

四川美术学院 2019 届毕业生 就业质量年度报告

四川美术学院

2019 年 12 月

前 言

四川美术学院坚持“以人民为中心”的创作导向，凝练并形成了“为民、致远、有容、出新”的办学理念，坚持“德艺双馨的高素质、创新性、实践型艺术人才”培养目标，深化教育教学改革，创新人才培养模式，切实提升人才培养质量，从根本上提高毕业生就业、创业核心竞争力。同时，积极拓展毕业生就业渠道，大力开展大学生创新创业教育及实践，提升就业创业教育、管理、服务水平，实现毕业生充分就业、高质量就业目标。

目 录

一、2019 届毕业生基本情况	1
1、毕业生规模.....	1
2、毕业生生源结构.....	4
3、毕业生性别结构.....	5
4、毕业生就业情况.....	6
5、毕业生就业单位性质.....	7
6、毕业生就业地域分布（不含升学、出国）.....	8
二、毕业生就业状况分析报告	10
1、同质问题对比统计.....	10
2、就业信息分析.....	12
3、自主创业学生的原因分析.....	13
4、自由职业方式及原因分析.....	14
5、用人单位对学校意见反馈.....	15
三、就业创业工作主要特色	16
1、创业教育及实践体系更加完善.....	16
2、就业信息更加丰富.....	17
3、就业服务更加优化.....	17

一、2019 届毕业生基本情况

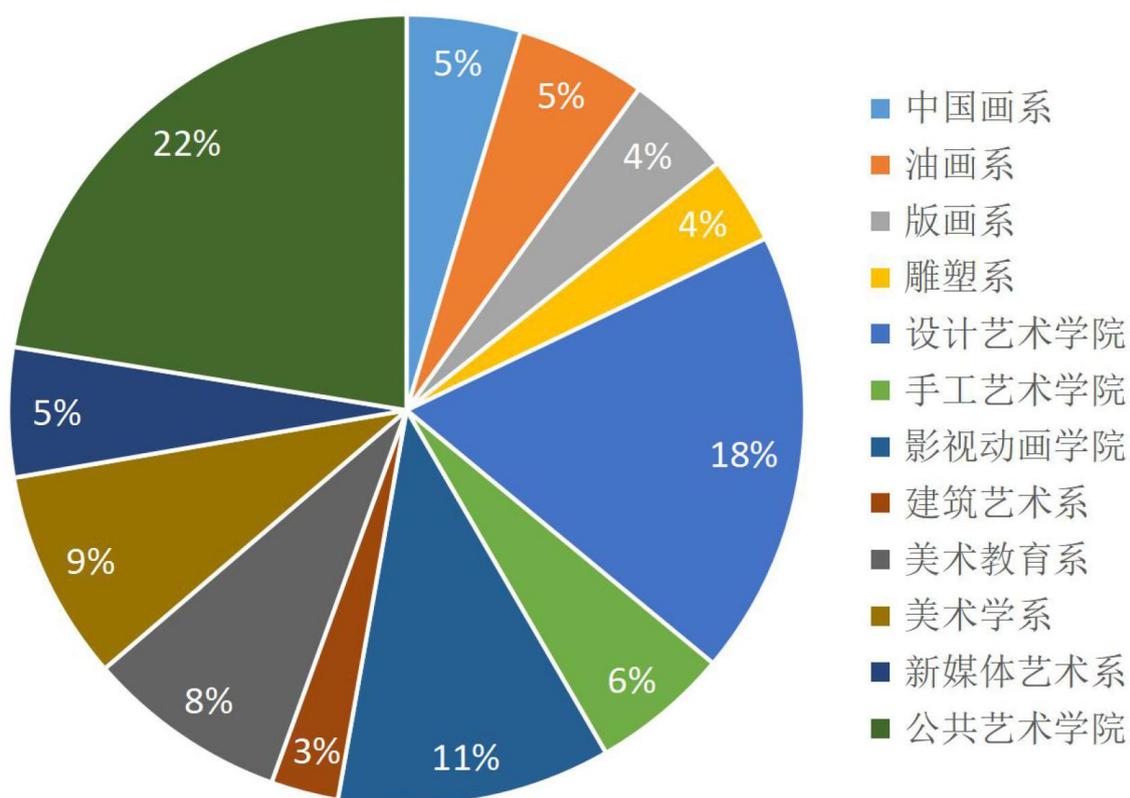
1、毕业生规模

院系	专业方向	本科生	研究生	合计
中国画系	中国画	47	28	98
	书法	23		
	合计	70		
油画系	油画	64	48	112
版画系	版画艺术	42	16	92
	版画与印刷设计	34		
	合计	76		
雕塑系	雕塑艺术	62	14	76
设计艺术学院	产品设计	27	78	385
	工业设计	26		
	服装与服饰设计	53		
	环境设计	86		
	视觉传达设计	32		
	数字媒体艺术	27		
	设计策划与管理	31		
	设计史论	25		
	合计	307		
手工艺术学院	工艺美术	82	17	119
	漆画	20		
	合计	102		

影视动画学院	动漫产品设计	35	14	235
	互动媒体设计	30		
	影视动画艺术	71		
	影视动画编导	26		
	戏剧影视美术设计	27		
	影视制作艺术	32		
	合计	221		
建筑艺术系	风景园林	23	11	58
	建筑设计	24		
	合计	47		
美术教育系	室内外空间拓展设计	27	14	173
	水彩画	26		
	综合艺术	29		
	美术教育	27		
	平面设计	50		
	合计	159		
美术学系	美术史论	28	99	182
	艺术策理与管理	26		
	艺术与文化遗产	29		
	合计	83		
新媒体艺术系	新媒体艺术	48	4	112
	图片摄影	32		
	影视摄影	28		
	合计	108		
公共艺术学院	出版媒介设计	55	1	475
	公共艺术	73		
	会展艺术设计	28		
	照明艺术设计	28		

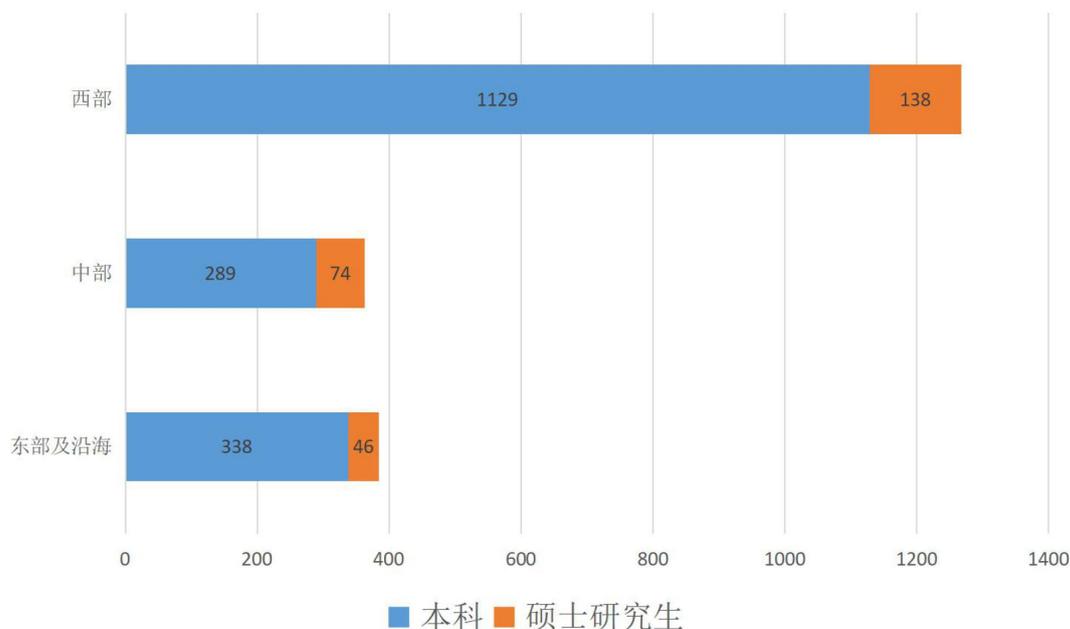
	景观艺术	55		
	装饰艺术	29		
	壁画艺术	48		
	综合绘画	40		
	商业插画	30		
	游戏设计	62		
	会展策划与管理	26		
	合计	474		

2019 届共有毕业生 2014 人；其中本科生 1756；硕士研究生 258 人。各院系分专业、分学历毕业生人数如下表：



2、毕业生生源结构

分布	本科	人数	比例	硕士研究生	人数	比例
东部及沿海	广东：80 山东：45 河北：58 江苏：45 福建：27 浙江：38 黑龙江：10 辽宁：15 吉林：7 天津：4 北京：6 海南：3 上海：0	338	19.24%	山东：6 江苏：10 黑龙江：4 河北：12 广东：6 辽宁：4 福建：1 吉林：1 浙江：2 北京：0 上海：0 海南：1	46	17.82%
中部	湖南：79 河南：48 山西：38 湖北：24 安徽：39 广西：28 江西：26 内蒙古：7	289	16.45%	湖南：18 河南：20 湖北：5 山西：21 江西：4 安徽：2 广西：2 内蒙古：2	74	28.68%
西部	重庆：775 四川：234 甘肃：18 云南：32 贵州：26 陕西：9 新疆：18 宁夏：12 青海：3 西藏：2	1129	64.29%	重庆：70 四川：40 贵州：5 云南：7 甘肃：5 宁夏：1 新疆：8 青海：1 陕西：1	138	53.48%



与 2018 届相比，2019 届本科生东部及沿海生源下降了 6.1%，中部生源下降了 3.47%，西部生源增加了 9.57%；研究生东部及沿海生源下降了 0.68%，中部生源下降了 1.27%，西部生源增加了 1.95%。2019 届本科毕业生招生生源前五名的地区分别是：重庆市：775 人，四川省：234 人，广东省：80 人，湖南省：79 人，河北省：58 人；2019 届毕业研究生招生生源前五名的地区分别是：重庆市：70 人，四川省：40 人，山西省：21 人，湖南省：18 人，河北省：12 人。

性别	本科		硕士研究生	
	人数	比例	人数	比例
男	478	27.22%	89	34.49%
女	1278	72.78%	169	65.51%

3、毕业生性别结构

较之 2018 届，2019 届本科毕业生、毕业研究生女生比例均有一定程度增加，本科毕业生女生增加了 1.27%，毕业研究生女生增加了 1.29%。

4、毕业生就业情况

截至 2019 年 12 月,研究生就业率 90.7%,本科生就业率 87.07%,与 2018 届基本持平。从总体上看,我校毕业生就业呈现如下特点:

一是系科专业特点造成就业选择方式不一。传统绘画学科毕业生以职业艺术家为主要导向,主要集中在自由职业方面;而设计学科因为有着广泛的用人市场,较多选择签约等就业方式。

二是自主创业和自由职业成为主要的就业趋势。随着党和国家及其我校高度重视大学生自主创业工作,为想创业的学生提供了较好的创业条件,通过注册公司、成立工作室等方式,选择自主创业和自由职业的学生成为就业趋势。

三是 2019 届本科生毕业生选择升学、出国等继续学习的同学较多,突破 10%,保持稳定趋势,达到 10.76%。较多学生把升学、出国等进一步提升自己作为毕业时的重要选择。待就业毕业生以及毕业年度升学、出国未成功的毕业生,绝大多数的意愿是再做一年的努力。

四是就业选择的滞后性。一部分毕业生选择“慢就业”,学校进一步加强毕业离校待就业的毕业生后续服务工作。

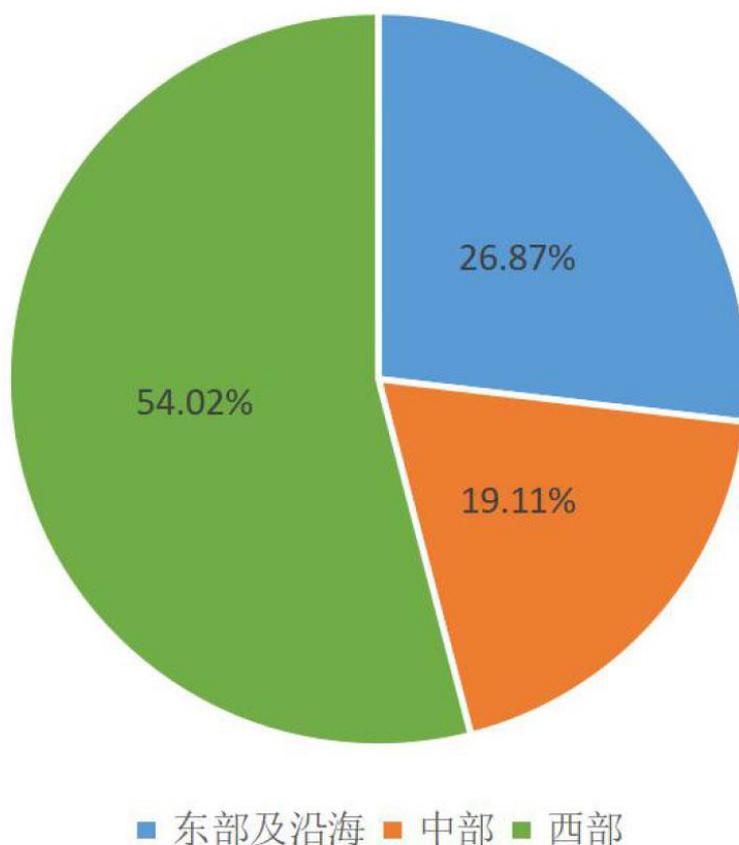
5、毕业生就业单位性质

就业性质	2018 届		2019 届	
	人数	比例	人数	比例
机关	11	0.5%	19	0.94%
事业单位	82	3.78%	41	2.03%
国有、三资企业	74	3.41%	39	1.93%
非公有制企业	548	25.32%	328	16.28%
部队	2	0.09%	0	0
地方基层项目	2	0.09%	6	0.29%
自主创业	223	10.6%	98	4.86%
升学	165	7.62%	124	6.15%
出国	49	2.26%	66	3.29%

从总体上看，我校毕业生签约的主要单位是非公有制企业。随着非公有制企业在国家经济发展中发挥越来越重要的作用，尤其是在适应我校艺术类毕业生的文化创意产业中，非公有制企业成为我校毕业生主要流向的用人市场。事业单位主要集中在学校。随着学校对基层就业工作的力度的加大，2019 届毕业生到地方基层项目就业的人数和比例有大幅度的提升。随着“大众创业，万众创新”的持续推进和我校大学生创新创业教育实践工作的深入开展，我校毕业生自主创业更加理性，比例保持在 5%左右。同时，升学、出国比例继续保持在 10%以上。

6、毕业生就业地域分布（不含升学、出国）

就业地域	省份分布	人数	比例
东部及沿海	广东：149 山东：83 浙江：49 江苏：53 福建：32 河北：74 黑龙江：19 辽宁：17 北京：17 上海：3 天津：7 吉林：14 海南：6	526	26.87%
中部	河南：61 湖南：123 山西：58 广西：41 湖北：33 江西：20 安徽：33 内蒙古：5	374	19.11%
西部	重庆：627 四川：286 云南：35 贵州：39 甘肃：31 宁夏：13 陕西：4 青海：3 新疆：18 西藏：1	1057	54.02%



随着西部大开发持续推进，我校毕业生选择留在西部就业比例大幅度增加，选择东部及沿海地区的毕业生比例比 2018 届下降了 14.67%，西部地区就业的毕业生比例增加了 32.82%。从全国范围看，毕业生就业地域排名前 5 的地域是：重庆市：627 人，四川省：286 人，广东省：149 人，湖南：123 人，山东：83 人。

对比生源和就业两个维度，说明重庆对人才的聚集度和吸引力最高，处于人才净流入，重庆的人才红利有效的助推了经济、社会发展速度和水平，也说明重庆加大留渝毕业生就业的政策红利和教育引导力度是有效的。广东、北京、上海等经济发达区域也处于人才净流入状态，也从一个侧面印证了我校毕业生具有较强的就业核心竞争力。

二、毕业生就业状况分析报告

为做好 2019 届毕业生就业状况分析，我校针对全体毕业生开展了全覆盖的就业状况问卷调查。针对初次就业收入、对所学专业的认同度、学校课程设置对就业影响度、教师对个人发展的影响度、学校服务工作对就业的帮助度、专业与就业的匹配度和对首次就业的满意度等开展了问卷调查。同时，通过专场招聘会、双选会及毕业生追踪调查，我校对用人单位进行了抽样调查。

1、同质问题对比统计

一级指标	二级指标	签约 百分比	自主创业 百分比	自由职业 百分比	其他就业（升学、 出国等）百分比
收入情况	——0.3 万元	13	28.3	36.8	
	0.3—0.5 万元	33	40	41	
	0.5 万元—	54	32.6	22.2	
所学专业的 认同度	认同	67.9	83.3	63	66.6
	一般	28.4	15	34.4	32.4
	不认同	3.7	1.7	2.5	1
学校课程设 置对就业影 响度	大	46.3	61.7	39	41.5
	一般	43.5	35	51.5	51.4
	较小	10.2	3.3	9.5	7.1
教师对个人 发展影响度	大	56.2	71.7	50.1	52.9
	一般	36.7	26.7	43.7	41.5
	较小	7.1	1.7	6.2	5.6
就业服务的 帮助度	满意	43.2	53.3	34.4	35.7
	基本满意	50.9	43.3	57.4	58.2
	不满意	5.9	3.3	8.1	6.1

专业与职业 期待的匹配 度	匹配	54.6	51.7	36.9	41
	一般	38.3	41.7	51.9	48.9
	不匹配	7.1	6.7	11.2	10
对就业状况 满意度	满意	56.8	50	30.3	34.4
	基本满意	39.8	43.3	62.2	56.7
	不满意	3.4	6.7	7.4	8.9

较之 2018 届,从收入情况来看,2019 届签约毕业生,月收入 3000 元以上从 80.3%上升到 87%,增幅达 8.34%,自主创业月收入 3000 元以上从 63%上升到 72.7%,增幅达 15.39%;自由职业月收入 3000 元以上从 63.6%下降到 63.2%,降幅达 0.62%。

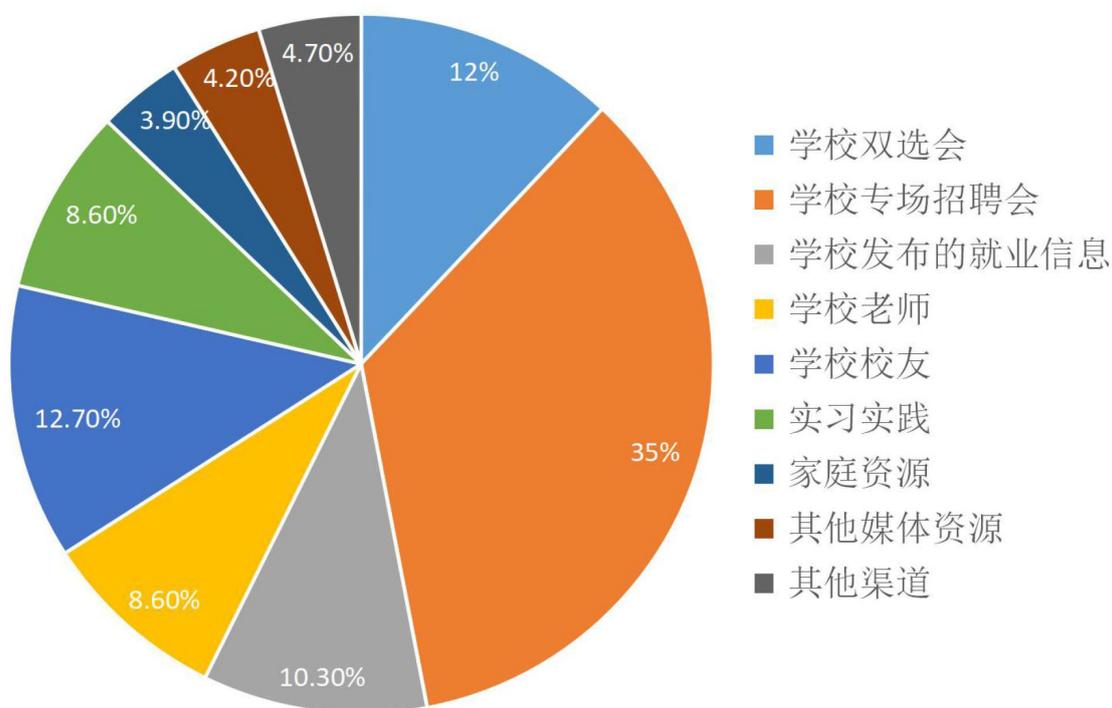
从就业服务的满意度看,基本满意比例与 2018 届基本持平略有小幅度下降。签约毕业生从 94.2%下降到 94.1%,降幅达 0.1%;自主创业毕业生从 98.3%下降到 96.7%,降幅达 1.62%;自由职业毕业生从 93.3%下降到 91.9%,降幅达 1.5%;升学、出国毕业生从 94.4%下降到 93.9%,降幅达 0.52%。

从专业与职业的匹配度来看,各类形势就业的毕业生专业匹配度均与 2018 届基本持平,由此反馈出我校人才培养质量进一步保持稳定。从对首次就业状况满意度来看,2019 届毕业生就业满意度与 2018 届基本持平。

从统计分析情况来看,我校学生普遍对专业的认同度较高。认同和一般认同的达到 96.3%以上,说明我校专业设置与市场、行业的对接得到了进一步的提升。

2、就业信息分析

项目	2018 届	2019 届	签约毕业生就业信息来源渠道	
就业信息岗位数	12119	11696	比例	
毕业生人数	2164	2014	学校双选会	12%
供需比	5.6	5.75	学校专场招聘会	35%
			学校发布的就业信息	10.3%
			学校老师	8.6%
			学校校友	12.7%
			实习实践	8.6%
			家庭资源	3.9%
			其他媒体资源	4.2%
			其他渠道	4.7%



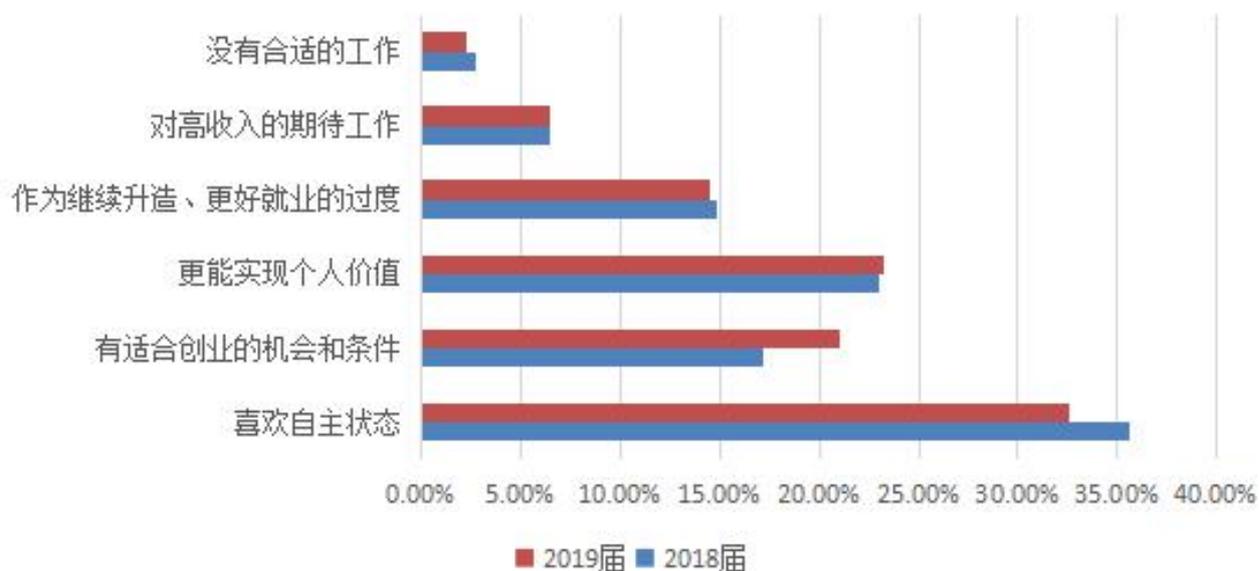
在严峻的就业形势下，2019 届毕业生就业信息供需比在 2018 届 5.6:1 的基础上，提高到 5.75:1；同时，通过学校渠道签约毕业生的比例从 75.2% 增加到 87.8%，超过 80%，增幅达 16.75%。行政楼负一

楼就业中心招聘大厅、面试室使用效益进一步提升，专场招聘会不再受场地、时间的限制，专场招聘会促进签约作用进一步提升。双选会效果得到进一步提升。学校建立了用人单位和毕业班辅导员的微信群，用人单位适时发布招聘信息，毕业班辅导员及时转发毕业生，辅导员也适时将毕业生电子求职简历发布到微信群，便于用人单位及时获取信息，解决了招聘中的毕业生和用人单位信息不对称问题。

3、自主创业学生的原因分析

选择自主创业原因	原因	2018 届	2019 届
	喜欢自主状态	35.6%	32.6%
	有适合创业的机会和条件	17.2%	21%
	更能实现个人价值	23%	23.2%
	作为继续升造、更好就业的过度	14.9%	14.5%
	对高收入的期待工作	6.5%	6.5%
	没有合适的工作	2.7%	2.2%

自主创业学生的原因分析



从自主创业学生的选择来看，喜欢自主状态成为最主要的原因，同时，把实现个人价值作为次要因素，而把对高收入的期待作为最后选项，说明我校自主创业学生的心态良好，符合大学生创业的现实需要。同时，有 2.2%的自主创业毕业生是因没有合适的工作而选择创业，学校将加强对这部分毕业生的职业生涯规划 and 后续就业帮扶。

4、自由职业方式及原因分析

	选项	2018 届	2019 届
自由职业方式	进行创作并售卖作品	11.1%	11.3%
	对外承接业务	13.6%	14.4%
	从事艺术培训	62.4%	59.1%
	参与各种机构有偿工作	13%	15.2%
选择自由职业原因	更能实现个人价值	22.4%	20.7%
	喜欢自由状态	29.3%	28.3%
	对高收入的期待	9.3%	10%
	作为继续深造、更好就业的过度	25.1%	25.5%
	无适合的工作	7.6%	7.74%
	其他	6.3%	8.1%

从事自由职业学生的方式，主要选择和自身专业紧密挂钩的行业，从事的主要是松散式的职业类别。从方式上看，具有较大的不稳定性。而在原因中，也普遍反映出美术设计类学生崇尚自由的生活态度和观念。但值得注意的是，自由职业具有不稳定性、被动性和过度性特征，学校将加强对自由职业学生的理性引导和服务工作。同时，作为继续深造、更好就业的过度和无适合的工作的两个选项合计超过 33.24%，学校将继续加强对这部分毕业生毕业后的持续就业帮扶。

5、用人单位对学校意见反馈

通过双选会、专场招聘会和到用人单位实地追踪调查以及邮件等方式，我校对 248 家用人单位进行了追踪调查，从十二个方面向用人单位征求对我校毕业生的反馈意见。其统计结果如下表：



评价项目	满意		比较满意		不满意		差	
	2018届	2019届	2018届	2019届	2018届	2019届	2018届	2019届
审美造型能力	81.9%	86.7%	16.1%	13.3%	2%			
设计创作能力	79%	85%	16.1%	15%	4.9%			
文化素质水平	63.8%	83.3%	22.8%	16.7%	13.4%			
综合实践能力	62.8%	60%	28.5%	36.6%	8%	3.4%		
组织管理能力	40.9%	71.6%	40.9%	23.4%	18.2%	5%		
自主学习能力	54.2%	88.3%	34.2%	10%	11.6%	1.7%		
创新思维能力	77.1%	68.3%	20%	30%	2.9%	1.7%		
文字表达能力	44.7%	71.6%	40%	25%	8.5%	3.4%	6.8%	
自我约束能力	52.3%	73.3%	35.2%	21.6%	8.5%	5.1%	4%	
工作态度和责任心	47.6%	78.3%	44.7%	20%	7.7%	1.7%		
发展潜能和后劲	69.5%	85%	27.6%	15%	2.9%			
总体满意度	58%	60.8%	35.2%	36%	6.8%	3.2%		

从总体上看，用人单位对我校毕业生的满意度分别为：满意 60.8%，比较满意为 36%，满意度达到 96.8%，较之 2018 届，增加了

3.6%，用人单位普遍对我校毕业生满意。当然，对我校毕业生的综合实践能力、组织管理能力、文字表达能力、自我约束能力还有待提升。学校将在教育教学、日常管理中进一步加强对这些方面素质的提升。

三、就业创业工作主要特色

2019 届毕业生就业创业工作主要特色体现在：创业教育及实践更加完善、就业信息更加丰富、就业服务更加优化三个方面。

1、创业教育及实践体系更加完善

形成了本科生研究生全覆盖、创业教育内容完善的良好局面。在创新创业教育及实践常态化基础上，大学生创新创业教育实现“三化”即国际化、中国本土化、校本特色化。

四川美术学院在创新创业必修课基础上，通过“五个一”，推动创新创业教育及实践常态化，即一个融入：实现创新创业教育与人才培养深度融入开设了创新创业工坊；一周一讲：创艺创美大讲堂每周一讲；一月一问：创业导师问诊一月一问；一期两班：创新创业实验班每期两班；一年一赛：创新创业大赛每年一次。

四川美术学院引进、借鉴、吸收哈佛大学、斯坦福大学创新创业教育内容和方法，构建了一套国际化的创新创业实验班体系；授课老师三次原文阅读《毛泽东选集》和《毛泽东诗词鉴赏》，系统原文阅读《十三经注疏》，开设《阅读经典 创业人生——〈毛泽东诗词鉴赏〉篇》、《阅读经典 创业人生——〈论语〉篇》，致力于推进大学生创新创业中国本土化；引进设计思维“共情、定义、构想、原型、测试”环节，专业教师开设创新创业教育与专业教育融合的创新创业工坊，致力于推进创新创业教育校本特色化。

创业典型团队持续涌现，在带动就业、提高营业额、缴纳税利、

创业大赛等方面都取得了良好的成绩。其中，胡楚靛服饰品牌全年营业额达到 6600 万元左右。2019 年新孵化创业团队 36 个，成功孵化微型企业 8 个。截至 2019 年 12 月，我校大学生文化创意微型企业园成功孵化了微型企业 221 家。同时，成功申报国家级创新计划 6 项，市级项目 24 项。

2、就业信息更加丰富

在严峻的就业形势下，2019 届毕业生就业信息供需比在 2018 届 5.6:1 的基础上，提高到 5.75:1；同时，通过学校渠道签约毕业生的比例从 75.2%增加到 87.8%，超过 80%，增幅达 16.75%。行政楼负一楼就业中心招聘大厅、面试室使用效益进一步提升，专场招聘会不再受场地、时间的限制，专场招聘会促进签约作用进一步提升。双选会效果得到进一步提升。学校建立了用人单位和毕业班辅导员的微信群，用人单位适时发布招聘信息，毕业班辅导员及时转发毕业生，辅导员也适时将毕业生电子求职简历发布到微信群，便于用人单位及时获取信息，解决了招聘中的信息不对称问题。

3、就业服务更加优化

在就业服务方面，学校坚持“以毕业生为中心”的指导思想。做到了 2019 届毕业生问卷调查全覆盖。对于待就业毕业生，坚持离校不离线，继续为毕业生提供就业指导和就业信息。辅导员对毕业生就业推荐表、三方协议书在可能情况下，采取快递方式送达毕业生。对毕业生调整改派，启动学校代办绿色通道，学生通过电话、网络方式联系学校，学校予以代办并以快递方式将报到证送达毕业生，大大节约了毕业生时间和经济成本，受到毕业生和家长一致好评。