
湖南工艺美术职业学院
HUNAN ARTS AND CRAFTS VOCATIONAL COLLEGE

2020 年新媒体传播与策划方向 人才培养调研报告

视觉传播设计学院

2020 年 12 月

目录

一、调查背景	错误! 未定义书签。
1. 广告行业发展趋势	错误! 未定义书签。
2. 广告企业新动向	错误! 未定义书签。
二、调查目的与意义	5
1. 调研目的:	5
2. 调研意义:	5
三、调查对象	5
四、调查内容	7
(一) 行业企业	7
(二) 毕业学生	8
(三) 在校学生	错误! 未定义书签。
五、数据整理及分析	错误! 未定义书签。
六、调查中发现的问题	122
七、专业建设建议	133

一、调研背景

根植于互联网时代的新媒体行业近十年的发展可谓是如中天，势可破竹，相关政策的扶持更是加快了其的爆发式崛起。

(一) 新媒体产业发展现状与趋势分析

2019年6月25日，中国社会科学院新闻与传播研究所在北京发布《新媒体蓝皮书：中国新媒体发展报告 No.10(2019)》。蓝皮书认为，2018年，我国移动互联网覆盖率不断提高，但整体增幅减小，移动互联网进入存量时代，抢滩登陆式的爆发式发展被精耕细作的经营方式取代。短视频产业迅速崛起，新兴市场亟待挖掘。新技术领域不断取得重要进展，新技术被应用在内容生产、分发各个环节，为媒体行业的发展提供了更多可能。新媒体行业经历了深度洗牌，监管的介入消减了狂热，行业格局趋于稳定，但巨头之间的角力使得新媒体领域始终处在变化与革新中。

1.2018年中国新媒体行业市场规模将突破9000亿

近年来，我国新媒体行业的市场规模保持高速扩张之势。据前瞻产业研究院发布的《中国新媒体行业市场前瞻与投资规划分析报告》统计数据显示，2011年中国新媒体行业市场规模已达2268.1亿元，并呈现出逐年高速增长态势，2013年中国新媒体行业市场规模突破3000亿元，2015年中国新媒体行业市场规模突破了5000亿元，截止至2018年中国新媒体行业市场规模突破9000亿元，达到了9055亿元左右。未来随着行业相关规范的出台，以及5G等相关互联网技术的成熟与普及，我国新媒体行业将迎来黄金发展期，未来市场前景十分可观。



图 1 2011-2018 年中国新媒体行业市场规模统计及增长情况

二、中国新媒体产业发展五大趋势分析

《蓝皮书》指出，中国新媒体产业发展呈现五大趋势，分别是：新媒体产业新巨头崛起；5G、区块链新产业将逐步落地；新媒体产业上市融资将更为便利；产业互联网成为突破新方向；组织架构调整成为新趋势。

1、新媒体产业新巨头崛起

大数据、人工智能等新技术给新媒体产业带来新冲击和新机遇，新媒体产业内部也会进一步分化，技术实力强、团队竞争力强、生态协同好的互联网平台会抢占越来越多的市场份额，长期以来形成的 BAT 三巨头格局极有可能被字节跳动、快手等后来者打破，并形成新的新媒体产业格局。

2、5G、区块链新产业将逐步落地

在 5G 产业方面，2018 年 12 月，工信部向三大运营商发放了 5G 频谱资源，随后将陆续制定和颁布物联网、车联网的频率使用规划，可以看出，我国 5G 发展进入全面深入落实阶段，5G 产业化取得初步成果。在新媒体产业领域，5G 将帮助新媒体产业公司吸引更多的用户，帮助 VR、AR、MR 有效落地，通过物联网的落地实现万物互联。

在区块链产业方面，区块链在 2018 年前半年的高速成长之后而在后半年遭遇寒冬，未来随着场景的丰富和落地，区块链产业将取得实质性进展，尤其在区块链金融、政府数据上链、区块链版权、区块链广告等方面会取得快速发展。

3、新媒体产业上市融资将更为便利

2019 年 1 月 30 日，科创板系列规则征求意见稿正式发布，3 月 13 日，上交所向各保荐机构发布了《关于组织科创板股票发行上市审核系统集中测试演练的通知》，预计 7~8 月第一批企业降到科创板上市。科创板将重点支持新一代信息技术、高端装备、新材料新能源、节能环保以及生物医药等高新技术产业和战略性新兴产业，推动互联网、大数据、云计算、人工智能和制造业深度融合。可以看出，未来新媒体产业公司将作为科创板上市企业的重要来源，这为新媒体产业公司带来重大利好。

4、产业互联网成为突破新方向

新媒体产业公司在消费互联网积累了足够用户、数据和能力之后，亟待把现有能力向产业赋能来帮助传统产业转型升级，以更充分地实现能力最大化。目前，腾讯、阿里巴巴、百度等纷纷向产业互联网转型，产业互联网的拓展能力和程度将在一定程度上决定着新媒体产业公司的新空间。

5、组织架构调整成为新趋势

新媒体产业公司为了更好地适应外部环境和自身发展战略，组织架构的重构和优化势在必行，此前腾讯、阿里巴巴、字节跳动纷纷调整组织架构。未来新媒体产业公司组织架构调整的方向将是分权、灵活和协同。

二、调查目的与意义

1. 调研目的：

为更好的制定人才培养方案，培养更贴合市场，更受行业欢迎的新媒体人才，也为了发现专业建设中存在的问题，以便及时改进。

2. 调研意义：

本次调查通过“实地调查+桌面调研”相结合调研方式，为广告设计与制作专业（新媒体传播与策划方向）人才培养方案修订、授课计划撰写、课程标准编写工作提供基础资料和依据，使新媒体传播与策划方向人才培养紧跟市场变化和需要，更好对接市场、服务区域经济发展需要。

三、调查对象

本次人才需求调查对象主要为一线城市（北上广深）及湖南省内的广告公司及行业相新媒体公司、营销策划公司、品牌推广公司等相关企业；新媒体传播与策划方向近3年毕业生；新媒体传播与策划方向2018-2020届在校学生。

通过网络数据统计与分析（数英网、BOSS直聘、智联招聘等）梳理一线城市新媒体从业人员需求；通过暑期学习培训、线下实地考察调研，与企业相关负责人及主要广告从业者进行了访谈调查、进行扎实有效、切合实际的调查工作。分别涉及广告新媒体人才需求调查、新媒体传播与策划方向毕业生能力需求、人才培养方案完善建议情况调查等。



图 2 数英网关键词搜索



图 3 BOSS 直聘网关键词搜索



图 4 小歪文化传媒有限公司



图 5 百胜文化传媒有限公司

四、调查内容

（一）行业企业

制定人才需求调查访谈问卷，意在通过广告经营单位负责人一对一访谈，掌握该广告公司对人才的真实需求和工作岗位具备的能力素质要求情况，调查结果为湖南工艺美术职业学院广告设计与制作专业（广告与策划方向）课程设置、人才培养方案修订提供价值依据。

访谈问卷内容包含以下内容：

1. 贵公司主要从事何种广告活动？
2. 贵公司目前服务广告主为哪些行业？
3. 贵公司在进行新媒体人员招聘时，主要岗位有哪些？
4. 贵公司招聘每个岗位实习生，更看重的技能是哪些？
5. 贵公司在工作期间，主要使用软件有哪些？
6. 贵设计师新招进的新媒体专业学生，在工作中存在的不足是？
7. 贵公司认为新媒体专业学生在校期间需加强学习的内容有哪些？
8. 贵公司认为新媒体从业者应具备哪些素质与专业能力？
9. 贵公司认为新媒体人才培养方案需要增删的课程有哪些？
10. 贵公司认为当前广告行业发展趋势对新媒体人才需求有何影响？



图 6 益阳电视台广告传媒部讲座

（二）毕业生

借助网络通讯工具，对毕业学生进行网络访问，了解应届、往届毕业生就业区域、单位、岗位、薪资、专业能力反馈等情况。

（三）在校学生

通过日常专业教学、新生入学教育等途径，了解新媒体传播与策划方向各年级在校学生对专业方向的了解程度以及对专业方向的期待。



图 7 2020 级新生入学教育

五、数据整理和分析

（一）东强西弱，马太效应突出新媒体人才需求地域集中北上广深

中国互联网 100 强中超过 80% 的互联网企业在北京设立总部或分部。众多招聘信息“工作地点仅限北京”，归因于北京超密度的媒体机构和互联网企业。新媒体人才需求主要集中在北京、上海、广州、深圳等一线城市，媒体实习和就业机会占全国七成以上。北京以其政治、经济、科技、教育、文化等资源的聚拢效应独领风骚。

新媒体人才需求东大西小，东部城市的媒体行业发展成熟度高。西部城市媒体行业发展落后于东部城市，薪资吸引力不足，行业发展成熟度不够。媒体的发展水平和用人需求与地区经济、政治和文化水平呈正相关。一线城市对人才有非常大的聚拢效应，人才向一线城市流动。

（二）新媒体人才岗位要求“一专多能”全媒体人才倍受青睐

岗位要求主要是策划、编辑、编导等传统媒体工作者。同样是编辑，不同岗位需要能力相对不同，包括新闻、视频、图片、文字、音乐、平面、客户端编辑等，体现岗位的细分化特点。设计师、运营、营销类运营和经营人才需求较大，大量媒体将运营和营销人才作为招聘重点。

“一技之长”的同时还需要“多才多艺”。融合媒体时代需要新媒体人才具备整合传播策划能力。既要擅长融合产品多形式内容生产，又要精通各种介质的融合分发。

不管是新媒体企业，还是传统媒体单位，都呈现不断上升的 IT 人才需求，机器学习和数字营销、大数据分析等技术直接增加了媒体对开发工程师和全媒体数字采编的需求。比如工程师、编程人才。

传统的单一能力不太胜任媒体人才需求，不但要“一招鲜”，而且要“百招全”。既熟练掌握传统新闻采写编评等基本能力，又掌握图片、视频编辑处理能力和编程、运营能力的人才将会大受各类媒体青睐。

（三）新媒体人才职业素养：突出“能力”与“经验”导向

能力与经验分别排名第一、二位，表明媒体对从业者的工作能力、经验有较高的要求。专业要求注重人才解决问题的实践能力。责任是非能力因素，排序第三，是工作成效的前提。

在工作单位，应届毕业生的“沟通与合作能力”、“表达与表现能力”较为出色，对理想信念与道德自律、工作责任心、组织影响力能力却不看好。

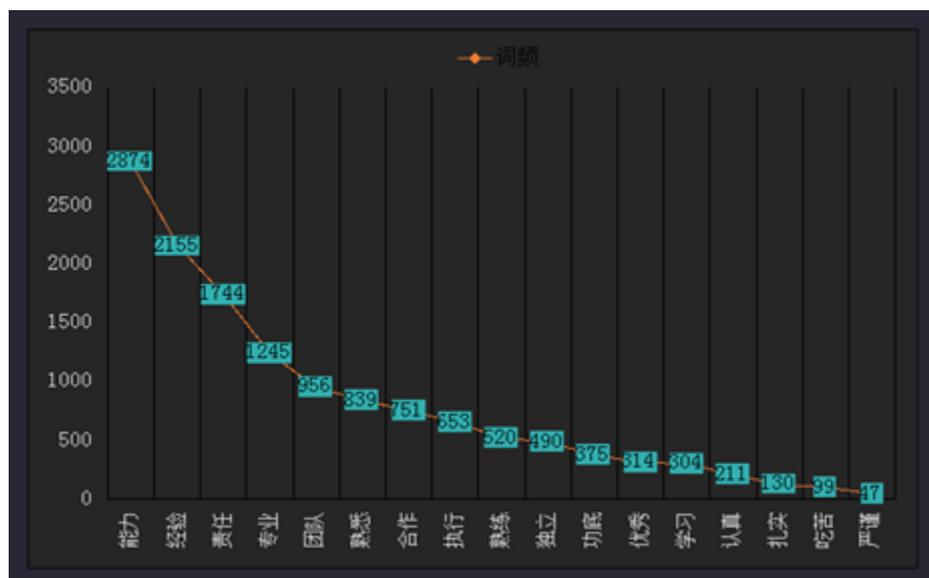


图 8 新媒体人才职业素养纵线图

责任、专业、熟悉、独立、功底等关键词排名靠前，新媒体用人单位重视从业者专业精神与负责态度。靠谱与敬业是从事新媒体工作的前提。单打独斗的时代已经过去，媒体项目要取得更好成功，团队合作很关键。

（四）职业自驱力：“热爱”&“积极”一个不能少

热爱、积极、主动、热情、喜欢分列第一至五位，体现用人单位招聘需求中突出从业者对工作的感情态度以及工作的主动性能力要求。真实的媒体工作面临长期熬夜、生活不规律、防火防盗防记者的等危险状况，要求从业者对行业有极强的热爱和兴趣，否则将难以胜任高强度的新媒体工作。

（五）全新技术岗位：呼唤员工“十八般技艺”

图片处理技术软 PS 高居第一名，体现新媒体行业对人才图片处理能力的要求。多家媒体类招聘信息中均提出“玩转 PS、会 PS、熟练掌握 PS、熟练使用 PS”等。

软件应用上，文档处理(Word)、表格制作(Excel)、图像处理(Ps)、动画制作(Flash)、陈述展示(PPT)、网页制作(Dreamweaver)、音视频编辑(Premiere)等方面内容的基本应用，都是最基础的软件技能。

在大数据时代，从数据碎片中还原和挖掘内容的能力成为一个从业者的优势。考虑到数据新闻、可视化新闻的广阔增量与 Python 在数据可视化方面比较强大的功能，媒体未来对这方面人才有上升需求。

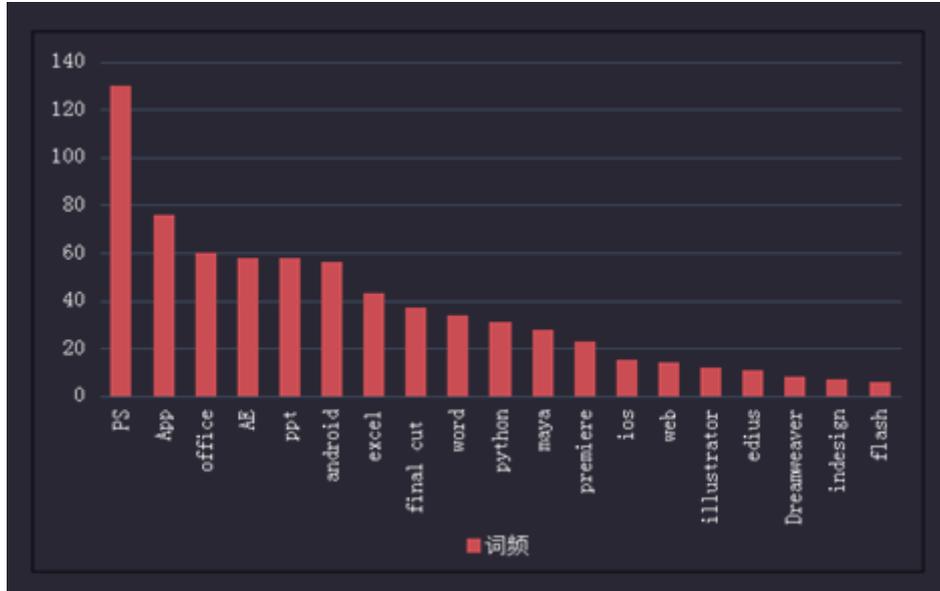


图9 新媒体人才技能要求

总体分析看来，媒体招聘对从业者均有一定的软件技术能力要求，纸媒以图片处理软件为主，视频媒体也视频制作软件为主。互联网传播对软件开发、程序语言等方面人才需求逐年增加。

APP 和 Android 排名第二、六位，突出表现智能手机、移动互联网的飞速发展，不管是新旧媒体基本上都开通“两微一端”，对这方面人才需求比较大。在算法趋势的影响下，技术取代人力正发挥着越来越重大的作用。大数据、云计算等技术的发展将进一步弱化人在内容生产和分发中的重要性，强化设计技术人才的权重。视频特效制作软件 AE 和 final cut pro、Premiere 和 Edius 等剪辑软件也是很多生产视频产品媒体的基本需求，大视频时代，视频制作后期人才需求比较大。

（六）新媒体“运营”位列需求之首

运营、策划、营销词频统计分列岗位词频排行前三名，新媒体行业人才需求主要集中在运营，主要工作集中在微信公众号和微博的运营。人才需求极为旺盛。

不管是传统媒体，还是网络平台，纷纷开设两微一端发力新媒体业务，重视新媒体策划和运营，相应对这方面人才需求比较大。

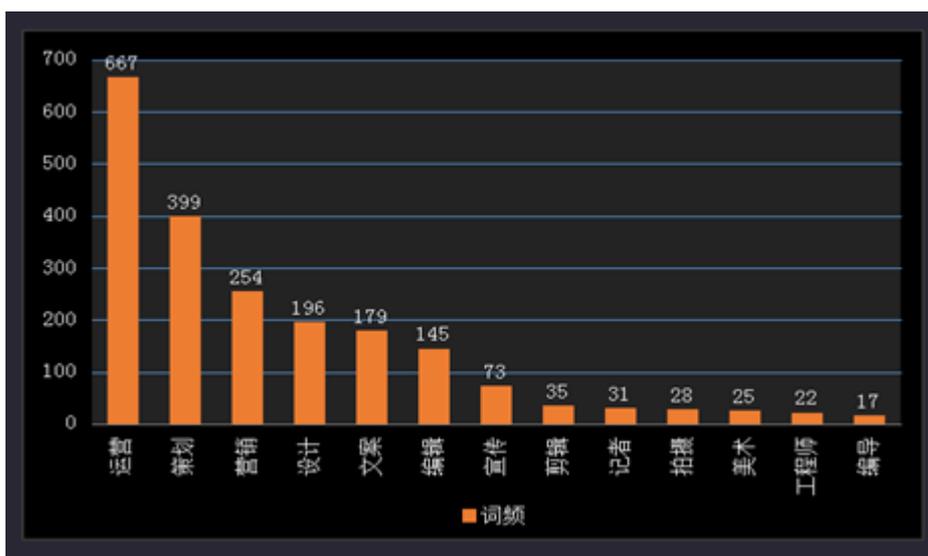


图 10 新媒体运营岗技能点

设计和文案位列新媒体人才需求第二梯队之首，表明新媒体行业对设计和文案人才需求较为旺盛，相应的希望从事新媒体行业的人应该具备一定的设计和文案能力。

新媒体人才需求第三梯队分别为剪辑、拍摄、记者和编导等，均属于传统媒体岗位，这方面人才需求相应降低。

六、调查中发现的问题

1. 新媒体行业瞬息万变，对人才的需求变化也非常的大，现有的新媒体人才培养方案基本符合行业发展及对人才需求的常态，但还是要做到不断地、科学地更新和完善，以培养出更适应市场所需的专业人才；

2. 新媒体运营人才更为稀缺。虽然新媒体行业所需人才的类别较为丰富，对人才所具备的专业能力要求也较高，但在所有的岗位中，新媒体行业目前最缺的是运营岗，这一岗位对人才的专业能力、职业素养要求更高，相应的，薪资水平和职业前景也更好；

3. 新媒体行业仍旧是一个讲究创意的行业，因此，对人才的需求同样需要考察创意能力，思维活跃、活泼积极的人才更受企业青睐；

4. 除去专业能力之外，沟通和表达能力也是极其重要的，超过一半的企业都有主动提出学生沟通和交流能力欠缺的问题，需要在人才培养方案中进行相关的强化。



图 11 参观益阳广播电视台大数据服务平台

七、专业建设建议

1. 专业结构需适应新媒体行业发展趋势

新媒体行业对人才的需求不断趋于复合型，一专多能型学生备受市场青睐，因此，在专业课程结构改革上，可以适当增加或融入其他专业，如广告策划、市场营销等内容。开设相关选修课程，拓展学生延伸能力。

2. 强化教师专业队伍的专业能力，优化专业教师队伍结构

教师的教学水平和专业水平在很大程度上决定了学生的专业能力和职业素养的培养，教师的能力水平不仅体现在教学上，还表现在学识水平、眼界、素养等方面，因此，合理、科学的教师队伍团队能够最大化的培养出优秀的新媒体专业人才。

3. 强化专业培养核心，突出专业人才优势

针对目前市场对新媒体人才的需求状况，有计划、有目的将人才培养方案中的培养核心予以突出，强化学生某项专业能力，全面发展整体能力，以形成“一专特能”和“一专多能”的专业优势。