



用户体验行业调查报告



主办方：IXDC & 腾讯用户研究与体验设计部

研究员：樊中一 漆鹏飞

2015-07

说明：为了解用户体验行业及从业人员状况，IXDC自2011年开始，发布《用户体验行业调查报告》。本次报告联合腾讯用户研究与体验设计部通过网络问卷调查及专家走查的方法对用户体验行业从业者进行了全面的调查研究。希望通过本次调研报告让读者能够迅速获取整个行业的信息概况，了解用户体验行业的发展趋势以及从业者的核心竞争力。

序言

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。

今年 IXDC 联合腾讯 CDC 共同开展了“2015 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、能力要求等几个方面，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。

本次调查共回收问卷 1256 份，经过数据清理有效问卷 1208 份，其中在职者问卷 1110 份（不包括离职人员及学生群体）。在职人员主要来自一二线城市的大中小型企业，包括中高层（13%）、基层管理（24%）、普通员工（63%），主要工作岗位有：团队管理、项目管理、视觉设计、交互设计、用户研究、产品类等。

调查时间：2015.06.11 至 2015.06.19

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

一、用户体验行业报告摘要	1
二、从业者画像	3
2.1 从业背景	3
2.2 工作现状	4
2.3 从业者个人属性	6
2.4 满意度及信心指数	10
2.5 兼职	11
三、收入分析	13
3.1 薪资收入	13
3.2 薪资相关因素	14
3.3 薪资涨幅	16
3.4 薪资涨幅相关因素	17
四、跳槽分析	19
4.1 跳槽人员特征	19
4.2 跳槽原因	21
4.3 跳槽前后变化	21
4.4 跳槽到哪里	23
五、从业者满意度分析	24
5.1 从业者满意度及信心指数分布	24
5.2 工作中不满意的原因	24
5.3 满意度相关因素	25

六、企业团队分析	27
6.1 公司及体验团队结构	27
6.2 过去一年团队规模变化	28
6.3 亲睐的企业及工作领域	28
七、核心竞争力	31
后记	35

一、用户体验行业报告摘要

1. 从业者画像

调查结果显示，用户体验行业从业者主要在25-30岁之间，男女占比均衡，学历在本科以上，大多工作1-2年，其中从事交互设计及视觉设计的从业者人数较多。根据类别占比，本次报告主要对以下人群进行研究分析。

➤ **管理类：有钱、忙碌、经验丰富、重人脉的中年大叔**

男性偏多，年龄偏大（30-40岁），每天工作10小时以上，为扩展人脉会去兼职，大部分换过2次以上工作，3年以上工作经验，收入更高，对行业满意度最高，更愿意创业。

➤ **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（18-24岁），收入低，为增加收入超5成有兼职经历，以艺术、设计专业背景为主，意气风发对行业信心指数最高，但满意度最低。

➤ **交互类：收入居中、调整方向的移动互联网中坚力量**

交互各项数据无明显的特点，男女各半，收入位于居中情况，工作对象以移动互联网为主，大家都在思考未来职业发展规划。

➤ **用研类：高学历、多元化、好学、最稳定的研究专家**

女性偏多，硕士以上学历超3成，专业背景多元化，薪资较高，满意度、信心指数都较高，不轻易跳槽。

➤ **产品类：起点低、涨幅快、追求个人能力提升的小哥**

男性偏多，年轻（25-30），起薪偏低，但涨幅较快，各项专业综合能力要求较高，希望能在工作中不断提升个人专业能力，选择工作更看重产品项目的前景。

2. 薪资

从业者年收入主要集中在5-15万，年均涨幅集中在5%~10%。“是否是管理岗”是影响薪资水平、薪资

涨幅及跳槽涨幅的关键点。此外，薪资还和“从业时长”、“公司规模”、“学历”、“工作地点”、“工作时长”等因素有较大相关性。

3. 跳槽

62% 的从业者有更换工作的经历，主要原因是“薪资和福利”。未来一年大约有54.8%的从业者考虑换工作，大家看好互联网行业，更倾向外资企业。83% 的人换工作后满意度上升。跳槽后薪资涨幅在10%-30%，最大的收获点依次是：“专业能力提升”、“做的事更有价值”、“薪水增加”。

4. 满意度

2015 年调查者对当前工作的满意度为 64.4(总分 100)，相对于 2014 年满意度(59.1)有一定提升。影响满意度的主要因素有“薪酬”、“工作内容”、“是否有话语权”。

5. 团队

用户体验团队结构与公司规模紧密相关，一般千人以上公司设有独立的体验部门，其中团队规模主要在 50 人以下，过去一年体验团队人数普遍有所增加。

6. 能力模型

在用户体验行业中为了保证核心竞争力，需要具备的最基本能力有“沟通能力”，“需求理解能力”，“团队合作”，“用户体验思维”，“逻辑分析能力”等。

二、从业者画像

本次调查显示,用户体验行业从业者主要集中在 25-30 岁之间,男女比例较为均衡;高学历人群较多,98%有大专及以上学历;在行业内工作时间不长,1-2 年的比例最高;62%的从业者表示有过跳槽经历;主要分布在民营企业里从事互联网相关工作。

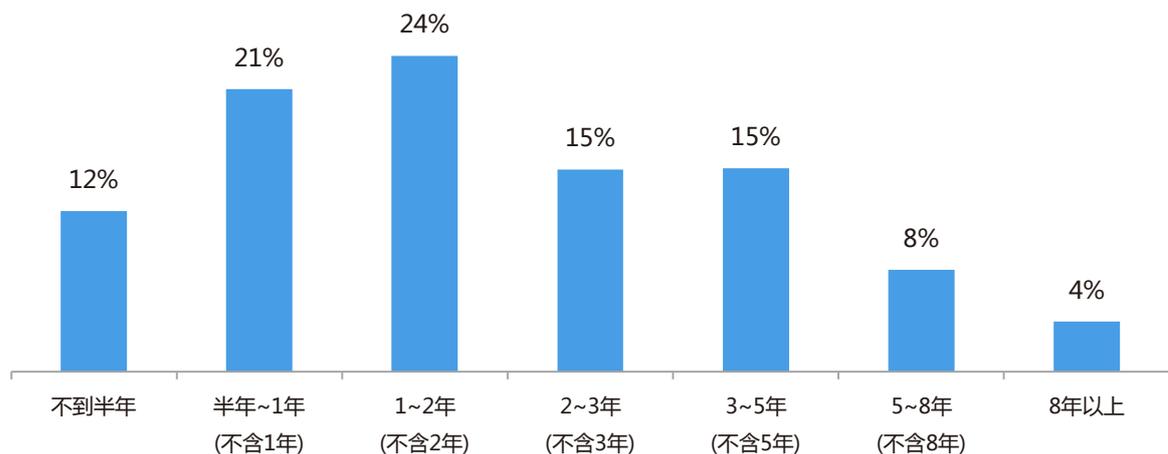
2.1 从业背景

2.1.1 从业时长

调查结果显示,从业时间 1~2 年比例最高,总体从业时间偏短,其中视觉设计人员超过六成,从业时间在 2 年以内。团队管理类从业时间最长,有一半以上在用户体验行业超过 3 年。

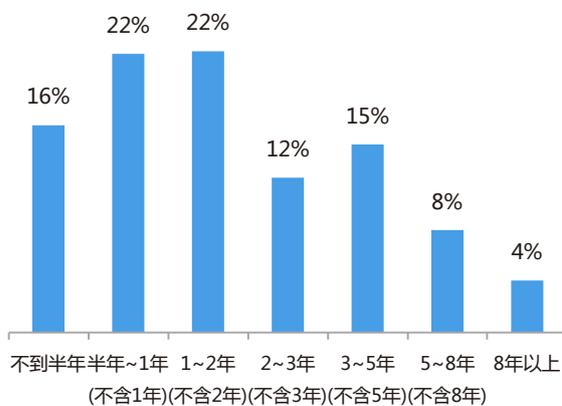
N=1208

从业时长分布



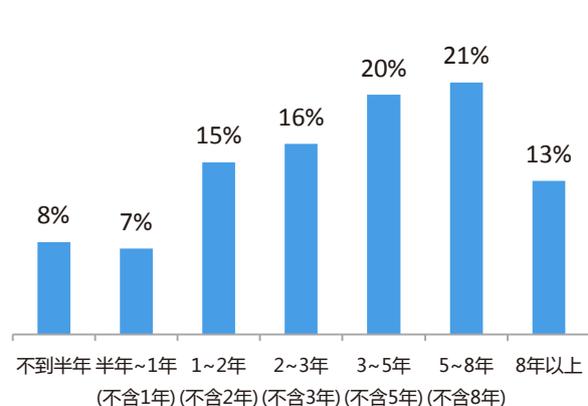
N=531

视觉设计类



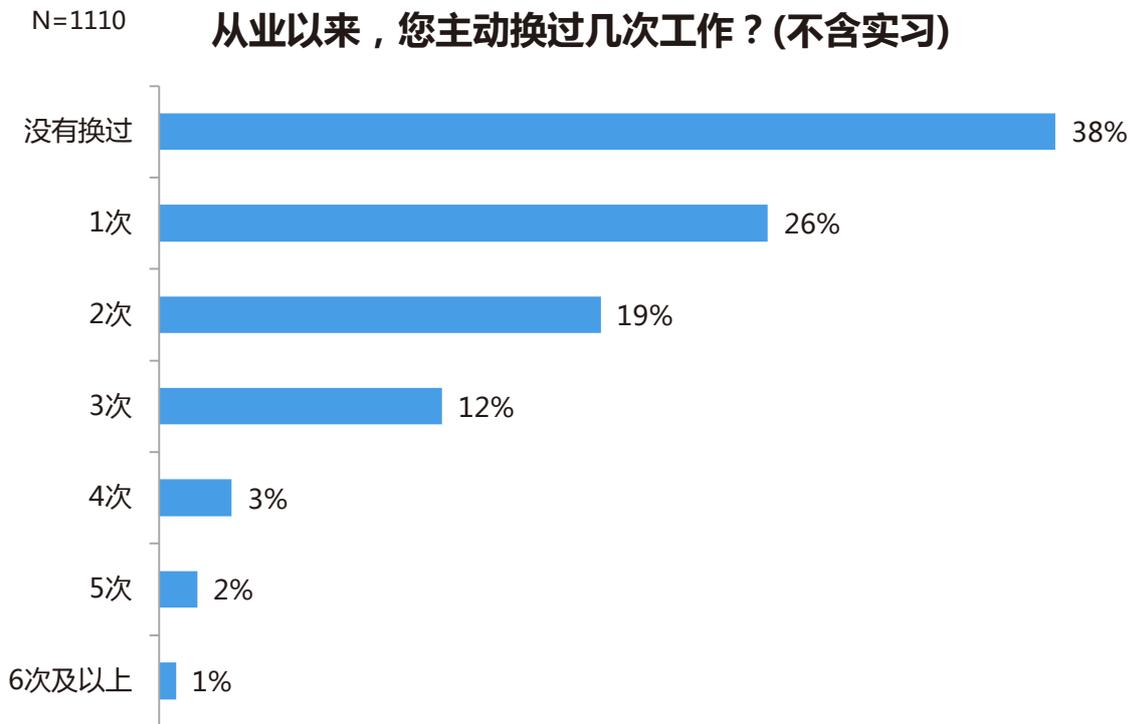
N=193

团队管理者



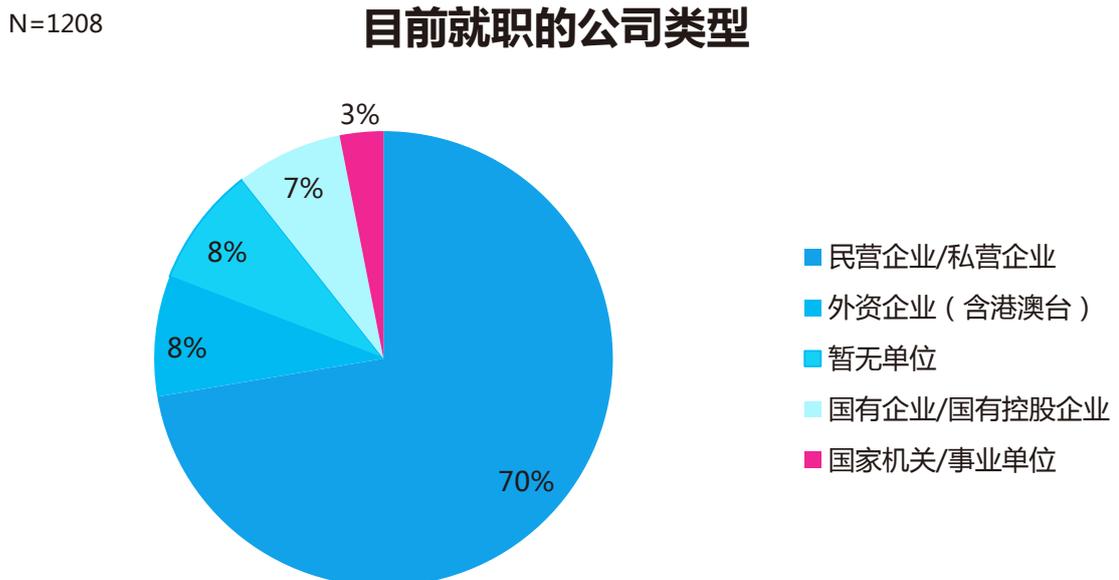
2.1.2 跳槽经历

调查结果显示，62%从业者有过跳槽经历，其中主动换过 1-2 次的有 44.5%。



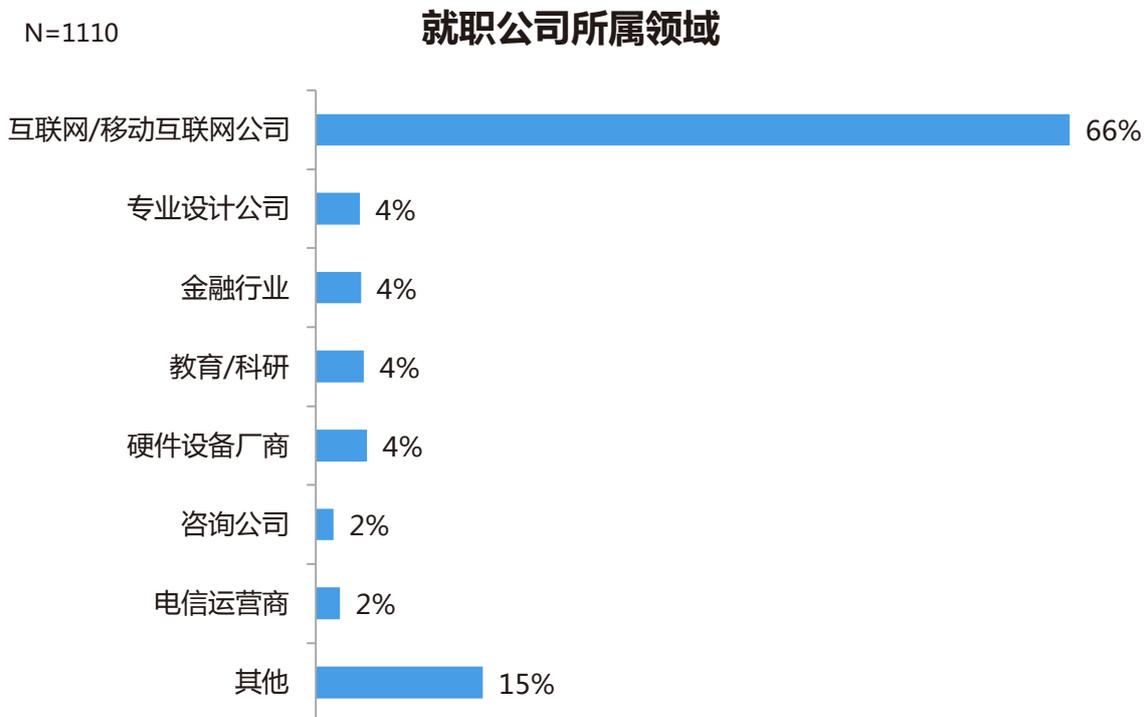
2.2 工作现状

调查结果显示，目前从业人员主要分布在民营或者私营企业，占比达到 70.2%。外资公司（包括港澳台）的占比 8.3%与国有企业（7.3%）相近。



2.2.2 公司领域

从业人员就职公司主要集中在“互联网/移动互联网领域”(65.5%),其次是“硬件设备厂商”(4.5%),“教育科研”(4.2%),“媒体广告”(4.1%)。与往年相比“硬件设备”和“电信运营商”占比有一定程度下降。

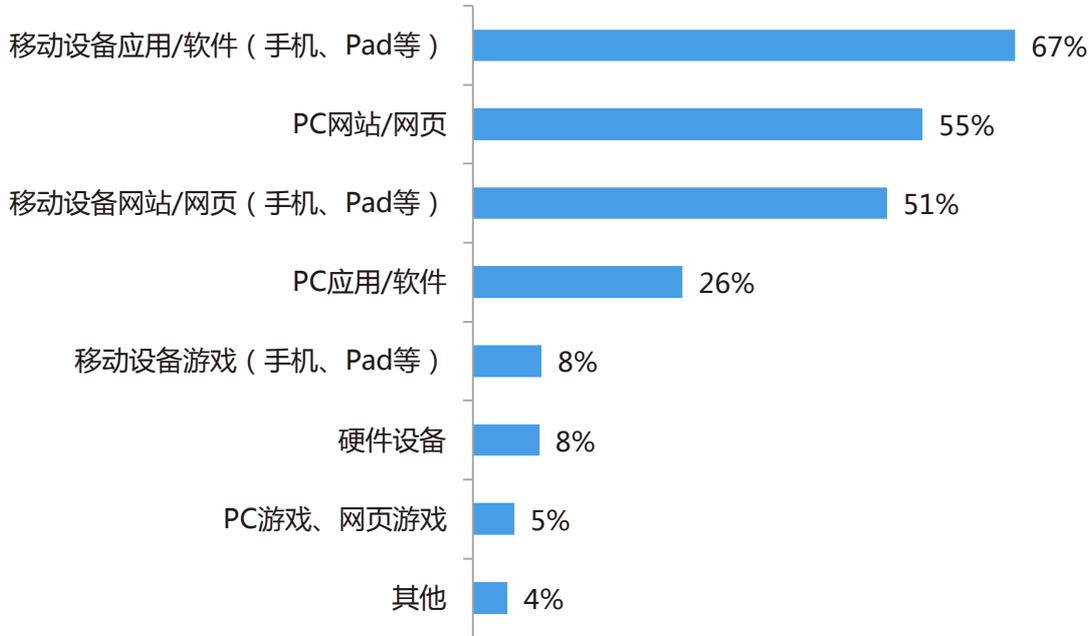


2.2.3 工作对象

调查结果显示，从业者中从事移动端的比例高于pc端，移动端以应用、游戏类开发为主，PC端则以网页/网站的开发为主。

N=1110

工作涉及的主要对象

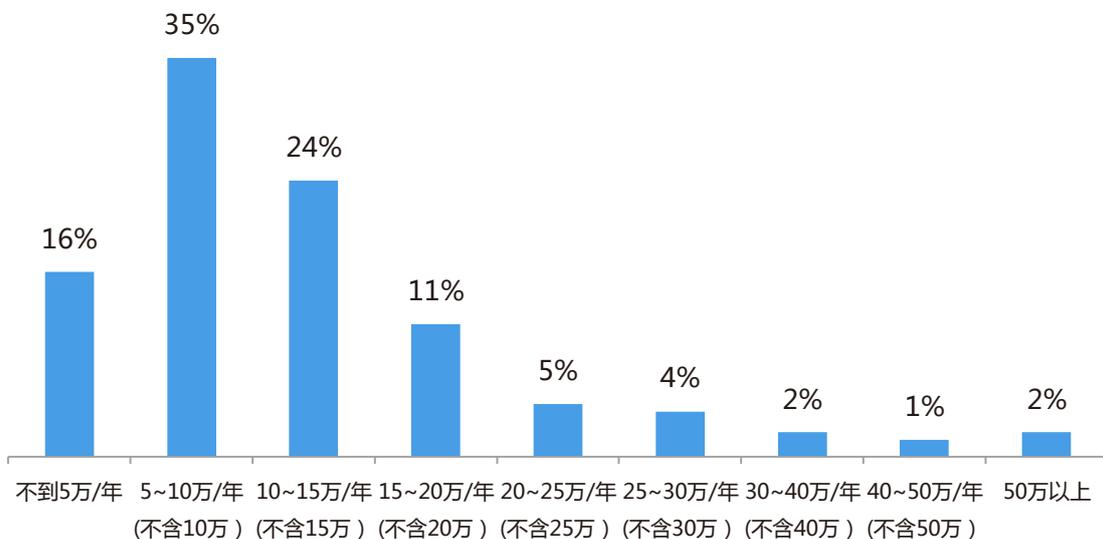


2.2.4 工资收入

调查结果显示，超过三成从业者税前工资收入在5~15w。

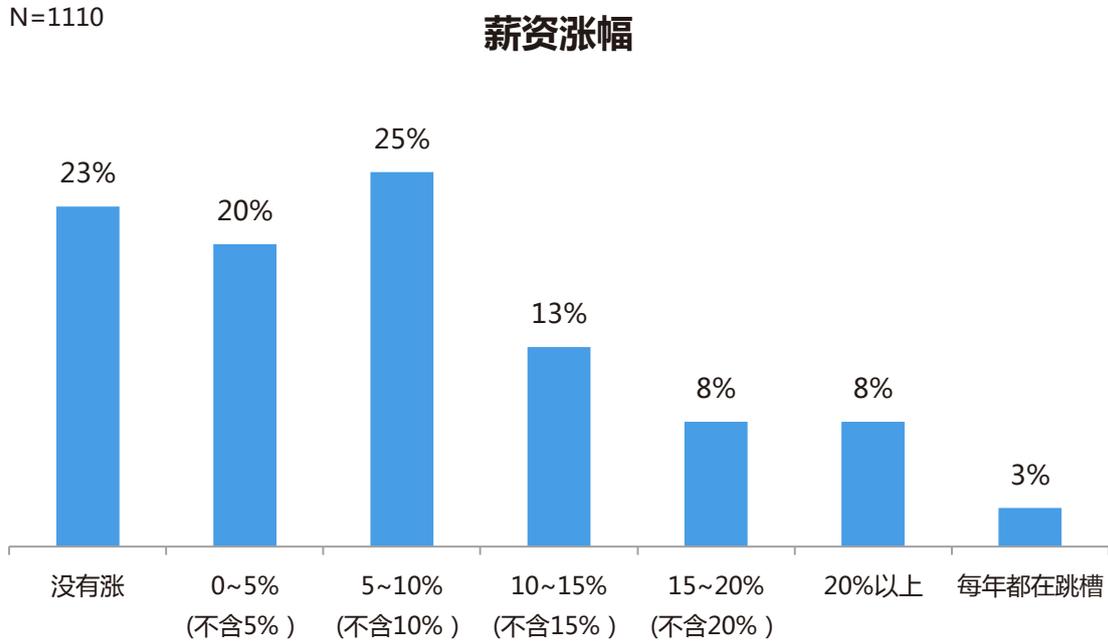
N=1110

薪资分布



2.2.5 工资涨幅

从业者工资涨幅主要集中在 5%~10%，团队管理、项目管理类涨幅相对较大，5%~15%的占比较高，非管理岗位“没有涨”的比例明显高于管理类。

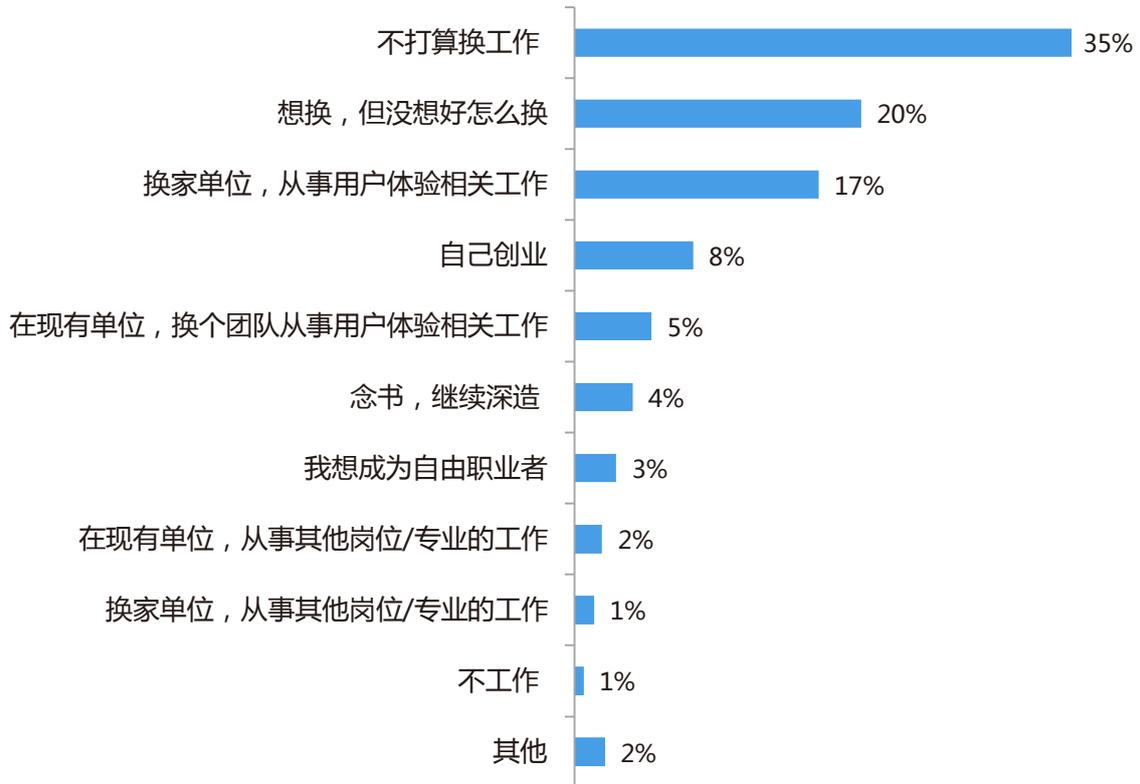


2.2.6 跳槽意愿

调查结果显示，未来的一年内 54.8%的从业者考虑换工作，其中 20.3%的人员表示“想换，但没想好怎么换”，8.4%的人员“自己去创业”。在有跳槽意愿的人群中，用户研究类主要考虑在公司内部换其他用户体验岗位，视觉设计则倾向于去外面公司继续从事用户体验工作，管理者选择创业、换到其他公司从事非用户体验行业的比例更高。

N=1110

未来一年，是否考虑跳槽

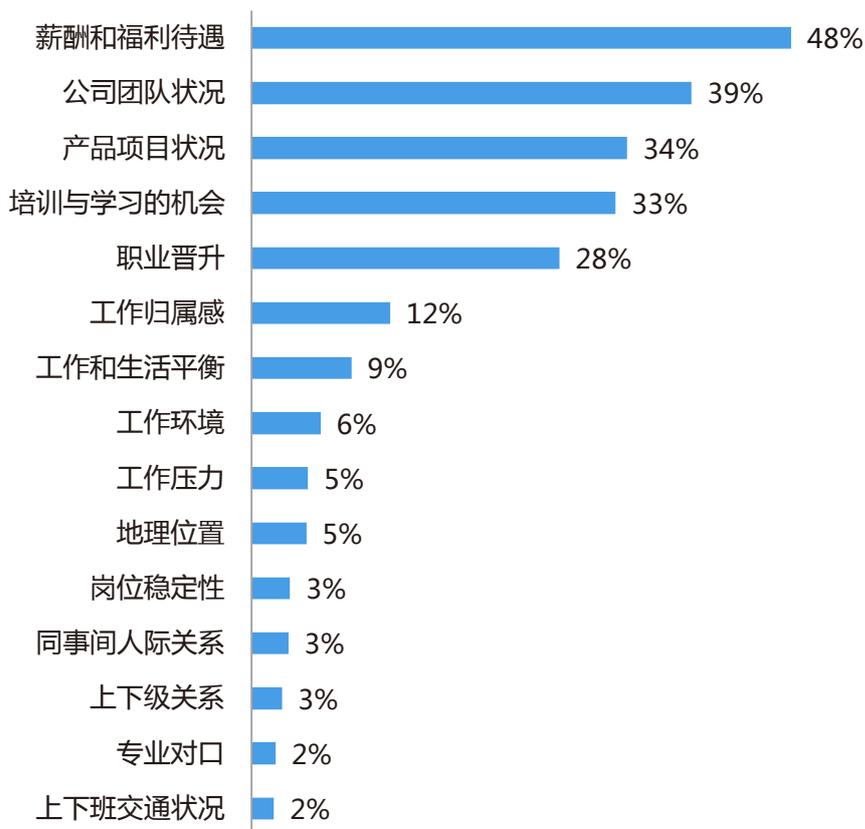


2.2.7 跳槽因素

调查结果显示，从业者选择跳槽时主要的考虑因素有“薪酬和福利待遇”（48.4%），“公司团队状况”（39.5%），“产品项目状况”（33.7%），“培训学习机会”（32.7%）。与其他类别相比，团队管理者考虑“职业晋升”因素的占比较高。

N=1110

考虑跳槽的因素

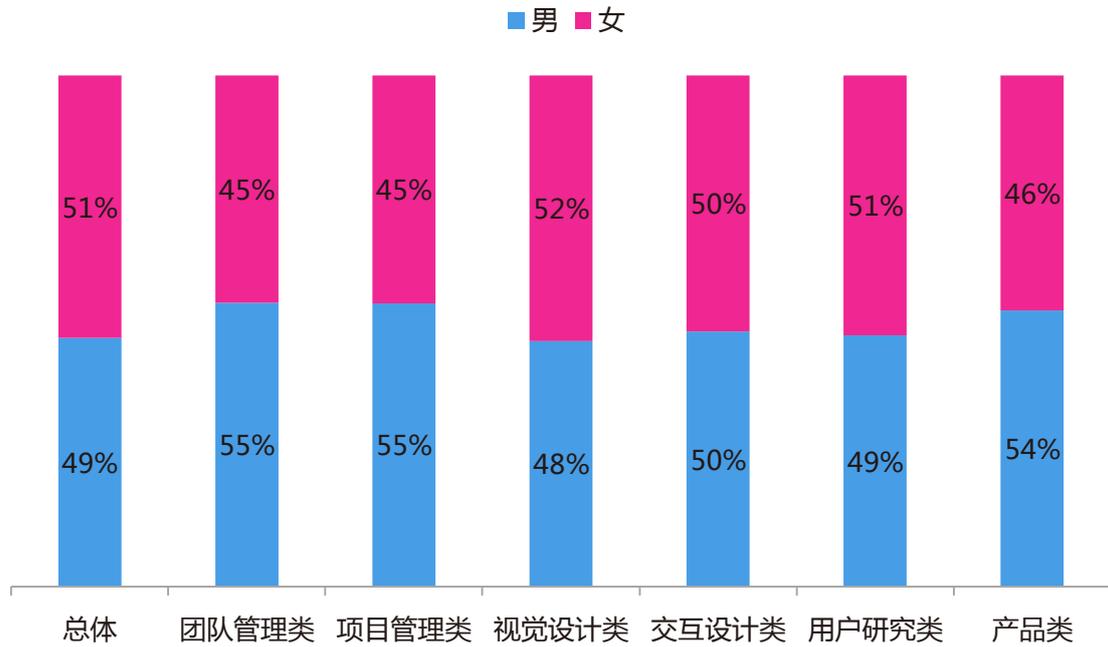


2.3 从业者个人属性

2.3.1 性别

调查结果显示，用户体验行业男女比例较为均衡，其中团队管理类、项目管理类及产品类男性比例相对较高，视觉设计、用户研究女性占比相对略高，交互设计男女比例基本持平。

各岗位性别分布

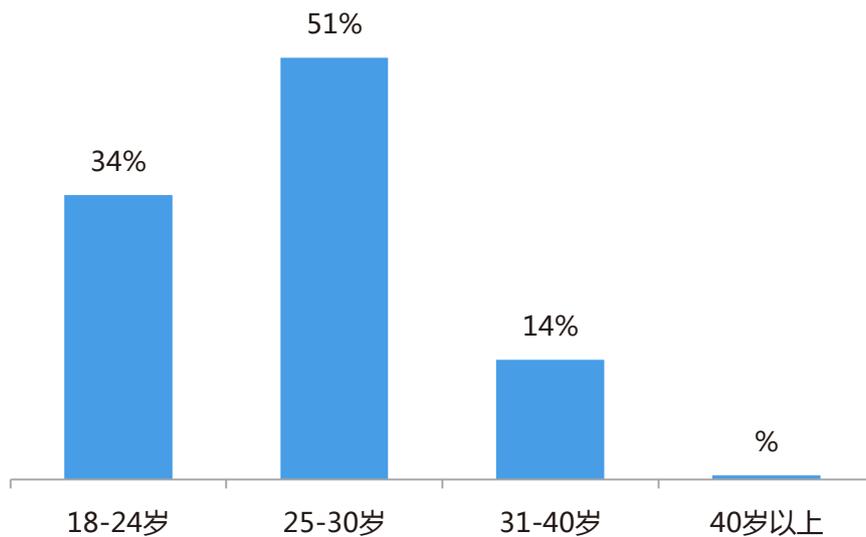


2.3.2 年龄

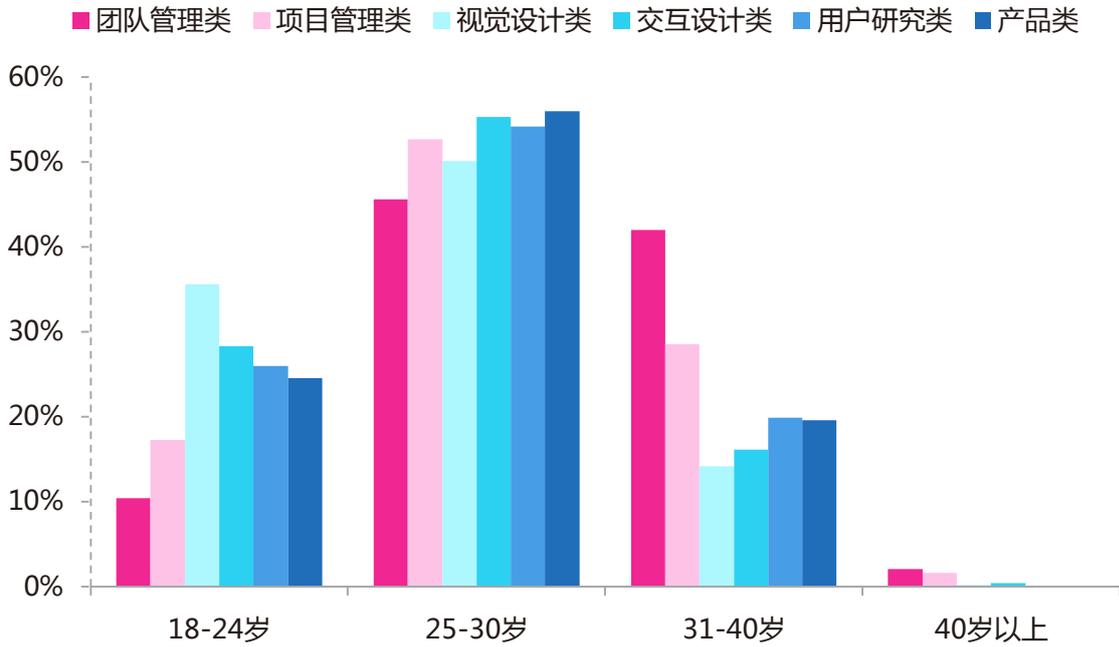
调查结果显示，从业者年龄主要集中在 25~30 岁。团队管理类年龄较大，其中超过半数人员在 30 岁以上，视觉设计年龄偏小，仅 14.3% 的年龄超过 30 岁。

N=1208

总体年龄分布



各类型年龄分布

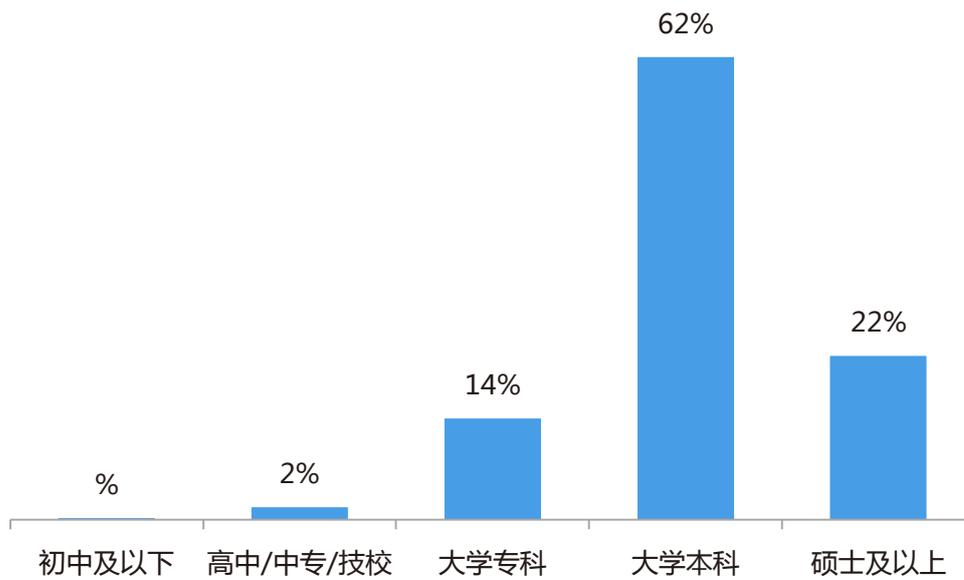


2.3.3 学历

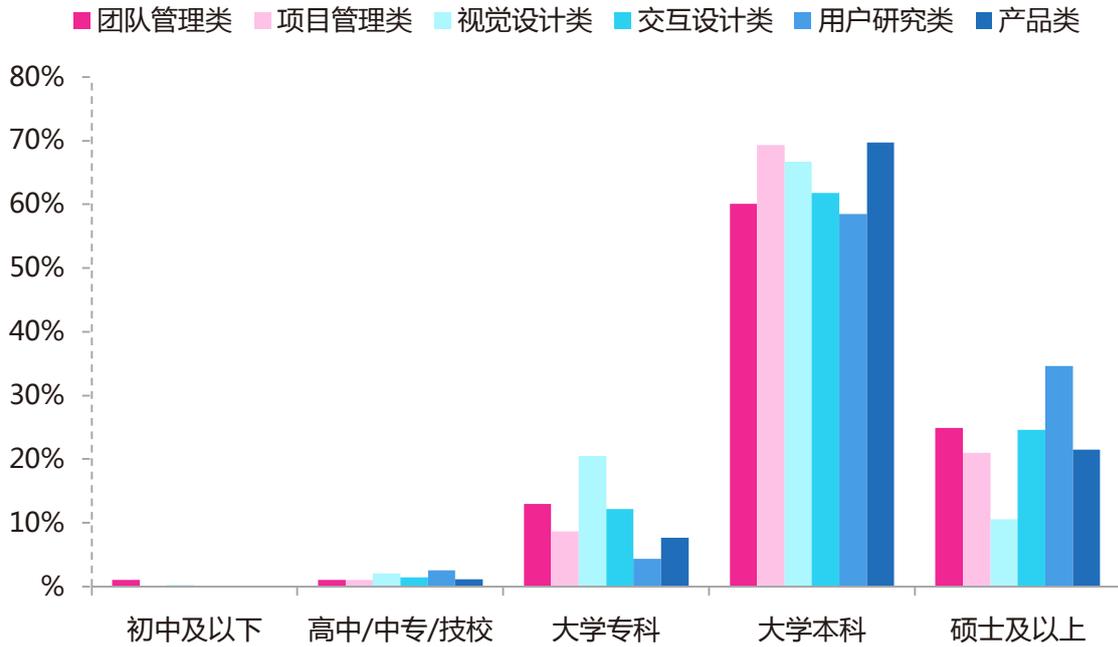
调查结果显示，用户体验行业从业者学历普遍较高，其中 98% 有大专及以上学历。用户研究类 34.7% 拥有硕士及以上学历，视觉设计类大专学历占比高于其他群体。

N=1208

总体学历分布



各类型学历分布

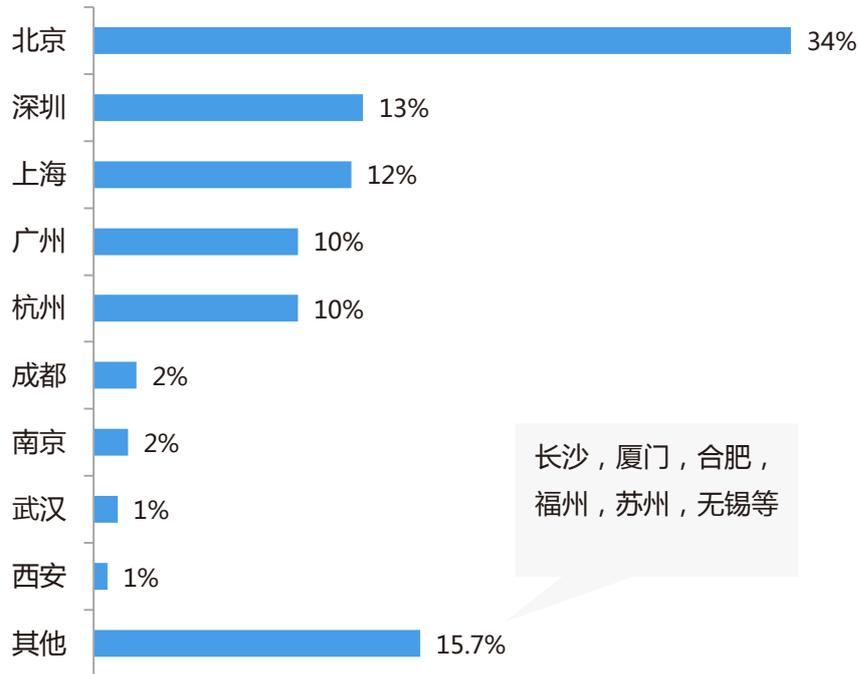


2.3.4 工作城市分布

调查结果显示，约七成从业者工作地分布在北上广深四个城市，其中超过三成人员分布在北京；除此外，深圳（13.0%），上海（12.4%），广州（9.9%），杭州（9.9%）等地也是用户体验行业较为集中的城市。

N=1110

工作城市分布



2.3.5 专业背景

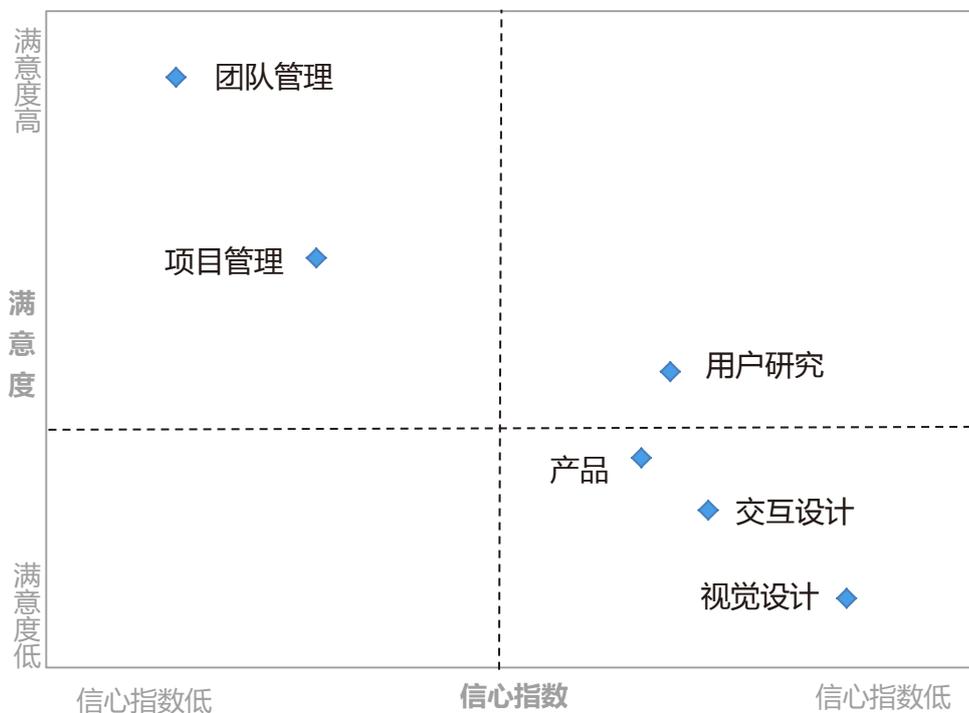
用户体验行业人员的专业背景主要是设计, 艺术及计算机, 其中用户研究类和产品类别的专业背景更加广泛, 心理学、社会学、数据、机械化等专业的比例相对较高。

2.4 满意度及信心指数

调查结果显示, 2015 年从业者工作满意度为 64.4 (总分 100), 与 2014 年 59.5 相比有一定升高。行业信心指数 81.9 (总分 100), 与 2014 年 83.4 相比略有下降

管理者“满意度”最高但“行业信心指数”最低; 视觉, 交互, 产品类“满意度”较低而对目前“行业信心指数”较高; 用户研究“满意度”及“信心指数”均较高。

用户体验行业满意度VS信心指数

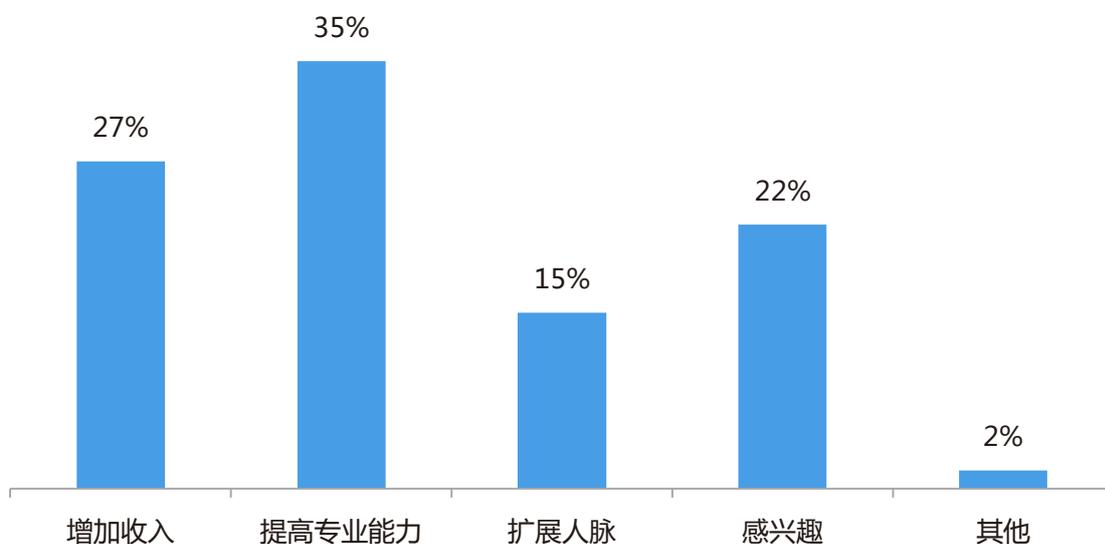


2.5 兼职

调查结果显示,33.1%的从业者有过兼职经验,选择兼职的主要原因是“提高专业能力”、“工资收入”。

N=591

选择兼职原因



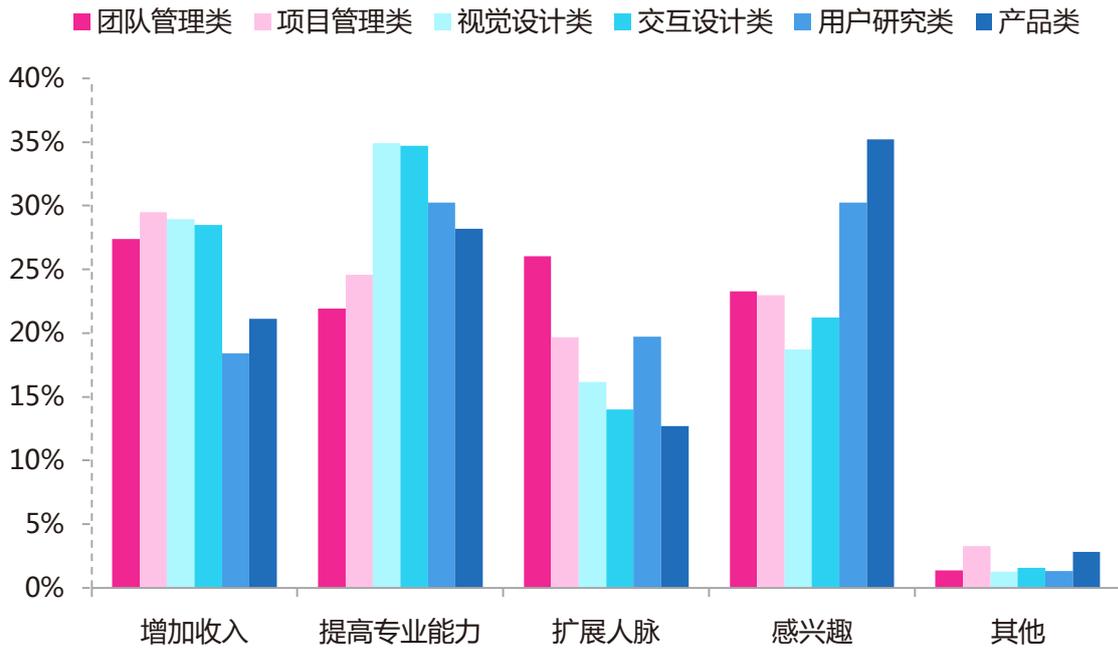
团队及项目管理者兼职比例较高仅次于视觉设计，选择原因主要是“扩展人脉”，“增加收入”。

视觉设计从业者有 44.7%从事过兼职，比例高于其他群体，选择兼职的原因主要是“提高专业能力”，“增加收入”。

用户研究类从业人士兼职比例较低，仅 27%从事过兼职工，选择兼职的原因主要是“感兴趣”，“提高提高专业能力”。

N=1110

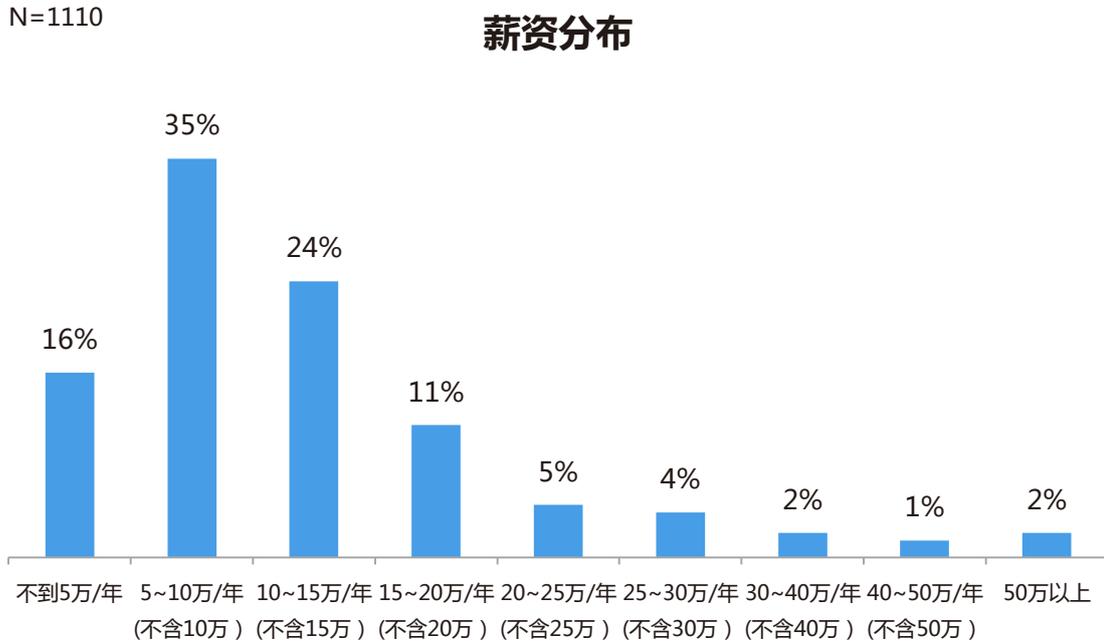
各岗位选择兼职的原因



三、收入分析

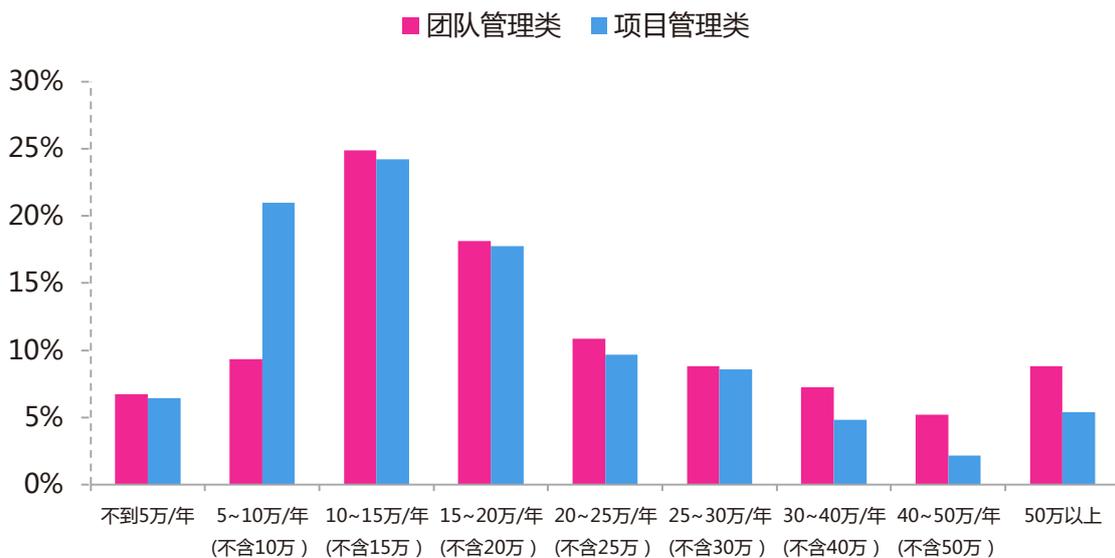
3.1 薪资收入

调查结果显示，超过三成从业者税前工资收入在 5 ~ 15w。工作类别不同，薪资水平有一定区别。



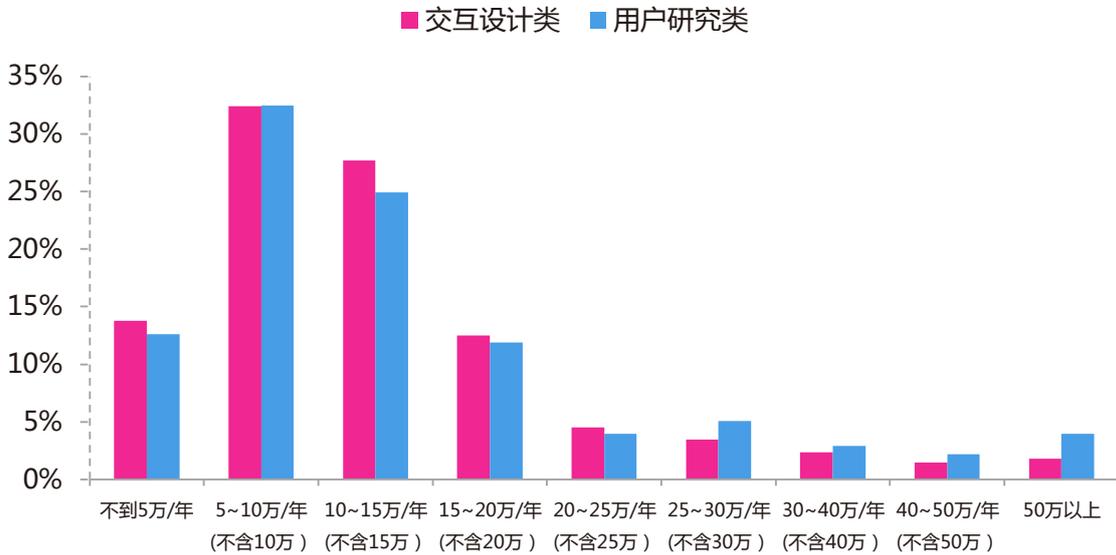
团队及项目管理薪资分布范围较广，集中在 10 ~ 25w，其中 15 ~ 25w 的比例明显高于其他群体。

项目管理&团队管理薪资分布



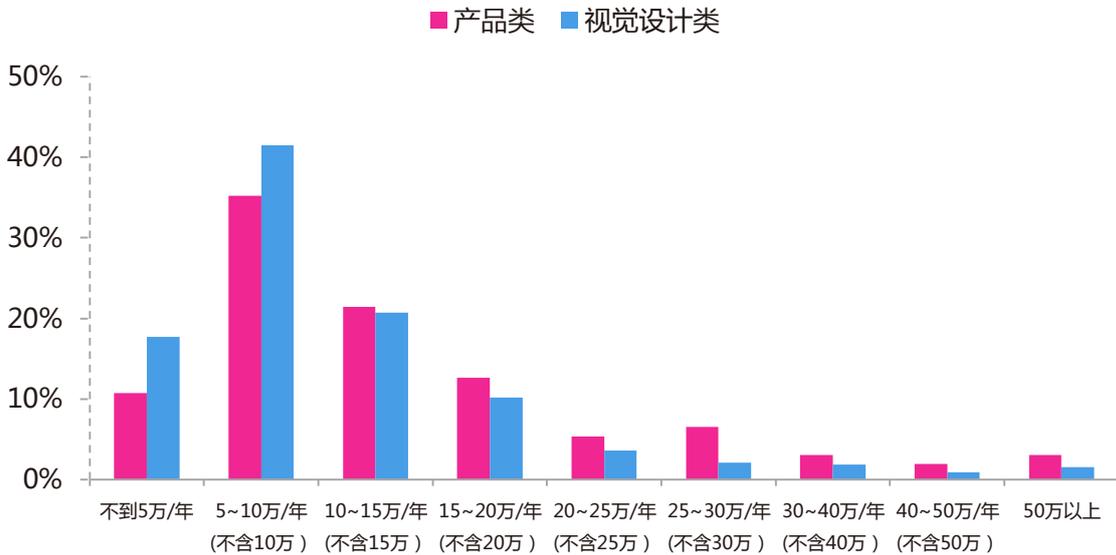
用研类与交互设计类的薪资则相对中等，分布在 5-10w 偏向于 10-15w 区间。

交互设计&用户研究薪资分布



视觉和产品的薪资相对较低，集中在 5-10w，上下区间浮动较为均衡。

产品&视觉设计薪资分布

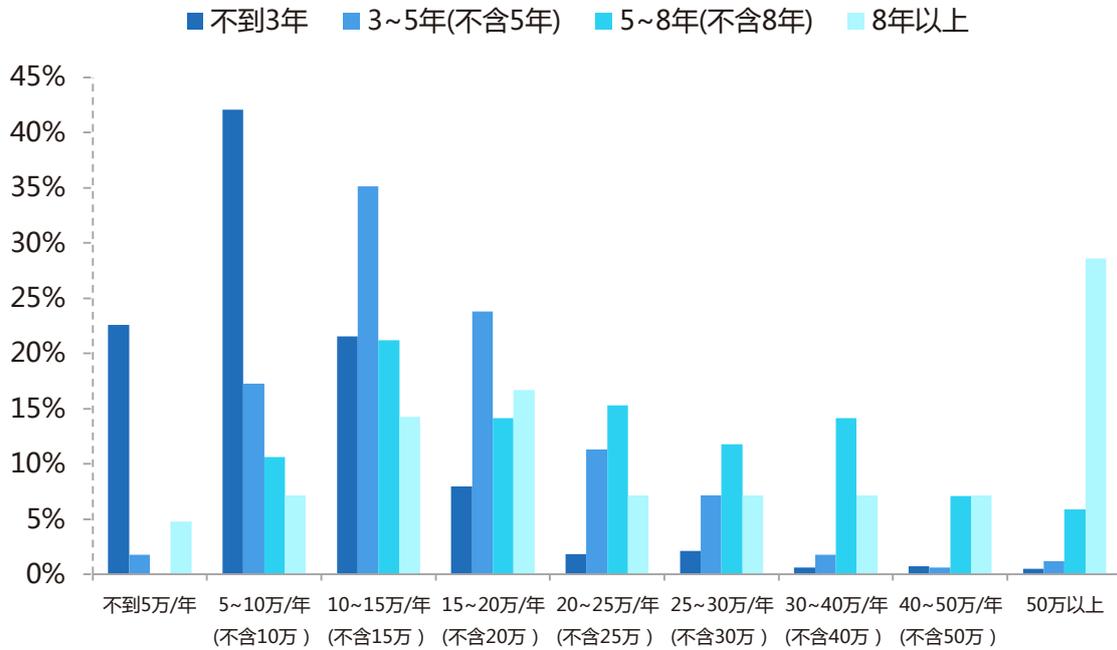


3.2 薪资相关因素

“是否是管理岗”是影响薪资水平、薪水涨幅及跳槽涨幅的关键点。此外，薪资还和“从业时长”、“公司规模”、“学历”、“工作地点”、“工作时长”等因素有较大相关性

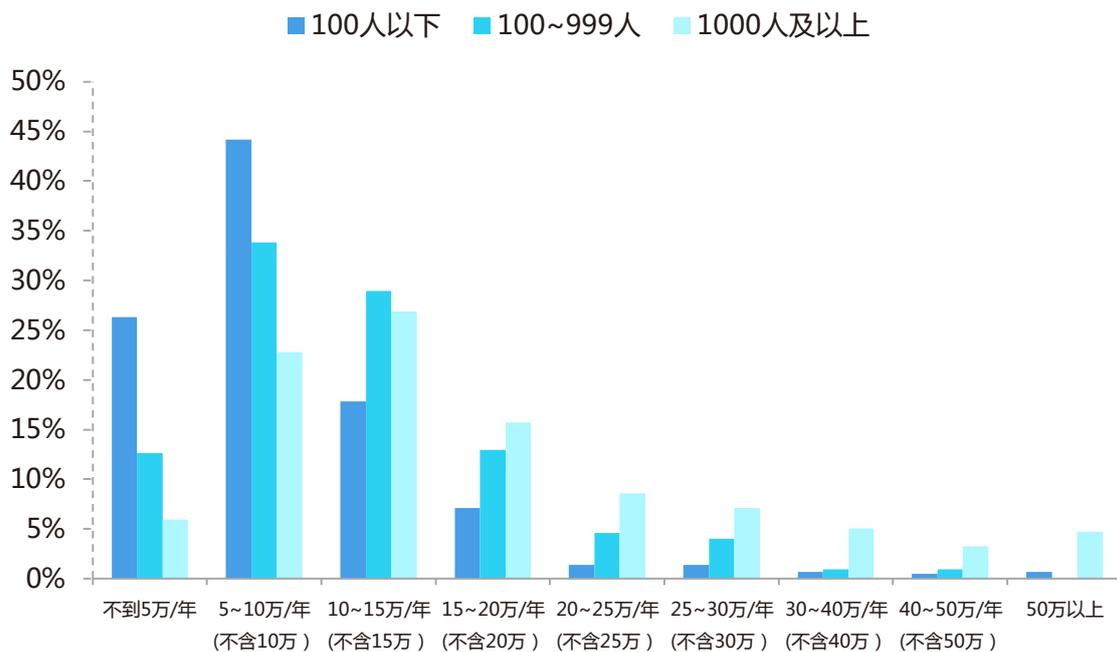
从业时间越长，高薪占比越大。从业八年以上的人群年薪主要在 50 万以上；从业 5~8 年的人群年薪 20~40 万的比例较高；从业 3~5 年人群，年薪 10~20 万比重较高；从业 3 年以内的人群年薪主要分布在 15 万以内。

各从业时长的薪资分布



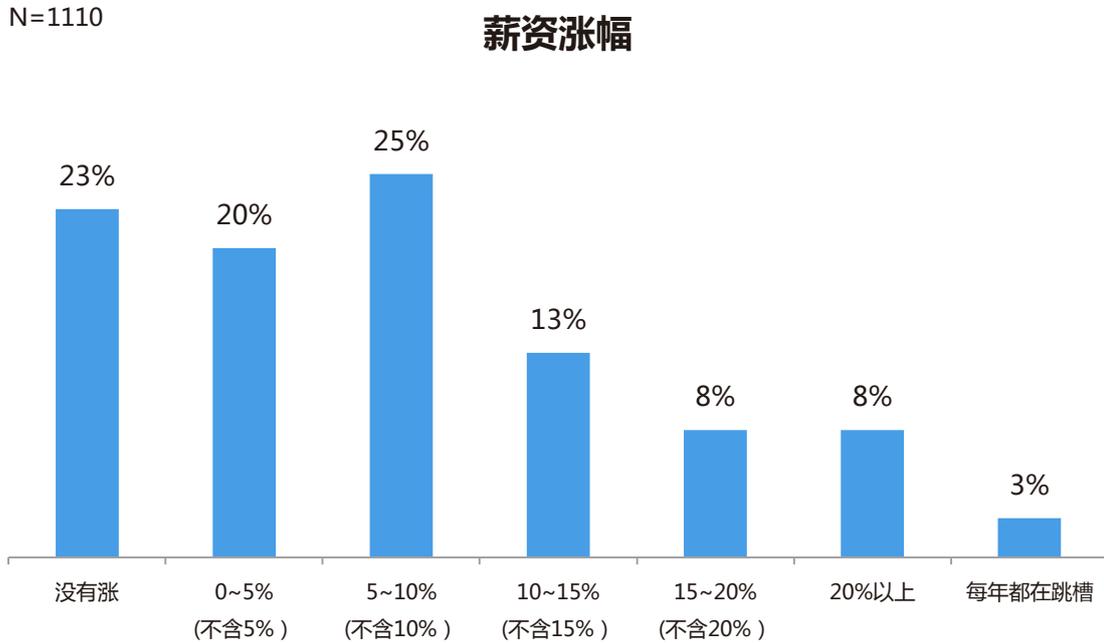
薪资除了与从业时间有显著相关外，同企业规模也存在较强相关性。企业规模在 100 人以下时，年薪主要分布在 10 万以内，随着企业规模的增加，高年薪占比越大。

各企业规模薪资分布

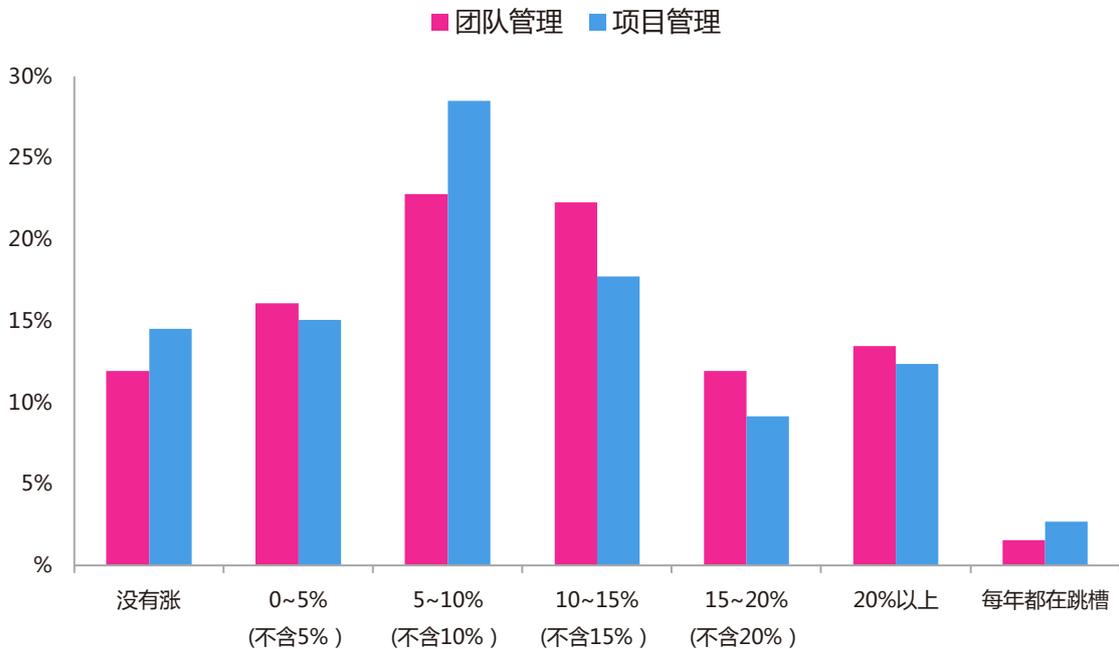


3.3 薪资涨幅

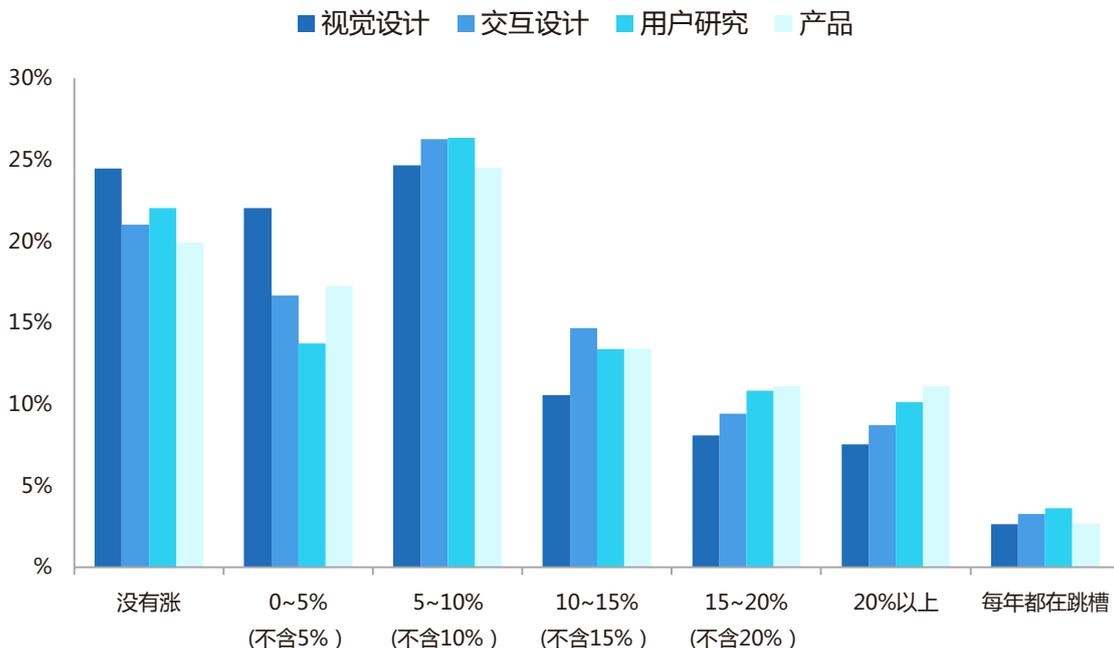
从业者工资涨幅主要集中在 5%~10%，团队管理、项目管理类涨幅相对较大，5%~15%的占比较高，非管理岗位“没有涨”的比例明显高于管理类。



团队管理&项目管理薪资涨幅分布



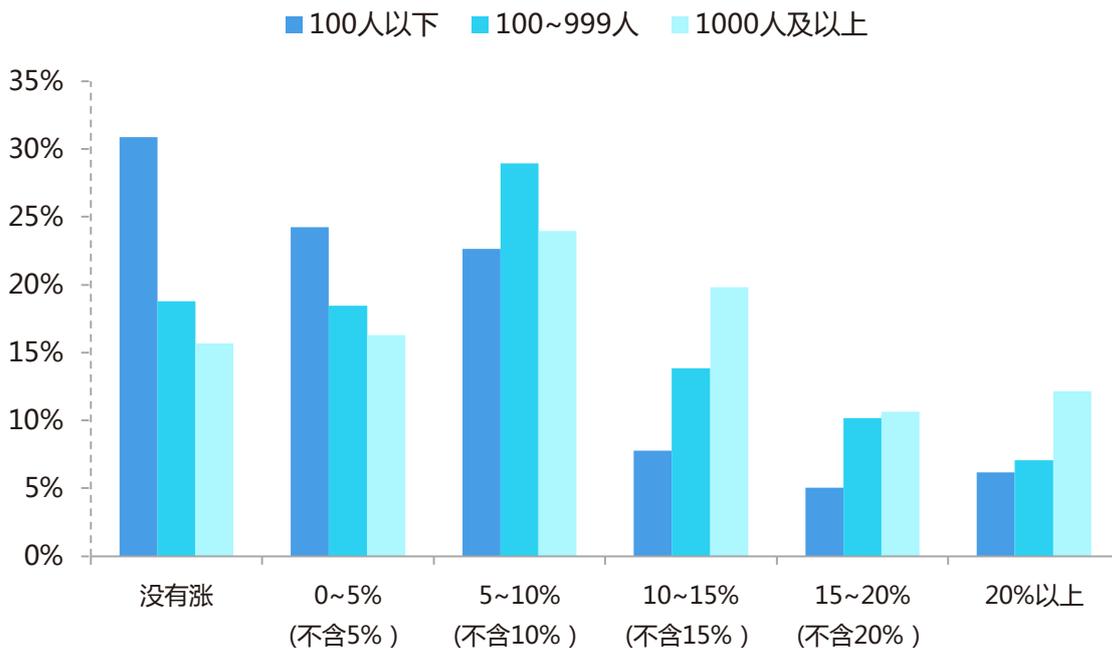
非管理岗薪资涨幅分布



3.4 薪资涨幅相关因素

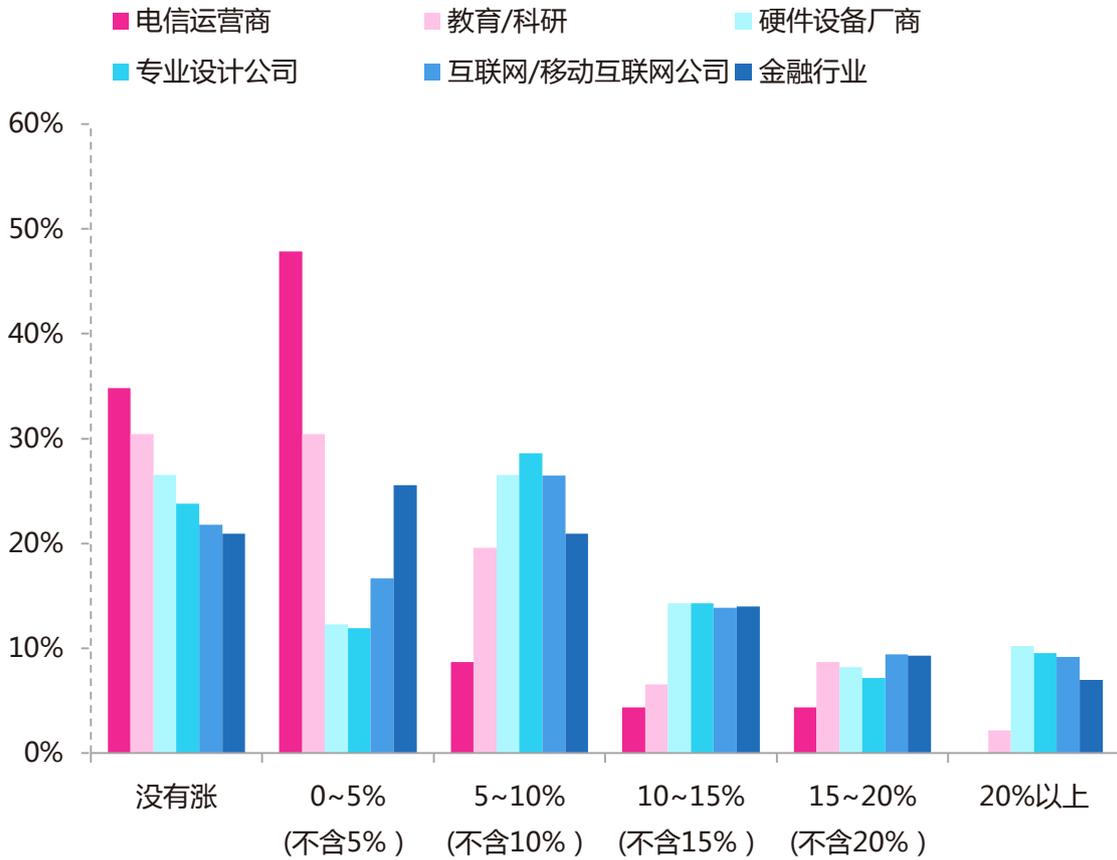
从业者薪资涨幅和“企业规模”，“行业领域”相关性较大。企业规模越大，薪资涨幅相对较高。1000人以上较大型企业，薪资涨幅在10%~15%比例明显高于其他类别；100~999人的中型企业，薪资涨幅主要在5%~10%；100人以内的小型企业，薪资涨幅在5%及以下的占比最高。

各企业领域的薪资涨幅分布



“互联网/移动互联网公司”、“专业设计公司”以及“硬件设备厂商”薪资涨幅较高,主要分布在5%~15%;“金融行业”薪资涨幅居中;“电信运营商”过去一年薪资涨幅较低,82.6%的薪资涨幅在5%以内,其中表示没有涨的比例超过三成。

各企业领域的薪资涨幅分布

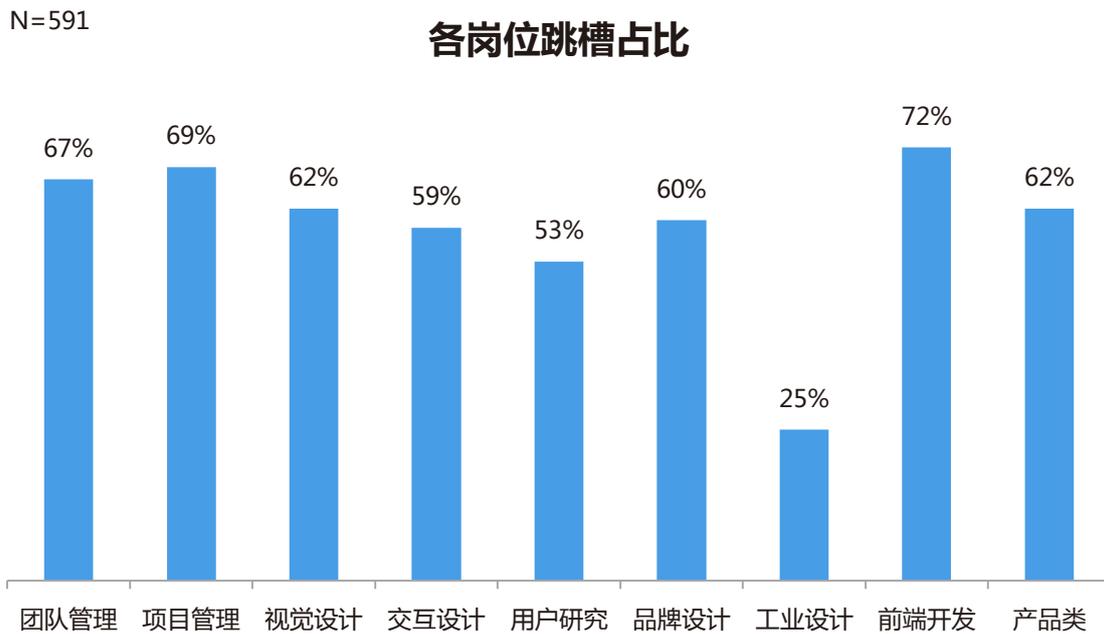


四、跳槽分析

调查结果显示，62%从业者有过跳槽经历，其中主动换过 1-2 次的有 44.5%。团队管理及项目管理者平均跳槽次数明显高于其他群体。

4.1 跳槽人员特征

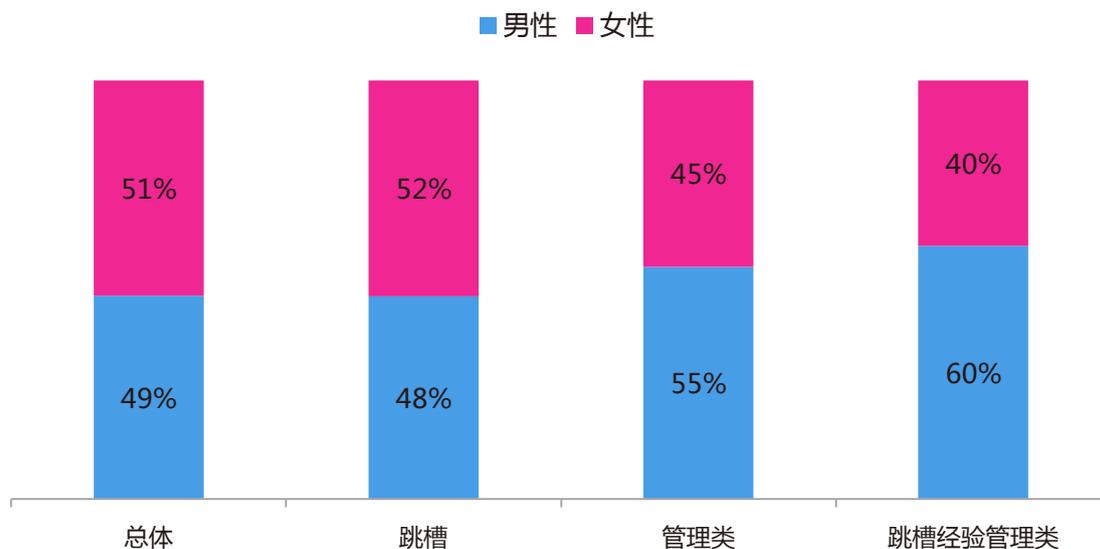
本次调查中，62%的从业人员有过跳槽经历，其中前端开发、项目管理、团队管理类跳槽占比相对较高；用户研究、工业设计类跳槽占比较低。



调查结果显示，有过跳槽经历的人群性别比例与总体基本相同，但管理类跳槽人员中男性比例更大，达 60.5%，与总体的管理类相比较高。

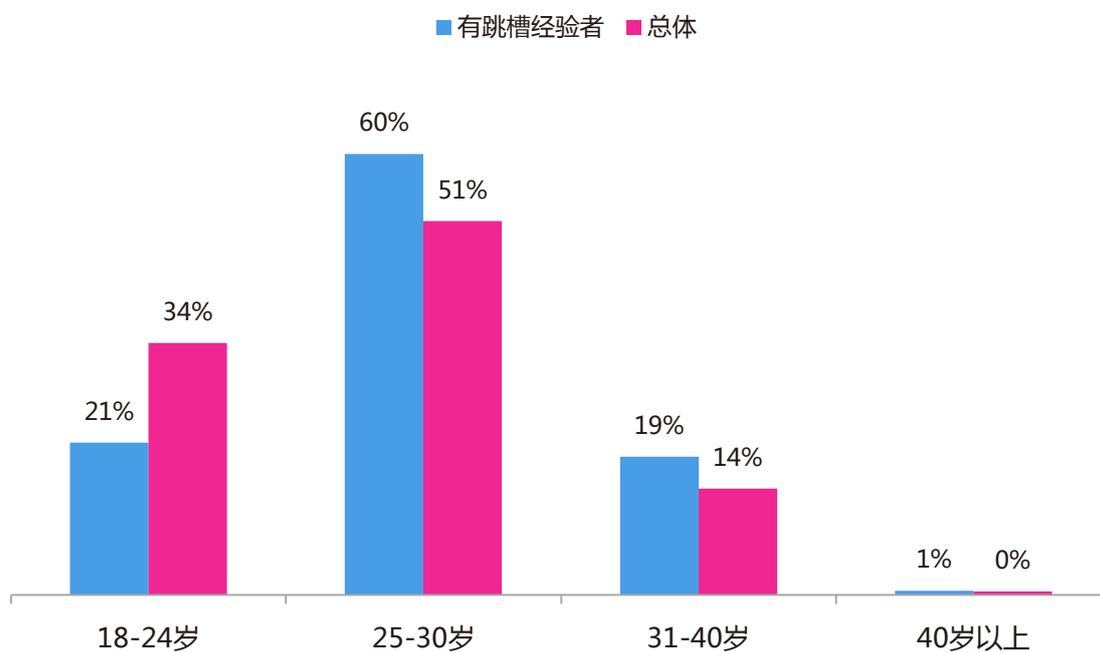
N=591

性别分布



有过跳槽经验的人群与总体相比，更加集中在 25-30 岁期间。

年龄分布

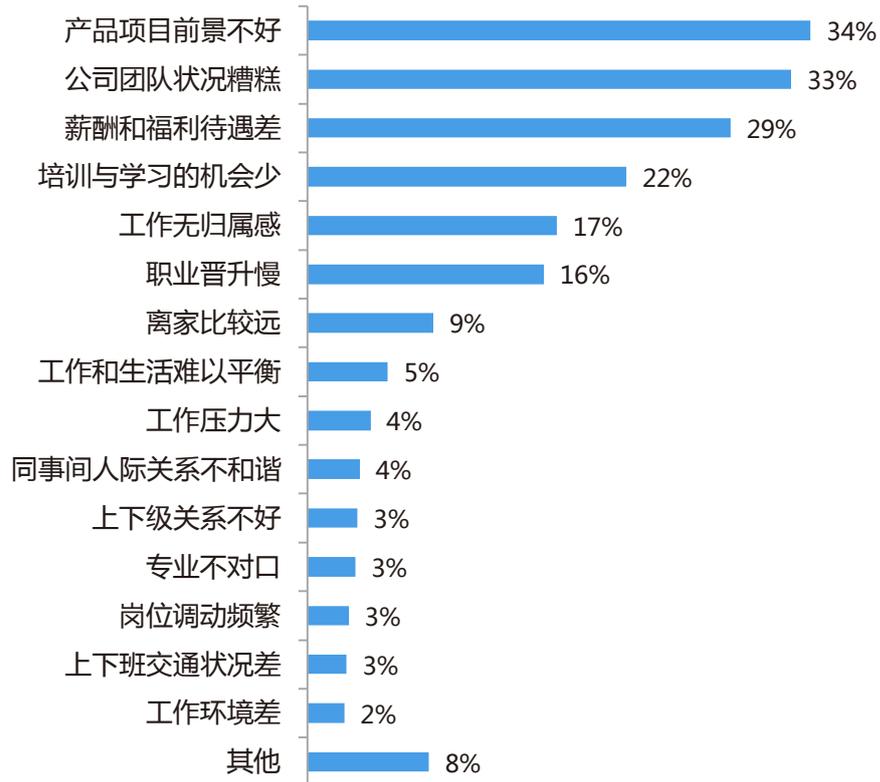


4.2 跳槽原因

调查结果显示，从业者上一次跳槽的主要原因有“产品项目前景不好”（34%），“公司团队状况糟糕”（32.7%），“薪酬福利待遇差”（28.6%），“培训学习机会少”（21.6%）；团队管理类“职业晋升慢”导致跳槽比例超过两成，明显高于其他群体。

N=591

上一次跳槽的原因

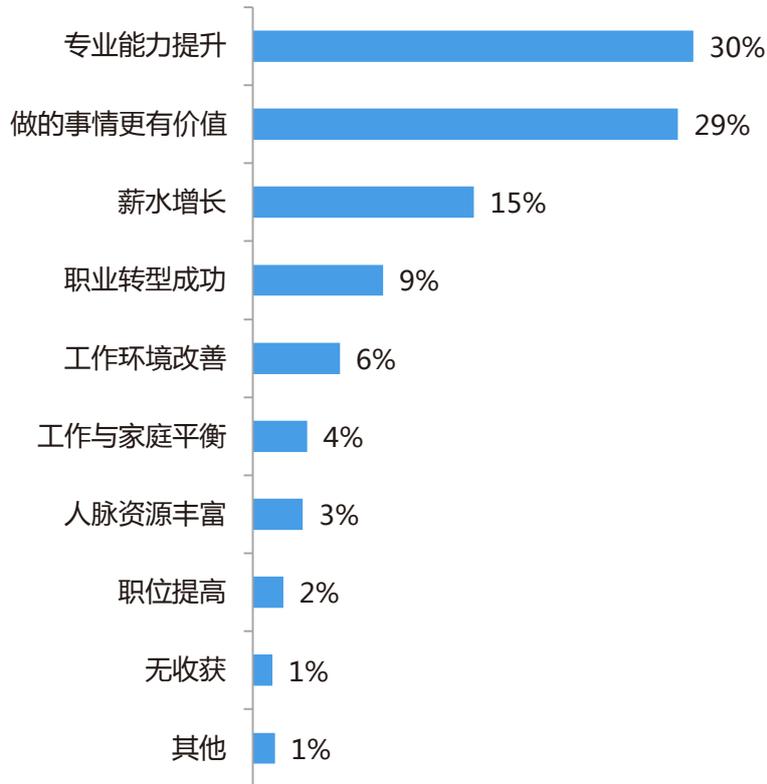


4.3 跳槽前后变化

调查结果显示，98.7%的从业者表示跳槽有一定收获，主要有“专业能力提升”（29.8%），“做的事情更有价值”（28.7%），“薪水增长”（15%），“职业转型成功”（8.8%）。

N=591

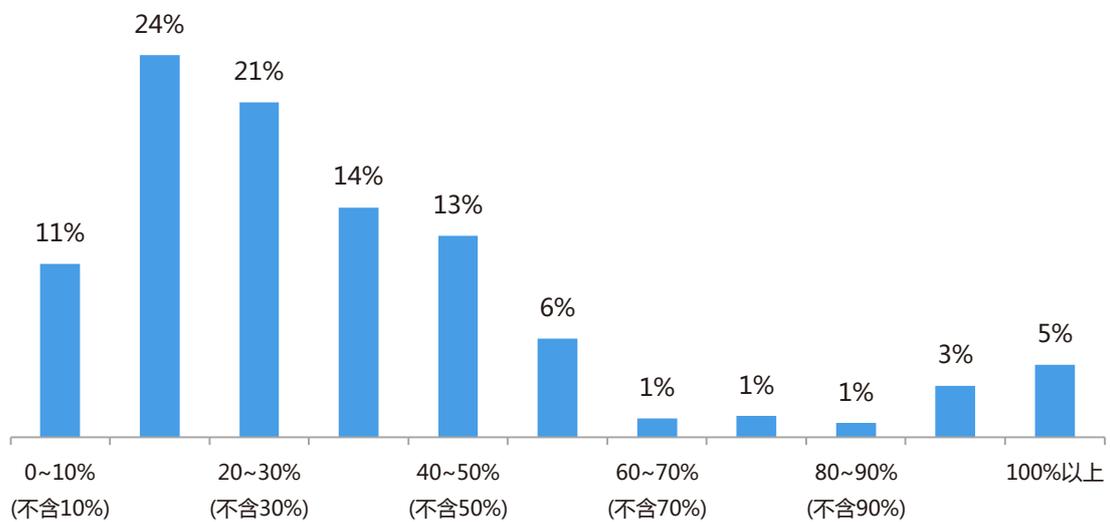
跳槽后最大的收获



从业者考虑跳槽以及影响工作满意度的最主要因素为“薪酬福利问题”。跳槽后薪资普遍有所增长，增长幅度集中在 10%-30%，其中管理类人员涨幅较高，20%-30%的占比较高；视觉设计类跳槽的薪资涨幅相对较低。

N=591

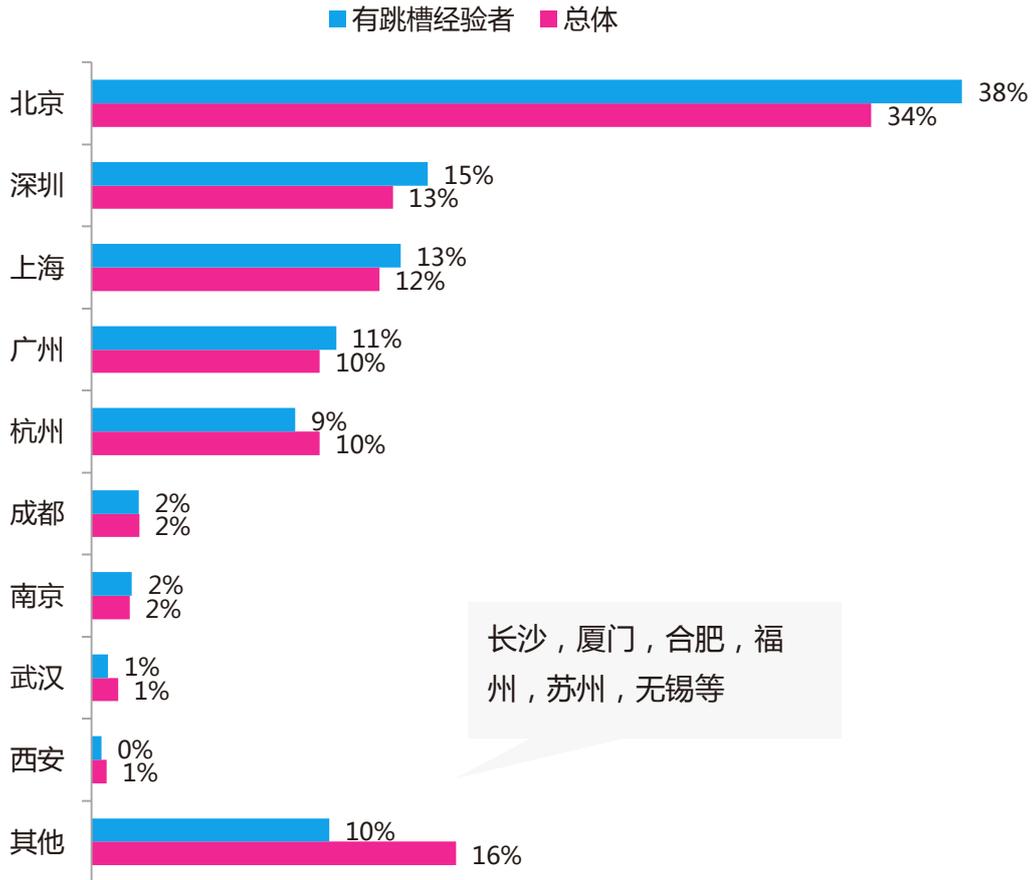
最近一次跳槽薪资涨幅



4.4 跳槽到哪里

调查结果显示,实际跳槽人员所在工作地点最多的依然是北京,占比为 37.5%;其次为深圳(14.5%),上海(13.3%),广州(10.6%)。与总体从业者工作地点相比,北京,深圳,上海,广州比例较高,杭州及其他地区的比例较低。

工作城市分布



五、从业者满意度分析

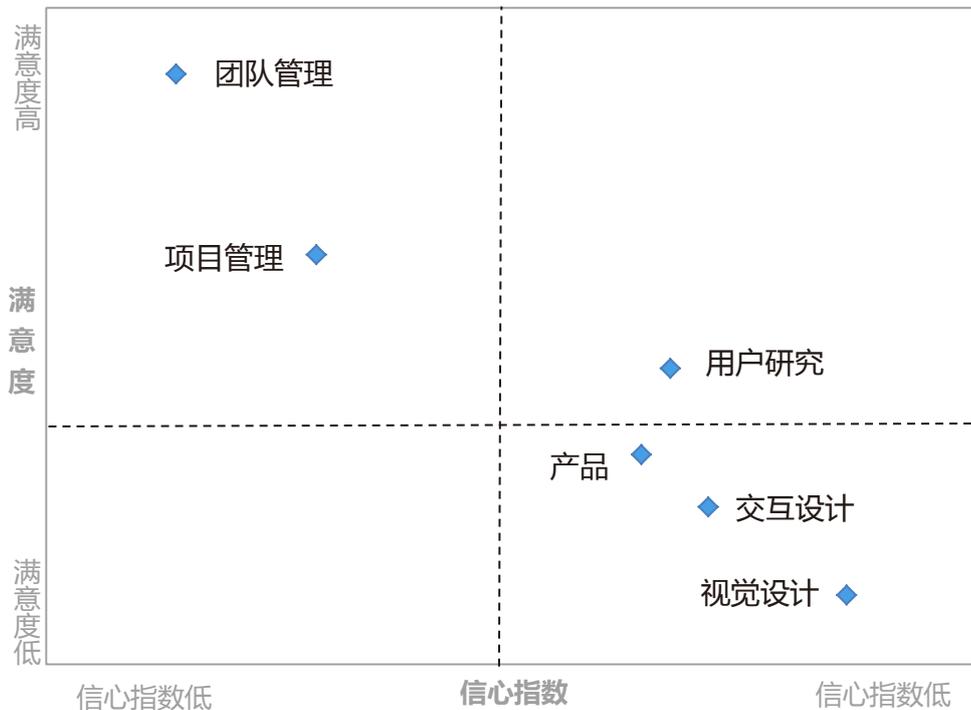
调查结果显示，2015 年从业者工作满意度为 64.4（总分 100），与 2014 年 59.5 相比有一定提升。行业信心指数 81.9（总分 100），与 2014 年 83.4 相比略有下降。

5.1 从业者满意度及信心指数分布

本次调查中，团队管理者“满意度”最高（66.9），信心指数最低（81.9）；视觉设计、交互设计、产品类对行业比较看好，“行业信心指数”较高但“满意度”偏低；用户研究类“满意度”及“行业信心指数”均较高。

N=1110

用户体验行业满意度VS信心指数

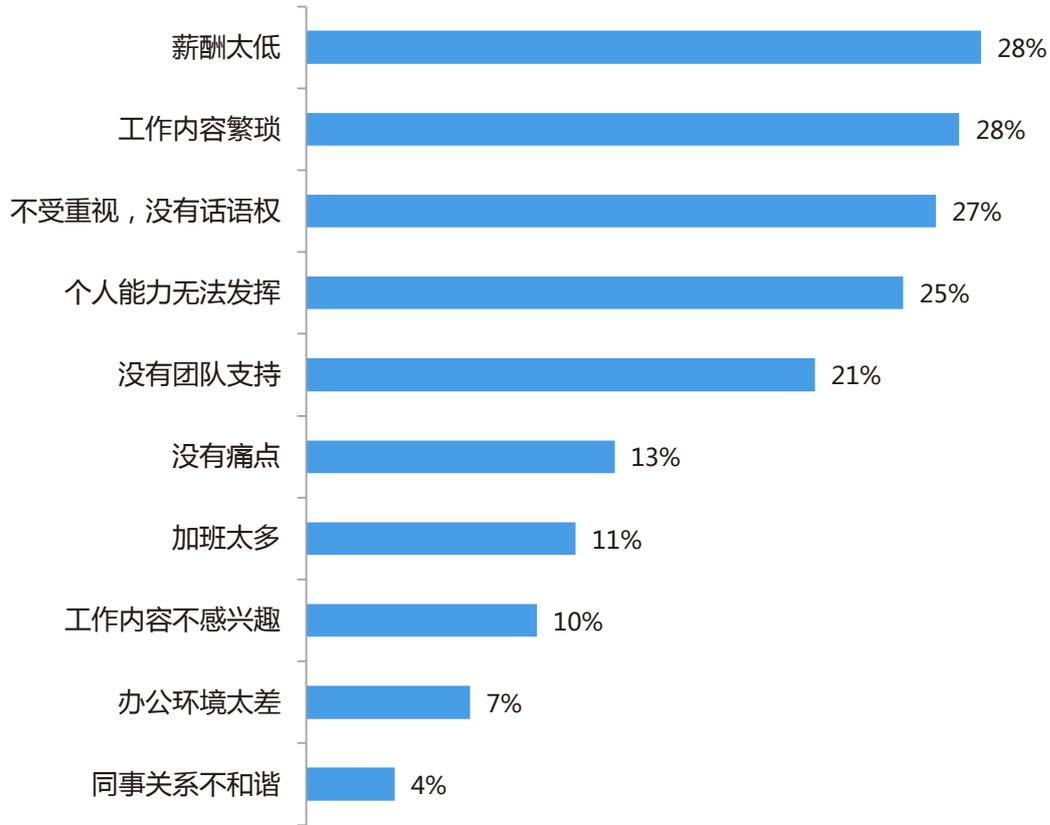


5.2 工作中不满意的原因

调查结果显示，从业者不满意因素主要是“薪酬太低”（28.5%），“工作内容繁琐”（27.5%），“不受重视，没有话语权”（26.5%），“个人能力无法发挥”（25.2%）。

N=1110

工作中影响满意度的问题



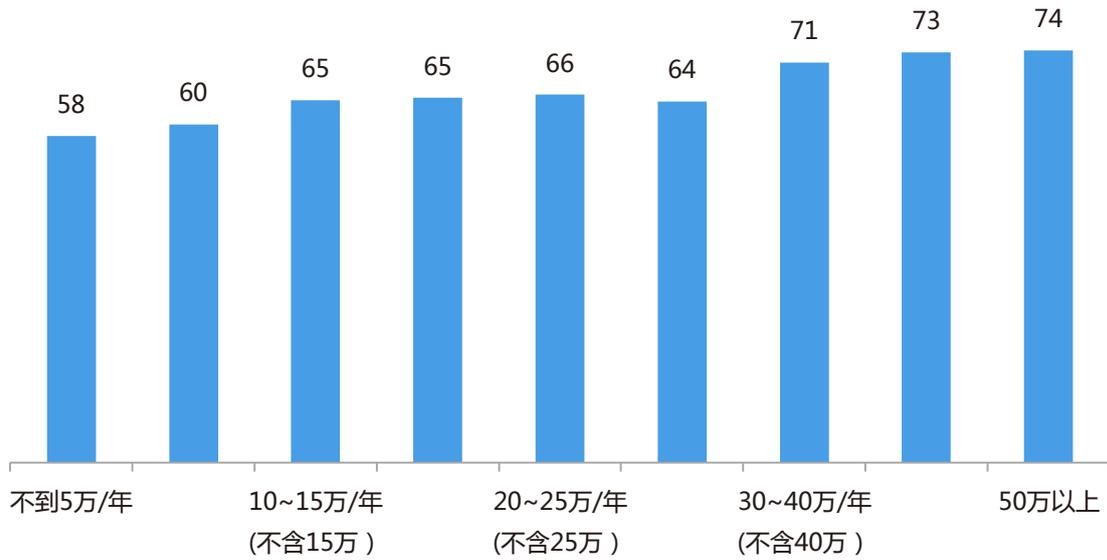
5.3 满意度相关因素

调查结果显示, 工作满意度的主要影响因素有"工作类别", "薪资收入", "用户体验团队情况", 此外, "从业时长", "性别", "学历", "薪资涨幅" 也有一定关系。

年收入在 5 万以下人群满意度最低, 随着薪资的增长, 从业者满意度逐渐升高, 年薪在 50 万以上的人群, 工作满意度最高。

N=1110

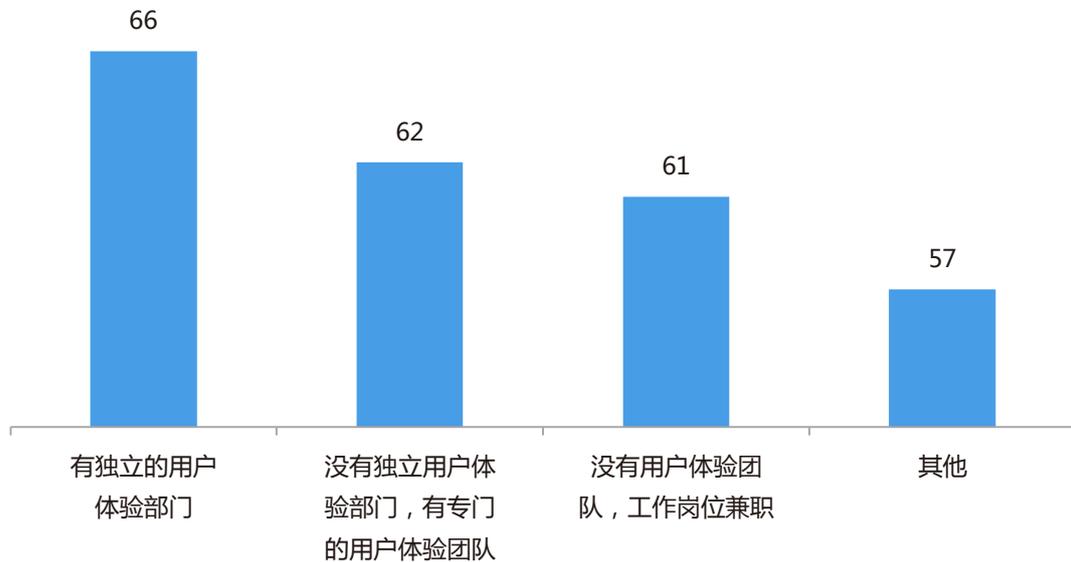
各薪资收入的满意度分布



工作满意度与用户体验团队情况也有一定关系,随着团队规模和结构的变化,用户满意度也随之变化,“有独立用户体验部门”的从业者满意度最高,达 66.2;“没有用户体验团队,工作岗位兼职”以及“个体工作者”满意度最低。

N=1110

各团队情况的满意度分布



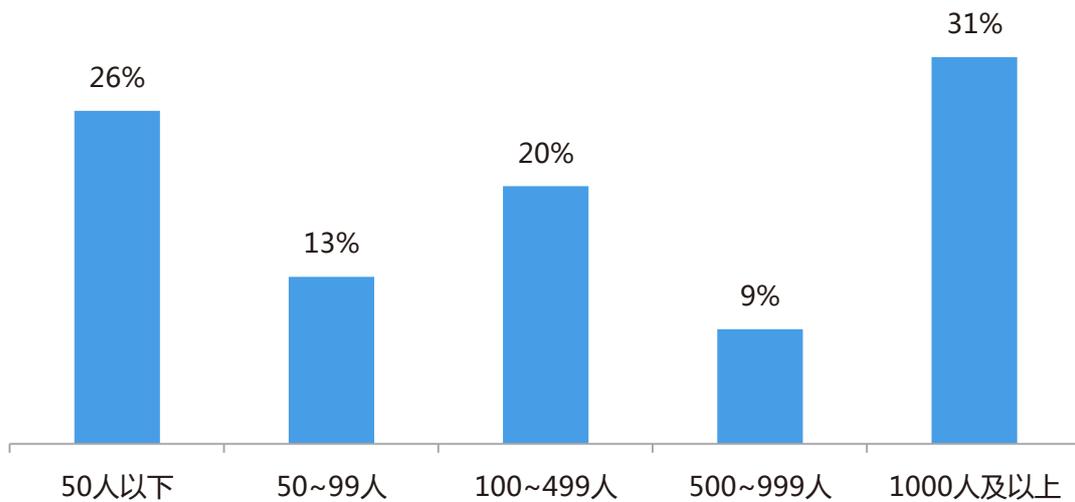
六、企业团队分析

6.1 公司及体验团队结构

本次调查中，30.7%从业者在 1000 人以上的大公司工作，26.5%在 50 人以下小公司工作；三成从业者表示公司内部有用户体验部门，一般仅 1000 人以上大型综合性公司和专门设计类的公司有用户体验行业。

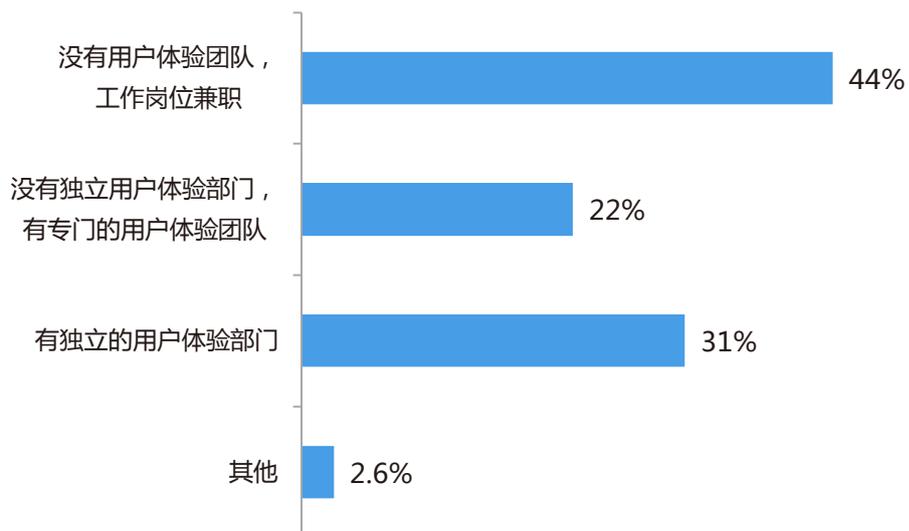
N=1110

所在公司规模



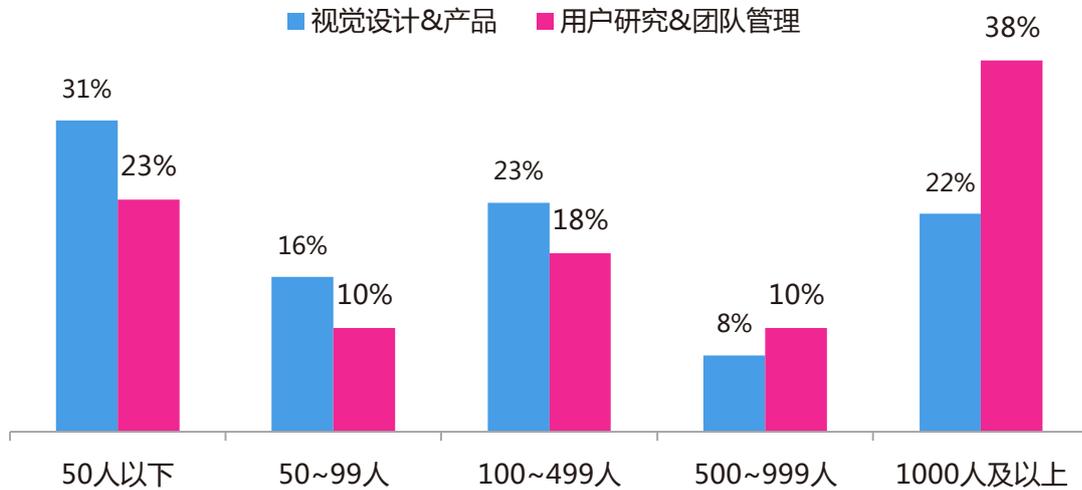
N=1110

用户体验团队模式分布



调查结果显示，与总体相比，用户研究、团队管理类主要分布在 1000 人以上的大企业中，占比均接近四成；视觉设计类，产品类在中小型企业内分布更高。

岗位与公司规模

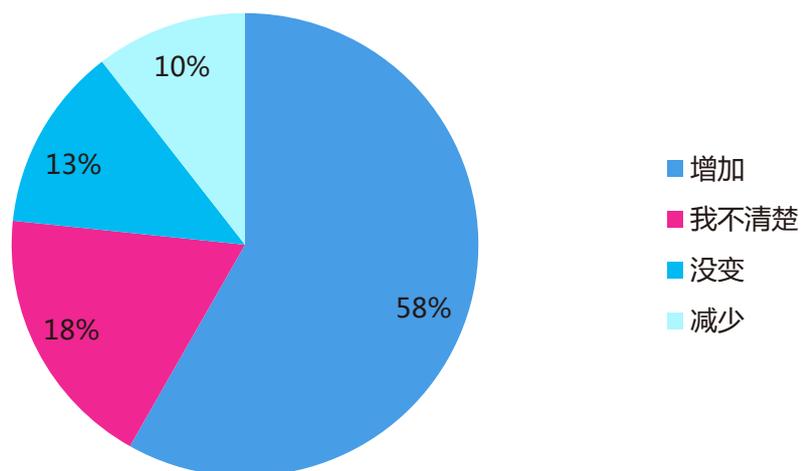


6.2 过去一年团队规模变化

调查结果显示，53.8%从业者所在公司有用户体验团队；在过去的一年里，58.2%的团队规模有所增长；10.5%的用户体验团队规模有所减小。

N=1110

过去一年，所在团队规模变化



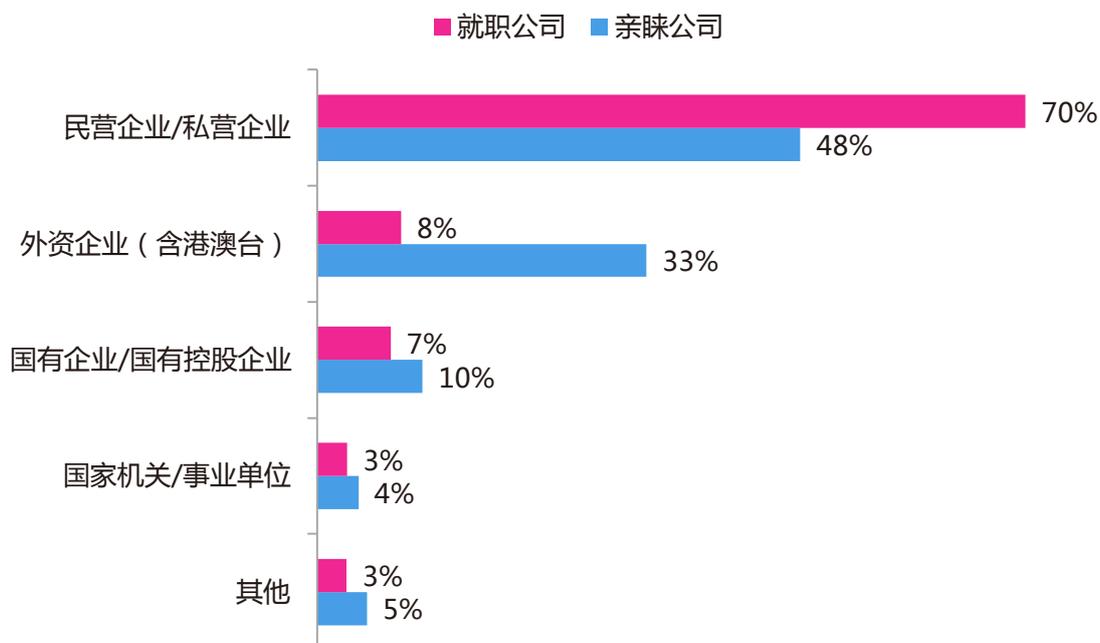
6.3 青睐的企业及工作领域

调查结果显示，超过七成人员在民营企业/私营企业工作，但大家更加青睐外资企业。

超过六成从业人员目前所在公司属互联网/移动互联网领域，未来该领域仍备受从业者青睐，金融和专业设计公司也受到大家关注，而硬件设备及电信运营商等传统行业有所下降。

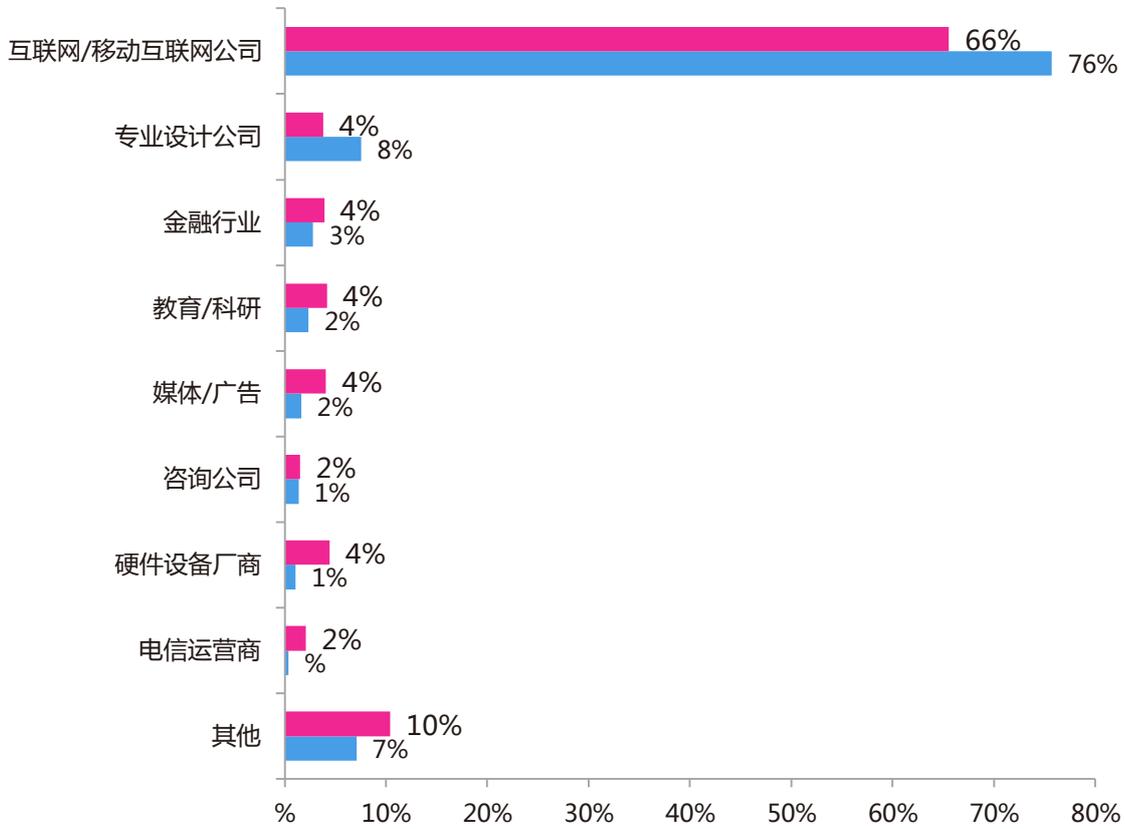
青睐的公司前十名有“腾讯”，“阿里”，“百度”，“Google”，“网易”，“apple”，“小米”，“微软”，“frog”，“华为”，“IDEO”，“洛可可”。

公司类型分布



公司所属领域分布

■ 就职公司 ■ 亲睐公司

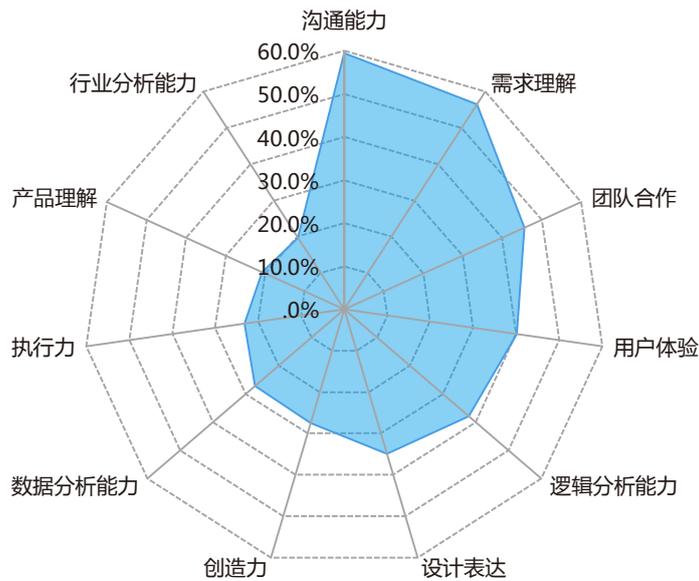


七、核心竞争力

调查结果显示，在用户体验行业中为了保证核心竞争力，需要具备的最基本能力有"沟通能力"，"需求理解"，"团队合作"，"用户体验思维"，"逻辑分析能力"等。

N=1208

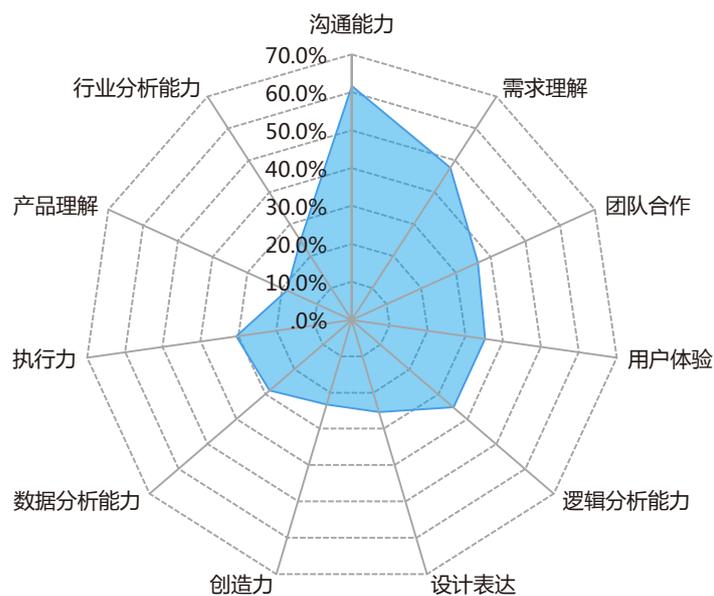
能力模型



除了基本的能力要求外，团队管理倾向于“沟通能力”，“执行能力”，“行业分析能力”。

N=193

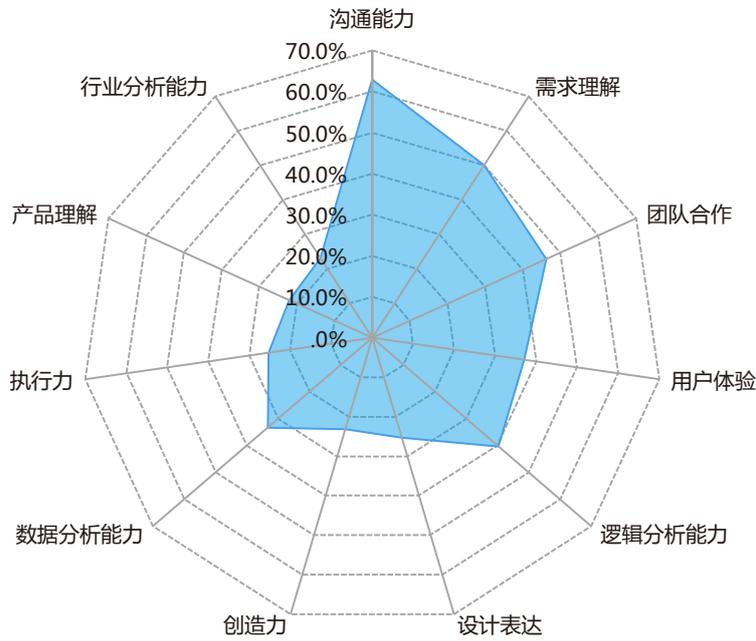
团队管理核心竞争力



除了基本的能力要求外，项目管理更关注“团队合作”，“数据分析能力”，“沟通能力”。

N=186

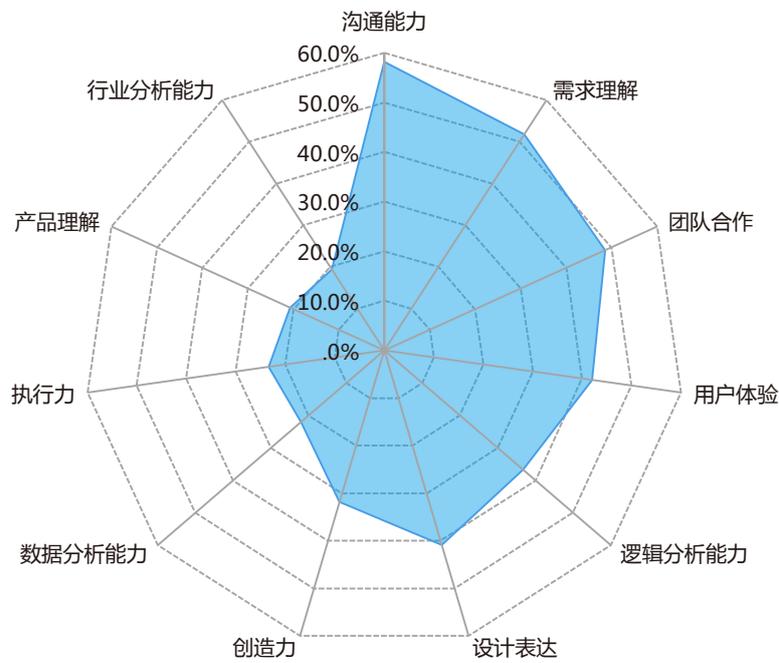
项目管理核心竞争力



除了基本的的能力要求外，视觉设计核心能力偏向于“团队合作”，“设计表达”，“创造力”。

N=531

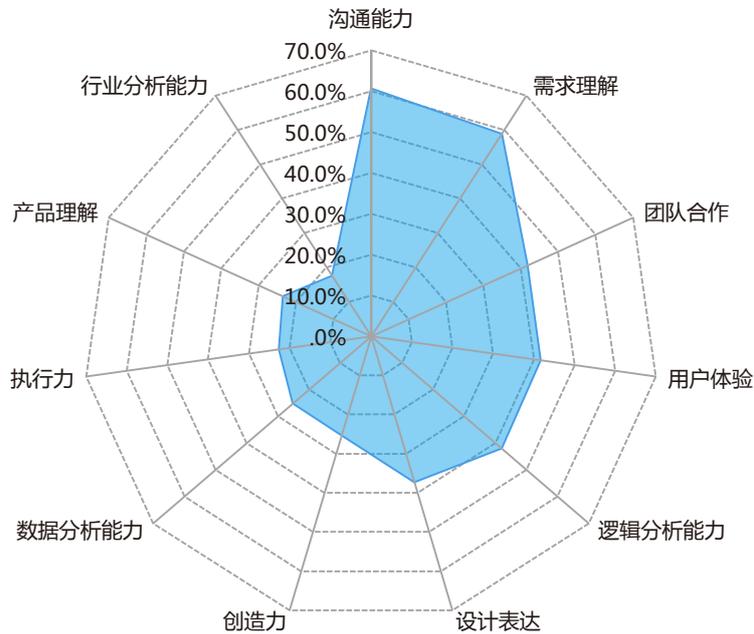
视觉设计核心竞争力



除了基本的能力要求外，交互设计则侧重“沟通能力”，“需求理解”，“产品理解”，“设计表达”。

N=552

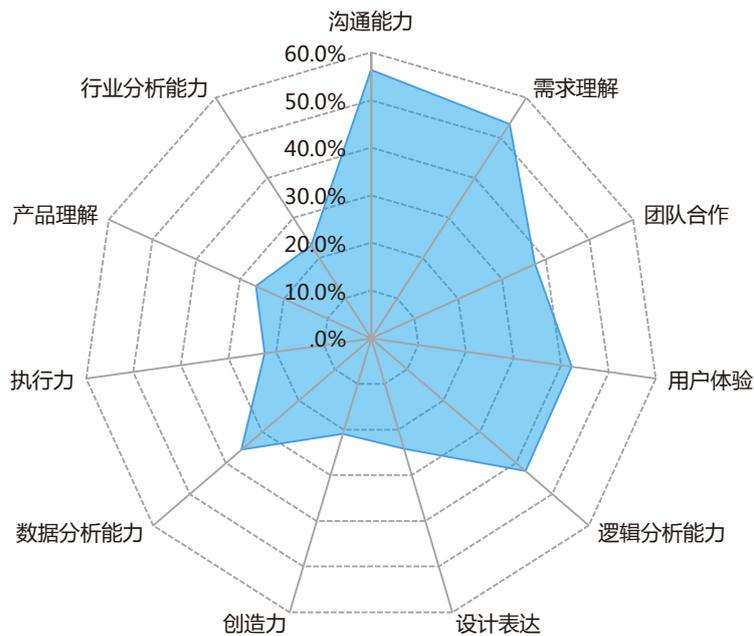
交互设计核心竞争力



除了基本的能力要求外，用户研究倾向“需求理解”，“用户体验”，“逻辑分析能力”，“数据分析能力”，“产品理解”，“行业分析能力”。

N=277

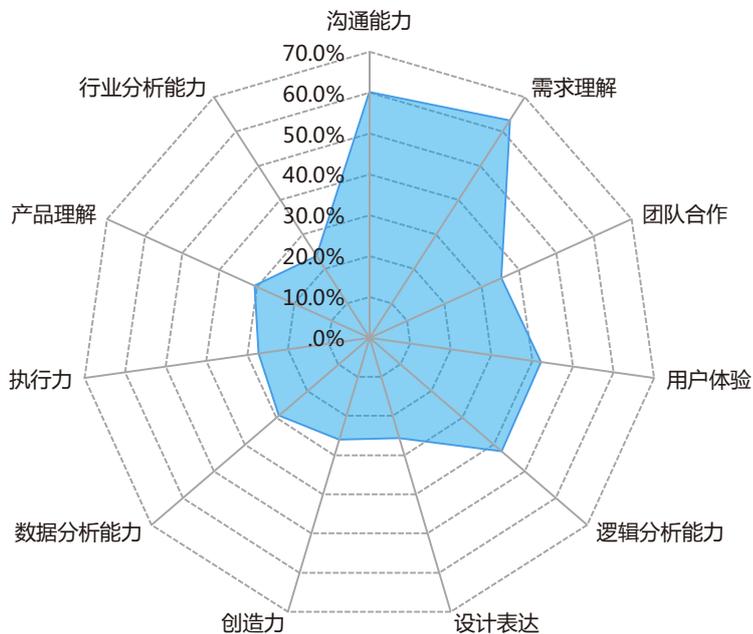
用户研究核心竞争力



除了基本的能力要求外，产品类关注“需求理解”，“用户体验”，“逻辑分析能力”，“执行能力”，“产品理解”，“行业分析能力”。

N=261

产品核心竞争力



后记

本次调查中，针对未来用户体验行业市场发展以及团队的组建和成长，对各公司设计专家和管理者进行了采访。

用户体验设计的市场需求的发展

蒋维（网易用户体验部，总监）：

目前的设计市场基本成熟，暂时在上游没有出现大变动的情况下，市场大变化的情况会较少。整体上交互和视觉的区分会越来越小，交互对视觉的影响越来越大，视觉对交互理解要求越来越高，最终实现统一。

陈迪凡（OPPO，设计思维专家）：

虽然用户体验设计的发展只有短短十几年，但我个人觉得它的应用面非常广，它的影响力可以比以前的一些设计理论例如巴浩斯、Form follow function 等等更加深入。在不远的未来，可能十年内，用户体验设计的想法、价值观会成为设计界的标配，一种标准、最基本的要求。

无论是视觉传达的、环境空间的、工业造型的、新媒体的都必须把“用户的体验”纳入考虑之中。学习设计的时候，就需要“用户所体验到的角度”来看设计。做设计的时候，甲方（需求方）也会主动要求项目在“用户所体验到的”方面可以达标。

未来用户体验设计的职位需求

刘超（百度用户体验部，总监）：

职位需求会从重视技法转向重视产品与行业的理解。例如现在的设计师只要在图形或交互设计上技法卓越就很有市场竞争力，而未来还要看他对相关市场的洞察力，例如做租车行业的 UX 设计师要深入了解租车产业的盈利模式和用户痛点。

陈迪凡（OPPO，设计思维专家）：

未来用户体验设计师这职位，它的作用会开始产生微妙的变化。它将受到更多的挑战，挑战是源于用户体验设计师的专业性必须跟得上社会对用户体验的普及速度。

历史不一定一模一样地重复发生，但世事往往依从一定的轨迹的。例如，摄影专业，摄影专业曾经是天之骄子，但面对数码摄影、Photoshop 的普及，社会对摄影专业的要求便变得非常尖锐。这便足够令我们作为用户体验设计师要有所警惕。我们必须正面地想，我们为老板、客户、社会带来甚么？我们值吗？是人云亦云，还是眼光独到的专业设计。

如何帮助团队快速成长

原雪梅（360UXC，设计总监）

催化团队快速成长是每个管理者一直都在追求的，很多人觉得压力是最好的催化剂，但我首先会培养同事一些高效有用的习惯。

- 1、相互尊重，每个人各有优点，从同事群体中时刻接收优点和灵感，然而，相互学习的起点就是足够尊重。
- 2、动笔思考，有任何设计思路与想法的时候，用笔写写画画，动笔的过程很自然，自然的感觉让思路和灵感更容易跑出来。感觉很奇妙。
- 3、不断学习，设计方向趋势随着外界因素不断改变，需要自己每天会在不同的设计圈和分享平台上不断学习，完善自己。
- 4、优先级的判断力，有取有舍，轻重缓急分得清楚才能对工作合理安排。
- 5、重视自己，设计产出先自己满意了，再去说服其他决策者；要足够重视自己，建立自己内心的强大和平静。
- 6、开心，才能同舟共济，开心是对自己负责，再辛苦的环境，只要开心，就能同舟共济；让团队开心有很多种，比如我们团队经常讲段子、互相开玩笑、相互 P 图、轻松团建等等。
- 7、内部主导创新产品，用户体验部门是对产品最接地气的部门，内部主导创新产品，并协助立项，增加团队成就感。
- 8、建立素质模型，选取标杆人，编写培训教程并传授。
- 9、考核绩效绑定，建立激励制度，促进良性成长。
- 10、创造“简单做人，用心做事，真诚分享”的价值观。

蒋维（网易用户体验部，总监）：

其实个人经验，妄图催化团队“快速”成长的方式，最后都会有点拔苗助长。当然，并非我彻底否定设计管理的价值，内外分享的价值，指导机制，流程梳理的价值，这些都是很有价值的，但是这些都是成长的一部分，但是并非快速成长。

因为对成长来说，根本性的成长（排除个体的能力区分，从整体团队角度来说）其实就是经验值的增加，设计工作和经验的关系很大，做的多，涉猎广，参与过全流程对设计师和设计团队的成长影响很大。所以最好的成长方式是，多做，多参与。