



目 录

工艺美术专业设置调研论证报告	1
工艺美术专业人才需求调研过程典型件	10



工艺美术专业设置调研论证报告

我校工艺美术专业是依托地域产业，根据我县及周边地区对广告装潢、陶瓷工艺等专业人才的需求状况而设置的专业，专业以陶瓷装饰设计与制作、广告装潢设计与制作两大行业为人才培养的主要方向。为了对该专业的市场状况及人才需求有进一步了解，从而为我专业更准确的把握发展方向、构建科学的育人模式、完善课程体系建设、拓宽校企合作的深度提供更准确有效的理论与实践依据，我们主要对陶瓷装饰与制作、广告设计与制作两个行业的市场发展前景与人才需求状况进行了调查分析与论证。

在将近三年的时间里，调研小组 8 人，共调研走访了唐山亚洲时代陶瓷有限公司、唐山燎原瓷业有限公司等四家陶瓷企业，唐山中原广告装饰工程有限公司、北京新生代彩印制版有限公司、县级的玉新广告、碧宝广告等六家广告企业，调研走访的人员既包括决策层、管理层也包括各岗位一线工人；同时我们也调研了 10 个企业里毕业学生的就业情况与思想现状，共计企业座谈 10 次，个人访谈 50 余次，发放企业调研问卷 100 份，学生调研问卷 50 份。主要针对陶瓷广告企业发展现状及人才需求趋势、不同工作岗位工人的素质要求、企业生产流程中相关岗位的典型工作任务、企业对陶瓷彩绘与制图、广告设计与制作专业的办学要求四大项内容开展调研，经过对座谈记录与调研问卷的分析整理，现将结果汇报如下：

一、行业发展现状及市场发展前景

（一）陶瓷产业

陶瓷产业是唐山市政府制定的“十二五”发展规划的重点产业之一。目前陶瓷装饰与制作行业的从业人员知识、能力、素质、普遍不高，且尚有较大缺口。

作为我国重要的陶瓷生产和出口基地之一的唐山陶瓷产区，具有声名远播的地域品牌优势。一年来，国家、省市级领导对唐山陶瓷业给予了极大的厚望和关注，多次到唐山陶瓷企业参观、考察、调研。唐山陶瓷企业面对国内外宏观经济形势，审时度势，积极作为，借助国内扩内需、调结构、保增长，以及提高出口退税率等利好政策和措施，不断拓宽国际与国



内市场，一直享有着“北方瓷都”的美誉。

唐山作为我国重要的陶瓷产区，以生产日用瓷和卫生瓷见长，近年来随着人们经济水平的提高，装饰瓷开始呈上升趋势，例如我们调研的唐山亚洲时代陶瓷有限公司，其骨质瓷产品以个性的设计与制作在国际上享有盛名。今天的唐山陶瓷产业形成了日用瓷、卫生瓷、建筑瓷、工业理化瓷、工业特种瓷、工艺美术瓷等完整的体系，门类齐全，品种繁多。

至今，唐山有陶瓷企业 300 余家，有近 10 万人从事陶瓷行业。不过唐山陶瓷产业的发展也出现了一些新的困难：

1. 表现在人才流失现象严重：唐山陶瓷发展到今天，市场竞争激烈，企业数量不断增加，人才失衡比较严重，普通工人数量较多，但具有多年操作经验的熟练工人相对较少，同时陶瓷装饰个体小作坊增加，很多企业人才外流，稍有经验的技术工人流动性非常大，工人在岗稳定率比较低。

2. 产品综合创新能力不高：唐山被称为“北方瓷都”，发展历史悠久，尤其是其生产的骨质瓷以“薄如纸、白如玉、明如镜、声如磬”著称，虽价格昂贵，但在国际市场畅销几十年不衰，但随着国际市场经济危机的出现，以出口为主的唐山骨瓷受到了冲击，各企业的出口额不同程度的下降；今年随着泥浆、骨粉原料价格的上涨，企业销售市场再次受到考验，推陈出新成为企业打开市场的必然需求。

3. 企业管理水平参差不齐，规范性国际企业与家庭式小作坊并存，造成产品的质量差别很大，价钱由此相差比较大，造成陶瓷市场的混乱，给正规企业发展带来困难。

（二）广告行业

市场经济的发展，各行各业都需要广告策划、产品包装等装潢设计人员，由于我国在该领域的起步较晚，所以对该专业的专门人才需求量大，前景十分广阔。

“中原”等六个广告企业从地域来讲包括北京、唐山两大区域；从层次来讲既包括市级又包括县级，近三年，总体来讲业务承接量一直处于上升状态，市场发展前景比较好。广告装潢设计与制作服务领域不断拓展，



从室外景观到室内装潢，从商业宣传策划到企业文化建设，从包装设计到书籍装帧……领域不断延伸，该行业成为与企业、个人息息相关的一个行业。

广告行业虽然发展前景广大，但在发展中出现瓶颈，专业技术人才跟不上行业发展，有经验的专业设计人才短缺，尤其是在县级广告行业中，问题尤其严重，该行业设计水平难以满足客户越来越高的审美需求，设计水平的提升是广告行业亟待解决的问题。

结合以上分析，陶瓷与广告两大行业就发展前景来讲：一个是具有丰厚人文基础的地域产业，急需创新；一个是年轻的朝阳产业，急需品质提升。同时随着曹妃甸工业区的建立，为唐山陶瓷工艺、广告装潢和工艺美术品等产业的发展迎来了又一个发展的春天。

二、人才需求状况

（一）陶瓷产业

1. 劳动力现状

今天，唐山陶瓷企业同其他陶瓷产区一样，出现了一个亟待解决的问题：劳动力流动性强，稳定性差，有经验的技术型劳动人才短缺；吃苦耐劳、踏实的一线工人短缺。不仅专业设计人员短缺，一线工人的缺口更大，3百余家企业，每年一线用工缺口均达到千余人。同国内其他陶瓷产区近似，唐山陶瓷产区内的劳动力资源受到挑战，主要原因在于唐山近年来发展势头强劲，加之曹妃甸开发等新经济发展引擎的带动，劳动力需要增加，就业范围扩大，造成目前陶瓷行业的从业人员知识、能力、素质普遍不高，且尚有较大缺口。据调查与访谈，在唐山300余家各类陶瓷企业的一线操作人员中，90%以上其文化水平为初中以下，基本无陶瓷专业知识，大部分都是上岗先培训，这就造成工人普遍水平不高，缺乏专业素养，中等专业技术人员更是缺乏，唐山陶瓷行业一直在强调树立品牌，制造精品，扩大规模、展示特色的企业发展理念，而一线工人技术水平低，中等技术人员匮乏则成为其最大的制约因素，急需大批有创新能力的复合型人才。

2. 薪资待遇



专业陶瓷技术人员，按工种、岗位的不同，工资分为基本工资与计件工资，工资从 2000 至 7000 不等。

3. 专业人才要求

我专业教师走访了亚洲时代、燎原瓷业等唐山大型陶瓷企业，与企业负责人、企业员工、就业实习学生等进行了会谈。在走访中，企业对就业人员的岗位适应能力普遍感到困惑，对于一线员工而言，企业对学历水平、技能证书并不太注重，关键还是员工的就业观念与心态及职业的稳定性。作为中职生而言，其发展定位应在一线员工上，更要利用一线平台，调整心态，开展创新性工作，才能实现再发展。

唐山市工艺美术大师陈景风教授、亚洲时代李剑平总经理等企业专家就唐山陶瓷用工需求进行了总结与概括：

第一：陶瓷企业对学历要求并不严格，更注重工人的技能水平。

第二：人才的职业道德情操成为企业用工所考虑的一个重要因素。企业普遍认为，技能可以培养，而一个员工的工作态度、人生观与价值观，却不是短时期可以改变的，而这些东西直接关系到员工未来的工作效率与提高上升的空间，更关系到企业的利润与效益。

第三：企业员工普遍缺乏吃苦耐劳、甘于奉献的精神。90 后的孩子大多存在眼高手低的现状，缺乏对自己的正确认识，在工作初期只看重工种、薪资等，缺乏正确的人生规划与认识。

第四：年轻员工缺乏有始有终、坚持的精神，在岗位上的稳定性越来越差。陶瓷企业工人流动性太大，成为唐山陶瓷行业面临的一个重大问题。年轻人能静下心来坚持持续在一个岗位工作 3—5 年的越来越少，这不仅浪费了企业的培训资源，影响了企业的生产效率，造成企业培训资源的浪费，同时也让孩子们失去了更多发展的机会。

第五：专业技术性人才缺乏，尤其是彩绘、制版等岗位出现大量空缺。唐山骨质瓷的出口，具有民族特色的彩绘瓷占有极其重要的份额。彩绘瓷对唐山陶瓷企业树品牌、开拓国际市场具有举足轻重的作用。

第六：具有民族特色的技能型人才成为众多企业招聘的首选。唐山陶



瓷一直在力求将陶瓷与一些民族技艺相结合，增强其在国际市场的影响力。因此掌握玉田泥塑、陶艺等技能人才将成为企业的首选。

第七：创新型人才缺乏。由于工人流动性太大，造成陶瓷现有企业老龄化的趋势。专业设计人员与普通职工之间出现断层。传统的技能难以被新人继承，而在作品上出现了做工粗糙、缺乏时代创意等问题。

第八：复合型人才缺乏。陶瓷工人普遍文化素养较低、人际沟通能力、语言表达能力、文字书写能力等缺失，这不仅影响到产品的更新、销售等，更限制了新员工进一步发展的空间，这会成为员工以一线为平台追求更高发展的最大障碍。

第九：理论与实践脱节，毕业学生适应岗位较慢。

（二）广告行业

1. 劳动力现状

（1）真正有经验、学历高，广告设计专业毕业的设计人员短缺。除北京等大公司企业，大多数公司的各个岗位基本上都有中职毕业生，县级广告企业的劳动力层次水平会更低一些，在调查的两家县级广告企业里，从事后期制作与安装的基本无学历要求，还停在师傅带徒弟的模式上，而县级广告公司很难招到专业的设计人员，设计人员一部分是创业者自己在企业发展中“自学成才”，然后走老板带家人的模式；一种是短期计算机培训班的社会人员在企业工作过程中一点点提升，有计算机操作人员转为设计人员；极少一部分能招到正规院校毕业的高材生。这就使得广告行业设计人才存在一个普遍问题：大部分人员计算机水平还行，但缺乏色彩、构图等基本艺术素养，设计水平比较差，很难满足公司业务不断拓展的需求。

（2）公司对中职毕业生的技术要求不是很高，关键是能吃苦耐劳，能熟练掌握一种到两种设计软件完成基础设计即可，对各硬件能熟练进行后期加工制作则更受欢迎。公司注重的是中职毕业生的素质，要求先会做人，再会做事。

（3）广告设计与制作行业更需要具有良好的语言表达能力、人际协调能力、组织能力的复合型人才。广告行业是一个直接与人打交道的行业，



与客户良好的沟通成为从业人员的必备职业素养。在六家广告企业的调研中，有一个共同的需求，他们迫切需要既懂设计又懂客户前台接待的复合型人才，尤其是对于组织机构不是太完善的小公司，这样可节省他们的用工成本。

2. 薪酬水平

广告公司的平面设计人员的待遇还是十分可观的，前提是你必须能源源不断地提供足以打动人心的创意。一般设计人员的工资在 2500—3500 元之间；高级设计师工资在 4000—6000 元之间，美术指导的工资在 6000—8000 元之间；后期安装与制作人员的工资在 2000—4000 元之间。

3. 专业人才要求

在广告公司，大多数都是从事于平面设计工作，很少涉及到立体空间设计。但对技术含量的要求并没有降低。现在的广告公司，很多都涉及到地产策划及品牌推广，而平面设计又是产品推广的重要表现形式。如何在铺天盖地的报纸广告中，使自己所做的平面广告在几秒之间抓住读者的眼球，对平面设计人员而言，是至关重要的。

我专业教师走访了北京新生代彩印制版公司、唐山中原广告等企业，与企业负责人、员工进行了访谈，对就业学生的表现进行了回访，对存在的问题进行了分析与总结：

第一：计算机只是一个工具，真正的要在广告业占有自己的一席之地，创意才是灵魂。

第二：文化、审美、艺术鉴赏等能力的缺失是中职毕业生在工作中普遍缺乏创意的主要原因。

第三：设计软件的使用不在于多，而在于专。只要能设计出使客户满意的作品，没有人去在意你会使用多少软件。所以贵在专而不在于多。

第四：缺乏吃苦耐劳、具有长远目光的员工。新人大多盲目追求好的工作环境与设计岗位，缺乏从基层做起的精神。

第五：人际沟通能力、语言表达能力、文字书写能力以及超强的服务意识也成为广告行业从业人员必备的一种素质。



第六：理论的陈旧与市场的超前成为学生就业的障碍。

三、结论与建议

根据对陶瓷与广告两大行业市场发展前景与人才需求情况的调研与分析，建议我校工艺美术专业应依托唐山地区工艺美术产业可持续发展的迫切需要，继续明确以工艺品设计与制作（陶瓷方向）、广告设计（平面方向）与装潢为人才培养的主要方向，重点培养有文化素养，具备创新能力和实践能力的复合型专门人才，为我市区域经济的发展提供人才保障。

我们认为本专业人才培养目标，从知识与技能上来讲：应培养掌握陶瓷工艺（重点是彩绘与烧成）、现代广告设计理念、基础电脑艺术创作能力的复合型人才，熟悉经济、文化和艺术等相关学科知识，具有一定策划、创意、制作和发布的能力，能自主创业的人才；从艺术素质来讲：应通过艺术设计思维能力的培养、艺术设计方法和设计技能的基础训练，培养具备本专业设计创新能力的一线员工；从综合素质上来讲：要建立市场营销观念，具有分析和解决具体操作问题的基本能力，具有较强的语言与文字表达、人际沟通能力、团队合作精神、文案写作基本能力。通过这些培养为学生毕业之后走向社会、立足社会打下良好的基础，满足企业与市场的需求。

对于工艺美术专业的发展方向、人才培养模式、课程改革、技能培养、校企合作我们具体建议如下：

（一）专业发展方向

根据陶瓷与广告两大行业发展现状与前景的分析，我们认为工艺美术专业应继续坚持工艺品设计与制作（陶瓷）、广告设计（平面）与装潢两个培养方向。唐山陶瓷的地域经济基础与经济繁荣发展前景，劳动力市场极大的用人缺口，再加上人们审美需求的不断提升，为我专业这两个方向的发展提供了可靠地市场与空间。

（二）实施“工学交替 学研一体”的人才培养模式

在原“工学交替”的人才培养模式的基础上，我们建议增加“学研一体”。在调研中，企业有着创新开拓市场的迫切需要，而我专业如何让毕业



生在众多求职者中脱颖而出也是人才培养的关键。在这里我们想到了校企共同占领市场的一个突破口：“研学一体”。民族的才是世界的，具有浓郁的地域特色的玉田泥人已被纳入河北省非物质文化遗产，将地域特色与唐山陶瓷产业特色相结合，我们相信会给专业发展企业发展共同带来契机，更给学生培养带来新的思路。因此我们建议专业将“玉田泥人新瓷的研制”作为今后重点工作加快推进。

同时，在探索过程中，研学融为一体，师生企业共同参与，由原来教师个体行为，转变为教学行为，让研究课题走入课堂，探索“研学一体”一种新的人才培养模式。

（三）课程体系与教学内容改革

综合陶瓷与广告两大行业人才需求的现状以及企业对不同岗位的技能与能力要求，我们建议在课程体系、教材建设等方面进行如下调整：

1. 课程体系改革

依托企业专家参与的专业建设指导委员会，建立人文素质教育与专业技能合一的课程体系并形成相应的教材。以“彩绘、泥塑、平面设计”为突破口，培养优秀毕业生，以点带面；将“职业道德、演讲与口才、艺术鉴赏”教育全面铺开，全面提升学生的整体素质，增强职校毕业生的就业竞争力；建议在原有课程的基础上将工艺美术课程体系更系统化，分为文化素养基础课程、专业技能核心课程和专业能力拓展课程三大块，具体科目根据企业与市场需求进行调整，实现培养具有创新能力的复合型专门人才的目标。

2. 核心课程建设和教材建设

建议根据市场需求和企业的用工需求构建核心与精品课程，将《泥塑》、《彩绘》、《陶瓷工艺》、《广告设计与制作》、《书法》、《包装设计》作为六大核心课程。同时根据企业岗位标准、生产技术标准与企业专家共同开发《工艺美术文化基础》、《工艺美术职业素养》、《陶瓷工艺》、《广告设计与制作》、《彩绘》校本教材，以真正适应地区企业用工需求。

3. 技能鉴定



根据企业对不同岗位的技能要求，建议专业将技能分为两个层次：基本技能和核心技能。第一学年第一学期考核基本技能：计算机技能（文字录入、排版版等）、美术技能（图案、色彩、国画、书法）；第一学年第二学期与第二学年重点考核核心技能：平面设计、喷绘写真、雕刻、线描、彩绘、烧成、泥塑等。

为了实现学生技能与市场对接，建议校企双方共同成立考核评价工作组，采取每月一鉴定和单科结业鉴定相结合的办法，定期邀请企业专家参与核心技能的鉴定，同时可将学生作品与企业产品对接，将学生作品传至企业进行模拟质检，提升技能鉴定结果的可信度与参考性。

（四）教学方法和教学手段改革

在与一线工人师傅和就业生的调研中，普遍反映课堂与企业生产存在距离。因此，在教学方法上应继续深化以真实项目为驱动、模拟项目为补充的项目导向教学模式改革，结合案例教学、现场教学等教学方法，推进一体化教学。以生产企业的实际产品为载体设计教学内容，教学过程按照生产过程进行，实现理论和实践一体化、教室和车间一体化、教师和师傅一体化、学生和徒弟一体化“四位一体”。以点带面，建议将《广告设计与制作》、《彩绘》作为突破点，编写项目实训手册，进行全专业推广。

（五）拓宽校企合作的深度与广度

从广度来讲：建议继续充分发挥工艺美术专业建设指导委员会的职能，校企合作除了“工学交替”之外，增加双向性。请企业专家直接参与到专业人才培养目标的制定、课程的建构、技能鉴定、校本教材的研修、实训室的建设、课堂教学、泥人新瓷的课题研修、学生就业与指导等领域；教师则可参与企业生产、提供技术型指导、企业员工培训等；学生则可参与工学交替、顶岗实习、产品研发；校企还可进行生产性项目合作。

从深度上来讲：我们建议将校企合作的内容方式流程更具体化、常规化、科学化。从不定期的合作模式变成常规的一种工作流程，将计划性与灵活性融为一体，同时在合作过程中从简单的体力合作向技术型合作发展，从形式的合作与交流向理念的合作与交流提升。



工艺美术专业人才需求调研过程典型件

2022 年-2023 年第一学期工艺美术专业人才需求调研计划

（一）调研背景

市场经济的发展，各行各业都需要广告策划、产品包装等装潢设计人员，装潢设计专业毕业生可从事广告公司、印刷制版公司、设计室、报社、图书出版行业、影楼、喷绘制图公司、电子出版社等相关领域的工作，也可从事 IT 行业中美术设计、页面开发制作、界面设计、电子商务等当今流行行业的工作。由于我国在该领域的起步较晚，所以对该专业的专门人才需求量大，前景十分广阔。

陶瓷产业是唐山市政府制定的“十二五”发展规划的重点产业之一。目前陶瓷艺术行业的从业人员知识、能力、素质、普遍不高，且尚有较大缺口。

为了对该专业的市场状况及人才需求有进一步了解，我们主要从陶瓷工艺、广告设计两个方面进行了市场调研。

（二）调研目标

为进一步做好工艺美术专业建设，明确培养目标，构建科学的课程体系和有效的课堂教学模式，树立专业品牌，服务地方产业经济，工艺美术组将开展工艺美术专业人才需求调研活动。

序号	调研主要目的
1	了解陶瓷、广告企业人才需求现状，为我校工美专业人才培养目标的准确定位和有效对接企业需求奠定基础
2	了解陶瓷、广告企业典型工作岗位，并对不同岗位素质进行分析，为科学研究陶瓷专业校本教材、构建合理的知识体系奠定基础
3	了解分析不同岗位的典型工作任务，为有效实施“基于工作过程中的任务驱动教学”及“基于工作过程的教材研发”提供科学依据
4	通过调研，为进一步做好校企合作，创新工学结合的人才培养模式奠定基础



（三）调研内容

1. 调查了解陶瓷生产企业技术人才结构现状及人才需求趋势；
2. 了解不同岗位素质要求；
3. 了解公司企业生产流程中相关岗位的典型工作任务；
4. 了解对陶瓷彩绘与制图、广告设计与制作专业的办学要求。

（四）调研范围

将对本专业合作企业唐山地区唐山亚洲时代陶瓷有限公司、唐山美术瓷厂、唐山燎原瓷业有限公司、唐山群力瓷业有限公司、唐山中原广告装饰工程有限公司等单位，以及北京新生代彩印制版有限公司、北京十月印刷公司、北京艺堂等大中小型集团及私营企业和县级的玉新广告、碧宝广告等广告公司进行走访和调研。

（五）调研时间、地点及人员

调研时间：2020 年 10 月 1 日—12 日

调研地点：唐山地区与本专业合作的大中型陶瓷、广告公司的单位所在地；北京地区的印刷公司；县级广告公司。

调研人员：张江、刘长瑞、邱海霞、张爱华、果永喜、贾宝良、刘颖代雪娟等。

（六）调研企业的基本情况前期调查

调研企业基本情况一览表：

序号	企业名称	企业基本情况
1	唐山亚洲时代陶瓷有限公司	唐山亚洲时代陶瓷有限公司成立于 1995 年，该公司将骨质瓷带入了创意和艺术感的新层面。该公司是清华美院、中央美术学院、河北联合大学、唐山工业职业技术学院、唐山师范学院等高校陶瓷专业实习实训基地，是唐山工业职业技术学院陶瓷艺术设计专业“学习岛”建设实施基地。公司产品注重创意附加值提升，有国家专利 20 多项，与英国、法国、意大利等相关公司联系紧。多年来一贯支持高校陶瓷专业建设，尤其是在陶瓷创意造型、陶瓷手绘装饰方面成果显著。



2	唐山美术瓷厂	唐山陶瓷集团美术瓷厂于 1997 年正式成立，是唐山工业职业技术学院艺术设计系实习工厂，主营陶瓷制造，是艺术陶瓷的专业生产厂。注册资金 144.00 万元，在研制、开发、设计、生产艺术陶瓷产品的同时保证艺术设计系各专业学生的实习、实训。拥有省级陶瓷艺术大师 12 人，国家级陶瓷艺术大师刘冠伟等在艺术设计系和厂指导教学和生产。公司资金实力雄厚，生产经营能力强大。唐山美术瓷厂具有完备的原料、成型、装饰、烧成等生产车间，另外还有大师工作室，进行陶瓷装饰创作。与学院共建了陶瓷艺术设计专业实训室、骨质瓷研发中心等科研部门。陶瓷艺术设计专业实训室购置了大批先进的生成设备，为生产和教学提供了有力保障。研发中心主要开展高档骨质艺术瓷深度开发和纳米陶瓷装饰，采用产学研结合的方式，已取得初步成果。
3	唐山燎原瓷业有限公司	唐山燎原瓷业有限公司成立于 1999 年，燎原人经过 13 年的艰苦奋斗，公司现已拥有两条先进的自动生产线，年产量达 300 万件以上，是生产中、高档日用陶瓷的专业厂家，产品主要出口韩国、日本、欧美市场。本公司聘请高级技术人才和管理人才，使公司整体运营更趋科学化、现代化。公司生产的“燎原牌”高档骨质瓷以富贵典雅、皇家风范名扬全国。公司在陶瓷传统制作工艺精髓的基础上，又研发了注入现代气息的制作工艺方法。
4	唐山群力瓷业有限公司	唐山群力瓷业有限公司创建于 2006 年，以生产高档日用骨质瓷为主，年生产能力 150 万件。公司主要生产骨质瓷，以良好的服务和良好的质量赢得顾客信赖，公司规模不断扩大，效益不断提高，员工待遇越来越好，真诚希望有才之士加入。



5	唐山中原广告装饰工程有限公司	唐山中原广告装饰工程中心成立于1997年，是集广告制作发布、装饰装潢、导向标牌、亮化工程、亚克力吸塑工程、户外喷绘及写真为一体的大型广告装饰公司。公司下设工程部、设计部、拓展部、客服部、喷绘中心、加工厂。公司建立了先进严谨的管理体系，秉承“以人为本，诚信务实，追求卓越”的经营理念，把握市场脉搏，汇聚四海人才，铸就品牌形象不断拓展经营空间。目前，我公司拥有经验丰富的设计人员；训练有速，做工精细、技艺超群的施工人员；为公司拓展不断奋斗的业务人员，精通工艺、严格执检的监理人员，以及为满足客户需求不断努力的服务人员。
6	北京新生代彩印制版有限公司	北京新生代彩印制版有限公司是一家专注于印前技术的高科技制版公司，下辖三个制版输出部及印刷打样部、电脑设备部，计有输出照排、数码打样、印刷打样设备近十台套，员工八十余人。北京新生代彩印制版有限公司崇尚服务至上、技术领先、优质优价的经营理念。提供二十四小时全天候出片打样服务，pc、苹果双平台操作，精通各种平面软件；更有先进的数码打样，实现部分印刷打样的功能，可作到先看样，再出片；有世界最先进的中文RIP后拼版软件，无论前端任何格式的文件，都可以后端实现各种印刷折手拼版。三个输出部位于北京中关村、东四、亚运村三个方向，业务覆盖全城，能就近提供取送服务。打样部专为输出服务，高效、快捷、高质、专注。北京新生代彩印制版有限公司与京城内外数百家出版社、印刷集团（厂）、广告公司等客户形成互动联系，可提供广告、印刷、出版等相关业务的代理、咨询。



7	北京十月 印刷公司	公司是一个以客户为中心，追求卓越品质的商务印刷服务供应商，提供自印刷的全程服务，规模生产及严格成本控制使高品质及低价格成为可能。投资的北京印刷厂拥有多台全新海德堡四色印刷机，可满足大批量订单的需求。正在推出的电子商务将彻底改变传统印刷行业的管理方法，企业内部 ERP 流程管理的实行大大降低了印刷品的次品率，成为企业广告设计印刷服务供应商的最佳选择。公司是一个以客户为中心，追求卓越品质的商务印刷服务供应商，提供自印刷的全程服务，规模生产及严格成本控制使高品质及低价格成为可能。投资的北京印刷厂拥有多台全新海德堡四色印刷机，可满足大批量订单的需求。正在推出的电子商务将彻底改变传统印刷行业的管理方法，企业内部 ERP 流程管理的实行大大降低了印刷品的次品率，成为企业广告设计印刷服务供应商的最佳选择。
8	北京艺堂 印刷有限公司	北京艺堂印刷有限公司，以精湛的技术，以对待艺术的态度，再现设计师的灵感，完美演绎技术与艺术的结合。北京艺堂印刷有限公司是集创意设计、印刷装订为一体的综合性一站式印刷公司，为客户提供省时、省心、省钱的专业一站式服务。公司专致于中高端商务印刷及出版印刷领域，以最实效的创意和设计、高品质的印刷质量、高效率的客户服务，实现与合作伙伴的共成长。
9	玉新广告	玉田县玉新广告有限公司总经理是李启新，公司注册资本，公司的办公地址设在交通便利的河北省唐山市玉田县幸福小区商业楼 42 号，公司有最好的产品和专业的销售和技术团队，能为客户提供最好的产品、良好的技术支持、健全的售后服务，是唐山广告公司行业知名企业。
10	碧宝广告	玉田县碧宝广告装饰工程有限公司主要从事广告设计，牌匾制造等各项工程。总经理是齐素环，公司有一支优秀的团队，承接着县内县外大量的广告业务。



2022 年-2023 第二学期工艺美术专业人才需求调研计划

工艺美术专业人才需求调研计划（陶瓷、广告方向）

（一）调研基本思路与目的

为进一步做好工艺美术专业建设，明确培养目标，构建科学的课程体系和有效的课堂教学模式，树立专业品牌，服务地方产业经济，将开展工艺美术专业人才需求调研活动。

序号	调研主要目的
1	了解陶瓷、广告企业人才需求现状，为我校工美专业人才培养目标的准确定位和有效对接企业需求奠定基础
2	了解陶瓷、广告企业典型工作岗位，并对不同岗位素质进行分析，为科学研究陶瓷专业校本教材、构建合理的知识体系奠定基础
3	了解分析不同岗位的典型工作任务，为有效实施“基于工作过程中的任务驱动教学”及“基于工作过程的教材研发”提供科学依据
4	通过调研，为进一步做好校企合作，创新工学结合的人才培养模式奠定基础

（二）调研内容

1. 调查了解陶瓷生产企业技术人才结构现状及人才需求趋势；
2. 了解企业岗位群及不同岗位素质要求；
3. 了解企业的典型工作岗位及其岗位工作流程；
4. 了解企业生产流程中相关岗位的典型工作任务；
5. 了解企业对陶瓷、广告设计与管理专业的办学要求。

（三）调研对象和范围

将对本专业合作企业唐山地区唐山亚洲时代陶瓷有限公司、唐山美术瓷厂、唐山燎原瓷业有限公司、唐山群力瓷业有限公司等大型陶瓷企业和科研单位，以及唐山中原广告装饰工程有限公司、北京新生代彩印制版有限公司等大中小型集团，并对玉田泥人王进行专门走访和调研。



主要调查对象为：企业负责人、人事部经理、办公室主任等人员为主要访谈对象，以企业生产厂长、车间主任、销售人员、保管员、一线员工等人员进行随机访谈。

（四）调研途径和方法

本次调研将采用问卷调查法，实地访谈法，电话访谈法，文献资料调查法等，调研方法如下：

1. 文献资料调查法：收集和分析国内同类研究报告、国家有关统计资料、相关文件、网上相关信息等；
2. 实地访谈法：调查人员通过各种方式向被调查者提问或征求意见，以此来搜集相关信息。可运用访谈、座谈、问卷调查等方法；
3. 问卷调查法：调查人员在调研现场，通过问卷形式，获取被调查人相关信息，并对调研获得的数据进行统计分析，得出结论。

（五）调研时间、地点及人员

调研时间：2021 年 10 月 1 日—12 日

调研地点：唐山地区与本专业合作的大中型陶瓷、广告公司、玉田泥人等的单位所在地。

调研人员：张江、刘长瑞、邱海霞、张爱华、果永喜、贾宝良、代雪娟、刘颖等。

（六）调研前期准备

调研企业基本情况一览表：

序号	企业名称	企业基本情况
1	唐山燎原瓷业有限公司	唐山燎原瓷业有限公司成立于 1999 年，燎原人经过 13 年的艰苦奋斗，公司现已拥有两条先进的自动生产线，年产量达 300 万件以上，是生产中、高档日用陶瓷的专业厂家，产品主要出口韩国、日本、欧美市场。本公司聘请高级技术人才和管理人才，使公司整体运营更趋科学化、现代化。公司生产的“燎原牌”高档骨质瓷以富贵典雅、皇家风范名扬全国。公司在陶瓷传统制作工艺精髓的基础上，又研发了注入现代气息的制作工艺方法。



2	唐山亚洲时代陶瓷有限公司	唐山亚洲时代陶瓷有限公司成立于1995年，该公司将骨质瓷带入了创意和艺术感的新层面，是清华美院、中央美术学院、河北联合大学、唐山工业职业技术学院、唐山师范学院等高校陶瓷专业实习实训基地，也是唐山工业职业技术学院陶瓷艺术设计专业“学习岛”建设实施基地。公司产品有国家专利20多项，与英国、法国、意大利等相关公司联系紧密。多年来一贯支持高校陶瓷专业建设，尤其是在陶瓷创意造型、陶瓷手绘装饰方面成果显著。
3	唐山隆达骨质瓷有限公司	唐山隆达骨质瓷有限公司始建于1994年，为亚洲最大的骨质瓷生产企业。公司位于河北省唐山市银河路，占地12万平方米，建筑面积7万平方米，公司现有员工1600多人，其中管理人员100多人，从事骨质瓷生产技术及新产品研发人员有30余人。公司现拥有52米和48米全自动燃气隧道窑7条，38米和46米全自动燃气辊道烤花窑2条，骨质瓷年生产能力2000万件，产品定位于国内外大中城市的高级商场、星级酒店、宾馆等。
4	唐山陶瓷研究院	唐山陶瓷股份有限公司研究院的前身是唐山陶瓷工业公司研究所，最早成立于1958年，于1999年改所建院，隶属于唐山陶瓷股份有限公司，是我国陶瓷领域最负盛名的综合性研究院之一，拥有完整、科学的质量管理体系。下辖工艺研究室、艺术研究室、装饰材料研究室等6个专业研究部门和金水车间、高档艺术瓷厂、特种陶瓷厂、窑炉公司等专业生产单位，河北省陶瓷工业科技情报站等权威机构设在这里。该院艺术研究室为我国陶瓷工业的发展进步做出了突出贡献，先后完成重大科研课题127项，获省部级以上奖励20余项。该院艺术研究室自主研制的骨质瓷、白玉瓷、白兰瓷、玉兰瓷，在我国不同历史时期都代表了我国陶瓷工业的最高水平，被誉为“四朵金花”，享誉神州，蜚声海外，特别是骨质瓷已在国内形成庞大的产业规模，在国际市场上成为最具竞争力的产品。该院于上世纪八十年代初研制成功的“铁红金圈结晶釉”是宋代曜变天目釉的同类结晶体，原已失传700余年，重新研制成功后引进轰动，被誉为“国宝”和“可遇而不可求”的珍品，获“国家发明奖”，代表作品被北京故宫博物院收藏。以骨质瓷艺术瓷和色釉雕金装饰技法为代表的一批艺术创新成果在国内取得领先地位。该院是国家陶瓷装饰用金水重点生产单位，上世纪七十年代开始金水生产，经过30多年的艰苦努力，形成高水平的系列化品种系列，可以满足客户不同品质要求，在国内具有极高的知名度。院内汇集了以国家级陶瓷艺术大师刘希舜为首的一批老中青技术骨干，艺术创作在国内独树一帜。他们精研的釉下青花、釉下五彩、釉上新彩、雕金、喷彩等绘画技法在传统继承中不断创新，形成独特的艺术风格。



5	唐山美术瓷厂	唐山陶瓷集团美术瓷厂于 1997 年正式成立，是唐山工业职业技术学院艺术设计系实习工厂，主营陶瓷制造，是艺术陶瓷的专业生产厂。注册资金 144.00 万元，在研制、开发、设计、生产艺术陶瓷产品的同时保证艺术设计系各专业学生的实习、实训。拥有省级陶瓷艺术大师 12 人，国家级陶瓷艺术大师刘冠伟等在艺术设计系和厂指导教学和生产。公司资金实力雄厚，生产经营能力强大。唐山美术瓷厂具有完备的原料、成型、装饰、烧成等生产车间，另外还有大师工作室，进行陶瓷装饰创作。与学院共建了陶瓷艺术设计专业实训室、骨质瓷研发中心等科研部门。陶瓷艺术设计专业实训室购置了大批先进的生成设备，未生产和教学提供了有力保障。研发中心主要开展高档骨质艺术瓷深度开发和纳米陶瓷装饰，采用产学研结合的方式，已取得初步成果。
6	唐山群力瓷业有限公司	唐山群力瓷业有限公司创建于 2006 年，以生产高档日用骨质瓷为主，年生产能力 150 万件。公司主要生产骨质瓷，以良好的服务和良好的质量赢得顾客信赖，公司规模不断扩大，效益不断提高，员工待遇越来越好，真诚希望有才之士加入。
7	北京新生代彩印制版有限公司	北京新生代彩印制版有限公司是一家专注于印前技术的高科技制版公司，下辖三个制版输出部及印刷打样部、电脑设备部，计有输出照排、数码打样、印刷打样设备近十台套，员工八十余人。北京新生代彩印制版有限公司崇尚服务至上、技术领先、优质优价的经营理念。提供二十四小时全天候出片打样服务，pc、苹果双平台操作，精通各种平面软件；更有先进的数码打样，实现部分印刷打样的功能，可作到先看样，再出片；有世界最先进的中文 RIP 后拼版软件，无论前端任何格式的文件，都可以后端实现各种印刷折手拼版。三个输出部位于北京中关村、东四、亚运村三个方向，业务覆盖全城，能就近提供取送服务。打样部专为输出服务，高效、快捷、高质、专注。北京新生代彩印制版有限公司与京城内外数百家出版社、印刷集团（厂）、广告公司等客户形成互动联系，可提供广告、印刷、出版等相关业务的代理、咨询。



8	唐山中原 广告装饰 工程公司	中原广告装饰工程中心成立于 1997 年，是集广告制作发布、装饰装潢、导向标牌、亮化工程、亚克力吸塑工程、户外喷绘及写真为一体的大型广告装饰公司。公司下设工程部、设计部、拓展部、客服部、喷绘中心、加工厂。公司建立了先进严谨的管理体系，秉承“以人为本，诚信务实，追求卓越”的经营理念，把握市场脉搏，汇聚四海人才，铸就品牌形象不断拓展经营空间。目前，我公司拥有经验丰富的设计人员；训练有速，做工精细、技艺超群的施工人员；为公司拓展不断奋斗的业务人员，精通工艺、严格执检的监理人员，以及为满足客户需求不断努力的服务人员。
9	杨家套乡 西高坨村	吴玉成老先生，玉田县杨家套乡西高坨村人。玉田泥人第三代传人，从小跟随父亲学艺而后又师承邻村戴家屯刘俊祥学习泥玩具制作工艺。在京东一带有着很高的声誉，享有“泥人吴”的称号。其作品在造型和着色上古朴典雅，散发出浓郁的乡土气息。在创作上，花样出新，注重现实和自然生活题材的表现。1994 年，他的代表作《骑毛驴走娘家》入选文化部举办的“中国民间艺术一绝大展”。在 2002 年、2003 年、2004 年唐山市举办的工艺美术作品展览中，他的作品连续三年获一等奖。