

三、就业质量评价与反馈

(一) 就业市场分析

1. 总体需求情况

2015年,我国文化产业继续保持了积极向好的发展态势,同时,“互联网+”首次在今年的两会中亮相,为文化产业的发展开拓了更广阔的空间。政策利好直接拉动产业发展,产业发展需要大量的专业人才。

面向2015届毕业生,学校就业创业指导中心共收集发布了1178家用人单位的1484条需求信息、51695个岗位需求,总体供需比达到1:14.27,较2014年同期1:8.26的比例有大幅提升。其中,52.29%的需求单位为传媒行业及相关工作,与去年同期相比也略有上升。2015年需求较好的专业有新闻传播、播音主持、理工科、广告等专业类别。共有8家中央级媒体及频道、30家省级媒体、29家地市级媒体面向学校发布了实习和招聘信息。

与此同时,学校就业创业指导中心组织校级专场招聘活动68场,提供招聘岗位约3500个。其中,为各级媒体单位组织专场招聘活动37场,为各高等院校组织专场招聘活动2场,为各类企业组织专场招聘活动29场。2015年3月25日,由学校就业创业指导中心与朝阳区人力资源和社会保障局、朝阳区委宣传部联合举办的“朝阳区2015年文化创意类双选会中国传媒大学专场”在中国传媒大学体育馆举行,中国网络电视台、凤凰网、时尚传媒、英皇文化等108家知名文化创意企业现场招聘,为毕业生提供了1500个岗位需求。学部(院)承办专场招聘活动近60场,提供招聘岗位1000余个;举办中型双选会两场,参会单位合计70余家,提供招聘岗位500余个。

2. 需求信息行业分布

以1484条需求信息为样本,将用人单位分为如下19种行业门类:文化、

体育和娱乐业占 55.26% (820 条), 信息传输、软件和信息技术服务业占 11.05% (164 条), 租赁和商务服务业占 6.60% (98 条), 金融业占 5.53% (82 条), 制造业占 5.46% (81 条), 教育业占 5.32% (79 条), 批发和零售业占 1.89% (28 条), 交通运输、仓储和邮政业占 1.68% (25 条), 居民服务、修理和其他服务业占 1.48% (22 条), 公共管理、社会保障和社会组织占 1.35% (20 条), 房地产业占 1.28% (19 条), 科学研究和技术服务业占 0.74% (11 条), 电力、热力、燃气及水生产和供应业占 0.67% (10 条), 水利、环境和公共设施管理业占 0.61% (9 条), 住宿和餐饮业占 0.34% (5 条), 卫生和社会工作占 0.27% (4 条), 农、林、牧、渔业占 0.27% (4 条), 建筑业占 0.13% (2 条), 军队占 0.07% (1 条)。

可以看到,文化、体育和娱乐业单位发布的需求信息在比例上占有绝对优势,细分来看,这些单位绝大多数是传媒类单位。由此可见,传媒行业仍是我校毕业生就业的主要市场。这高度契合学校的办学发展定位,充分践行了学校与传媒市场的“供需对接”。根据传媒行业单位类别的不同,各领域单位提供的需求信息数量情况如下:

表 6 中国传媒大学 2015 届毕业生传媒类单位不同领域需求信息数量统计

传媒类单位领域	需求信息数量	所占比例
文化娱乐	425	51.83%
网络新媒体	181	22.07%
广播电视	111	13.54%
平面媒体	52	6.34%
出版发行	36	4.39%
其他	15	1.83%
总计	820	100.00%

上述单位共提供了 13292 个岗位需求，其岗位数量统计如下：

表 7 中国传媒大学 2015 届毕业生传媒类单位不同领域需求岗位数量统计

传媒类单位领域	岗位数量	所占比例
文化娱乐	7272	54.71%
广播电视	2796	21.04%
网络新媒体	2202	16.57%
平面媒体	485	3.65%
出版发行	353	2.66%
其他	184	1.38%
总计	13292	100.00%

综合上述需求信息占比和岗位数量占比，可以得到如下图表：

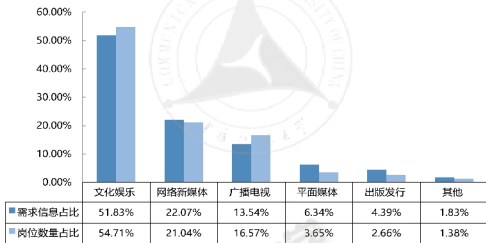


图 32 中国传媒大学 2015 届毕业生传媒类单位需求情况对比

将广播电视、出版发行、平面媒体单位归为传统传媒类单位，将文化娱乐、网络新媒体和其他相关单位归为新兴传媒类单位。对上述两类单位所提供的岗位数量进行统计，传统传媒单位提供的岗位数量为 3634 个，而新兴传媒类单位提供的岗位数量为 9658，分别占比 27.34%与 72.66%，可见，新兴传媒类单位为毕业生提供了更多的就业机会。

在文化产业不断发展的背景下，传统传媒单位的岗位提供比例在逐渐减小，众多新媒体和越来越多从传统媒体衍生出来、服务于媒体行业的传媒单位在崛起壮大，这些传媒单位为毕业生提供了大量的工作岗位。2014-2015 学年，以内容制作、技术研发、信息咨询、广告公关为代表的新兴传媒类用人单位所需岗位数量在全部需求中所占比例约为 72.52%，相较于 2013-2014 学年提升了 3.22 个百分点。

3. 需求单位地区分布

对上述 1178 家用人单位按所属省级行政单位进行统计，数量排名前五位省级行政单位分别为北京（890 家用人单位，占 75.55%），广东（63 家用人单位，占 5.35%），上海（28 家用人单位，占 2.38%），山东（24 家用人单位，占 2.04%），江苏（20 家用人单位，占 1.70%），各省级行政单位的需求单位数量统计如下：

表 8 中国传媒大学 2015 届毕业生需求单位地区分布

排名	省级行政单位	计数	占比	排名	省级行政单位	计数	占比
1	北京	890	75.55%	17	陕西	5	0.42%
2	广东	63	5.35%	18	贵州	4	0.34%
3	上海	28	2.38%	18	重庆	4	0.34%
4	山东	24	2.04%	18	内蒙古	4	0.34%
5	江苏	20	1.70%	21	吉林	3	0.25%
6	浙江	19	1.61%	21	安徽	3	0.25%
7	福建	17	1.44%	21	广西	3	0.25%
8	湖北	13	1.10%	21	西藏	3	0.25%
9	湖南	12	1.02%	21	江西	3	0.25%
10	四川	10	0.85%	26	云南	2	0.17%
11	河北	8	0.68%	26	黑龙江	2	0.17%
11	辽宁	8	0.68%	26	新疆	2	0.17%
13	天津	7	0.59%	29	宁夏	1	0.08%
14	山西	6	0.51%	29	香港	1	0.08%
14	海南	6	0.51%	29	澳门	1	0.08%
14	河南	6	0.51%		总计	1178	100.00%

按所属地理区域进行统计,北京地区的单位占 75.55% (890 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 16.47% (194 家),其他地区的单位占 7.98% (94 家)。整体来看,2014-2015 学年在中国传媒大学发布需求信息的用人单位中,绝大部分来自于北京及东部沿海地区。相比 2013-2014 学年,北京地区及东部沿海地区需求单位占比均有上升。

4. 需求信息岗位分布

在根据单位类别对招聘情况进行分析的基础上,本报告进一步根据岗位类别对招聘人数进行了统计,整理了用于进行岗位类别需求情况统计的有效信息 1421 条,有效岗位需求数量 35088 个。

表 9 中国传媒大学 2015 届毕业生需求信息岗位分布

排序	岗位类别	计数	比例
1	文书/管理/助理	5039	14.36%
2	网站建设/编程	4922	14.03%
3	运营/营销/推广/外联/媒介/公关	3735	10.64%
4	运维/网络建设/信息工程	2967	8.46%
5	其他	2282	6.50%
6	销售/市场/采购	1862	5.31%
7	编辑/记者	1675	4.77%
8	策划/文案	1489	4.24%
9	高校教师	1459	4.16%
10	财务/会计/经济分析师/税务	1448	4.13%
11	美术/平面/设计/二维动画	1333	3.80%
12	人力资源	1019	2.90%
13	培训讲师	729	2.08%
14	编导/导演	669	1.91%
15	外语/双语主持人	635	1.81%
16	新媒体运营	611	1.74%
17	数据分析/调研	533	1.52%
18	三维/特效/包装	513	1.46%
19	视频编辑/剪辑/后期	478	1.36%
20	法务	394	1.12%
21	主持	350	1.00%
22	摄影/摄像	267	0.76%