

山西铁道职业技术学院

数字媒体艺术设计专业 (数字影视制作方向) 人才需求调研报告

数字媒体艺术设计专业教研室

2023.9

数字媒体艺术设计（数字影视制作方向）专业人才需求调研报告

为做好“数字媒体艺术设计专业教学标准”制订工作，按照工作计划，数字媒体艺术设计专业教研室进行了对传媒公司、市场、专业相关类职业院校和毕业生的调研工作，对数字媒体艺术设计专业相关行业发展现状、从业人员的基本情况、专业对应的职业岗位，以及传媒类公司对从业人员的需求情况进行了调研，形成调研报告如下：

一、专业调研目的

随着我国经济的飞速发展，媒体在人们的心中占有越来越重要的位置。而媒体的力量也就越来越广大。信息的传播也带动了以广告和包装设计为代表的传统平面设计产业。数字媒体艺术是信息学科和媒体学科向文化艺术领域拓展的新方向。随着计算机技术、网络技术和数字通信技术的高速发展与融合，传统的广播、电影快速地向数字音频，数字视频、数字电影方向发展，与日益普及的电脑动画、虚拟现实等构成了新一代的数字传播媒体。通过调研，我们能更好了解市场对数字媒体艺术设计专业人才能力的需求，以便更好的确定专业发展方向，服务与学生，为社会培养出可用的高端技能型人才。

二、专业调研基本思路与过程

1.专业调研的基本思路

具体调研思路与方法包括两大内容：一是走访行业、企业，主要针对广告设计公司、传媒公司、相关专业公司及咨询部门展开，被调查对象主要是行业或企业的设计师、公司老板、设计师助理或自媒体

人等；二是对设有数字媒体艺术设计专业的职业院校进行详细的调研。行业企业调研，本着“走出去”、“请进来”的原则。“走出去”就是走访行业企业，调查行业企业专家，主要针对设计广告公司、传媒公司和市场需求进行，展开人才需求调研、专业就业岗位调研；“请进来”就是把相关公司的设计师聘请过来，集中起来，展开岗位分析及典型工作任务分析，以求获得专业人才培养的知识要素与技能要素。

2.专业调研的实施与过程

（1）成立专业调研团队：人员由山西铁道职业技术学院数字媒体艺术设计专业教研室人员组成。

（2）调查方法：文献分析，网上检索信息资料；走访企业、学校调查。

（3）调查范围：调查的企业主要有山西正午文化传媒有限公司、山西漫影时空文化艺术有限公司、天目文化传播有限公司等几家行业企业。调查的职业院校有山西财贸职业技术学院、太原大学、山西传媒大学、山西林业职业技术学院等。

三、数字媒体艺术专业概述

1.行业发展概述

现代计算机技术、网络技术和数字通信技术的高速发展为数字媒体技术和艺术的发展带来广阔的空间。传统媒体的数字化、网络化是一个世界性的潮流。交互设计、多媒体和数字音乐等已经成为媒体传播的重要形式。

我们处在信息爆炸的时代，现代社会中随着新技术层出不穷，新型行业不断涌现，形成了巨大的人才需求。目前全世界范围内数字媒体产业都在高速发展，在美国其产业规模达到 5351 亿，在日本达到 2391 亿，而在中国其产业规模预计将达到 3000 亿元。数字媒体领域对综合能力强、掌握新兴技术的人才需求不断增加，造成了巨大的人才缺口。行业中需要高素质、高复合能力的人才，但是传统院校的人才具有实践性缺乏、知识陈旧的问题。这就产生了人才需求和人才培养的矛盾，对人才培养模式带来了较大的挑战，对专业建设、课程改革带来了紧迫的压力。

随着现代科学技术与艺术创作之间的联系日益紧密。数字媒体艺术专业毕业生可在各级电视台、影视制作机构、数字动画、广告公司、网络多媒体、传媒公司、电信移动出版印刷、环境设计等热门行业工作。投身到数字媒体艺术领域就业广阔，极具发展潜力。

2. 数字媒体艺术的概念及表现形式

数字媒体艺术是数字技术与各种艺术形态结缘的产物它包括两个基本层面:一是基于数字媒体技术平台的艺术创作即直接运用数字媒体技术进行艺术创作、实现艺术理念的表达与描述:一是基于各种传统艺术平台的数字媒体技术应用.即将数字媒体技术导入传统艺术创作.使传统艺术脱胎为新媒体艺术。数字媒体艺术专业是集数字技术应用与艺术创作为一体的专业。它培养具有扎实的数字媒体技术应用基础和艺术理论基础，掌握数字艺术原理和创作规律，具有较强艺术实践和创新能力富于团队精神。能胜任现代传媒在数字化趋势下的

前沿工作的高素质专业人才。数字媒体艺术的表现形式包括:数字影视,多媒体与网页设计、网络游戏、电脑动画、虚拟仿真、卡通动漫、视频短片、数字设计、数字插画、数字特效及数字音乐等。

四、专业描述与专业发展现状

1.专业描述

该专业旨在培养具有良好的科学素养以及美术修养、既懂技术又懂艺术、能利用计算机新的媒体设计工具进行艺术作品的设计和创作的复合型应用设计人才。使学生能较好地掌握计算机科学与技术的基本理论、知识和技能,熟悉图形图像处理的基本算法,熟练掌握各种数字媒体制作软件,具有较好的美术素养和扎实的编程能力,能应用新的数字媒体创作工具从事平面设计、网络媒体制作、游戏、动画制作、数码视频编辑以及动画、游戏、虚拟现实等领域的应用研发。“数字媒体艺术”那当然就是艺术类专业,与我们一般理解的、传统意义上的“艺术”所不同的,只是这个专业的定位在学科领域有一定的交叉和细化,是关于媒体领域的,表现方式为数字化的,也就是“换笔”了的艺术类专业。

事实上,当我们从工业社会迈进信息社会门槛的时候,艺术家与科学家都不约而同地猛然发现,艺术与科学竟然同处一个载体中,以至于达到密不可分的程度。这种密不可分的现象,几乎遍及艺术与科学的任何一个领域,舞蹈、音乐、绘画、戏剧、影视……一切都离不开新技术,有了新技术,传统的艺术形式才更加绚丽多彩。艺术需要借助科学技术来塑造形象,创造更新、更奇、更异的艺术效果;科学

也同样需要调动一切艺术手段，证明和推销自己的新技术，依赖艺术无边的想象来创新。信息社会为艺术与科学的结合，提供了更广阔的天地:艺术与科学也在这个广阔的新天地里，上演着更加引人入胜的一幕。数字媒体艺术专业应运而生，她理所当然地走在了艺术与科学携手的最前沿。

2.国内数字媒体艺术设计专业发展情况

纵观我国数字媒体艺术 20 年的教育与发展，虽然相比国际水平我国数字媒体艺术仍处于起步和发展阶段，但不能否认的是，经过近 20 年对于数字媒体艺术的普及和教育，我国国民对数字媒体产业的理解和认知能力得到了普遍提高，其参与的兴趣和热情也在不断增大。许多艺术家、设计师和越来越多的电脑艺术爱好者开始深入研究和创作高质量的数字媒体艺术作品。不难发现，数字媒体艺术在越来越多的电影、电视、展览展示、广告、包装等行业扮演了越来越重要的角色。在这样的时代背景下，能够横跨科学与艺术领域的两栖性人才逐渐受到了行业和社会的重视。数字媒体艺术(数字影视制作方向)旨在为电视台、数字多媒体公司、互动娱乐公司、广告公司、电视频道及栏目包装部门、电视剧制作部门、动画公司及其它各影视制作机构等单位培养在技术与艺术领域都具有较高造诣的复合型高级人才。因其符合时代的要求，人们不得不开始把越来越多的目光投向了数字媒体艺术(数字影视制作方向)，起步不久的新鲜专业转变为了受到公众关注的热门专业。数字媒体艺术设计专业是一门新兴的、充满活力的专业，综合了数字技术、艺术设计、互联网思维、信息生存、数字

化生活、万物互联等多方面的艺术设计表达。

在中国的专科院校中，数字媒体艺术设计专业的发展情况呈现出多样化的面貌。一些专科院校在数字媒体艺术设计专业方面具有较高的教学质量和学术水平，比如一些艺术类专科院校，如深圳职业技术学院等。这些院校开设的数字媒体艺术设计专业往往注重学生的实践能力和创意能力的培养，以适应数字媒体和信息化社会的需求。

一些专科院校也积极开设数字媒体艺术设计专业，比如杭州职业技术学院、上海工艺美术职业学院等，以满足社会对于数字媒体艺术人才的需求。这些院校的数字媒体艺术设计专业往往注重实践性和应用性，与行业联系紧密，为学生提供良好的实践机会和职业发展前景。

然而，由于数字媒体艺术设计专业是一门新兴的专业，各院校在师资力量、教学资源、课程设置等方面存在一定的差异。一些专科院校在数字媒体艺术设计专业的课程设置上可能存在一些不足之处，如缺乏实践机会、课程内容陈旧、师资力量薄弱等问题。因此，为了提高数字媒体艺术设计专业的教学质量和学术水平，各专科院校需要不断加强师资队伍的建设、更新课程内容和教学方法、增加实践教学环节等措施。

总的来说，数字媒体艺术设计专业在国内专科院校的发展呈现出上升的趋势，各院校也在积极探索和创新人才培养模式和教学方法，以适应社会和行业的需求。同时，随着数字技术的不断发展和应用，数字媒体艺术设计专业的未来发展前景也将更加广阔。

五、数字媒体艺术人才的就业前景

1.行业的需求

数字媒体艺术是一门以技术为主、艺术为辅，技术与艺术相结合的新兴学科。旨在培养兼具技术和艺术的新型复合型艺术设计和制作人才。这是传统教育人才培养的空白，又是新兴产业市场崛起的急需。据业内人士统计:目前我国对数字媒体艺术人才需求的缺口大约在每年 15 万左右。数字媒体艺术人才主要在各级电视台、影视动画制作单位、传媒与广告公司、数码艺术公司、展示设计公司、形象企划公司、多媒体与网页设计、室内装修设计、产品造型设计等热门行业就业。无论是实现想、施展才华，还是寻找机遇、兴趣爱好，投身到数字媒体艺术领域，极具发展潜力。数字媒体艺术专业发展前景广阔。有关数据显示，全球数字媒体产业从 1997 年 157 亿美元增长到 2001 年 354 亿美元。在美国，2001 年由畅销童话改编的电脑动画巨作《史瑞克》票房及相关音像产品的销售获得了近 9 亿美元的收入。在日本，直接运用电脑从事图形图像工作的至少有 10 万人，每年有 30 万人接受数码动画教育。在韩国，动画产值仅次于美国和日本,处于世界第三位。这三个国家开发的电脑游戏，动画片，占据了全球游戏市场的很大部分，为他们带来了十分丰厚的经济收入。目前，电脑特技已大量应用于影视业，如近几年的票房大户都采用了大量的电脑特技。而《海底总动员》更是全 3D 动画的应用。与发达国家相比，我国的数字媒体专业还处于刚刚起步阶段，市场需求量很大。

2.专业的就业领域

数字媒体专业的就业范围广阔，可从事以计算机图形应用为基础

的各种设计，媒体制作和传播等有关的工作，可服务于与 IT 有关的各个方向，如：广告设计、电子商务网站设计、多媒体远程教育、房地产业的演示动画片制作、室内外装修行业的设计工作、电视电影的特技制作、电子游戏的开发、动漫创作、产品开发及艺术设计等各个行业。

六、专业企业调研

山西省内现有艺术设计类公司大致可以分为四类，一是新闻媒体类，二是专业创作类，三是设计类广告公司（包括大中小型电脑工作室），四是综合性广告公司，五是网站设计制作公司。以上几类企业中，仅有 1/30 的人员经过专业学习和训练。通过对行业从业人员结构状况的调查分析，人员结构主要分为三类，一是高级设计师、美术编辑、高级设计管理人员，这一层次要求从业人员具有高学历，高技术职称，具有全面创意设计专业知识和管理水平。占从业人员的 8% 左右；二是美术师、设计师，属于中级设计和管理人员，要求具有高等学历，有从业资历，并具有一定创意设计能力和经验，占从业人员的 20% 左右；三是掌握计算机设计软件应用技能的人员，这一层次从业人员占了 70% 左右，是技能型人才，分布在中小型传媒影视公司、平面广告设计公司，目前这一层次人员素质不高，水平参差不齐，大部分没有美术基础，设计专业知识水平较低。

1. 企业业务发展方面

通过对山西正午文化传媒有限公司、山西漫影时空文化艺术有限公司、天目文化传播有限公司的调研，可以明显感受到公司对影视传

媒潮流的把握。大多数传媒公司的业务包括如下范畴：等。

2.专业就业岗位分析

通过调研与走访，得知本专业学生的职业范围主要涉及广告公司、传媒公司、摄影机构、喷绘广告公司等领域。专业对应的就业岗位如下广告设计、电子商务网站设计、多媒体远程教育、房地产业的演示动画片制作、电视电影的特技制作,电子游戏的开发、动漫创作、自媒体平台搭建、产品开发及艺术设计等各个行业。专业对应的就业岗位如下：

岗位	工作任务	职业能力
后期制作人员	1、记者拍摄人员。 2、后期节目制作和播出。 3、影视策划、品牌与频道包装。	1、精通 Premiere、After Effects、Photoshop 等后期软件。 2、具有丰富的拍摄经验和理论知识，有一定的创新制作能力和市场洞察力。
媒体广告公司职员	1、广告推广策划制定、市场整体广告定位、品牌形象推广定位方案。 2、公关活动以及促销活动策划包装。	1、具有创新能力和对市场的洞察力，能够对广告推广有把控力。 2、精通平面软件和后期软件。 3、能够分析定位品牌以及客户要求，能够熟悉广告策划环节和配合团队完成项目。
软件和信息技术服务业员工	1、手机应用软件 APP 的开发和制作。 2、后期制作、特效合成技术。 3、电子商务平台。	1、熟练掌握后期和平面软件的使用。 2、对数字媒体多样性的了解。 3、富于责任感和良好的团队精神。
影视传媒机构职员	1、影视拍摄、特效合成技术。 2、电视广告创意、数字短片制作、产品广告推广宣传片。 3、数码多媒体展示策划。 4、自媒体策划和制作。	1、具有专业技术的拍摄技能。 2、熟练掌握后期软件。 3、具有创新能力和对市场的洞察力，能够对广告推广有把控力。 4、具有团队合作精神。

3.企业对技术技能型人才能力的要求

企业岗位职业能力调研表明，数字媒体艺术设计专业对高素质技能型专门人才的岗位要求表现在：

（1）职业素养

具备专业必需的文化基础，能用规范的语言文字和行为表达自己的意愿。遵守国家、地方的法令和法规，服从安排、顾全大局。拥有健康的体魄、良好的体育锻炼和卫生习惯，能适应岗位对体质的要求。具有良好的职业道德和敬业精神。工作热情主动，具有团队精神和良好的沟通能力。具有吃苦耐劳的精神和严谨务实的工作作风。思路开阔、敏捷，具有创新精神，具备继续学习和适应职业变化的能力。具有健康的心理和乐观的人生态度。具有较强的质量意识、安全意识、成本意识和市场意识。

（2）专业知识和技能

能够掌握基础手绘技能及审美能力。具备较强的数字媒体方向制作方案的能力。有较高的审美能力和较强的造型能力、能够掌握较强的计算机应用能力及相关设计软件的使用能力，如熟练使用 photoshop、Indesign、illustrator、Premiere、After Effects、手机短视频制作软件等。

具有企业、产品推广策划能力；熟悉媒体市场规律和国家有关法律法规。具有开放的思维和一定的创新能力，通过基本设计理论的学习，不断拓展思维，发展个性，并对数字媒体艺术设计影视后期的发

展趋势有较强的预见能力。具有较强的设计管理能力、良好的人际沟通协调能力，能够较好地与业主沟通并处理。

4.企业调研结果分析

通过对传媒设计类公司关于企业业务发展方向、毕业生主要从事的岗位、企业对技术技能型人才能力的要求等几方面的调研可知：数字媒体艺术行业的业内人士普遍认为，优秀的数字媒体制作人才是行业的智囊和喉舌。综合来看，目前艺术设计行业急需五类人才：一是需要了解国际市场、通晓国际数字媒体运作经验和较强沟通能力的人才；二是需要有敏锐洞察力和市场驾驭能力的高层管理人才；三是需要具有整合营销、传播、策划的复合型人才；四是需要能够自己创作、搭建自媒体平台的人才；五是需要高层次的各类媒体广告制作，特别是擅长影视后期制作、影视包装、电脑广告制作的技能型人才。然而，目前我国后期制作人员专业化程度不高，知识面不广，外语水平较低，服务意识薄弱，沟通能力和创造能力不强，还存在结构不合理、分布不平衡的矛盾，急需与之配套的专业培训和知识更新。

七、职业院校调研

1.高职专业点分布与生源状况

通过对太原市的职业院校进行网上、电话、邮件等详细的调查，结果显示，在全市高职院校中，大多开设有数字媒体艺术类专业，在开设专业的职业院校中，农村生源与城市生源为 7:3。

2.高职专业教学情况及存在的主要问题

（1）专业培养方向方面：各职业院校绝大多数数字媒体艺术设计专业培养方向均以电脑设计原理为主，涉及平面专业具体设计项目及了解影视后期制作，能指导学生做好影视后期制作项目工作的院校寥寥无几。

（2）课程设置与教材建设方面：课程设置不是从专业职业岗位及岗位群入手，先确定职业任务领域，再将任务领域所属工作任务进行整理后确定职业能力。进而形成：“由任务领域进行课程设置、由工作任务设计学习项目、由职业能力决定课程内容”，仍然是从学科建设元素出发，高职课程是本科内容的压缩，中职是高职的压缩。课程实施仍然是理论与实践“二元”教学模式，理论讲课占 70%以上，动手操作仅占 30%，甚至有些学校还不到 20%。教材采用的是本科、专科的压缩板，不是采用以职业活动为导向、基于工作过程设计和编写旨在培养学生操作技能的教材。

（3）实训保证方面：各职业学校的数字媒体艺术设计专业教学过程中，由于实训条件建设不到位或建设方向不对路，学生在校期间生产性操作实训时间和实训质量得不到有效保障，学生接受的技能训练与实际工作岗位需求存在明显差距，不利于向行业输送对口适用的一线、高技能专业人才。

（4）师资建设方面：通过调研表明，各职业学校中“双师型”教师或“双师型素质”教师数量少，纯理论教学的教师多；有社会实践工作经历的教师少，学校毕业直接任教人数多；兼职教师少，专职教师多。明显不利于应用型、高技能操作人才的培养。

八、毕业生调研

1.专业对口情况分析

高等专科学校数字媒体艺术设计专业学生毕业后对口就业的范围主要是在广告公司、传媒公司、影楼和自媒体广告公司等行业；通过对各职业院校招生就业部门及各企事业单位人力资源部门进行走访和给近五年毕业学生的跟踪调查，数码媒体艺术设计专业毕业生的就业率平均在 85% 以上，对口升学率平均为 11.5%；其中对口就业率为 81% 。

2.职业发展经历

工作 1-2 年后，业务能力提高，成为业务主管或设计师；3-5 年后，部分毕业生可晋升到设计总监或部门经理；5-10 年后，少数成立自己的传媒影视公司。

3.毕业生对学校教育的满意度

对毕业生进行跟踪调查、走访及调查问卷，结果表明绝大多数毕业生对学校专业教育还是比较满意的。对该专业开设课程的调研表明，50%的毕业生满意，30%的毕业生基本满意，20%的毕业生不满意，主要是理论知识、技能训练与岗位要求仍有较大差距。对教学方法的调查调研显示，对学校的教学方法 35%的毕业生满意，30%的毕业生基本满意，35%毕业生不满意。建议增加案例、任务驱动等教学方法，最好是“做中学、做中教”。

4.对教学内容的评价

在教学内容方面，毕业生普遍认为：实训课程中实景操作相对较少；对现场操作和具体问题处理的内容相对较少；其他方面的选修课程少，人际、社会素质培养训练环节薄弱。

5.对学院的建议

毕业生对高职教育的建议主要有：改变教学内容，以岗位需求为导向，培养学生专业技能；改变评价体系，以学生工作能力为考核目标；增加新设备、新技术、新材料的讲解；加强人文，社会学教育。

6.毕业生调研结果分析

通过座谈了解到，学生普遍认为学校所教的系统而较全面的专业知识还是非常有用的，在实际工作中与改行的同事相比有明显优势，但所学内容与实际工作的要求有一定差距，不能满足工作需要。影视后期设计流程及摄影摄像知识在实际工程中很重要但又是欠缺的，而最为欠缺的是创意思维不够活跃，创新能力不够。从毕业生就业情况来看，受相关企业欢迎的是那些思维敏捷、设计和表达能力强（即设计方案有个性，后期制作软件运用熟练）、语言表达和沟通能力强、工作踏实、能吃苦，能坚持的学生。目前，传媒设计公司越来越多，对影视后期制作人员需求量大，但真正优秀的设计师非常欠缺。对于刚刚走出校园的毕业生从业者首先要先从联系业务入手，这就要求其有一定的与人沟通能力，而与客户交流是建立在对专业有较深入的了解基础之上，扎实的专业素质是最有说服力的。一般传媒类设计公司的工作强度大，待遇低，行业竞争激烈，很多人因此而选择了改行，但只要能坚持下来的，一般经过两三年锻炼后大多都有较好的发展。

这个现象说明对人才的培养，不仅仅局限于专业能力，还要有顽强的毅力和克服困难的勇气等非智力因素。

九、专业调研结论

为满足数字媒体艺术设计行业对技术、技能型人才的需求，培养学生良好的职业素养、必备的岗位职业能力，综合本行业企业、职业学校、毕业生的调研结果，数字媒体艺术设计专业的人才培养计划应具备以下特征：

1.按照“具有大专文化程度、高职技术理论、高职实际操作技能”来定位高职教育，既不过分拔高理论教学，也不过分强调操作技能。

2.课程设置要突出高职特色，以岗位工作任务和职业能力分析为依据，与工作岗位相对应。课程名称也要体现岗位工作任务的特点。打破学科型的教学体系，建立对应工作过程的教学体系。课程内容要与工作任务对应、与职业资格标准对接，要根据岗位工作任务和职业能力要求选配内容，并不宜选取抽象的理论内容。

3.要改革教学方法，建立教学工作室，增加案例教学、项目教学、任务驱动教学法，要积极采用现代化的教学手段，改变“填鸭式”的教学模式，课程设计要将“一体化”的教学模式固化进去，实现做中学。

4.校内实训基地建设要突出职业特点，校内实训设备要与实际行业水平相适应，实训项目的设置要与岗位工作任务相对应。

5.实训教学要符合课程教学要求，实训教学体系要与理论教学体系相互补充。

总之，制订教学标准时，一方面要以数字媒体艺术设计行业、企业、高职院校及毕业生调研的结果为依据，另一方面还要按照《教育部关于进一步深化高等职业教育教学改革的若干意见》（教职成〔2008〕8号）文件精神，以《教育部办公厅关于制订高等职业学校专业教学标准的意见》（教职成厅〔2016〕46号）为准则，保证“教育与产业、学校与企业、专业设置与职业岗位、课程教材内容与职业标准、教学过程与生产过程的深度对接”。

山西铁道职业技术学院数字媒体艺术设计专业教研室

2023.9