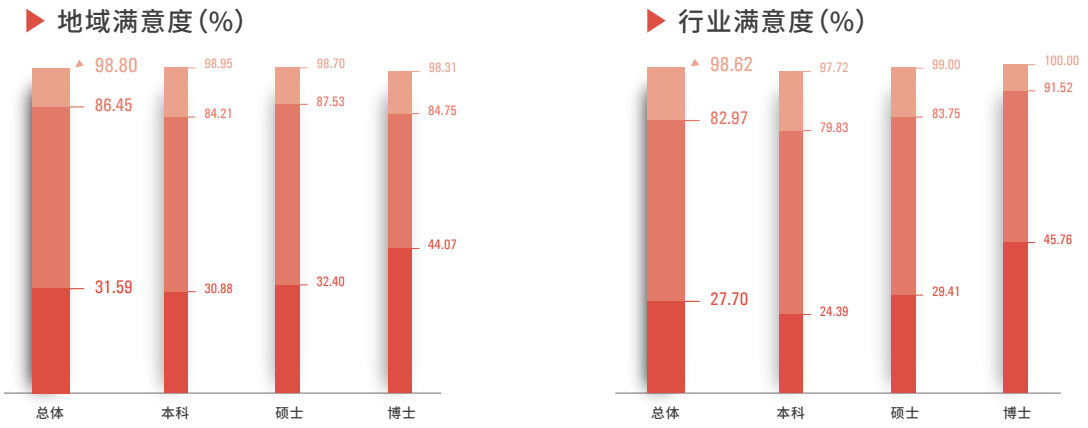


图 25 中国传媒大学 2018 届各学历层次毕业生就业满意度情况

本科毕业生中，地域满意度最高（98.95%），其次为签约工作满意度（98.60%）及行业满意度（97.72%），薪资满意度最低（95.44%）。从薪资数额（包括各类奖金与现金奖励）来看，本科毕业生中占比最高的薪资范围在 5 万至 10 万（含 5 万），占 45.73%。

硕士毕业生中，行业满意度最高（99.00%），其次为地域满意度（98.70%）、签约工作满意度（98.50%）、薪资满意度（96.41%）。硕士毕业生薪资占比最高的范围在 10 万至 15 万（含 10 万），占 36.39%。

博士毕业生中，行业满意度和签约工作满意度最高，均为 100.00%，其次为地域满意度（98.31%），薪资满意度最低（98.30%）。博士毕业生薪资占比最高的范围在 10 万至 15 万（含 10 万），占 45.76%。

4. 就业岗位与学历层次、专业匹配程度

调查结果显示，96.40% 的毕业生学历满足就业岗位要求，其中 72.66% 的毕业生认为目前的学历层次恰好满足就业岗位要求；23.74% 的毕业生认为学历层次高于目前就业岗位要求；3.60% 的毕业生认为其学历层次不足以满足目前就业岗位要求。分学历层次来看，分别有 94.39%、97.71% 和 94.91% 的本科、硕士和博士毕业生认为其学历层次满足岗位要求。

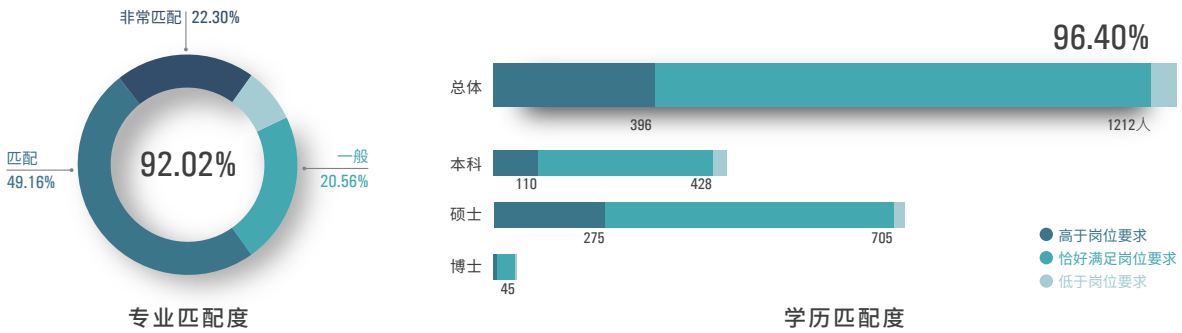


图 26 中国传媒大学 2018 届毕业生就业岗位与学历层次及专业匹配情况

对于就业岗位与专业的匹配程度，有 71.46% 的毕业生认为目前的就业岗位与所学专业匹配，20.56% 的毕业生认为目前就业岗位与所学专业匹配度一般，7.98% 的毕业生认为就业岗位与专业不匹配。

5. 求职期望与现状的对比

根据 2017 年 9 月面向 2018 届毕业生的择业意向问卷调查数据，毕业生择业意向单位类型集中在：国家机关（占 19.54%）、国有企业（占 18.35%）、高等教育单位（占 16.17%）；从实际签约单位来看，毕业生签约工作人数最多的工作单位依次为：国有企业（占 24.90%）、其他事业单位（占 19.74%）、其他企业（占 15.97%）。

表 32 中国传媒大学 2018 届毕业生求职单位性质实际与预期吻合度

工作单位性质		预期就业单位性质	实际签约单位性质	实际与预期对比
国家机关		19.54%	11.11%	−8.43%
事业单位	科研设计单位	2.98%	0.99%	−1.98%
	高等教育单位	16.17%	10.42%	−5.75%
	中初教育单位	0.50%	1.39%	+0.89%
	医疗卫生单位	0.30%	0.20%	−0.10%
	其他事业单位	6.25%	19.74%	+13.49%
企业	国有企业	18.35%	24.90%	+6.55%
	三资企业	10.12%	4.17%	−5.95%
	其他企业	11.01%	15.97%	+4.96%
其他		2.48%	11.11%	+8.63%
部队		0.60%	0.00%	−0.60%
无所谓		11.71%	–	–

毕业生实际到其他事业单位就业的比例明显高于预期[21]，实际到国家机关、三资企业、高等教育单位就业的比例低于预期。

在就业行业方面，毕业生预期与实际签约工作都主要集中在“文化、体育和娱乐业”、“信息传输、软件和信息技术服务业”和“教育业”。毕业生实际到“信息传输、软件和信息技术服务业”、“公共管理、社会保障和社会组织”就业的比例高于预期，实际到“文化、体育和娱乐业”就业的比例低于预期。

表 33 中国传媒大学 2018 届毕业生求职单位行业实际与预期吻合度

就业行业	预期就业行业	实际就业行业	实际与预期对比
文化、体育和娱乐业	53.67%	34.62%	−19.05%
信息传输、软件和信息技术服务业	12.30%	19.54%	+7.24%
教育业	13.69%	17.46%	+3.77%
公共管理、社会保障和社会组织	3.67%	9.33%	+5.65%
金融业	4.07%	5.26%	+1.19%
科学研究和技术服务业	3.87%	2.28%	−1.59%
房地产业	0.30%	2.08%	+1.79%
批发和零售业	0.10%	1.49%	+1.39%
交通运输、仓储和邮政业	0.10%	1.29%	+1.19%
制造业	0.20%	1.29%	+1.09%
卫生和社会工作	0.20%	1.19%	+0.99%
建筑业	0.20%	0.99%	+0.79%
租赁和商务服务业	0.20%	0.89%	+0.69%
电力、热力、燃气及水生产和供应业	0.40%	0.69%	+0.30%
农、林、牧、渔业	0.00%	0.60%	+0.60%
水利、环境和公共设施管理业	0.10%	0.30%	+0.20%
采矿业	0.00%	0.20%	+0.20%
国际组织	0.00%	0.20%	+0.20%
住宿和餐饮业	0.20%	0.20%	+0.00%
居民服务、修理和其他服务业	0.00%	0.10%	+0.10%
军队	0.69%	0.00%	−0.69%
其他	2.18%	–	–
无所谓	3.87%	–	–

21　实际与预期对比比例 = 实际就业单位性质比例 - 预期就业单位性质比例（下同）。表中“-”表示问卷无此项（下同）。

在工作薪资方面，预期薪资和实际薪资集中在5万-10万（含5万）和10万-15万（含10万）两个区间。

表 34 中国传媒大学 2018 届毕业生求职单位薪资实际与预期吻合度

薪资	预期薪资	实际薪资	实际与预期对比
5 万以下	1.68%	6.67%	+4.98%
5 万 -10 万（含 5 万）	34.17%	36.88%	+2.70%
10 万 -15 万（含 10 万）	41.50%	34.41%	−7.09%
15 万 -20 万（含 15 万）	12.79%	11.17%	−1.62%
20 万以上（含 20 万）	9.85%	10.87%	+1.02%

6. 就业发展展望

调查结果显示，97.00% 的毕业生认为目前已落实的工作是有发展空间的，但其中有 21.83% 的毕业生认为工作发展路径不清晰；另有 3.00% 的毕业生认为目前已落实的工作“短期内看不到发展空间”。分学历层次来看，本科和硕士毕业生选择目前就业岗位“有发展空间，发展路径比较清晰”的人数最多，分别占 37.55% 和 44.57%；而博士毕业生更多认为目前就业岗位“有发展空间，发展路径清晰”。

表 35 中国传媒大学 2018 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	30.70%	32.70%	52.54%	32.07%
有发展空间，发展路径比较清晰	37.55%	44.57%	40.68%	43.10%
有发展空间，但发展路径不太清晰	22.28%	16.65%	3.39%	17.75%
有发展空间，但无明确的发展路径	4.91%	3.79%	1.70%	4.08%
短期内看不到发展空间	4.56%	2.29%	1.70%	3.00%

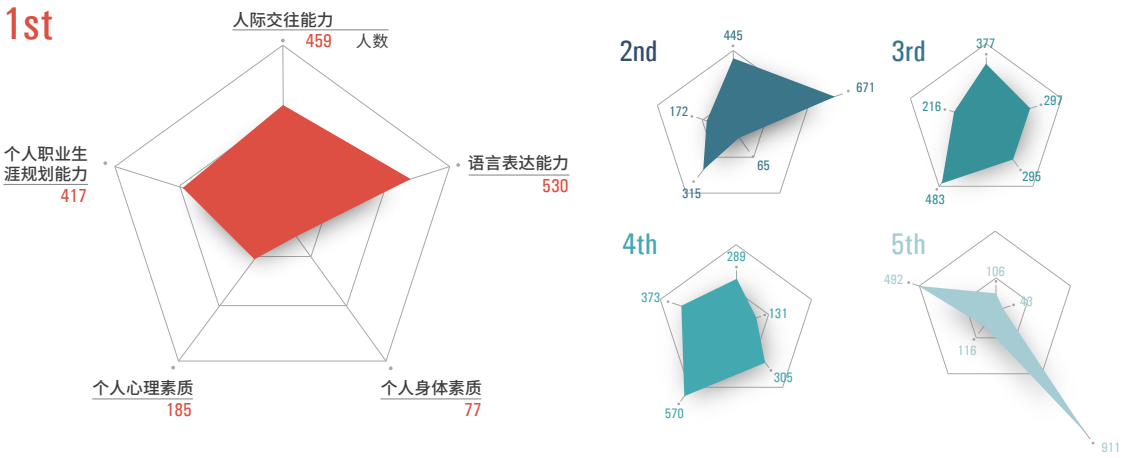
对于预计工作时间，46.70% 的毕业生预计在现就业单位工作 1-3 年（含 1 年）；13.91% 的毕业生预计在现就业单位工作 5 年及以上（含 5 年）。分学历层次来看，本科和硕士毕业生选择在现就业单位工作 1-3 年（含 1 年）的人数最多，分别占 53.33% 和 43.47%；而博士毕业生更多预期在现就业单位工作 5 年及以上（含 5 年），占 37.29%。

表 36 中国传媒大学 2018 届各学历层次毕业生在初次就业单位稳定度情况

预期工作时间	本科	硕士	博士	总体
1 年以内	24.39%	18.55%	33.90%	20.74%
1-3 年（含 1 年）	53.33%	43.47%	6.78%	46.70%
3-5 年（含 3 年）	12.98%	22.33%	22.03%	18.65%
5 年及以上（含 5 年）	9.30%	15.65%	37.29%	13.91%

7. 个人能力对求职成功的重要程度

调查结果显示，在对“求职成功最重要的个人能力”中，毕业生的看法相对分散，认为对求职成功最重要的个人能力是“语言表达能力”，其次是“人际交往能力”。毕业生普遍认为“个人身体素质”是最不重要的能力。



注：“个人能力对求职成功的重要程度”结论是通过毕业生对“人际交往能力”、“语言表达能力”、“个人身体素质”、“个人心理素质”、“个人职业生涯规划能力”五项能力的重要程度进行排序得到的。

图 27 中国传媒大学 2018 届毕业生对影响求职的个人因素重要程度排序情况

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 2018 届毕业生的用人单位中抽取了 112 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 104 份。通过对用人单位调查问卷的分析，目前对毕业生需求旺盛的专业排在前三位的是新闻传播类、动画及数字媒体类以及广告类。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，96.43% 的用人单位表示对已招录或来参加面试笔试的毕业生持“非

常满意”或“满意”的评价；对毕业生的求职态度，73.21% 的用人单位表示认可，觉得“很积极”或“积极”。

1. 用人单位对毕业生专业能力的评价

受访用人单位对中国传媒大学 2018 届毕业生在专业能力各方面的表现持积极评价，对 2018 届毕业研究生的专业能力评价高于本科毕业生。

表 37 用人单位对中国传媒大学 2018 届毕业生专业能力的评价

	很好		较好		一般		不太好	
	本科生	研究生	本科生	研究生	本科生	研究生	本科生	研究生
专业基础知识	43.27%	55.77%	46.15%	34.62%	10.58%	9.61%	0.00%	0.00%
专业实践能力	44.23%	52.88%	42.31%	34.62%	12.50%	12.50%	0.96%	0.00%
综合知识水平	47.12%	52.88%	40.38%	36.54%	12.50%	10.58%	0.00%	0.00%
外语水平	43.27%	45.19%	44.23%	45.19%	12.50%	9.61%	0.00%	0.00%
计算机操作水平	42.31%	43.27%	43.27%	49.04%	14.42%	7.69%	0.00%	0.00%

对于 2018 届本科毕业生，89.42% 的受访用人单位对“专业基础知识”评价“很好”或“较好”；86.54% 的受访用人单位对“专业实践能力”评价“很好”或“较好”；87.50% 的受访用人单位对“综合知识水平”和“外语水平”评价“很好”或“较好”；85.58% 的受访用人单位对“计算机操作水平”评价“很好”或“较好”。

对于 2018 届毕业研究生，90.39% 的受访用人单位对“专业基础知识”评价“很好”或“较好”，87.50% 的受访用人单位对“专业实践能力”评价“很好”或“较好”；89.42% 的受访用人单位对“综合知识水平”评价“很好”或“较好”；90.38% 的受访用人单位对“外语水平”评价“很好”或“较好”；92.31% 的受访用人单位对“计算机操作水平”评价“很好”或“较好”。

2. 用人单位对职业能力的评价

受访用人单位对中国传媒大学 2018 届毕业生在职业能力各方面的表现持积极评价，对 2018 届毕业生研究生大部分职业能力评价高于本科生。

表 38 用人单位对中国传媒大学 2018 届毕业生职业能力的评价

	很好		较好		一般		不太好	
	本科生	研究生	本科生	研究生	本科生	研究生	本科生	研究生
通识知识与技能	49.04%	54.81%	44.23%	39.42%	6.73%	5.77%	0.00%	0.00%
专业知识与技能	53.85%	55.77%	36.54%	39.42%	9.61%	4.81%	0.00%	0.00%
学习能力	51.92%	54.81%	39.42%	40.38%	8.65%	4.81%	0.00%	0.00%
创新能力	52.88%	50.96%	40.38%	41.35%	6.73%	7.69%	0.00%	0.00%
沟通与表达能力	50.96%	49.04%	45.19%	44.23%	3.85%	6.73%	0.00%	0.00%
组织与管理能力	50.00%	51.92%	40.38%	41.35%	9.61%	6.73%	0.00%	0.00%
执行能力	45.19%	49.04%	43.27%	46.15%	11.54%	4.81%	0.00%	0.00%
职业适应能力	42.31%	52.88%	46.15%	40.38%	10.58%	6.73%	0.96%	0.00%

对于 2018 届本科毕业生，93.27% 的受访用人单位对“通识知识与技能”评价“很好”或“较好”；90.39% 的受访用人单位对“专业知识与技能”评价“很好”或“较好”；91.34% 的受访用人单位对“学习能力”评价“很好”或“较好”；93.26% 的受访用人单位对“创新能力”评价“很好”或“较好”；96.15% 的受访用人单位对“沟通与表达能力”评价“很好”或“较好”；90.38% 的受访用人单位对“组织与管理能力”评价“很好”或“较好”；88.46% 的受访用人单位对“执行能力”与“职业适应能力”评价“很好”或“较好”。

对于 2018 届毕业研究生，94.23% 的受访用人单位对“通识知识与技能”评价“很好”或“较好”；95.19% 的受访用人单位对“专业知识与技能”、“学习能力”、“执行能力”评价“很好”或“较好”；92.31% 的受访用人单位对“创新能力”评价“很好”或“较好”；93.27% 的受访用人单位对“沟通与表达能力”和“组织与管理能力”评价“很好”或“较好”；93.26% 的受访用人单位对“职业适应能力”评价“很好”或“较好”。

3. 用人单位对专业设置的评价

调查问卷结果显示，57.69% 的用人单位表示岗位需求与中国传媒大学专业设置“很匹配”，32.69% 的用人单位表示“较匹配”，9.62% 的用人单位表示“一般”。

第五部分 就业创业特色工作

一、立足长远，鼓励和引导毕业生到重点领域就业

学校紧密结合时代特色，服务国家经济社会需求，积极引导和鼓励毕业生结合自身成长、着眼国家社会发展需要，投身西部基层和国家重点领域建设。2018 年，我校毕业生到基层发展、参军入伍、选择村官和地方选调生等的就业意愿进一步提升。同时，我校努力做好毕业生服务基层和国家发展战略的政策保障和服务支持，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》，并主动对接国家发展战略需求，紧密结合“一带一路”、“京津冀经济圈”、“长江经济带”、雄安新区、粤港澳大湾区建设等重大战略，大力开拓就业岗位，推进与重点单位的深度合作；稳步发展传媒行业就业市场，深入挖掘新媒体、新技术、新产业、新业态创造的就业机会。

我校积极拓宽视野，重点开展推送学生到国际组织实习任职工作。一是加强组织领导，修订《中国传媒大学关于做好推送学生到国际组织实习任职工作的实施方案》，充分挖掘学校现有学科和专业的培养特色，进一步理顺学校国际人才培养机制。二是加强信息宣传，在就业信息网和微信公众号专门设置国际组织实习就业版块，累计发布国际组织实习任职信息 281 条，提供 449 个岗位需求。三是加强指导引领，组织开展国际组织“博观”系列讲座，邀请在国际组织任职工作人员到校做主题分享。

此外，学校积极为毕业生扩宽重点领域就业渠道，完善信息服务，举办专场招聘会、校友企业双选会、综合双选会、特色专业招聘会等多种招聘会。面向 2018 届毕业生，学校就业创业指导中心共收集发布了 1535 家用人单位的需求信息，提供了 84792 个岗位需求，总体供需比达到 1:23.64，较 2017 年有所提升；举办专场招聘活动 150 场、大型综合类双选会 2 场、校友企业招聘双选会 1 场、特色专业中型双选会 5 场，各类招聘活动总计提供 12000 余个岗位。

二、协同一体，扎实推进学生创业指导服务工作

学校结合学生在创业不同阶段面临的不同问题，不断完善“创新创业教育 + 创业服务 + 创业孵化”的“三位一体”工作体系。始终坚持通过创新创业教育，

帮助学生积累创业所需的相关知识，提高学生创业基本素质；加强创业服务，解决学生在创业过程中面临的诸多困惑；通过创业孵化，从资金、场地、政策等方面扶持优秀团队，提高企业成活率。

学校逐步建立并完善了创新创业综合服务平台，实现线上宣传与线下服务的融合互补，为学生提供全程指导。2018 年，中国传媒大学打造中传·经纬大学生创新创业中心，融政策宣传、知识普及、成果展示、咨询服务于一体，对学校学生的创新创业优秀团队及成果进行实物展示，打造线下服务平台。

此外，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”，形成工作联动、构成帮扶层级，实现良性循环。完善学生创业激励机制，对“北京地区高校大学生优秀创业团队”、“中国传媒大学学生创新创意创业实践支持项目”，按一、二、三等奖分别给予 20 万元、5 万元、2 万元经费支持。2018 年，我校教育基金会“创新创业专项基金”列支 137 万元支持优秀学生创新创业项目。

通过全面细致的创新创业工作，学校创业项目质量不断提升。在第四届中国“互联网 +”大学生创新创业大赛北京赛区决赛中，经济与管理学院的梦天璃——永不过气的私人偶像助理（北京触梦文化科技有限公司）获初创组别三等奖。在 2018 年“创青春”首都大学生创业大赛中，我校 6 个团队项目获奖：“有话·快说”短视频 APP 开发项目、“水滴新闻 DEWS”数据新闻网站平台喜获银奖，“有家厨房”：DIY 的社交聚会新体验、儿童益智教育数字玩具——魔法积木、知行公益——以互联网众包服务平台为产品基础的智慧公益整体解决方案供应商、“可问”大学生信息交换 APP 这四个项目获得铜奖。在北京市教育委员会组织的“2018 年北京地区高校大学生优秀创业团队”评选中，我校动画与数字艺术学院的烨立互动（北京）文化科技有限公司获评三等奖。

三、创新手段，推动就业指导服务体系精准发展

学校重视对毕业生就业工作队伍的指导和培训。2018 年先后派出 23 人次参加相关工作培训。在开设学生生涯规划与就业指导必修课的基础上，加强个性化指导与服务，针对学生具体情况强化分类帮扶，准确掌握建档立卡贫困家庭、少数民族等毕业生、毕业生就业困难群体、港澳台毕业生的情况，建立信息台账，

动态掌握毕业生求职意愿，开展精确化就业创业指导。

学校紧跟新媒体发展趋势，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，重点加强微信平台的使用，提高推送频次和质量，增强互动性、实用性、趣味性。2018 年，就业创业指导中心微信公众号面向毕业生发送了 300 余条信息推送，公号粉丝已超过 18000 人，重点推荐内容平均阅读量均在千次以上。此外，“中传就业”APP 也于 2018 年上线，集成就业创业全信息，并作为微博、微信、网站、短信平台的移动客户端总入口在校内推广，目前 IOS 和安卓平台总下载量已超过 1000 次。

四、聚力联动，健全毕业生就业创业状况反馈机制

加强市场调研和科学预测，健全就业创业反馈机制，进一步提高人才培养质量。学校通过《中国传媒大学毕业生就业意向调查问卷》、《中国传媒大学毕业生求职情况调查问卷》、《中国传媒大学毕业生培养质量、就业服务及社会需求调查问卷》，分时段、分层次、分类别对毕业生及用人单位进行了调研。

2018 年，学校进一步落实高校毕业生就业质量年度报告编制发布制度，着力完善统计指标和内容，在往年的工作基础上，特别增加了“改革开放 40 年‘就业盘点’”，回顾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。

一年来，学校通过开展一系列调研追踪工作，不断优化就业信息反馈机制，及时反馈至学校招生、培养部门，为专业设置及调整、制定人才培养方案提供重要依据，深化人才培养内涵建设，进一步提高了我校人才培养质量与科学化管理水平。

本报告版权归中国传媒大学所有，未经许可请勿转载

中国传媒大学学生工作部（处）
编制

MAIL

bys@cuc.edu.cn

LANDLINE

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