

报告主编 IXDC

专家指导 腾讯用户研究与体验设计中心(CDC)

数据调研 腾讯用户研究与体验设计中心(CDC)

视觉设计 腾讯用户研究与体验设计中心(CDC)

数据调研负责人

陈妍 腾讯用户研究与体验设计中心(CDC)

胡晓 IXDC

主办

协办

IXDC / CDC

2018

User Experience Industry Survey Report

用户体验行业调查报告

IXDC / CDC



蜜蜂内参

让您深入洞察整个商业世界



每天精挑细选3份最值得关注的学习资料；
不定期分享顶级外文期刊。

关注公众号：**mifengMBA**

回复“入群”加入“蜜蜂内参”城市群

(不需要转发哦.....)



扫一扫

回复“入群”

序言

Preface

IXDC作为引领中国用户体验行业发展的组织之一，在每年召开的国际体验设计大会上都为从业者提供最有价值的用户体验行业调查报告。2018年，IXDC再次携手腾讯CDC共同开启“中国用户体验行业调研”活动，通过广泛数据收集，企业真实案例佐证分析，以及联合国际UX领域专家、设计教育者、设计团队管理者等一同参与策划和指导，共同研究分析用户体验创新设计能力模型与人才资源竞争的领域，帮助从业者与企业更好去迎接层出不穷的新技术、新物种与新商业模式的变化，以及环境、经济与文化等系统的复杂性带来的全新的设计问题。

2018调研报告通过全面详尽的调研分析，对整个行业脉络进行系统的梳理，为从业者展示这一年来用户体验行业的变化。调研报告不仅包含了历年普遍关注的从业者画像薪酬涨幅、跳槽分析、满意度分析等模块，更新增了创业分析、核心竞争力与能力模型、学习计划以及备受青睐但当前从业人数较少行业的人群画像、急缺岗位、常用工具等方面。帮助大家更好地从全局、全新的视野去了解用户体验行业的发展现状、趋势和存在的问题以及从业者的核心竞争力的发展态势。

历经8载，在此回顾

从2011年起与国内知名UX团队、UX领域专家、媒体共同发起“中国用户体验行业调研”。近年来，累计收集的问卷量达到20000多份以上。

【2017年报告】回收5399份问卷
IXDC联合腾讯CDC共同开展。报告抽取从业者画像、职业规划、薪资分析等模块的三年数据进行对比分析，呈现用户体验行业的发展趋势以及人才资源与能力需求的变化。帮助从业者掌握不断外延的新兴领域的技术、方法与策略。

【2016年报告】回收4263份问卷
IXDC联合腾讯CDC共同开展。报告新增用户体验在企业中的融入程度分析模块，呈现用户体验在企业或团队的发展战略中的参与度和渗透度。帮助从业者全面了解企业中

用户体验流程、资源、规划、意识等各方面分析结果，充分发掘企业真正对用户体验使用程度。

【2015年报告】回收1208份问卷
IXDC联合腾讯CDC共同开展。报告新增岗位核心竞争力模块，呈现用户体验领域岗位技能的核心竞争力模型，全方位呈现用户体验行业从业者的核心能力、自我价值以及竞争趋势。

【2014年报告】报告通过“从业者的肖像”、“能力与满意度”、“职业发展与规划”三大模块出发，为从业者呈现最有价值的用户体验行业大数据。

【2013年报告】由IXDC主办，腾讯MXD、UIRSS协办。报告反应了用户体验行业的市场和趋势，以及从业者的生存状态，还有用户体验前辈专家为行业新人的职业发展提供的不少宝贵建议。

在此，感谢每一位参与调查的同行，每一位为报告集思广益的朋友，你们的每一点帮助都在推动着行业的发展。期待今后更多用户体验从业者的参与，共筑美好的体验设计未来！

2018年用户体验行业调研活动共有4057位参与，回收有效样本2801份
调查时间：2018.04.18至2018.05.08
调查渠道：IXDC官网渠道、腾讯CDC、互联网媒体资讯平台
调查官网：<https://ixdc.org/2018/research>
调查平台：腾讯问卷（<http://wj.qq.com>）



回顾历届行业报告

目录 Contents

- 01 行业专家采访
- 02 从业者画像
- 03 公司分析
- 04 用户体验在公司内的融入
- 05 收入分析
- 06 满意度分析
- 07 跳槽分析
- 08 创业分析
- 09 核心竞争力

01 行业专家采访



行业专家采访

他们先于时代的观点，带领你紧跟时代的步伐
在这里，我们收获激励与启迪
更脚踏实地将梦想变成现实

行业观察 —— 有关注，有进步，有超越

Q：2018年已经过去一半了，您看到用户体验行业有哪些最明显的变化？对于这些变化您有什么看法，可以给我们分享？

李超（阿里巴巴亚博科技集团，品牌策略与用户体验中心负责人）
用户体验行业发生了三点变化：
1、线上体验设计职能已经向线上线下载体体验职能变化。
2、用户体验型设计朝向兼顾品牌建设与品牌策略设计方向变化。
3、营销体验设计、产品体验设计、品牌设计逐渐融为一体，变成统一的策略型设计。
对于这些变化的主要原因还是在于商业环境发生了变化，专业发展以及设计教育发生变化后新型设计师的涌入。这些变化一方面对于设计师专业素质与专业能力的更高要求，另一方面用户体验设计的领域与重要程度也被拓宽，逐渐被普遍商业所重视。未来谁掌握更好的体验，谁就掌握更忠诚的用户以及更稳固的市场地位。

韩晓燕（SEA，资深用户研究员）
我现在东南亚地区工作，除了新加坡以外，其他国家用户的互联网经验普遍较少。另外，各个国家和民族的语言、文化也很不一样。用户体验从业人员正面临更多挑战，在复杂中寻找平衡，设计出优秀的产品。最明显的变化是东南亚地区的产品体验在迅速变好。

林钦（四叶草保险服务平台&ETU Design，联合创始人）
设计师更关注技术的发展，在技术的发展中重新寻找自己的定位。

任婕（腾讯网UED,设计总监）
人们开始更加关注创新，不管是新的领域还是已有的方面都开始尝试一些变化和突破。

张贝（腾讯金融，设计中心负责人）
由产品设计过渡到增值设计或运营营销设计的趋势逐渐加强

陈晓华（阿里巴巴菜鸟网络，资深经理）
设计行业开始深度场景化思考，特别是对于AI及IOT的探索。设计边界开始拓展，设计与商业的深度整合也开始露出，并逐步体现出价值。

原雪梅（360集团，设计总监）
随着智能生态产品的飞速发展，用户研究行业越来越被关注和需要，包括面向对象的确定，调研范围的深入化，以及把一个产品的前10%和后10%的用户体验本土化。本土化就是把国际用户体验思路成功运用到国内企业的产品上。

贾云（美团点评，上海平台产品部&用户体验设计部总经理）
我发现明显的变化：
1、AI和大数据技术逐步融入到产品设计中，需要设计师在设计时充分考虑该因素，千人千面需求匹配的人群会更广，样式需要适用的场景和复杂度会更高。
2、随着O2O以及新零售等行业走向成熟，对设计师对于业务路径的理解度和把握度的要求更高。

董建明（华为，首席体验架构师）
我发现设计和工程科学的结合更加紧密。例如将设计方法和流程工程化，在设计中使用工程化的工具。

唐沐（小米科技，小米生态链副总裁）
纵向来说，每个领域中的体验设计发展更加深入了。无论是电商、社交、信息流、短视频……设计在相应分支内都在不断前行。横向来说，设计在很多新领域也逐渐发力。例如人工智能、区块链等，用户体验的范围在不断拓宽。

朱韵安（Autodesk，资深用户体验设计师）
从台式机到云和订阅，近些年的商业模型有了很大的变化。顾客是我们设计的真正中心，设计师需要的不仅是优秀的设计技能，更重要是研究技巧，要学会倾听我们的顾客。

陈谦（腾讯智能平台产品部，助理总经理）
在过去的一段时间，多模体验设计在国内行业得到初步关注。从用户体验的历史与发展路径来看，这是很自然的一步。从行业来看，也是中国AI产业快速发展的一个反映。

Q：人工智能对设计师未来工作的影响一直是近来行业中广泛关注的问题。就您个人而言，您是如何看待人工智能技术与设计的关系？设计师如何应对未来的技术发展？

李超（阿里巴巴-亚博科技集团，品牌策略与用户体验中心负责人）
人工智能首先肯定是在现阶段无法取代人脑的，对于设计也同样。人工智能是被设计出来的技术，而设计是创造人工智能的方法。因此掌握可以创造生产技术的方法便成了设计师未来很可能要面对的工作。对于未来设计师更要拥抱技术，学习和了解技术原理，懂得同研发人员的沟通，甚至要自己亲手写程序，能够独立完成自己的设计与开发。

韩晓燕（SEA，资深用户研究员）
人工智能技术会替代一部分简单的“设计”工作。而对人的深入理解，创造性的设计作品，都需要设计师来做。设计

师去了解人工智能技术的优缺点，能让机器为设计服务，这会是比较理想的状态。

林钦（四叶草保险服务平台&ETU Design，联合创始人）
人工智能技术让设计往更自然和人性化的方向发展，设计师在看人工智能技术发展的路上要不断补充对技术与数据不足情况下，如何设计更人性化的自然交互。

任婕（腾讯网UED,设计总监）
人工智能给设计师带来新的学习机会和创新尝试，设计不仅仅局限在视觉表现层，而是更加多元化，这对设计师的要求也进一步提高。

陈晓华（阿里巴巴菜鸟网络，资深经理）
现阶段的人工智能还处于弱人工智能阶段，对设计的挑战并不大，但是目前人工智能的发展势必导致设计意识改变，并逐步渗透入商业。

原雪梅（360集团，设计总监）
任何产品包括人工智能剖析开来都是由硬件、软件和内容三方面组成，那么就存在这三方面需要的设计人才。设计师还是需要明确了解自身兴趣点做好自我定位，发现自己更擅长或者更希望的规划，为这个方向努力就好。

贾云（美团点评，上海平台产品部&用户体验设计部总经理）
人工智能和设计师是相辅相成的关系。一方面，随着人工智能技术的成熟，一些固定模板类、复杂度小的低要求设计工作可以释放由人工智能完成，设计师可以去思考和完成更高层面的工作，例如趋势性、策略性的；另外一方面，设计师也可以借助人工智能帮助做一些趋势判断、设计偏好挖掘的工作。

董建明（华为，首席体验架构师）

人工智能可以模仿一些设计范式，但是对设计深层的理解尚远未达到。设计师应当更加注重设计的分析能力和视野，力求达到超出一般设计水准。

唐沐（小米科技，小米生态链副总裁）

首先，人工智能技术会带来很多产品形态的改变，会产生很多自然交互。设计师在做产品时候，要考虑的人工智能产品和用户的关系定位。这种定位和体验形式会和移动应用有很大区别。其次，在设计本身的流程中，人工智能技术目前已经开始发挥能力，例如人工智能可以批量设计海报、logo，或者增加软件的操作效率，这些都是很好的提升设计效能的技术。设计师其实和其他职业一样，积极拥抱必然的技术趋势，不要排斥，会有更大的发挥空间。

朱韵安（Autodesk，资深用户体验设计师）

人工智能是一个无可争议的趋势，但人脑中总有一个部分是人工智能所不能代替的，那就是同理心。作为一个好的设计师，我们可以将一些常规的工作交给人工智能，然后充分利用自己的智慧去教育人工智能，并为我们的用户创造一些有意义的东西。

陈谦（腾讯智能平台产品部，助理总经理）

体验设计经常同“感性”、“灵感”等词汇联系在一起，其中一个原因是人类尚未掌握很多与设计相关的工作原理，也就无法产生可复制的设计机制。

Q：目前您所关注的领域或趋势技术是什么？请具体介绍您的看法。

韩晓燕（SEA，资深用户研究员）

我比较关注数据科学领域的变化。在研究用户时，哪些可以通过数据完成，哪些需要其他办法来完成。

林钦（四叶草保险服务平台&ETU Design，联合创始人）
目前我关注比较多的是保险领域，技术方面主要是人工智能和区块链。人工智能改变人机互动的方式，区块链改变底层规则，这两者结合起来对行业的变化都比较大。

任婕（腾讯网UED，设计总监）

比较关注人工智能方面，因为它确实会带来新的机会和方

向，关键是如何延展应用。

张贝（腾讯金融，设计中心负责人）

营销导向的体验设计。

陈晓华（阿里巴巴菜鸟网络，资深经理）

目前关注智造设计成长，拓展设计边界。

原雪梅（360集团，设计总监）

目前关注的领域主要还是智能生态方向。

贾云（美团点评，上海平台产品部&用户体验设计部总经理）

目前关注O2O行业AI+AR技术的融入发展趋势。结合新技术，未来线上线下融合将更加紧密，也会给用户带来全新的生活体验，如结合AR技术购物时用户可以随时灵活参与到各个门店的互动活动。

董建明（华为，首席体验架构师）

重点关注人工智能。人工智能已经证明能够解决一些复杂的问题，例如弈棋，驾驶，风格迁移等，那么在体验设计领域，人工智能的价值还没有得到很好的体现。好的人工智能系统需要学习大量数据，价值数据的识别以及获取渠道将是非常关键的。

唐沐（小米科技，小米生态链副总裁）

重点关注自然语言处理。今天的Google IO大会上，可以看到这个领域又有了明显的进展。那段预定电话表现非常自然，这在用户体验设计中的作用不言而喻。相信在技术成熟之后会变成一种通用基础能力，未来用户用到的很多产品，都可以体验到一位“助理”的亲切周到的服务。

朱韵安（Autodesk，资深用户体验设计师）

目前关注大数据和建筑业。

Q：请为我们展望与描绘一下用户体验行业的发展前景。

李超（阿里巴巴-亚博科技集团，品牌策略与用户体验中心负责人）

未来用户体验行业将无处不在，其他岗位无论是产品、运营、研发、客服服务等等职能模块都将用户体验变成一种意识，扎根在日常的工作中。

韩晓燕（SEA，资深用户研究员）

技术为体验服务，让大家的生活更便利舒适。

林钦（四叶草保险服务平台&ETU Design，联合创始人）
过去的十几年主要关注在人和屏幕以及业务之间的用户体验。未来的用户体验的接触面将会更大，包括品牌、营销、销售、管理架构等的整合。

任婕（腾讯网UED,设计总监）

未来的任何一个行业都会融合互联网信息技术，用户体验行业正是积累了这一经验并将之转化实现，是必不可少的一环。

张贝（腾讯金融，设计中心负责人）

专业人才的能力全链条化，不同行业的垂直体验专业化。

陈晓华（阿里巴巴菜鸟网络，资深经理）

行业发展逐步摆脱单一的信息架构及表现，开始尝试对原有商业模式通过设计手段进行挑战。设计思维更加珍贵，设计师能力更加横向拓展。

原雪梅（360集团，设计总监）

注重用户体验的产品未来一定会引领市场，用户体验行业会越来越被重视并利用。

贾云（美团点评，上海平台产品部&用户体验设计部总经理）

未来用户体验行业主要有以下两个趋势：
1、融入到更多的行业尤其是线下行业。
2、融入到更多岗位的结合，人人都是用户体验师，每个岗位都需要用户体验意识。

董建明（华为，首席体验架构师）

相比硬科学，用户体验的专业能力更加难以被替代。

唐沐（小米科技，小米生态链副总裁）

设计的载体一直在变，从早年的PC软件，PC互联网，到移动互联网，智能硬件，AI产品，新零售……用户体验设计的范围也从屏幕界面跳出来，变得越来越广。我也相信之后还会出现更多的职位，只要有用户接触点，就需要用户体验设计。

朱韵安（Autodesk，资深用户体验设计师）

体验设计无处不在，随时发生，人们一直在寻找更好的、有形或无形的体验。用户体验设计师正在扮演着使世界变得更好的关键角色。

陈谦（腾讯智能平台产品部，助理总经理）

经过有意识的体验设计的事物在人类社会中所占比例将持续上升。这些事物一直在并且将占据你更多的时间、感官与空间。在这个趋势下，UX从业者的规模将持续扩大，能力模型也将更加丰富。

团队管理——更好地协助、营造一个为团队取得成功的环境

Q：您目前所带领的用户体验团队情况跟去年对比，发生了哪些变化？如团队人数、职位岗位的调整等。

林钦（四叶草保险服务平台&ETU Design，联合创始人）
产品、技术、运营等都要有用户体验思维。

任婕（腾讯网UED，设计总监）

职能与重点会有偏移，我更加鼓励大家加强逻辑思考、交互输出能力。

张贝（腾讯金融，设计中心负责人）

高级人才逐渐沉淀。

陈晓华（阿里巴巴菜鸟网络，资深经理）

从50到90人，原有交互视觉逐步调整UX和创意设计师。

贾云（美团点评，上海平台产品部&用户体验设计部总经理）
团队人数和去年几乎翻了一倍。岗位会更加细分，增加了品牌设计、用户研究岗位。

唐沐（小米科技，小米生态链副总裁）

小米智能产品部研发的产品越来越多，所以设计师也在陆续加入。

Q：您目前所带领的用户体验团队情况跟去年对比，发生了哪些变化？如团队人数、职位岗位的调整等。

林钦（四叶草保险服务平台&ETU Design，联合创始人）
产品、技术、运营等都要有用户体验思维。

任婕（腾讯网UED，设计总监）
职能与重点会有偏移，我更加鼓励大家加强逻辑思考、交互输出能力。

张贝（腾讯金融，设计中心负责人）
高级人才逐渐沉淀。

陈晓华（阿里巴巴菜鸟网络，资深经理）
从50到90人，原有交互视觉逐步调整UX和创意设计师。

贾云（美团点评，上海平台产品部&用户体验设计部总经理）
团队人数和去年几乎翻了一倍。岗位会更加细分，增加了品牌设计、用户研究岗位。

唐沐（小米科技，小米生态链副总裁）
小米智能产品部研发的产品越来越多，所以设计师也在陆续加入。

Q：您目前所带领用户体验设计团队是由哪些职能岗位构成？他们是如何协同工作？

林钦（四叶草保险服务平台&ETU Design，联合创始人）
产品经理、质量支持、用户运营、设计等协同工作，打造具备良好用户体验的团队。

任婕（腾讯网UED,设计总监）
用研、交互、视觉、前端、开发，大部分项目都会涉及这些岗位。

张贝（腾讯金融，设计中心负责人）
主要包括品牌，交互，视觉，前端开发岗位。

陈晓华（阿里巴巴菜鸟网络，资深经理）
原有交互、视觉、研究以外，开始有了智造设计师、ID设计师、结构设计师、产品运营。

原雪梅（360集团，设计总监）
用户研究团队、交互团队、视觉设计团队、品牌设计团队、公共支持团队。

贾云（美团点评，上海平台产品部&用户体验设计部总经理）
主要有交互设计、UI设计、营销设计。一般如果是一个新的功能或活动，需要交互先和产品经理一起完成核心功能、流程、界面框架的定义，然后UI设计和营销设计会再完成视觉设计。

董建明（华为，首席体验架构师）
主要包括设计师，研究师，外围团队包括产品经理、项目经理、开发、测试、市场部等。不同部门根据自己的资源为项目产生不同的贡献。

唐沐（小米科技，小米生态链副总裁）
我们的团队由于要设计VR与智能音箱等产品，所以会有像概念设计师，3D设计师，语音设计师这样的特殊角色。他们的协同也是保持了小米一贯的小团队风格，有些设计师的领域比较专，但很多设计都是多角色小组共同讨论制定的。这样多样的团队在设计时也会有非常多意想不到的火花。

Q：科技领域的最高梯队的公司正在激烈争夺人才。谷歌、亚马逊、脸书等过去一年所雇用艺术和设计人才相比一年前都增加65%（数据资料来源：科技中的设计报告），且还有空间招募更多的人。作为团队管理者，您对团队招募的人才有什么样的标准与要求？您希望招募拥有怎样专业背景的人才？请具体介绍。

林钦（四叶草保险服务平台&ETU Design，联合创始人）
我希望能够有业务和技术思考，又有很好的用户体验方法来支持公司各部门一起往前跑。

任婕（腾讯网UED，设计总监）
学历方面是希望有相关专业背景的，但不是必要，主要还是个人资质和工作项目经验，具体要看项目的要求。社招会针对任务项目有具体的能力匹配要求，如视觉表现力或者分析能力等，校招更加看重个人素养和资质。

张贝（腾讯金融，设计中心负责人）
高级专业人才比例增多。

陈晓华（阿里巴巴菜鸟网络，资深经理）
扎实的专业基础、有设计梦想和社会责任感，有人工智能或物联网基础意识。

原雪梅（360集团，设计总监）
希望招募人才的多样化以及综合能力比较强的优秀人才。首先背景不是最重要的，重要的是要热爱设计，热爱用户体验，对产品和设计强烈的热爱。同时需要综合能力比较强的人才，有很强的设计执行能力、善于沟通、善于运用、善于主动引导、善于竞品分析，善于做好规划，注重细节，注重总结，注重跟进结果，有责任感，对项目的承担能力，面对变化的应变能力等。

贾云（美团点评，上海平台产品部&用户体验设计部总经理）
首先专业能力肯定要过关 另外也会重点考察以下通用能力：
1、沟通能力强。
2、头脑开放，学习能力强，对新事物敏感。
3、与公司价值观符合。

董建明（华为，首席体验架构师）
综合能力，包括设计，研究，创新，团队协作和沟通的能力。现在技术变化很快，项目变化很快，需要团队成员有很强的学习和适应能力，所以具有综合能力的人前景最好。

唐沐（小米科技，小米生态链副总裁）
首先还是品格、价值观等大方向没有问题。在这基础之上，自驱力是非常关键的，自驱力会带来主动沟通，学习习惯，合作能力等等好的品质。通常来说他们在团队表现都会是平均水平之上，如果某一方面的设计能力比较出众，基本就是个人才。

Q：从目前用户体验行业发展大环境来看，您认为有怎样专业背景或素养的人才才是具有可塑性的？

林钦（四叶草保险服务平台&ETU Design，联合创始人）
对行业有宏观思考，又具体在落地的时候能够落地到极致的人才。

任婕（腾讯网UED，设计总监）
一个人对行业的关注很重要，如果他喜欢这个行业并且有能力应对相关行业要求，通常来说他对行业的认知和关注度都是不错的。反之如果只是单一的技能突出，而少有行业关注，容易导致思路狭窄，偏任务执行，长期看缺乏成长空间。

张贝（腾讯金融，设计中心负责人）
营销或技术专业背景、素养的人才才是具有可塑性。

陈晓华（阿里巴巴菜鸟网络，资深经理）
心理学是具有可塑性。

原雪梅（360集团，设计总监）
需要全栈设计师人才。

贾云（美团点评，上海平台产品部&用户体验设计部总经理）
最看重的还是学习主动性和快速学习的能力。

董建明（华为，首席体验架构师）
总体角度在学习工程、设计、艺术专业的人都需要在其他领域上有所涉猎，专业背景不是最重要的。

唐沐（小米科技，小米生态链副总裁）
专业背景和可塑性关联并不大。学习能力是否强才是决定设计师的可塑性。

朱韵安（Autodesk，资深用户体验设计师）
用户体验设计师需要成为优秀的沟通者和促进者，因为他们经常在解决问题的沟通中扮演一个重要的角色。

Q：设计师如何转型成为设计管理者？

林钦（四叶草保险服务平台&ETU Design，联合创始人）
首先本身专业要优秀，能顾全大局，积极乐观应对各种变化。

任婕（腾讯网UED，设计总监）
从团队与公司的角度做更多的事情，想更多的事儿，范围扩大到个人以外。很多优秀的设计师局限就在于只耕自己的一亩三分地。

张贝（腾讯金融，设计中心负责人）
关注企业利益和客户，而非仅仅在体验和用户本身。

陈晓华（阿里巴巴菜鸟网络，资深经理）
除原有专业优势以外，开始有商业思维。

原雪梅（360集团，设计总监）
首先，你要成为优秀的设计师，这里指的是会用设计软件秀出你的设计，包括口口相传的设计细节，成为大众理解的具有资深技能设计师。
第二，在这之后我们就要养成很好的设计习惯，包括设计前期对项目及项目周边的深度调研，不管是从用户体验角度还是从视觉创意角度。然后还有工作中的合理沟通，一个项目的成败是需要多个团队去支持共同完成的，并不是设计师一个人的作用；紧接着沟通之后跟相关人员无缝衔接就要考虑设计思路。
第三，做到以上整体能力的设计师，如果想成为优秀的管理者就需要除设计师之外有更多的思考，更多的能力，例如执行力、判断力、面对变化掌握方向的能力等等。

贾云（美团点评，上海平台产品部&用户体验设计部总经理）
1、从个人视角转变为团队视角；
2、注重成员的能力培养以及梯队建设；
3、注重团队流程和规则制度的建设。

董建明（华为，首席体验架构师）
设计师具备了较强的设计沟通能力和与人沟通的能力，可以考虑转向设计管理岗位。

唐沐（小米科技，小米生态链副总裁）
首先是自己做的设计得到了认可，那么如果能具备沟通组织能力，上级领导会考虑让他带领其他设计师，产生更大的价值。

朱韵安（Autodesk，资深用户体验设计师）
有远见，坚持原则，激励团队，公开透明。

陈谦（腾讯智能平台产品部，助理总经理）
关键是希望成为什么样的设计管理者，价值观最重要。

Q：说出三个您认为对年轻设计师的成长最重要的事情，您觉得会是什么？

林钦（四叶草保险服务平台&ETU Design，联合创始人）
1、做好当前的产品与项目，最好超出预期；
2、做好协同工作，让和你协同的人都受益；
3、关注行业的变迁，突破自己的思维。

任婕（腾讯网UED，设计总监）
对相关行业的关注，持之以恒地提升专业，不计较眼前得失。

张贝（腾讯金融，设计中心负责人）
学习，品质，专业。

陈晓华（阿里巴巴菜鸟网络，资深经理）
多看书，多交流，多实践。

原雪梅（360集团，设计总监）
1、用好的心态对自己的方向定位；
2、必须要拿出热情去对待设计；
3、培养良好的设计习惯。

贾云（美团点评，上海平台产品部&用户体验设计部总经理）
1、清楚自己的目标。
2、清楚在当前的团队中我能学习到什么？
3、前两条清楚后那就投入200%的精力快速学习和成长。

董建明（华为，首席体验架构师）
勤于思考，善于总结，乐于沟通。

唐沐（小米科技，小米生态链副总裁）
1、全情投入地做你的项目。把任何一个项目做到极致都会有不错的收获。
2、注重底层能力的锻炼，例如“沟通”。多和你的上级沟通想法，沟通可以解决80%的问题。
3、跨界尝试。少有人尝试且能成为趋势的领域往往有着巨大的机会，主流领域的竞争必定激烈。新的领域是给年轻人的很好的弯道。

朱韵安（Autodesk，资深用户体验设计师）
保持虚心的（思想开放的）态度、懂得交流与沟通、有责任心。

陈谦（腾讯智能平台产品部，助理总经理）
正确的价值观、持久的学习热情、实践与思考的并存。

02 从业者画像



从业者画像



管理者

有钱、忙碌、经验丰富且对行业满意的中年大叔

男性略多（57.7%），年龄偏大，学历较高，5年以上工作经验，每天工作10小时以上，收入更高，对行业满意度最高，过往跳槽经历丰富，但未来打算换工作的比例更高。



交互类

收入居中、对行业发展充满信心、愿意继续坚守用户体验行业的中坚力量

男女比例均衡，年龄偏小，学历较高，以设计、艺术专业背景为主，收入中等偏上，对行业发展信心最高，有较强的继续学习深造意愿，未来更多想换家单位继续从事用户体验相关工作。



视觉类

收入低、有上进心、对现状不满、对未来方向不甚明晰的文艺小青年

女性偏多（54.3%），年龄偏低，学历较低，以设计、艺术专业背景为主，收入较低，对行业满意度最低，有强烈的继续学习深造意愿，未来想换工作但还没有明确的方向。



品牌类

有理想并愿意为其跳槽，有开拓创业勇气的设计师

男女比例均衡，年龄偏低，学历较低，加班较多，收入中等偏下，满意度、信心指数居中，跳槽行为较多，有较强的继续学习深造意愿，未来更想自己去创业。



用研类

高学历、多元化、勤奋、最稳定的研究专家

女性偏多（55.8%），年龄居中，硕士及以上高学历比例较高，专业背景多元化，加班较多，收入中等偏上，满意度、信心指数较高，不轻易跳槽。



产品类

对现状不满、需要团队支持、希望有给力的上级指导的年轻人

女性偏多（55.3%），年龄偏低，学历居中，收入中等偏下，满意度最低，较为突出的工作痛点是没有团队支持，有较强的继续学习深造意愿，主要跳槽因素是缺乏有经验的上级指导。

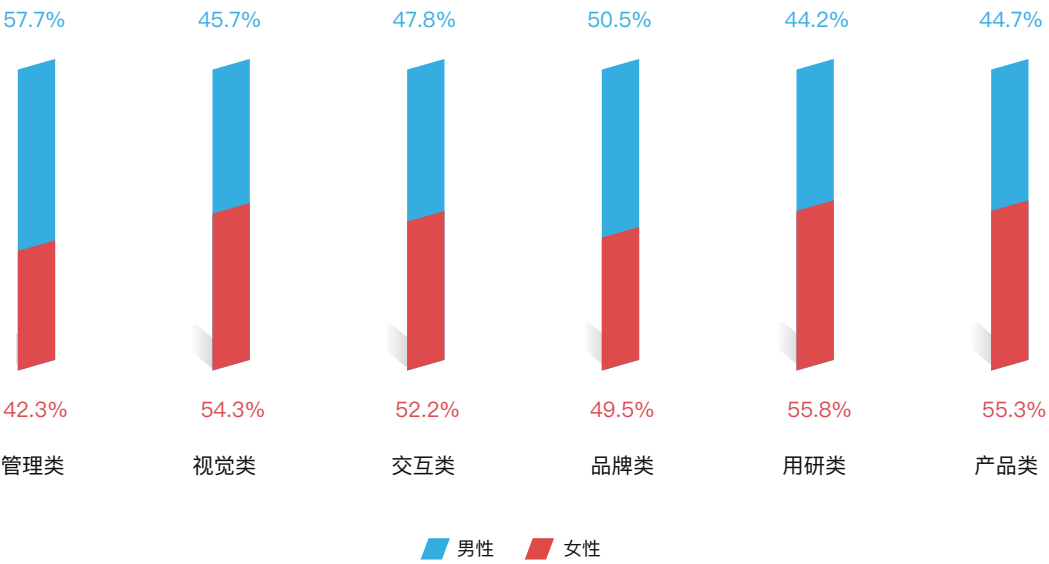
从业者性别

4:6 管理类男性占比较高，近六成；用研、产品、视觉类女性占比略高。

总体性别分布 n=2801



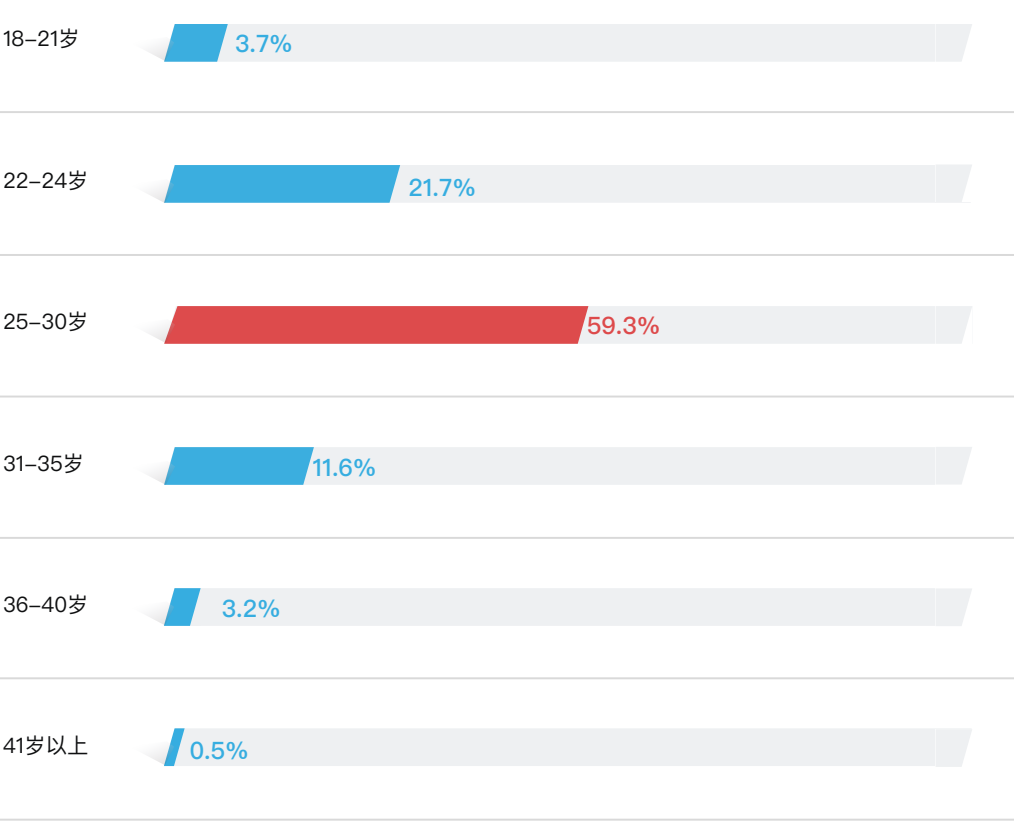
主要岗位性别分布 n=2801



从业者年龄

81% 青年占比较高，22-30岁的占比达81.0%。

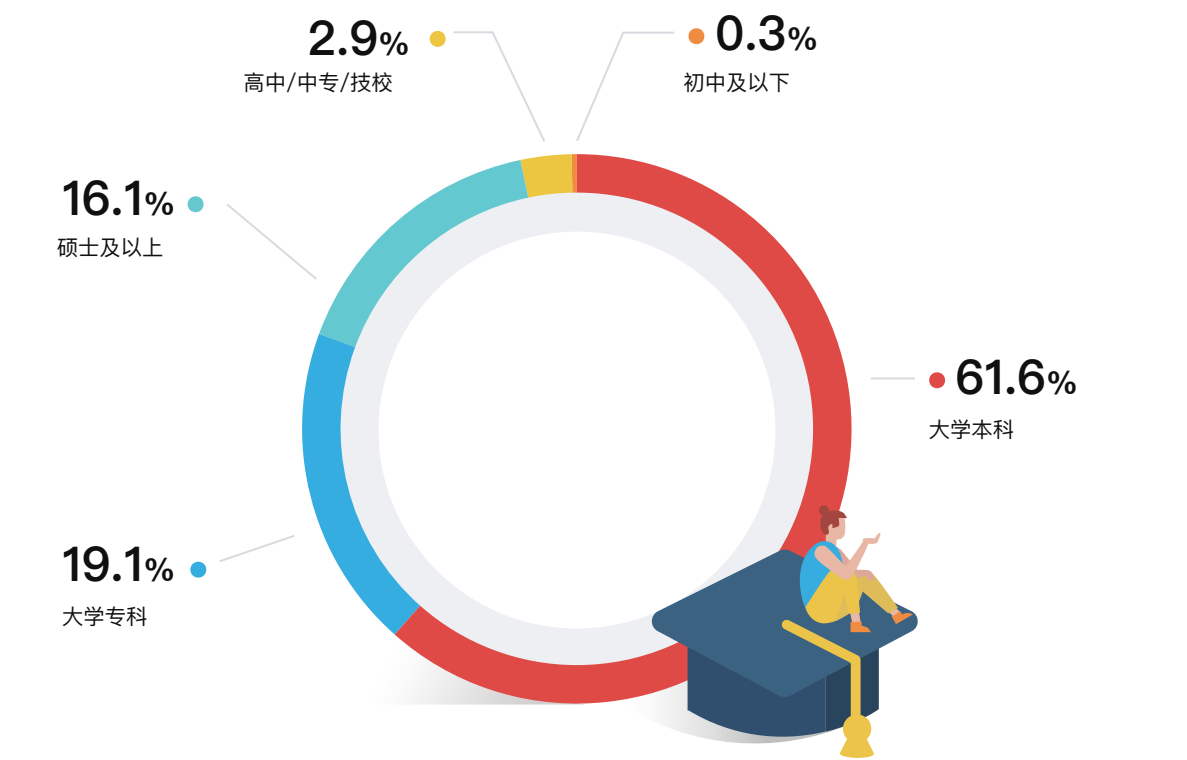
从业者年龄分布 n=2801



从业者学历

96.8% 从业者受教育程度较高，大专及以上学历占比达96.8%。
视觉、品牌学历相对较低；管理、用研、交互相对学历较高。

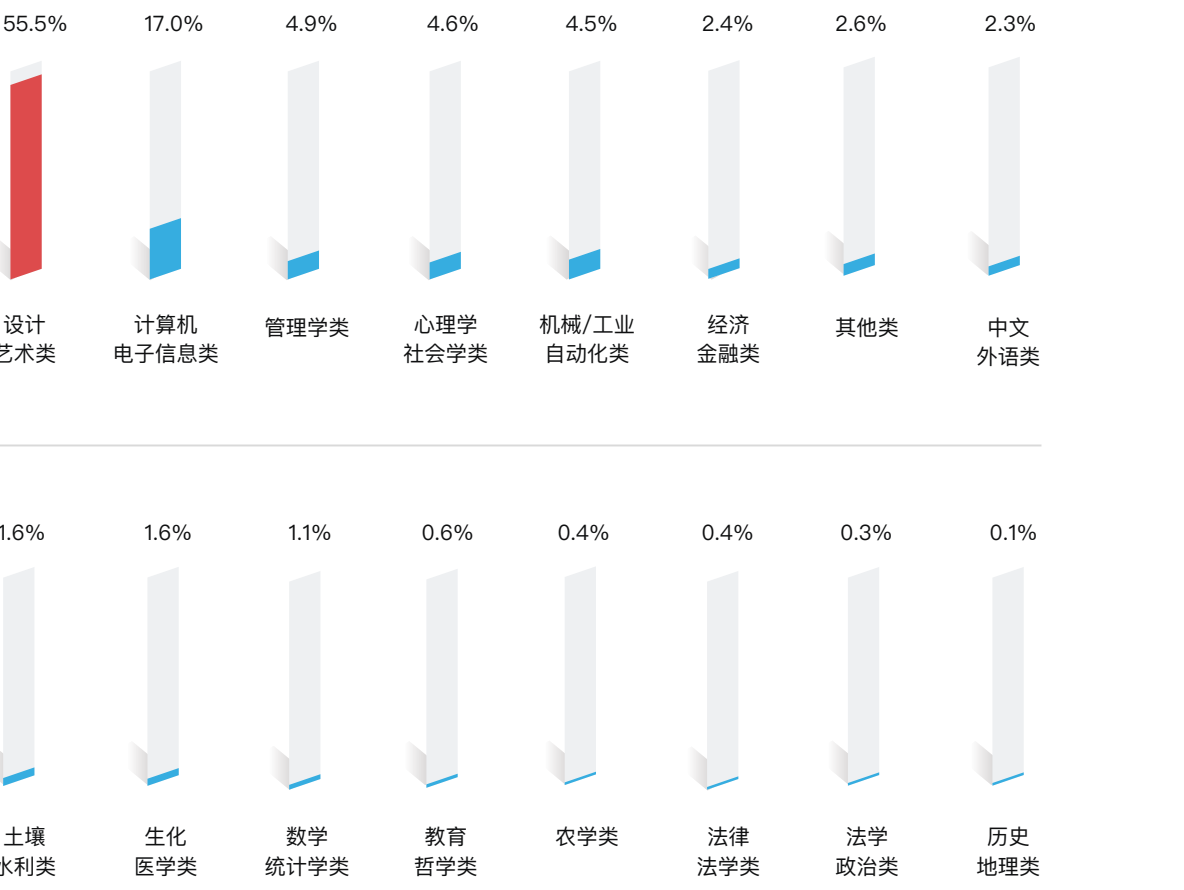
从业者学历占比 n=2801



从业者专业背景

55.5% 专业背景主要是“设计艺术类”，占比达55.5%。
管理、产品更多来自“计算机类”，用研更多来自“心理学社会学类”。

从业者专业分布 n=2801



管理、产品
多来自计算机类

用研
多来自社会心理学类

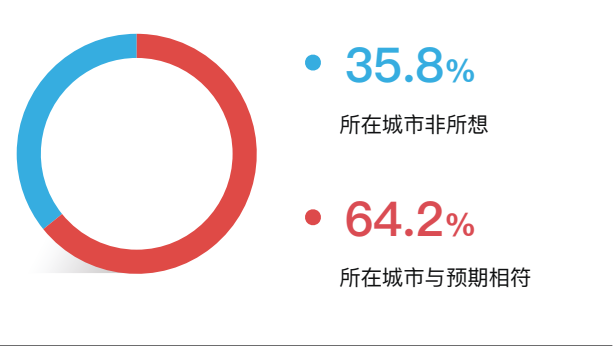
从业者工作地点

主要集中在北京、上海、深圳、杭州、广州等一、二线城市。

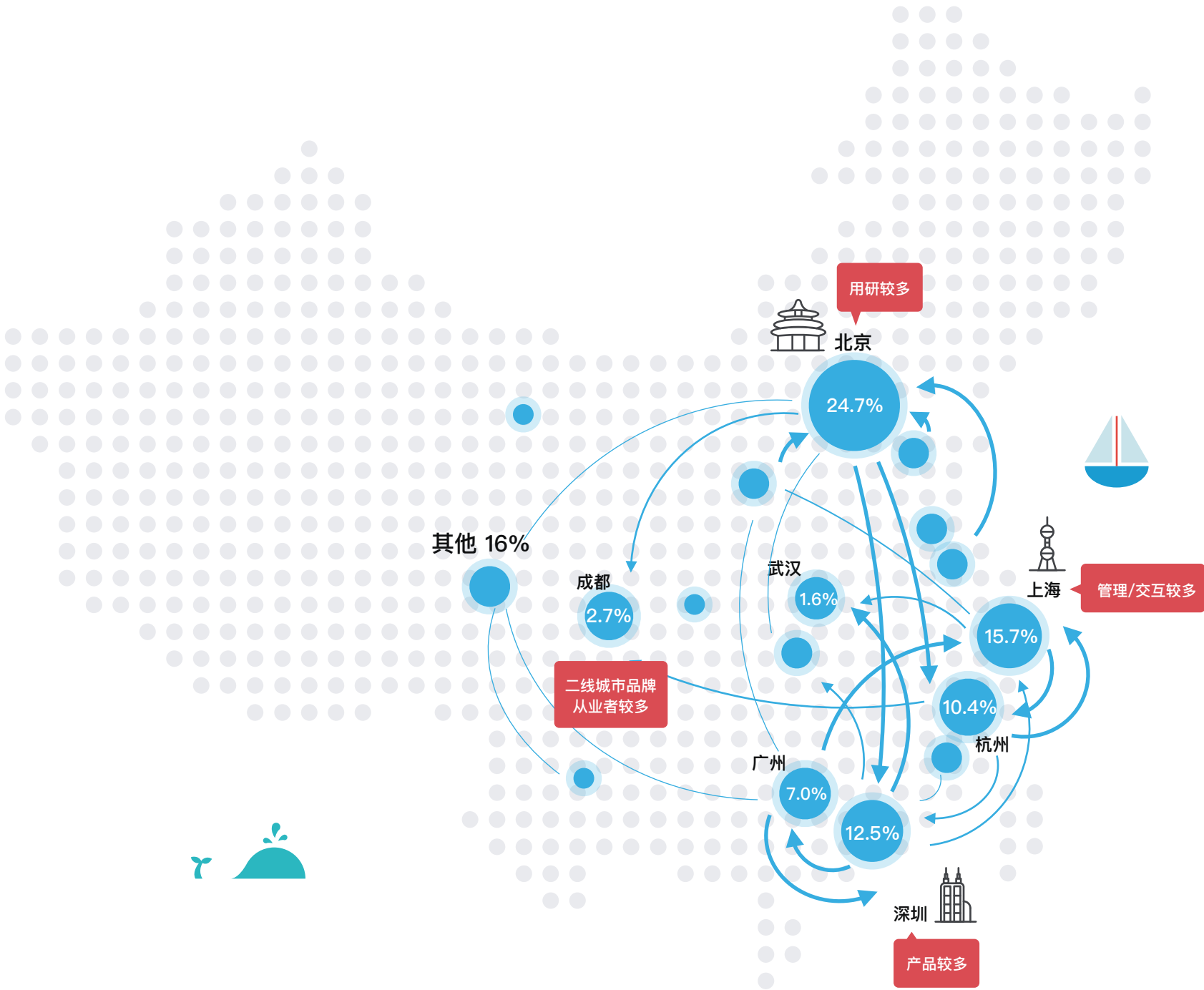
目前所在城市和预期相符的从业者占比达64.2%，尤以杭州和深圳两地最为明显，占比近8成。

而所在非所想的从业者更多分布在北、上、深、杭、广以外的其他低线城市，他们更想去大城市。

目前工作城市是否为所期待的城市 n=2801



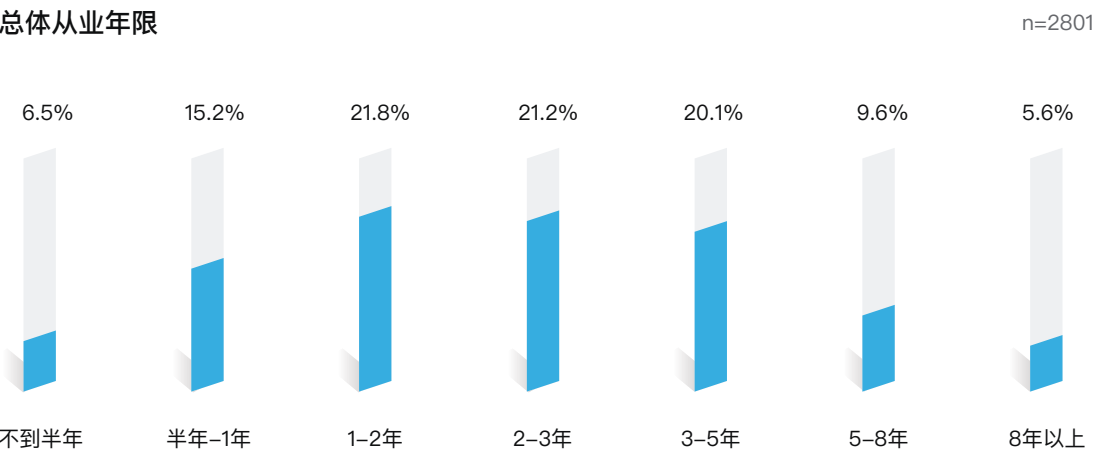
不同岗位地点分布倾向



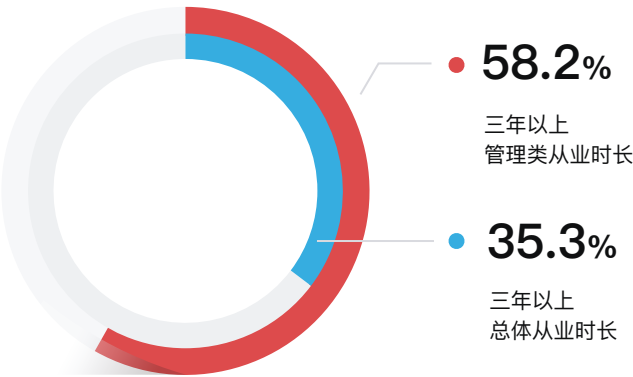
注：图中蓝色圆圈内数字代表用户体验行业从业者当前所在的城市占比。
图中箭头指向代表所在非所想的从业者未来更期望去的城市，蓝色线条的粗细代表这种流向的比例，线条越粗表示比例越高。

从业年限

64.7% 从业时间较短，不到3年的占比达64.7%。
管理类从业时间较长，3年以上占比达5成以上。

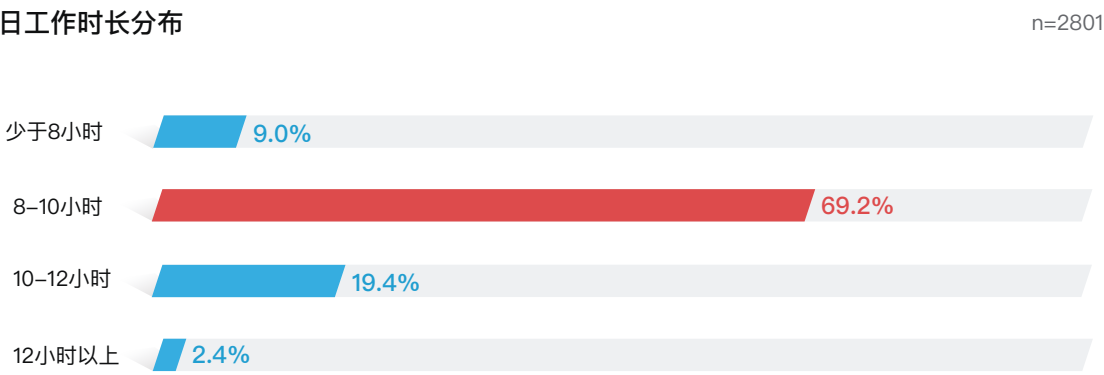


管理类从业时长



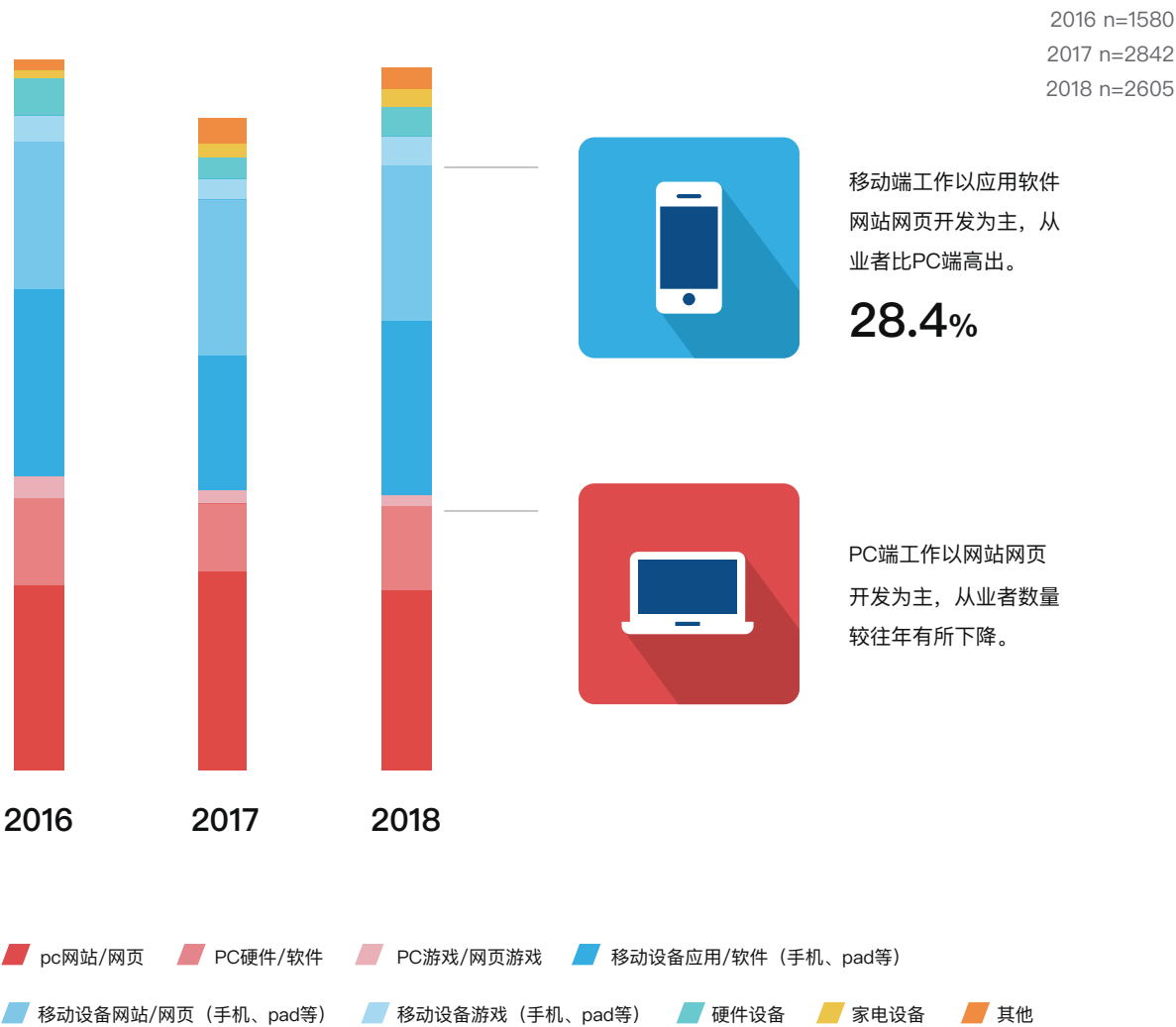
日工作时长

69.2% 大多为8-10小时，占比达69.2%。
管理、用研、品牌加班较多，10小时以上的占比高于总体。



工作对象

28.4% 移动端占比较PC端高出28.4%，且PC端从业者比例较往年有所下降。



03 公司分析



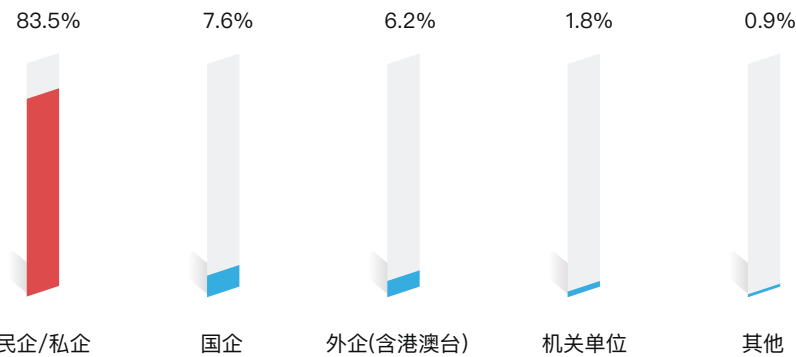
公司属性

83.5%

公司类型：从业者中超过8成在民营或私营企业工作。
公司规模：从业者在大中小企业的占比基本一致。
管理、用研、交互在大型企业的占比较大，视觉、品牌在小型企业的占比较大。

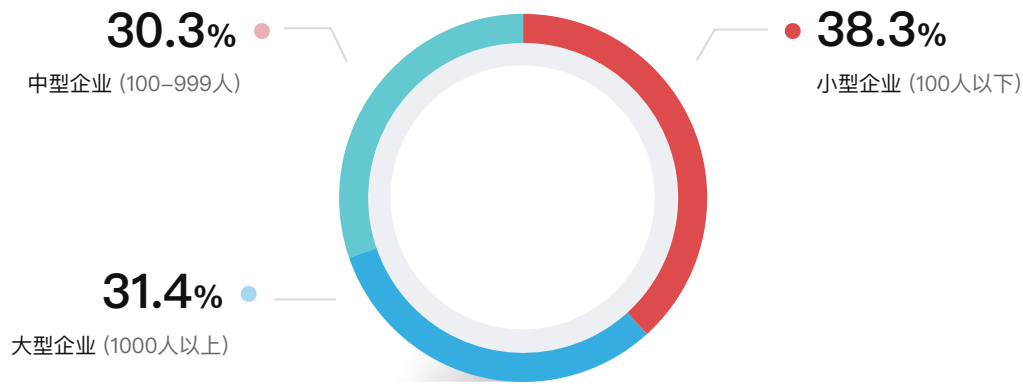
公司类型分布

n=2547



公司规模分布

n=2475



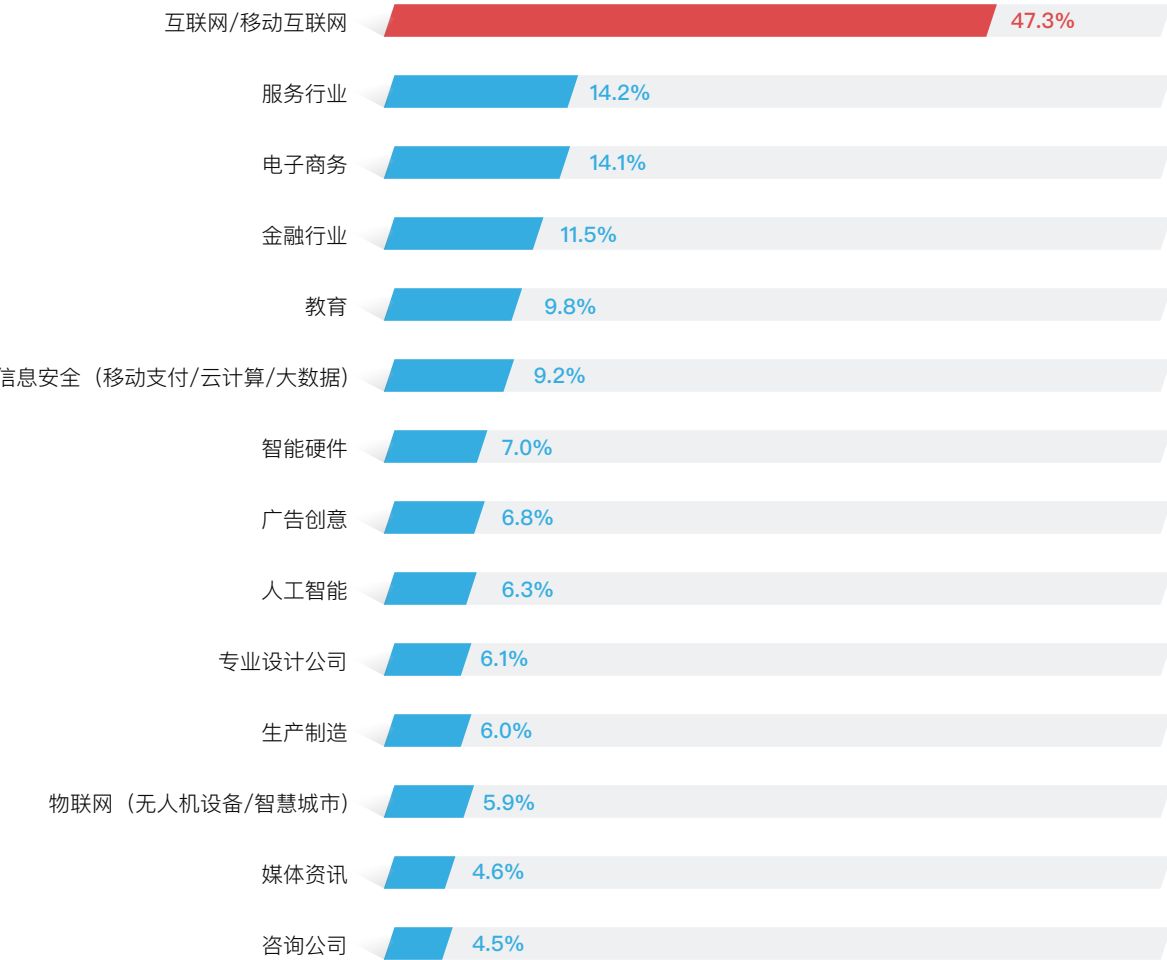
公司所属领域

47.3%

工作领域主要集中在“互联网/移动互联网”“服务行业”“电子商务”“金融行业”“教育”等。
其中，互联网/移动互联网领域的占比最高(47.3%)。

公司所属领域分布

n=2547

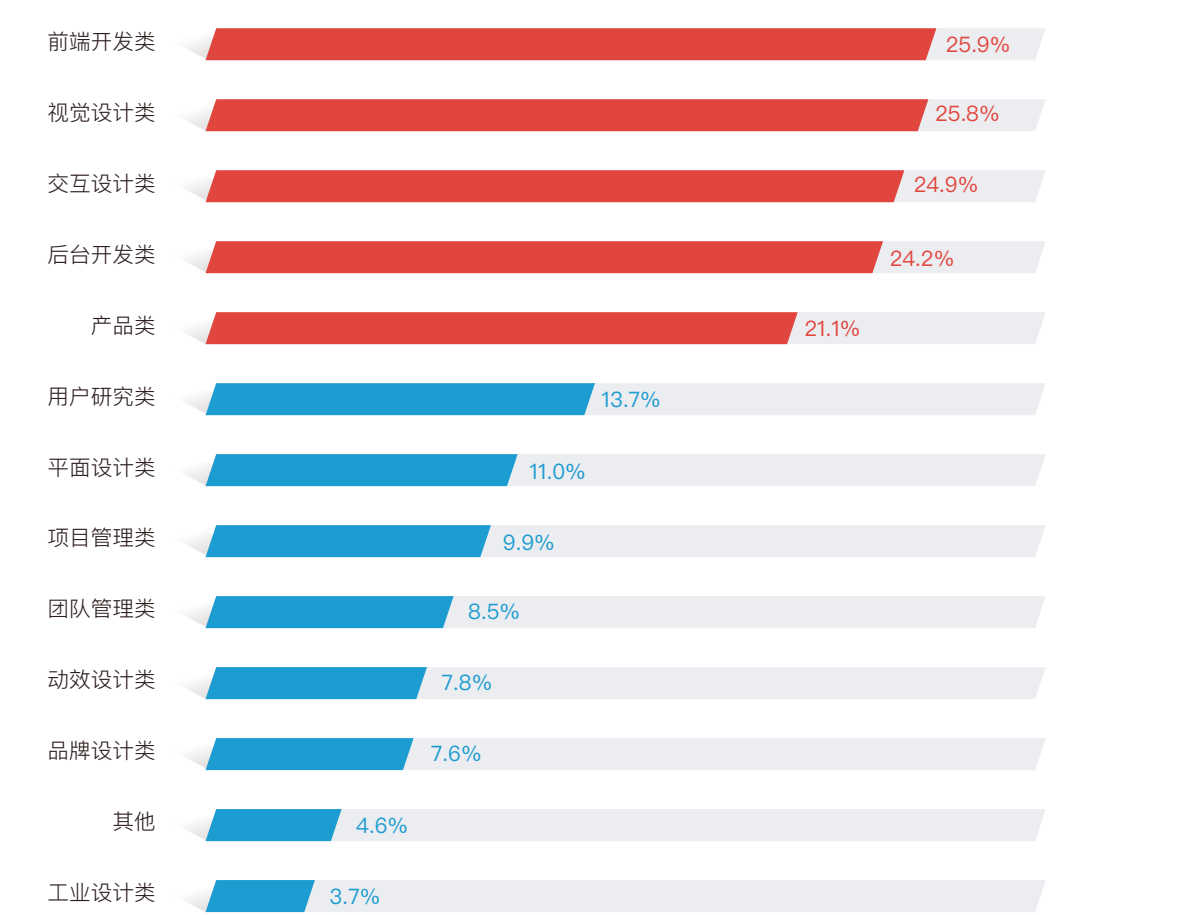


需缺岗位

排名前五的依次是：前端、视觉、交互、后台、产品。
1000人以上的大型公司更需要视觉、交互、用研类；100–999人的中型公司更缺后台开发；100人以下的小型公司更缺平面设计。互联网公司、信息安全、智能硬件、金融行业更急缺前端开发、后台开发类；专业设计公司、媒体资讯、广告创意更急缺视觉、平面设计类；教育行业更急缺产品类；服务行业、咨询公司更急缺管理、用研类。

市场急需岗位类型

n=2475



以上结果针对本次调查全体

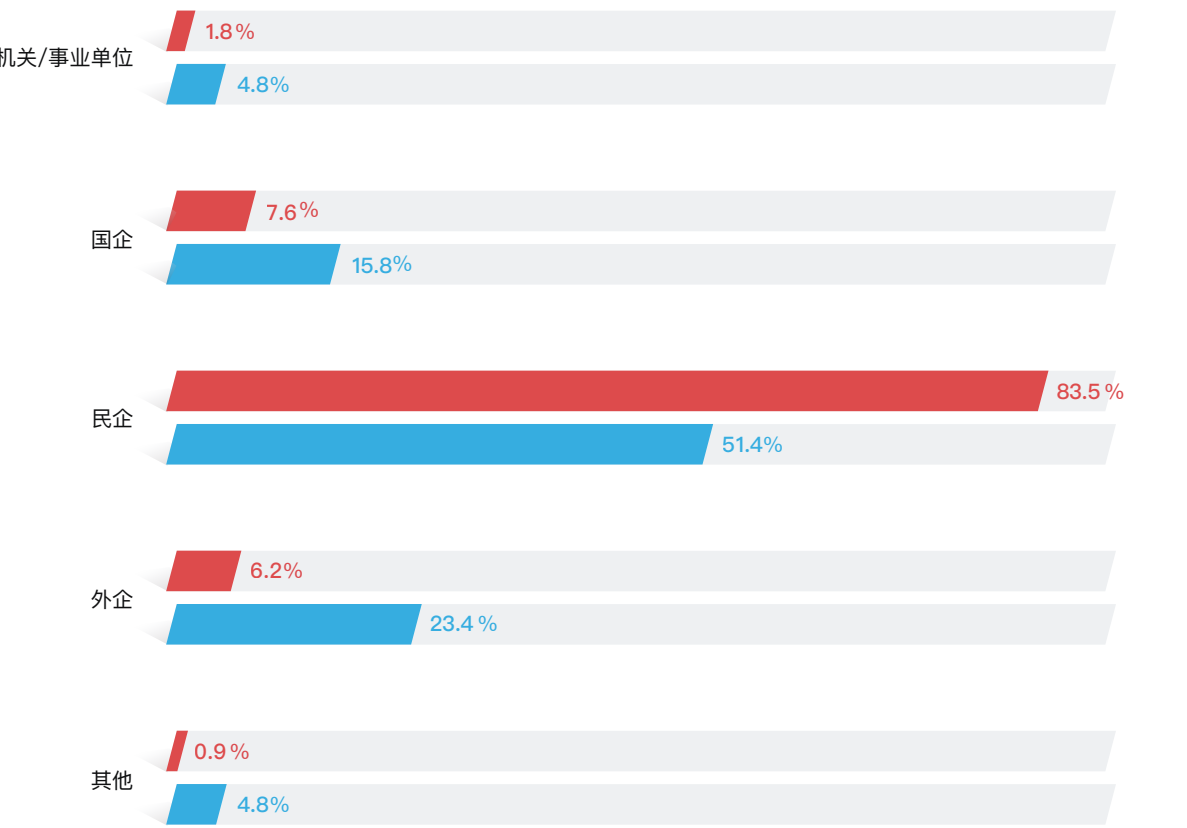
未来期望的公司类型

目前超8成从业者在民营/私企工作，但只有5成愿意留在民营/私企。

当前VS期望公司类型对比

当前 n=2547

期望 n=1850



以上结果针对本次调查全体

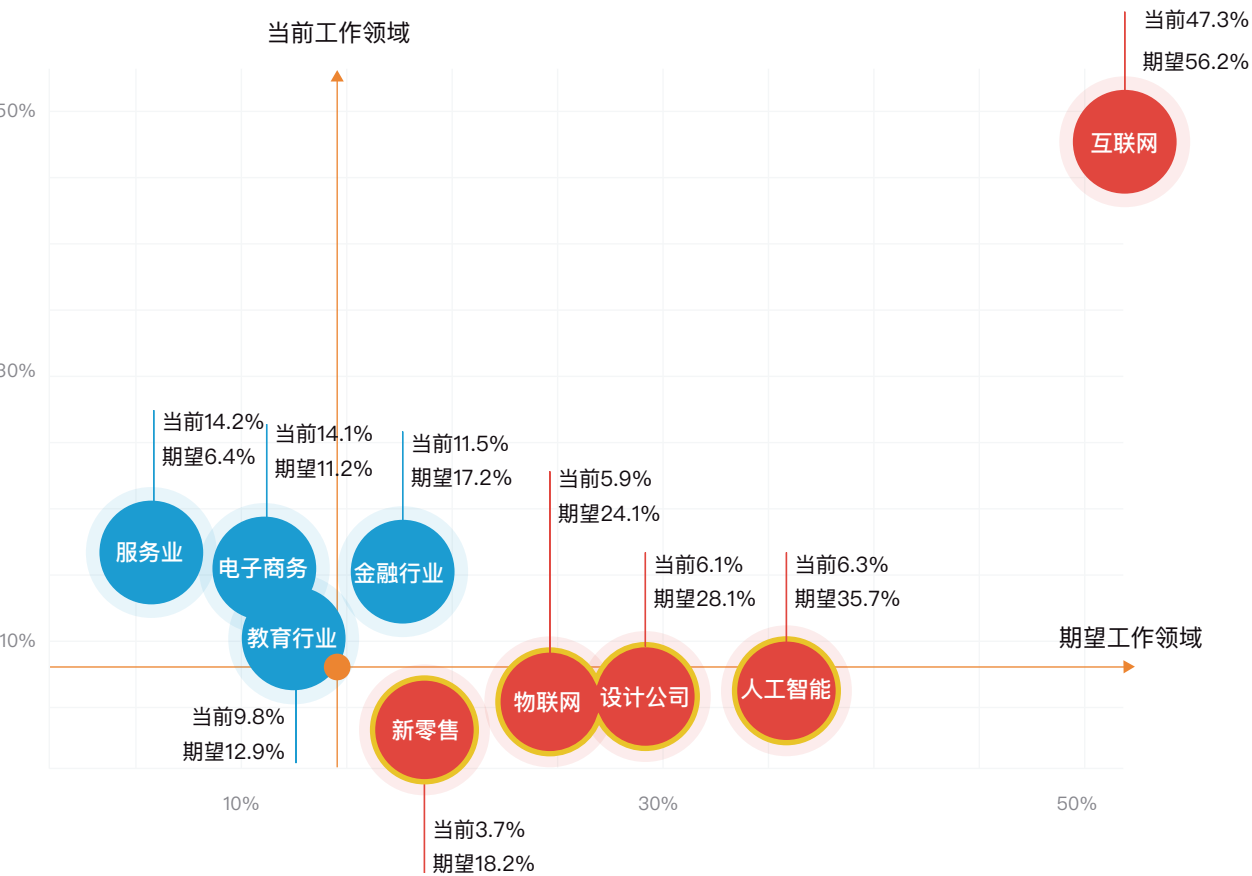
未来期望的工作领域

青睐的工作领域排名前五的依次是：（移动）互联网、人工智能、专业设计公司、物联网、新零售服务。

当前人数占比较低但备受青睐的行业是人工智能、物联网、新零售服务等新兴行业以及专业设计公司和广告创意行业；当前人数占比较高但不太受青睐的行业是教育、电子商务和服务行业。

当前VS期望的工作领域对比

● 橙色点为“当前&期望平均值”



备受青睐的典型行业人群画像

n=2547

设计公司从业者

年轻男性，学历较低，设计、艺术专业
工作年限较短
年薪较低（10~15万）
满意度为60.8（接近总体）

年薪10~15万

新零售从业者

年龄偏大男性，学历较高
设计、艺术专业
工作年限较长
年薪较高（15~20万）
满意度为61.9（高于总体）

年薪15~20万

人工智能从业者

男女均衡，年龄大学历高
计算机、电子信息专业
北京和深圳大型企业工作
年薪较高（20万左右）
满意度为64.7（高于总体）

年薪20万左右

物联网从业者

年龄偏大，男女比例均衡
学历较高，计算机/电子信息专业
深圳大型企业工作
年薪居中（15万左右）
满意度为59.6（接近总体）

年薪15万左右

2018 n=2775
2017 n=2049
2016 n=1112

★ 2018 TOP 10 ★	2017 TOP 10	2016 TOP 10
1 腾讯 -	1 腾讯	1 腾讯
2 阿里 -	2 阿里	2 阿里
3 网易 -	3 网易	3 百度
4 Google ↑	4 百度	4 Google
5 百度 ↓	5 Google	5 网易
6 京东 ↑	6 华为	6 Apple
7 小米 NEW	7 京东	7 小米
8 Frog ↑	8 奥美	8 微软
9 Apple -	9 Apple	9 Frog
10 Airbnb NEW	10 Frog	10 华为

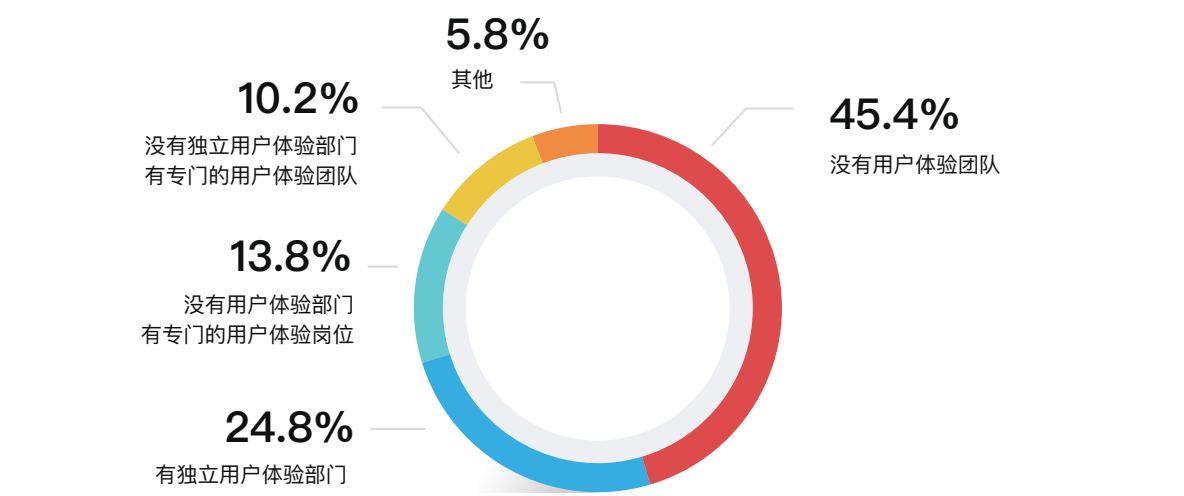
04 用户体验在公司的融入



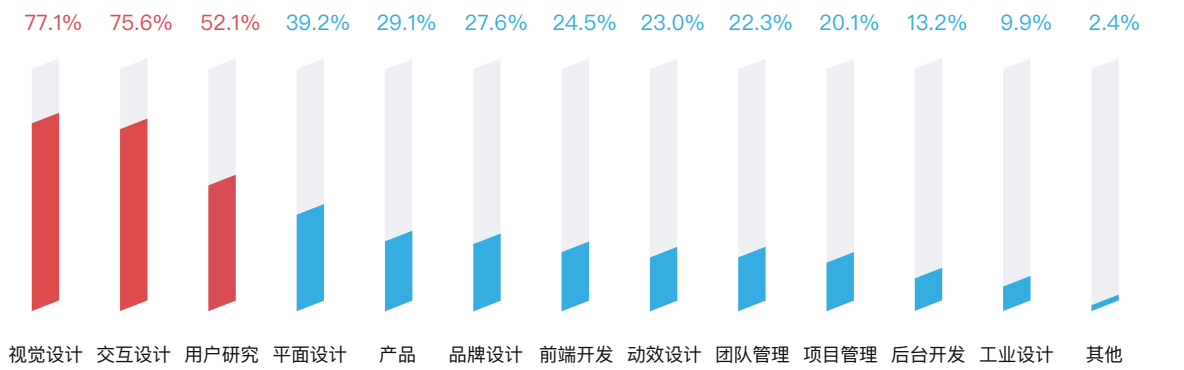
用户体验岗位情况

45.4% 没有独立用户体验团队且需要其他岗位来兼职用户体验工作的占比最高(45.4%)，主要分布在500人以下的中小型企业。有独立用户体验部门的占比次之(24.8%)，主要分布在1000人以上的大公司（51.5%），主要包含的工作岗位是视觉、交互、用研等。

用户体验岗位情况 n=2475



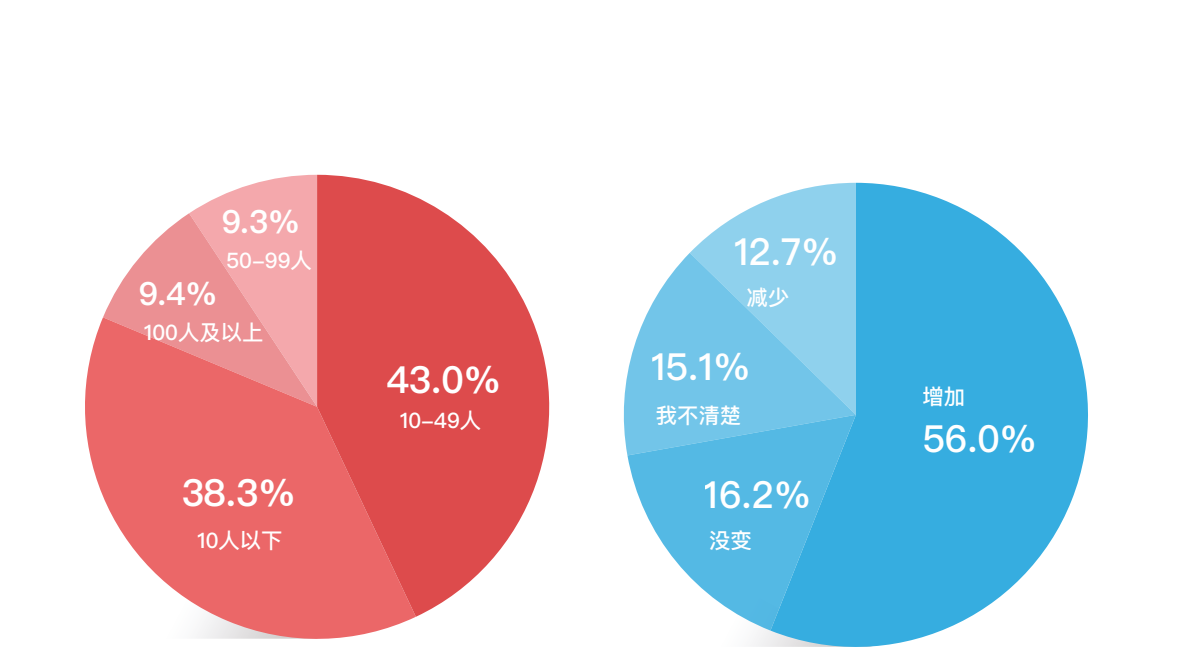
独立用户体验团队中包含的岗位 n=865



用户体验团队规模

用户体验团队规模基本在50人以内（81.3%）。在过去一年里，有56.0%的从业者表示团队规模有所增长。

用户体验团队规模和人数变化 n=865

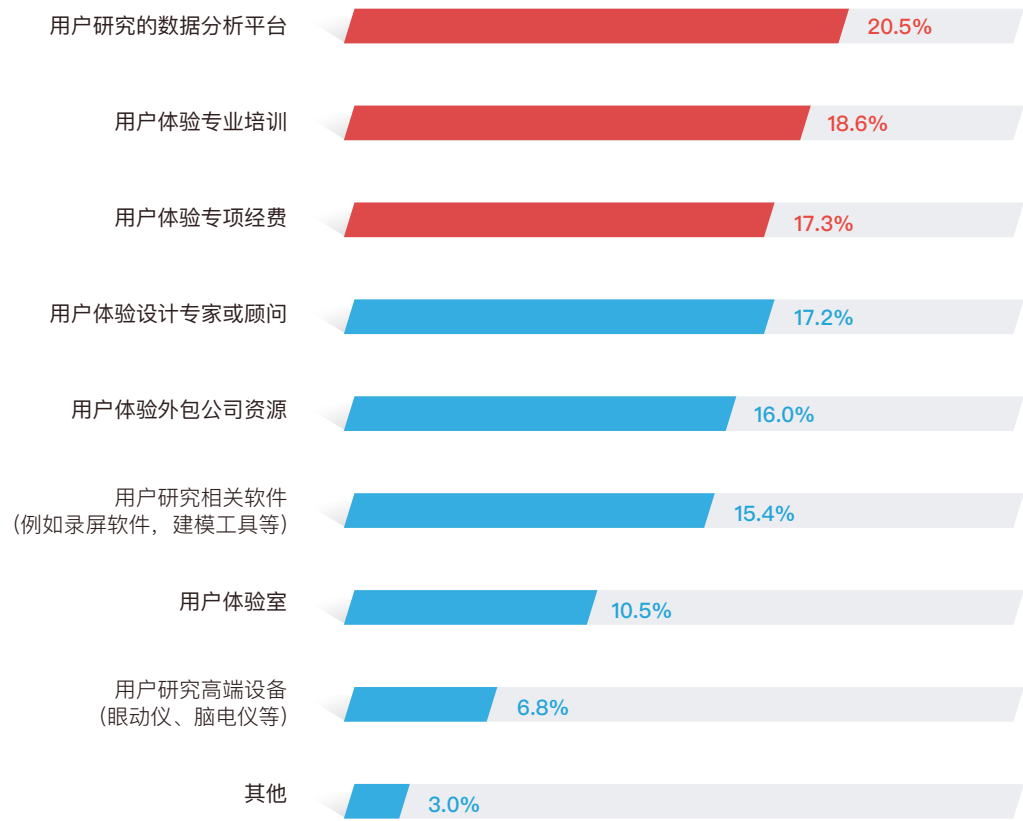


用户体验团队规模 用户体验团队人数变化

用户体验团队相关资源

20.5% 主要有：用于用户研究的数据分析平台（20.5%），用户体验设计相关的专业培训（18.6%），用于用户体验设计的专项经费（17.3%）等；外企和1000人以上大公司的相关资源比较丰富，各类资源的占比均高于总体。

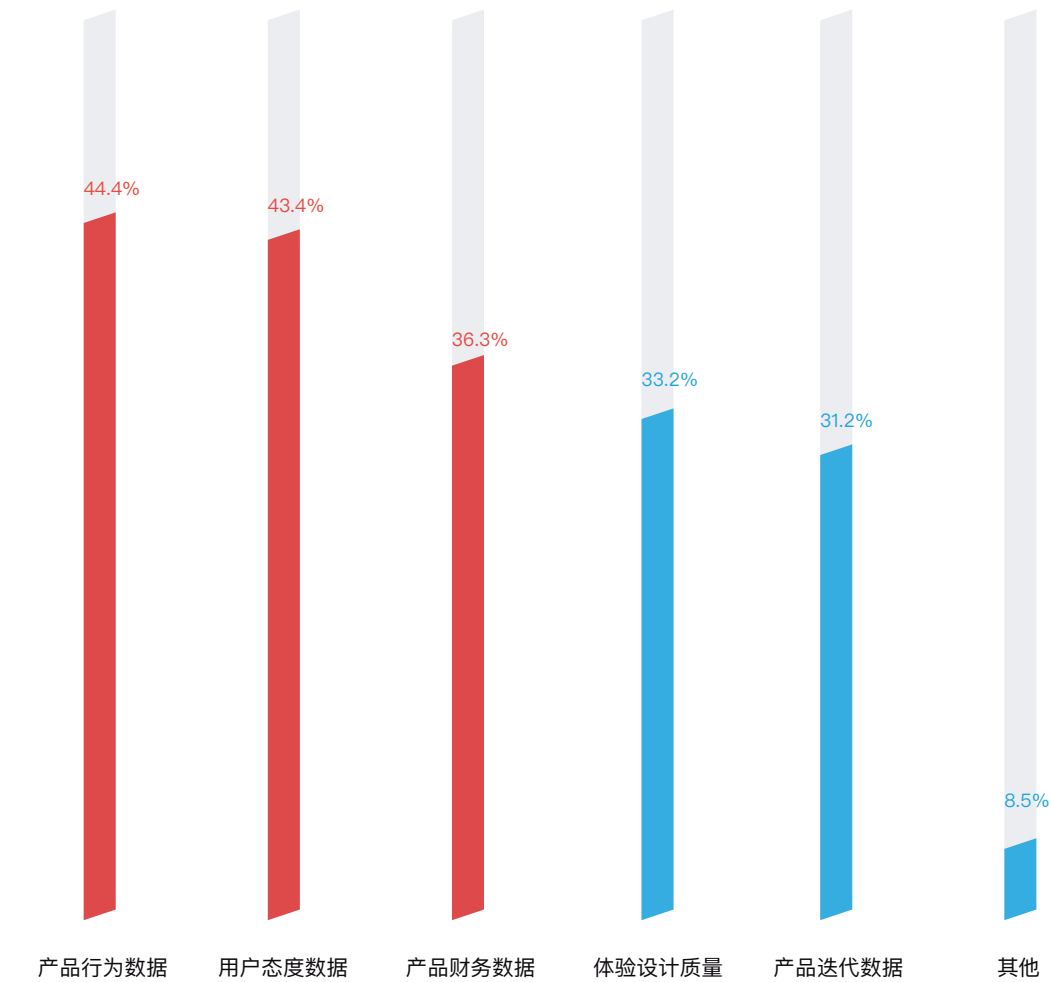
公司拥有的用户体验相关资源 n=2475



产品评价考核指标

44.4% 在监测公司重点产品时，常用的KPI指标有产品行为数据（44.4%）、用户态度数据（43.4%）、产品财务数据（36.3%）等。

公司的产品评价考核指标 n=2475



核心冲突解决依据

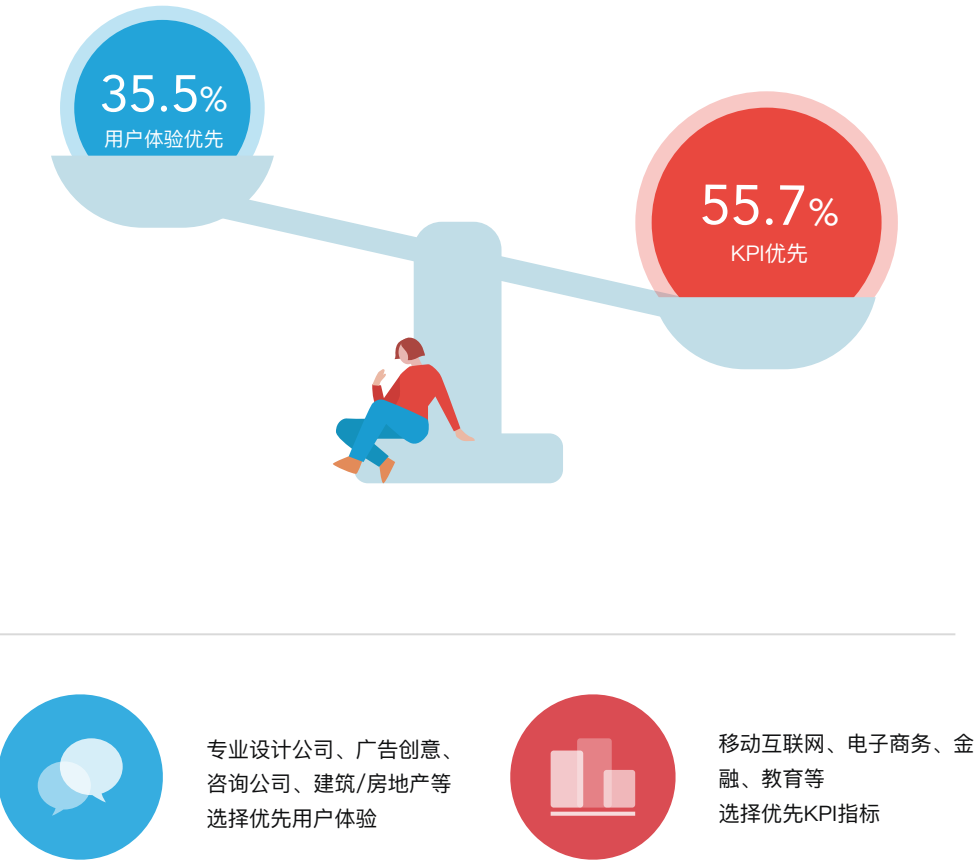
56:36

所在公司重点产品的KPI指标（不包括用户体验相关指标）与用户体验相冲突时，选择KPI优先的比例（55.7%）高于选择用户体验优先的比例（35.5%）。

不同行业在以上场景的选择中存在一定的差异性。专业设计公司、广告创意、咨询公司、建筑/房地产等服务类行业选择优先用户体验；（移动）互联网、电子商务、金融、教育等其他行业则选择优先KPI指标。

核心冲突解决依据

n=2475



05 收入分析

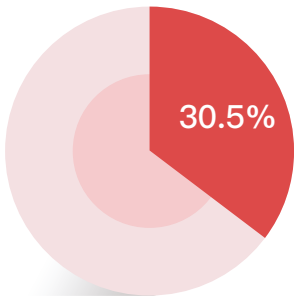


薪资的影响因素

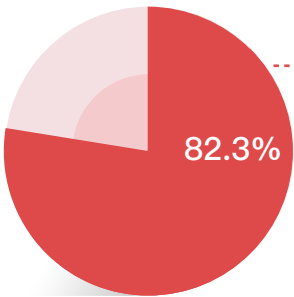
从业者薪资水平主要和从业年限、年龄、公司规模、学历有显著相关；
随着从业年限、年龄的增长，年薪呈增长趋势。
50人以下的小公司，收入在10万以上的占比仅3成，而1000人以上的大公司，收入在10万以上的占比超过8成；
高中以下学历，年薪在10万以上的占比不到3成，而硕士以上学历，年薪在10万以上的占比超过8成。

收入在10万元以上的从业者占比

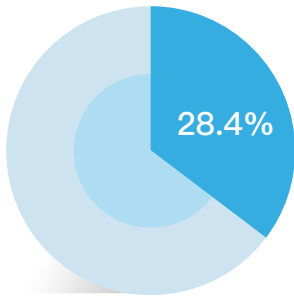
n=2547



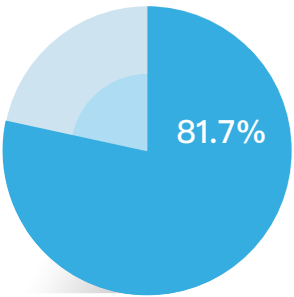
50人及以下小型公司



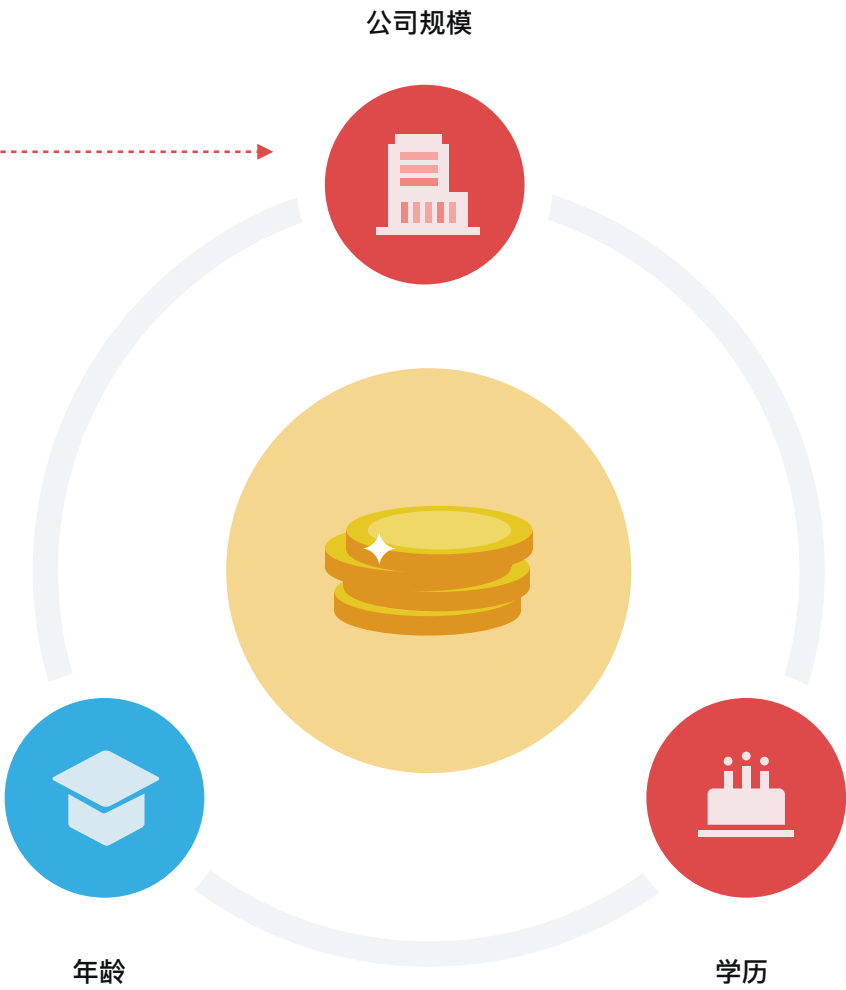
1000人以上大型公司



高中及以下学历



硕士及以上学历



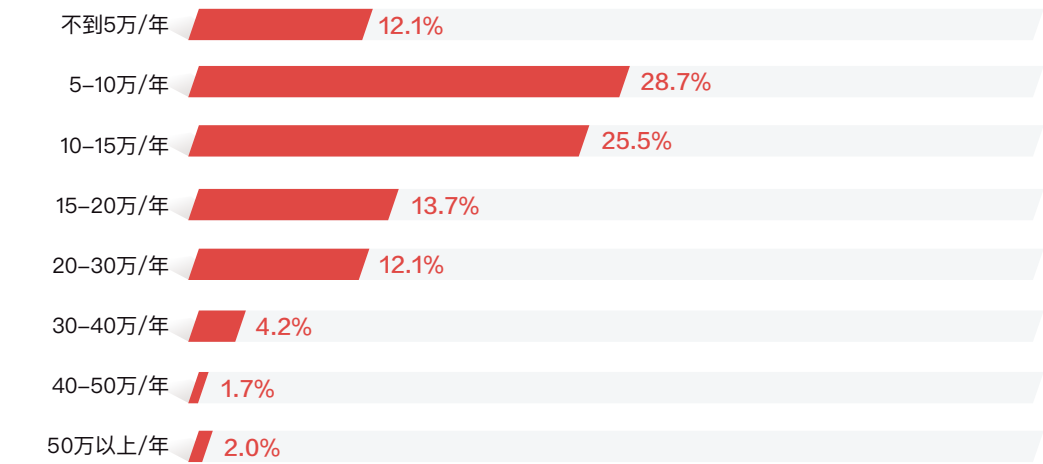
薪资收入

5-15W

税前年薪主要集中在5-15万（54.2%）。
管理类薪资较高，约5成从业者收入在20万以上；用研、交互、产品薪资居中，偏向于10-20万；品牌、视觉、工业设计薪资偏低，偏向于10万以下。
不同地区的薪资排名依次为：北京、上海（15-20万） > 杭州、深圳（15万左右） > 广州、二线城市（10万左右） > 三线城市及以下（5-10万）。

税前年薪分布

n=2547



不同地区平均薪资排名

n=2547



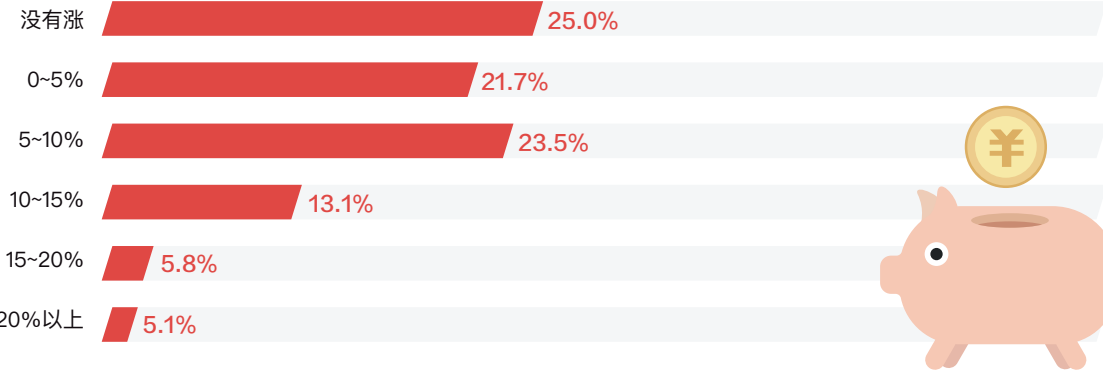
薪资涨幅

<10%

薪资涨幅在10%以内占比70.2%。
管理类薪资涨幅相对较大，年均增长5-20%的占比近7成；用研、交互、产品薪资涨幅居中，偏向于5-10%；品牌、视觉、工业设计薪资增长幅度较低，10%以下的占比在7-8成。
不同地区的薪资涨幅排名依次为：杭州、上海（10-15%） > 北京、深圳（5-10%） > 广州、二线城市（5%左右） > 三线城市及以下（0-5%）。

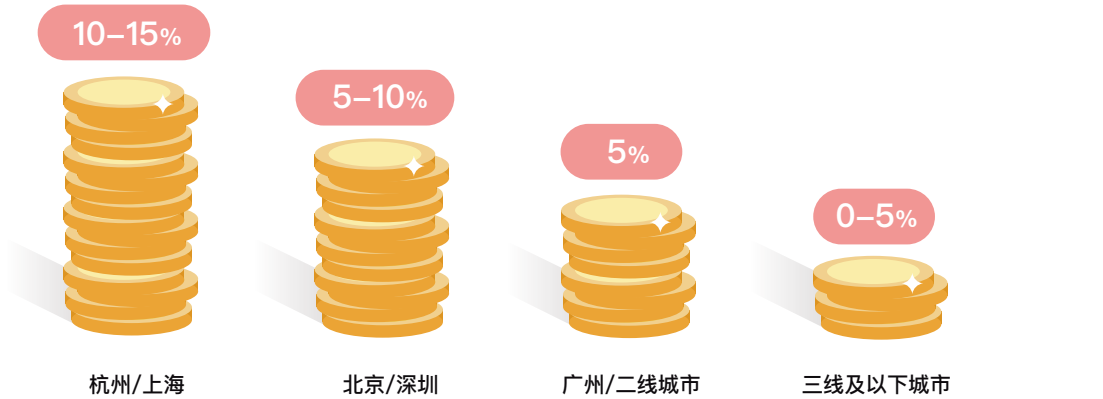
每年工资涨幅（不计算跳槽的情况）

n=2547



不同地区薪资涨幅排名

n=2547



06 满意度分析

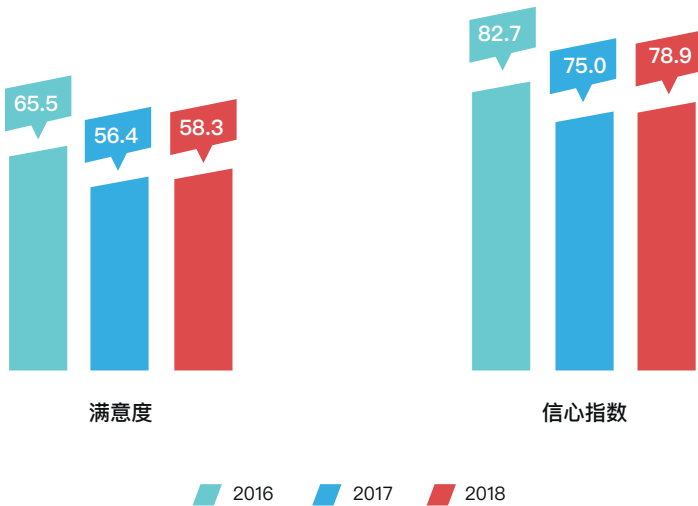


满意度、信心指数

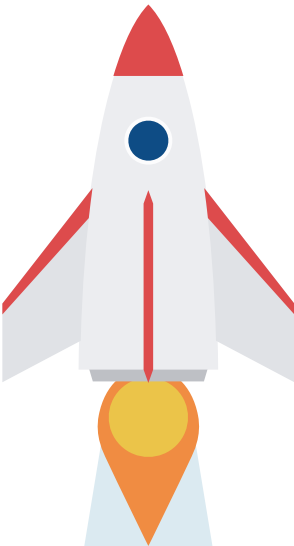
58.3 | 78.9 从业者的满意度为58.3，信心指数为78.9，较2017年有所回升。

近3年满意度、信心指数对比

2016 n=1208
2017 n=2696
2018 n=2605



以上结果针对本次调查全体



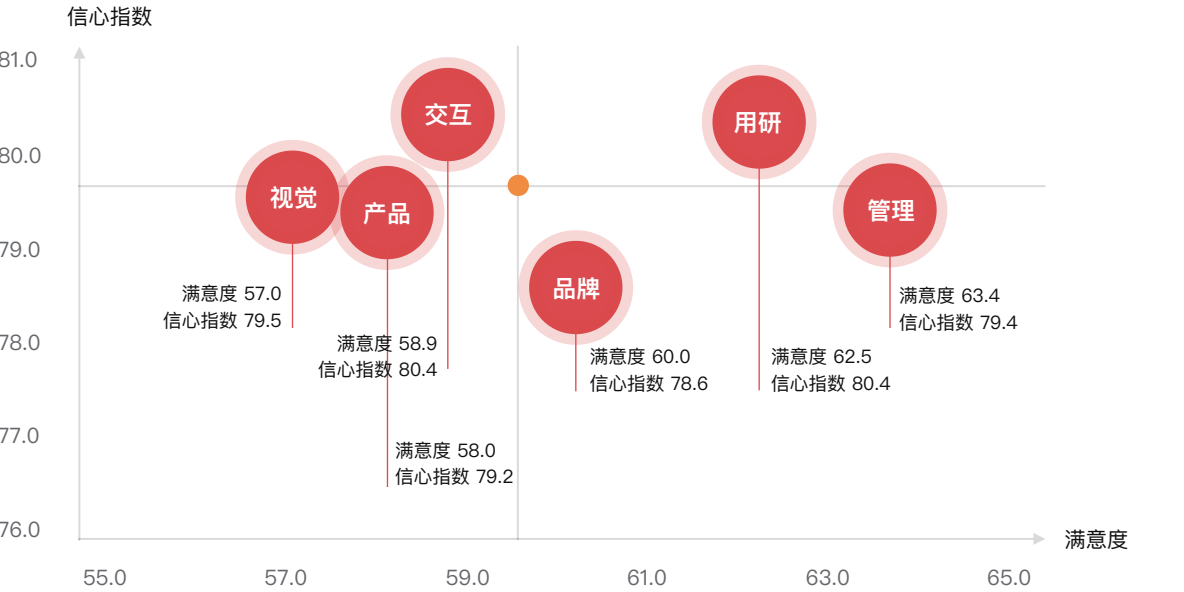
不同岗位、不同地区的满意度和信心指数

不同岗位的满意度信心指数有所不同：管理类的满意度最高（63.4）；视觉的满意度最低（57.0）；交互、用研的信心指数最高（80.4）；品牌的信心指数最低（78.6）。

不同地区的满意度、信心指数有所不同：北京、杭州的满意度最高（60.9）；二线城市的信心指数最高（81.0）；三线城市及以下的满意度最低（53.6），信心指数也最低（75.2）。

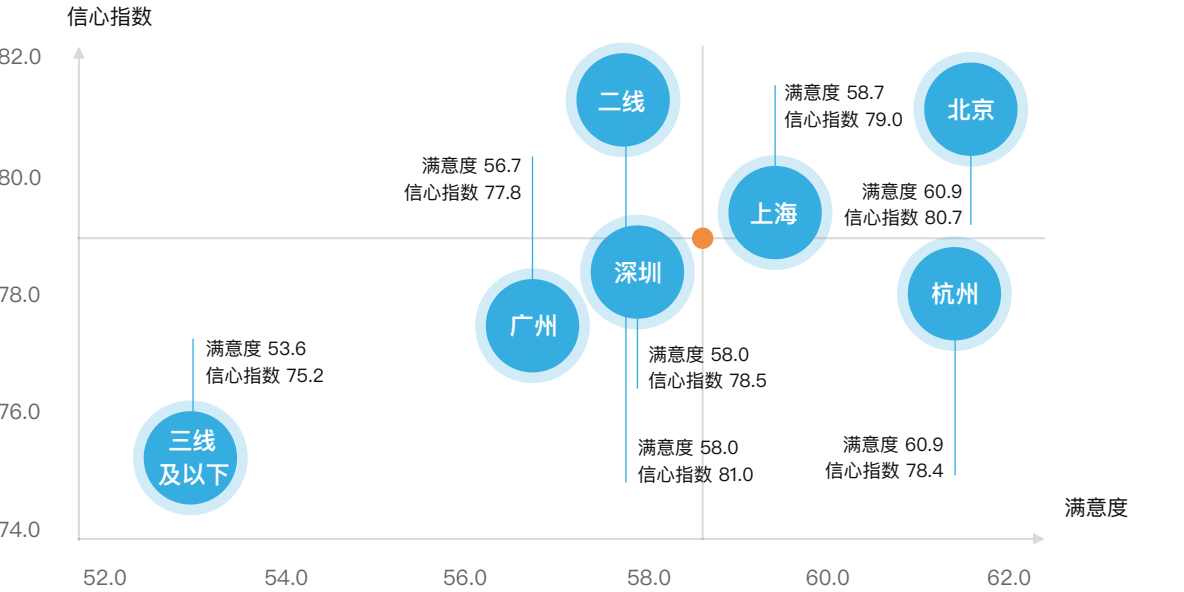
不同岗位满意度、信心指数分布 n=2605

● 橙色点为各主要岗位满意度、信心指数的加权平均值



不同地区满意度、信心指数分布 n=2605

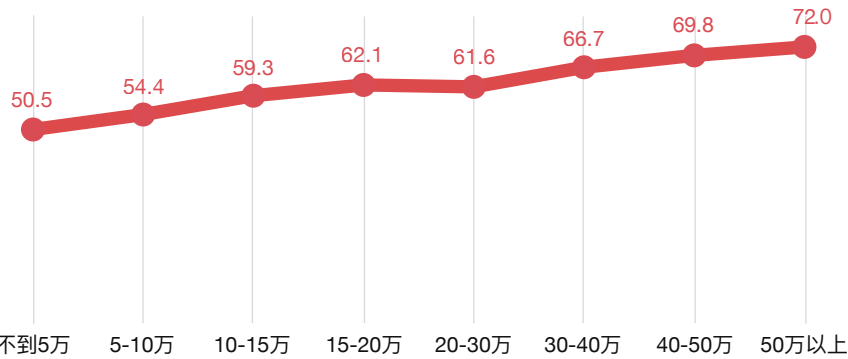
● 橙色点为各主要地区满意度、信心指数的加权平均值



满意度相关因素

与满意度紧密相关的因素主要有年薪、公司规模、薪资涨幅。

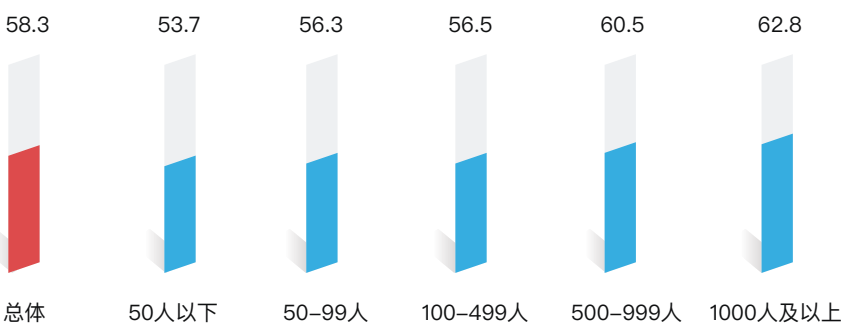
不同收入人群的满意度



年收入在5万以下的从业者满意度最低（50.5），之后随着薪资的增长，从业者的满意度逐渐升高

年收入在50万以上的从业者满意度最高(72.0)

不同公司规模的满意度对比

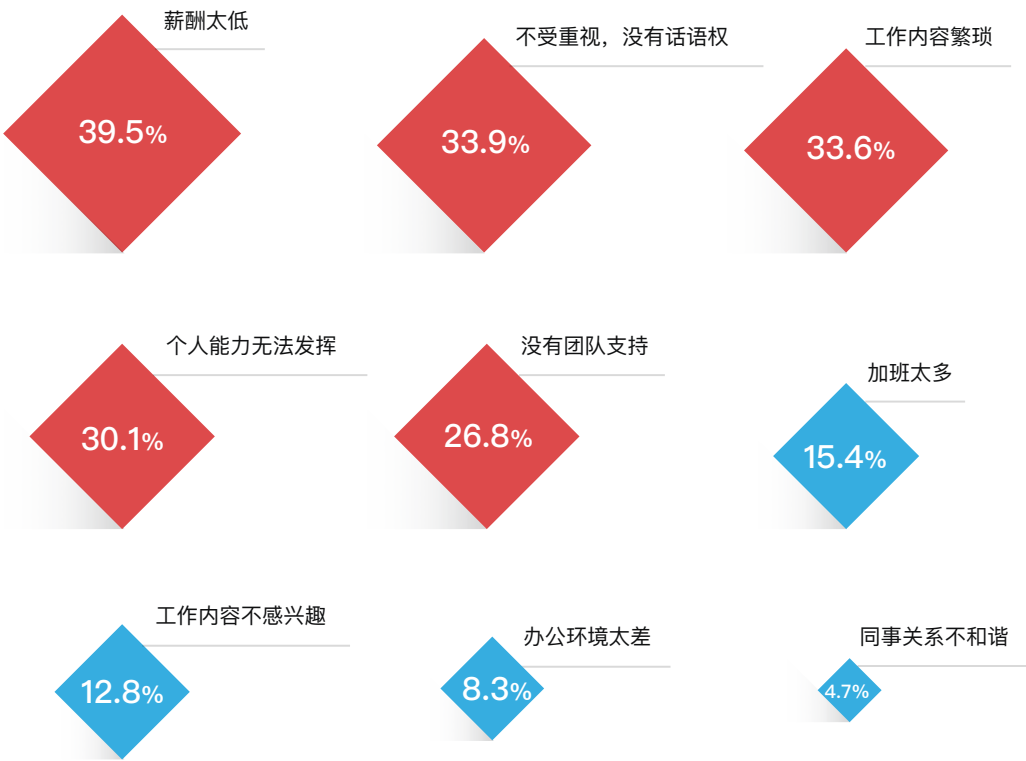


50人以下公司的从业者满意度最低（53.7），之后随着公司规模的增大，从业者的满意度逐渐升高

1000人以上公司的从业者满意度最高（62.8）

工作不满意的原因

主要是：薪酬太低（39.5%）；不受重视（33.9%）；工作内容繁琐（33.6%）；个人能力无法发挥（30.1%）；没有团队支持（26.8%）。
管理类主要是“工作内容繁琐”（41.6%），用户研究工作主要是“不受重视，没有话语权”（36.5%）。



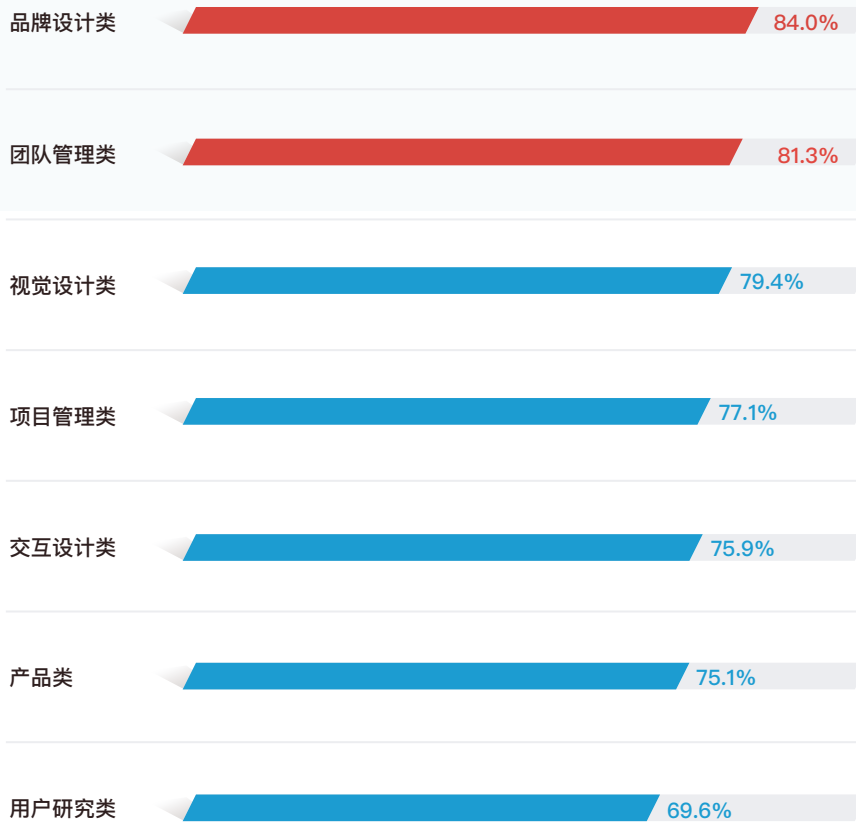
07 跳槽分析



跳槽经历

>70% 超7成从业者有跳槽经历。
品牌、团队管理有跳槽经历的占比最高；用研有跳槽经历的占比最低。

各职业有过跳槽经历的占比 n=2801

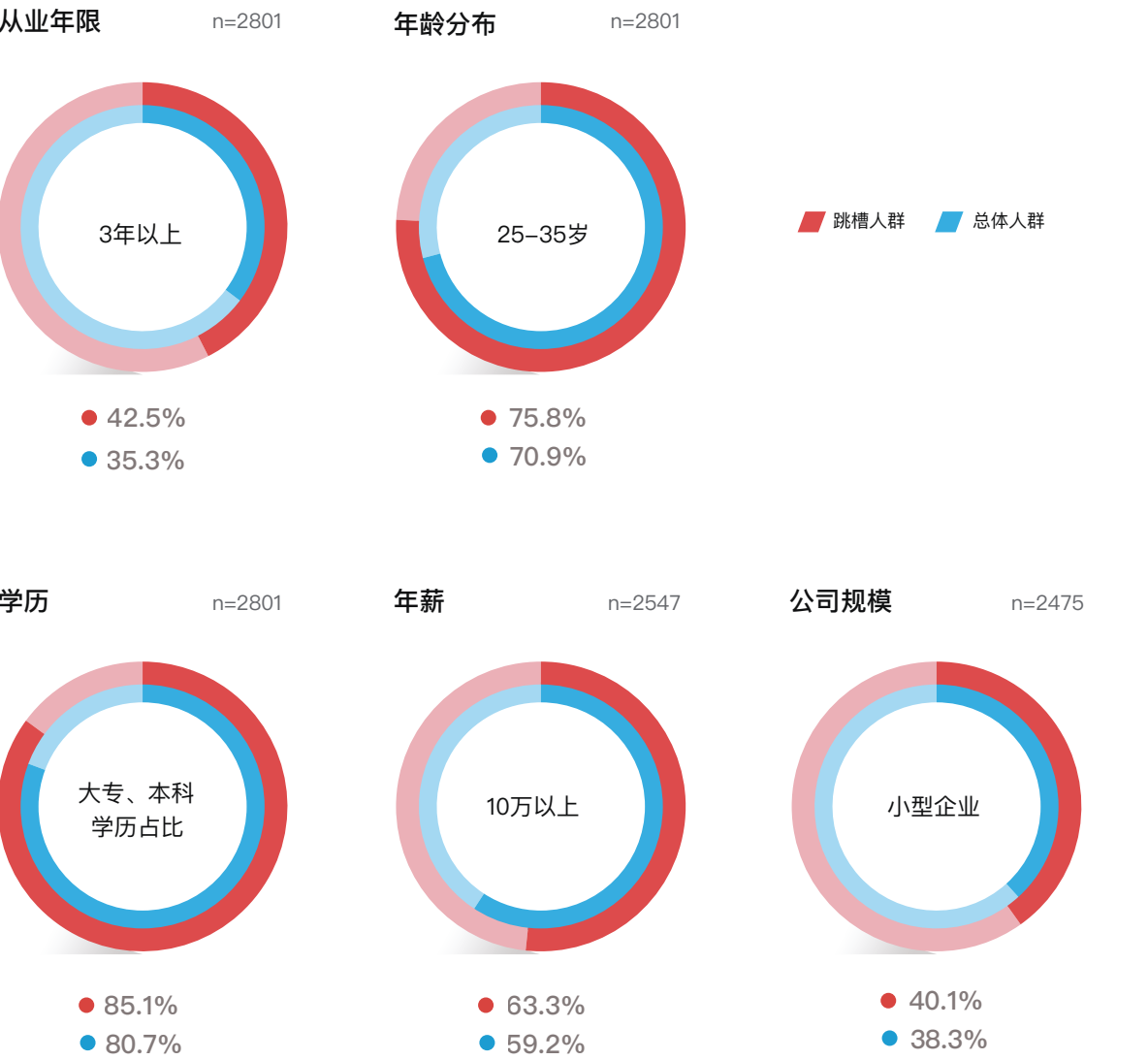


以上结果针对本次调查全体

跳槽人群分析

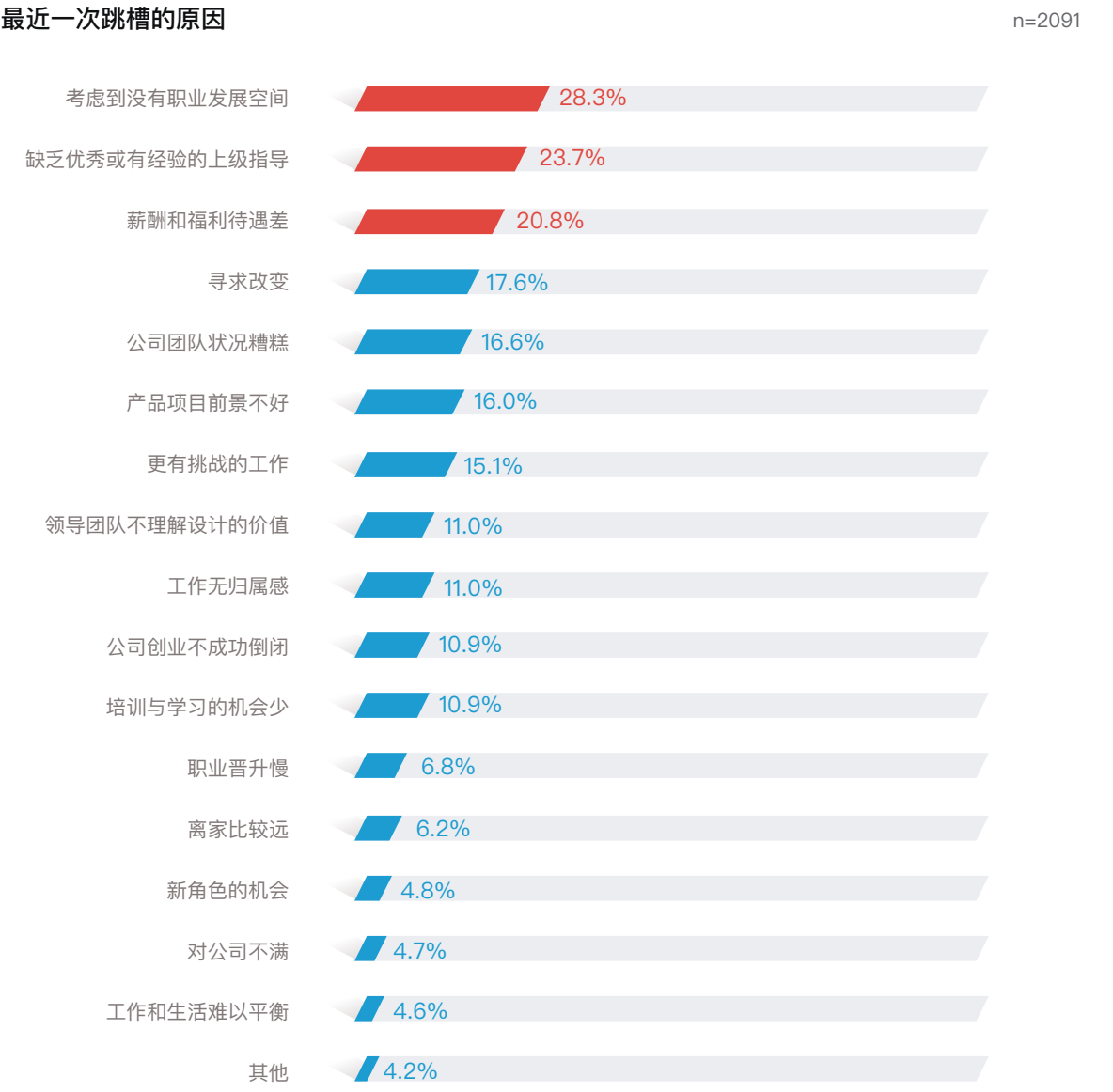
跳槽人群中，与是否跳槽有紧密相关的因素主要有从业年限，年龄，学历，年薪，公司规模。

跳槽人群中，从业时长3年以上的占比高出总体7.2%，25–35岁的占比高出总体4.9%，大专、本科学历的占比高出总体4.4%，年薪在10万以上的占比高出总体4.1%，处于小型企业的占比高出总体1.8%。



跳槽原因

主要是：考虑到没有职业发展空间（28.3%）、缺乏优秀或有经验的上级指导（23.7%）、薪酬和福利待遇差（20.8%）。

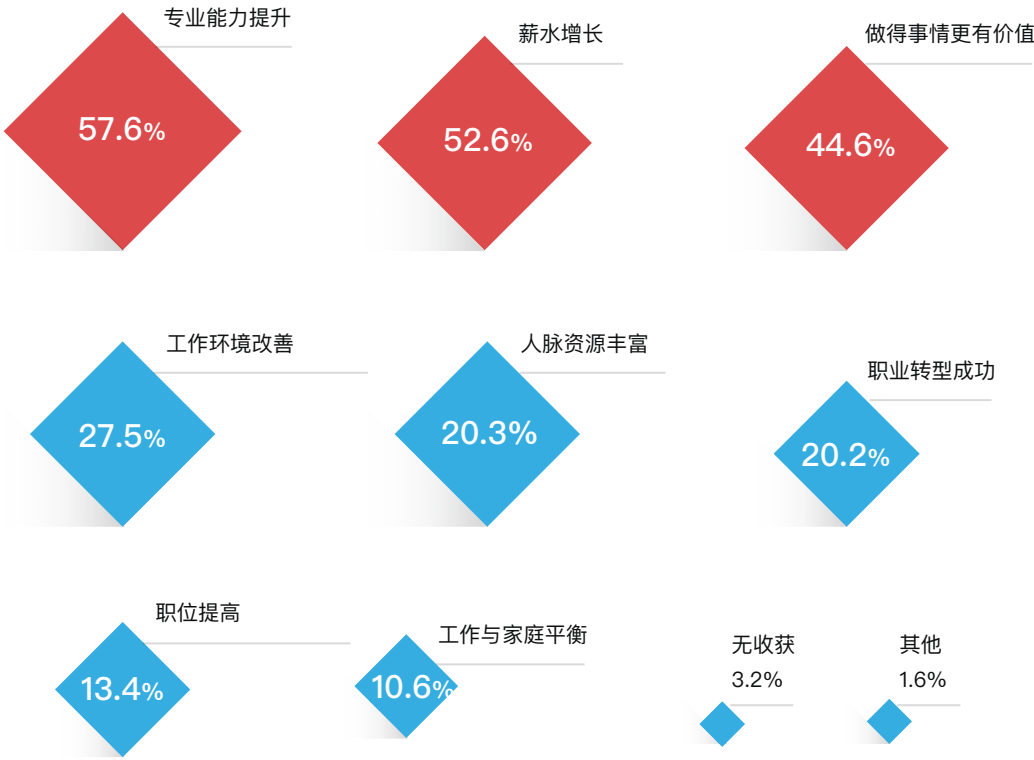


跳槽后最大的收获

主要是：专业能力提升（57.6%）
薪水增长（52.6%）
做得事情更有价值（44.6%）

跳槽后最大的收获

n=2091



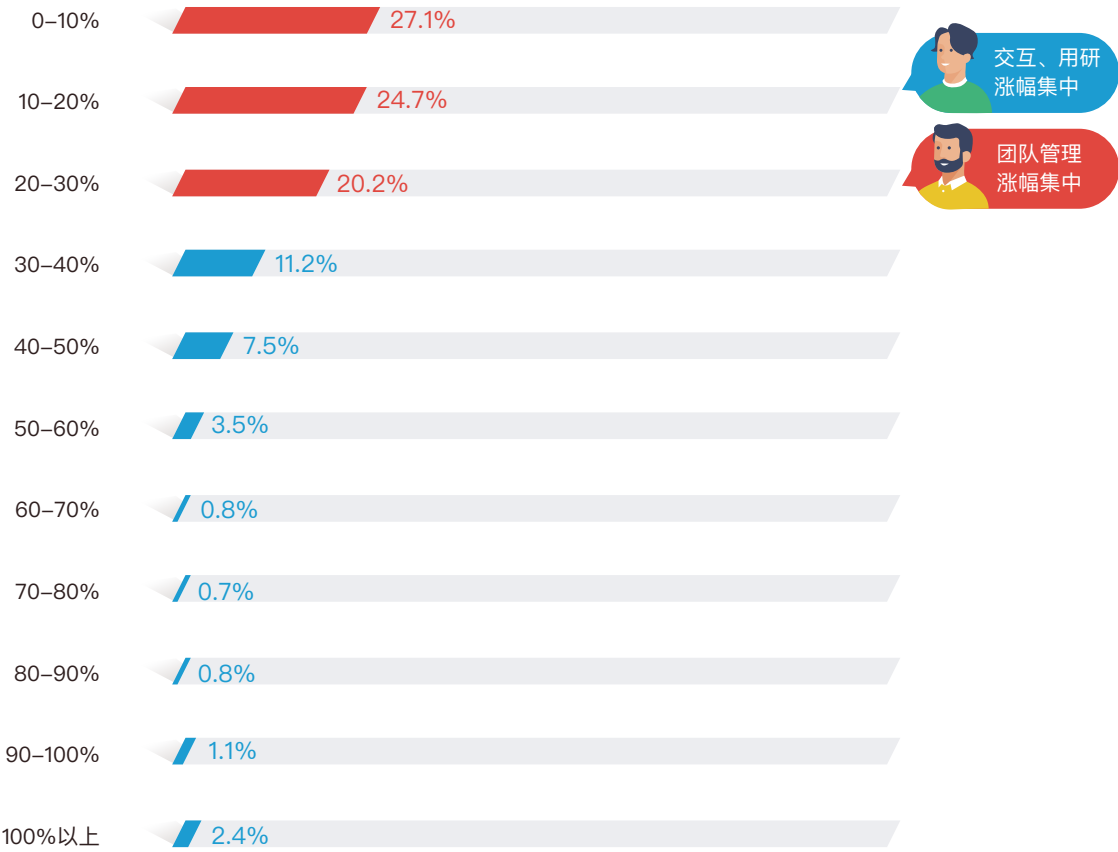
以上结果针对本次调查全体

跳槽后带来的薪资涨幅

跳槽后薪资普遍有所增长，涨幅主要集中在0-10%，涨幅在50%以上不到1成。
与总体略有差异的是，团队管理跳槽后薪资涨幅更多集中在20-30%；交互、用研跳槽后薪资涨幅更多集中在10-20%

最后一次跳槽后的薪资涨幅

n=2091



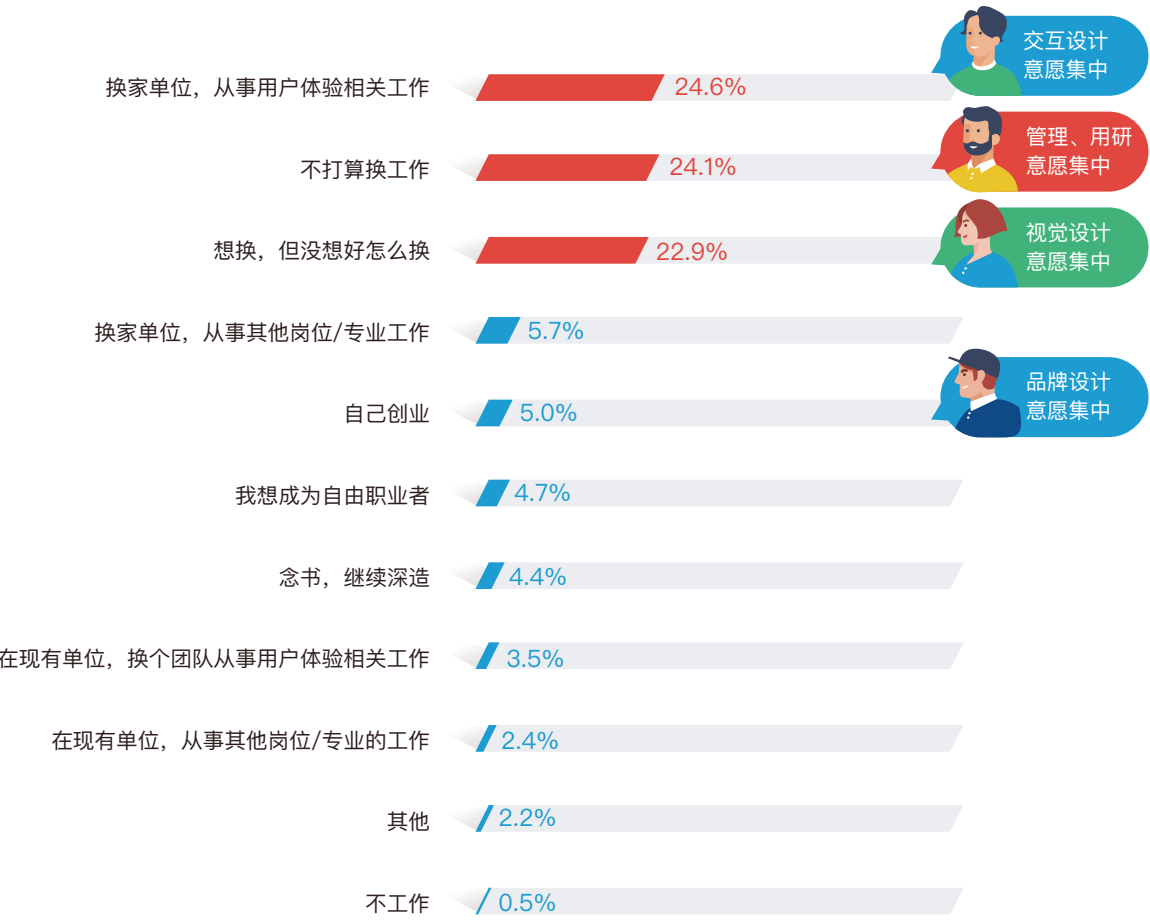
以上结果针对本次调查全体

跳槽意愿

排名前三的是：“换家单位，从事用户体验相关工作”；“不打算换工作”；“想换，但没想好怎么换”。
相比总体：管理、用研不打算换工作的比例更高；交互更多“想换家单位，从事用户体验相关工作”；视觉开发更多“想换但还没想好具体怎么换”；而品牌更多打算自己创业。

未来一年的打算

n=2801



08 创业分析

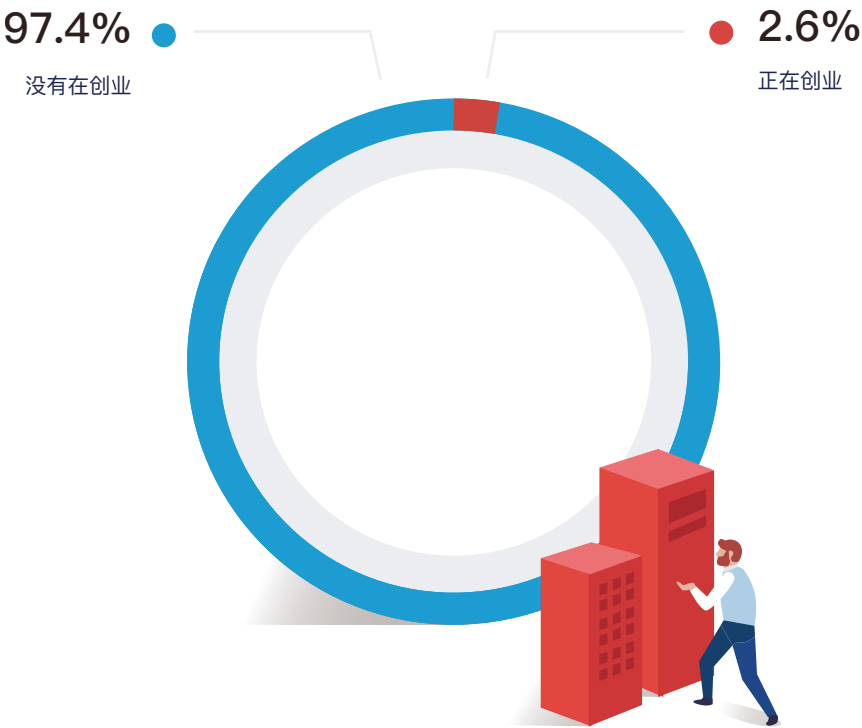


创业现状

2.6% 本次调查对象中有2.6%的从业者正在创业。

是否在创业?

n=2801



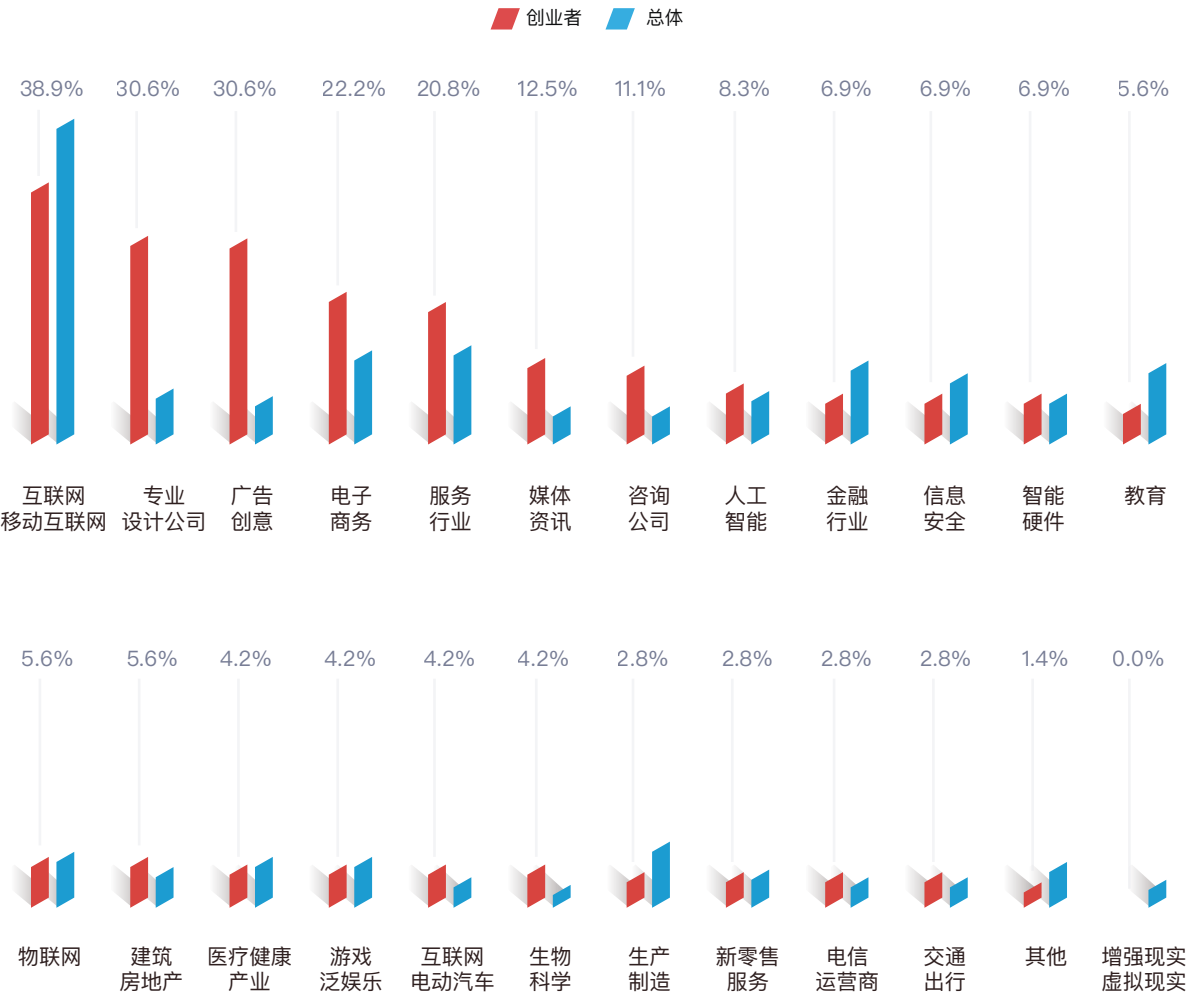
以上结果针对本次调查全体

当前在创业领域排名

Top5 排名前五的领域依次是：互联网/移动互联网、专业设计公司、广告创意、电子商务、服务行业。

当前公司所属领域

总体 n=2547
创业者 n=73



以上结果针对本次调查全体

当前在创业人群画像

与是否创业有紧密相关的因素主要是：年龄、年薪、日工作时长等。
创业者年龄较长，30岁以上的占比高出总体24.9%；年薪在30万以上的占比高出总体17.1%；加班较多，日工作时长在10小时以上的占比高出总体21.3%。



未来创业意愿

5% 本次调查对象中未来一年打算自己创业的从业者比例为5.0%。
相比于总体，品牌与团队管理类更多地打算自己创业。

未来一年是否创业？ n=2801



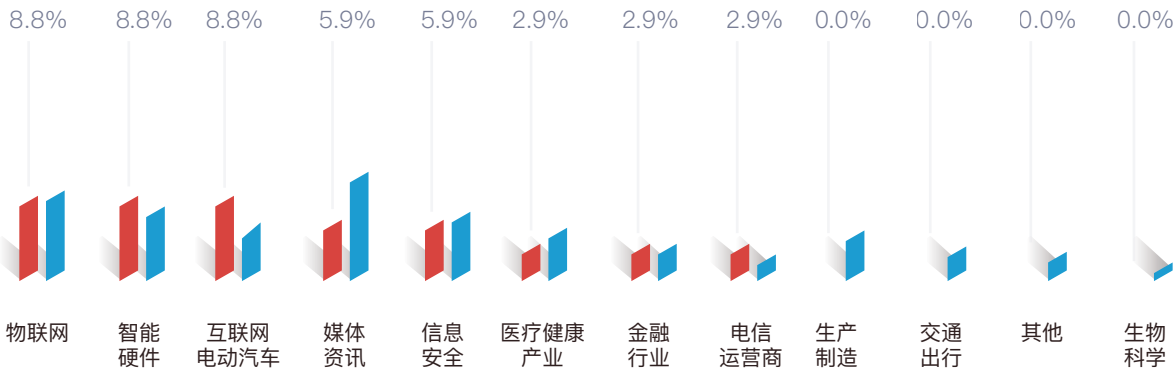
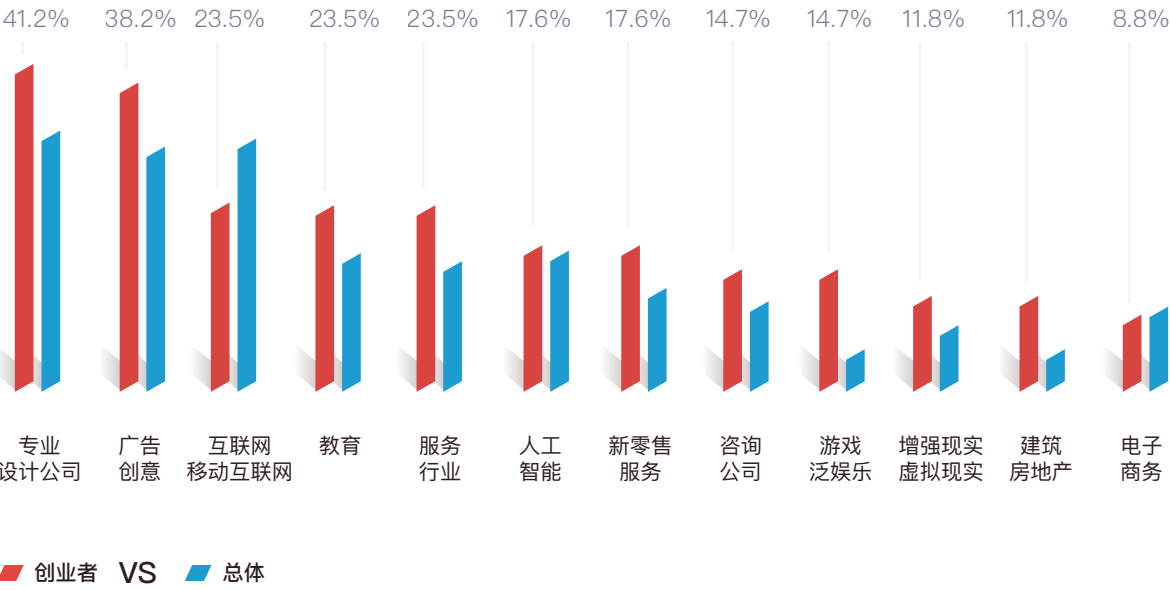
未来创业领域排名

Top5

排名前五的依次是：专业设计公司、互联网/移动互联网、广告创意、教育、人工智能。
相比于总体，创业者未来更青睐的创业领域是：专业设计公司、广告创意等自己熟悉的用户体验行业。

未来期待的创业领域

n=160



09 核心竞争力

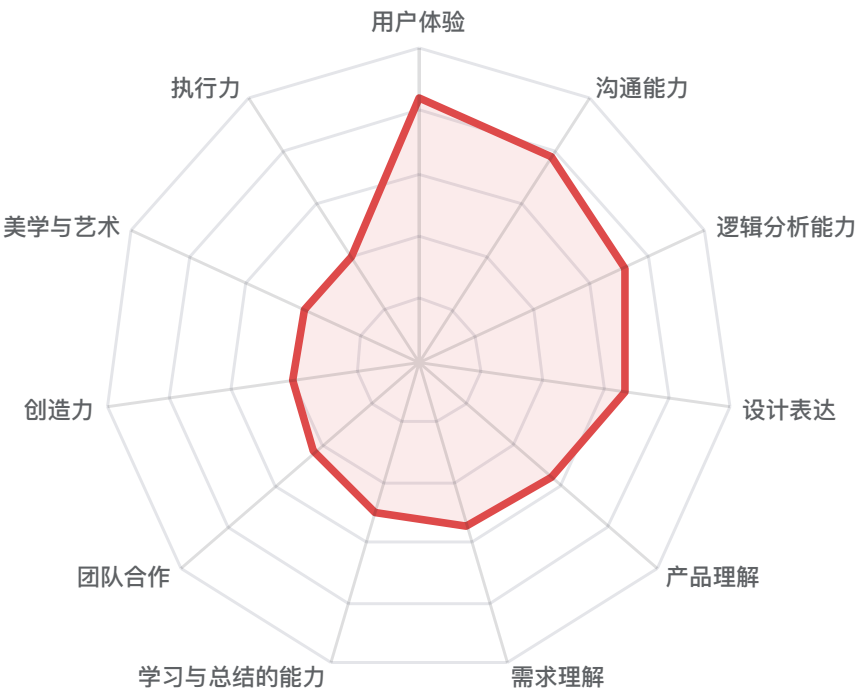


从业者的核心竞争力

为保持核心竞争力，需要具备的基础能力有用户体验、沟通能力、逻辑分析能力、设计表达、产品理解等。

保持核心竞争力需要具备的基础能力

n=2601

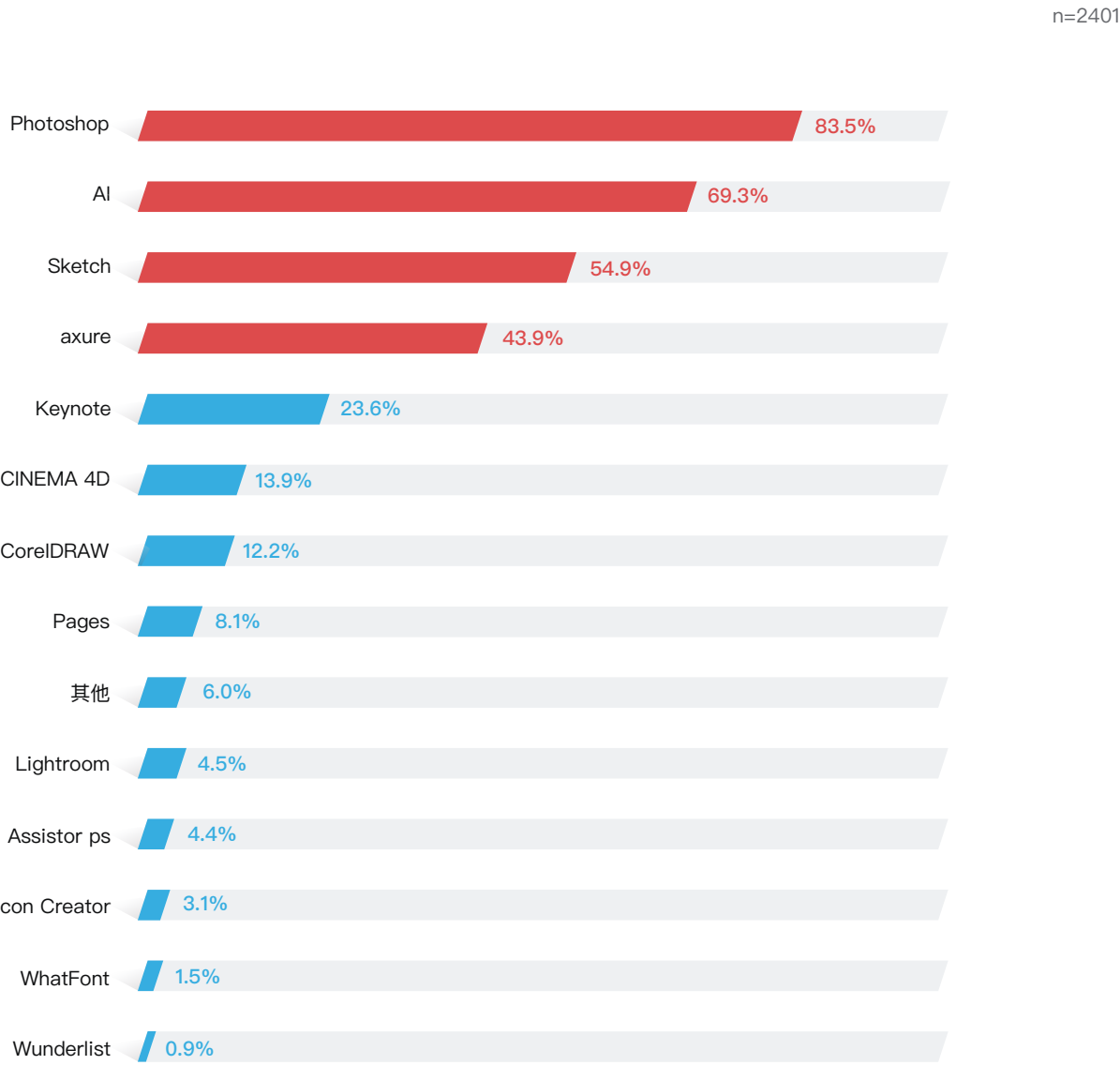


相比于总体，管理更看重产品和业务规划能力、统筹能力、项目管理能力；交互和用研更看重逻辑分析能力、用户体验；品牌更看重美学与艺术、创造力和执行力；产品更看重产品理解、产品和业务规划能力

以上结果针对本次调查全体

设计师的常用工具

常用的工具是PS、AI、Sketch、axure等。

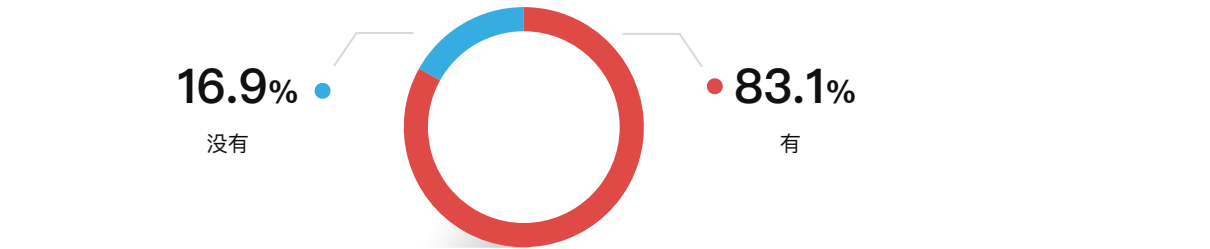


以上结果针对本次调查全体

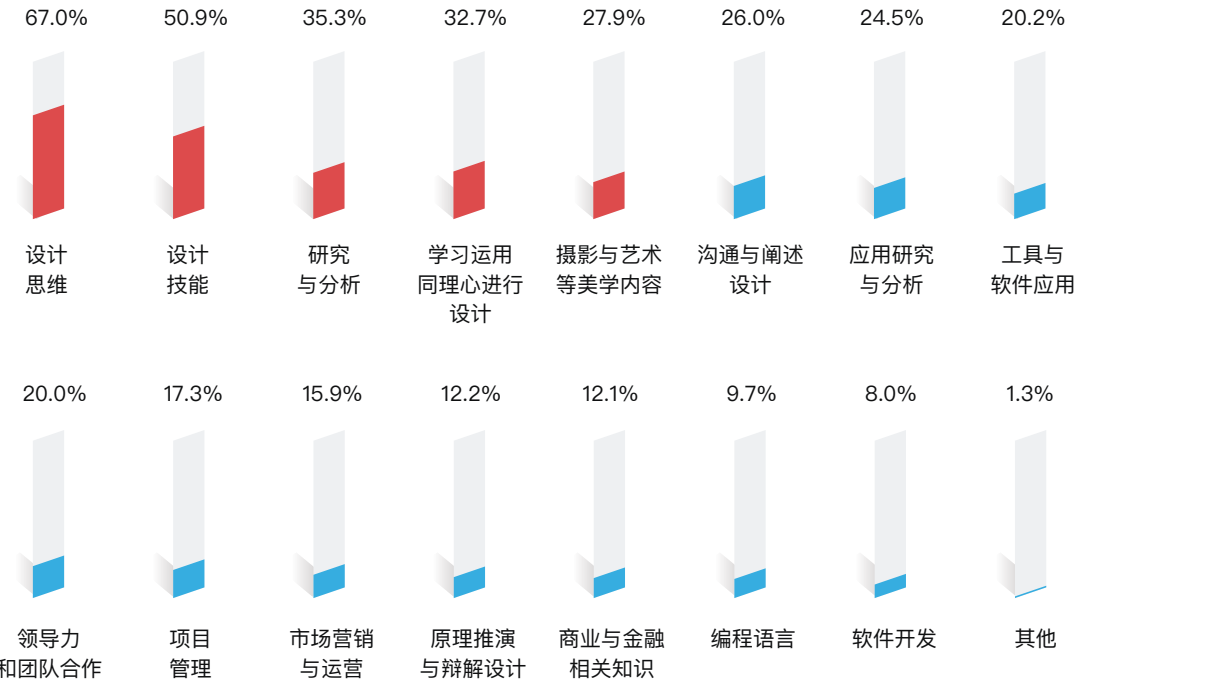
继续深造的意愿

83.1% 超8成从业者（83.1%）有继续学习深造的意愿。
继续学习深造的内容主要有：设计思维、设计技能、研究与分析、学习运用同理心进行设计、摄影艺术等美学内容。

是否有继续深造的意愿 n=2801



继续学习深造的内容 n=2329



以上结果针对本次调查全体

继续深造的平台

继续学习深造的平台使用最多的是：网易云课堂和腾讯课堂。

继续学习深造的教育平台 n=2329

