

中国传媒大学 2020届 毕业生就业质量报告

REPORT OF
EMPLOYMENT QUALITY 2020



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66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、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，统筹推进学校各项事业发展，学校面貌、师生风貌焕然一新。学校坚持立德树人、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，秉持“上手快、筋骨壮、后劲足”的中传特色育人模式，传承弘扬“忠诚、自信、包容、竞先”的中传文化基因，实施“五个一流”（一流生源、一流师资、一流课程、一流教材、一流毕业生）教育质量提升工程，全面提升办学水平。

受经济下行压力和新冠肺炎疫情叠加影响，2020届毕业生求职困难增多，就业形势复杂严峻。疫情发生后，中国传媒大学认真落实教育部、北京市教委关于应对新冠肺炎疫情做好毕业生就业创业工作要求，敏锐研判、及早动手、创新工作，保证就业政策不落空、就业指导不断线、就业市场不打烊、就业服务不走样，多措并举保障毕业生顺利就业。截至2020年8月31日，中国传媒大学2020届毕业生毕业去向落实率为74.87%；截至2020年10月31日，中国传媒大学2020届毕业生毕业去向落实率为80.20%。

为了全面分析总结2020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2020届毕业生就业质量报告》（以下简称“报告”），报告由“基本情况、毕业去向落实情况、信息传播领域‘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：（1）就业数据：中国传媒大学2020届毕业生就业数据（截至2020年8月31日和2020年10月31日两个时间点），主要用于毕业生毕业去向落实率、毕业去向落实结构、相关特点和趋势分析。（2）就业调查：在2020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3752份）、“求职情况调查”（有效问卷1440份）及“毕业生满意度调查”（有效问卷1440份），主要用于分析毕业生就业质量（包括竞争力、专业匹配度、就业满意度等）及对教育教学进行反馈。

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、毕业去向落实率与落实结构	2
第二部分 毕业去向落实率分析	17
一、继续深造情况	17
二、单位录用就业情况	22
三、自主创业情况	29
四、西部基层就业情况	32
五、自由职业情况	33
六、未就业毕业生情况	34
第三部分 信息传播领域“就业盘点”	36
一、投身传媒事业，唱响主流舆论时代强音	37
二、融入全媒时代，积极投身科技创新前沿	39
三、服务国民经济，信息传播助力社会治理	41
第四部分 就业质量评价与反馈	43
一、就业市场与需求情况分析	43
二、毕业生就业状况反馈	49
第五部分 就业创业特色工作	54
一、“线上+线下”，就业渠道拓展求广求准	54
二、“力度+温度”，就业指导服务求精求便	55
三、“全员+全程”，重点群体帮扶求实求深	56

图表索引

表格索引

表 1	中国传媒大学 2020 届各学历层次毕业生毕业去向落实率与落实结构（10 月）	4
表 2	中国传媒大学 2020 届各学历层次毕业生毕业去向落实率与落实结构（8 月）	4
表 3	中国传媒大学 2020 届各学院（研究生培养单位）毕业生毕业去向落实情况	6
表 4	中国传媒大学 2020 届本科毕业生分学院、分专业毕业去向落实率	7
表 5	中国传媒大学 2020 届硕士毕业生分学院（研究生培养单位）、分专业毕业去向落实情况	11
表 6	中国传媒大学 2020 届博士毕业生分学院（研究生培养单位）、分专业毕业去向落实情况	14
表 7	中国传媒大学 2020 届各学历层次男、女毕业生毕业去向落实情况	15
表 8	中国传媒大学 2020 届各学历层次少数民族毕业生毕业去向落实情况	16
表 9	中国传媒大学 2020 届各学历层次家庭经济困难毕业生毕业去向落实情况	16
表 10	中国传媒大学 2020 届本科毕业生国内升学情况统计	18
表 11	中国传媒大学 2020 届硕士毕业生国内升学情况统计	18
表 12	中国传媒大学 2020 届本科毕业生出国（境）留学人数最多的前 10 名高校	20
表 13	中国传媒大学 2020 届硕士毕业生出国（境）留学情况	20
表 14	中国传媒大学 2020 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	21
表 15	中国传媒大学 2020 届毕业生单位录用就业地区分布情况	23
表 16	中国传媒大学 2020 届毕业生国家战略领域单位录用就业情况	24
表 17	中国传媒大学 2020 届毕业生生源地区与单位录用就业地匹配情况	25
表 18	中国传媒大学 2020 届各学历层次毕业生录用单位行业分布情况	27
表 19	中国传媒大学 2020 届各学历层次毕业生录用单位性质流向情况	28
表 20	接收中国传媒大学 2020 届毕业生人数前 10 位的单位	29
表 21	中国传媒大学 2020 届各学历层次毕业生人数、自主创业人数及占创业总人数比例	29
表 22	中国传媒大学 2020 届各学历层次毕业生创业类型分布情况	30
表 23	中国传媒大学 2020 届毕业生创业企业 / 工作室成立时间分布情况	30
表 24	中国传媒大学 2020 届各学历层次毕业生创业地域分布情况	30
表 25	中国传媒大学 2020 届毕业生创业企业 / 工作室所属行业分布情况	30
表 26	中国传媒大学 2020 届各学院（研究生培养单位）毕业生创业情况	31
表 27	中国传媒大学 2020 届单位录用就业毕业生西部基层就业情况	32
表 28	中国传媒大学 2020 届各学历层次毕业生自由职业人数及自由职业率	33
表 29	中国传媒大学 2020 届毕业生自由职业所在省份（地区）分布情况	33
表 30	中国传媒大学 2020 届毕业生未就业情况	35
表 31	中国传媒大学近三年毕业生在各级各类主流媒体就业的地域分布情况	37
表 32	接收中国传媒大学近三年毕业生人数前 10 位的中央媒体单位	38
表 33	接收中国传媒大学近三年毕业生人数前 10 位的互联网百强企业	39
表 34	接收中国传媒大学近三年毕业生人数前 10 位的新兴媒体单位	40
表 35	中国传媒大学近三年毕业生非信息传播领域就业最多的前十个行业分布情况	41
表 36	中国传媒大学 2020 年用人单位及岗位需求行业分布情况	44
表 37	中国传媒大学 2020 年用人单位及岗位需求单位性质分布情况	46
表 38	中国传媒大学 2020 年毕业生需求单位数量最多的前 5 名地区	46

表 39 中国传媒大学 2020 年岗位需求类型分布情况	47
表 40 中国传媒大学 2020 年学历需求分布情况	47
表 41 中国传媒大学 2020 届毕业生求职渠道	50
表 42 中国传媒大学 2020 届各学历层次毕业生就业岗位发展空间情况	52
表 43 中国传媒大学 2020 届各学历层次毕业生预计工作时间情况	53

图片索引

图 1 中国传媒大学 2020 届毕业生结构	1
图 2 中国传媒大学 2020 届毕业生生源地区分布情况	2
图 3 中国传媒大学 2020 届各学历层次毕业生毕业去向落实率	2
图 4 中国传媒大学 2020 届各学历层次毕业生毕业去向落实情况	3
图 5 中国传媒大学 2020 届各学院(研究生培养单位)毕业生毕业去向落实率	5
图 6 中国传媒大学 2020 届男、女毕业生毕业去向落实情况	15
图 7 中国传媒大学 2020 届本科毕业生保研考研及本校外校升学比例	17
图 8 中国传媒大学 2020 届毕业生出国(境)留学目的地情况	19
图 9 中国传媒大学 2020 届毕业生出国(境)留学学校排名情况	20
图 10 中国传媒大学 2020 届毕业生单位录用就业地区分布情况	22
图 11 中国传媒大学 2020 届毕业生单位录用就业城市分布情况	23
图 12 中国传媒大学 2020 届毕业生国家战略领域单位录用就业情况	24
图 13 中国传媒大学 2020 届毕业生生源地区就业情况	25
图 14 中国传媒大学 2020 届毕业生录用单位行业分布	26
图 15 中国传媒大学 2020 届各学历层次毕业生录用单位性质流向情况	28
图 16 中国传媒大学 2020 届单位录用就业毕业生西部基层就业情况	32
图 17 中国传媒大学 2020 届毕业生自由职业具体工作内容分布情况	34
图 18 我校毕业生近三年在信息传播领域就业情况	36
图 19 中国传媒大学近三年主流媒体就业毕业生从事较多的职位类别	38
图 20 中国传媒大学近三年新兴媒体与科技创新企业就业毕业生从事较多的职位类别	40
图 21 中国传媒大学近三年非信息传播领域相关国民经济行业就业毕业生从事较多的职位类别	42
图 22 中国传媒大学 2018-2020 届毕业生项目就业情况	42
图 23 面向 2020 届毕业生的招聘信息发布时间分布情况	44
图 24 中国传媒大学 2020 年用人单位及岗位需求行业分布情况	45
图 25 中国传媒大学 2020 年国际组织招聘岗位需求词云图	48
图 26 中国传媒大学 2020 年国际组织就业需求信息区域分布情况	48
图 27 中国传媒大学 2020 届毕业生求职过程基本情况	49
图 28 中国传媒大学 2020 届毕业生主要求职渠道	50
图 29 中国传媒大学 2020 届各学历层次毕业生就业满意度情况	51
图 30 中国传媒大学 2020 届毕业生就业岗位与学历层次、专业匹配程度情况	52

第一部分 毕业生基本情况

一、毕业生规模与结构

2020年，中国传媒大学共有各学历层次毕业生3752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）2189人（占58.34%），硕士毕业生1282人（占34.17%），博士毕业生125人（占3.33%），高职毕业生156人（占4.16%）¹。毕业生中，少数民族毕业生429人（占11.43%），家庭经济困难毕业生492人（占13.11%），残疾毕业生2人（占0.05%）；男生1087人（占28.97%），女生2665人（占71.03%），男女比例为1:2.45。

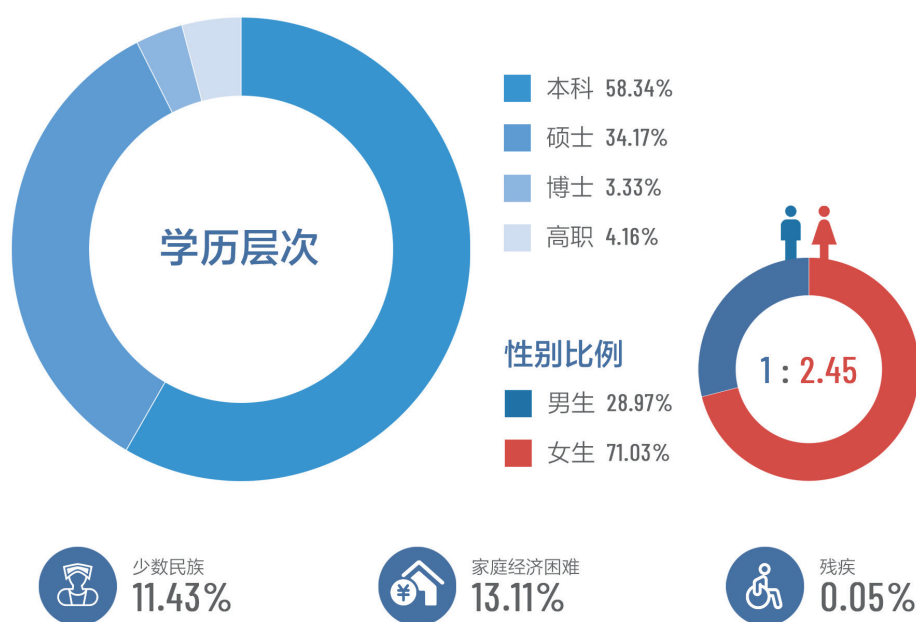


图1 中国传媒大学2020届毕业生结构

¹ 本报告不对高职毕业生毕业去向落实情况做详细分析，高职毕业生毕业去向落实情况详见《中国传媒大学高等职业技术学院2020届毕业生就业质量报告》（网址：gaozhi.cuc.edu.cn）。

2020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339名（占9.04%）、北京市327名（占8.72%）、河北省286名（占7.62%）。2020届毕业生生源地区情况如下图。

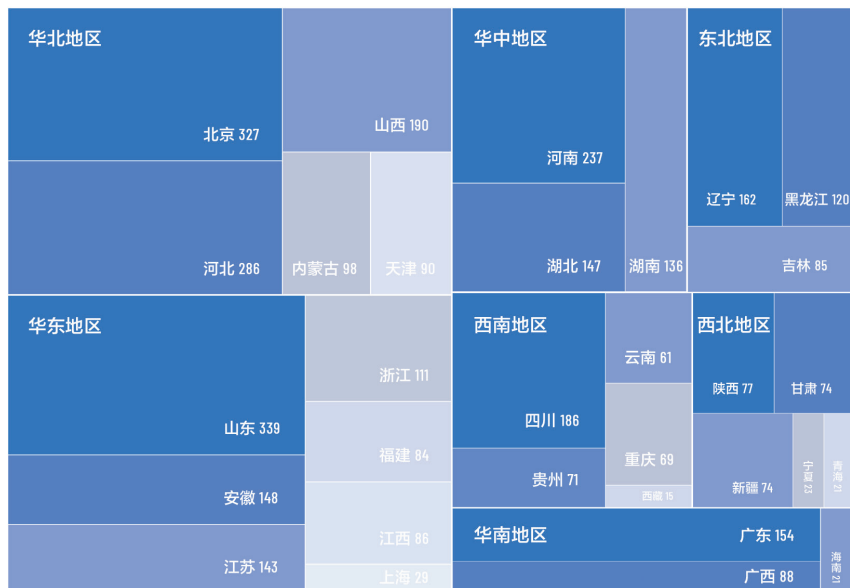


图2 中国传媒大学2020届毕业生生源地区分布情况

二、毕业去向落实率与落实结构

截至2020年10月31日，中国传媒大学2020届毕业生总体毕业去向落实率²为80.20%。其中，本科毕业生毕业去向落实率为77.94%，硕士毕业生毕业去向落实率为82.29%，博士毕业生毕业去向落实率为84.00%。

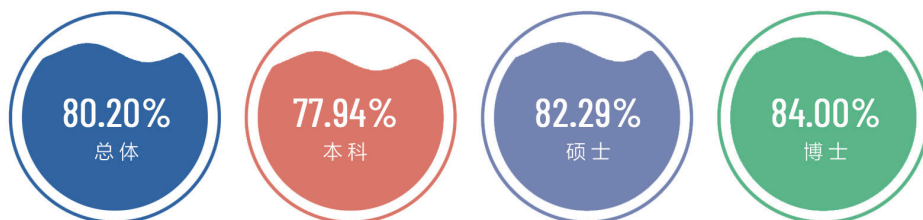


图3 中国传媒大学2020届各学历层次毕业生毕业去向落实率

² 毕业去向落实率 = (国内升学 + 出国(境)留学 + 签约工作 + 其他录用形式就业 + 自由职业 + 自主创业 + 项目就业) 人数 / 毕业生总人数 × 100%。

1. 总体毕业去向落实情况

2020届毕业生中，继续深造905人（占24.12%），其中国内升学³525人（占13.99%），出国（境）留学380人（占10.13%）；直接工作⁴2104人（占56.08%），其中签约工作⁵956人（占25.48%），其他录用形式就业630人（占16.79%），自由职业496人（占13.22%），自主创业/项目就业22人（占0.59%），国内升学³525人（占13.99%），自由职业496人（占13.22%），自主创业21人（占0.56%），项目就业⁶1人（占0.03%）。各学历层次毕业生毕业去向落实结构详见图4、表1及表2。

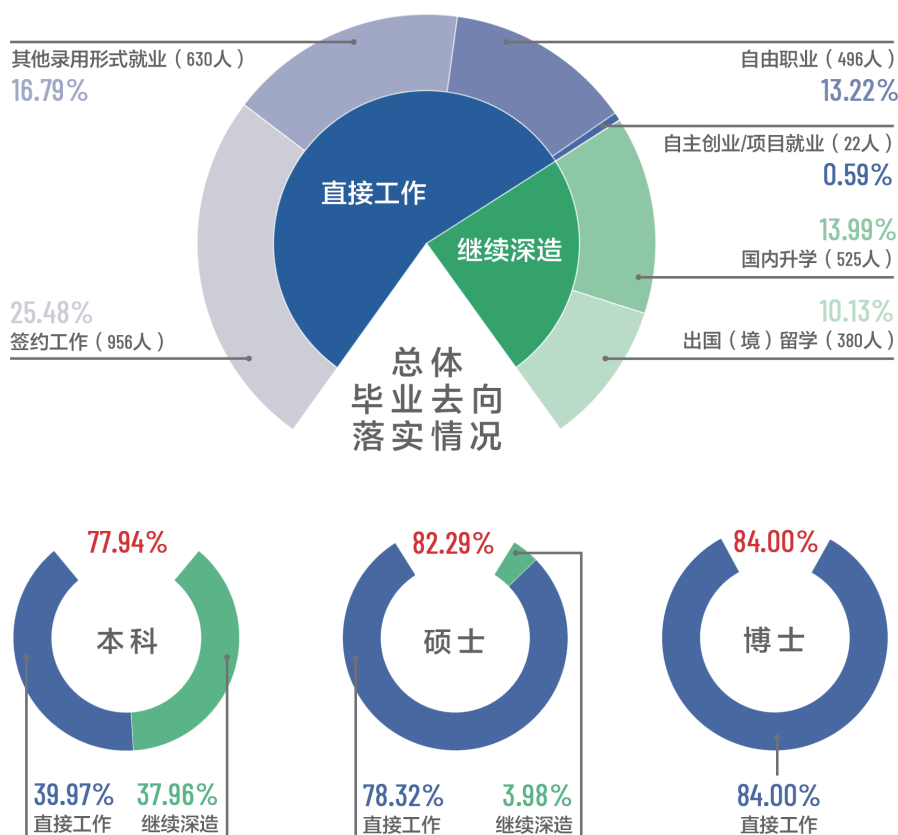


图4 中国传媒大学2020届各学历层次毕业生毕业去向落实情况

³ 国内升学包括已上博、已上硕、已上二学位和已升普通本科。

⁴ 直接工作包括签约工作、其他录用形式就业、自由职业、自主创业、项目就业。

⁵ 签约工作包括签就业协议和签劳动合同。

⁶ 项目就业包括志愿服务西部、国家汉语教师、参军入伍、三支一扶等。根据我校征兵工作最新进展情况，2020届毕业生最终有3人参军入伍，截至报告发布时，2020届毕业生共有4人项目就业。

表1 中国传媒大学2020届各学历层次毕业生毕业去向落实率与落实结构(截至10月31日)

就业去向	本科		硕士		博士		合计	
	人数	比例(%)	人数	比例(%)	人数	比例(%)	人数	比例(%)
继续深造	831	37.96%	51	3.98%	0	0.00%	905	24.12%
国内升学	463	21.15%	44	3.43%	0	0.00%	525	13.99%
出国(境)留学	368	16.81%	7	0.55%	0	0.00%	380	10.13%
直接工作	875	39.97%	1004	78.32%	105	84.00%	2104	56.08%
签约工作	285	13.02%	571	44.54%	93	74.40%	956	25.48%
其他录用形式就业	208	9.50%	317	24.73%	7	5.60%	630	16.79%
项目就业	0	0.00%	1	0.08%	0	0.00%	1	0.03%
自主创业	12	0.55%	7	0.55%	1	0.80%	21	0.56%
自由职业	370	16.90%	108	8.42%	4	3.20%	496	13.22%
未就业	483	22.06%	227	17.71%	20	16.00%	743	19.80%
待就业 ⁷	235	10.74%	208	16.22%	20	16.00%	473	12.61%
暂不就业 ⁸	248	11.33%	19	1.48%	0	0.00%	270	7.20%
毕业去向落实	1706/2189	77.94%	1055/1282	82.29%	105/125	84.00%	3009/3752	80.20%

表2 中国传媒大学2020届各学历层次毕业生毕业去向落实率与落实结构(截至8月31日)

就业去向	本科		硕士		博士		合计	
	人数	比例(%)	人数	比例(%)	人数	比例(%)	人数	比例(%)
继续深造	827	37.78%	51	3.98%	0	0.00%	901	24.01%
国内升学	463	21.15%	44	3.43%	0	0.00%	525	13.99%
出国(境)留学	364	16.63%	7	0.55%	0	0.00%	376	10.02%
直接工作	797	36.41%	891	69.50%	100	80.00%	1908	50.85%
签约工作	178	8.13%	401	31.28%	74	59.20%	658	17.54%
其他录用形式就业	238	10.87%	370	28.86%	21	16.80%	729	19.43%
项目就业	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
自主创业	12	0.55%	6	0.47%	1	0.80%	20	0.53%
自由职业	369	16.86%	114	8.89%	4	3.20%	501	13.35%
未就业	565	25.81%	340	26.52%	25	20.00%	943	25.13%
待就业	313	14.30%	320	24.96%	25	20.00%	668	17.80%
暂不就业	252	11.51%	20	1.56%	0	0.00%	275	7.33%
毕业去向落实	1624/2189	74.19%	942/1282	73.48%	100/125	80.00%	2809/3752	74.87%

⁷ “待就业”是指有求职意愿但仍未落实工作。

⁸ “暂不就业”是指无就业意愿,具体包括拟考硕、拟出国、拟考博和申请不就业。

2. 各学院（研究生培养单位）各专业毕业去向落实情况

21个学院（研究生培养单位）中，国际传媒教育学院深造率最高（43.46%），音乐与录音艺术学院、计算机与网络空间安全学院、广告学院、信息与通信工程学院、外国语言文化学院、新闻学院、戏剧影视学院、数据科学与智能媒体学院的深造率均超过四分之一。脑科学与智能媒体研究院签约工作率最高（60.00%），协同创新中心其他录用形式就业率最高（57.14%），动画与数字艺术学院自由职业率最高（37.89%），音乐与录音艺术学院创业率最高（2.31%）。各学院（研究生培养单位）各专业毕业去向落实率详见图5、表3至表6。

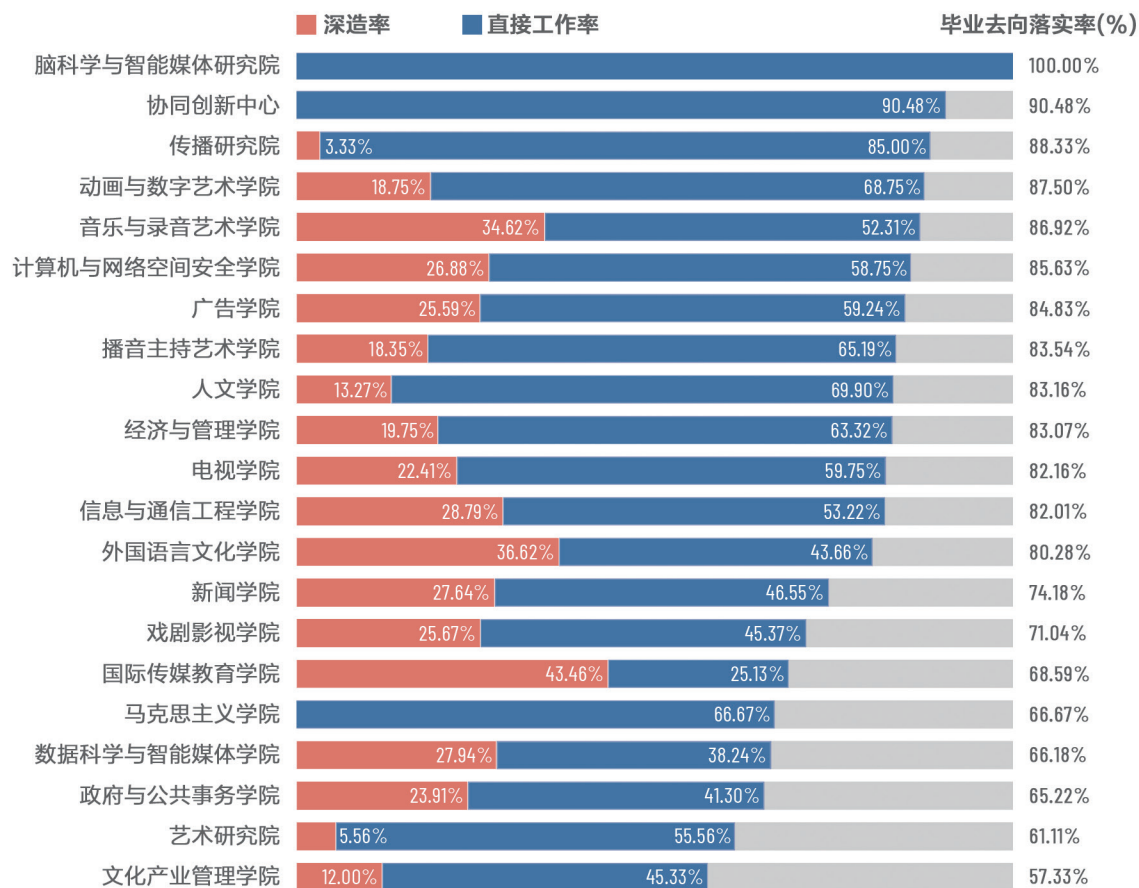


图5 中国传媒大学2020届各学院（研究生培养单位）毕业生毕业去向落实率

表3 中国传媒大学2020届各学院（研究生培养单位）毕业生毕业去向落实情况

学院（研究生培养单位）	人数	深造率	签约 工作率	其他录用形式 就业率	项目 就业率	自主 创业率	自由 职业率	待就业率	暂不 就业率	毕业去向 落实率
新闻学院	275	27.64%	30.55%	13.82%	0.00%	1.09%	1.09%	17.09%	8.73%	74.18%
电视学院	241	22.41%	35.68%	22.41%	0.00%	0.00%	1.66%	14.11%	3.73%	82.16%
传播研究院	120	3.33%	50.83%	26.67%	0.00%	0.00%	7.50%	9.17%	2.50%	88.33%
戏剧影视学院	335	25.67%	18.21%	9.85%	0.00%	0.60%	16.72%	17.91%	11.04%	71.04%
播音主持艺术学院	158	18.35%	29.75%	16.46%	0.00%	1.27%	17.72%	11.39%	5.06%	83.54%
动画与数字艺术学院	256	18.75%	15.63%	15.23%	0.00%	0.00%	37.89%	10.55%	1.95%	87.50%
音乐与录音艺术学院	130	34.62%	22.31%	10.00%	0.00%	2.31%	17.69%	4.62%	8.46%	86.92%
艺术研究院	36	5.56%	44.44%	11.11%	0.00%	0.00%	0.00%	36.11%	2.78%	61.11%
信息与通信工程学院	528	28.79%	22.35%	19.13%	0.00%	0.57%	11.17%	9.28%	8.71%	82.01%
计算机与网络空间安全学院	160	26.88%	26.88%	18.13%	0.00%	0.00%	13.75%	8.75%	5.63%	85.63%
数据科学与智能媒体学院	68	27.94%	22.06%	4.41%	0.00%	0.00%	11.76%	13.24%	20.59%	66.18%
人文学院	196	13.27%	29.08%	17.86%	0.51%	0.00%	22.45%	13.27%	3.57%	83.16%
外国语言文化学院	213	36.62%	14.55%	14.55%	0.00%	0.00%	14.55%	10.80%	8.92%	80.28%
经济与管理学院	319	19.75%	31.97%	13.17%	0.00%	1.57%	16.61%	10.03%	6.90%	83.07%
广告学院	211	25.59%	46.45%	7.11%	0.00%	0.47%	5.21%	7.11%	8.06%	84.83%
文化产业管理学院	75	12.00%	29.33%	6.67%	0.00%	0.00%	9.33%	34.67%	8.00%	57.33%
政府与公共事务学院	46	23.91%	19.57%	21.74%	0.00%	0.00%	0.00%	26.09%	8.70%	65.22%
马克思主义学院	12	0.00%	41.67%	16.67%	0.00%	0.00%	8.33%	33.33%	0.00%	66.67%
协同创新中心	21	0.00%	33.33%	57.14%	0.00%	0.00%	0.00%	9.52%	0.00%	90.48%
国际传媒教育学院	191	43.46%	7.85%	3.66%	0.00%	0.52%	13.09%	18.32%	13.09%	68.59%
脑科学与智能媒体研究院	5	0.00%	60.00%	20.00%	0.00%	0.00%	20.00%	0.00%	0.00%	100.00%

表4 中国传媒大学2020届本科毕业生分学院、分专业毕业去向落实率

学院	专业	人数	签约 工作率	深造率	其他录用形式 就业率	自主 创业率	自由 职业率	待就业率	暂不 就业率	毕业去向落实率
新闻学院	传播学 (媒体市场调查与分析方向)	30	0.00%	30.00%	10.00%	3.33%	3.33%	26.67%	26.67%	46.67%
	传播学	50	22.00%	44.00%	4.00%	0.00%	0.00%	20.00%	10.00%	70.00%
	网络与新媒体 (媒体创意方向)	32	12.50%	56.25%	3.13%	0.00%	0.00%	12.50%	15.63%	71.88%
	新闻学	30	13.33%	36.67%	26.67%	0.00%	0.00%	13.33%	10.00%	76.67%
	新闻学 (数据新闻报道方向)	20	10.00%	65.00%	5.00%	5.00%	10.00%	0.00%	5.00%	95.00%
电视学院	广播电视学	32	28.13%	50.00%	3.13%	0.00%	0.00%	6.25%	12.50%	81.25%
	编辑出版学 (新媒体方向)	9	22.22%	11.11%	55.56%	0.00%	0.00%	0.00%	11.11%	88.89%
	广播电视学 (电视摄影方向)	12	0.00%	41.67%	25.00%	0.00%	25.00%	8.33%	0.00%	91.67%
	广播电视编导 (电视编辑方向)	28	10.71%	64.29%	17.86%	0.00%	0.00%	3.57%	3.57%	92.86%
	广播电视学 (国际新闻传播方向)	17	11.76%	58.82%	23.53%	0.00%	5.88%	0.00%	0.00%	100.00%
戏剧影视学院	戏剧影视文学	33	18.18%	30.30%	15.15%	0.00%	0.00%	6.06%	30.30%	63.64%
	表演	26	3.85%	11.54%	0.00%	0.00%	53.85%	19.23%	11.54%	69.23%
	戏剧影视导演	27	7.41%	22.22%	3.70%	3.70%	33.33%	0.00%	29.63%	70.37%
	影视摄影与制作	60	10.00%	48.33%	3.33%	1.67%	13.33%	11.67%	11.67%	76.67%
	广播电视编导 (文艺编导方向)	37	10.81%	56.76%	8.11%	0.00%	5.41%	10.81%	8.11%	81.08%
	戏剧影视美术设计	31	3.23%	32.26%	12.90%	0.00%	35.48%	6.45%	9.68%	83.87%
播音主持 艺术学院	播音与主持艺术	110	20.91%	26.36%	11.82%	0.91%	20.91%	12.73%	6.36%	80.91%
动画与数字 艺术学院	动画	58	5.17%	10.34%	10.34%	0.00%	55.17%	18.97%	0.00%	81.03%

(接上表)表4 中国传媒大学2020届本科毕业生分学院、分专业毕业去向落实情况

学院	专业	人数	签约 工作率	深造率	其他录用形式 就业率	自主 创业率	自由 职业率	待就业率	暂不 就业率	毕业去向落实率
动画与数字 艺术学院	数字媒体艺术 (游戏设计艺术方向)	33	12.12%	12.12%	18.18%	0.00%	42.42%	12.12%	3.03%	84.85%
	数字媒体技术 (游戏设计技术方向)	29	13.79%	13.79%	24.14%	0.00%	37.93%	3.45%	6.90%	89.66%
	数字媒体艺术	59	10.17%	45.76%	8.47%	0.00%	30.51%	3.39%	1.69%	94.92%
	动画 (三维动画与特效方向)	28	7.14%	21.43%	10.71%	0.00%	60.71%	0.00%	0.00%	100.00%
音乐与录音 艺术学院	录音艺术 (录音工程方向)	28	17.86%	35.71%	25.00%	0.00%	3.57%	7.14%	10.71%	82.14%
	音乐学 (电子音乐制作方向)	16	12.50%	25.00%	6.25%	6.25%	37.50%	0.00%	12.50%	87.50%
	录音艺术 (音响导演方向)	28	14.29%	42.86%	7.14%	7.14%	17.86%	3.57%	7.14%	89.29%
	音乐表演 (声乐表演方向)	10	0.00%	40.00%	0.00%	0.00%	50.00%	0.00%	10.00%	90.00%
	音乐学	34	26.47%	38.24%	8.82%	0.00%	17.65%	0.00%	8.82%	91.18%
信息与通信 工程学院	数字媒体技术	87	8.05%	33.33%	11.49%	1.15%	14.94%	16.09%	14.94%	68.97%
	网络工程	24	12.50%	50.00%	0.00%	0.00%	8.33%	29.17%	0.00%	70.83%
	广播电视工程	91	17.58%	30.77%	8.79%	1.10%	13.19%	7.69%	20.88%	71.43%
	电子信息工程	55	7.27%	47.27%	3.64%	1.82%	16.36%	12.73%	10.91%	76.36%
	通信工程	51	5.88%	47.06%	3.92%	0.00%	25.49%	7.84%	9.80%	82.35%
	自动化 (演艺工程与舞台技术方向)	28	14.29%	42.86%	7.14%	0.00%	25.00%	3.57%	7.14%	89.29%
	通信工程 (无线多媒体广播技术方向)	23	8.70%	69.57%	4.35%	0.00%	8.70%	4.35%	4.35%	91.30%
计算机与网络 空间安全学院	软件工程 (移动互联网方向)	28	10.71%	32.14%	14.29%	0.00%	14.29%	10.71%	17.86%	71.43%
	计算机科学与技术 (大数据技术与应用方向)	38	18.42%	34.21%	10.53%	0.00%	21.05%	10.53%	5.26%	84.21%

(接上表)表4 中国传媒大学2020届本科毕业生分学院、分专业毕业去向落实情况

学院	专业	人数	签约 工作率	深造率	其他录用形式 就业率	自主 创业率	自由 职业率	待就业率	暂不 就业率	毕业去向落实率
计算机与网络 空间安全学院	信息安全	29	13.79%	58.62%	3.45%	0.00%	20.69%	3.45%	0.00%	96.55%
数据科学与 智能媒体学院	信息与计算科学	25	16.00%	20.00%	8.00%	0.00%	16.00%	24.00%	16.00%	60.00%
	光电信息科学与工程	26	11.54%	42.31%	0.00%	0.00%	7.69%	0.00%	38.46%	61.54%
人文学院	汉语言文学	29	6.90%	24.14%	20.69%	0.00%	27.59%	10.34%	10.34%	79.31%
	汉语言 (应用语言学方向)	21	4.76%	33.33%	14.29%	0.00%	38.10%	9.52%	0.00%	90.48%
	汉语国际教育	23	21.74%	34.78%	8.70%	0.00%	26.09%	0.00%	8.70%	91.30%
外国语言文化 学院	朝鲜语	14	0.00%	28.57%	7.14%	0.00%	21.43%	21.43%	21.43%	57.14%
	德语	14	0.00%	42.86%	7.14%	0.00%	14.29%	7.14%	28.57%	64.29%
	意大利语	17	5.88%	29.41%	5.88%	0.00%	23.53%	23.53%	11.76%	64.71%
	俄语	16	18.75%	25.00%	12.50%	0.00%	12.50%	6.25%	25.00%	68.75%
	日语	17	11.76%	23.53%	17.65%	0.00%	23.53%	11.76%	11.76%	76.47%
	英语	29	6.90%	48.28%	20.69%	0.00%	6.90%	10.34%	6.90%	82.76%
	法语	18	16.67%	55.56%	5.56%	0.00%	5.56%	5.56%	11.11%	83.33%
	西班牙语	16	18.75%	68.75%	0.00%	0.00%	12.50%	0.00%	0.00%	100.00%
	葡萄牙语	16	50.00%	18.75%	12.50%	0.00%	18.75%	0.00%	0.00%	100.00%
	翻译	21	0.00%	66.67%	9.52%	0.00%	23.81%	0.00%	0.00%	100.00%
经济与管理 学院	会计学	20	20.00%	20.00%	10.00%	0.00%	0.00%	5.00%	45.00%	50.00%
	工商管理	13	15.38%	30.77%	15.38%	0.00%	0.00%	38.46%	0.00%	61.54%

(接上表)表4 中国传媒大学2020届本科毕业生分学院、分专业毕业去向落实情况

学院	专业	人数	签约 工作率	深造率	其他录用形式 就业率	自主 创业率	自由 职业率	待就业率	暂不 就业率	毕业去向落实率
经济与管理 学院	信息管理与信息系统	25	16.00%	32.00%	20.00%	0.00%	8.00%	12.00%	12.00%	76.00%
	文化产业管理 (文化经纪方向)	22	4.55%	50.00%	9.09%	0.00%	13.64%	4.55%	18.18%	77.27%
	经济学 (传媒经济方向)	27	18.52%	40.74%	11.11%	0.00%	7.41%	14.81%	7.41%	77.78%
	国际经济与贸易 (国际文化贸易方向)	15	6.67%	40.00%	13.33%	0.00%	20.00%	6.67%	13.33%	80.00%
	文化产业管理 (影视制片管理方向)	25	24.00%	36.00%	16.00%	0.00%	8.00%	12.00%	4.00%	84.00%
	市场营销 (品牌管理方向)	19	31.58%	31.58%	15.79%	0.00%	5.26%	10.53%	5.26%	84.21%
广告学院	网络与新媒体 (新媒体网络经营方向)	35	22.86%	37.14%	2.86%	0.00%	8.57%	14.29%	14.29%	71.43%
	广告学	29	27.59%	37.93%	13.79%	0.00%	0.00%	6.90%	13.79%	79.31%
	视觉传达设计 (广告设计方向)	37	24.32%	37.84%	5.41%	0.00%	13.51%	0.00%	18.92%	81.08%
	公共关系学	32	28.13%	40.63%	6.25%	0.00%	6.25%	15.63%	3.13%	81.25%
文化产业管理 学院	法学	29	3.45%	31.03%	3.45%	0.00%	6.90%	37.93%	17.24%	44.83%
政府与公共 事务学院	行政管理	26	7.69%	34.62%	11.54%	0.00%	0.00%	30.77%	15.38%	53.85%
国际传媒 教育学院	视觉传达设计	22	0.00%	27.27%	0.00%	0.00%	9.09%	31.82%	31.82%	36.36%
	戏剧影视导演	26	3.85%	30.77%	7.69%	0.00%	26.92%	19.23%	11.54%	69.23%
	文化产业管理	20	10.00%	55.00%	5.00%	0.00%	5.00%	5.00%	20.00%	75.00%
	传播学	59	3.39%	52.54%	1.69%	1.69%	16.95%	10.17%	13.56%	76.27%
	数字媒体艺术	21	14.29%	52.38%	0.00%	0.00%	14.29%	14.29%	4.76%	80.95%
	广告学	24	8.33%	66.67%	4.17%	0.00%	4.17%	8.33%	8.33%	83.33%
合计		2189	13.02%	37.96%	9.50%	0.55%	16.90%	10.74%	11.33%	77.94%

表5 中国传媒大学2020届硕士毕业生分学院(研究生培养单位)、分专业毕业去向落实情况⁹

学院 (研究生培养单位)	专业	人数	签约 工作率	深造率	其他录用形式 就业率	自主 创业率	自由 职业率	待就业率	暂不 就业率	毕业去向落实率
新闻学院	传播学	12	25.00%	0.00%	66.67%	0.00%	0.00%	8.33%	0.00%	91.67%
	新闻与传播	34	61.76%	2.94%	20.59%	0.00%	0.00%	14.71%	0.00%	85.29%
	广播电视学	4	50.00%	0.00%	25.00%	0.00%	0.00%	25.00%	0.00%	75.00%
	舆论学	7	28.57%	0.00%	28.57%	14.29%	0.00%	28.57%	0.00%	71.43%
	新闻学	45	55.56%	4.44%	11.11%	0.00%	0.00%	24.44%	4.44%	71.11%
电视学院	广播电视艺术学	1	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	新闻与传播	47	55.32%	2.13%	31.91%	0.00%	0.00%	10.64%	0.00%	89.36%
	国际新闻学	18	38.89%	5.56%	27.78%	0.00%	0.00%	22.22%	5.56%	72.22%
	广播电视学	52	44.23%	3.85%	21.15%	0.00%	0.00%	26.92%	3.85%	69.23%
	广播电视	14	42.86%	0.00%	21.43%	0.00%	0.00%	35.71%	0.00%	64.29%
	互联网信息	1	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%
传播研究院	出版	3	33.33%	0.00%	0.00%	0.00%	66.67%	0.00%	0.00%	100.00%
	新闻与传播	11	72.73%	0.00%	27.27%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	编辑出版学	1	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	国际新闻学	19	42.11%	0.00%	36.84%	0.00%	10.53%	10.53%	0.00%	89.47%
	传播学	46	30.43%	8.70%	36.96%	0.00%	6.52%	13.04%	4.35%	82.61%
	传媒教育	5	20.00%	0.00%	60.00%	0.00%	0.00%	0.00%	20.00%	80.00%
戏剧影视学院	艺术设计	1	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	美术学	14	35.71%	7.14%	14.29%	0.00%	21.43%	21.43%	0.00%	78.57%
	广播电视	11	54.55%	0.00%	9.09%	0.00%	9.09%	27.27%	0.00%	72.73%
	广播电视艺术学	43	34.88%	2.33%	23.26%	0.00%	9.30%	27.91%	2.33%	69.77%
	电影学	19	21.05%	21.05%	5.26%	0.00%	10.53%	31.58%	10.53%	57.89%
	电影	14	35.71%	7.14%	0.00%	0.00%	0.00%	57.14%	0.00%	42.86%
播音主持 艺术学院	戏剧戏曲学	5	0.00%	0.00%	20.00%	0.00%	20.00%	60.00%	0.00%	40.00%
	播音主持艺术学	16	62.50%	0.00%	25.00%	6.25%	6.25%	0.00%	0.00%	100.00%
	广播电视	11	63.64%	0.00%	18.18%	0.00%	9.09%	9.09%	0.00%	90.91%
	新闻与传播	15	26.67%	0.00%	33.33%	0.00%	20.00%	13.33%	6.67%	80.00%
动画与数字 艺术学院	语言传播	4	25.00%	0.00%	50.00%	0.00%	0.00%	25.00%	0.00%	75.00%
	动画艺术学	6	33.33%	16.67%	16.67%	0.00%	33.33%	0.00%	0.00%	100.00%
	数字媒体艺术	16	62.50%	0.00%	18.75%	0.00%	6.25%	12.50%	0.00%	87.50%
	互动艺术与技术	7	28.57%	0.00%	57.14%	0.00%	0.00%	14.29%	0.00%	85.71%

⁹ 2020届硕士毕业生中有1人志愿服务西部项目就业,该生为人文学院汉语国际教育专业硕士毕业生,表5不再进行单列。

(接上表)表5 中国传媒大学2020届硕士毕业生分学院(研究生培养单位)、分专业毕业去向落实情况

学院 (研究生培养单位)	专业	人数	签约 工作率	深造率	其他录用形式 就业率	自主 创业率	自由 职业率	待就业率	暂不 就业率	毕业去向落实率
动画与数字 艺术学院	计算机技术	7	28.57%	0.00%	42.86%	0.00%	0.00%	14.29%	14.29%	71.43%
	广播电视	10	30.00%	0.00%	10.00%	0.00%	20.00%	40.00%	0.00%	60.00%
	艺术设计	2	50.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	50.00%	0.00%	50.00%
音乐与录音 艺术学院	广播电视艺术学	4	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	音乐学	6	66.67%	16.67%	0.00%	0.00%	0.00%	16.67%	0.00%	83.33%
	广播电视	4	25.00%	25.00%	0.00%	0.00%	0.00%	50.00%	0.00%	50.00%
艺术研究院	传媒艺术学	18	44.44%	0.00%	16.67%	0.00%	0.00%	33.33%	5.56%	61.11%
	艺术史论	13	30.77%	15.38%	7.69%	0.00%	0.00%	46.15%	0.00%	53.85%
信息与通信 工程学院	电磁场与微波技术	11	36.36%	9.09%	54.55%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	电路与系统	4	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	电子与通信工程	48	62.50%	2.08%	33.33%	0.00%	0.00%	2.08%	0.00%	97.92%
	通信与信息系统	61	44.26%	4.92%	45.90%	0.00%	1.64%	3.28%	0.00%	96.72%
	集成电路工程	12	33.33%	0.00%	58.33%	0.00%	0.00%	8.33%	0.00%	91.67%
	信号与信息处理	21	23.81%	0.00%	66.67%	0.00%	0.00%	9.52%	0.00%	90.48%
计算机与网络 空间安全学院	计算机软件与理论	2	50.00%	0.00%	0.00%	0.00%	50.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	集成电路工程	3	33.33%	0.00%	33.33%	0.00%	33.33%	0.00%	0.00%	100.00%
	计算机应用技术	16	50.00%	12.50%	37.50%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	信号与信息处理	4	25.00%	0.00%	75.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	计算机技术	26	42.31%	0.00%	34.62%	0.00%	7.69%	11.54%	3.85%	84.62%
	软件工程技术	8	37.50%	25.00%	12.50%	0.00%	0.00%	12.50%	12.50%	75.00%
脑科学与 智能媒体研究院	艺术与科学	2	50.00%	0.00%	0.00%	0.00%	50.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	通信与信息系统	2	50.00%	0.00%	50.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
人文学院	文艺学	10	40.00%	10.00%	20.00%	0.00%	30.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	语言学及应用语言学	17	52.94%	5.88%	17.65%	0.00%	17.65%	5.88%	0.00%	94.12%
	汉语国际教育	52	28.85%	1.92%	28.85%	0.00%	25.00%	13.46%	0.00%	86.54%
	汉语言文字学	9	44.44%	11.11%	22.22%	0.00%	0.00%	22.22%	0.00%	77.78%
	中国现当代文学	13	53.85%	0.00%	15.38%	0.00%	0.00%	23.08%	7.69%	69.23%
	中国古代文学	8	37.50%	0.00%	0.00%	0.00%	12.50%	37.50%	12.50%	50.00%
	比较文学与世界文学	4	25.00%	0.00%	0.00%	0.00%	25.00%	50.00%	0.00%	50.00%
外国语言 文化学院	日语语言文学	1	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	日语口译	5	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%

(接上表)表5 中国传媒大学2020届硕士毕业生分学院(研究生培养单位)、分专业毕业去向落实情况

学院 (研究生培养单位)	专业	人数	签约 工作率	深造率	其他录用形式 就业率	自主 创业率	自由 职业率	待就业率	暂不 就业率	毕业去向落实率
外国语言 文化学院	英语笔译	13	38.46%	7.69%	30.77%	0.00%	7.69%	15.38%	0.00%	84.62%
	外国语言学及 应用语言学	6	50.00%	16.67%	16.67%	0.00%	0.00%	16.67%	0.00%	83.33%
	英语语言文学	10	10.00%	10.00%	20.00%	0.00%	10.00%	50.00%	0.00%	50.00%
经济与管理学院	管理科学与工程	9	22.22%	22.22%	33.33%	0.00%	22.22%	0.00%	0.00%	100.00%
	工商管理	119	54.62%	0.84%	8.40%	4.20%	25.21%	6.72%	0.00%	93.28%
	传媒经济学	12	16.67%	0.00%	33.33%	0.00%	41.67%	8.33%	0.00%	91.67%
	企业管理	8	37.50%	0.00%	25.00%	0.00%	25.00%	12.50%	0.00%	87.50%
	产业经济学	4	25.00%	25.00%	0.00%	0.00%	0.00%	50.00%	0.00%	50.00%
广告学院	新闻与传播	25	88.00%	4.00%	4.00%	0.00%	4.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	设计艺术学	8	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	广告学	25	76.00%	8.00%	16.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	新媒体	9	66.67%	0.00%	11.11%	0.00%	0.00%	22.22%	0.00%	77.78%
文化产业 管理学院	传播学	5	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	文化产业	11	27.27%	0.00%	18.18%	0.00%	18.18%	27.27%	9.09%	63.64%
	法律(法学)	25	40.00%	0.00%	8.00%	0.00%	12.00%	40.00%	0.00%	60.00%
政府与公共 事务学院	广播电视	1	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%	0.00%
	政治学理论	6	50.00%	0.00%	33.33%	0.00%	0.00%	16.67%	0.00%	83.33%
	国际关系	5	20.00%	0.00%	60.00%	0.00%	0.00%	20.00%	0.00%	80.00%
	行政管理	5	0.00%	40.00%	40.00%	0.00%	0.00%	20.00%	0.00%	80.00%
马克思主义学院	外交学	4	75.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	25.00%	0.00%	75.00%
	思想政治教育	8	62.50%	0.00%	0.00%	0.00%	12.50%	25.00%	0.00%	75.00%
协同创新中心	马克思主义基本原理	4	0.00%	0.00%	50.00%	0.00%	0.00%	50.00%	0.00%	50.00%
	广播电视	5	20.00%	0.00%	80.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	互联网信息	9	44.44%	0.00%	44.44%	0.00%	0.00%	11.11%	0.00%	88.89%
国际传媒 教育学院	新媒体	5	20.00%	0.00%	60.00%	0.00%	0.00%	20.00%	0.00%	80.00%
	传媒艺术学	3	66.67%	0.00%	0.00%	0.00%	33.33%	0.00%	0.00%	100.00%
	传播学	5	20.00%	0.00%	20.00%	0.00%	0.00%	60.00%	0.00%	40.00%
数据科学与 智能媒体学院	新闻与传播	11	18.18%	0.00%	9.09%	0.00%	0.00%	72.73%	0.00%	27.27%
	应用数学	8	50.00%	25.00%	0.00%	0.00%	12.50%	12.50%	0.00%	87.50%
	物理电子学	5	40.00%	20.00%	20.00%	0.00%	0.00%	20.00%	0.00%	80.00%
	计算数学	4	50.00%	0.00%	0.00%	0.00%	25.00%	25.00%	0.00%	75.00%
合计		1282	44.54%	3.98%	24.73%	0.55%	8.42%	16.22%	1.48%	82.29%

表6 中国传媒大学2020届博士毕业生分学院(研究生培养单位)、分专业毕业去向落实情况¹⁰

学院 (研究生培养单位)	专业	人数	签约 工作率	其他录用形式 就业率	自主 创业率	自由 职业率	待就业率	毕业去向落实率
新闻学院	广播电视学	2	50.00%	0.00%	0.00%	0.00%	50.00%	50.00%
	传播学	1	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	新闻学	8	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
电视学院	广播电视学	7	71.43%	14.29%	0.00%	0.00%	14.29%	85.71%
	互联网信息	3	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
传播研究院	传播学	27	85.19%	0.00%	0.00%	3.70%	11.11%	88.89%
	国际新闻学	4	50.00%	25.00%	0.00%	25.00%	0.00%	100.00%
	编辑出版	4	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
戏剧影视学院	电影学	2	50.00%	0.00%	0.00%	0.00%	50.00%	50.00%
	戏剧戏曲学	2	0.00%	50.00%	0.00%	0.00%	50.00%	50.00%
	广播电视艺术学	6	33.33%	33.33%	0.00%	0.00%	33.33%	66.67%
	美术学	4	75.00%	0.00%	0.00%	0.00%	25.00%	75.00%
播音主持 艺术学院	播音主持艺术学	2	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
动画与数字 艺术学院	数字媒体艺术	1	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
艺术研究院	艺术史论	4	75.00%	0.00%	0.00%	0.00%	25.00%	75.00%
	传媒艺术学	1	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
信息与通信 工程学院	信号与信息处理	6	50.00%	16.67%	0.00%	0.00%	33.33%	66.67%
	电磁场与微波技术	2	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
	通信与信息系统	4	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
计算机与网络 空间安全学院	信息计算技术	5	60.00%	0.00%	0.00%	0.00%	40.00%	60.00%
	通信与信息系统	1	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
人文学院	文艺学	6	50.00%	0.00%	0.00%	0.00%	50.00%	50.00%
	语言学及应用语言学	4	75.00%	0.00%	0.00%	25.00%	0.00%	100.00%
经济与管理学院	传媒经济学	1	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%	100.00%
广告学院	广告学	9	87.50%	0.00%	0.00%	0.00%	12.50%	87.50%
	新媒体	3	66.67%	0.00%	33.33%	0.00%	0.00%	100.00%
文化产业 管理学院	文化产业	4	75.00%	0.00%	0.00%	0.00%	25.00%	75.00%
协同创新中心	互联网信息	2	50.00%	50.00%	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	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
合计		125	74.40%	5.60%	0.80%	3.20%	16.00%	84.00%

¹⁰ 2020届博士毕业生中无毕业去向落实情况为深造、暂不就业的学生,因此表格中不再进行单列。

3. 各群体毕业去向落实情况

从性别来看，2020届毕业生中男生毕业去向落实率为81.97%，女生毕业去向落实率为79.47%。从毕业去向落实情况看，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2020届男、女毕业生毕业去向落实情况

表7 中国传媒大学2020届各学历层次男、女毕业生毕业去向落实情况

就业去向	本科		硕士		博士	
	男	女	男	女	男	女
继续深造	215	616	19	32	0	0
国内升学	133	330	18	26	0	0
出国(境)留学	82	286	1	6	0	0
直接工作	285	590	258	746	47	58
签约工作	82	203	149	422	41	52
其他录用形式就业	59	149	83	234	4	3
项目就业	0	0	0	1	0	0
自主创业	9	3	3	4	1	0
自由职业	135	235	23	85	1	3
未就业	147	336	39	188	7	13
待就业	69	166	35	173	7	13
暂不就业	78	170	4	15	0	0
合计	647	1542	316	966	54	71
毕业去向落实率(%)	77.28%	78.21%	87.66%	80.54%	87.04%	81.69%

2020届毕业生中少数民族毕业生毕业去向落实率为77.62%。其中，本科少数民族毕业生毕业去向落实率为69.09%；硕士少数民族毕业生毕业去向落实率为93.33%；博士少数民族毕业生毕业去向落实率为91.67%。

表8 中国传媒大学2020届各学历层次少数民族毕业生毕业去向落实情况

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	81	29.45%	2	1.48%	0	0.00%
国内升学	46	16.73%	2	1.48%	0	0.00%
出国(境)留学	35	12.73%	0	0.00%	0	0.00%
直接工作	109	39.64%	124	91.85%	11	91.67%
签约工作	32	11.64%	99	73.33%	10	83.33%
其他录用形式就业	21	7.64%	16	11.85%	1	8.33%
项目就业	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
自主创业	2	0.73%	0	0.00%	0	0.00%
自由职业	54	19.64%	9	6.67%	0	0.00%
未就业	85	30.91%	9	6.67%	1	8.33%
待就业	55	20.00%	9	6.67%	1	8.33%
暂不就业	30	10.91%	0	0.00%	0	0.00%
毕业去向落实率	190/275	69.09%	126/135	93.33%	11/12	91.67%

2020届毕业生中家庭经济困难毕业生毕业去向落实率为78.25%。其中，本科毕业生367人，毕业去向落实率为77.11%；硕士毕业生85人，毕业去向落实率为75.29%。

表9 中国传媒大学2020届各学历层次家庭经济困难毕业生毕业去向落实情况¹¹

就业去向	本科		硕士	
	人数	比例(%)	人数	比例(%)
继续深造	133	36.24%	5	5.88%
国内	122	33.24%	5	5.88%
出国(境)留学	11	3.00%	0	0.00%
直接工作	150	40.87%	59	69.41%
签约工作	46	12.53%	31	36.47%
其他录用形式就业	43	11.72%	22	25.88%
项目就业	0	0.00%	1	1.18%
自主创业	2	0.54%	0	0.00%
自由职业	59	16.08%	5	5.88%
未就业	84	22.89%	21	24.71%
待就业	48	13.08%	21	24.71%
暂不就业	36	9.81%	0	0.00%
毕业去向落实率	283/367	77.11%	64/85	75.29%

¹¹ 2020届博士毕业生中无家庭经济困难学生，因此表9中不进行单列。

第二部分 毕业去向落实情况分析

一、继续深造情况

2020届毕业生中，本科毕业生继续深造831人，其中国内升学463人、出国（境）留学368人；硕士毕业生继续深造51人，其中国内升学44人、出国（境）留学7人；无继续深造博士毕业生。

1. 国内升学情况

2020届本科毕业生中，有463人国内升学，占本科毕业生总人数的21.15%。其中，244人保研，219人考研；298人进入本校攻读研究生，165人进入外校攻读研究生。本科毕业生国内升学情况详见表10。

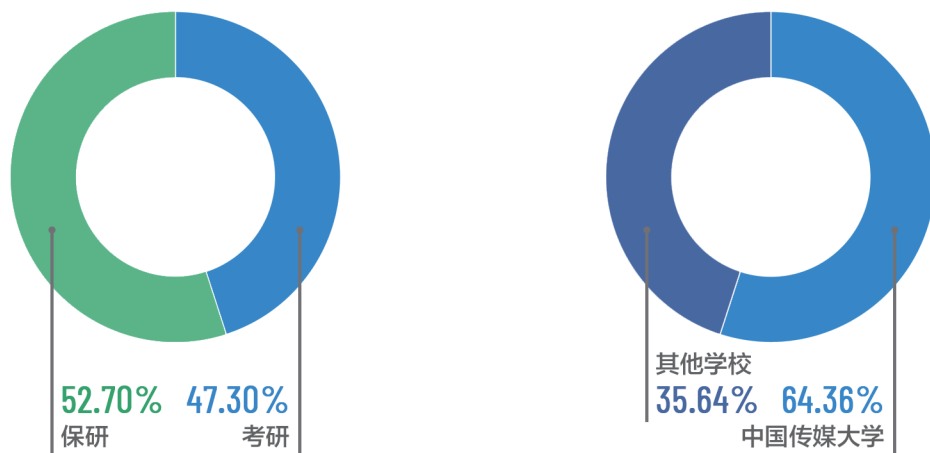


图7 中国传媒大学2020届本科毕业生保研考研及本校外校升学比例

其中，87人（占18.79%）升入世界一流大学建设高校A类，1人（占0.22%）升入世界一流大学建设高校B类，350人（占75.59%）升入世界一流学科建设高校。

¹² 世界一流大学建设高校A类包括：北京大学、中国人民大学、清华大学、北京航空航天大学、北京理工大学、中国农业大学、北京师范大学、中央民族大学、南开大学、天津大学、大连理工大学、吉林大学、哈尔滨工业大学、复旦大学、同济大学、上海交通大学、华东师范大学、南京大学、东南大学、浙江大学、中国科学技术大学、厦门大学、山东大学、中国海洋大学、武汉大学、华中科技大学、中南大学、中山大学、华南理工大学、四川大学、重庆大学、电子科技大学、西安交通大学、西北工业大学、兰州大学、国防科技大学。世界一流大学建设高校B类包括：东北大学、郑州大学、湖南大学、云南大学、西北农林科技大学、新疆大学。

表 10 中国传媒大学 2020 届本科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	298	北京电影学院	2
中国人民大学	22	北京电子科技学院	2
北京邮电大学	15	东南大学	2
北京大学	13	广州大学	2
北京理工大学	7	华南师范大学	2
北京交通大学	6	南京大学	2
复旦大学	6	清华大学	2
北京外国语大学	5	上海外国语大学	2
对外经济贸易大学	5	四川大学	2
北京师范大学	4	武汉邮电科学研究院	2
中山大学	4	中国电影艺术研究中心	2
电子科技大学	3	中国科学院大学	2
华中科技大学	3	中国矿业大学	2
上海交通大学	3	北京体育大学等	37
武汉大学	3	37所高校 ¹³	
中央财经大学	3	合计	463

2020 届硕士毕业生中，有 44 人国内升学，其中 33 人考取本校博士研究生，11 人考取外校博士研究生。硕士毕业生国内升学情况详见表 11。

表 11 中国传媒大学 2020 届硕士毕业生国内升学情况统计

学校	人数
中国传媒大学	33
清华大学	2
北京大学	2
中国人民大学	2
北京电影学院	1
北京师范大学	1
华东师范大学	1
南京大学	1
中国社会科学院大学	1
合计	44

¹³ 分别为北京体育大学、北京语言大学、福建农林大学、广东省社会科学院、国防科技大学、哈尔滨理工大学、河北大学、华东理工大学、华东师范大学、华东政法大学、华南理工大学、暨南大学、解放军航天工程大学、辽宁大学、南开大学、厦门大学、汕头大学、上海师范大学、上海戏剧学院、上海音乐学院、首都师范大学、天津大学、同济大学、西安电子科技大学、西北工业大学、烟台大学、云南大学、浙江大学、浙江科技学院、中国科学技术大学、中国科学院计算机网络信息中心、中国民航大学、中国社会科学院大学、中南财经政法大学、中央民族大学、中央戏剧学院、中央音乐学院。

2. 出国（境）留学情况

中国传媒大学 2020 届毕业生中，共有 380 名毕业生出国（境）留学，其中有本科毕业生 368 名、硕士毕业生 7 名。留学目的地排名前三名的国家为英国（202 人）、美国（97 人）和日本（18 人），具体分布情况见图 8。

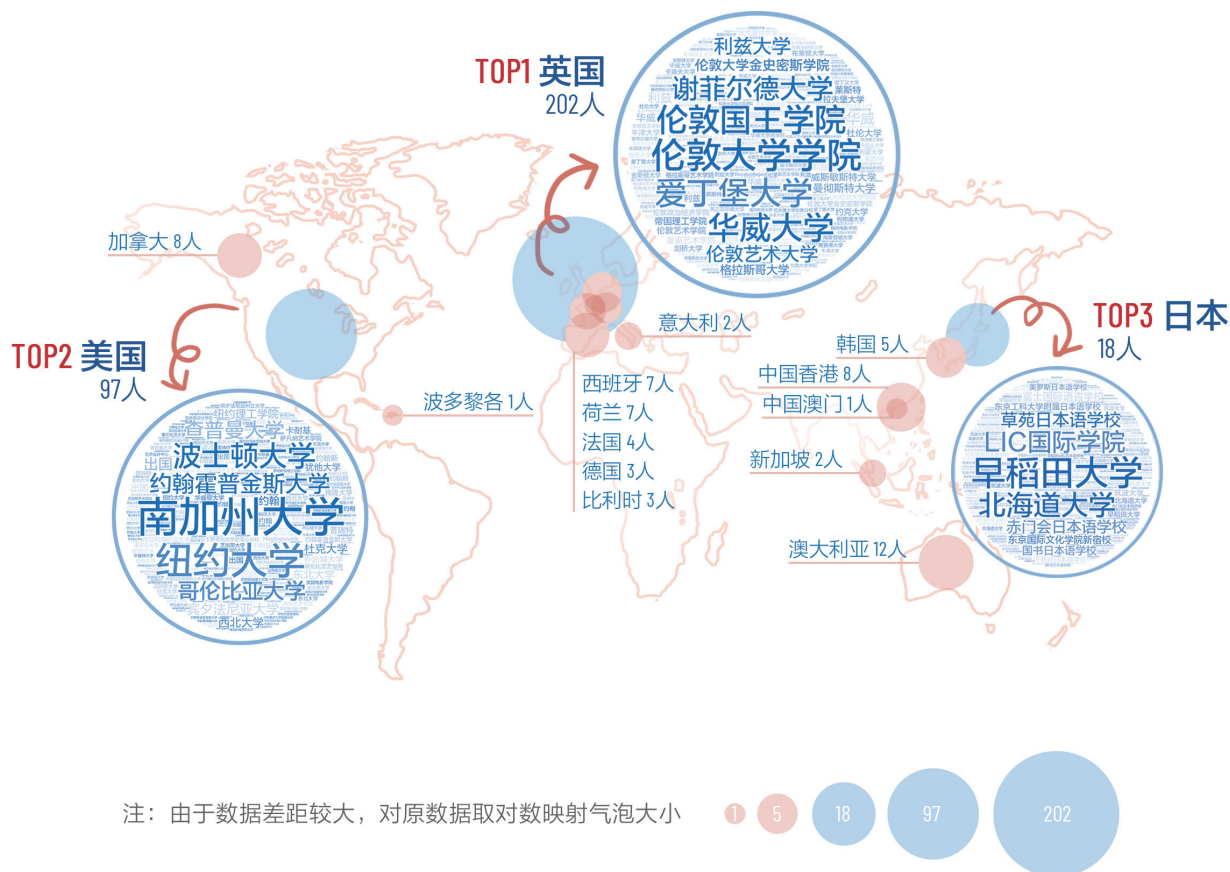


图 8 中国传媒大学 2020 届毕业生出国（境）留学目的地情况

中国传媒大学出国（境）留学毕业生共赴 147 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）、纽约大学（New York University）和爱丁堡大学（The University of Edinburgh）。本科毕业生和硕士毕业生出国（境）留学情况详见表 12、表 13。

表 12 中国传媒大学 2020 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	39	8	哥伦比亚大学	6
2	伦敦国王学院	27	8	波士顿大学	6
3	爱丁堡大学	15	8	墨尔本大学	6
3	纽约大学	15	9	查普曼大学	5
4	谢菲尔德大学	12	9	曼彻斯特大学	5
5	华威大学	11	9	利兹大学	5
6	伦敦艺术大学	9	9	伦敦政治经济学院	5
7	伦敦大学金史密斯学院	7	10	宾夕法尼亚大学	4
7	格拉斯哥大学	7	10	萨凡纳艺术与设计学院	4
8	威斯敏斯特大学	6	10	皇家艺术学院	4
8	南加州大学	6		合计	204

表 13 中国传媒大学 2020 届硕士毕业生出国（境）留学情况

学校	人数	国家/地区
伦敦国王学院	2	英国
威斯敏斯特大学	1	英国
纽卡斯尔大学	1	英国
约翰·霍普金斯大学	1	美国
佐治亚理工学院	1	美国
西三一大学	1	加拿大
合计	7	

此外，根据 2020 年 TIMES 世界大学排名，中国传媒大学共有 213 名 2020 届毕业生赴世界排名前 100 名的高校留学。其中，101 人赴世界排名前 30 名的高校留学，55 人赴世界排名 31-50 名的高校留学，57 人赴世界排名 51-100 名的高校留学。

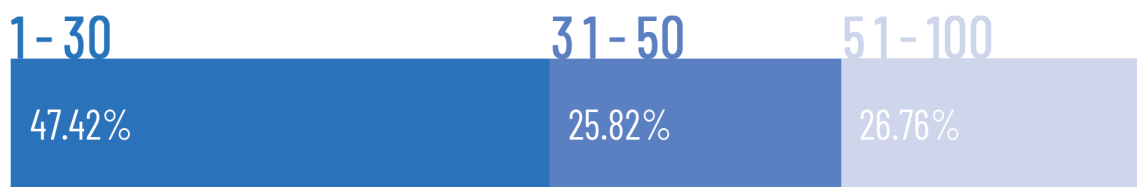


图 9 中国传媒大学 2020 届毕业生出国（境）留学学校排名情况

表 14 中国传媒大学 2020 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
1	牛津大学	1	47	香港科技大学	1
3	剑桥大学	1	48	伊利诺伊大学香槟分校	1
9	芝加哥大学	1	48	南洋理工大学	2
10	帝国理工学院	3	50	澳洲国立大学	1
11	宾夕法尼亚大学	4	52	华盛顿圣路易斯大学	1
12	约翰·霍普金斯大学	3	54	北卡罗来纳大学教堂山分校	1
15	伦敦大学学院	39	55	曼彻斯特大学	5
16	哥伦比亚大学	6	57	香港中文大学	3
19	康奈尔大学	1	60	悉尼大学	3
20	杜克大学	2	61	波士顿大学	6
22	西北大学	3	62	阿姆斯特丹大学	2
26	华盛顿大学	1	62	南加州大学	9
27	卡耐基梅隆大学	2	67	代尔夫特理工大学	2
27	伦敦政治经济学院	4	71	新南威尔士大学	1
29	纽约大学	15	73	格罗宁根大学	1
30	爱丁堡大学	15	75	莫纳什大学	1
32	墨尔本大学	6	75	乌特勒支大学	1
34	英属哥伦比亚大学	1	77	华威大学	11
35	香港大学	1	78	宾夕法尼亚州立大学	1
36	伦敦国王学院	37	87	布里斯托大学	1
38	佐治亚理工学院	1	89	成均馆大学	1
42	麦吉尔大学	2	99	格拉斯哥大学	7
45	鲁汶大学	2			
合计			213		

二、单位录用就业情况

2020届毕业生中，本科毕业生有493人单位录用就业，其中127人签就业协议，158人签劳动合同，208人其他录用形式就业；硕士毕业生有888人单位录用就业，其中410人签就业协议，161人签劳动合同，317人其他录用形式就业；博士毕业生有100人单位录用就业，其中89人签就业协议，4人签劳动合同，7人其他录用形式就业。

1. 地域流向

(1) 地区分布情况¹⁴

2020届单位录用就业毕业生地域流向以华北地区（占65.07%）、华东地区（占15.01%）和华南地区（占9.33%）为主。在北京就业的毕业生有948人，京外就业的毕业生有638人，北京、上海、深圳、杭州、广州为今年毕业生就业流向前5名城市。具体录用单位所在地区及城市¹⁵分布情况见图10、图11及表15。

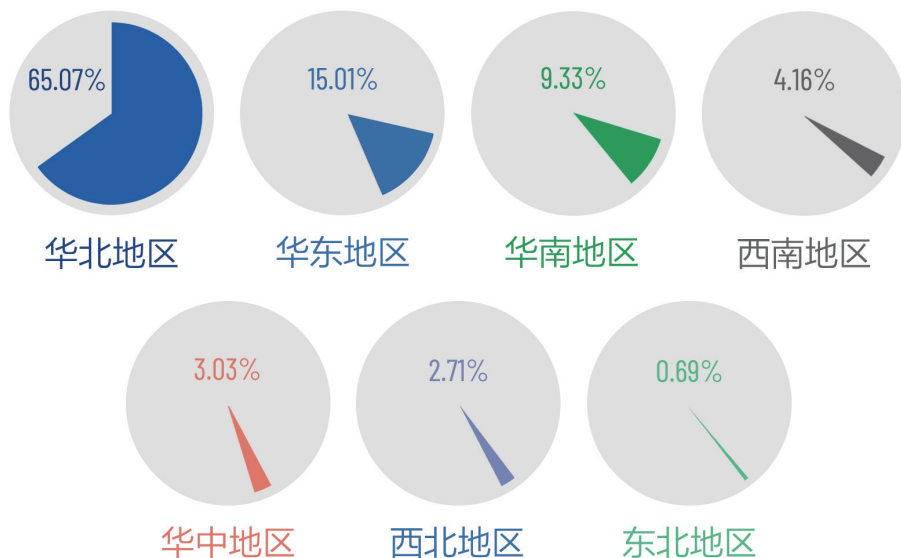


图10 中国传媒大学2020届毕业生单位录用就业地区分布情况

¹⁴ 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。

¹⁵ 一线城市包括北京、上海、广州、深圳，“新一线城市”包括成都、重庆、杭州、武汉、西安、天津、苏州、南京、郑州、长沙、东莞、沈阳、青岛、合肥、佛山。

● 毕业生单位录用就业城市TOP5

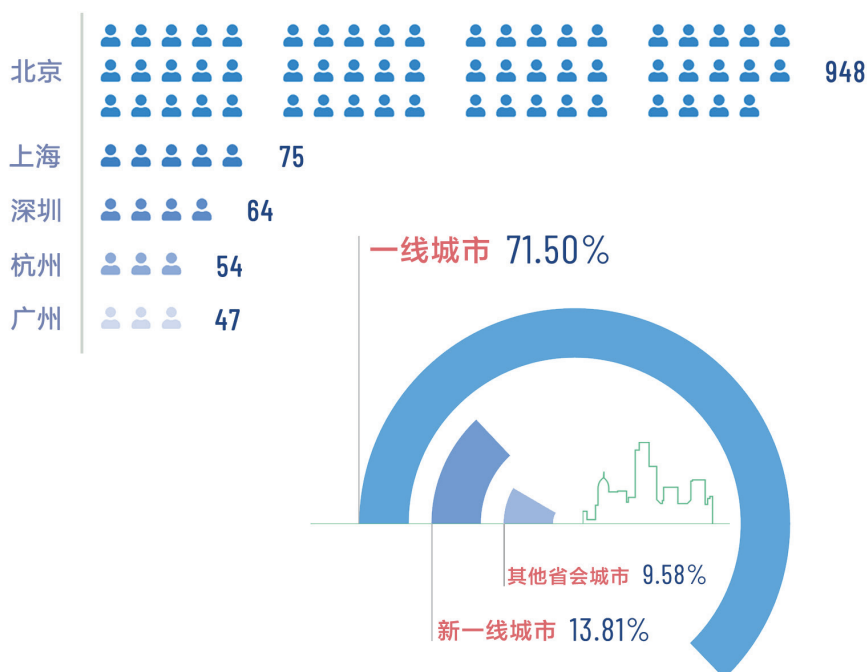


图 11 中国传媒大学 2020 届毕业生单位录用就业城市分布情况

表 15 中国传媒大学 2020 届毕业生单位录用就业地区分布情况

排名	就业省份（地区）	人数	排名	就业省份（地区）	人数
1	北京	948	16	山西	11
2	广东	119	16	云南	11
3	上海	75	17	陕西	10
4	浙江	66	18	海南	7
5	四川	38	18	贵州	7
6	江苏	37	18	重庆	7
7	山东	36	18	甘肃	7
8	天津	27	19	江西	6
9	河北	24	19	宁夏	6
10	内蒙古	22	20	安徽	5
10	广西	22	20	吉林	5
11	新疆	19	20	辽宁	5
12	河南	18	21	西藏	3
13	湖北	16	22	青海	1
14	湖南	14	22	黑龙江	1
15	福建	13			

(2) 国家战略领域¹⁶就业情况

2020届单位录用就业毕业生中共有999人赴京津冀经济圈就业；399人赴“一带一路”经济带所涉及的地区就业；1人赴雄安新区就业；282人赴长江经济带所涉及的地区就业；119人赴粤港澳大湾区所涉及的地区就业；181人赴长三角区域一体化所涉及的地区就业；7人赴海南自贸试验区就业。

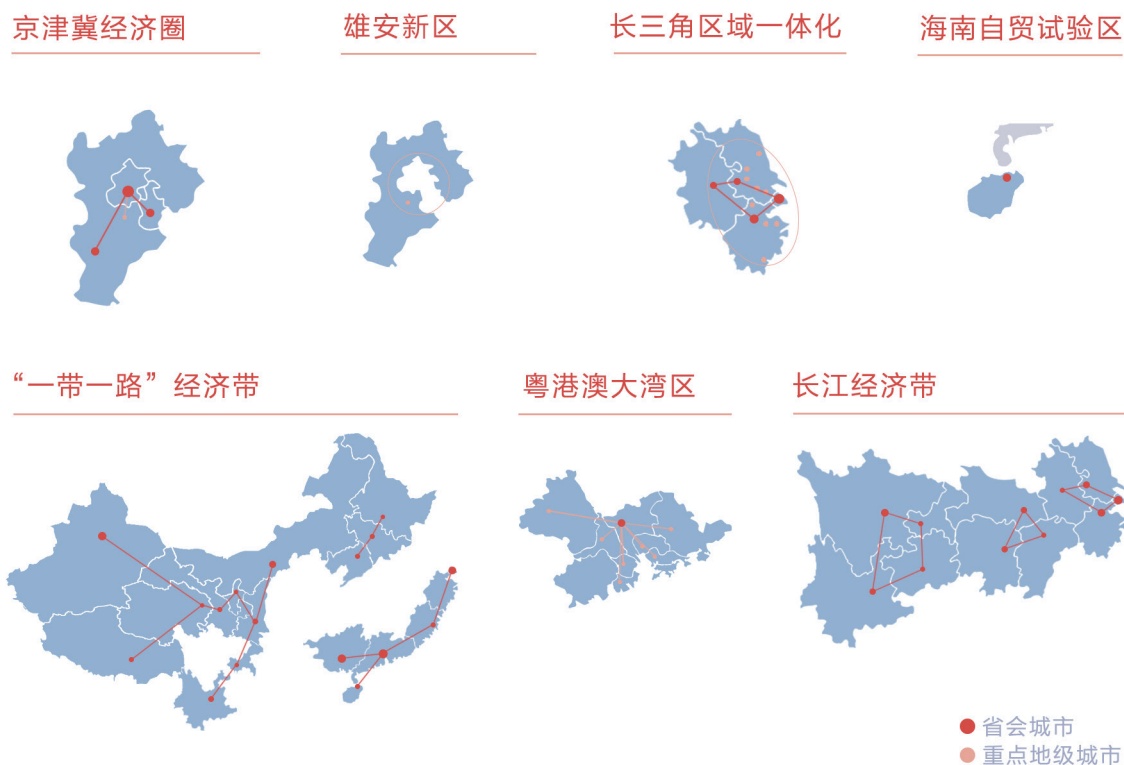


图 12 中国传媒大学 2020 届毕业生国家战略领域单位录用就业情况

表 16 中国传媒大学 2020 届毕业生国家战略领域单位录用就业情况

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	长三角区域一体化	海南自贸试验区
人数	999	399	1	282	119	181	7
占单位录用就业比例	62.99%	25.16%	0.06%	17.78%	7.50%	11.41%	0.44%

¹⁶ 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。长三角区域包括上海市，江苏省南京、无锡、常州、苏州、南通、扬州、镇江、盐城、泰州，浙江省杭州、宁波、温州、湖州、嘉兴、绍兴、金华、舟山、台州，安徽省合肥、芜湖、马鞍山、铜陵、安庆、滁州、池州、宣城。海南自贸试验区指海南省。

(3) 生源地就业情况

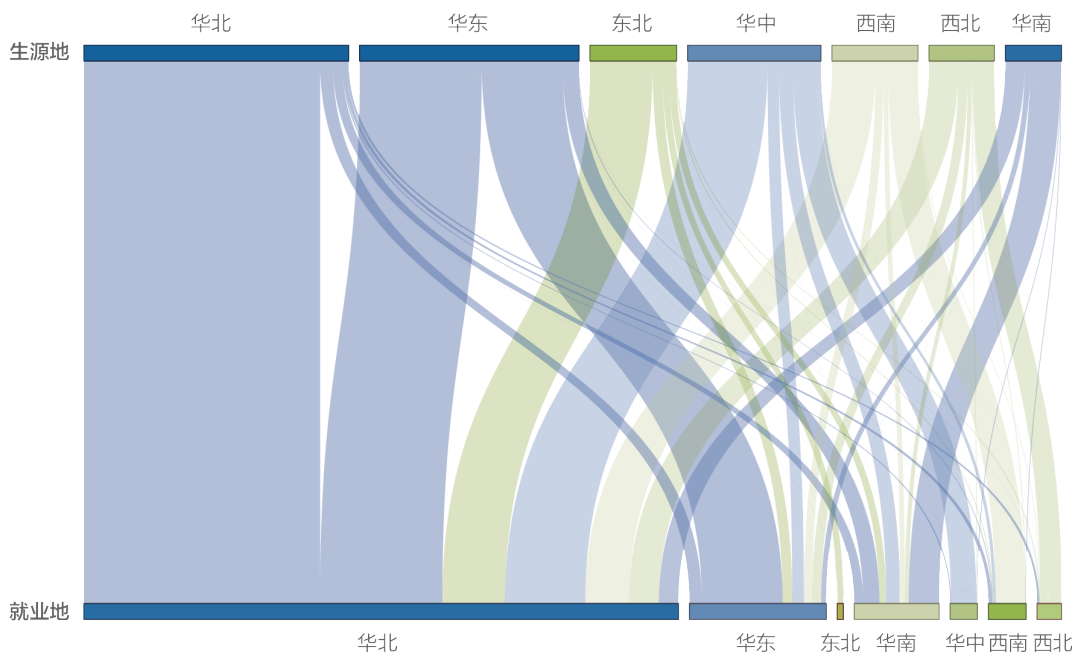


图 13 中国传媒大学 2020 届毕业生生源地就业情况

2020 届单位录用就业毕业生回生源地就业的比例为 47.04%，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地区就业比例最低。

表 17 中国传媒大学 2020 届毕业生生源地与单位录用就业地匹配情况

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	410	89.13%	50	10.87%
华东地区	140	36.75%	241	63.25%
华南地区	53	54.08%	45	45.92%
华中地区	44	18.97%	188	81.03%
西南地区	51	34.00%	99	66.00%
西北地区	37	32.46%	77	67.54%
东北地区	11	7.28%	140	92.72%

2. 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 2020 届单位录用就业毕业生到文化、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。具体录用单位行业前 8 名情况见图 14。

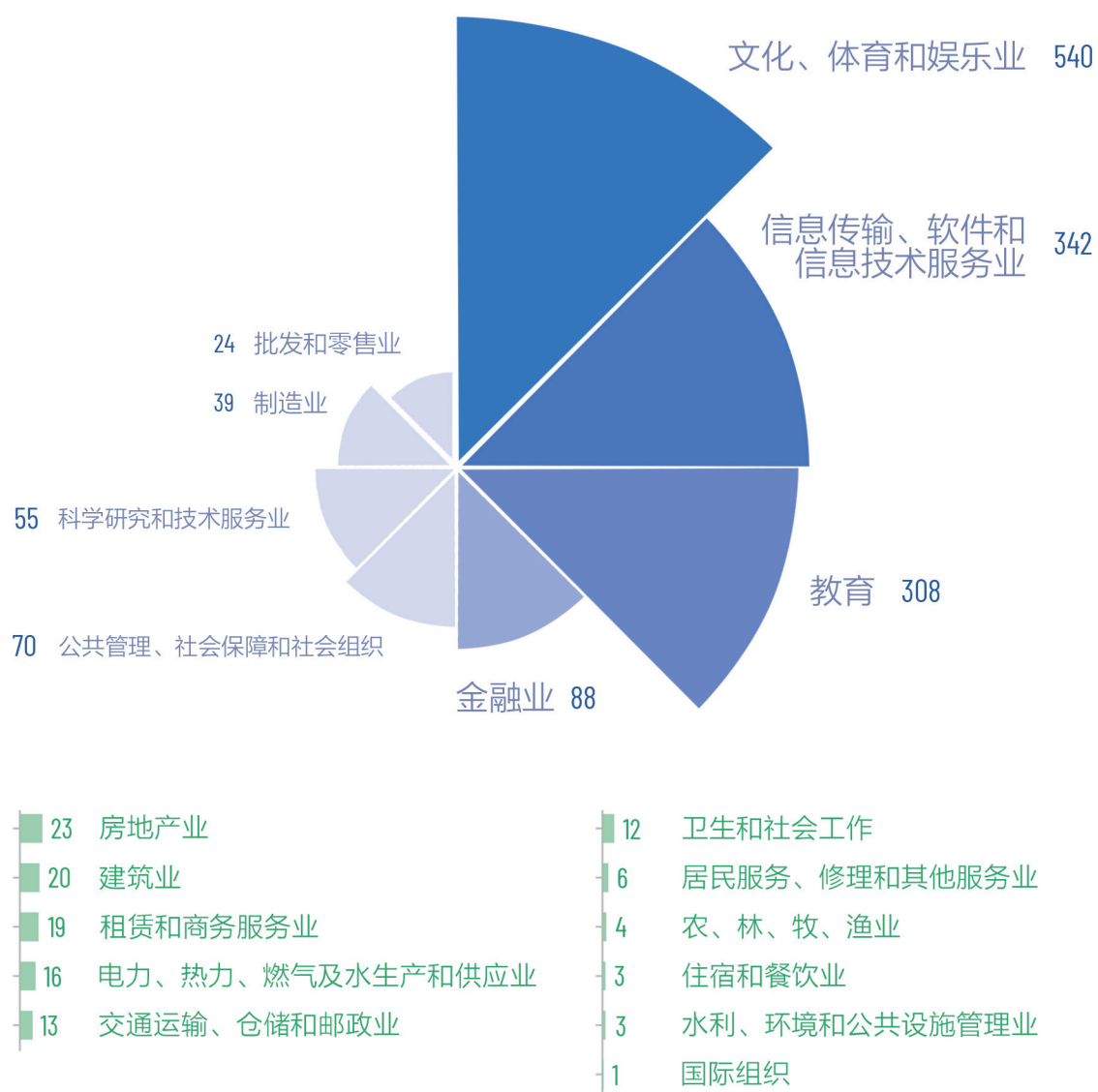


图 14 中国传媒大学 2020 届毕业生录用单位行业分布

从不同学历来看，本科单位录用就业毕业生主要集中在“文化、体育和娱乐业”(204人)，硕士单位录用就业毕业生主要集中在“文化、体育和娱乐业”(226人)和“信息传输、软件和信息技术服务业”(210人)。超过五分之四的博士单位录用就业毕业生在“教育业”就业。

表 18 中国传媒大学 2020 届各学历层次毕业生录用单位行业分布情况

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	204	41.38%	226	25.45%	6	6.00%	436
信息传输、软件和信息技术服务业	130	26.37%	210	23.65%	2	2.00%	342
教育业	47	9.53%	175	19.71%	86	86.00%	308
金融业	21	4.26%	67	7.55%	0	0.00%	88
公共管理、社会保障和社会组织	19	3.85%	51	5.74%	0	0.00%	70
科学研究和技术服务业	9	1.83%	43	4.84%	3	3.00%	55
制造业	21	4.26%	18	2.03%	0	0.00%	39
批发和零售业	6	1.22%	16	1.80%	1	1.00%	23
房地产业	6	1.22%	17	1.91%	0	0.00%	23
建筑业	4	0.81%	15	1.69%	1	1.00%	20
租赁和商务服务业	9	1.83%	10	1.13%	0	0.00%	19
电力、热力、燃气及水生产和供应业	3	0.61%	12	1.35%	1	1.00%	16
交通运输、仓储和邮政业	5	1.01%	8	0.90%	0	0.00%	13
卫生和社会工作	2	0.41%	10	1.13%	0	0.00%	12
居民服务、修理和其他服务业	2	0.41%	4	0.45%	0	0.00%	6
农、林、牧、渔业	2	0.41%	2	0.23%	0	0.00%	4
住宿和餐饮业	2	0.41%	1	0.11%	0	0.00%	3
水利、环境和公共设施管理业	1	0.20%	2	0.23%	0	0.00%	3
国际组织	0	0.00%	1	0.11%	0	0.00%	1
合计	493	100.00%	888	100.00%	100	100.00%	1481

3. 单位性质分布

2020届单位录用就业毕业生就业单位以其他企业单位（658人）、国有企业（380人）、其他事业单位（148人）和高等教育单位（130人）为主。其中，录用本科毕业生的主要为其他企业单位，超过四分之一的硕士单位录用就业毕业生前往国有企业，录用博士毕业生的主要为高等教育单位。

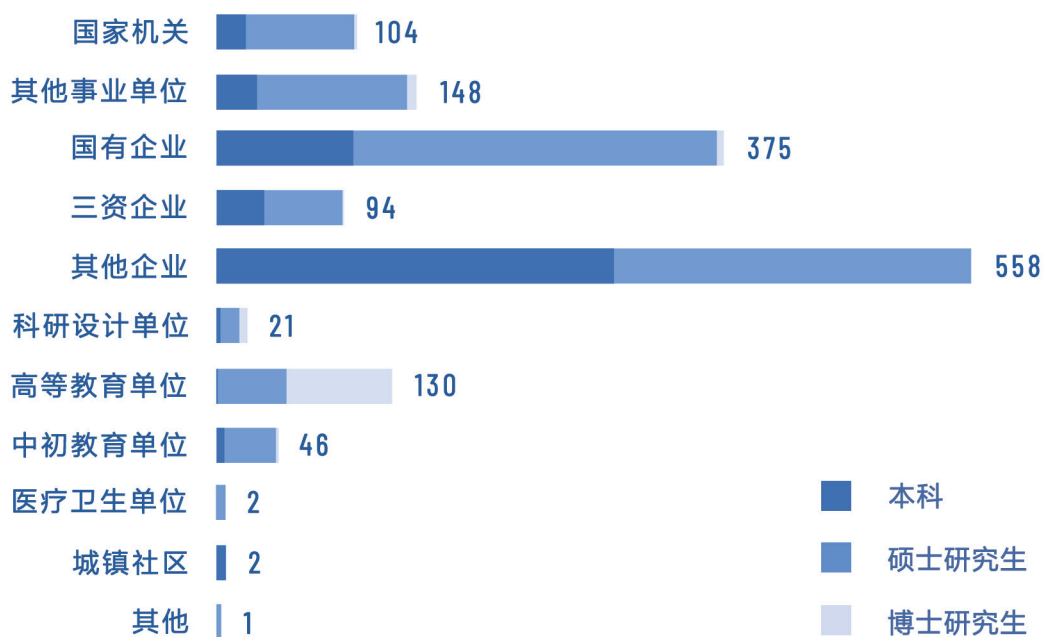


图 15 中国传媒大学 2020 届各学历层次毕业生录用单位性质流向情况

表 19 中国传媒大学 2020 届各学历层次毕业生录用单位性质流向情况

单位性质	本科	硕士	博士	合计
国家机关	22	80	2	104
其他事业单位	30	111	7	148
国有企业	101	269	5	375
三资企业	35	58	1	94
其他企业	294	264	0	558
科研设计单位	2	14	5	21
高等教育单位	1	51	78	130
中初教育单位	6	38	2	46
医疗卫生单位	0	2	0	2
城镇社区	2	0	0	2
其他	0	1	0	1

4. 主要录用单位

录用我校2020届本科毕业生和硕士毕业生的单位以文化、体育和娱乐业类为主，录用我校2020届博士毕业生的单位中高等院校占比较高。接收中国传媒大学2020届毕业生人数前10位的单位¹⁷如表20所示。

表20 接收中国传媒大学2020届毕业生人数前10位的单位¹⁸

排名	单位名称	接收人数	排名	单位名称	接收人数
1	中国传媒大学	29	7	京东集团	13
2	中信银行股份有限公司	24	8	国家广播电视总局	12
2	北京字节跳动科技有限公司	24	9	中国建设银行股份有限公司	11
3	中国移动	20	10	北京广播电视台	9
4	中国联通	17	10	华为技术有限公司	9
5	新华通讯社	15	10	中国电信	9
5	深圳市腾讯计算机系统有限公司	15	10	中国邮政	9
6	中视科华有限公司	14		合计	230

三、自主创业情况

2020年，中国传媒大学共有21名毕业生自主创业。按学历层次分布，本科毕业生12人，占57.14%；硕士毕业生7人，占33.33%；博士毕业生1人，占4.76%；高职毕业生1人，占4.76%。

表21 中国传媒大学2020届各学历层次毕业生人数、自主创业人数及占创业总人数比例

	本科	硕士	博士	高职
毕业生人数	2189	1282	125	156
自主创业人数	12	7	1	1
占创业总人数比例(%)	57.14%	33.33%	4.76%	4.76%

按创业类型看，选择实体创业的居多，有15人，占71.43%；工作室创业有4人，占19.05%；网络创业有2人，占9.52%。

¹⁷ 此处数据核算不含定向毕业生。

¹⁸ 我校2020届高职毕业生中有102名进入中视前卫影视传媒有限公司工作，此处不对2020届单位录用就业高职毕业生录用单位情况做详细分析。高职毕业生录用单位情况详见《中国传媒大学高等职业技术学院2020届毕业生就业质量报告》(网址: gaozhi.cuc.edu.cn)。

表 22 中国传媒大学 2020 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		高职		合计	
	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)
实体创业	7	33.33%	6	28.57%	1	4.76%	1	4.76%	15	71.43%
工作室创业	3	14.29%	1	4.76%	0	0.00%	0	0.00%	4	19.05%
网络创业	2	9.52%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	2	9.52%

按时间来看，在 2017 年（及以前）成立的企业 / 工作室居多，占 42.86%；其次是 2019 年成立的企业 / 工作室，占 33.33%。

表 23 中国传媒大学 2020 届毕业生创业企业 / 工作室成立时间分布情况

时间	2020	2019	2018	2017及之前
数量	4	7	1	9
比例 (%)	19.05%	33.33%	4.76%	42.86%

按创业地域看，11 人在北京创业，占 52.38%，较为集中。

表 24 中国传媒大学 2020 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		高职		合计	
	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)
北京创业	8	38.10%	2	9.52%	0	0.00%	1	4.76%	11	52.38%
生源地创业	3	14.29%	4	19.05%	0	0.00%	0	0.00%	7	33.33%
其他地区创业	1	4.76%	1	4.76%	1	4.76%	0	0.00%	3	14.29%

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、体育和娱乐业。其中，10 名毕业生为文化、体育和娱乐业（占 47.62%）；4 名毕业生为教育业（占 19.05%）；3 名毕业生为批发和零售业（占 14.29%）。具体创业企业 / 工作室所属行业分布情况详见表 25。

表 25 中国传媒大学 2020 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	10	47.62%
教育业	4	19.05%
批发和零售业	3	14.29%
信息传输、软件和信息技术服务业	2	9.52%
居民服务、修理和其他服务业	1	4.76%
制造业	1	4.76%

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9个(占42.86%)，与网络 and 新媒体相关的企业/工作室有2个(占9.52%)，与内容制作相关的企业/工作室有2个(占9.52%)。

从创业企业/工作室的注册情况来看，已注册的创业企业/工作室有15个(占71.43%)。

从创业企业/工作室的注册资金看，注册资金低于10万元的企业/工作室有6个(占28.57%)，注册资金为10万元至500万元的企业/工作室有10个(占47.62%)，注册资金高于500万元的企业/工作室有5个(占23.81%)，其中高于1000万元的企业/工作室有3个(占14.29%)。

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人获天洋杯大学生创业奖二等奖，1人获福建省人才储备中心创业基金政策扶持，1人入选2019年中国传媒大学学生创新创业孵化孵育项目。

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5人，占创业毕业生总数的23.81%；新闻学院、信息与通信工程学院、音乐与录音艺术学院各3人，各占14.29%；播音主持艺术学院、戏剧影视学院各2人，各占9.52%；广告学院、国际传媒教育学院、高等职业技术学院各1人，各占4.76%。

表 26 中国传媒大学 2020 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	占创业总人数比例(%)
经济与管理学院	5	23.81%
新闻学院	3	14.29%
信息与通信工程学院	3	14.29%
音乐与录音艺术学院	3	14.29%
播音主持艺术学院	2	9.52%
戏剧影视学院	2	9.52%
广告学院	1	4.76%
国际传媒教育学院	1	4.76%
高等职业技术学院	1	4.76%

四、西部基层就业情况

2020届单位录用就业毕业生中，共有166人赴西部¹⁹基层就业。其中，西部就业153人，基层就业18人²⁰。本科毕业生中，赴西部地区就业47人，基层就业5人（其中京外选调生1人）；硕士毕业生中，赴西部地区就业93人，基层就业13人（其中京外选调生2人）；博士毕业生中，赴西部地区就业13人。单位录用就业毕业生西部基层就业情况详见表27。

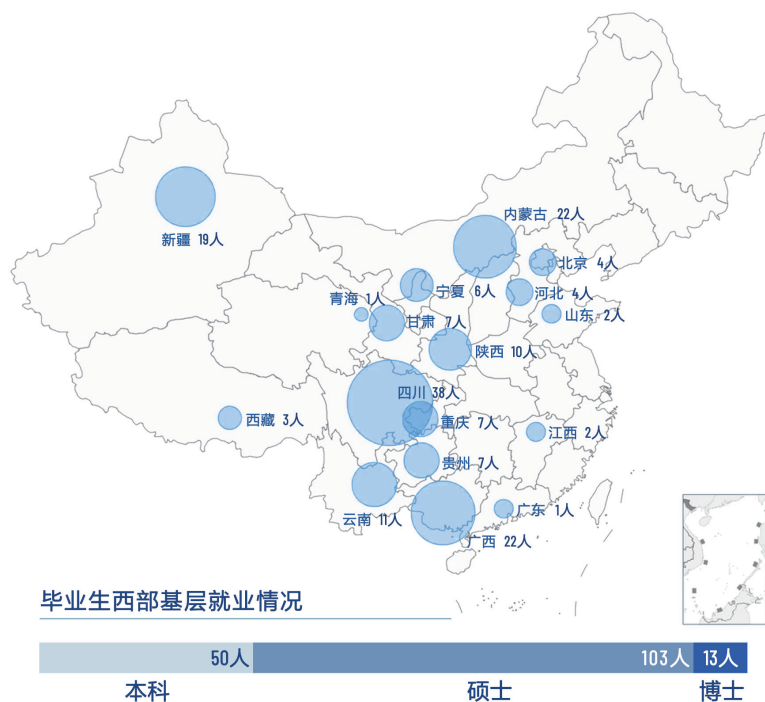


图16 中国传媒大学2020届单位录用就业毕业生西部基层就业情况

表27 中国传媒大学2020届单位录用就业毕业生西部基层就业情况

	本科	硕士	博士
西部就业	47	93	13
基层就业	5	13	0

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）。

²⁰ 该数据包含在西部地区基层就业的2020届毕业生。

五、自由职业情况

2020年，中国传媒大学共有496名自由职业毕业生。按学历层次分布，本科毕业生370人，占74.60%；硕士毕业生108人，占21.77%；博士毕业生4人，占0.81%。

表 28 中国传媒大学 2020 届各学历层次毕业生自由职业人数及自由职业率

	本科	硕士	博士
毕业生人数	2189	1282	125
自由职业人数	370	108	4
比例 (%)	16.90%	8.42%	3.20%

从省份（地区）流向来看，2020届自由职业毕业生工作地以北京为主（占41.94%），其余省份（地区）自由职业人数较少，具体分布情况见表29。

表 29 中国传媒大学 2020 届毕业生自由职业所在省份（地区）分布情况

排名	就业省份	人数	排名	就业省份	人数
1	北京	208	11	天津	8
2	四川	26	11	安徽	8
3	广东	23	12	广西	7
4	河北	20	12	吉林	7
4	江苏	20	12	新疆	7
5	湖南	17	13	福建	6
6	浙江	15	14	山西	5
6	上海	15	14	云南	5
7	辽宁	14	15	陕西	4
7	湖北	14	15	甘肃	4
8	山东	13	16	内蒙古	3
9	重庆	11	17	黑龙江	2
9	贵州	11	17	青海	2
10	江西	10	18	海南	1
10	河南	10	合计		496

从自由职业工作内容来看,自媒体(49人)、教育培训(47人)、绘画外包(41人)、自由撰稿人(27人)、演员(22人)是我校2020届自由职业毕业生集中从事的工作内容类型。



图 17 中国传媒大学 2020 届毕业生自由职业具体工作内容分布情况

六、未就业毕业生情况

截至2020年10月31日,中国传媒大学2020届毕业生中有743人尚未就业,占毕业生总数的19.80%。其中,本科毕业生483人,硕士毕业生227人,博士研究生20人。具体来看,本科未就业毕业生中,“拟考硕、拟考博、拟出国”等“不就业拟升学”的占比45.96%，“在京待就业、回省待就业、就业实习”等待就业(有求职意愿但仍未落实工作)的占比48.65%，其他各类无就业意愿的占比5.38%；硕士、博士未就业毕业生以待就业(有求职意愿但仍未落实工作)为主,分别占比91.63%和100%。

表 30 中国传媒大学 2020 届毕业生未就业情况

就业去向	本科		硕士		博士	
	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)	人数	比例 (%)
待就业	235	48.65%	208	91.63%	20	100.00%
在京待就业	31	6.42%	16	7.05%	5	25.00%
回省待就业	193	39.96%	186	81.94%	15	75.00%
就业实习	11	2.28%	6	2.64%	0	0.00%
暂不就业	248	51.36%	19	8.37%	0	0.00%
拟考硕	166	34.37%	2	0.88%	0	0.00%
拟考博	0	0.00%	9	3.96%	0	0.00%
拟出国	56	11.59%	4	1.76%	0	0.00%
其他暂不就业	26	5.38%	4	1.76%	0	0.00%
合计	483	100.00%	227	100.00%	20	100.00%

第三部分 信息传播领域“就业盘点”

2018—2020年，是学校深化改革发展、创新新时代传媒人才培养的三年。作为国内传媒高等教育的排头兵和信息传播领域的学术重镇，学校坚持立德树人、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，秉持“上手快、筋骨壮、后劲足”的中传特色育人模式，传承弘扬“忠诚、自信、包容、竞先”的中传文化基因，培养了新一批党和国家所需、能够应对未来媒体挑战、驰骋于国际舞台的传媒人才。近三年，我校毕业生在信息传播领域就业情况详见下图。

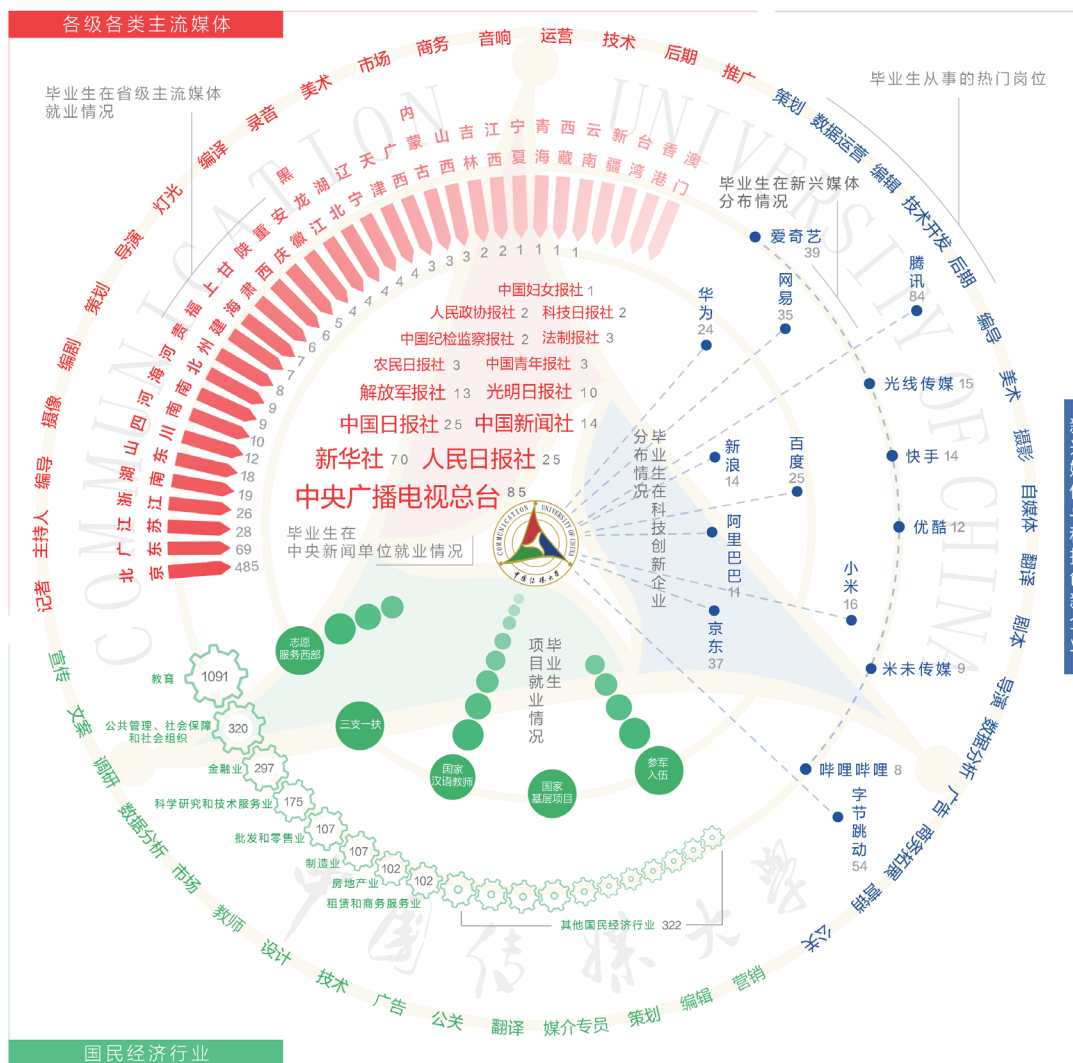


图 18 我校毕业生近三年在信息传播领域就业情况

一、投身传媒事业，唱响主流舆论时代强音

习近平总书记指出：“媒体竞争关键是人才竞争，媒体优势核心是人才优势。要加快培养造就一支政治坚定、业务精湛、作风优良、党和人民放心的新闻舆论工作队伍。”这段重要论述，为创新高校新时代卓越新闻传播人才培养模式指明了方向。

学校以“双一流”建设为引领，强化信息传播领域“小综合”的学科特色，持续向各级各类主流媒体输送政治立场坚定、业务水平精湛的信息传播人才。三年来，共有1084名毕业生将青春融入党和国家的传媒事业，唱响主流舆论最强音，努力成为党和国家需要的全媒型、专家型人才。

在进入各级各类主流媒体的毕业生中，超过六成（63.73%）的毕业生就业地为北京市，就业地为广东省的占比9.07%，就业地为江苏省的占比3.68%，就业地为浙江省的占比3.42%，就业地为湖南省的占比2.50%，就业地为山东省的占比2.37%，就业地为四川省的占比1.58%，就业地为河南省的占比1.31%，就业地为海南省和河北省的均占比1.18%，就业地为贵州省的占比1.05%，其余各省就业的比例均低于1%。

表 31 中国传媒大学近三年毕业生在各级各类主流媒体就业的地域分布情况

地区	人数	比例 (%)	地区	人数	比例 (%)
北京	485	63.73%	重庆	5	0.66%
广东	69	9.07%	安徽	4	0.53%
江苏	28	3.68%	黑龙江	4	0.53%
浙江	26	3.42%	湖北	4	0.53%
湖南	19	2.50%	辽宁	4	0.53%
山东	18	2.37%	天津	4	0.53%
四川	12	1.58%	广西	3	0.39%
河南	10	1.31%	内蒙	3	0.39%
海南	9	1.18%	山西	3	0.39%
河北	9	1.18%	吉林	2	0.26%
贵州	8	1.05%	江西	2	0.26%
福建	7	0.92%	宁夏	1	0.13%
上海	7	0.92%	青海	1	0.13%
甘肃	6	0.79%	西藏	1	0.13%
陕西	6	0.79%	云南	1	0.13%

近三年来，中央新闻单位中我校毕业生工作人数最多的前十位分别为：中央广播电视总台（85人）、新华社（70人）、人民日报社（25人）、中国日报社（25人）、经济日报社（15人）、中国新闻社（14人）、解放军报社（13人）、光明日报社（10人）、中国青年报社（3人）、农民日报社（3人）、法制报社（3人）、人民政协报社（2人）、中国纪检监察报社（2人）、科技日报社（2人）、中国妇女报社（1人）。

表 32 接收中国传媒大学近三年毕业生人数前 10 位的中央新闻单位

排名	中央新闻单位	人数	排名	中央新闻单位	人数
1	中央广播电视总台	85	8	中国青年报社	3
2	新华社	70	8	农民日报社	3
3	人民日报社	25	8	法制报社	3
3	中国日报社	25	9	人民政协报社	2
4	经济日报社	15	9	中国纪检监察报社	2
5	中国新闻社	14	9	科技日报社	2
6	解放军报社	13	10	中国妇女报社	1
7	光明日报社	10			

通过对毕业生入职职位的分析，我校近三年进入各级各类主流媒体工作的毕业生中从事人数较多的职位类别分别为：记者、主持人、编导、摄像、编剧、策划、导演、灯光、编译、录音、美术、市场、商务、音响、运营、技术、后期、推广。



图 19 中国传媒大学近三年主流媒体就业毕业生从事较多的职位类别

二、融入全媒时代，积极投身科技创新前沿

纵观当前的媒介环境，新一代人工智能在全球范围蓬勃发展，推动世界从互联信息时代进入智能信息时代。以5G为核心的高速移动互联网将强力驱动传媒业态重构，促进区块链、虚拟现实、大数据、4K/8K等信息技术应用全面落地。媒体融合向纵深推进，智能媒体与社会融为一体，成为经济社会的操作系统和原动力。

我校始终坚持“人文为体、科技为用、艺术为法”的跨学科专业培养模式，培养未来社会所需要的具有全球视野的数字创意人才，智能媒体时代所需要的具有融合跨界能力的高端传媒技术人才，符合大数据时代要求的具有创新精神的新型经营管理人才。三年来，共有2796名毕业生到新兴媒体产业相关企业和科技创新型企业就业。

科技创新型企业中，以中国互联网协会发布的“2020年中国互联网综合实力前百家企业名单”为例进行统计，接收我校近三年毕业生人数前10位的企业为：腾讯84人，字节跳动54人，京东37人，网易35人，百度25人，华为24人，苏宁17人，小米16人，新浪14人，阿里11人。

表33 接收中国传媒大学近三年毕业生人数前10位的互联网百强企业

排名	企业	人数
1	深圳市腾讯计算机系统有限公司	84
2	北京字节跳动科技有限公司	54
3	京东集团	37
4	网易集团	35
5	百度公司	25
6	华为技术有限公司	24
7	苏宁控股集团有限公司	17
8	小米集团	16
9	新浪公司	14
10	阿里巴巴(中国)有限公司	11

三、服务国民经济，信息传播助力社会治理

在传媒与社会同构的媒介化社会，传媒已经超越本身的行业属性，渗透到社会各行各业。我校坚持以“传媒”为核心、延展辐射到其他学科专业的发展思路，走新文科、新工科融合交叉的学科专业建设之路，为国民经济各行各业输送了大批优秀人才。

三年来，共有 2623 名毕业生选择到“教育”、“公共管理、社会保障和社会组织”、“金融业”、“科学研究和技术服务业”等行业单位从事信息传播相关工作，毕业生发挥专业优势，在国家机关、事业单位、国有企业、民营企业、大中小学等各类型单位努力发光发热。

我校近三年的毕业生中，除“文化、体育和娱乐业”与“信息传输、软件和信息技术服务业”这两个信息传播领域行业外，就业人数最多的行业前十位分别为：教育行业 1091 人，公共管理、社会保障和社会组织 320 人，金融业 297 人，科学研究和技术服务业 175 人，批发和零售业 107 人，制造业 107 人，房地产业 102 人，租赁和商务服务业 102 人，交通运输、仓储和邮政业 60 人，建筑业 59 人。

表 35 中国传媒大学近三年毕业生非信息传播领域就业最多的前十个行业分布情况

排名	行业	人数
1	教育	1091
2	公共管理、社会保障和社会组织	320
3	金融业	297
4	科学研究和技术服务业	175
5	批发和零售业	107
5	制造业	107
7	房地产业	102
7	租赁和商务服务业	102
9	交通运输、仓储和邮政业	60
10	建筑业	59

第四部分 就业质量评价与反馈

一、就业市场与需求情况分析

1. 总体需求情况

面向 2020 届毕业生，学校学生工作部（处）共发布了 1357 条招聘信息，提供 71241 个岗位需求，总体供需比达到 1:18.99。共有 11 家中央级主流媒体、15 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 17 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。2020 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 77 条。

面向 2020 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，校友企业招聘双选会 1 场，用人单位专场校园招聘活动 18 场，网络大中型双选会 11 场，网络招聘宣讲会 117 场。研发并上线了就业招聘服务线上平台，实现招聘活动网上举办、就业进展线上填写，具备供需对接、直播宣讲、简历投递、视频面试、信息填报等功能，满足毕业生网络求职、信息更新的多种需求，保障了招聘活动和就业服务不断线，收效良好。

截至 2020 年 9 月，面向 2020 届毕业生的招聘信息发布时间详见下图。

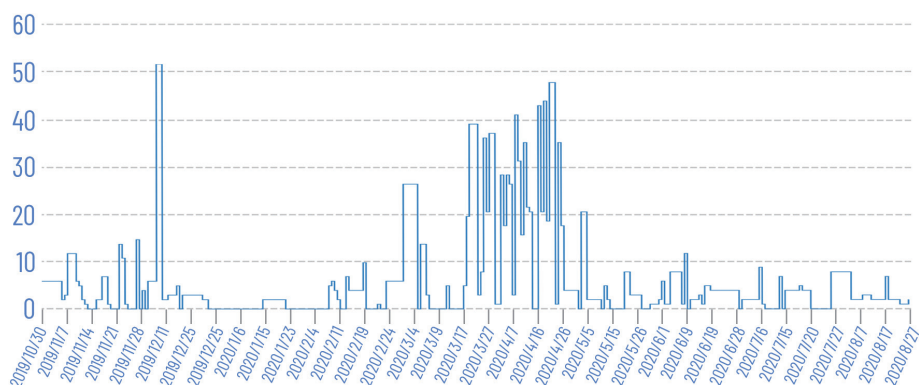


图 23 面向 2020 届毕业生的招聘信息发布时间分布情况

2. 需求信息行业分布

发布的 1357 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，信息传输、软件和信息技术服务业，教育业和金融业。

表 36 中国传媒大学 2020 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	504	37.14%	6321	8.87%
信息传输、软件和信息技术服务业	309	22.77%	18611	26.12%
教育业	155	11.42%	13645	19.15%
金融业	80	5.90%	8892	12.48%
公共管理、社会保障和社会组织	45	3.32%	12024	16.88%
制造业	44	3.24%	2308	3.24%
批发和零售业	41	3.02%	952	1.34%
租赁和商务服务业	40	2.95%	1247	1.75%
房地产业	34	2.51%	866	1.22%
科学研究和技术服务业	26	1.92%	3216	4.51%
建筑业	23	1.69%	1716	2.41%
交通运输、仓储和邮政业	14	1.03%	531	0.75%
卫生和社会工作	9	0.66%	521	0.73%
住宿和餐饮业	8	0.59%	49	0.07%
农、林、牧、渔业	7	0.52%	26	0.04%
电力、热力、燃气及水生产和供应业	6	0.44%	116	0.16%
水利、环境和公共设施管理业	4	0.29%	66	0.09%
采矿业	4	0.29%	69	0.10%
居民服务、修理和其他服务业	3	0.22%	50	0.07%
军队	1	0.07%	15	0.02%
合计	1357	100.00%	71241	100.00%

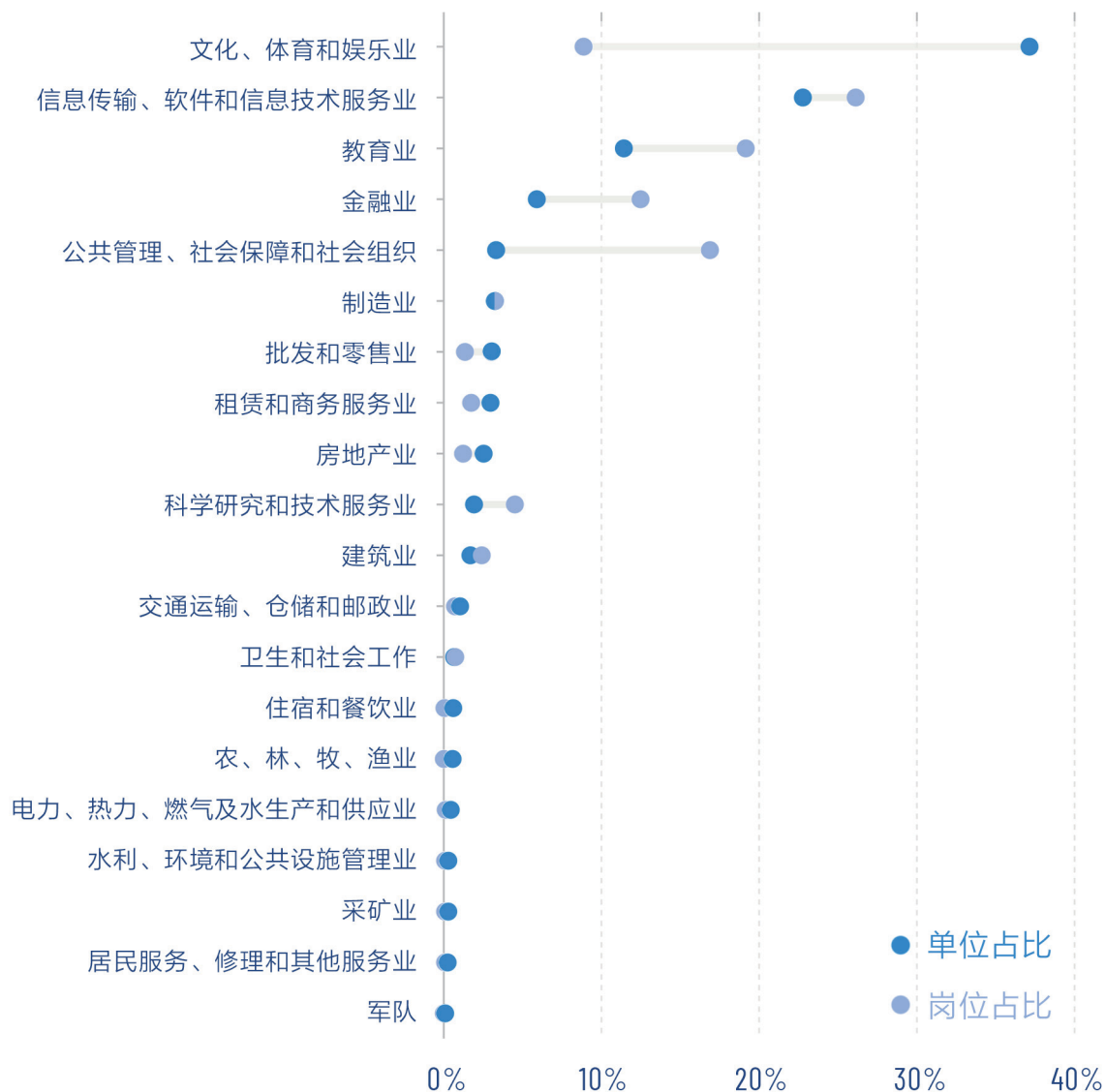


图 24 中国传媒大学 2020 年用人单位及岗位需求行业分布情况

3. 用人单位性质分布

对上述 1357 条招聘信息按单位性质进行分析，主要集中在其他企业、国有企业、其他事业单位以及三资企业。

表 37 中国传媒大学 2020 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 (%)
其他企业	912	67.21%	38351	53.83%
国有企业	207	15.25%	13934	19.56%
其他事业单位	67	4.94%	6679	9.38%
三资企业	62	4.57%	2943	4.13%
高等教育单位	39	2.87%	1467	2.06%
国家机关	34	2.51%	7162	10.05%
中初教育单位	13	0.96%	353	0.50%
科研设计单位	10	0.74%	196	0.28%
其他	9	0.66%	72	0.10%
部队	3	0.22%	70	0.10%
医疗卫生单位	1	0.07%	14	0.02%
合计	1357	100.00%	71241	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 71.04%（775 家），华东地区占 14.85%（162 家），华南地区占 7.42%（81 家），西部地区占 2.93%（32 家），华中地区占 2.66%（29 家），东北地区占 0.92%（10 家）。排名前五的用人单位地区（省级）分布情况如下：

表 38 中国传媒大学 2020 年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	750	68.68%
2	广东	70	6.41%
3	上海	65	5.95%
4	浙江	44	4.03%
5	山东	20	1.83%

5. 岗位需求类型分布

按招聘信息中的岗位类型进行统计，专业技术人员的岗位需求最为旺盛，占比 77.87%，其次分别为办事人员和有关人员（11.07%），商业、服务业人员（10.37%）。同时，专业技术人员中的文学艺术工作人员和新闻出版、文化工作人员需求量最高，表格如下：

表 39 中国传媒大学 2020 年岗位需求类型分布情况²¹

职业大类	比例 (%)	职业中类	比例 (%)
专业技术人员	77.87%	文学艺术工作人员	28.56%
		新闻出版、文化工作人员	26.38%
		教学人员	9.68%
		工程技术人员	9.09%
		经济业务人员	1.68%
		金融业务人员	1.28%
		科学研究人员	0.99%
		法律专业人员	0.10%
		飞机和船舶技术人员	0.10%
办事人员和有关人员	11.07%	行政办公人员	10.18%
		其他办事人员和有关人员	0.79%
		安全保卫和消防人员	0.10%
商业、服务业人员	10.37%	购销人员	9.58%
		其他商业、服务业人员	0.79%
国家机关、党群组织、企业、事业单位负责人	0.70%	企业负责人	0.30%
		事业单位负责人	0.30%
		国家机关及工作机构负责人	0.10%

6. 学历需求分布

按招聘信息中的学历需求进行统计，除去空白信息（无要求），大部分单位要求本科及以上学历，占比 57.55%，硕士及以上占比 8.33%，博士及以上占比 0.96%，专科及以上占比 13.78%。

表 40 中国传媒大学 2020 年学历需求分布情况

学历	信息数量	比例 (%)
本科及以上学历	781	57.55%
硕士及以上	113	8.33%
博士及以上	13	0.96%
专科及以上	187	13.78%
空白	263	19.38%
合计	1357	100.00%

²¹ 本表职业类型分类参考人力资源和社会保障部职业分类目录。

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2020届毕业生中“单位录用就业”（签就业协议、签劳动合同和其他录用形式就业）的学生群体进行了求职情况问卷调查，共收回1440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18天；平均每人投递过30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8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，2020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2124.33元，较2019届降低595.71元。

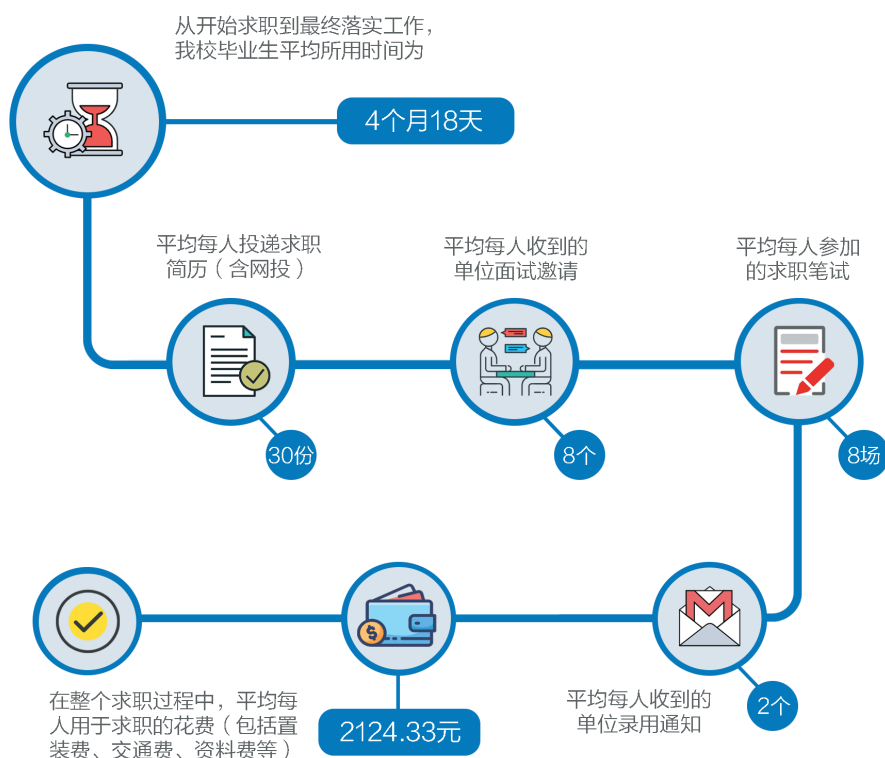


图 27 中国传媒大学 2020 届毕业生求职过程基本情况

2. 求职渠道

调查结果显示，2020届毕业生落实工作的就业信息来源主要渠道为校园渠道、社会渠道以及用人单位自设渠道。校园渠道中，学校组织的招聘会及学校发布的招聘信息是毕业生落实工作的两个主要渠道，分别占比35.16%和30.18%。

表 41 中国传媒大学 2020 届毕业生求职渠道

落实工作渠道	比例 (%)
学校组织的招聘会	35.16%
学校发布的招聘信息	30.18%
院系组织的招聘会	14.18%
院系发布的招聘信息	15.51%
老师推荐	15.79%
校友资源	13.82%
其他校园渠道	4.49%
社会渠道	46.81%
用人单位自设渠道	46.39%
政府渠道	11.72%
亲友渠道	13.33%

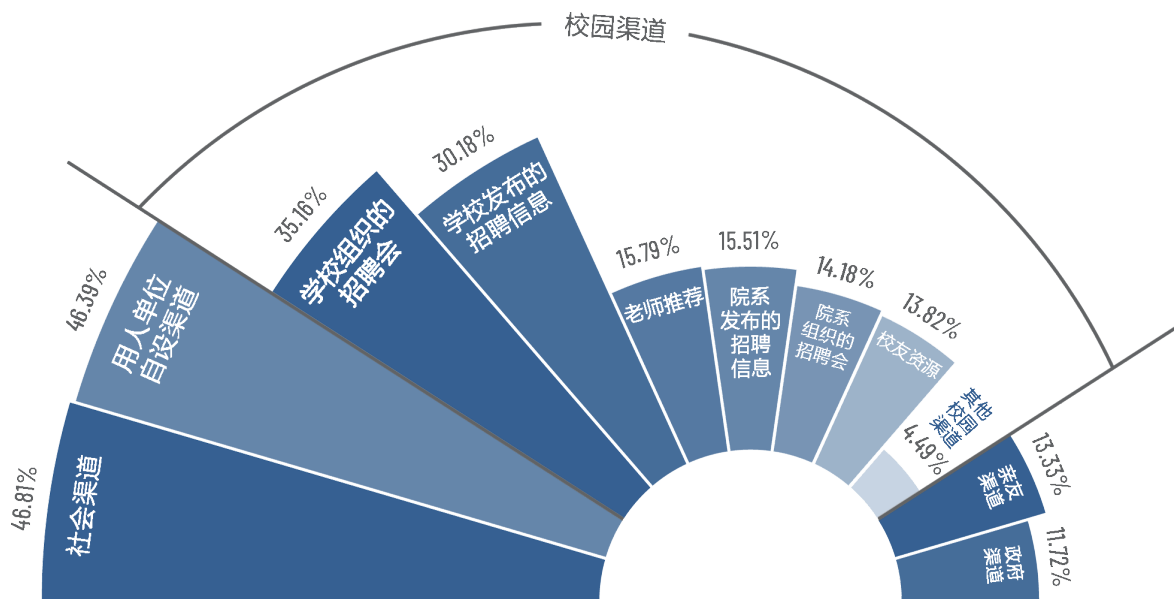
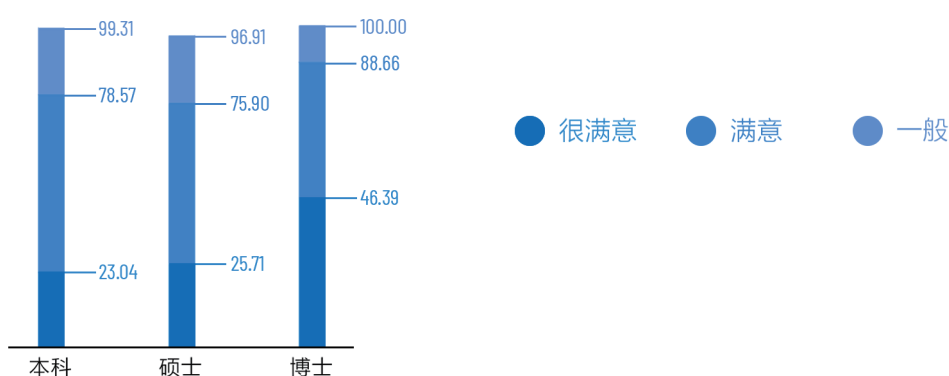


图 28 中国传媒大学 2020 届毕业生主要求职渠道

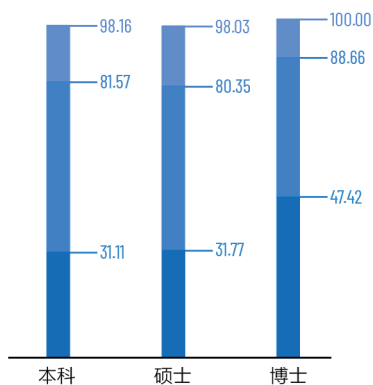
3. 就业满意度

从就业工作、就业地域、就业行业三个维度对毕业生的就业满意度²²进行考量，发现就业地域满意度（98.26%）最高，其次为就业行业满意度（98.06%）及签约工作满意度（97.85%）。各学历层次²³毕业生就业满意度情况见图 29。

▶ 签约工作满意度（%）



▶ 地域满意度（%）



▶ 行业满意度（%）

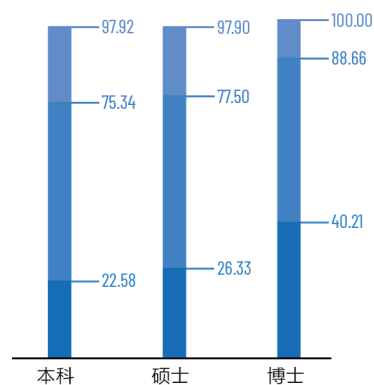


图 29 中国传媒大学 2020 届各学历层次毕业生就业满意度情况

²² 满意度指求职毕业生对签约工作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 434 人，硕士毕业生 809 人，博士毕业生 97 人。

4. 就业岗位与学历层次、专业匹配程度

调查结果显示，93.96%的毕业生认为学历满足就业岗位要求，其中70.97%的毕业生认为目前的学历层次恰好满足就业岗位要求；22.99%的毕业生认为学历层次高于目前就业岗位要求。6.04%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93.68%的毕业生认为目前的就业岗位与所学专业匹配，6.32%的毕业生认为就业岗位与专业不匹配。

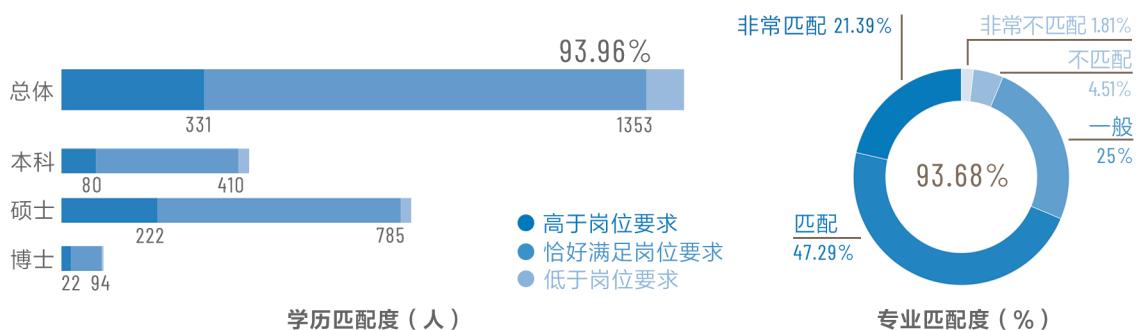


图 30 中国传媒大学 2020 届毕业生就业岗位与学历层次、专业匹配程度情况

5. 就业发展展望

调查结果显示，94.93%的毕业生认为目前已落实的工作是有发展空间的，5.07%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 42 中国传媒大学 2020 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	26.27%	26.95%	51.55%	28.89%
有发展空间，发展路径比较清晰	38.48%	38.20%	32.99%	37.64%
有发展空间，但发展路径不太清晰	23.50%	24.23%	9.28%	22.78%
有发展空间，但无明确的发展路径	6.22%	6.06%	3.09%	5.63%
短期内看不到发展空间	5.53%	4.57%	3.09%	5.07%

对于预计工作时间，42.08%的毕业生预计在现就业单位工作1-3年（含1年）；23.54%的毕业生预计在现就业单位工作1年以内；18.61%的毕业生预计在现就业单位工作3-5年（含3年）；15.76%的毕业生预计在现就业单位工作5年及以上（含5年）。

表 43 中国传媒大学 2020 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	24.65%	20.64%	29.90%	23.54%
1-3年（含1年）	53.46%	40.05%	15.46%	42.08%
3-5年（含3年）	13.36%	23.24%	11.34%	18.61%
5年及以上（含5年）	8.53%	16.07%	43.30%	15.76%

第五部分 就业创业特色工作

我校认真学习贯彻党的十九届五中全会精神和国家关于促进高校毕业生就业创业的决策部署，把就业工作摆在“为党育人、为国育才”的政治高度，举全校之力大力构建“线上+线下”、“力度+温度”、“全员+全程”的工作体系，努力把疫情对毕业生就业的影响降到最低。做法主要有：

一、“线上+线下”，就业渠道拓展求广求准

开展网上招聘，力争挖潜拓岗“广”。面对新冠肺炎疫情给就业工作带来的新挑战，学校主动出击，找单位、找岗位、找信息。加大需求信息的搜集和发布力度的同时，进一步挖掘校友、专业教师等资源。4月9日发布《中国传媒大学致用人单位的一封信》，4月13至17日举行“录途·校友企业专场”网络双选会，5月18日面向校友及校友企业再次发出倡议，发布《共克时艰，共促就业——致广大中传校友及校友企业的倡议书》，累计对接校友企业及校友资源企业近百家，为毕业生提供岗位需求近2500个。加大网络招聘活动的举办力度，累计举办线上双选会11场，无论是场次数、单位数还是岗位数，都较往年有大幅提升。

研发线上平台，实现人岗对接“准”。学校研发并上线了就业招聘服务线上平台，实现招聘活动网上举办、就业进展线上填写，具备供需对接、直播宣讲、简历投递、视频面试、信息填报等功能，基本满足毕业生网络求职、信息更新的多种需求，保障了招聘活动和就业服务不断线，收效良好。此外，学校在“中传就业微信服务号”开通就业信息精准推送功能，通过条件设定、智能匹配，精准识别毕业生的个性化求职需求，依托微信服务号将符合条件的招聘信息打包发送至毕业生手机上。毕业生可以通过手机实现就业信息的收取浏览、求职

简历的一键投递、岗位信息的收藏管理等功能，提高了毕业生求职的便捷性、精准性，提升了招聘信息的触达率和转化率。

重启线下招聘，确保安全、有序。疫情基本稳定后，我校第一时间制定校园招聘工作方案、压紧压实工作责任；严格实施校园招聘组织管理、落实疫情防控要求、大力推进线上线下相结合模式，在做好疫情防控工作的同时，为应届毕业生提供更多与企业面对面的机会。此外，为宣传项目就业，在校园招聘会上搭建征兵宣传站，为有参军入伍意愿的同学介绍高校大学生应征入伍可享有的优先考学提拔、补偿学费和代偿国家助学贷款、退役后享受复学就业优惠等优抚政策，同时组织退伍士兵同学现场亲身讲解征兵流程、军旅生活，鼓励同学们积极报名参军，携笔从戎。截至目前，已先后举办线下专场招聘会 27 场，大型双选会 1 场，共提供 8000 个就业岗位，推动毕业生顺利求职就业。

二、“力度 + 温度”，就业指导服务求精求便

整合各类资源，云上模式送指导。根据疫情防控期间就业形势的变化和就业工作方式的调整，加强线上就业创业指导工作。利用毕业生就业信息网和微信公众号，推出“云上小喇叭”、“云上小陪伴”、“云上小课堂”、“云上分享会”等全新微信专栏，为毕业生推送更有针对性的就业技巧、职业选择、择业心态等方面相关资讯，累计发送各类推文近 1000 条。先后上线 32 讲职业发展、就业指导课程，完善在线学习平台，实现了学生足不出户免费学习；分级分类举办就业创业指导类直播讲座 14 场。通过线上答疑、网络动员会等形式开展个性化咨询，累计咨询 1800 人次。组织学生进行“新浪潮、新机遇”讨论，引导学生了解形势、主动思考、积极行动。

简化手续流程，空中办理送服务。本着“服务学生”的理念，进一步简化就业手续办理流程，实施“线上申请、线上审核、免费邮寄”一站式服务，实现毕业生不出门、不见面也能顺利办理就业手续；通过邮箱、微信互动等方式

向毕业生提供24小时线上答疑服务，确保紧急事务“一事一办”、“一人一办”，精细对接，为毕业生解决签约、入职等相关手续的后顾之忧。截至目前，已通过网络、微信、电话等咨询就业政策、就业手续办理等问题2500余人次，已为1700余人次办理就业协议书盖章、求职材料盖章、就业推荐表和三方协议邮寄、《就业报到证》变更等手续。

对口帮扶武汉传媒学院，传递中传温度。按照教育部《关于实施第二批全国高校与湖北高校毕业生就业创业工作“一帮一”行动的通知》要求，我校与武汉传媒学院结对帮扶。学校积极对接相关工作，拟定帮扶协议、制定具体工作方案，在就业信息、就业渠道、就业指导、教学资源、创业实践、就业管理等方面建立联动机制，努力促进双方高校毕业生早就业、就好业。累计共同举行线上双选会3场，累计提供岗位数超过1万个。在我校就业信息网设立两校就业创业指导资源共享专区，与武汉传媒学院共享优质就业创业指导资源。

创新活动形式，创业服务不断线。举办“中传大学生创新创业训练营”，共吸引我校52支在校生创业团队报名参加。训练营面向全体报名团队提供线上知识讲授及在线答疑服务，面向计划参加第六届“互联网+”创新创业大赛的创业团队提供线上一对一咨询辅导服务。依托校基金会专项基金，对我校参加第五届“互联网+”大学生创新创业大赛获得北京赛区及以上奖项的团队及指导教师予以资金支持，激励优秀，助力创新创业成果转化。此外，联合首创中传传媒产业创新中心，举办入孵创业团队匹配工商注册地址线上专项评审会，5支创业团队通过评审。

三、“全员+全程”，重点群体帮扶求实求深

强化组织领导，落实“全员抓就业”。疫情发生后，学校坚持高位推动，校党委常委会先后三次听取就业创业工作专项汇报；召开全校就业创业工作专项推进会；累计召开7场就业创业各类专项工作推进会和协调会研讨部署，保

障 2020 届毕业生就业工作稳步推进。落实“全员就业”理念，成立由校院两级主要领导分别担任组长的就业工作领导小组，形成“校—院—班”三级联动，建立“校级就业工作负责部门、学院、辅导员、专业教师”全员参与的“大就业”工作格局。

实行动态管理，深化重点群体帮扶。依据毕业生的求职意愿与进展，依据“就业风险”将重点群体分为三级，并制定分级分类的管理及指导方案，落实帮扶责任人制度，实行分级帮扶、动态管理。进一步摸排“家庭经济困难、身体残疾、少数民族、就业困难”等重点群体毕业生信息，建立了覆盖 2020 届共 1200 人次重点帮扶学生数据库，落实“一把手”工程，制定“一生一策”，依托“全员抓就业”联动体系，要求班主任、辅导员、专业教师等帮扶责任人做到：与毕业生开展一次谈心、帮毕业生修改完善一份简历、精准推荐三个岗位。此外，学校于 4 月 20 日—27 日面向重点群体举办“就业无忧训练营”，内容涵盖职业定位、简历制作、面试辅导、职场适应等，通过“线上知识讲授+小组合作+一对一咨询答疑”的形式，助力重点群体学生顺利就业。

离校不离心，未就业毕业生服务不断线。按照《教育部办公厅关于为 2020 届离校未就业高校毕业生提供不断线就业服务的通知》要求，学校每周跟踪离校未就业毕业生就业进展、更新“未就业毕业生”工作台账，持续为毕业生提供不断线的岗位推送、不断线的指导培训、不断线的重点帮扶和不断线的就业手续服务，助力未就业毕业生尽早就业。2020 届毕业生离校后毕业去向落实率提升近 15 个百分点。

