
2017

用户体验行业调查报告

user experience
industry survey report

序言

PREFACE

国际体验设计大会（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。报告通过全面详尽的调查分析，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规模变化、从业人员构成、薪酬机制、能力需求等信息，让大家更好地从全局、全新的视野去了解行业发展现状、趋势和存在的问题。

2017年财政部指出，受部分经济指标影响，经济增速略有放缓，对用户体验行业的从业者和其薪资水平有一定的影响。以怎样的态度看待对这个行业的变化？2017年IXDC联合腾讯CDC共同开展了“2017用户体验行业调研”，调研主要通过从业者画像、职业规划、薪资分析、等几个方面，让大家能够迅速获取到整个行业的信息概况，了解用户体验行业的现状和趋势，以及从业者的核心竞争力。

本次调查共有4797位参与，回收有效样本2604份，报告结果仅针对本次受访人群。

调查时间：2017.05.11 至 2017.05.27

调查渠道：IXDC官网，微信，微博，腾讯CDC，各大新闻网站

调查平台：腾讯问卷（<http://wj.qq.com>）

目录

CONTENTS

- 01 | 用户行业从业者人群特征
- 02 | 收入分析
- 03 | 公司团队分析
- 04 | 行业满意度与信心指数
- 05 | 用户体验在公司内的融入体现
- 06 | 跳槽分析
- 07 | 核心竞争力

人群特征

“

年轻，高学历，设计、计算机专业是行业内大多数人的属性，那么各个岗位之间又有着怎样鲜明的标签？

”

我们是谁？



主要集中在上海、北京、杭州、深圳、广州



女性占 51%，男性占 49%，
男女比例基本持平



主要集中在 22~30岁



主要由“设计，艺术类”及
“计算机行业”专业背景组成



91.5%有 大专及本科
以上 学历



在行业内工作时间不长，
1-2年 的比例最高



职业类别介绍



• 管理者

有钱、忙碌、经验丰富、重人脉的中年大叔
男性偏多(58.4%)，年龄偏大，每天工作10小时以上，因扩展人脉而做兼职，5年以上工作经验，收入更高，对行业满意度高，不打算换工作比例更高。



• 视觉类

收入低、有理想、对现状不满的文艺小青年
女性偏多,年龄偏低(22-30岁)，收入较低，以艺术、设计专业背景为主，硕士及以上学历占比较少。虽然满意度低但仍然对行业充满信心。



• 交互类

收入居中、调整方向的移动互联网中坚力量
各项数据无明显的特点，男女各半，收入较低，工作对象以移动设备应用/软件为主，对行业发展信心较低，思考规划着未来的职业发展。



• 产品类

起点低、涨幅快、对团队和公司有所依赖的小哥
男性偏多,年龄(22-30岁)，起薪偏低但涨幅较大，各项专业综合能力要求较高，信心指数最低，主要跳槽因素是团队和公司前景。



• 品牌类

收入低，有理想并愿意为其跳槽的设计师
男性比例较大，有跳槽行为和兼职经验比率高，从事自由职业比例最高，工作对象偏向于pc端，其余属性与视觉类接近。

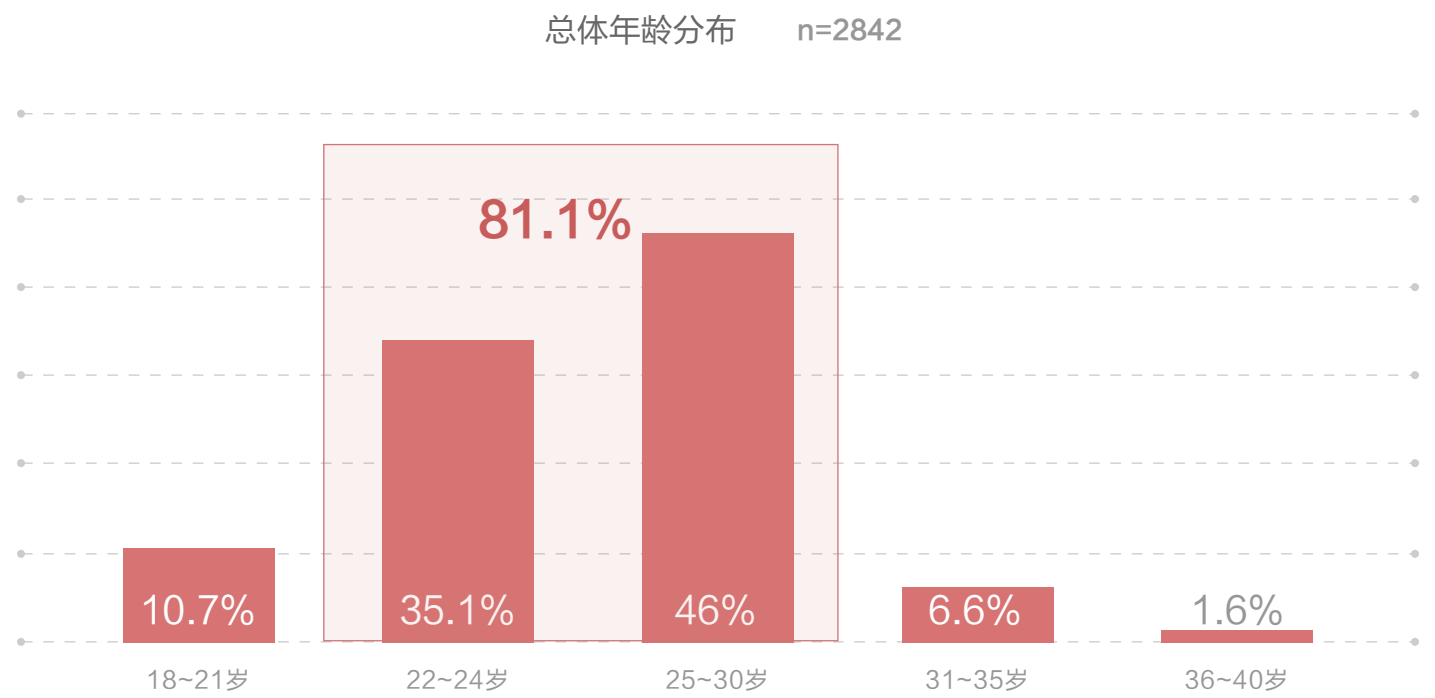


• 用研类

高学历、多元化、好学、最稳定的研究专家
性别比例均衡，硕士及以上学历比例较高，专业背景多元化，满意度、信心指数较高，不轻易跳槽。

年轻人是主力军

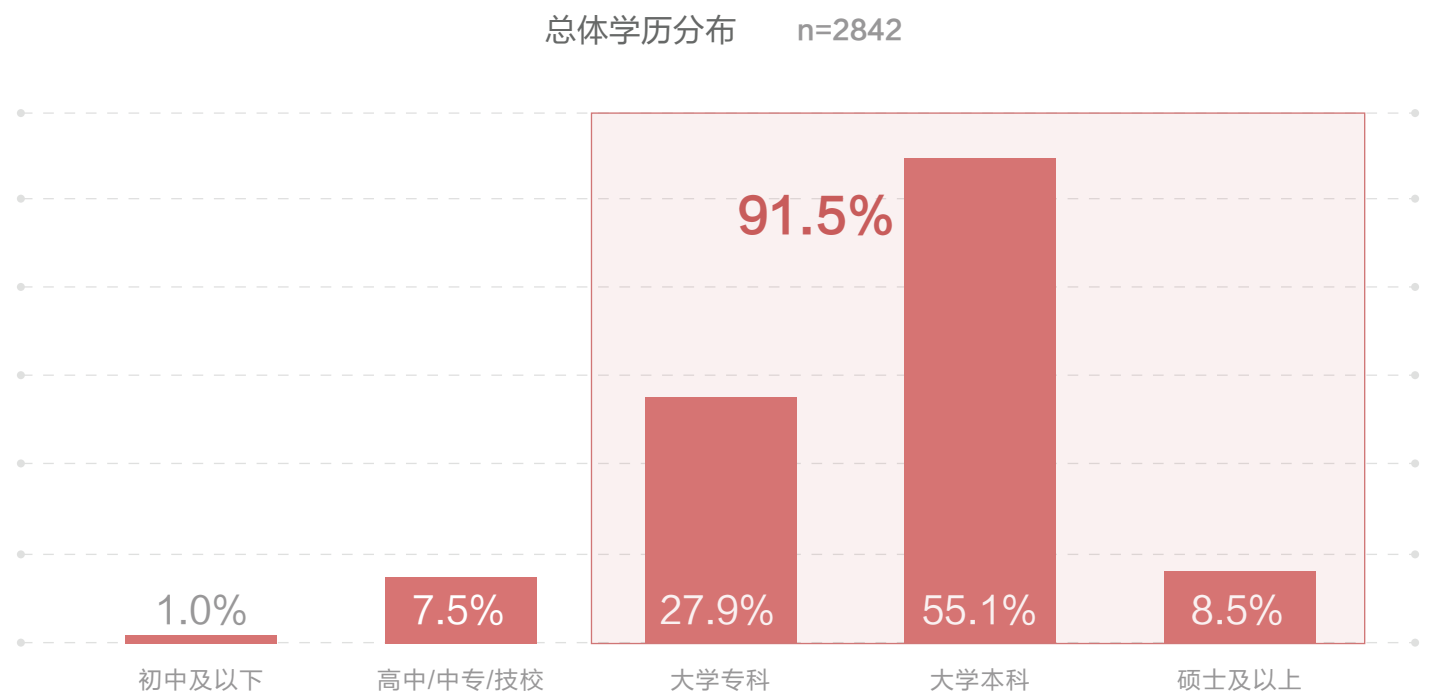
用户体验行业从业者青年占比较高，22~30岁占比达到81.1%。



以上结果仅针对本次调查全体

学历水平较高

用户体验行业从业者中有**91.5%**受过大专及以上高等教育。



以上结果仅针对本次调查全体

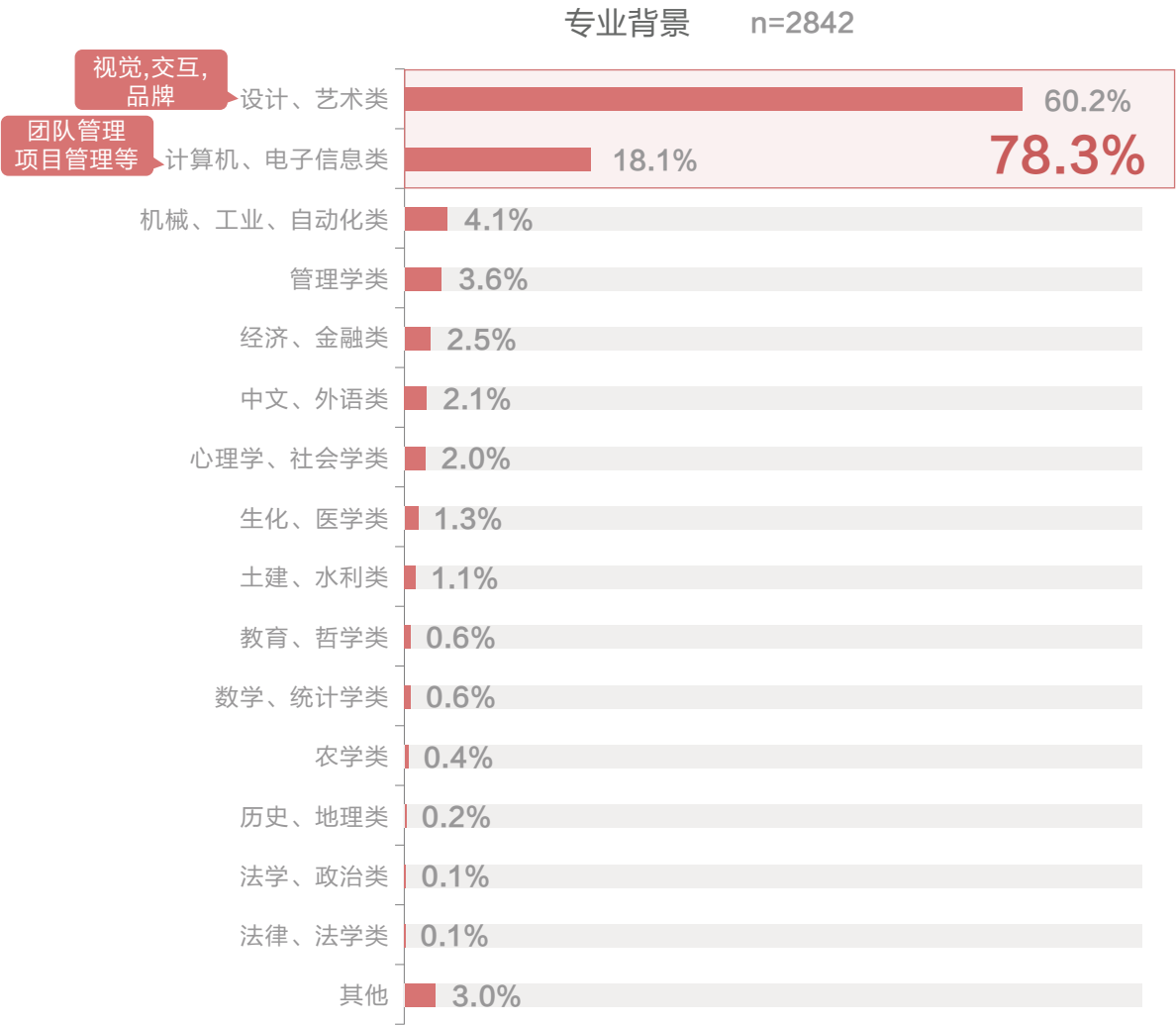
专业背景较集中

本次受访群体显示，接近8成的从业者来自于“设计，艺术类”及“计算机、电子信息类”专业；

其中视觉,交互,品牌主要来自“设计,艺术类”；

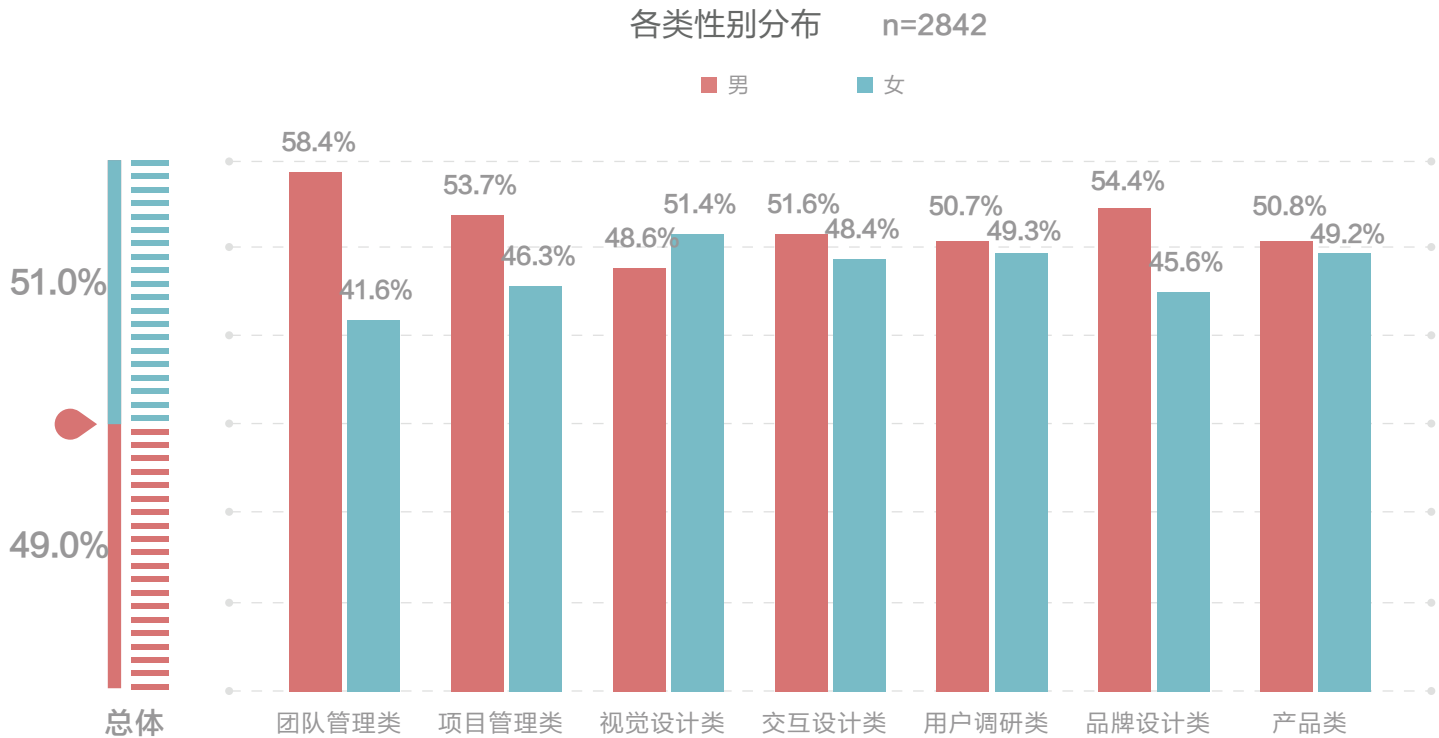
团队管理,项目管理,产品类来自“计算机，电子信息类”；

与其他类别相比,用户研究“心理学，社会学”专业比例更高。



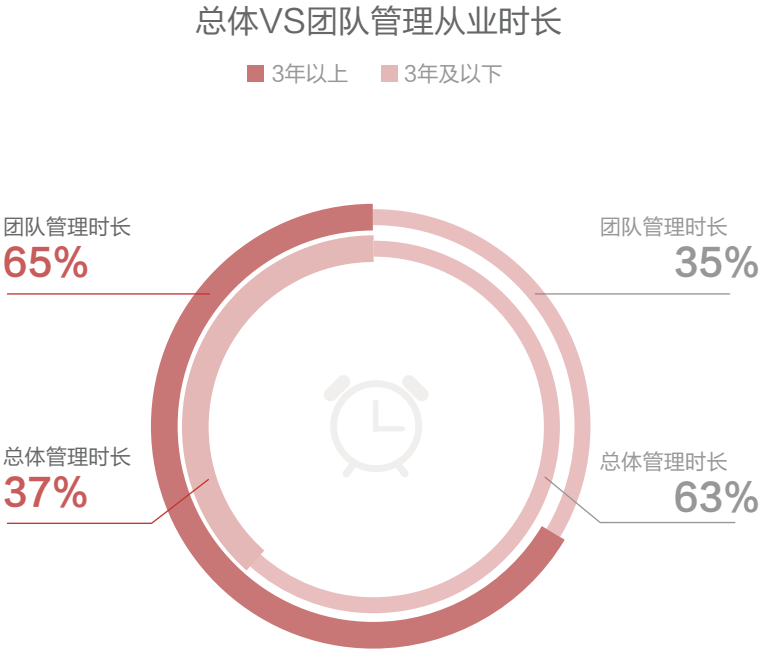
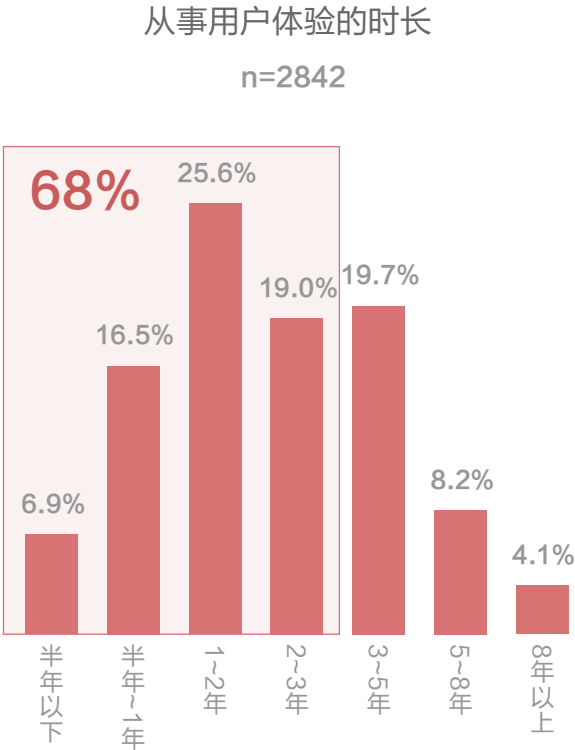
从业者性别差异较小

用户体验行业女性从业者占比51.0%，男性从业者占比49%，男女比例基本持平；
团队管理类男性占比较高，接近六成。



从业时间较短

本次受访群体显示，用户体验行业内从业时长集中在1-2年（25.6%），从业不到3年的人员占比**68%**；团队管理类从业年限较长，约六成从业者表示从事用户体验行业**超过三年**。



收入分析

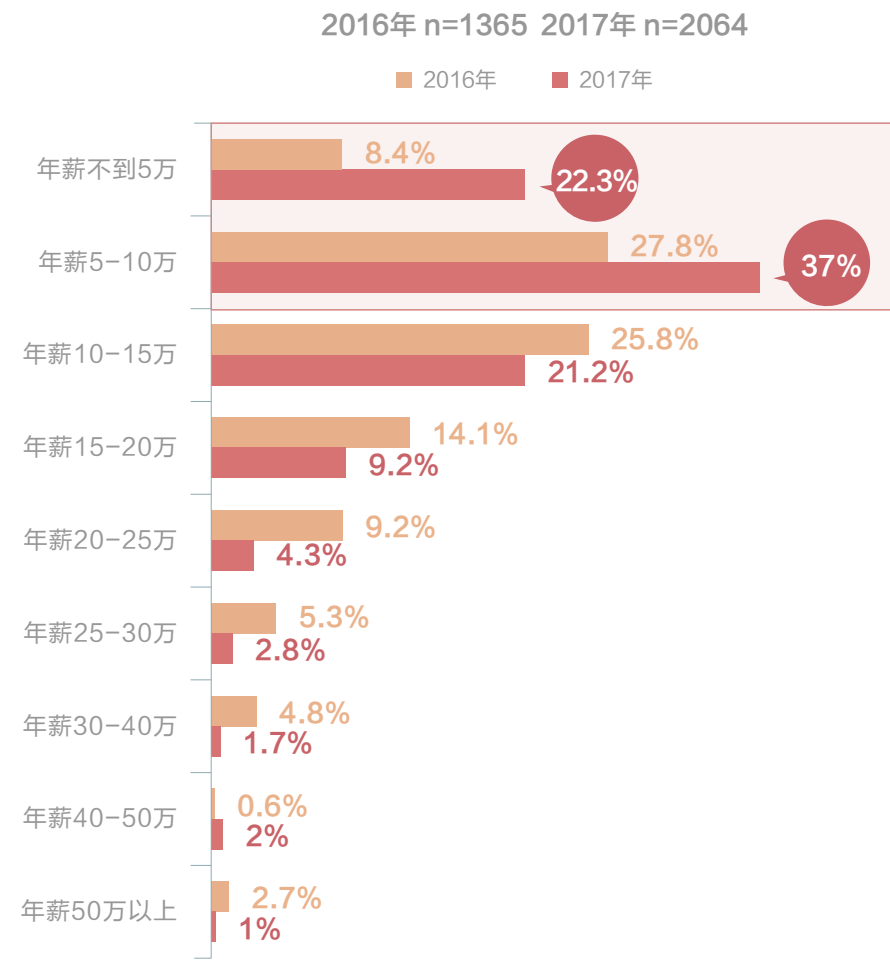
“

低收入从业者占比明显增加，
薪资涨幅放缓，到底什么因素
影响着收入水平？

”

10万以下薪资占比增加明显

本次受访群体显示，从业者税前薪资10万以下占比近六成，较2016年有明显增加。



管理类

薪资较高，7成收入在15万以上。



交互设计，用研类

薪资居中，偏向于10-15万。



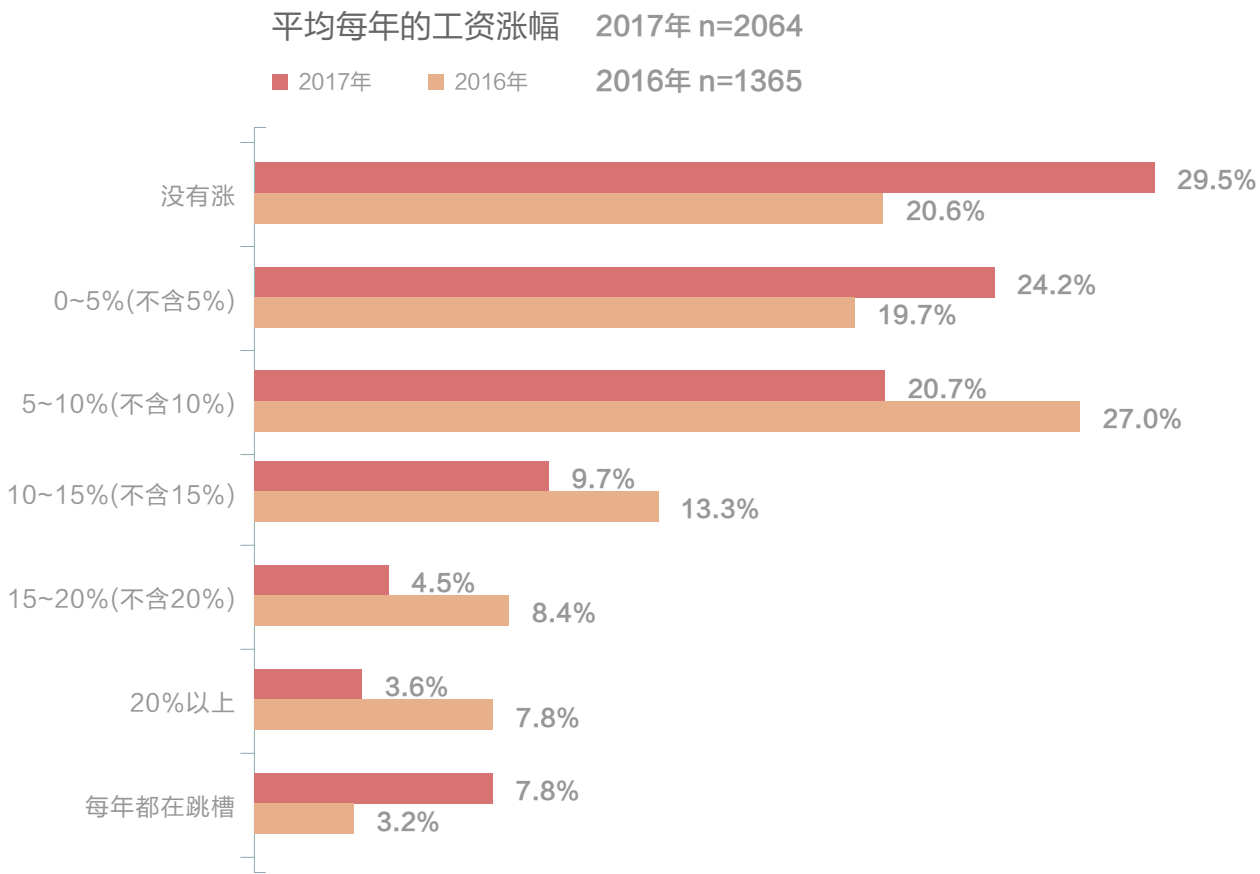
视觉、品牌

薪资相对较低，近6成收入在10万以下。



薪资涨幅放缓

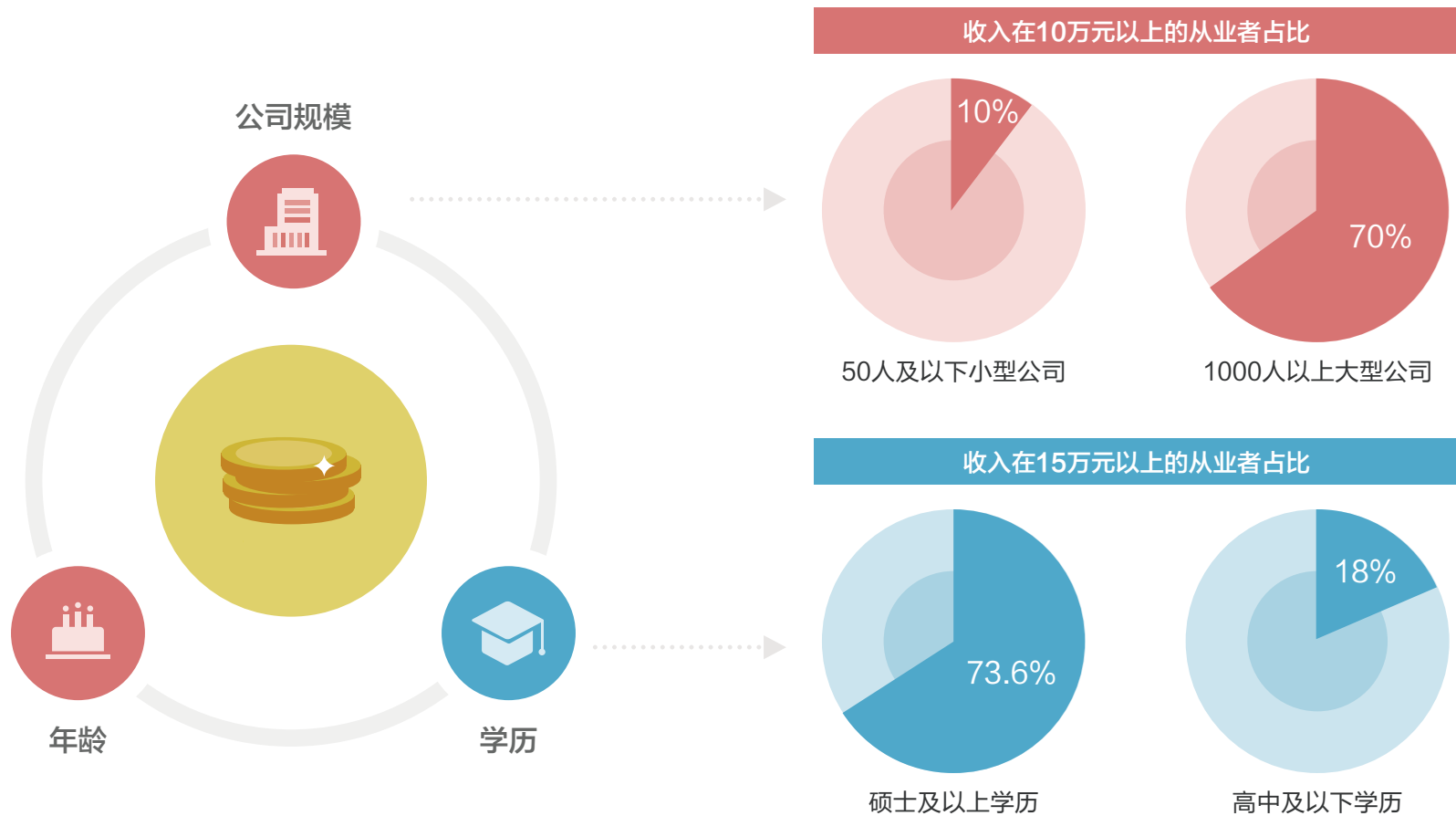
本次受访群体显示，74.4%的从业者薪资涨幅在10%以内，较2016年薪资涨幅幅度有显著差异。



以上结果仅针对本次调查全体

年龄、公司规模、学历与薪资显著相关

从业者随着年龄增长，收入呈增长趋势；公司规模越大，薪资相对较高；50人及以下的小公司，收入在10万元以下的从业者占比**超过9成**；1000人以上较大公司，**约7成**从业者，年收入在10万元以上；硕士及以上学历，收入15万以上占比**73.6%**；高中及以下学历仅有**18%**收入超过15万。



以上结果仅针对本次调查全体

公司团队 分析

“

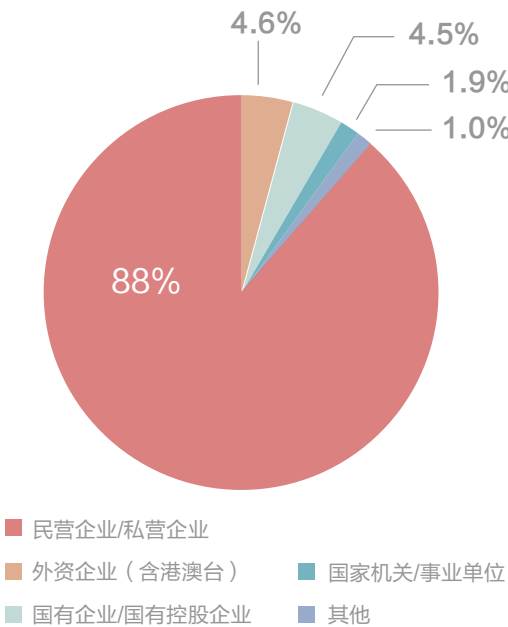
近9成从业者在民营企业工作，大公司才有专业用户体验团队，哪些领域和企业更受青睐？

”

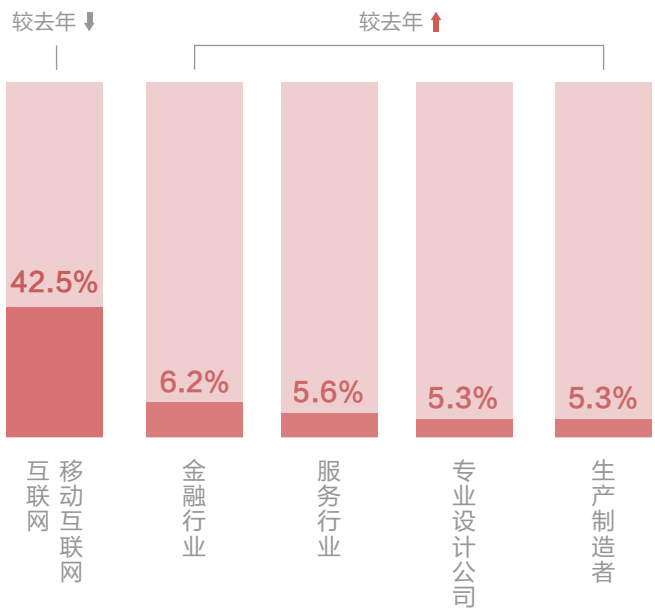
民营企业从业者最多，以互联网公司为主

本次受访群体显示，近9成的从业者在民营或者私营企业工作；
工作领域主要集中在“互联网/移动互联网公司”、“金融行业”、“服务行业”等，
其中“互联网/移动互联网公司”较去年从业者相比有较明显下降,其它“金融行业”、“服务行业”、“专业设计公司”、“生产制造”从业者有增长。

目前就职公司

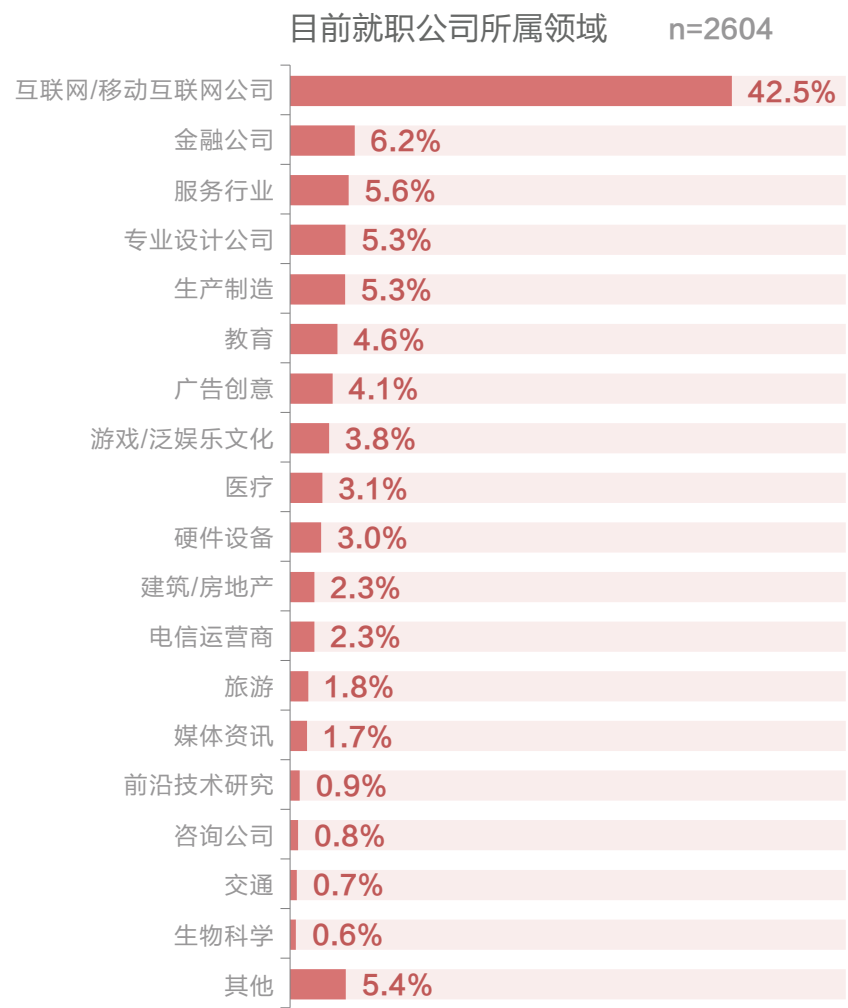
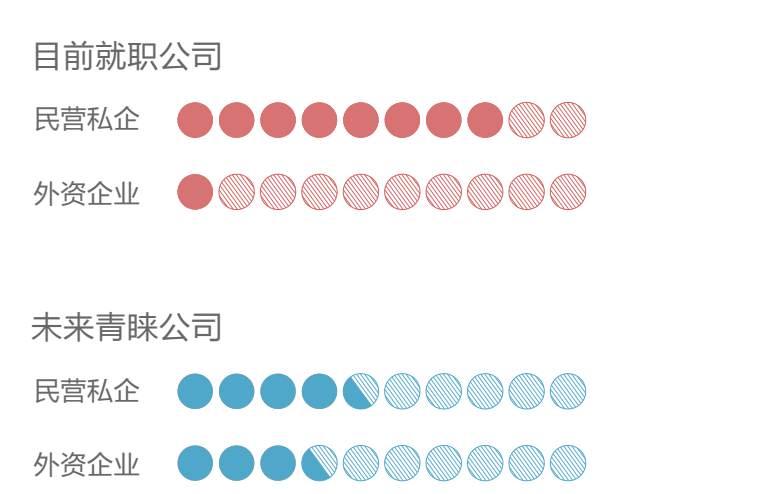


目前就职公司所属领域
n=2604



专业设计公司、前沿技术领域备受青睐

目前超过8成从业者在民营/私营企业工作，不到1成在外资企业；在青睐企业中,外资企业超过3成,仅不到5成愿意留民营。
互联网领域基本持平、专业设计公司、广告创意、游戏/泛娱乐文化、前沿技术研究备受青睐,硬件设备、金融行业、服务行业、生产制造等行业有所下降。



以上结果仅针对本次调查全体

青睐的企业排行变化

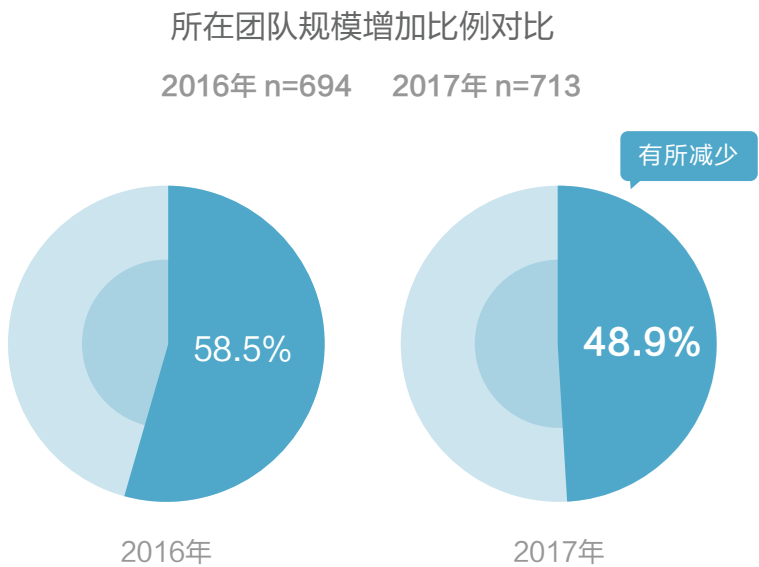
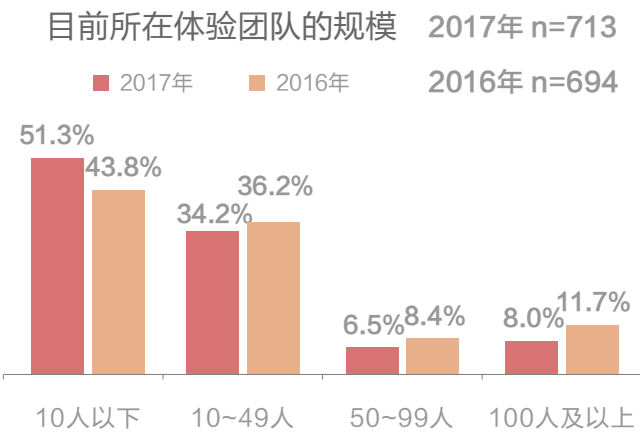
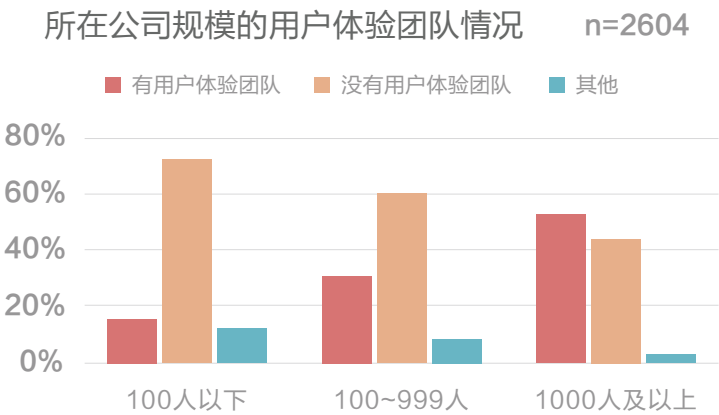


以上结果仅针对本次调查全体

用户体验团队主要分布在大公司

本次受访群体显示，有独立用户体验团队基本分布在1000人以上的大公司；没有用户体验团队，需要其他岗位兼职的主要分布在中小型的企业中从事多种工作事务。

超过8成从业者所在的团队规模人数在50人以下；在过去的一年里，接近5成从业者表示团队规模有所增长，与2016年相比，增长比例有所减少。



以上结果仅针对本次调查全体

满意度分析

“

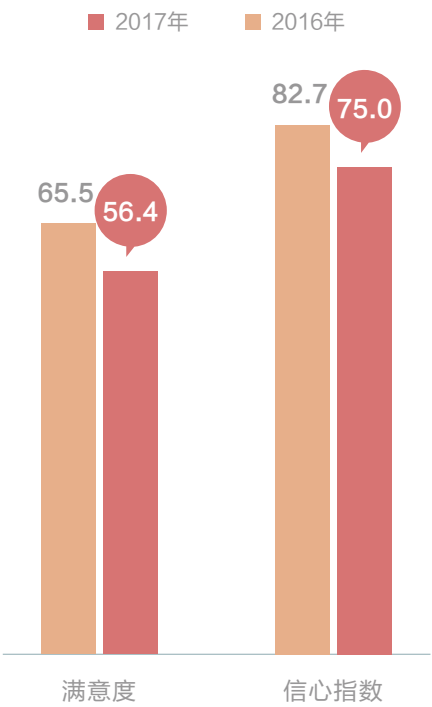
2017年从业者满意度和信心指数双双下降，30万是分水岭，大家为什么不满？

”

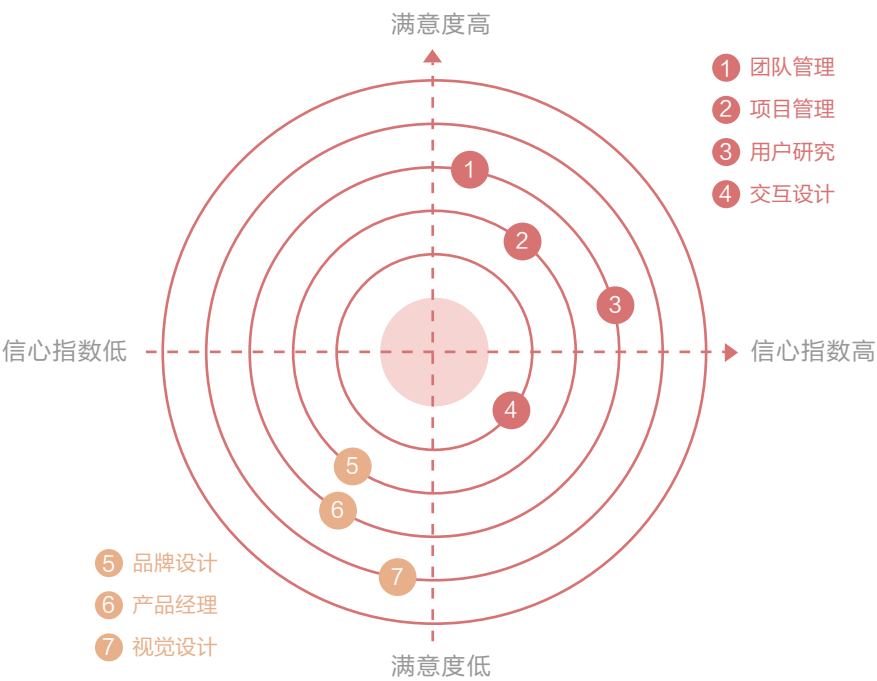
从业者满意度、信心指数均有所下降

从业者满意度为56.4，信心指数为75.0，与2016年满意度、信心指数相比均有下降；团队管理、项目管理、用户研究类“满意度”及“信心指数”较高；交互设计信心指数较高，满意度较低；视觉设计、产品，品牌设计类“满意度”及“信心指数”较低。

满意度&信心指数

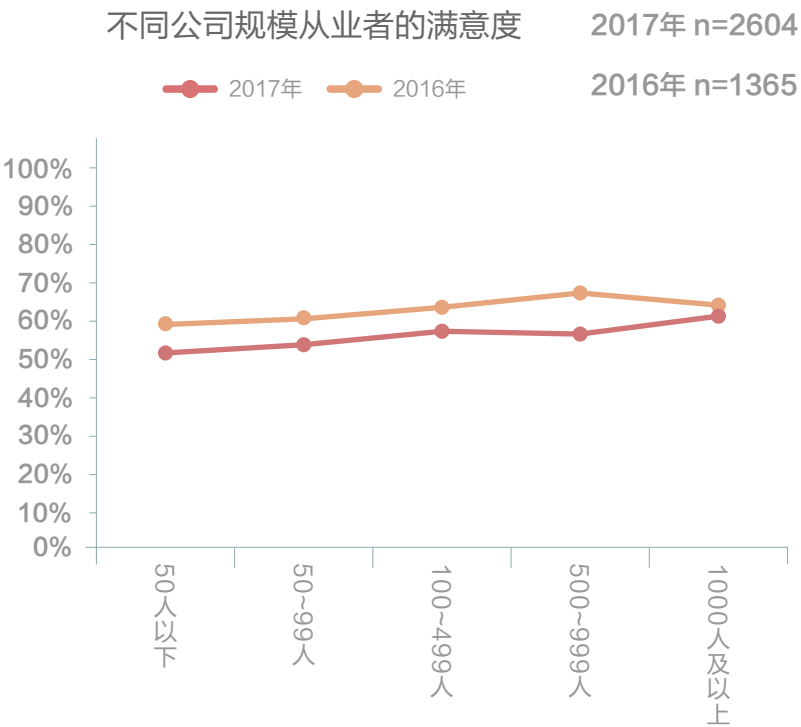
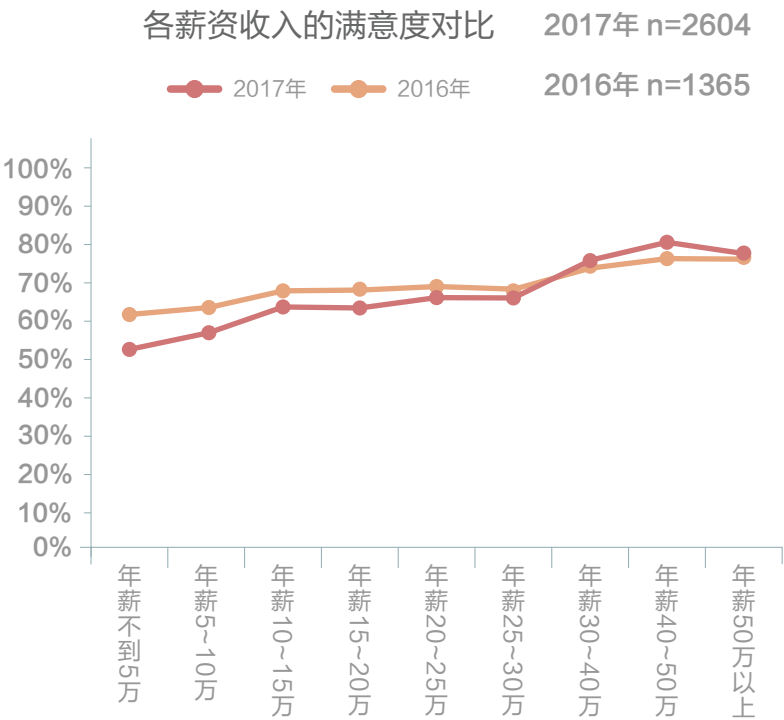


各类别职业满意度&信心指数四象限分布



影响满意度的主要因素

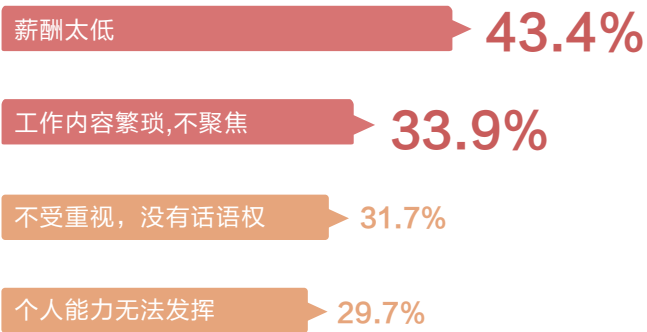
本次受访群体显示，“薪资收入”、“公司规模”与从业者满意度显著相关；与16年相比，薪资30万及以上从业者满意度变化不大，30万以下年收入满意度有明显降低；1000人以上公司的从业者满意度基本持平，1000以下中小公司的满意度有明显下降。



工作不满意的原因

造成从业者不满意的因素有“薪酬太低”(43.4%)、“工作内容不聚焦”(33.9%)、“没有话语权”(31.7%)、“个人能力无法发挥”(29.7%);与16年相比“薪酬太低”占比显著增加。

工作不满意的原因

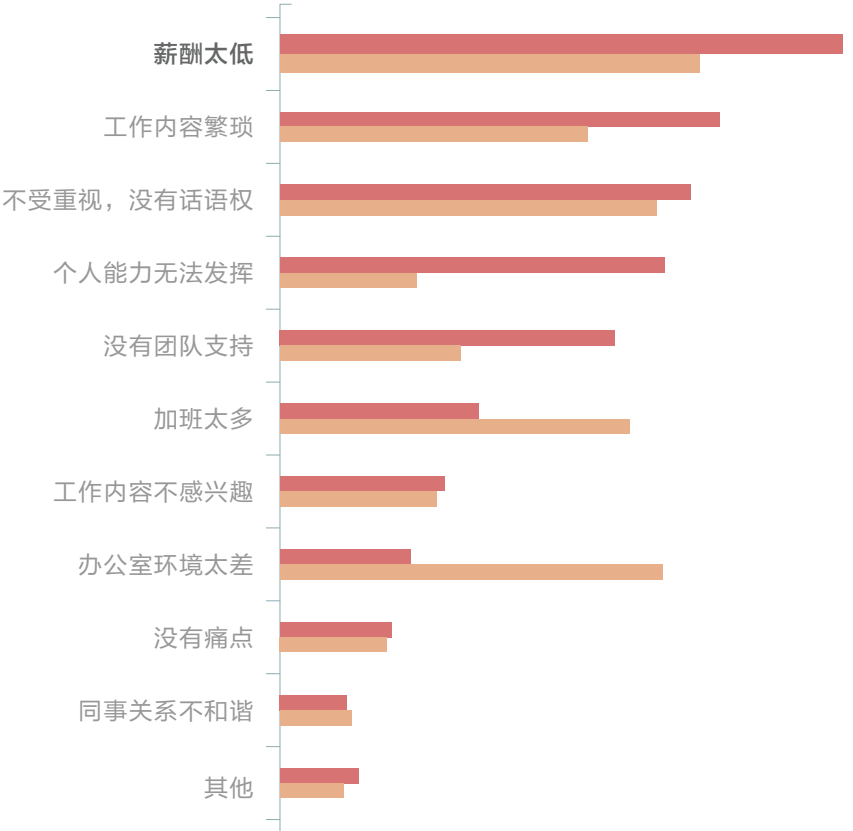


工作不满意的原因对比

2017年 n=2696

2017年 2016年

2016年 n=1454



以上结果仅针对本次调查全体

抱怨薪酬太低的从业者分析

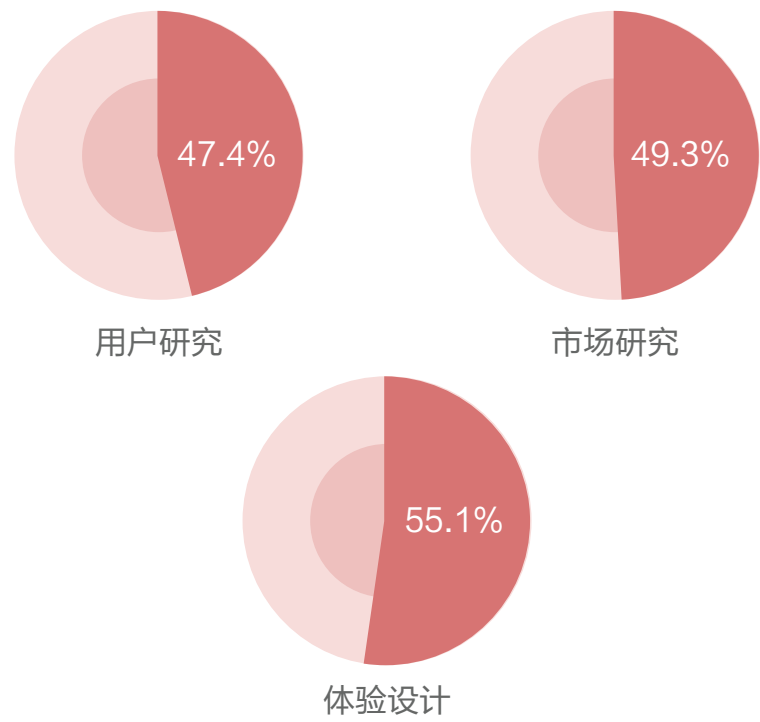
本次受访群体显示，选择不满意原因为薪酬太低的人群与总体相比，“硕士及以上”学历，“3-5年”工作年限的比例较高，分布在“没有独立的用户体验团队”；
抱怨薪酬太低人群的满意度为56.3，信心指数为74.3，与总体满意度56.4，信心指数75.0无显著差异；
抱怨薪酬太低的从业者实际收入与总体收入无显著差异。



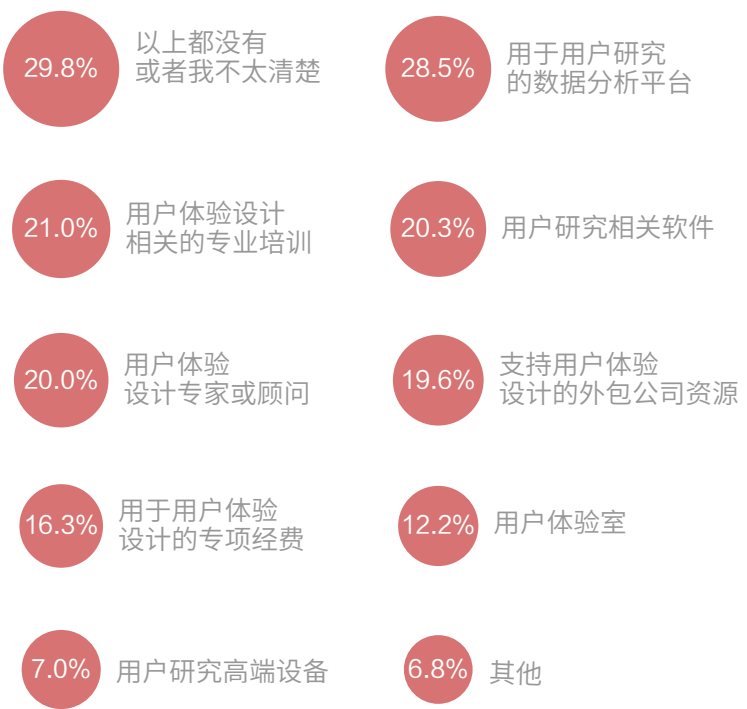
用户体验在公司内的 融入情况体现

重点产品研发流程及用户体验资源

目前所在公司重点产品研发上主要包含的工作有



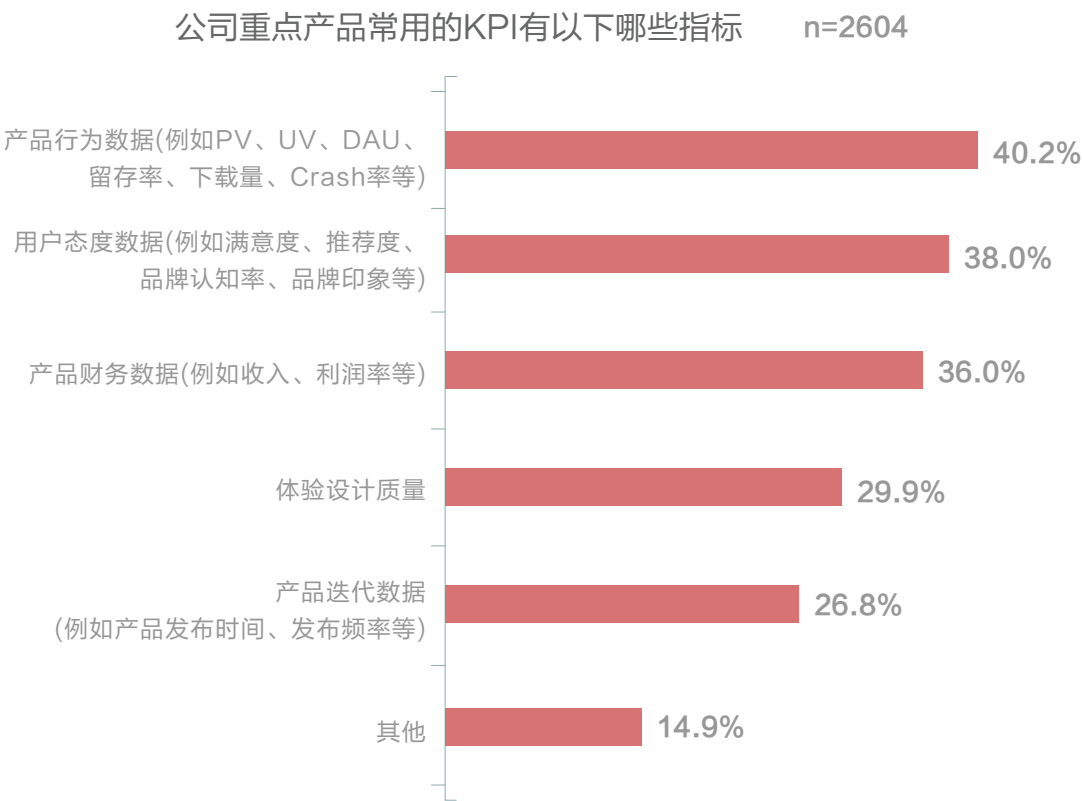
所在公司在用户体验设计的资源



以上结果仅针对本次调查全体

产品评价考核指标

本次受访群体显示，在监测公司重点产品时，常用的KPI指标有“产品行为数据”（40.2%）、用户态度数据(38.0%)、产品财务数据(36.0%)。



以上结果仅针对本次调查全体

核心问题解决依据

本次受访群体显示，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优先比例(42.4%)略高于用户体验优先比例(41.6%)。

不同行业选择存在一定差异性。“广告创意”、“专业设计公司”、“前沿技术”选择优先用户体验；“旅游”、“金融行业”、“教育”、“交通”则选择优先KPI指标。

[产品KPI指标与用户体验相冲突时]



41.6%

选择用户体验优先

广告创意、专业设计公司、前沿技术



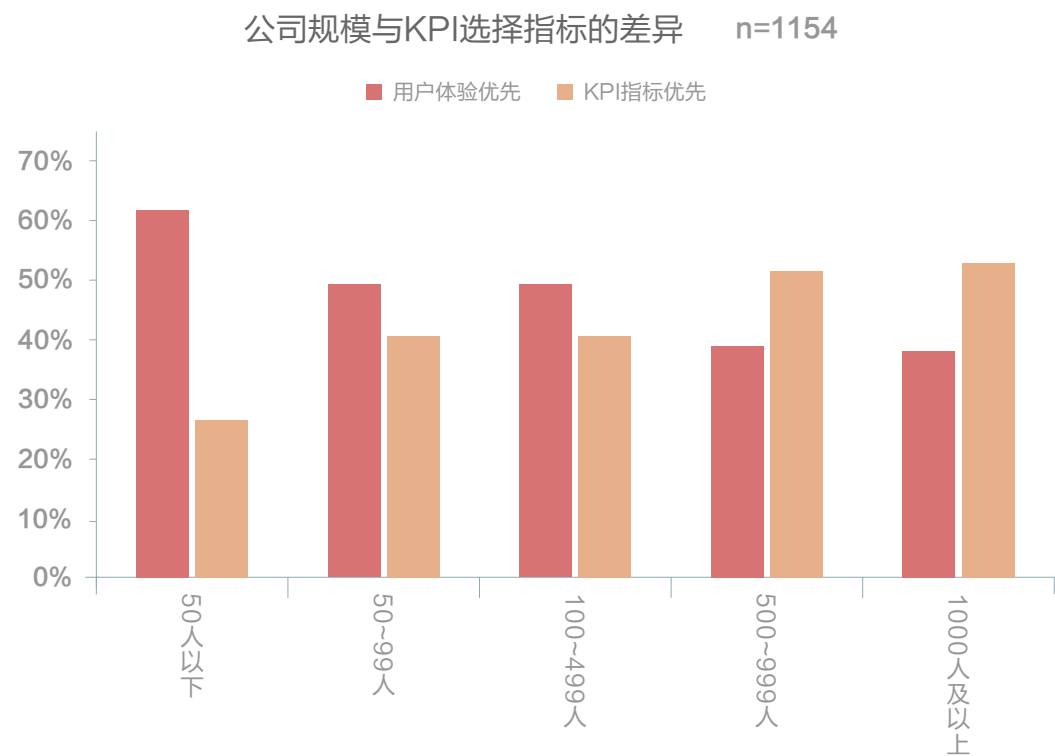
42.4%

选择KPI优先

旅游、金融行业、教育、交通

公司规模与KPI选择指标有差异

本次受访群体显示，产品KPI指标与用户体验相冲突时，小型公司选择以“用户体验优先”，中大型公司则选择以“KPI指标优先”。



跳槽分析

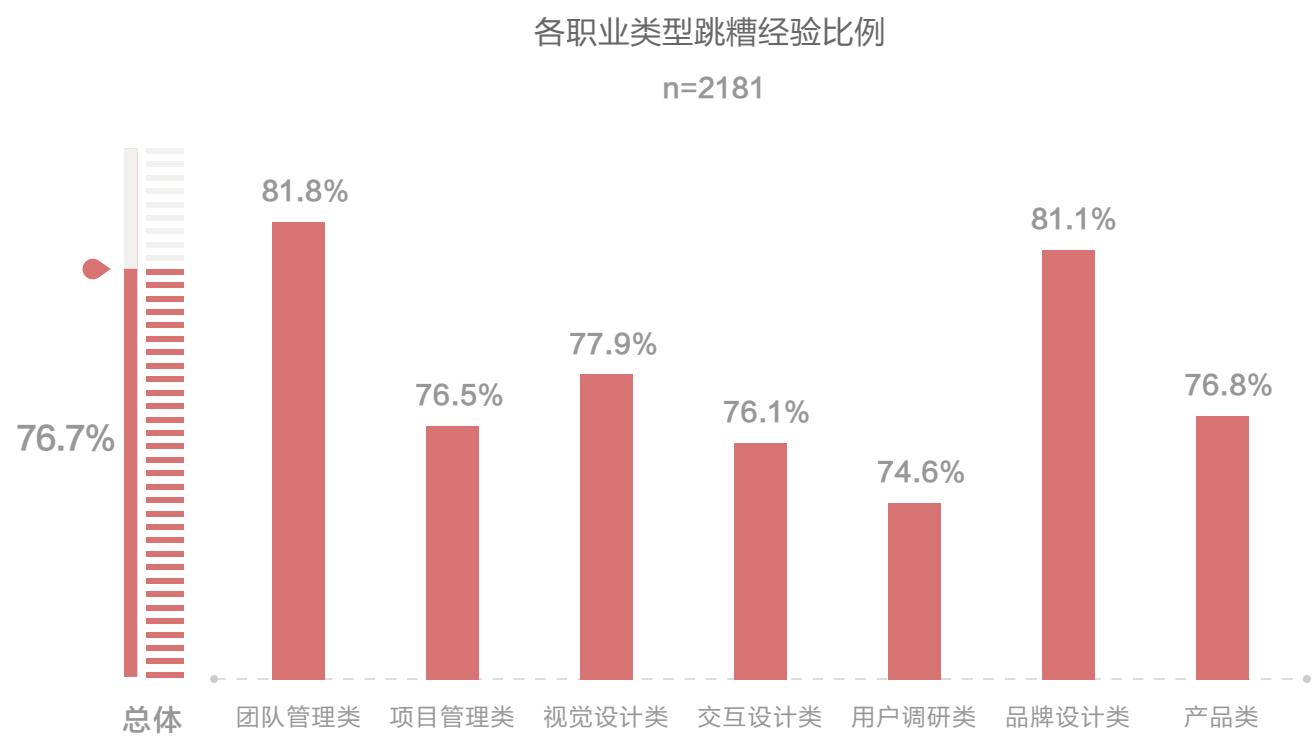
“

从业人员流动性较大，从关注产品开始转向看中公司，跳槽真的能带来很大变化？

”

七成从业人员有过跳槽经历

团队管理、品牌设计类有过跳槽经验的占比均达到8成，其他各类跳槽人员占比相对较低。

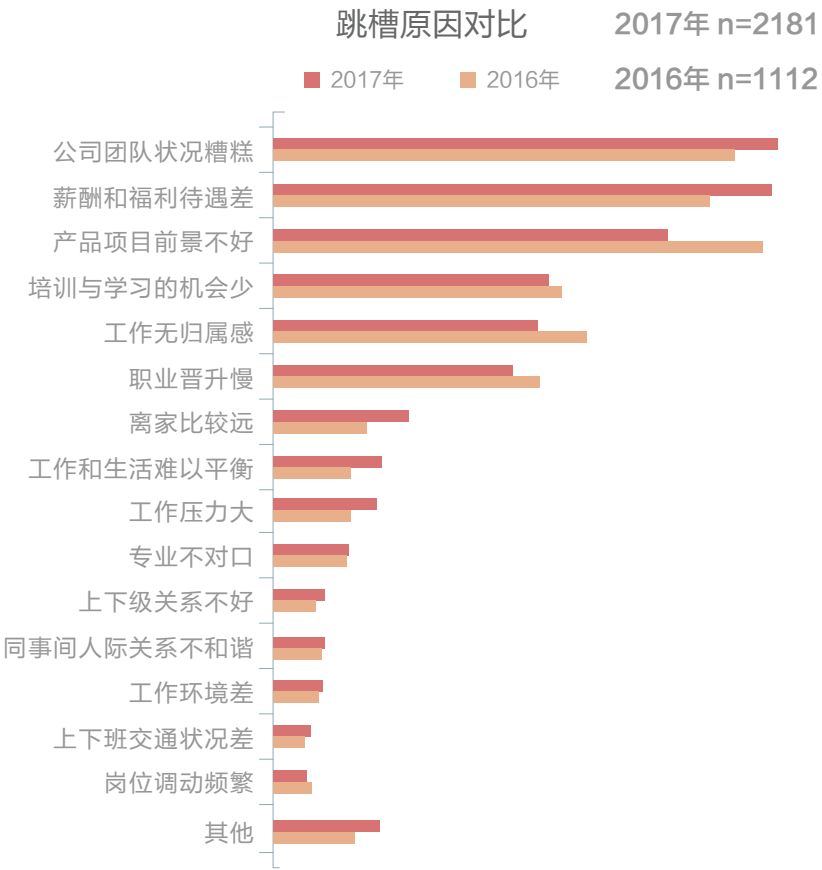
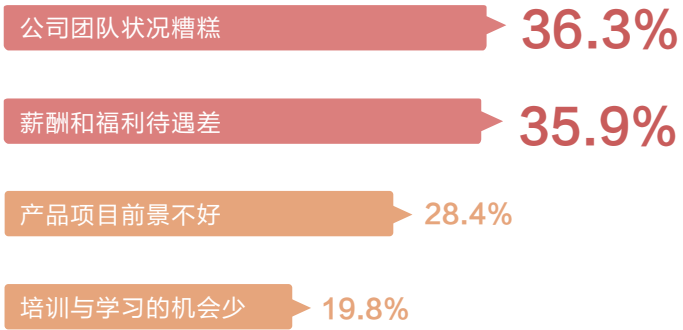


以上结果仅针对本次调查全体

为什么跳槽？

用户体验行业中，从业者主要因为“公司团队状况糟糕”（36.3%）、“薪酬和福利待遇差”（35.9%）、“产品项目前景不好”（28.4%）、“培训与学习的机会少”（19.8%）跳槽；
与去年相比，从业者更加看重公司平台，产品项目前景因素有所降低。

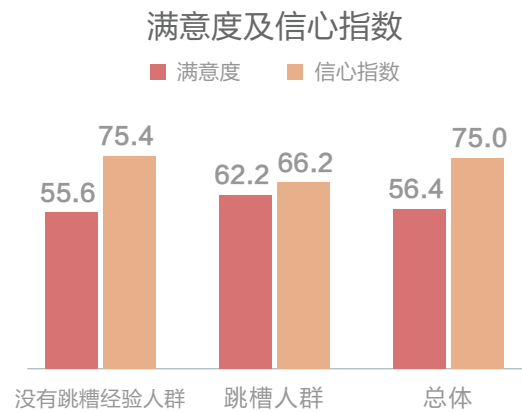
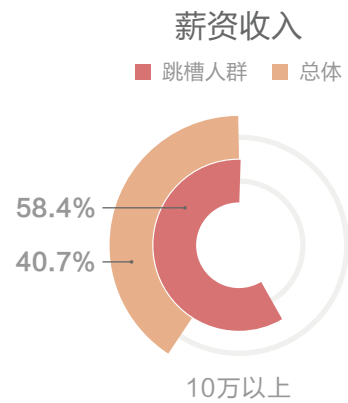
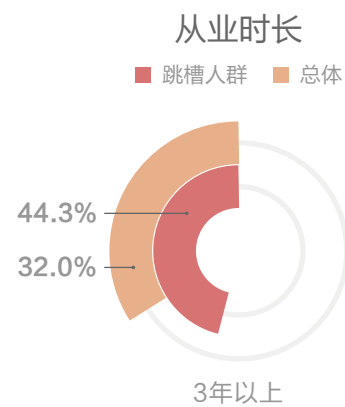
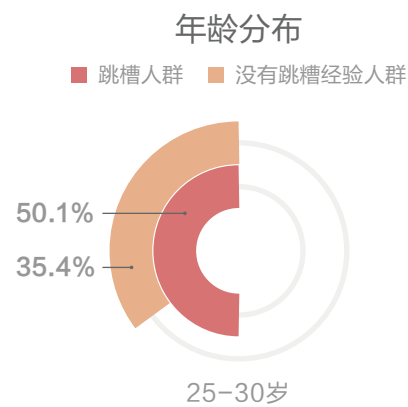
最近一次跳槽的原因



以上结果仅针对本次调查全体

跳槽人群分析

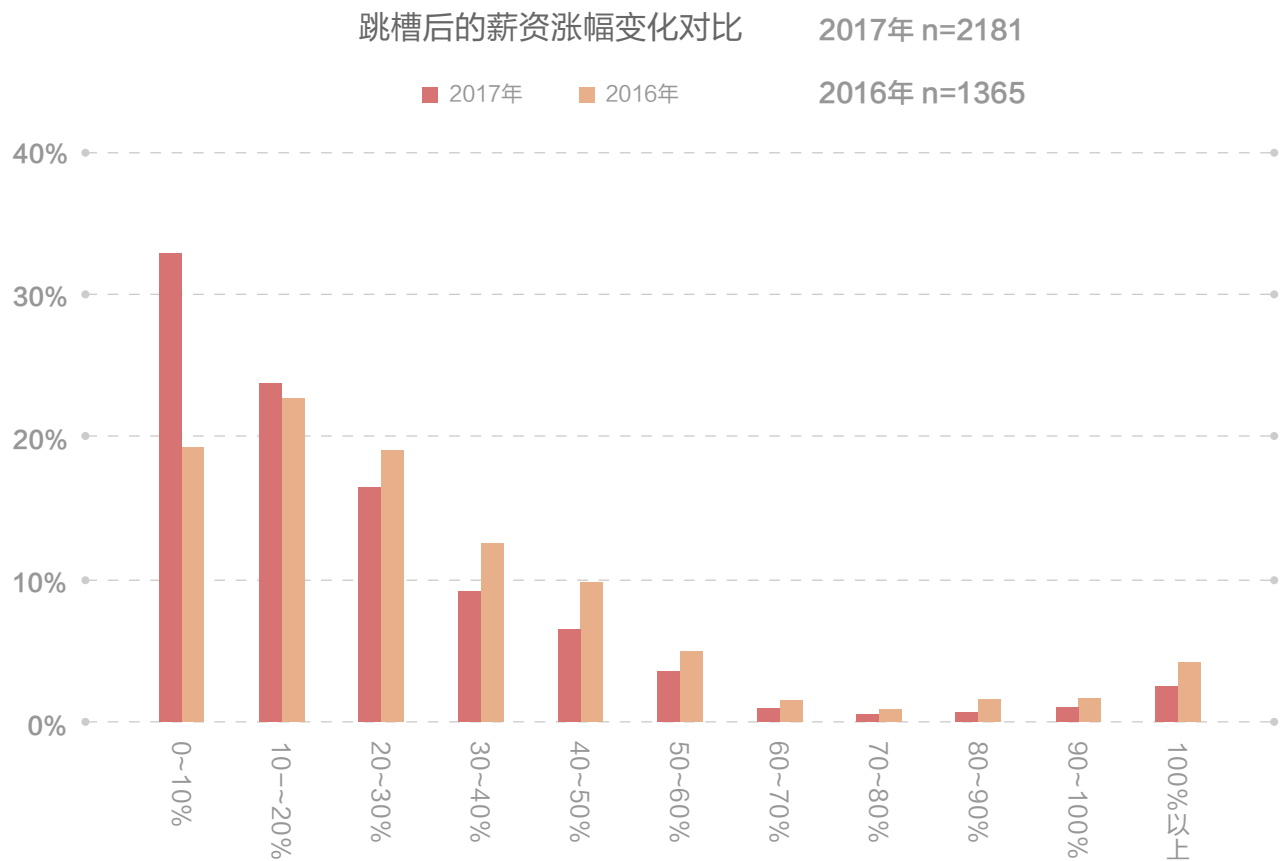
本次受访群体显示，有过跳槽经验的人群中，25-30岁跳槽比例**较高**，从业时长3年以上，薪资收入在10万以上的占比**高于总体**；跳槽人群满意度高于总体，但信心指数则低于总体。



以上结果仅针对本次调查全体

与16年相比，跳槽带来的薪资涨幅放缓

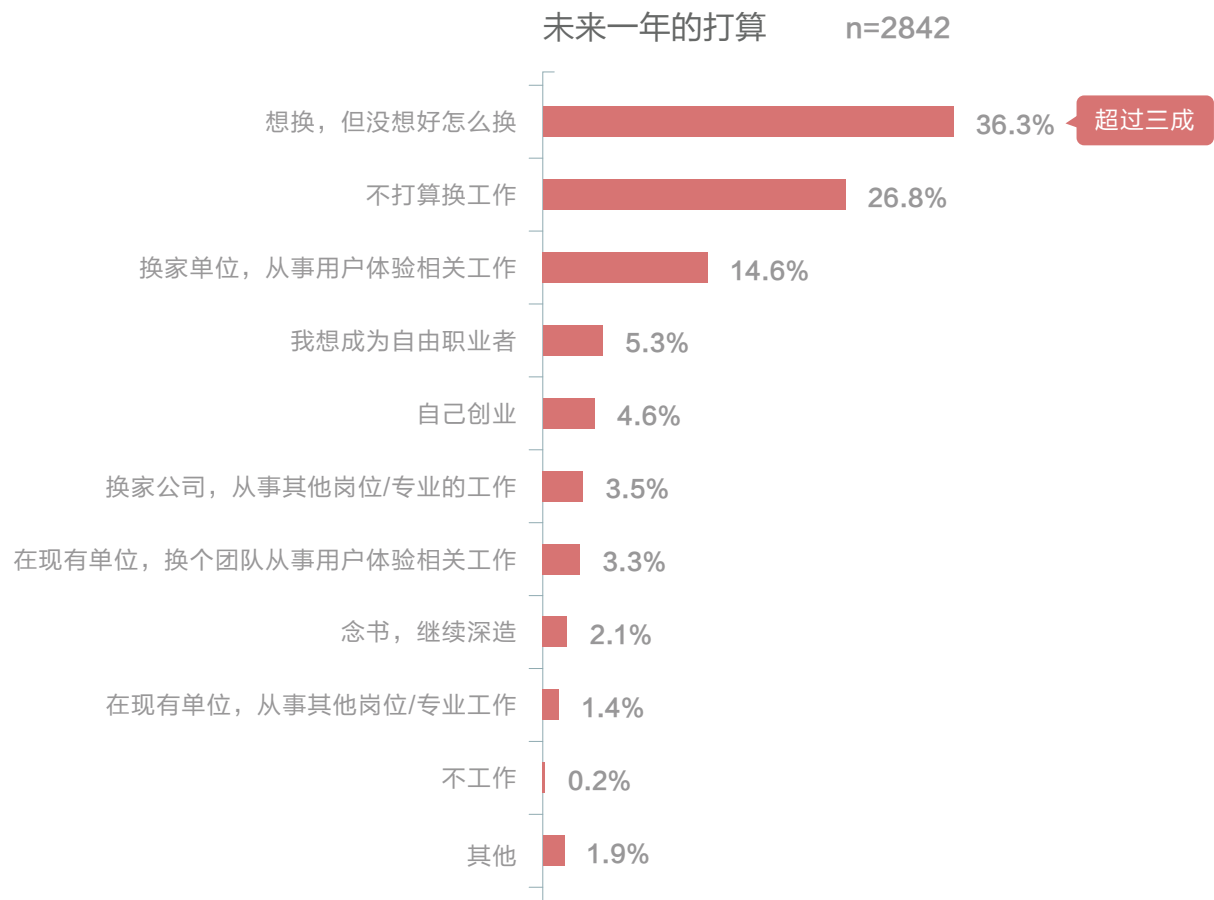
跳槽后，薪资增长在0-10%占比**最高**；2016年薪资增长最高分布在**10%-20%**。



以上结果仅针对本次调查全体

未来的一年打算

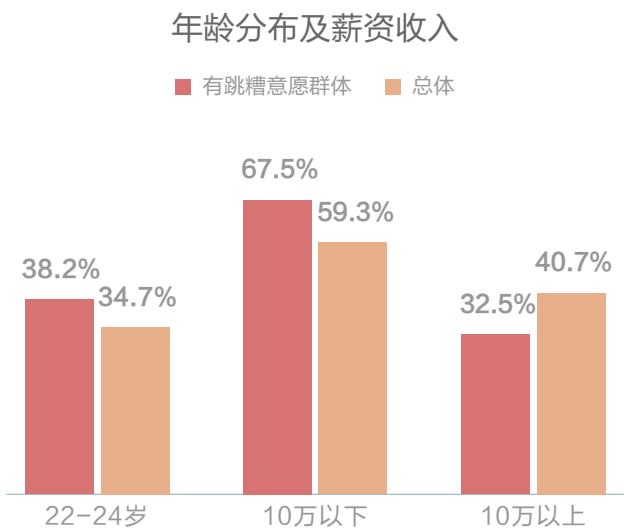
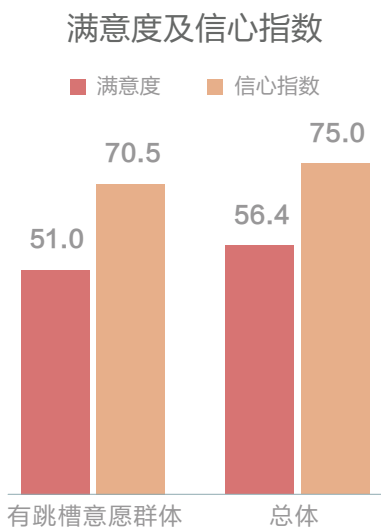
本次受访群体显示，未来一年有**超过3成**从业者表示“想换但没想好怎么换”；



以上结果仅针对本次调查全体

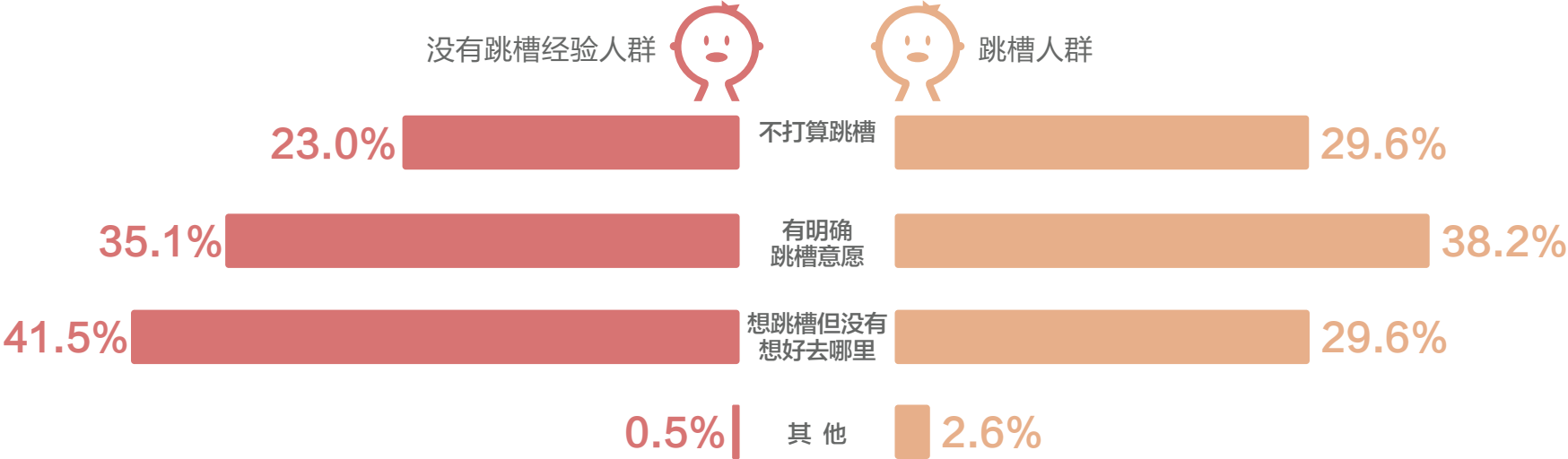
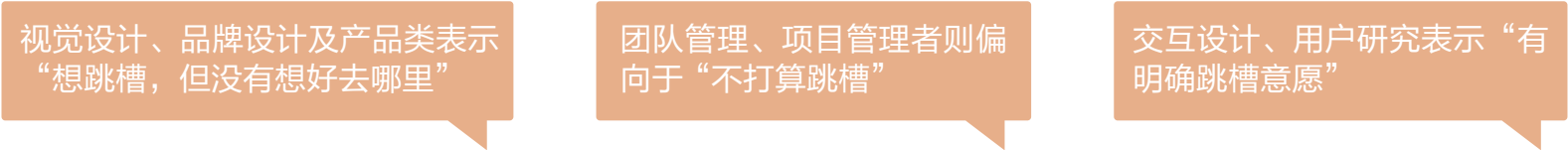
未来一年有跳槽意愿的群体分析

未来一年有跳槽意愿的群体，满意度和信心指数明显低于总体，年龄22-24较高，薪资10万以下高于总体。



跳槽意愿分析

本次受访群体显示，有过跳槽经验的人群，未来一年的跳槽意愿**高于**没有跳槽经验的人群。
有过跳槽经验的人群跳槽方向更加明确，没有跳槽经验的人群偏向于“想跳槽，但是没有想好去哪里”。



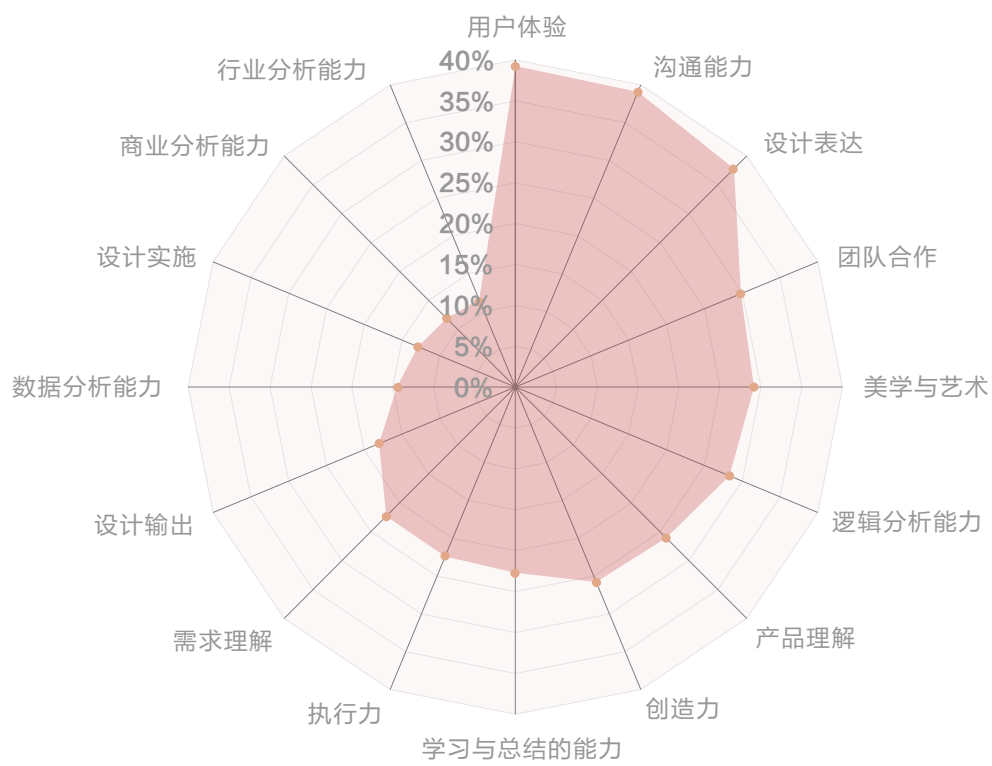
核心竞争力



从业者的核心竞争力

本次受访群体显示，从业者认为在用户体验行业中为了保证核心竞争力，需要具备的基本技能有“用户体验”、“沟通能力”、“设计表达”、“团队合作”、“美学与艺术”等。

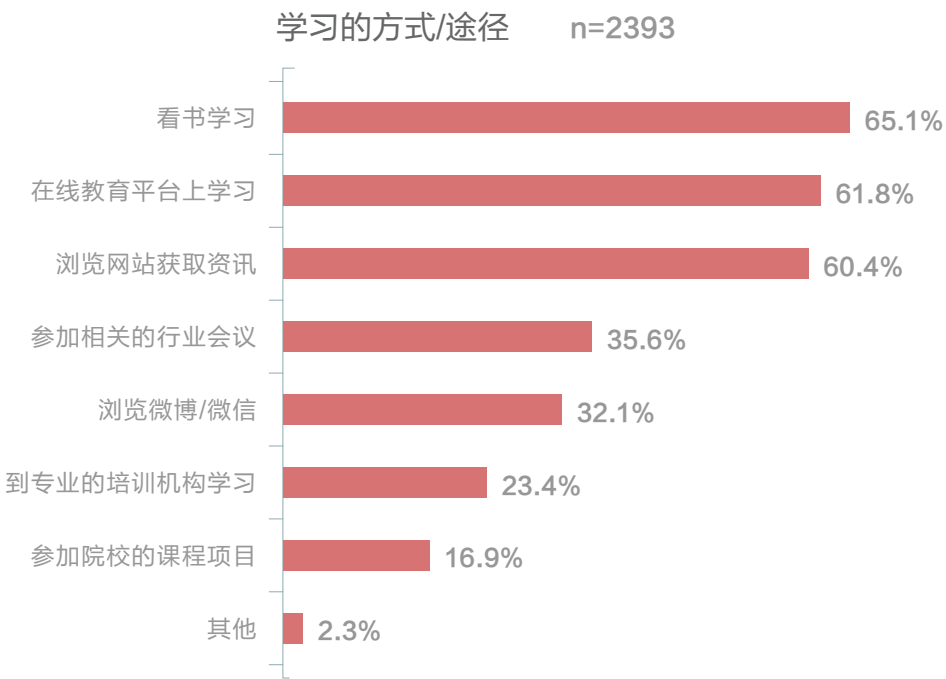
保持核心竞争力需要具备的能力模型 n=2842



以上结果仅针对本次调查全体

八成的从业者有继续深造计划

有计划继续深造的人群中,学习方式/途径主要有“看书学习”(65.1%)、“在线教育平台上学习”(61.8%)、“浏览网站获取资讯”(60.4%)、“参加相关的行业培训”(35.6%)。





腾讯问卷®
不仅仅是问卷



调查报告由腾讯问卷提供数据分析与支持

主办单位:



协办单位:



报告主编: 国际体验设计大会[IXDC]

专家指导: 腾讯CDC

数据调研: 腾讯CDC

视觉设计: 腾讯用户研究与体验设计中心

数据调研分析负责人:

陈妍 腾讯用户研究与体验设计中心[CDC]

胡晓 国际体验设计大会[IXDC]