

中央美术学院
Central Academy of Fine Arts

C A F A



2022 毕业生就业质量报告

2022年12月

目 录

前 言	1
报告概况	2
第一部分 毕业生就业基本情况	4
一、毕业生规模与结构	4
二、毕业去向落实率	4
三、升学情况	7
四、就业流向情况	7
五、自主创业情况	9
第二部分 毕业生就业状况分析	10
一、求职过程	10
二、就业质量	14
第三部分 用人单位需求及评价	18
一、招聘需求情况	18
二、用人单位对毕业生的评价	19
第四部分 就业发展趋势分析	22
一、毕业生就业情况总体平稳	22
二、毕业生就业流向与学校办学定位相符	23
三、毕业生就业质量稳步提升	25
第五部分 对教育教学的反馈	26
一、毕业生对教育教学的反馈	26
二、用人单位对教育教学的反馈	32
第六部分 学校就业创业工作	36
附表	42

前 言

中央美术学院是中华人民共和国教育部直属的唯一一所高等美术学校。学校致力于建设造型、设计、建筑、人文等学科群相互支撑、相互影响的现代形态美术教育学科结构，在构建新世纪中国特色的美术教育体系中发挥引领作用，以鲜明的中国特色、高水平的教学质量和研究成果，赢得国际美术教育界的高度赞誉，成为中国高等美术教育领域具有代表性、引领性和示范性的美术院校，并在国际一流的美术院校中享有重要地位。

2022 年，全国普通高校毕业生规模达到 1076 万人，同比增加 167 万人，规模和增量均创历史新高。当前部分行业和企业生产经营还未恢复到疫情前水平，就业市场用人需求还存在不确定性，存在“就业难”与“招人难”并存的现象，就业形势复杂严峻。面对新形势、新挑战，为贯彻落实党中央、国务院“稳就业”“保就业”决策部署，促进高校毕业生更加充分更高质量就业，我校严格落实就业“一把手”工程，加强校园招聘市场建设，千方百计拓展岗位信息，强化就业服务与指导，全力确保我校 2022 届毕业生就业局势总体稳定。根据教育部《关于做好 2022 届全国普通高校毕业生就业创业工作的通知》（教学〔2021〕5 号）和北京市教委相关要求，我校委托北京高校大学生就业创业指导中心组织开展了 2022 届毕业生就业创业状况调查和用人单位需求调查。根据调查结果，我校编制了《中央美术学院 2022 届毕业生就业质量报告》。

报告概况

一、数据来源

本报告主要包括毕业生就业基本情况、毕业生就业状况相关分析、用人单位需求及评价、对教育教学的反馈等内容，数据来源于：

1.中央美术学院 2022 届毕业生就业信息库。

数据统计截止时间为 2022 年 10 月 31 日，使用数据主要涉及毕业生的规模与结构、毕业去向落实情况及就业流向等。

2.第三方机构（北京高校大学生就业创业指导中心）调查数据。

（1）毕业生调查数据：调查面向我校 2022 届毕业生，调查时间为 2022 年 4 月 12 日至 7 月 15 日，回收有效问卷 717 份，占 2022 届毕业生人数的 55.97%，使用数据主要涉及毕业生求职过程、就业质量及对教育教学的反馈等。

二、统计说明

1.就业统计指标：根据教育部毕业去向统计分类，就业包括：签就业协议形式就业、签劳动合同形式就业、应聘为科研助理/管理助理、应征义务兵、参加国家基层项目、参加地方基层项目、自主创业、其他录用形式就业和自由职业，其中灵活就业指其他录用形式就业和自由职业；升学包括：国内升学和出国、出境深造；未就业包括：待就业、不就业拟升学和其他暂不就业。

2.就业地区：为科学反映我国不同区域的社会经济发展状况，根据国家统计局统计标准，我国的经济区域划分为东部、中部、西部和东北四大地区。同时，结合北京地区高校毕业生就业的实际情况，本报告把就业地区分为北京、东部地区、中部地区、西部地区和东北地区。其中，东部地区包括：天津、河北、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东和海南 9 个省（直辖市）以及港澳台地区；中部地区包括：山西、安徽、江西、河南、湖北和湖南 6

个省；西部地区包括：内蒙古、广西、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏和新疆 12 省（自治区、直辖市）；东北地区包括：辽宁、吉林和黑龙江 3 个省。北京市单独统计分析。

“京津冀”地区包括：北京、天津、河北；“一带一路”地区包括：新疆、重庆、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 18 个省（自治区、直辖市）；“长江经济带”地区包括：上海、江苏、浙江、安徽、江西、湖北、湖南、重庆、四川、云南、贵州 11 个省（直辖市）；“粤港澳大湾区”包括：香港特别行政区、澳门特别行政区和广东省广州市、深圳市、珠海市、佛山市、惠州市、东莞市、中山市、江门市、肇庆市。

3.单位性质：本报告对单位性质进行了合并，其中“事业单位”包括科研设计单位、高等教育单位、中初教育单位、医疗卫生单位、其他事业单位；“其他企业”指除去国有企业和三资企业以外的其他所有企业，以民营/私营企业为主；“其他”包括部队、农村建制村、城镇社区和其他类型单位。

4.困难群体毕业生：包括就业管理系统中的“残疾”“家庭困难”“家庭困难和残疾”“就业困难和残疾”“就业困难和家庭困难”“就业困难、家庭困难和残疾”6 种类型毕业生。

5.毕业生调查数据统计范围：为便于数据对比分析，求职过程、就业质量部分只统计毕业去向为“签就业协议”“签劳动合同”“其他录用形式”“基层服务项目”“科研助理、管理助理”的毕业生；对教育教学的反馈统计所有参与调查的毕业生。

6.由于数据按四舍五入原则保留到小数点后两位，故累计百分比可能出现不等于 100.00%的情况，属于正常统计误差。

第一部分 毕业生就业基本情况

一、毕业生规模与结构

我校 2022 届毕业生共 1281 人。其中，本科毕业生 807 人，占毕业生总数的 63.00%，硕士毕业生 408 人，占 31.85%，博士毕业生 66 人，占 5.15%；男生 412 人（32.16%），女生 869 人（67.84%）；北京生源毕业生 84 人（6.56%），京外生源毕业生 1197 人（93.44%）；汉族 1171 人（91.41%），少数民族 110 人（8.59%）。

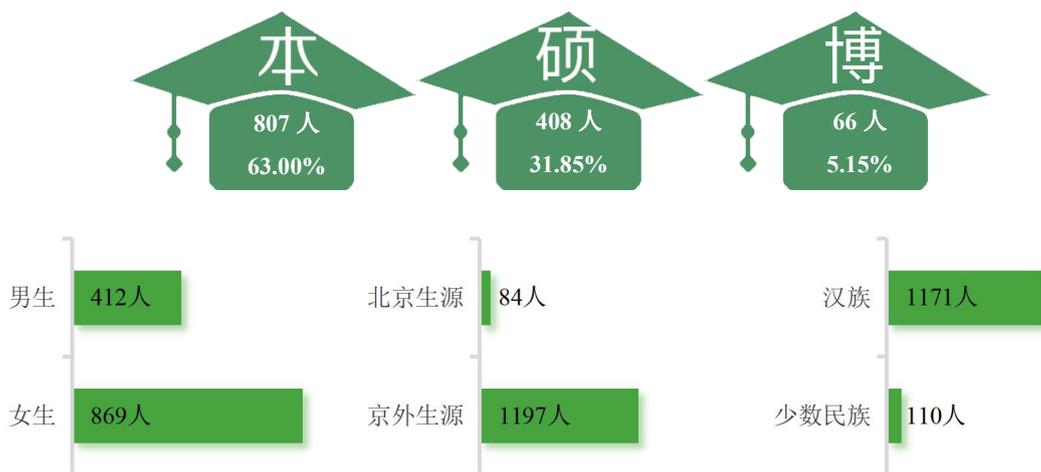


图 1-1 2022 届毕业生规模及结构

二、毕业去向落实率

截至 2022 年 10 月 31 日，我校 2022 届毕业生总体毕业去向落实率为 92.04%。其中，就业 903 人，占 70.49%；升学 276 人，占 21.55%。

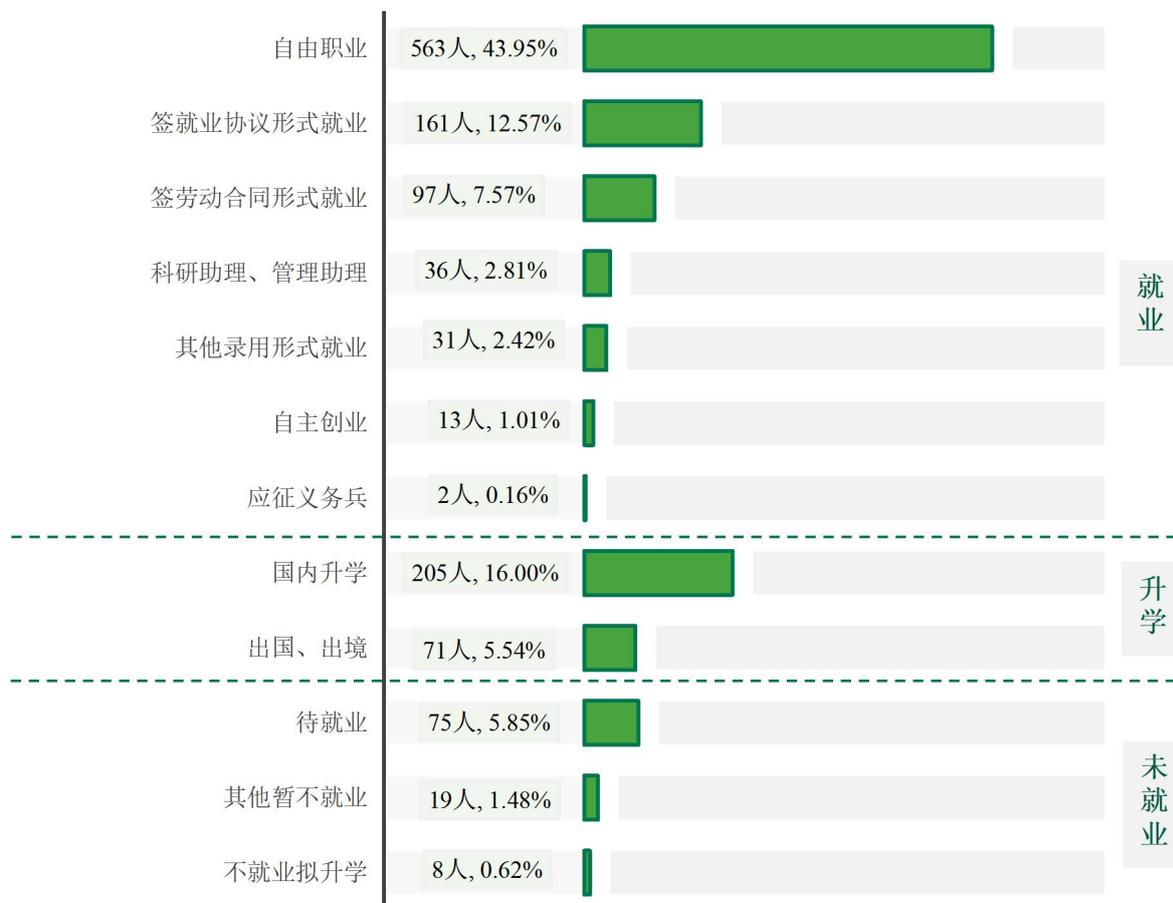


图 1-2 2022 届毕业生毕业去向分布

（一）各学历毕业去向落实率

2022 届本科毕业生毕业去向落实率为 93.18%，硕士毕业生毕业去向落实率为 90.93%，博士毕业生毕业去向落实率为 84.85%。

表 1-1 2022 届毕业生分学历毕业去向

毕业去向	本科生		硕士生		博士生	
	人数	%	人数	%	人数	%
就业	500	61.96	347	85.05	56	84.85
签就业协议形式就业	18	2.23	99	24.26	44	66.67
签劳动合同形式就业	52	6.44	45	11.03	0	0.00
科研助理、管理助理	7	0.87	21	5.15	8	12.12

毕业去向	本科生		硕士生		博士生	
	人数	%	人数	%	人数	%
应征义务兵	2	0.25	0	0.00	0	0.00
自主创业	7	0.87	6	1.47	0	0.00
其他录用形式就业	18	2.23	12	2.94	1	1.52
自由职业	396	49.07	164	40.20	3	4.55
升学	252	31.23	24	5.88	0	0.00
国内升学	191	23.67	14	3.43	0	0.00
出国、出境	61	7.56	10	2.45	0	0.00
未就业	55	6.82	37	9.07	10	15.15
待就业	31	3.84	34	8.33	10	15.15
不就业拟升学	7	0.87	1	0.25	0	0.00
其他暂不就业	17	2.11	2	0.49	0	0.00
毕业去向落实率	752	93.18	371	90.93	56	84.85

（二）各群体毕业去向落实率

1.分性别毕业去向落实率

我校 2022 届毕业生中，男生毕业去向落实率为 93.20%，女生毕业去向落实率为 91.48%。

2.分生源地毕业去向落实率

我校 2022 届毕业生中，北京生源毕业生毕业去向落实率为 90.48%，京外生源毕业生毕业去向落实率为 92.15%。

三、升学情况

我校 2022 届毕业生中升学人数有 276 人，升学率为 21.55%。其中国内升学 205 人，出国、出境深造 71 人。

（一）国内升学

国内升学毕业生中，本科生 191 人，硕士生 14 人；留在本校深造 181 人（88.29%），进入外校深造 24 人（11.71%），其中双一流高校录取我校毕业生 198 人，较去年增加 22 人。

（二）出国、出境

出国、出境深造毕业生中，本科生 61 人，硕士生 10 人。留学目的地排名前三位的国家分别为英国（41 人）、美国（9 人）、日本（7 人）。

四、就业流向情况

截至 2022 年 10 月 31 日，我校实际已就业毕业生人数为 903 人（不含国内升学和出国、出境深造毕业生）。

（一）地区分布

就业区域：我校 2022 届就业毕业生主要选择在北京市（41.51%）工作，其次是流向东部地区（32.63%）。

我校积极响应国家号召，教育引导毕业生树立正确的择业观，自觉把个人发展与国家需要联系在一起，我校 2022 届毕业生在“京津冀”地区就业 419 人，“长江经济带”地区就业 199 人，“一带一路”地区就业 278 人，“粤港澳大湾区”就业 91 人。

就业城市：北京市、深圳市、上海市、廊坊市、长沙市是我校 2022 届毕业生就业流向前五位城市。

（二）单位性质分布

我校 2022 届就业毕业生去事业单位就业的比例最高（36.33%），其次是其他企业（27.68%）。具体来看，超五成本科毕业生进入其他企业（56.82%），硕士、博士毕业生则主要进入事业单位，比例分别为 39.74%、86.67%。

（三）行业分布

教育业（35.10%），文化、体育和娱乐业（26.16%），信息传输、软件和信息技术服务业（15.89%）是我校 2022 届毕业生就业人数最多的前三个行业，毕业生就业行业符合学校整体办学定位。

（四）职业分布

我校 2022 届毕业生的职业分布呈现行业特色，教学人员、文学艺术工作人员是毕业生主要从事的职业。

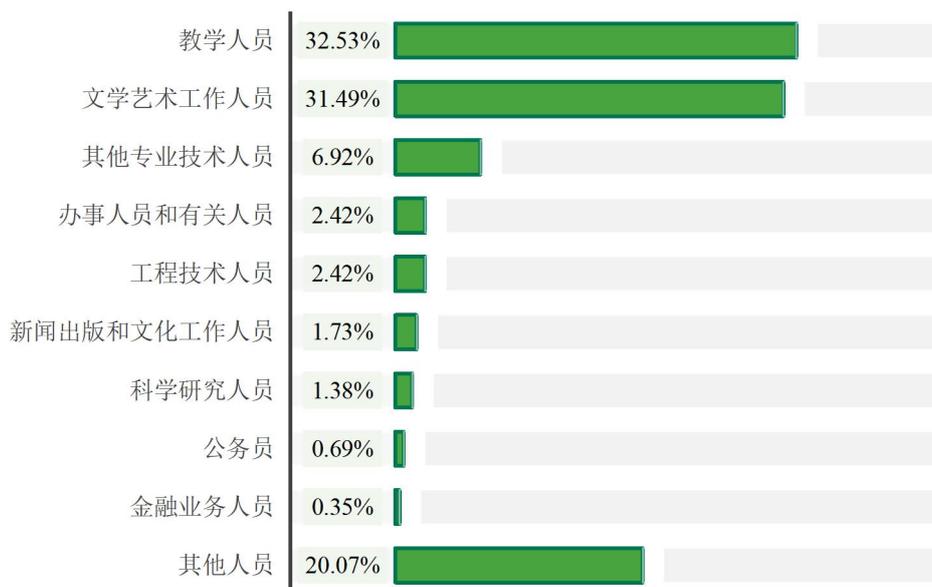


图 1-3 2022 届毕业生职业分布

（五）重点就业单位

我校 2022 届毕业生就业单位主要分布在学校、互联网类公司、设计类机构等领域。录用我校 2022 届毕业生人数最多的前 20 家单位名单见下表：

表 1-2 录用我校 2022 届毕业生人数最多的前 20 家单位

序号	单位名称	人数	序号	单位名称	人数
1	中央美术学院	32	11	上海鹰角网络科技有限公司	2
2	腾讯控股有限公司	5	12	丝路视觉科技股份有限公司	2
3	中国建筑股份有限公司	4	13	中国中元国际工程有限公司	2
4	深圳市光明区教育局	4	14	九江学院	2
5	新疆维吾尔自治区教育厅	3	15	内蒙古自治区教育厅	2
6	深圳市宝安区教育局	3	16	北京服装学院	2
7	网易公司	3	17	北京联合大学	2
8	上海暖叠网络科技有限公司	2	18	四川音乐学院	2
9	上海玩灏信息技术有限公司	2	19	北京清城睿现数字科技研究院有限公司	2
10	上海米哈游网络科技股份有限公司	2	20	广州博冠信息科技有限公司	2

五、自主创业情况

我校 2022 届毕业生中共有 13 人选择自主创业，其中本科生 7 人，硕士生 6 人。

从地点来看，在北京创业的有 8 人，东部地区创业的有 3 人，在中、西部地区创业的各有 1 人。从行业来看，毕业生创业行业主要集中在文化、体育和娱乐业，教育业等领域。

第二部分 毕业生就业状况分析

本部分通过统计分析 107 名受雇就业毕业生（含“签就业协议”“签劳动合同”“其他录用形式”“基层服务项目”“科研助理、管理助理”）的调查数据，来反映我校 2022 届毕业生的就业状况与特点。

一、求职过程

（一）本科生求职过程

1. 求职意向

（1）期望工作地点

我校 2022 届本科生期望在东部地区工作的比例最高（63.89%）。

（2）期望工作单位性质

2022 届本科生最期望在其他企业（47.22%）就业，其次是三资企业（19.44%）。

（3）期望工作行业

2022 届本科生最期望进入的前三个行业依次为信息传输、软件和信息技术服务业（50.00%），文化、体育和娱乐业（19.44%），教育业（13.89%）。

2. 简历投递、面试机会及录用通知

2022 届本科生在求职过程中平均投递简历 10.39 份，获得面试机会 2.89 次，收到录用通知 1.58 个。

图 2-1 2022 届本科生平均投递简历、获得面试机会和录用通知数量¹

3.求职周期和收到第一份录用通知的时间

2022 届本科生从开始求职到落实工作，平均用时 3.10 个月²，主要集中在 2022 年 4 月收到首份录用通知。



图 2-2 2022 届本科生求职周期和收到首份录用通知的时间

4.求职花费

我校 2022 届本科生在求职过程中的平均花费³为 1337.55 元。

5.求职价值观

2022 届本科生在选择工作时最看重的前三个因素是：福利待遇好、经济收入高、发展前景好。

6.求职成功渠道

我校 2022 届本科生主要通过用人单位自设渠道（41.67%）获得工作，其次是通过校园渠道（16.67%）、社会渠道（16.67%）。

¹ 本报告统计平均投递简历、获得面试机会和录用通知数量的有效范围分别为：1—300 份、1—50 次和 1—20 个。

² 求职周期指从开始求职到落实工作所花费的时间。本报告统计范围为 0.1—12 个月。

³ 求职花费指毕业生在求职过程中的花费金额，包括交通费、置装费、印刷费等。本报告统计范围为 1—20000 元区间。



图 2-3 2022 届本科生求职成功渠道

（二）研究生求职过程

1. 求职意向

（1）期望工作地点

我校 2022 届研究生期望在北京市工作的比例最高（71.88%）。

（2）期望工作单位性质

2022 届研究生最期望在事业单位（59.38%）就业，其次是国有企业（25.00%）。

（3）期望工作行业

2022 届研究生最期望进入的前三个行业依次为教育业（46.88%），文化、体育和娱乐业（21.88%），建筑业（14.06%）。

2. 简历投递、面试机会及录用通知

2022 届研究生在求职过程中平均投递简历 9.17 份，获得面试机会 3.71 次，收到录用通知 1.71 个。



图 2-4 2022 届研究生平均投递简历、获得面试机会和录用通知数量

3.求职周期和收到第一份录用通知的时间

2022 届研究生从开始求职到落实工作，平均用时 3.81 个月，主要集中在 2022 年 4 月收到首份录用通知。



图 2-5 2022 届研究生求职周期和收到首份录用通知的时间

4.求职花费

我校 2022 届研究生在求职过程中的平均花费为 2559.00 元。

5.求职价值观

2022 届研究生在选择工作时最看重的前三个因素是：符合自己的兴趣爱好、发展前景好、利于施展个人的才干。

6.求职成功渠道

我校 2022 届研究生主要通过校园渠道（46.88%）获得工作，其次是通过用人单位自设渠道（31.25%）。

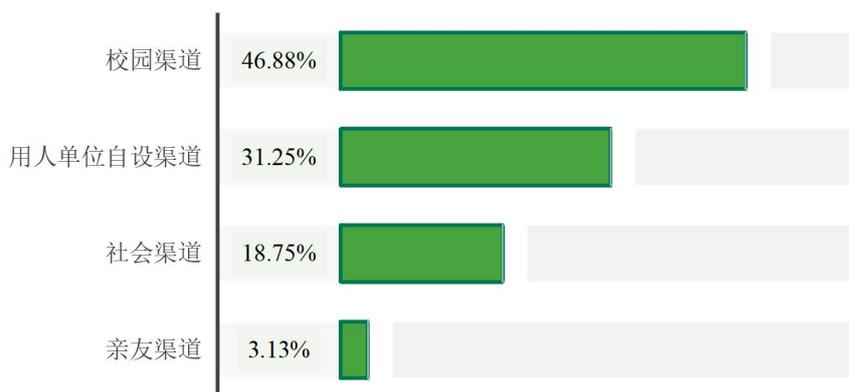


图 2-6 2022 届研究生求职成功渠道

二、就业质量

（一）本科生就业质量

1. 就业满意度

我校 2022 届本科生对目前工作的满意度⁴为 90.24%。从工作各方面来看，本科生对工作地点、工资福利、个人发展空间的满意度均为 87.80%。

2. 人职匹配情况

（1）工作与专业相关度

2022 届本科生从事的工作与所学专业的相关度为 70.73%。进一步调查发现，毕业生主要是因为“对自己的专业不感兴趣”(33.33%)和“专业工作不符合自己的职业期待”(33.33%)才选择从事与所学专业不相关的工作。

（2）学历层次与工作岗位匹配度

2022 届本科生中，87.80%的人认为自己的学历层次恰好满足目前岗位的要求，9.76%的人认为高于岗位要求，2.44%的人认为低于岗位要求。

⁴ 满意度指毕业生选择“很满意”和“满意”的比例之和。报告中类似处同样处理。

3.薪酬和社会保障情况

(1) 起步年薪

我校 2022 届本科生转正后平均税前起步年薪为 14.06 万元，较平均期望年薪低 0.45 万元。

(2) 社会保障情况

我校 2022 届本科生有五险、有公积金的比例分别为 100.00%、97.22%。

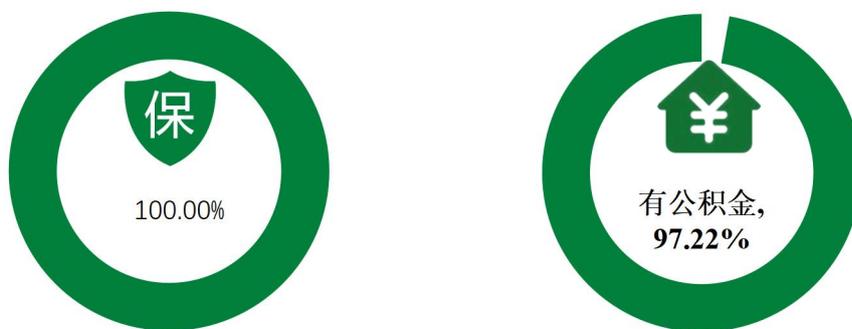


图 2-7 2022 届本科生的社会保障情况

4.工作与预期吻合度

2022 届本科生中，92.68%的人认为从事的工作与求职预期吻合。

5.工作发展路径

2022 届本科生中，86.11%的人认为在工作单位发展路径清晰。

6.预期工作稳定性

2022 届本科生中，预期在单位工作 1—3 年（含 1 年）的比例最高（63.89%），其次是预期工作 3—5 年（含 3 年）（22.22%）和 5 年及以上（11.11%）。

（二）研究生就业质量

1. 就业满意度

我校 2022 届研究生对目前工作的满意度为 80.30%。从工作各方面来看，研究生对工作地点、个人发展空间、社会地位的满意度较高（均为 74.24%）。

2. 人职匹配情况

（1）工作与专业相关度

2022 届研究生从事的工作与所学专业的相关度为 90.91%。毕业生是因为“专业工作岗位招聘少”才选择从事与所学专业不相关的工作。

（2）学历层次与工作岗位匹配度

2022 届研究生中，72.73%的人认为自己的学历层次恰好满足目前岗位的要求，24.24%的人认为高于岗位要求，3.03%的人认为低于岗位要求。

3. 薪酬和社会保障情况

（1）起步年薪

我校 2022 届研究生转正后平均税前起步年薪为 14.66 万元，较平均期望年薪低 4.70 万元。具体来看，毕业生年薪分布在 10—15 万元的占比最高（32.81%），其次是分布在 15—20 万元（23.44%）。

（2）社会保障情况

我校 2022 届研究生有五险、有公积金的比例均为 96.88%、96.88%。

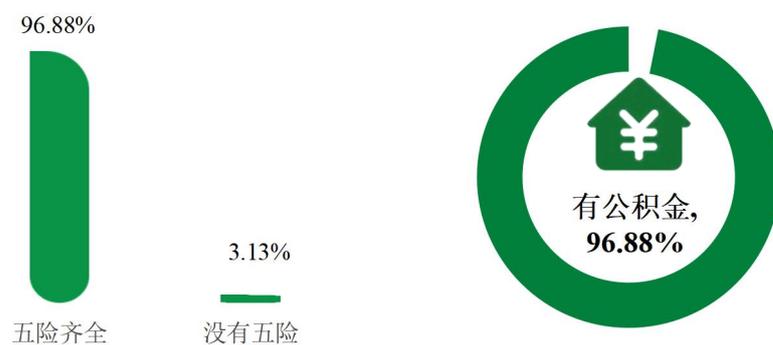


图 2-8 2022 届研究生的社会保障情况

4.工作与预期吻合度

2022 届研究生中，87.88%的人认为从事的工作与求职预期吻合。

5.工作发展路径

2022 届研究生中，79.69%的人认为在工作单位发展路径清晰。

6.预期工作稳定性

2022 届研究生中，预期在单位工作 5 年及以上的比例最高（53.13%），其次是预期工作 3—5 年（含 3 年）（23.44%）和 1—3 年（含 1 年）（18.75%）。

第三部分 用人单位需求及评价

一、招聘需求情况

(一) 招聘毕业生情况

1. 招聘人数情况

调查显示，参与调查的 31 家用人单位，平均每家单位实际招聘我校 2022 届毕业生 6 人，计划招聘我校 2023 届毕业生 12 人，相比实际招聘 2022 届毕业生人数，计划招聘 2023 届毕业生数量明显增加。

表 3-1 用人单位招聘我校毕业生人数（单位：人）

	单位数 ⁵	平均数	中位数	总数
实际招聘 2022 届毕业生	18	6	3	116
计划招聘 2023 届毕业生	28	12	5	348

2. 招聘学历情况

用人单位面向我校 2022 届毕业生，平均招聘本科生 4 人，硕士生 2 人，博士生 1 人。

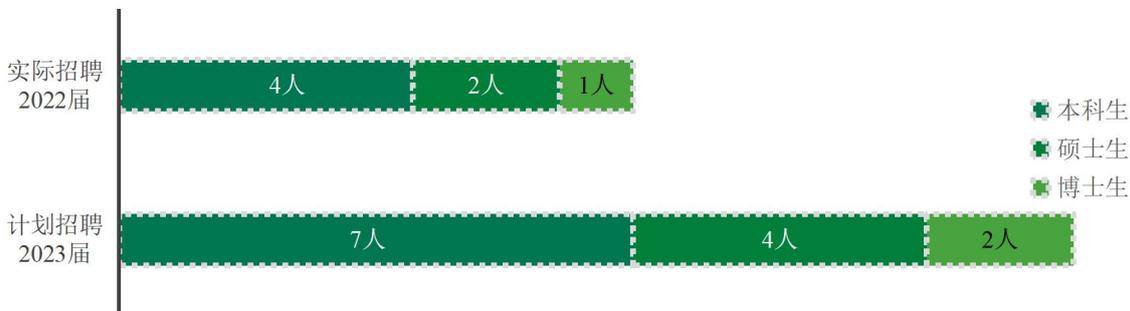


图 3-1 用人单位实际和计划招聘各学历毕业生情况

⁵ 当用人单位填答的招聘人数为 0 或招聘数据出现异常值时，数据按缺失处理，故实际计入统计的单位数与参与调查的单位数存在不一致的情况。

3.招聘专业情况

用人单位对我校数字媒体艺术（本）、视觉传达设计（本）、风景园林（硕）三个专业毕业生的招聘需求量最大。

4.招聘岗位情况

用人单位招聘我校 2022 届毕业生时，实际需求最高的岗位是专业技术人员（50.00%），平均每家单位招聘 3 人。

（二）薪酬和社会保障情况

用人单位为我校 2022 届各学历毕业生提供的转正后平均税前年薪由高到低依次为：硕士生 17.90 万元，本科生 12.80 万元，博士生 9.00 万元。

从社会保障情况来看，所有的用人单位为我校毕业生提供了五险；96.77%的用人单位为毕业生提供公积金。

（三）未来三年对毕业生的需求趋势

38.71%的用人单位表示未来三年对北京地区高校毕业生的需求与目前持平，35.48%表示会增加，还有 25.81%表示不确定。

二、用人单位对毕业生的评价

（一）对毕业生的总体满意度

用人单位对我校 2022 届毕业生的总体满意度为 96.78%。

（二）对毕业生专业知识和技能的满意度

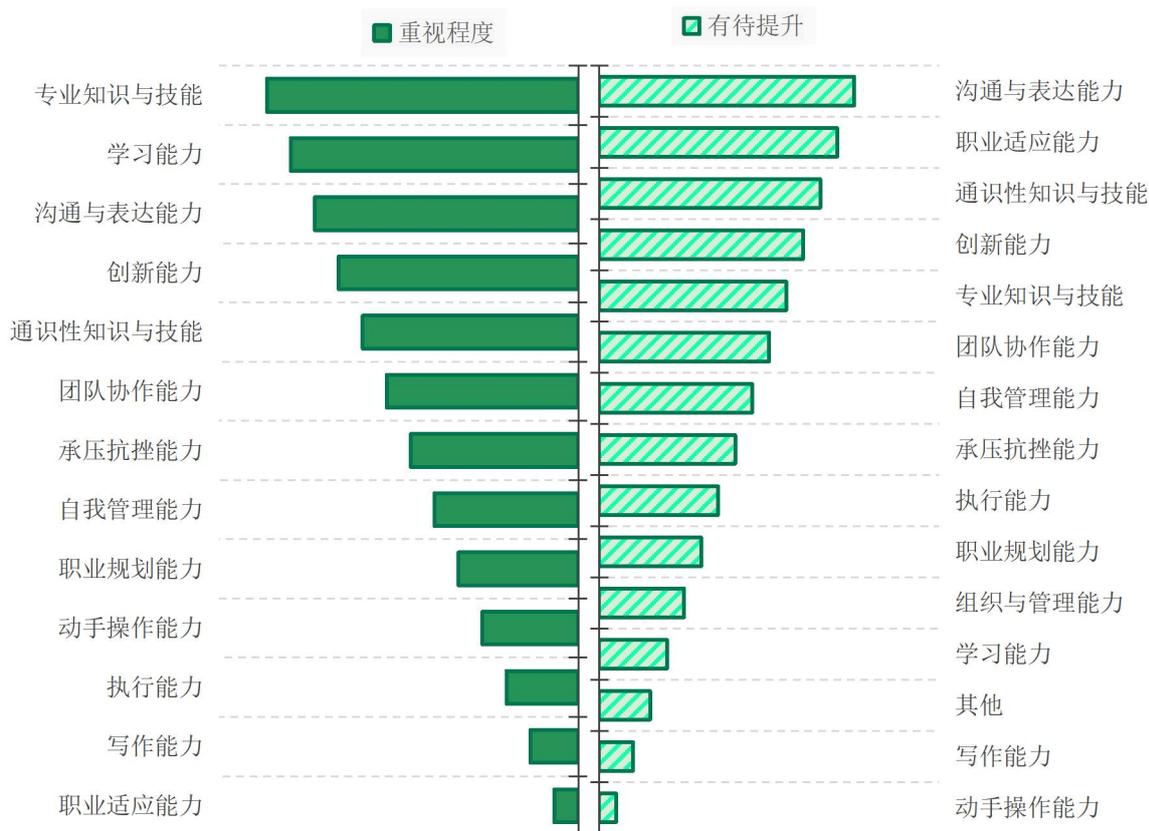
用人单位对所招聘的我校 2022 届毕业生的专业知识和技能的满意度为 100.00%。

（三）对求职积极度的评价

87.09%的用人单位认为我校 2022 届毕业生在求职过程中表现积极。

（四）对毕业生职业能力的评价

用人单位在招聘毕业生时，最看重我校毕业生的专业知识与技能、学习能力、沟通与表达能力；对于已入职的毕业生，用人单位认为最有待提升的前两项职业能力为沟通与表达能力、职业适应能力。



注：排序题分析中，将排在第一位的选项赋值 5 分，排第二位的选项赋值 3 分，排第三位的选项赋值 1 分，未选的记 0 分，算出每个选项的权重均值，然后按照均值大小排序。报告中的排序题均依此方法处理。

图 3-2 用人单位招聘毕业生时重视和认为有待提升的职业能力

（五）对毕业生职业素养的评价

用人单位在招聘毕业生时，最看重的前三项职业素养是：责任担当、爱岗敬业、积极主动；对于已入职毕业生，用人单位认为最有待提升的前三项职业素养为：跨学科思维、积极主动、开拓创新。

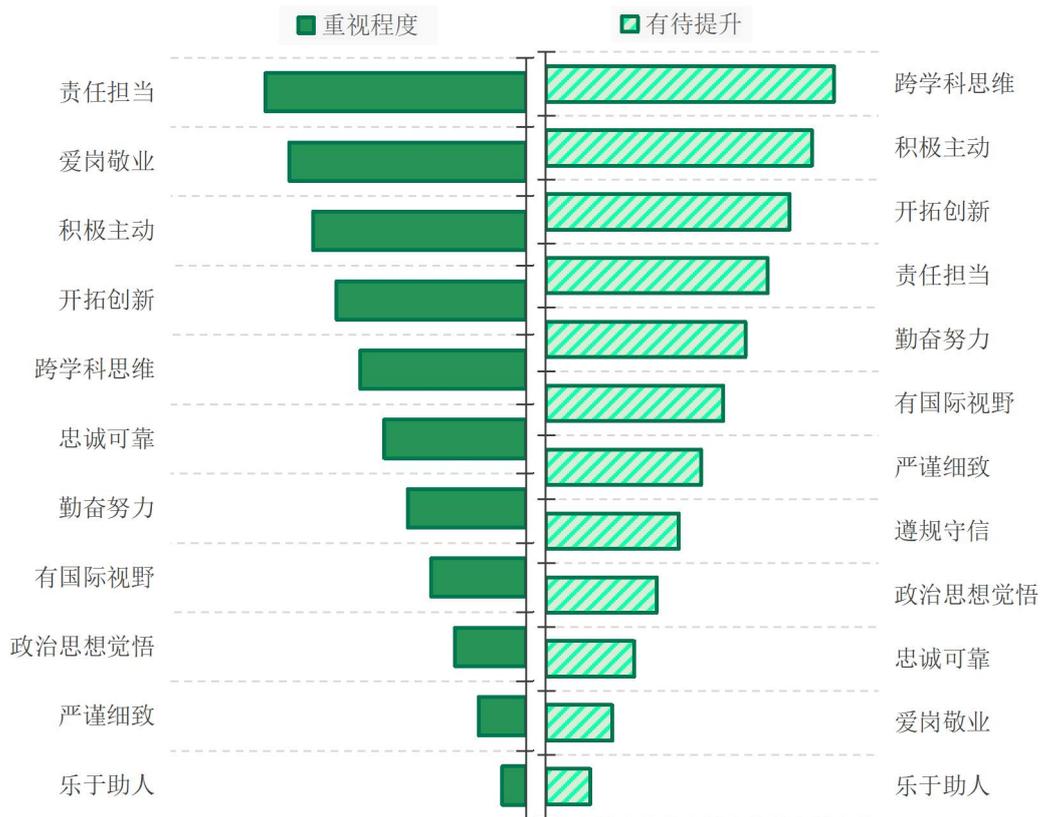


图 3-3 用人单位招聘毕业生时重视和认为有待提升的职业素养

第四部分 就业发展趋势分析

当前我国就业形势总体稳定，但疫情对经济的影响仍未完全消除，在经济下行压力加大、国内外不稳定因素增多、经济运行稳中有变的情况下，就业仍然面临诸多挑战。春季学期以来，北京聚集性疫情和零星散发病例交织，疫情防控形势严峻复杂，给 2022 届高校毕业生就业工作带来了新的挑战。我校坚持落实党中央、国务院和北京市委市政府“稳就业”“保就业”决策部署，高度重视毕业生就业工作，创新工作模式，强化使命担当，积极应对挑战，全面优化就业服务，精准开展困难帮扶，最大限度实现疫情背景下毕业生充分就业，提高毕业生就业满意度，助力毕业生更高质量就业。

一、毕业生就业情况总体平稳

我校毕业生就业情况总体平稳，2020 年疫情发生以来，学校就业情况面临一定挑战，但在校领导、相关部门及各院系师生的共同努力下，就业情况平稳回升，2022 届毕业生毕业去向落实率上升至 92.04%。同时，近年来我校本科毕业生出国、出境深造比例明显下降，国内升学比例则在政策影响下小幅上升，总体来看，继续深造在一定程度上分流了本科生的就业压力。

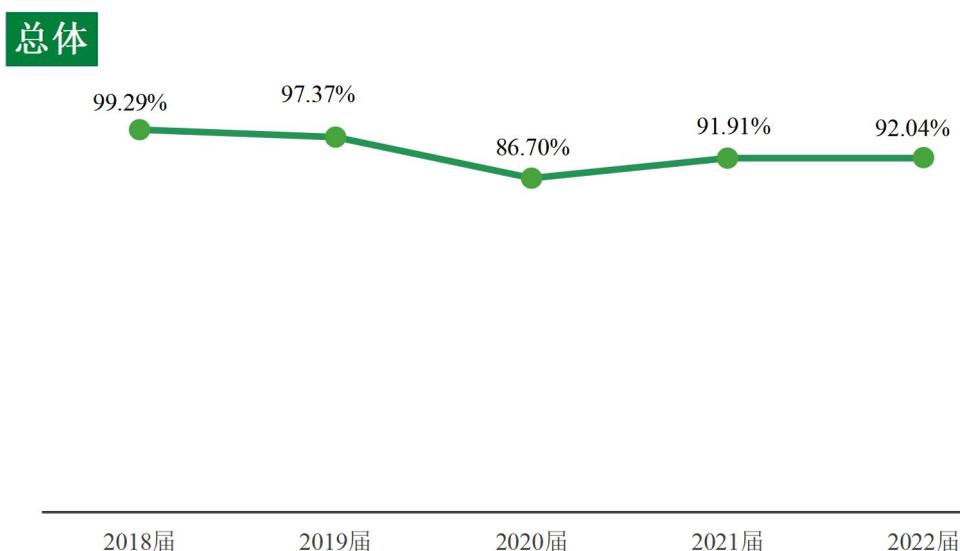


图 4-1 2018—2022 届毕业生毕业去向落实率情况

表 4-1 2018—2022 届本科生升学情况（单位：%）

年份	升学		
	国内升学	出国、出境	合计
2018 届	17.38	16.50	33.88
2019 届	17.52	11.68	29.19
2020 届	19.82	9.91	29.73
2021 届	21.07	7.73	28.80
2022 届	23.67	7.56	31.23

二、毕业生就业流向与学校办学定位相符

我校始终根据学校办学定位和美术专业行业特色，结合国家战略需求和首都“四个中心”功能定位，加强毕业生就业教育引导，促进毕业生高质量就业。

从地区分布来看，近年来我校毕业生就业地区分布比例较为波动，2018—2020 届毕业生在京就业比例持续下降，而去东部地区就业的比例则大幅上升，但 2022 届毕业生在京就业比例又有所回升，同时去东部地区就业比例则相应下降。此外，毕业生去中部、西部地区就业的比例整体有所上升。

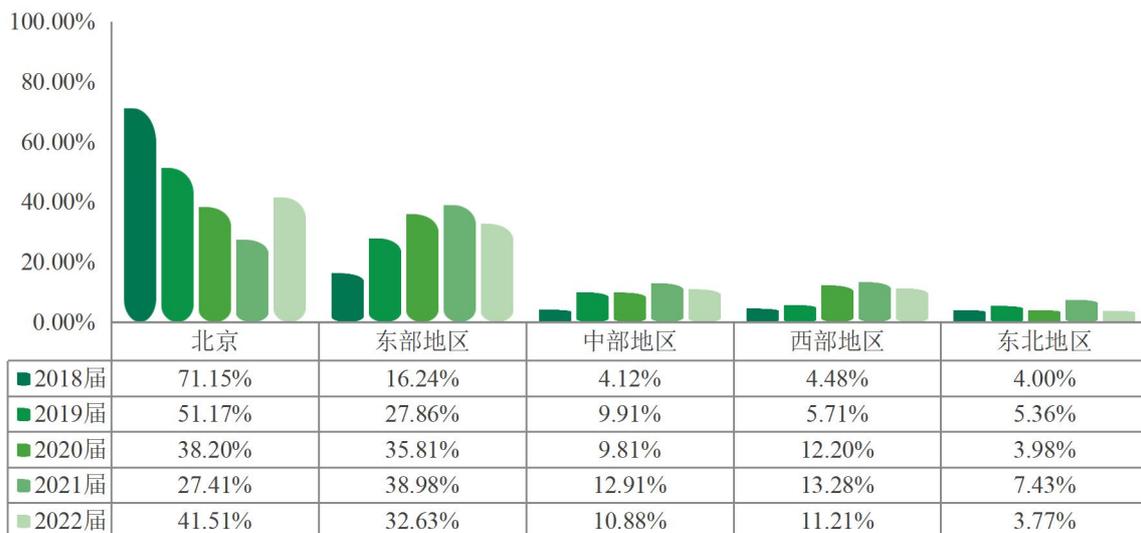


图 4-2 2018—2022 届毕业生就业地区分布

从行业分布来看，我校毕业生主要进入教育业，文化、体育和娱乐业，信息传输、软件和信息技术服务业，建筑业等领域，毕业生的就业行业分布与学校专业行业特色及人才培养定位整体相符，为区域经济发展和文化繁荣提供了重要人才支持。

表 4-2 2018—2022 届毕业生主要就业行业分布

	第一位	第二位	第三位	第四位	第五位
2018 届	文化、体育和娱乐业（62.55%）	教育（20.19%）	建筑业（7.57%）	信息传输、软件和信息技术服务业（2.79%）	公共管理、社会保障和社会组织（1.20%）
2019 届	教育（45.04%）	文化、体育和娱乐业（23.66%）	信息传输、软件和信息技术服务业（9.92%）	建筑业（7.63%）	公共管理、社会保障和社会组织（4.96%）
2020 届	教育（48.94%）	文化、体育和娱乐业（23.40%）	信息传输、软件和信息技术服务业（10.28%）	建筑业（7.45%）	制造业（2.13%）
2021 届	教育（33.63%）	文化、体育和娱乐业（25.22%）	信息传输、软件和信息技术服务业（18.14%）	建筑业（16.81%）	科学研究和技术服务业（2.21%）
2022 届	教育（35.10%）	文化、体育和娱乐业（26.16%）	信息传输、软件和信息技术服务业（15.89%）	建筑业（11.92%）	科学研究和技术服务业（3.31%）

近年来，我校毕业生在各类型单位就业的比例均略有波动，但整体来看，主要在事业单位、其他企业工作，近四届有超 64%的毕业生在这两种类型单位就业。

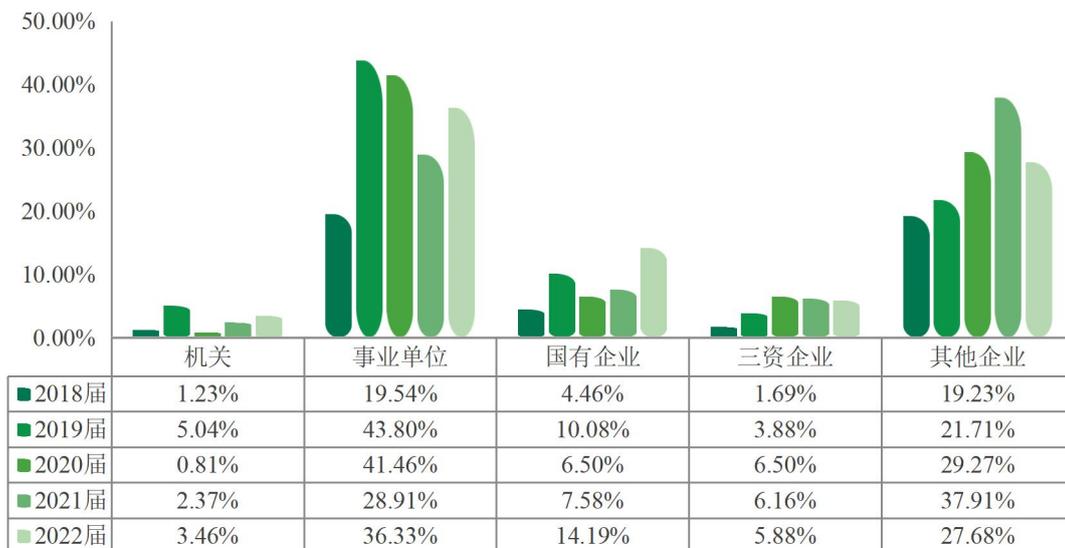


图 4-3 2018—2022 届毕业生工作单位性质分布

三、毕业生就业质量稳步提升

调查结果显示，近四年来，我校毕业生对工作的总体满意度稳定在 83% 以上，工作与专业的相关度在 76% 以上，毕业生的起步年薪、社会保障水平、工作发展路径清晰度，以及预期工作 5 年及以上的比例均呈稳步上升趋势。总体来看，我校毕业生就业质量整体稳步趋好。

第五部分 对教育教学的反馈

毕业生和用人单位作为高校人才培养的评价主体，其对学校教育教学、就业创业工作方面的评价，对于高校优化专业结构设置、改进教育教学具有重要的参考价值。

一、毕业生对教育教学的反馈

（一）本科生对专业培养的反馈

1.专业认同情况

（1）对本专业的态度

75.44%的 2022 届本科生喜欢所学专业。

（2）从事与本专业相关工作的意愿

75.25%的 2022 届本科生愿意从事与本专业相关的工作。

2.专业培养反馈

（1）对专业课程设置的满意度

2022 届本科生对专业课程设置的满意度为 71.68%。进一步调查发现，“课程结构安排不合理”和“课程内容不实用或陈旧”是本科生不满意专业课程设置的主要原因。

不同学习成绩的本科生对专业课程设置的满意度存在差异，学习成绩在专业排名前 25%的本科生对专业课程设置的满意度最高（81.93%），其次是排名 26%—50%的本科生（63.78%）。

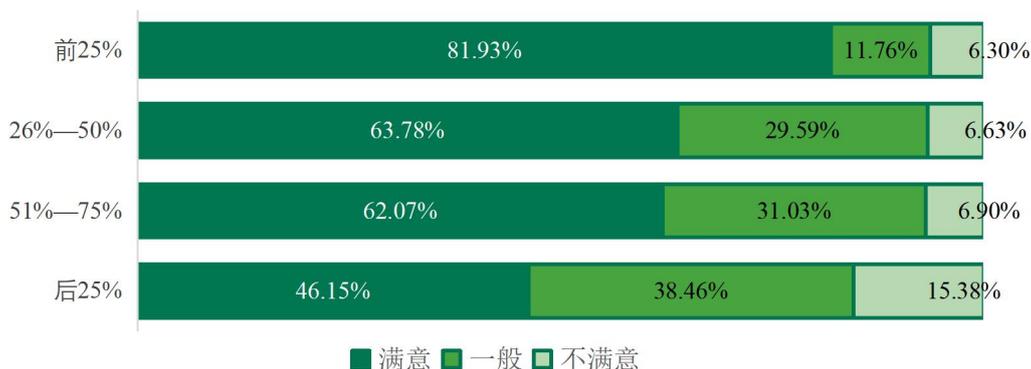


图 5-1 不同学习成绩排名本科生对专业课程设置的满意度

（2）对专业教师授课水平的满意度

2022 届本科生对专业教师授课水平的满意度为 83.36%。

学习成绩在专业排名前 25%的本科生对专业教师授课水平的满意度较高（89.08%），其次是排名 26%—50%的本科生（80.61%）。整体来看，专业排名越靠前的本科生，对专业教师授课水平的满意度越高。

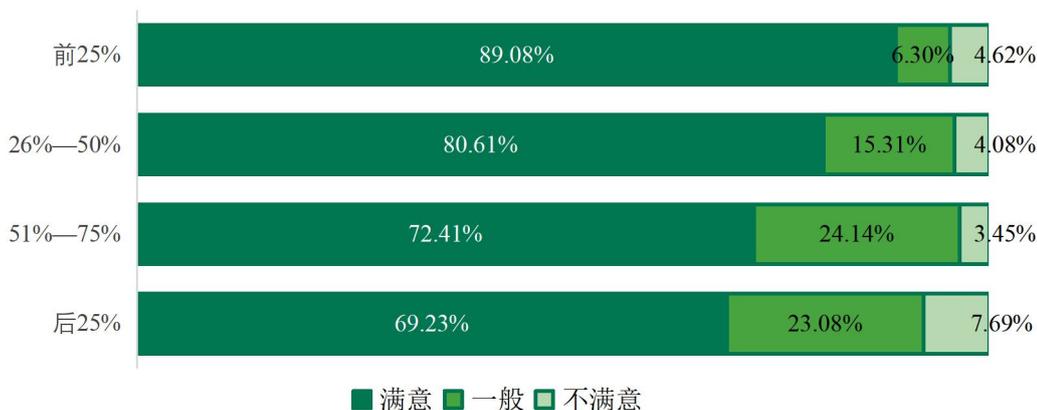


图 5-2 不同学习成绩专业排名本科生对专业教师授课水平的满意度

（3）满足实际工作要求的能力

大学期间获得的各项能力中，2022 届本科生认为最能够满足实际工作要求的前三项能力为：学习能力、创新能力、沟通与表达能力。

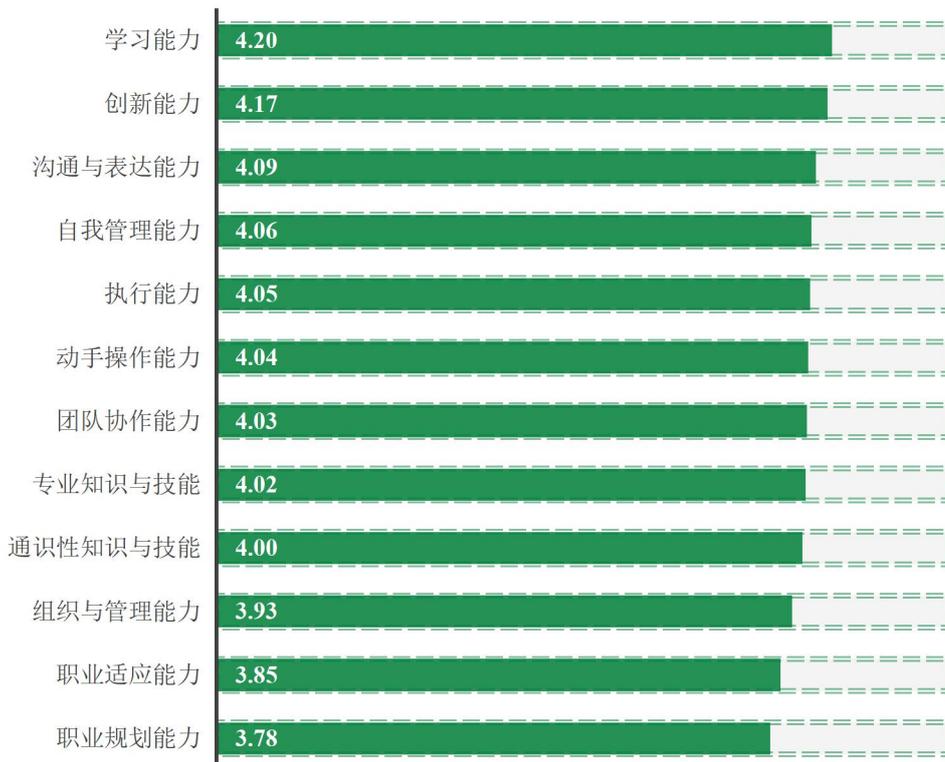


图 5-3 2022 届本科生大学期间获得的各项能力满足实际工作要求情况

（二）研究生对专业培养的反馈

1. 专业认同情况

（1）对本专业的态度

93.87%的 2022 届研究生喜欢所学专业。

（2）从事与本专业相关工作的意愿

93.40%的 2022 届研究生愿意从事与本专业相关的工作。

2. 专业培养反馈

（1）对专业课程设置的满意度

2022 届研究生对专业课程设置的满意度为 80.66%。进一步调查发现，“实习实践环节不够”和“课程内容不实用或陈旧”是研究生不满意专业课程设置的主要原因。

不同学习成绩的研究生对专业课程设置的满意度存在差异，学习成绩在专业排名后 25%的研究生对专业课程设置的满意度最高（100.00%），其次是排名 26%—50%的研究生（85.71%）。

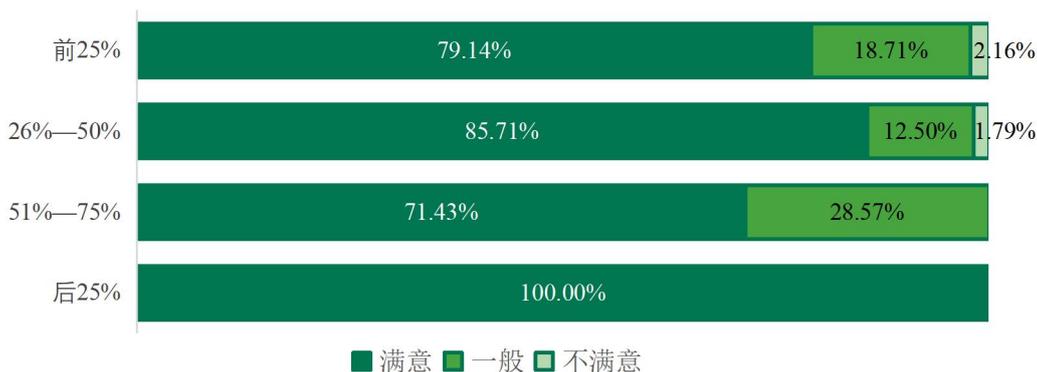


图 5-4 不同学习成绩排名研究生对专业课程设置的满意度

（2）对专业教师授课水平的满意度

2022 届研究生对专业教师授课水平的满意度为 89.15%。

学习成绩在专业排名 26%—50%的研究生对专业教师授课水平的满意度较高(91.07%)，其次是排名前 25%的研究生（89.21%）。

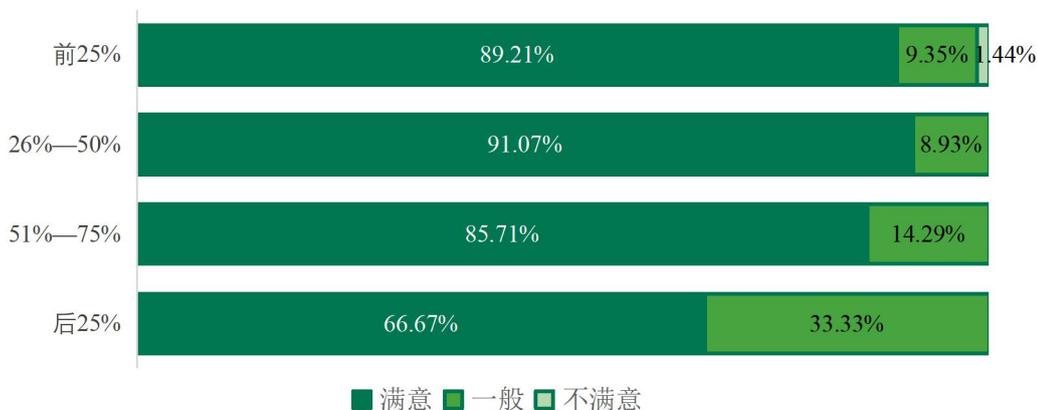


图 5-5 不同学习成绩专业排名研究生对专业教师授课水平的满意度

（3）满足实际工作要求的能力

大学期间获得的各项能力中，2022 届研究生认为最能够满足实际工作要求的前三项能力为：学习能力、专业知识与技能、创新能力。

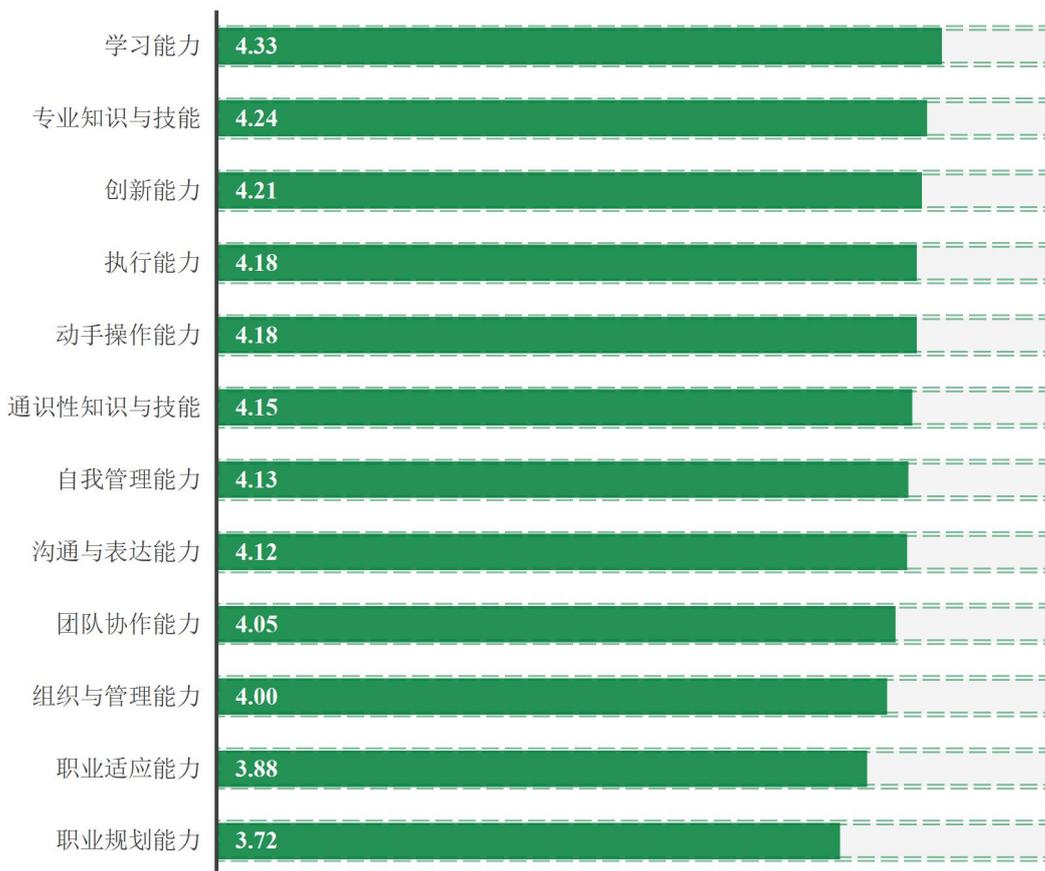


图 5-6 2022 届研究生大学期间获得的各项能力满足实际工作要求情况

3.培养质量评价

（1）对研究生培养质量的满意度

2022 届研究生对本校研究生培养质量的满意度为 81.13%。

（2）对导师的满意度

2022 届研究生对导师的满意度为 96.70%。

(3) 学术实践经历

我校 2022 届研究生认为参与科研课题、公开发表论文等、参加国内外学术会议是在校期间对研究生学习成长最有价值的前三项学术实践经历。

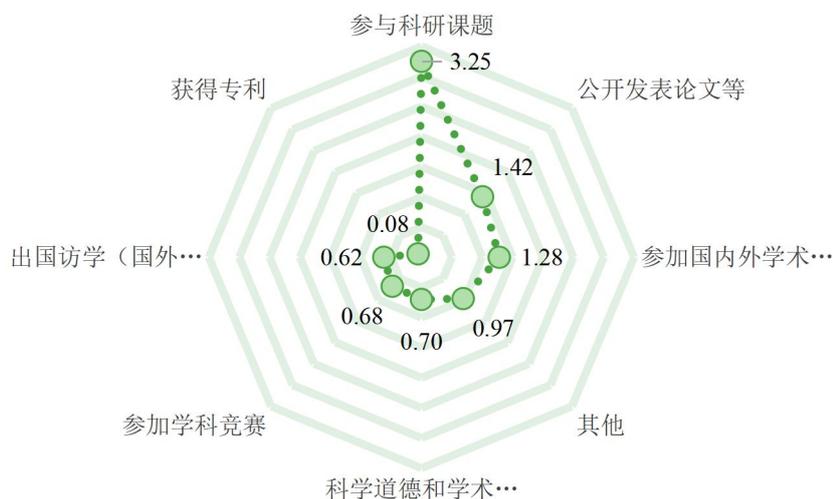


图 5-7 2022 届研究生认为有价值的学术实践经历

(4) 影响培养质量的因素

导师指导、学科发展水平是影响研究生培养质量最重要的前两个因素。



图 5-8 2022 届研究生认为影响研究生培养质量的因素

（三）对就业创业教育及服务的评价

1.对就业教育及服务的评价

为全力做好毕业生就业工作，我校多措并举，为毕业生提供全方位的就业服务。各项就业教育及服务中，本科生参与就业指导课程（88.71%）的比例较高，对困难帮扶（87.84%），签约手续、就业派遣等服务（86.90%）的满意度较高。研究生则参与就业信息推送服务（80.66%）的比例较高，对困难帮扶（96.43%），签约手续、就业派遣等服务（94.05%），学校/院系就业推荐（92.93%）的满意度较高。

同时，本科生最需要学校提供就业实习/实践、学校/院系就业推荐等就业服务；研究生则最需要学校/院系就业推荐、校园招聘/宣讲会等服务。

2.对创业教育及服务的评价

受访毕业生中，14.06%的本科生、13.21%的研究生参与过学校提供的创业教育及服务。本科生参与创业课程（67.61%）、创业相关讲座（59.15%）、创业计划大赛（57.75%）的比例较高，对创业计划大赛（90.24%）、创业类学生社团活动（89.29%）的满意度较高。研究生则参与创业相关讲座（89.29%）、创业课程（78.57%）的比例较高，对创业相关讲座、参观创业企业、参与创业企业的实习项目的满意度均为 100.00%。

二、用人单位对教育教学的反馈

（一）对人才培养工作的评价

1.高校在人才培养和教学中需加强的方面

用人单位认为，高校在人才培养和教学中最应“增加实习实践环节，加强应用能力培养”，“加强人际沟通、协调组织能力培养”和“加强专业知识培养”。

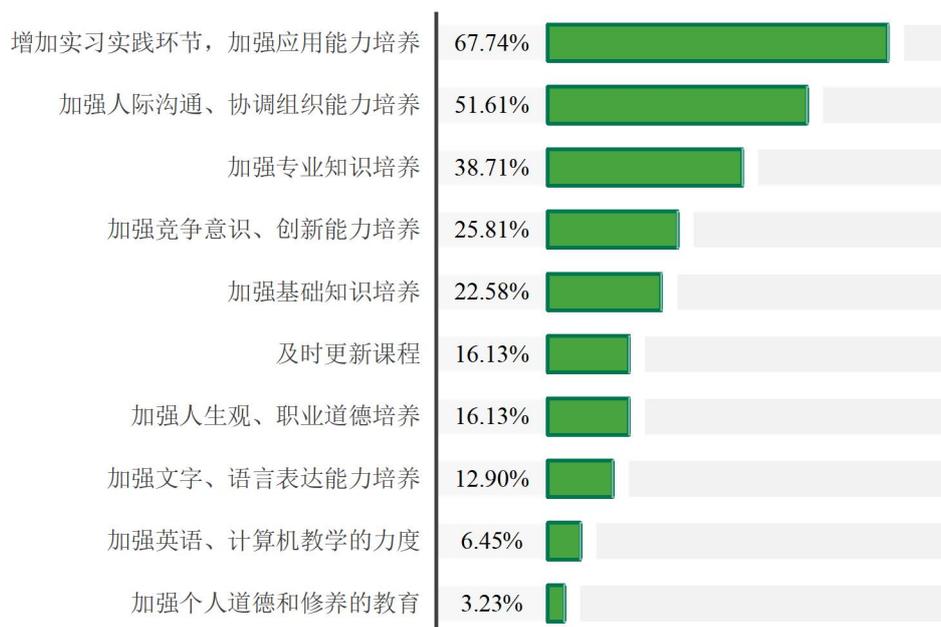


图 5-9 用人单位认为高校在人才培养和教学中需加强的方面

2. 有益于职业发展的学校经历

用人单位认为最有益于毕业生职业发展的前两项学校经历是：实习实践活动、社会活动。

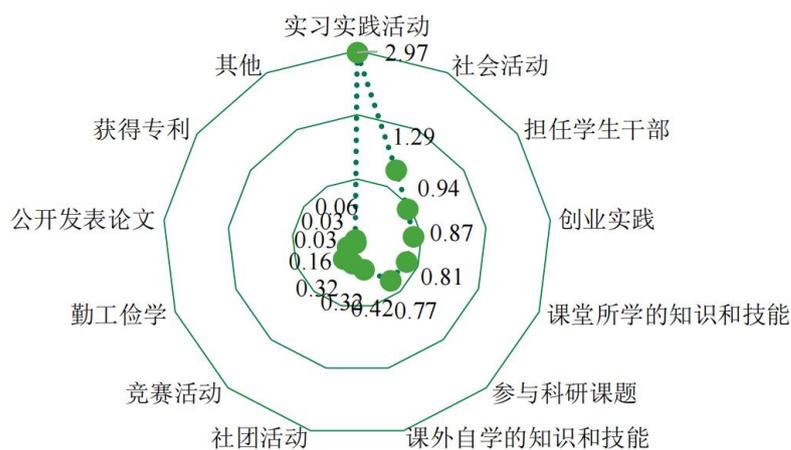


图 5-10 用人单位认为有益于毕业生职业发展的学校经历

（二）对学校就业服务工作的评价

1. 校园渠道服务

用人单位来我校招聘毕业生时，最主要使用的前三种校园招聘渠道是学校/院系发布的招聘信息、入校宣讲会、线上宣讲会。对于我校提供的校园渠道服务，用人单位的满意度达 93.55%。

2. 对就业服务的需求及评价

（1）最需要的就业服务

发布招聘信息、推荐毕业生、组织校园招聘会 是用人单位最需要我校提供的就业服务。

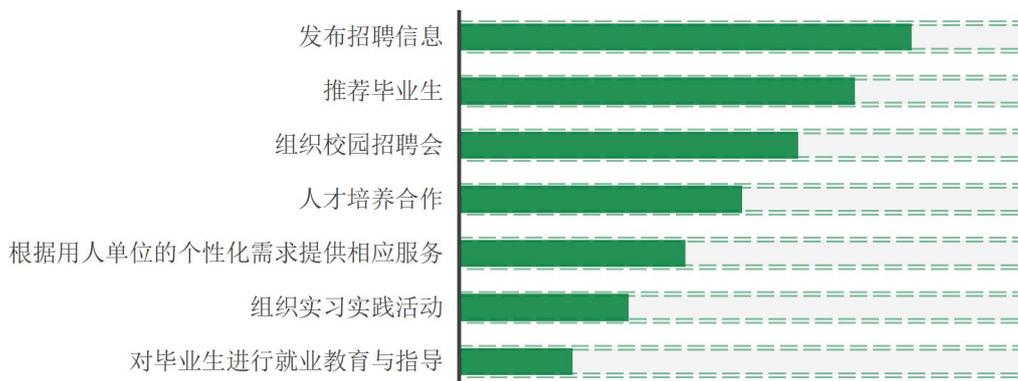


图 5-11 用人单位需要学校提供的就业服务

（2）对我校就业指导与服务工作的评价

用人单位对我校提供的就业指导与服务工作的总体满意度为 100.00%。其中，用人单位在对毕业生进行就业教育与指导、发布招聘信息、组织校园招聘会的满意度方面达 95% 以上。

第六部分 学校就业创业工作

2022年，中央美术学院坚决落实党中央、国务院“稳就业”“保就业”决策部署。在抗疫攻坚大环境下，把就业工作摆在重中之重，启动“毕业生就业领航行动”，各院系、部门在切实保障毕业生身心健康和就业权益的基础上，全员动员、多措并举，努力实现毕业生更充分与更高质量的就业创业。

一、落实就业工作“一把手工程”，促进毕业生充分高质量就业

1、建立健全各院系领导落实责任、各部门协同推进、全员参与就业的工作机制。统筹做好疫情防控和就业工作，既要有效防范疫情风险，也要确保各项促就业工作有序推进。2022年3月，学校召开中央美术学院2022年就业创业工作会，全体校领导班子成员高度重视并出席现场会议，学校相关职能部门负责人、各院系领导班子、专业教师、辅导员、班主任参加会议。会后各院系分别召开就业工作会，并形成就业工作方案及举措。充分发挥专业教师、校友等各方面积极性，千方百计拓展岗位信息来源。依托全国文化旅游艺术行业就业指导委员会平台，以行业招聘会、就业实习基地建设、建设行业信息共享网络平台为抓手，推动重点就业项目落实，切实促进更加充分更高质量就业。

2、发挥政策性岗位吸纳作用。加强政策解读、方向引导和氛围营造，鼓励毕业生参与各地高校、科研院所、中小学等美术教师招聘。做好国家公务员、北京市公务员、选调生招考组织动员工作。引导更多毕业生到中西部地区、东北地区、艰苦边远地区和基层、乡村振兴一线就业创业，积极引导大学毕业生参军入伍。我校城市设计学院本科毕业生刘纪政、赵闯2位同学“携笔从戎 丹青报国”应征入伍，中国画学院张逸峰、油画系郝泓璇、雕塑系滕修毅、设计学院穆成林4名本科生赴云南剑川支教，28名本校毕业生被聘为科研助理。

3、精准化、持续化推进困难群体学生顺利稳定就业。2022年，我校贯彻落实《北京市支持高校毕业生就业创业若干措施》（京政办发〔2022〕20号）提出的“建立校地联动帮扶机制，实施‘一人一档’‘一生一策’精准帮扶”政策精神，扎实做好当前困难群体未

就业毕业生就业工作：毕业季各院系对家庭困难毕业生做好重点帮扶，重点摸排是否有就业困难、残疾毕业生等情况，掌握就业情况并进行有针对性的就业指导与岗位推荐。学校贯彻与宣传上级文件精神，为 10 名符合条件的毕业生发放 2022 年一次性求职创业补贴。并根据学生需求做好国家助学贷款有关政策指导，配合银行做好延期还款、减免利息等政策支持。

二、着力搭建网络就业桥梁，多方拓展就业渠道

1、积极策划、宣传“就业促进周”、“百日冲刺”“就业服务季”系列活动，组织“教育部 24365 校园招聘会·文化旅游艺术行业专场（线上）”、“中央美术学院春季网络双选会”、“就业向未来，建功新时代——2023 届高校毕业生校园网络招聘月活动-中央美术学院专场招聘会”、“北京地区 2023 届艺体院校毕业生网络双选周”等多场不同规模线上招聘会，参与教育部“24365 岗位精选计划”，累计邀请 630 余家单位，提供 4800 个就业岗位。

2、建设全国艺术类高校就业信息共享网络平台“艺就业”网站、公众号，累计共有 1352 家用人单位发布招聘信息，本年度提供岗位 40812 个。成为美术院校毕业生获取招聘信息的重要渠道，在学生群体中形成一定的影响力。通过“艺就业”微信公众平台等新媒体向毕业生精准推送岗位信息，共发布 1000 余条招聘信息。疫情期间开展 31 场线上校园宣讲会，鼓励各方用人单位通过网络平台开展线上宣讲、远程面试等形式进行校园招聘，通过网络开展就业工作，提高招聘成功率。鼓励毕业生多种形式就业；加强就业服务信息化水平，优化毕业生线上线下招聘服务。

3、积极落实书记院长“访企拓岗促就业”专项行动。贯彻党中央国务院决策部署、落实教育部“高校书记校长访企拓岗促就业专项行动”要求、推动毕业生就业为目的，出台《中央美术学院关于开展全校访企拓岗促就业专项行动的实施方案》。疫情当前积极创新，发挥美院专业特色，将美院举办毕业展的传统与社会大众喜闻乐见的网络直播形式相结合，策划“访企拓岗促就业、院长带你云看展”系列直播活动，邀请企业线上观展、选拔人才。通过“云游毕业展+用人单位访谈”的形式，向 200 余家受邀用人单位及社会大众讲解本次毕业展优秀作品、推介学校毕业生，打造美院毕业季活动品牌。直播活动通过央视频、央

视文艺、新京报、抖音、小红书五平台同步直播呈现，三天合计播出 18 小时，累计总观看量达 202.85 万人次，引起社会的广泛关注。新京报对此次直播活动进行了专题新闻报道，腾讯、搜狐、新浪、澎湃新闻、凤凰新闻、今日头条等 30 余家主流媒体转发报道。

4、服务领航，做好“就业育人”。开拓疫情期间线上就业手续办理渠道，保障就业咨询服务不断线。提升就业创业指导水平，“艺就业就业指导生涯规划室”持续开展生涯规划指导。结合毕业生居家线上学习现状，我校“中央美院学生工作”公众号推出系列采访文章，深度挖掘优秀毕业生代表到西部基层就业、自主创业的心路等历程，文章平均阅读量 3000+，最高阅读量 5000+，在学生群体中取得了热烈的反响。各院系组织开展线上交流活动，邀请优秀校友与在校生交流，传授考研、出国、就业创业相关经验。以多种形式引导学生树立正确择业观，在就业创业中实现人生价值。

三、大力推动创新创业教育，促进学生开展创新实践

1、持续打造大学生创新创业训练计划，调动学生创新创业热情。入选学生项目可获得“1+3+X”三段式资金扶持。模式采用校内+校外联合导师制，进行全程培育指导。共吸引来自各院系 60 支团队，覆盖所有学院（含中法学院）、本硕博各学历阶段学生，是流量较高的校园活动，具有广泛的社会影响力。

2、深化赛事孵化机制。以赛促创，专创融合。联合 41 所高校、10 家知名企业，举办全国艺术类大学生产业命题创新就业大赛，共吸引 132 所高校，5600 人次参赛，发放就业录用权益 117 个，形成卓有成效的创新就业品牌活动。校级大学生创新创业大赛作为最主要的实训赛事活动已持续成功举办 13 届，通过系列赛事对具有创业潜力项目的针对性指导，成功孵化出诸多优秀创新创业项目。

3、健全人才培养机制。创新创业教育中心开设《创新精神与创业基础》等课程 3 门，连续举办创赛 13 届，培养学生创新精神与创业能力，累计资助学生创新团队 200 余个，孵化出“涂思美育”、“超级植物”等优质创意公司。

4、催生教育成果转化。我校在近两年互联网+、挑战杯两项国家赛事中成果显著，共获得金奖 12 项，银奖 13 项，铜奖 28 项。其中，22 年挑战杯赛事斩获 6 金 7 银 5 铜，我校以 640 分力压北京顶尖综合类院校首捧“优胜杯”，在 100 余所高校中排名 17，取得重大

突破。

5、吸引社会资源助力。累计吸引包含校友创业企业在内的社会捐赠资金 170 万，意向资金 160 万，形成良好的可持续发展能力。

四、强化资源整合，搭建能力素质提升平台

1、加强就业指导名师工作室建设，做好个性化就业指导服务。中央美术学院“艺就业”生涯规划与就业指导工作室成立于 2013 年，经过 8 年发展，工作室形成“1+1”特色指导模式，为全校学生提供针对性的就业指导咨询工作。围绕大学生自我认知、职业认知、职业价值观、职业能力提高等内容进行专项推进，取得显著成效。2021 年，我校“艺就业”工作室入选北京市 16 所“市级就业指导名师工作室”，是唯一一所获此荣誉的艺术类院校。2022 年，就业中心依托“艺就业”生涯规划和就业指导工作室，全面开展深度生涯规划指导和就业咨询，提升毕业生求职创业综合能力。

2、开展校企融合创新活动，推进产教融合创新。

依托中央美术学院是教育部文旅艺术行业就业创业指导委员会主任委员单位的平台，创新创业教育中心联合 41 所高校、10 家知名企业，共同举办 2022 年全国艺术类大学生产业命题创新就业大赛，创新赛事组织形式，以企业命题、学生答题、企业选拔人才的方式，共吸引 2500 人参赛，覆盖了 26 个省份 132 所高校、本硕博全学历层。本次大赛以赛事命题为基点，尝试“赛事+思政”的创新模式。学校与在学生群体中有较大影响力的泡泡玛特、字节跳动等公司共同拟定了关于学生思政教育的命题，推出“传统文化和非遗文化 IP 在乡村振兴中的传承与创新”、“潮流文化在党建文化中的融合与创新”等符合国家发展需求、紧跟时代热点的命题内容，探索艺术介入乡村振兴、红色教育的新模式，推进赛事思政与新文科、新艺科建设协同发展。

五、反馈与建议

新冠肺炎疫情发生以来，全球经济下行，世界正面临百年未有之大变局，毕业生就业的形势严峻复杂。党的二十大明确指出：“人才是第一资源，实施就业优先战略，强化就业优先政策，健全就业促进机制，促进高质量充分就业”。促进高校毕业生就业工作发展，

既要牢牢扭住实现更加充分更高质量就业的工作目标。又要清晰指明实现更加充分更高质量就业的基本路径。

目前美术院校毕业生的就业工作面临内外双重的困难和挑战，如何提升就业质量需要进一步思考对策，努力攻克：一是如何保持毕业去向落实率的稳定和逐步提升。目前受到疫情和经济下行形势影响，企业招聘需求大大缩减，岗位拓展较往年更加困难。保证绝大部分毕业生毕业后能尽快落实就业，是就业质量提升的首要任务。二是如何促进美术院校毕业生就业结构更加优化。根据就业调查显示，中央美术学院 2022 届灵活就业毕业生有 594 人，占毕业生总数的 46.37%。灵活就业比例高，但职业不稳定是美术院校毕业生就业的显著特点。三是如何提升学校就业指导服务能力，深入剖析艺术行业趋势和美术院校毕业生就业意愿，转变毕业生就业观念，提升就业服务的有效性。

（一）实施就业质量提升工程，实现就业育人全面赋能

针对以上问题，就业工作需抓住全过程育人的最终环节，以毕业年级为核心，深入推进涵盖就业岗位信息搜集发布、就业实习实训平台搭建、就业课程体系建设与典型案例挖掘、组织校企对接与供需见面活动、就业困难群体帮扶、教育部全国文旅艺就指委建设等工作重点在内的就业质量提升工程。

拓展岗位来源，推动“就业四季”工作有序开展。抓住“开学季”“招聘季”“毕业季”“后毕业季”四个重要工作节点，打造品牌项目，提升价值引领的实效。在“开学季”做好生涯规划引导和就业动员。在“金三银四”“金九银十”的校园招聘季，积极引企入校，千方百计拓展岗位信息来源。打造“艺就业”网络媒体矩阵，为美院毕业生量身定制美术类招聘信息发布门户。

把就业教育、就业引导全面纳入大学生思想政治教育体系。要筑牢第一课堂主阵地，从深入推动学校教育教学改革的角度，完善就业创业课程体系，要注重思想引领，融入价值观教育。引导学生关注社会发展，正确认识国家前途命运。同时，让学生意识到就业形势的复杂严峻，从而树立正确的就业观念，积极就业。依托新生入学教育、就业指导课、就业创业指导讲座等一系列生涯规划课程，帮助同学们树立正确的成长观，聚焦自己的职业目标，做好职业规划，系好大学阶段“第一颗纽扣”。

鼓励毕业生将个人成长融入到国家发展的进程中。就业创业指导要融入世情国情教育，

讲好中国故事，开展以“成才观、职业观、就业观”为核心的就业主题教育活动，通过政策形势讲座、榜样示范引领等形式，激励大学生围绕国家发展大局进行职业选择。积极引导发挥专业所长，响应国家“加大高校毕业生补充教师队伍力度”的号召，鼓励学生参与各地高校、科研院所、中小学等教师招聘工作；聚力服务脱贫攻坚和乡村振兴战略，引导毕业生到中西部地区、到现代农业、社会公共服务等领域就业创业；打响“携笔从戎，丹青报国”的口号，鼓励学生应征入伍。

打造一支全员参与的就业导师队伍。要发挥人才资源优势，努力打造包含就业创业专职教师、思想政治理论课教师、院系一线辅导员、班主任、各专业教师、企业导师、创业导师、杰出校友在内的多层次校内外复合型师资队伍。鼓励各院系充分调动行业资源，把行业知名团队、艺术家引入工作室，搭建优质人才直通行业的桥梁。邀请知名艺术家、策展人、美术馆长和画廊主为学生们提供就业机会，构建青年艺术家成长机制。形成学校全员抓就业、促就业，校内外优势资源共同发力的良好氛围。

（二）打造创新创业教育特色，发挥实践育人内驱动力

调查结果表明，用人单位认为最有益于毕业生职业发展的前两项学校经历是：“实习实践活动”、“社会活动”。本科生最需要学校提供的服务是“就业实习/实践”。有效的社会实践、创新实践是培养大学生知行合一、以知促行、以行求知的催化剂。中央美术学院历来有重视实践的传统，在后疫情时代，学校需以深化创新创业教育改革为突破口，依托全校学科优势和学术积淀，将学生创新实践能力的培养与专业教育充分结合，将实践育人教育贯穿人才培养全过程。

强化资源整合，建设校企合作“立交桥”。学校要在自身专业设置与社会需求之间寻找人才培养与输送的立足点，并形成对学校教育教学工作的反馈。继续吸引社会资源，通过开展就业创业体验周、校企开放日等活动，结合产业业态、联合企业开设就业工作坊等。聘请知名学者、企业家、风险投资人等担任校外创新创业导师，不断拓展创新创业导师库。定期组织“创新创业训练营”，邀请企业有关专家开展创新课堂、项目辅导、企业专家问诊等创新创业讲座、沙龙活动，指导和帮助学生创新创业项目培育孵化。

深化专创融合，改革创新创业培养方式。要推动创新创业教育、思想政治教育与专业教学的融合发展。不断优化大学生创新创业训练计划培育方式，构建“1+3+X”扶持模式。



开展学科竞赛支持计划，大力支持学生参与创新创业训练和比赛。打造“创新意识培养—创新实践指导—创业孵化支持”三段式产创融合型创新创业培育模式，现以赛促练、以赛促创，持续提升大学生创新创业能力。

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

附表

附表1 2022届毕业生就业基本情况

内容	总体	本科生	研究生
1.毕业生规模	1281 人	807 人	474 人
2.毕业去向落实率 (截至 2022 年 10 月 31 日)	92.04%	93.18%	90.08%
3.就业比例	70.49% (903 人)	61.96% (500 人)	85.02% (403 人)
4.升学率 (含国内升学和出国出境)	21.55% (276 人)	31.23% (252 人)	5.06% (24 人)
5.主要就业地区	北京 (41.51%)	北京 (35.14%)	北京 (49.38%)
6.主要就业单位性质	事业单位 (36.33%)	其他企业 (56.82%)	事业单位 (50.25%)
7.主要就业单位行业	教育业 (35.10%)	信息传输、软件和信息技术服务业 (38.95%)	教育业 (47.83%)

附表 2 2022 届毕业生就业创业状况调查情况

内容	总体	本科生	研究生	
求职过程	1.简历/面试机会/录用通知数量	9.62 份/3.41 次/1.66 个	10.39 份/2.89 次/1.58 个	9.17 份/3.71 次/1.71 个
	2.求职周期	3.54 个月	3.10 个月	3.81 个月
	3.求职花费	2219.71 元	1337.55 元	2559.00 元
就业质量	5.就业满意度	84.11%	90.24%	80.30%
	6.专业相关度	83.18%	70.73%	90.91%
	7.期望年薪/落实年薪	17.59 万元/14.42 万元	14.51 万元/14.06 万元	19.36 万元/14.66 万元
	8.社会保障	有五险：98.00%	有五险：100.00%	有五险：96.88%
		有公积金：97.00%	有公积金：97.22%	有公积金：96.88%
	9.工作与预期吻合度	89.72%	92.68%	87.88%
10.工作发展路径清晰度	82.00%	86.11%	79.69%	
11.预期工作稳定性	5 年及以上：38.00%	1—3 年（含 1 年）：63.89%	5 年及以上：53.13%	
专业培养及就业创业教育服务	12.对本专业的喜欢程度	80.89%	75.44%	93.87%
	13.从事与本专业相关工作的意愿	80.61%	75.25%	93.40%
	14.对专业课程设置满意度	74.34%	71.68%	80.66%
	15.对专业教师授课水平满意度	85.08%	83.36%	89.15%
	16.对研究生培养质量的满意度	/	/	81.13%

内容	总体	本科生	研究生
17.对导师的满意度	/	/	96.70%
18.最满意的就业服务	签约手续、就业派遣等服务： 90.48%	困难帮扶： 87.84%	困难帮扶： 96.43%
19.最满意的创业服务	创业计划大赛：91.23%	创业计划大赛：90.24%	创业相关讲座等3项：100.00%