

IxDC

2013用户体验行业调查报告

2013 User Experience Industry Survey Report

主办：IxDC

协办：腾讯移动互联网设计中心（MXD）、UIRSS.com

序 1



全面了解中国用户体验行业的就业现状

目前大家看到交互设计与用户体验这两个关键词在整个行业当中都非常热，确实，我们这个行业受到了众所瞩目，从业成员的数字也直线上升，大家看看自己团队的扩招情况就知道了。更多茶余饭后、即时通讯大家都在谈论、八卦说谁谁谁跳槽了，工资涨了多少、自己专业如何提升、是否该转岗、我们公司该招什么样的人、怎么找到这些人才等等很多关系个人前途与钱途、团队建设与发展的重大问题。可很少人能够真正做到用系统的思维去看问题，用全局的眼光和视野去看待现在所发生的一些问题与现状，也确实不了解现在这个行业实际的情况是怎么样的，我们急需有一个行业组织能够整理一些可参考的数据。

第四届中国用户体验行业调查报告能够与大家见面，真的非常欣慰。因为这个过程有太多曲折，当徐海波将这个事情拉上我来做的时候，我是倍感压力的。因为，在 IxDC 看来，我们需要收集行业足够数量从业者真实的声音，并且用专业的方式整理、呈现给阅读者，也需要通过传播的方式，让更多从业者拿到这份报告，帮助自己的职业生涯规划。同时帮到设计管理者、人力资源等人员。这些工作都是很有难度的，常常吃力不讨好，要到大家的好评非常不易。

这份报告，我们希望能够帮助三个方面的人：1、设计师（用研、交互、视觉、前端）；2、设计管理者（经理、总监、总经理等等）；3、人力资源（招聘、培训等）。但做这个事情，我们需要一个专业的单位来设计问卷、分析数据、输出报告、数据可视化、排版。我通过徐海波找到了腾讯移动互联网设计中心（MXD），大家一起来完成这个公益任务，任何人也没有拿任何费用，大家都在做志愿者。

报告还有很多不足的地方，希望收到更多有心人的建议、批评与指正，也希望未来的报告有更多的合作伙伴。大家一起来将这份报告做得更好，让我们持续下去，每年更新一些数据，有沉淀、有成长！感谢每一位参与调查的朋友，每一位为报告集思广益的志愿者。你们的每一点帮助，都在推动着中国用户体验行业的发展。用户体验在中国仍然是刚起步，让我们共筑一个美好的设计未来！

胡晓
IxDC 秘书长

序 2



四月中旬，IxDC 找到我们说“你们来负责今年的行业调研吧”，此时距离计划中的问卷上线只剩下 1 周时间。

在这 1 周，我们将最终报告视作一个产品，首先解决了 3 个问题。产品的目标用户是谁，目标用户的核心诉求是什么，去年的版本存在哪些问题。之后我们访谈了 20 人，包括各种资历的各类从业者，用户体验团队 Leader，HR 以及猎头。最终将报告的目标用户定位在“普通从业者”，他们对报告的核心诉求是：“关注别人拿多少钱”、“关注自己的同行都是什么样的背景”，以及“关注自己所在岗位未来应该如何发展，特别是从业 3 年以下的人”。

问卷上线 1 周，截至到 5 月 5 日，共收到 1249 位从业者地积极参与，正是因为这些人，才有了最终你我所见的这份报告。尤其值得标注的是，这之中有 701 人，非常仔细地填写了问卷中的定性问答题，例如：“您认为您的专业岗位未来应该如何发展”。所以报告中凡涉及定性数据的部分，除做一些必要的聚类外，都尽可能地引用大家的原话。

数据回来后 1 周，我们完成了用研侧报告撰写。之中除了进行必要的描述性统计外，还进行了很多相关性检验及对应分析等，所有“有点意思的发现”都已经呈现在大家面前。但仍多有缺憾，比如受限

于样本量，无法输出相对靠谱的“前端”岗位的用户画像。巧妇难为无米之炊，希望今后再有这样的调研，大家能够鼓励更多人参与。

最后，感谢 MXD 北京团队所有一起参与过此次报告撰写的视觉和用研同学。感谢此番与 IxDC 的合作，有机会做了一件非常有意义的事，希望行业的明天会更好。

谨此，

叶颖华

腾讯移动互联网设计中心（MXD）用户研究组

二零一三年夏 · 帝都

序 3



从 2010 年算起，今年，已经是第四届行业调研了。今年，也是严峻的一年，尤其对于新人们。伴随中国互联网网民增速的放缓、创业环境的恶化、市场竞争的加剧和移动互联网的低潮期，整个用户体验行业的从业环境也会受到较大影响。

根据调查显示，继续招聘的不到一半，仅占 42%，人数基本不变的达到 43%，部门调整达到 10%，还有 6% 会出现减员。去年，有 40% 的受访者有更换工作的计划，而今年，这一数字上升到了 66%。

从最近了解的情况来看，现实的情况远比这些数字看起来糟糕。作为拥有中国最大规模设计团队的腾讯从去年起就已经开始了大刀阔斧地深化调整，不仅是 BG 各个业务线的调整，大家广为熟悉的腾讯 CDC 也在近期开始较大规模的调整。百度在狼性文化的大背景下，2013 新增 headcount 也非常有限。可能，唯一乐观的 BAT 成员只有阿里巴巴。

这些变化，对于全体从业人员的影响都是深刻的，对于新入行的同学则更可以用残酷来形容。不过，值得欣慰的是，尽管如此，仍旧有超过九成的受访者对行业的未来表示乐观。

不论如何，坚持我们的理想，坚持我们的付出，熬过黑暗，剩下的就一定是光明。

徐海波

UIRSS.com 创始人

百度用户体验部高级经理

2013.5.29

Readme

管中窥豹

任何一种抽样都存在抽样是否均匀的问题。此次调研已尽可能延伸覆盖 IxDC 所能触及的所有企业 / 单位 / 部门 / 个人。分析结果显示，我们至少没有落下领域内标志性的企业 / 单位 / 部门。

调研方法：网络问卷

发布平台：IxDC 网站、微博、微信，人际传播

时间周期：4.15~5.5

取样结果：共计回收问卷 1137 份，数据清洗及剔除非从业者后的有效数据 927 个。聚类出 644 家企业，其中 158 家实名单位，覆盖 22 个省份 / 直辖市

镜里看花

任何一种自述型调研都面临作答是否诚实的质疑。相信每一个答卷者都是和你一样的普通人，你且揣摩你会如何作答，并对其中可能存在有偏作答的内容进行适当地校准，就可以一定程度上看见真相。

网络问卷的内容

答卷者性别、年龄、学历、专业、从业背景、从业时长

所在地域、公司 / 单位、部门人数、工作内容、每周工作 / 兼职时长、工资 / 兼职收入、年均工资涨幅

工作满意度 / 痛点、跳槽意向、跳槽次数、上一份工作时长、换工作的满意度 / 收获、跳槽工资涨幅

对行业的信心、个人职业方向清晰度、岗位发展建议

从业者画像

P3-11

收入分析

P12-20

职业规划建议

P21-36



Employee profile

从业者画像

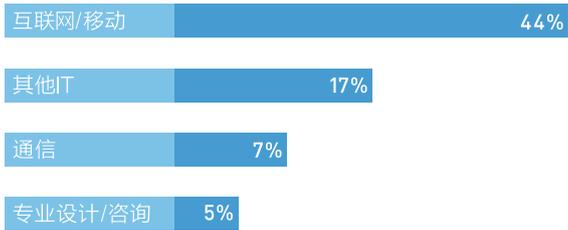
参与者分布

此次问卷的参与者来自 158 家以上的企事业单位，覆盖全国 22 个省会 / 直辖市。

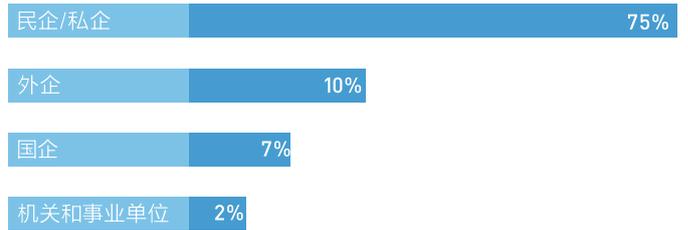


n=802

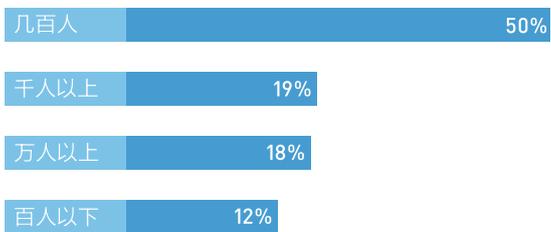
领域



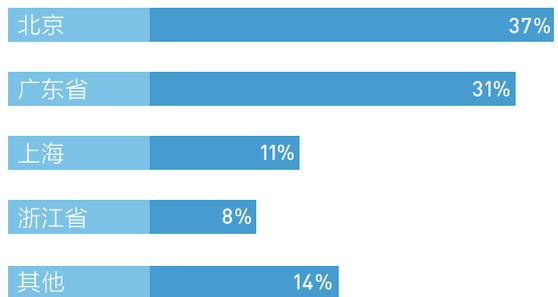
性质



规模



地域



I 从业者速写

她是 85 后，几年前刚从大学的设计专业本科毕业，开始从事用户体验工作。目前正在北京的一家几百人规模的网络公司上班，兢兢业业，每天工作 10 小时，年收不足十万，对工作 6 分满意 4 分不满，偷偷怀揣着换家公司的小骚动。跳跳更健康，身边的过来人大多数都换过工作，他们说：满意度升了，能力涨了，荷包鼓了，做的事也更有价值。她觉得未来 2~3 年她还会在这一行里混，相信用户体验行业正如朝朝旭日，日渐东升，但更远的事她也说不清，再往前走可以做些什么呢？

分析说明：根据答卷者当下主要的工作内容，进行了 5 类从业者的画像切片分析，分别是：

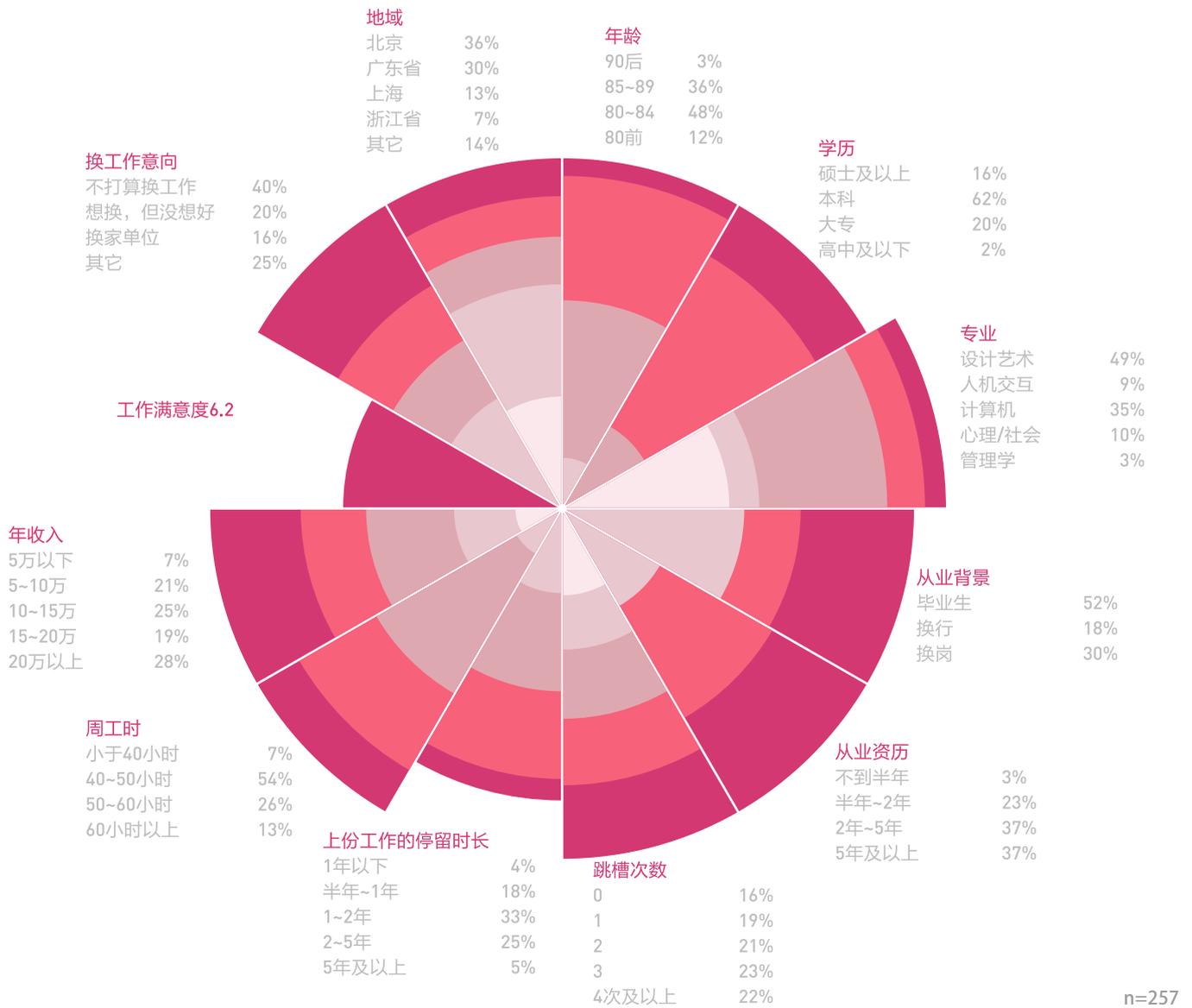
管理者，n=257

视觉，n=356

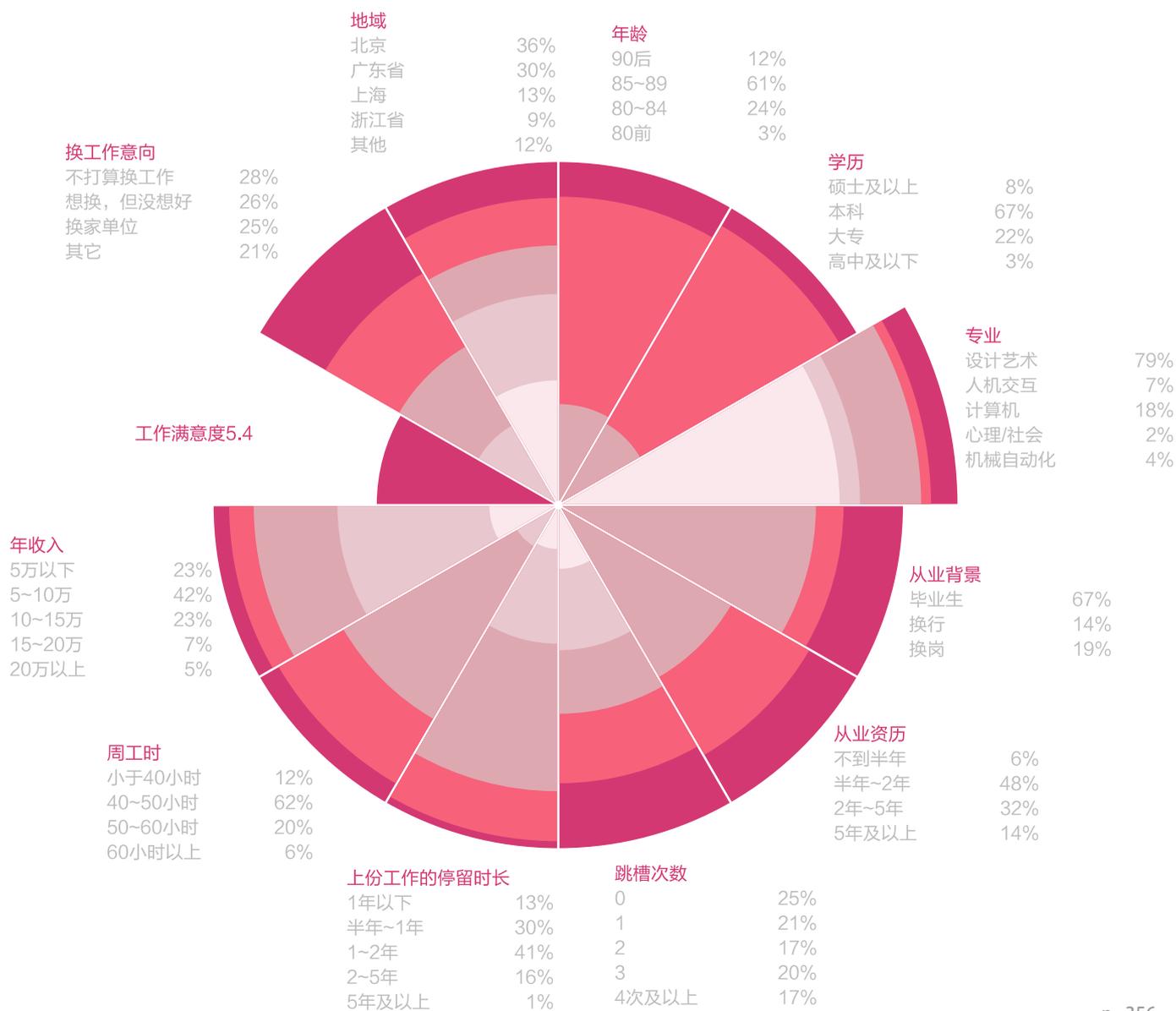
交互，n=422

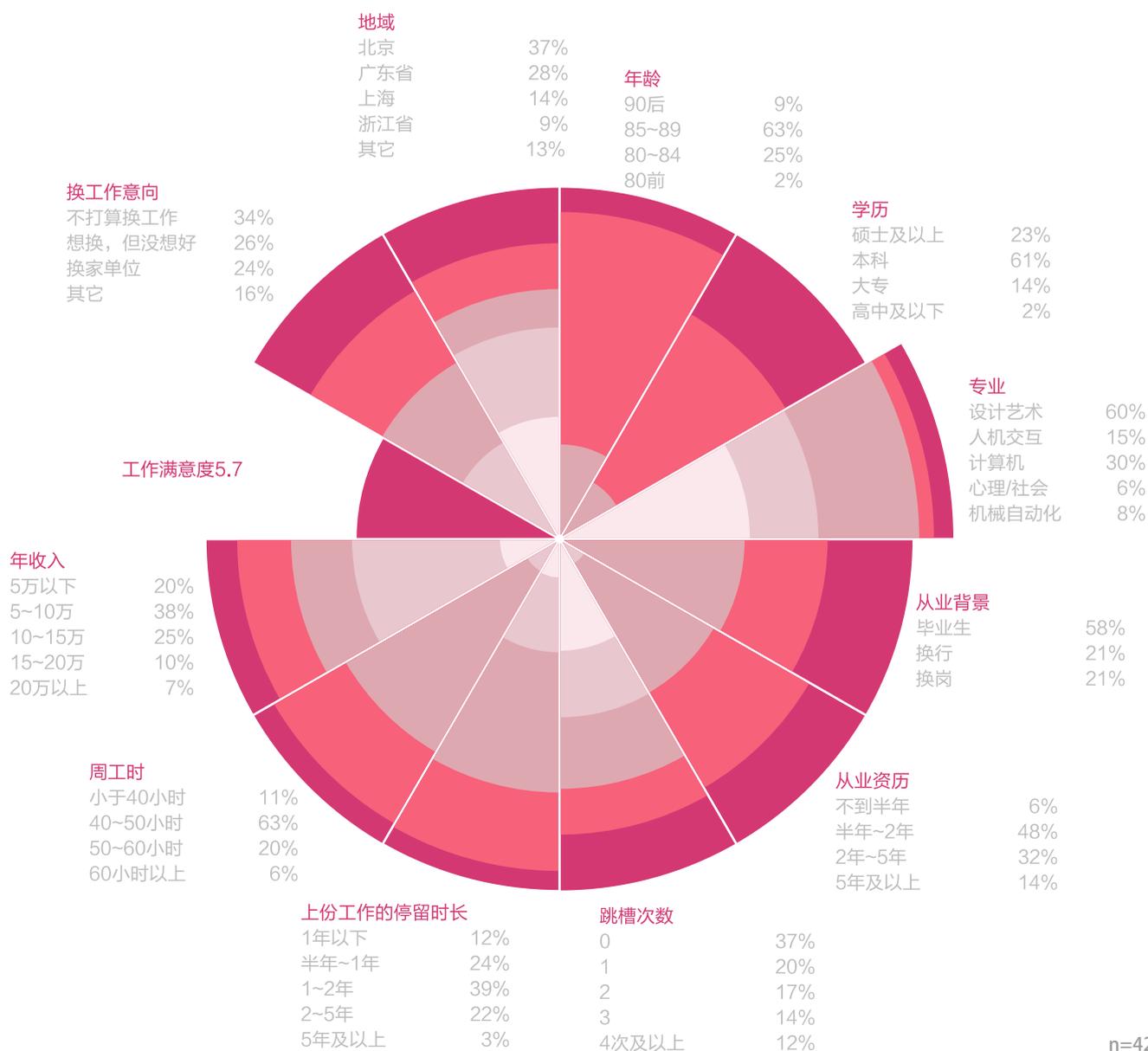
用研，n=226

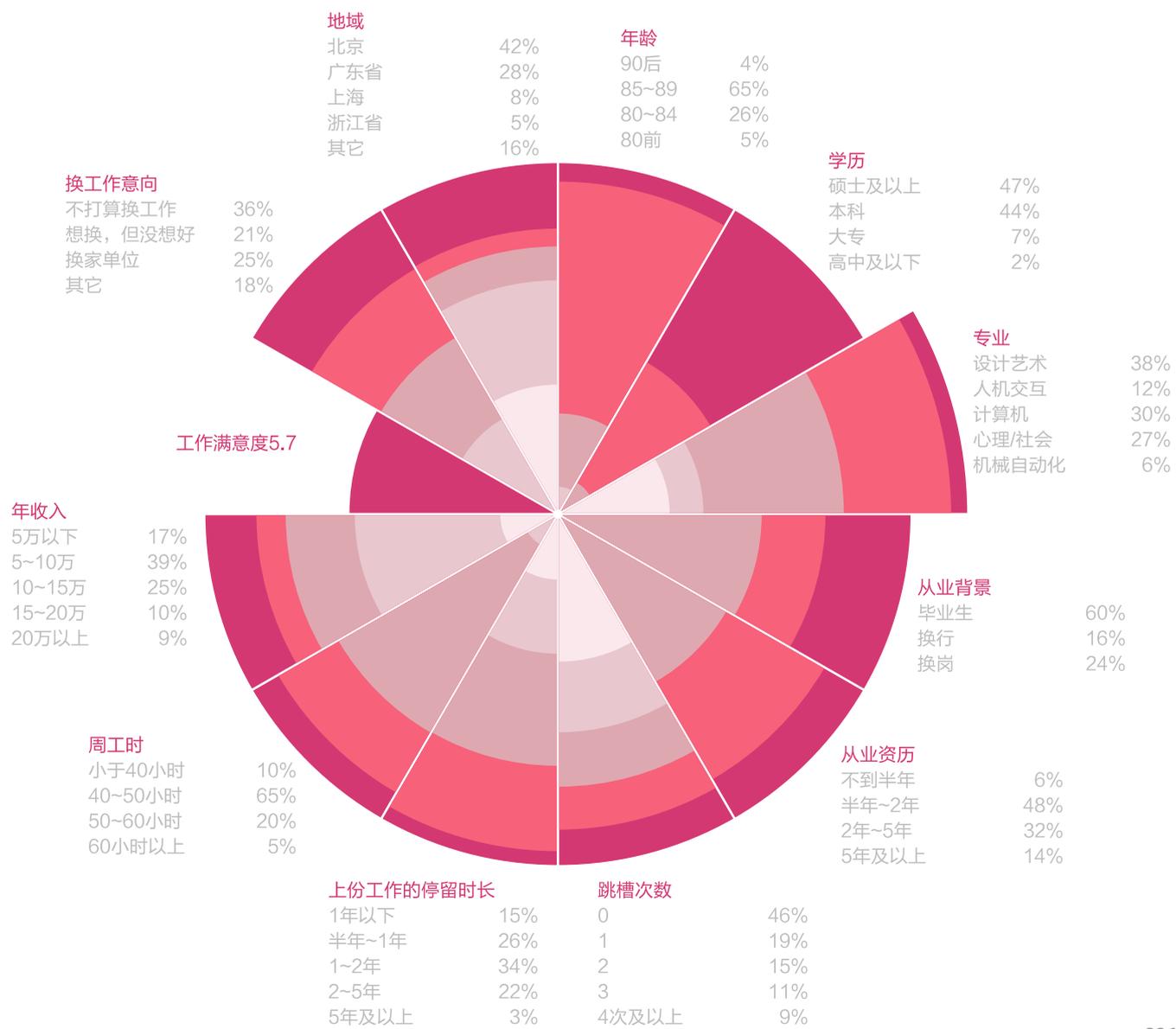
复合型（视觉、用研、交互三类专业中，同时从事两类及以上者），n=192



n=257

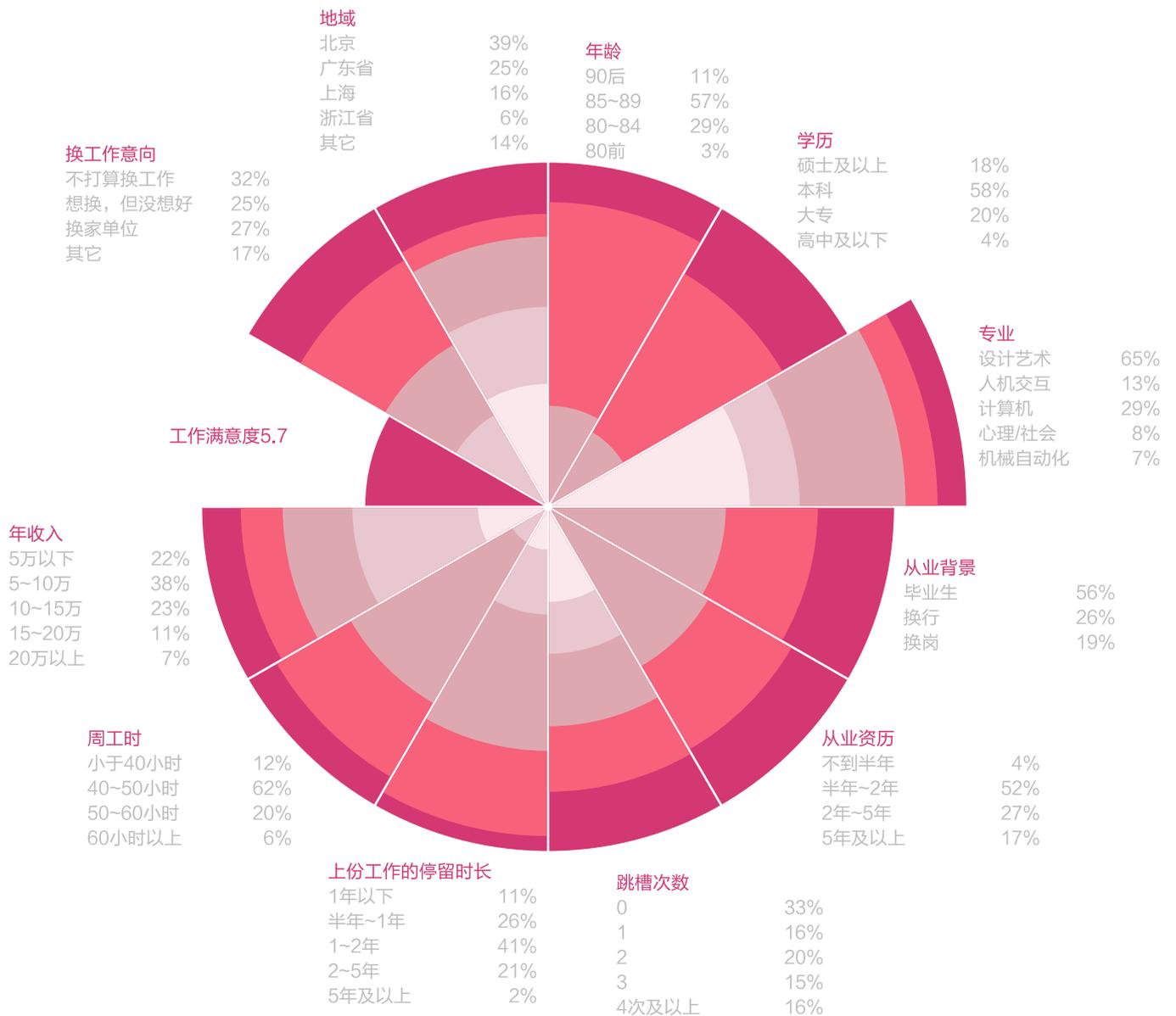






从业者 | 复合型

Women:50 Men:50



n=192

从业者 | 各类型对比

n=927

领导，忙碌、阔绰、快乐、稳定的老男人。相对而言，男性多，年纪大，资历深，来路复杂，换过很多工作。工作更忙碌，更多人兼职，收入更高，加薪幅度更大。整体工作满意度更高，更不想跳槽，有更清晰长远的自我规划。

视觉，起点低、涨势猛、跳动活跃、爱拼会赢的小愤青。相对而言，平均年龄最低，学历最低，当下收入最低，工作满意度最低，兼职人数最多，一份工作的停留时长最短，跳槽意愿最高，但他们的工资涨幅仅次于领导，跳槽带来的工资提升收益也相对较高。

交互，妥妥地、迷茫着、调整着未来方向的好孩子。相对而言，交互的各类数据特征均妥妥地稳居所有从业者类型的中位数，即没有什么特别的故事可以娓娓道来。只有一小点，换工作带给他的收益有比其他人更多的“职业方向调整”。

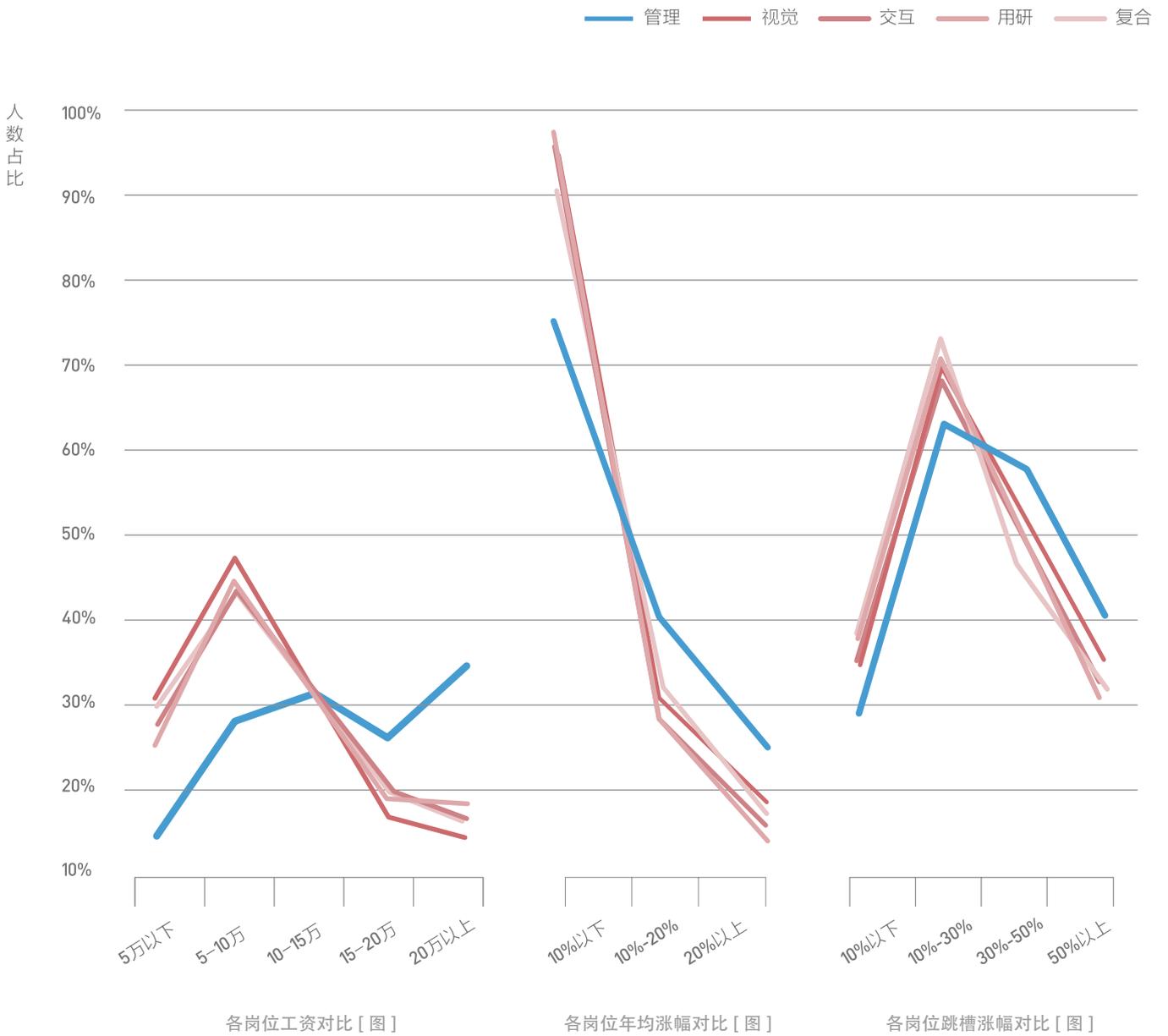
用研，博学、缓步、要有价值。相对而言，女性稍多，学历最高，年纪稍大，专业背景更为多元。薪水相对高，但年均涨幅小。工作满意度趋中，跳槽相对慎重，换工作带给他的收益有比其他人更多的“做的事更有价值”。

复合型，过去是复杂的，未来是多变的。相对而言，他们大多数特征更接近视觉，但他们有更复杂的从业经历，更清晰长远的自我规划，换工作带给他们的收益和交互一样有更多的“职业方向调整”。

工资分析 | 收入对比

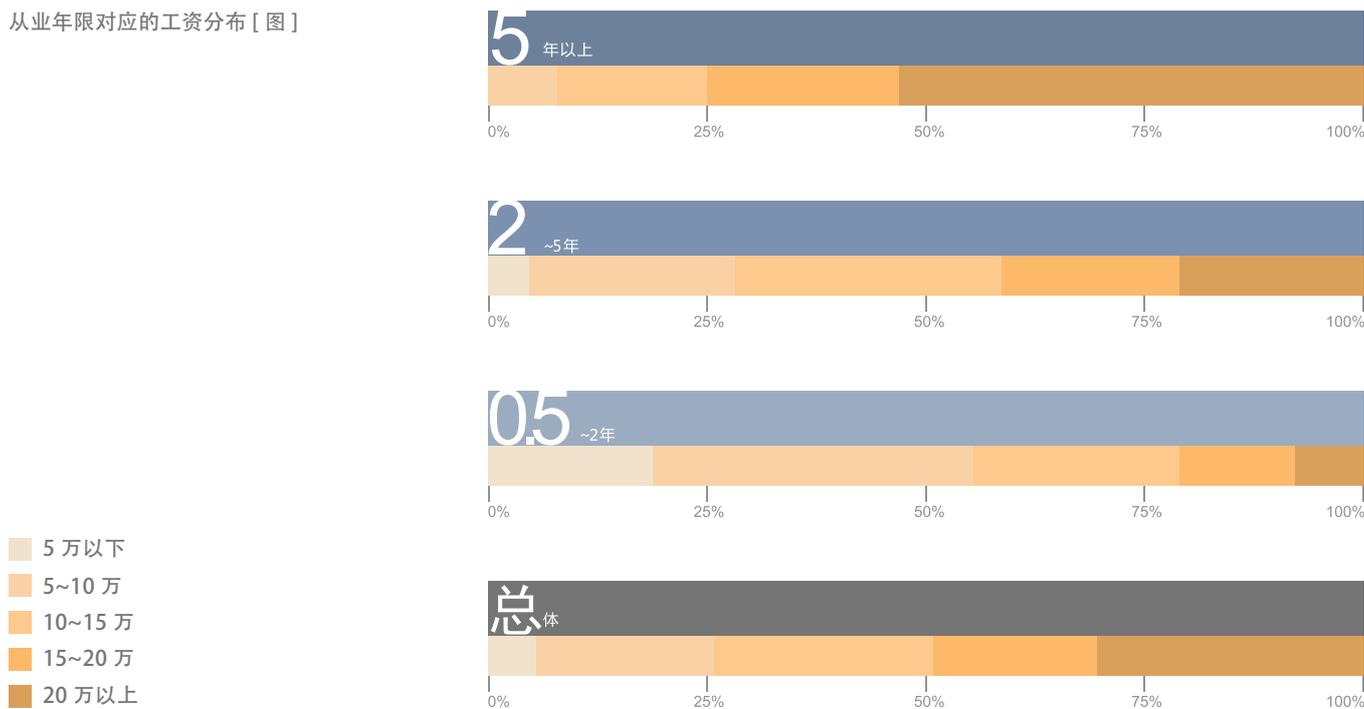
n=927

结论: 管理者在“工资”、“工资的年均涨幅”、“工资的跳槽涨幅”上都显著高于其它岗位; 其它岗位大致相当, 其中视觉在收入上略低于其它岗位;



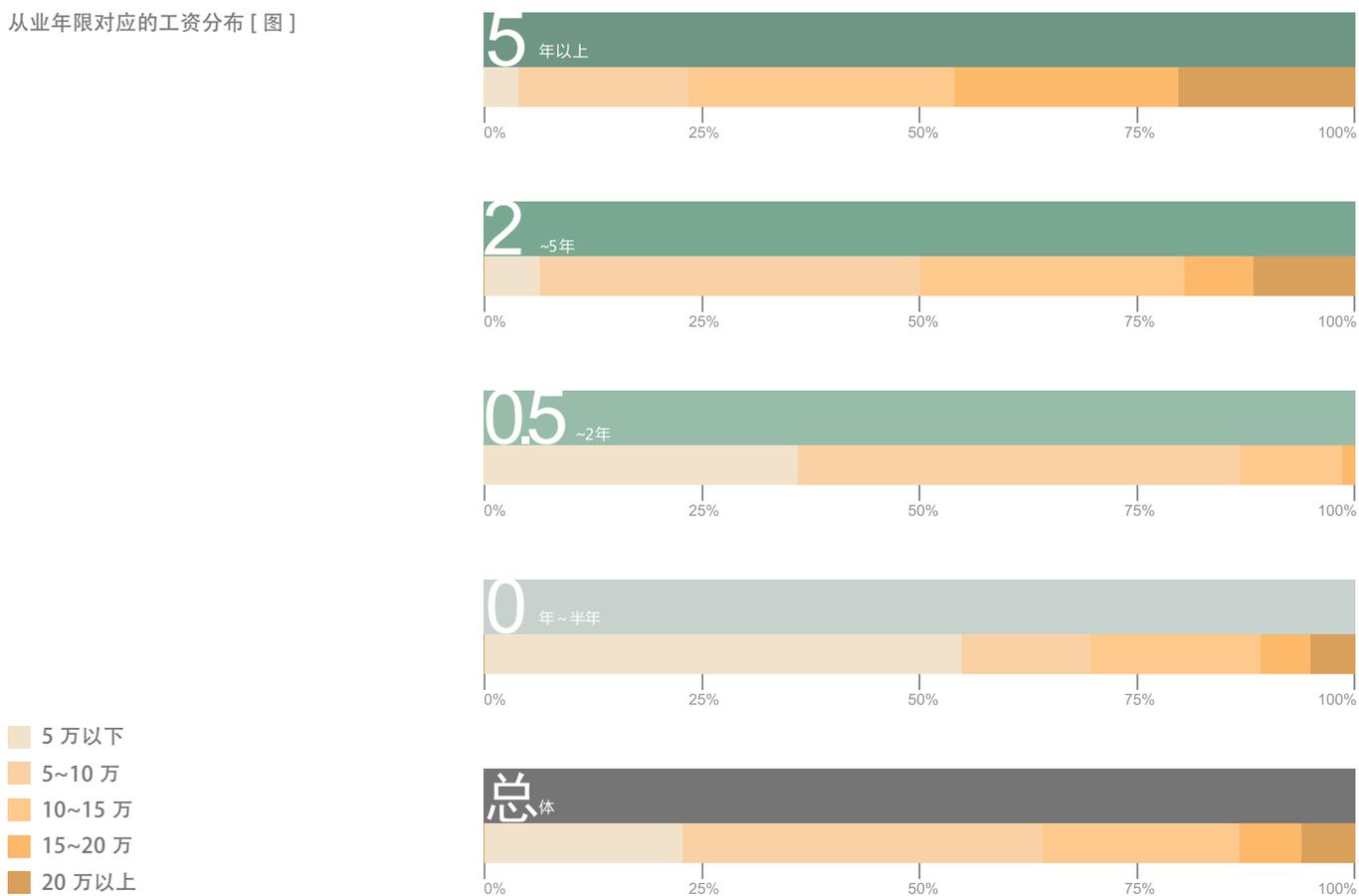
结论：管理者总体的平均工资是“10~15万”，其中从业“半年~2年”的平均工资是“5~10万”，“2~5年”的是“10~15万”，“5年以上”的是“20万以上”；管理者总体的年均工资涨幅均值小于10%；从业2年以下，跳槽涨幅均值10%~30%，2年以上30%~50%.

从业年限对应的工资分布 [图]



结论：视觉总体的平均工资是“5~10万”，其中从业“不到半年”的平均工资是“5万以下”，“半年~2年”的是“5~10万”，“2~5年”的是“5~10万”，“5年以上”的是“10~15万”；视觉总体的年均工资涨幅均值小于10%，跳槽涨幅均值10%~30%.

从业年限对应的工资分布 [图]



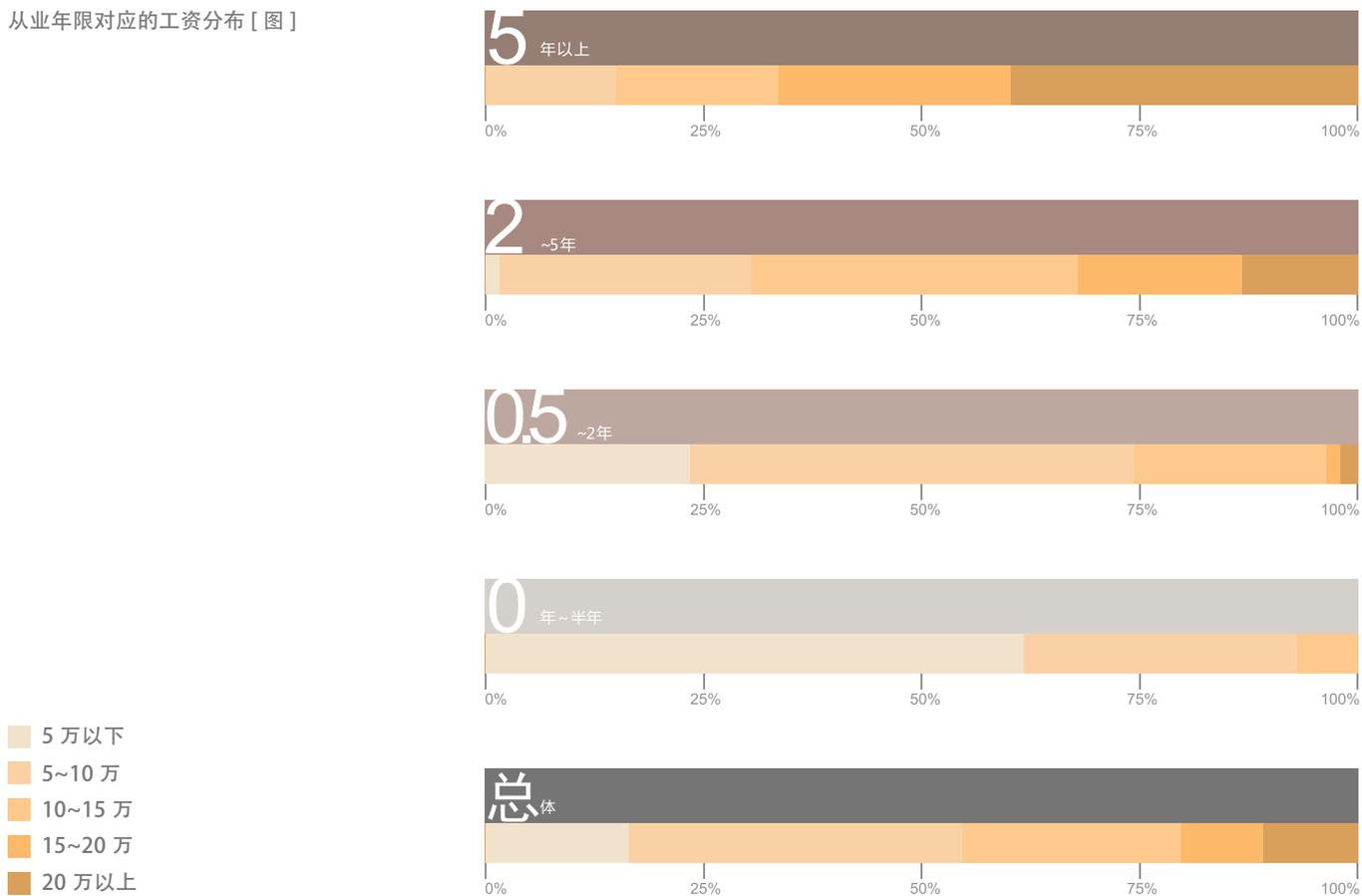
结论：交互总体的平均工资是“5~10万”，其中从业“不到半年”的平均工资是“5万以下”，“半年~2年”的是“5~10万”，“2~5年”的是“10~15万”，“5年以上”的是“15~20万”；交互总体的年均工资涨幅均值小于10%，跳槽涨幅均值10%~30%。

从业年限对应的工资分布 [图]



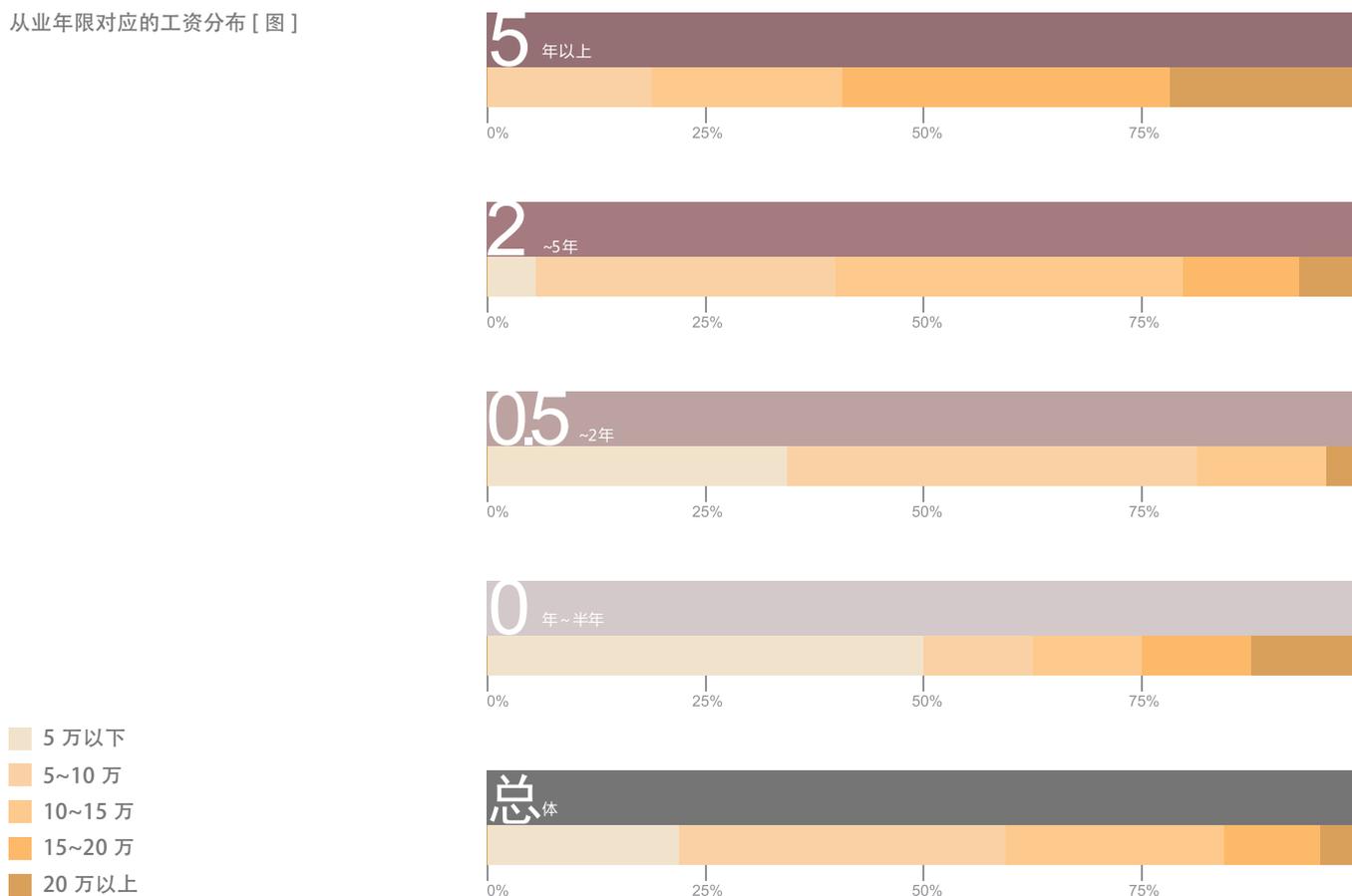
结论：用研总体的平均工资是“5~10万”，其中从业“不到半年”的平均工资是“5万以下”，“半年~2年”的是“5~10万”，“2~5年”的是“10~15万”，“5年以上”的是“15~20万”；用研总体的年均工资涨幅均值小于10%，跳槽涨幅均值10%~30%。

从业年限对应的工资分布 [图]



结论：复合型总体的平均工资是“5~10万”，其中从业“不到半年”的平均工资是“5~10万”，“半年~2年”的是“5~10万”，“2~5年”的是“10~15万”，“5年以上”的是“15~20万”；复合型总体的年均工资涨幅均值小于10%，跳槽涨幅均值10%~30%。

从业年限对应的工资分布 [图]



工资分析 | 总结

“是否是管理岗”和工资水平、年均涨幅、跳槽涨幅高关联。 我们统计检验了问卷所有变量与工资收入之间的关联关系，结果显示：岗位属性、从业时长属性和工资水平关联系数最大。其中，管理者在薪酬福利上占尽天时地利人和，这种影响大于从业时长（专业资历的间接变量），说明当下环境，走技术通道还是走管理通道，不是鱼与熊掌，是杀生成仁。另外，视觉、交互、用研、复合型之间的工资大致相当。三者中，用研小胜一筹，这和他们毕业时的学历较高可能存在一定关系；视觉相对最低，至少从他们自己上报的数据看是这样（Unbelievable）。

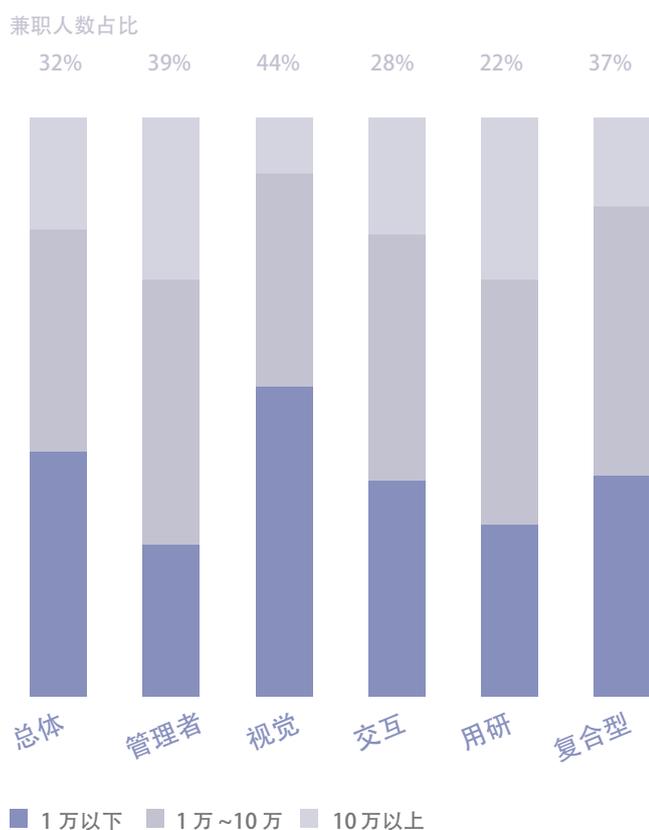
“从业时长”和工资水平高度关联。 做得久了，收入自然会涨。从业 5 年后收入是新人的 3 倍以上。

“企业规模”“学历”和工资水平中等关联。 剔除管理者后，对从业时长相同的人进行进一步的统计检验，结果发现：企业规模、学历和工资水平关联显著，即“大企业，高学历”收入高。

“对当下工作的满意度”与工资水平高关联。 个中原因不言而喻。

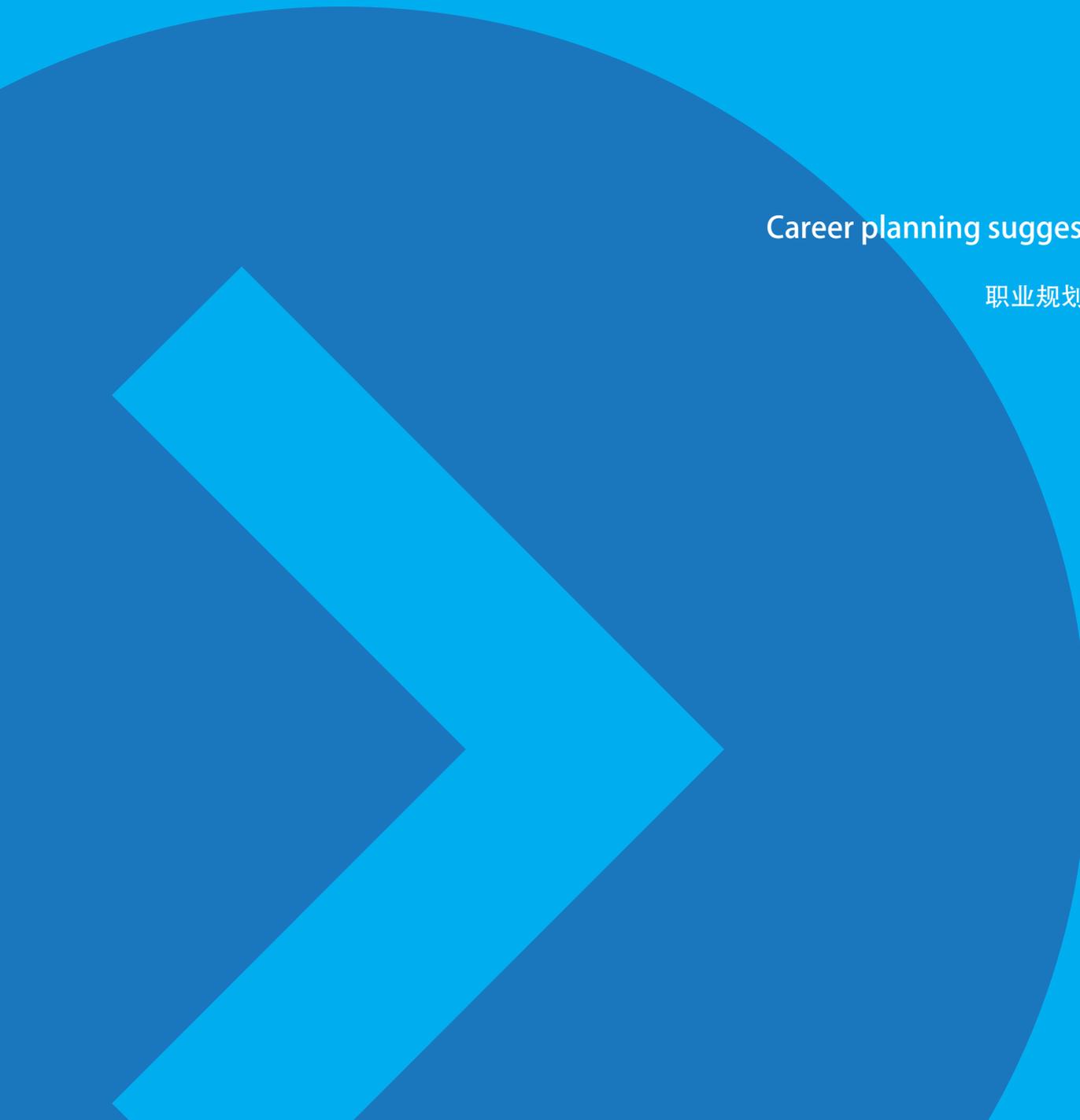
兼职收入

n=927



结论: 从业者总体的兼职人群占比是32%, 平均年收入是“1~10万”, 其中管理者的兼职人群占比是39%, 平均年收入是“1~10万”; 视觉是44%, “1万以下”; 交互28%, 年收入是“1~10万”; 用研22%, 年收入是“1~10万”; 复合型37%, 年收入是“1~10万”。

不同岗位类型对应的年兼职收入分布 [图]

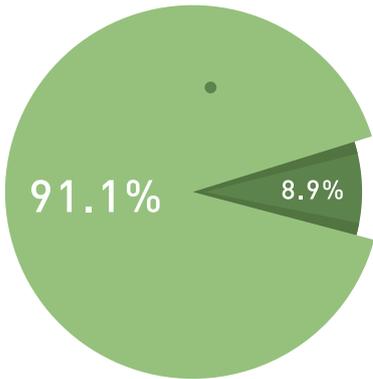


Career planning suggestion

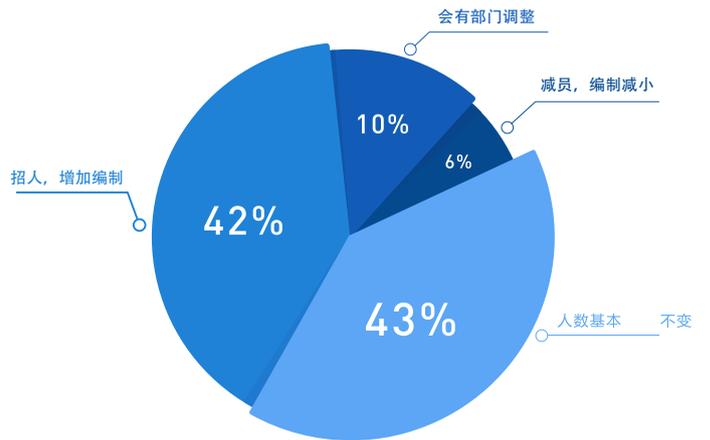
职业规划建议

行业在发展

n=927



大家对用户体验行业发展充满信心，信心指数总体均值 8.0，其中 91.1% 的人信心指数大于 6。



从业者所在部门未来一年的规模变化 [图]

I 大家不快活

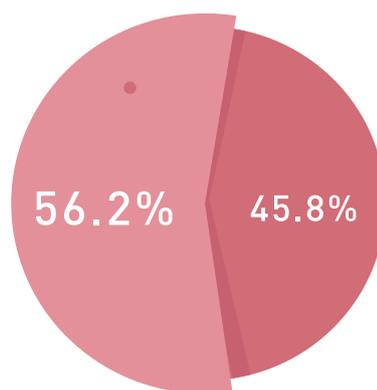
n=519

不受重视，没有话语权（10%） “企业内对用户体验的认识和理解不足，不重视用户体验，不重视设计思维，不重视用户体验部门，用户体验从业者得不到足够的资源支持。相对其它开发、产品等岗位没有地位，被当成美工使用，谁都要指手画脚。讲求效率体验后置；得不到信任，工作成果不被认可，意见不被采纳，缺乏说服力，总是被挑战。设计稿被改得面目全非，被市场、客户牵着走，会因为老板的一己之好而放弃。一而再再而三的做同样的事情，学不到任何东西，没有成就感。”

薪水低（9%） “钱，不论如何总是少。公司对用户体验的不重视直接反应在薪酬上，薪水总落后于开发者。杂活多，成就感低，没提升，愈发觉得钱少。”

工作没意思（7%） “事情杂，身兼数职，不能专注，既要视觉，还有弄交互，还要跟项目，要应付多个产品，导致每个产品都很烂。项目坑，需求不明确，没有可行性，无创新，止步不前。客户差，什么都不知道。工作没兴致，全是机械功，无用功，重复功。尼玛！当我是神么？纯苦力！”

没有团队支持（6%） “没有团队，一个人在战斗。有也似无，成员间缺乏交流，没有团队氛围，没有专业领头人。合作项目，和项目组其它岗位间无法融合，没有归属感和安全感。”



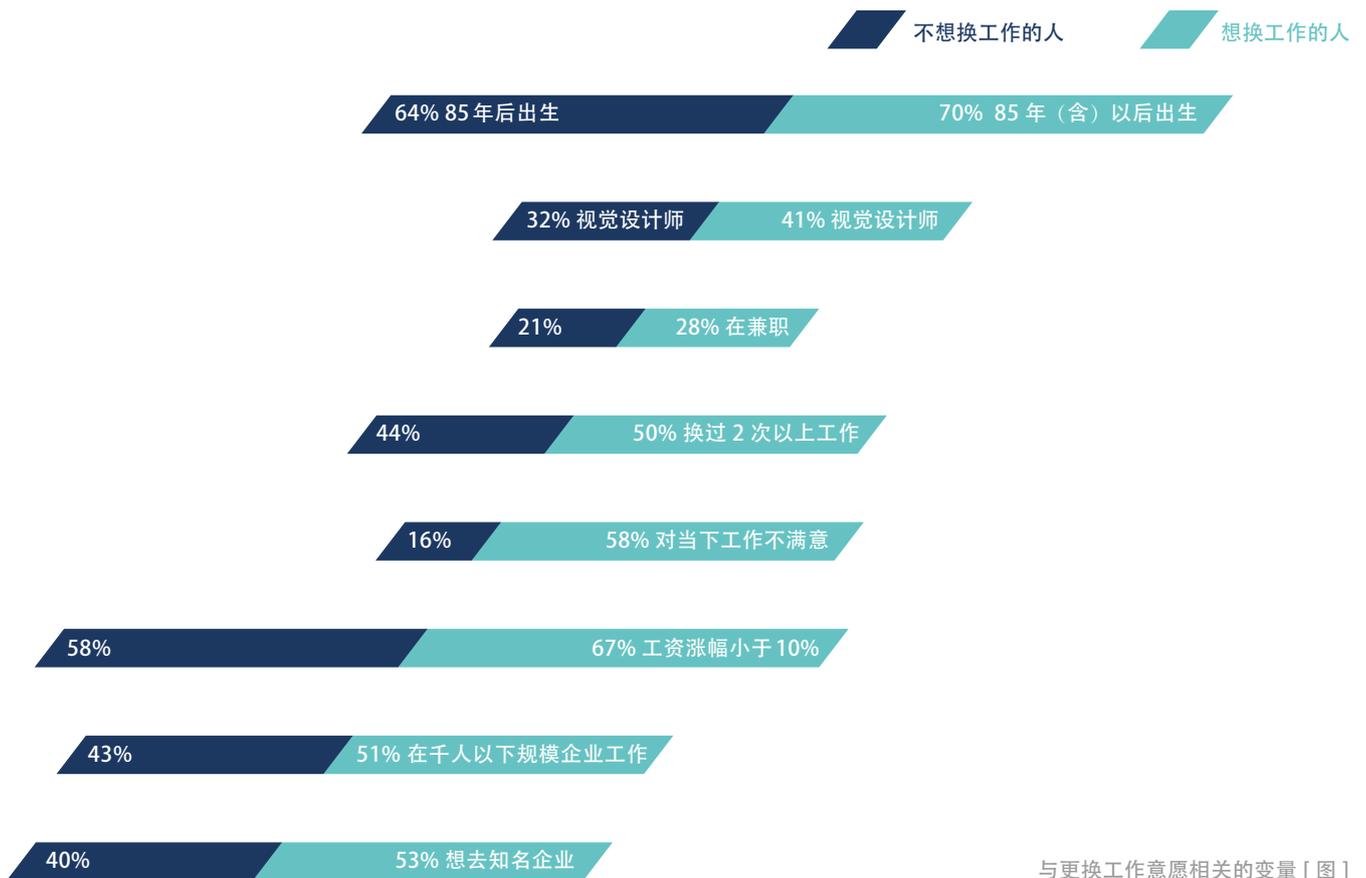
大家对当下的工作满意度低，满意度总体均值6，其中56.2%的人满意度大于6.

I 有点想跳槽

未来 1 年，66% 的人想换工作

较之《2012 用户体验行业调查报告》40% 的数据，说明人员浮动性在进一步的恶化。

较之不想换工作的人，想换工作的人更年轻，更多的视觉设计师，更多人在兼职，更多人换过 2 次以上工作，更多人对当下的工作感到不满，更多人工资涨幅小于 10%，更多人在小企业工作，更多人想去大企业。



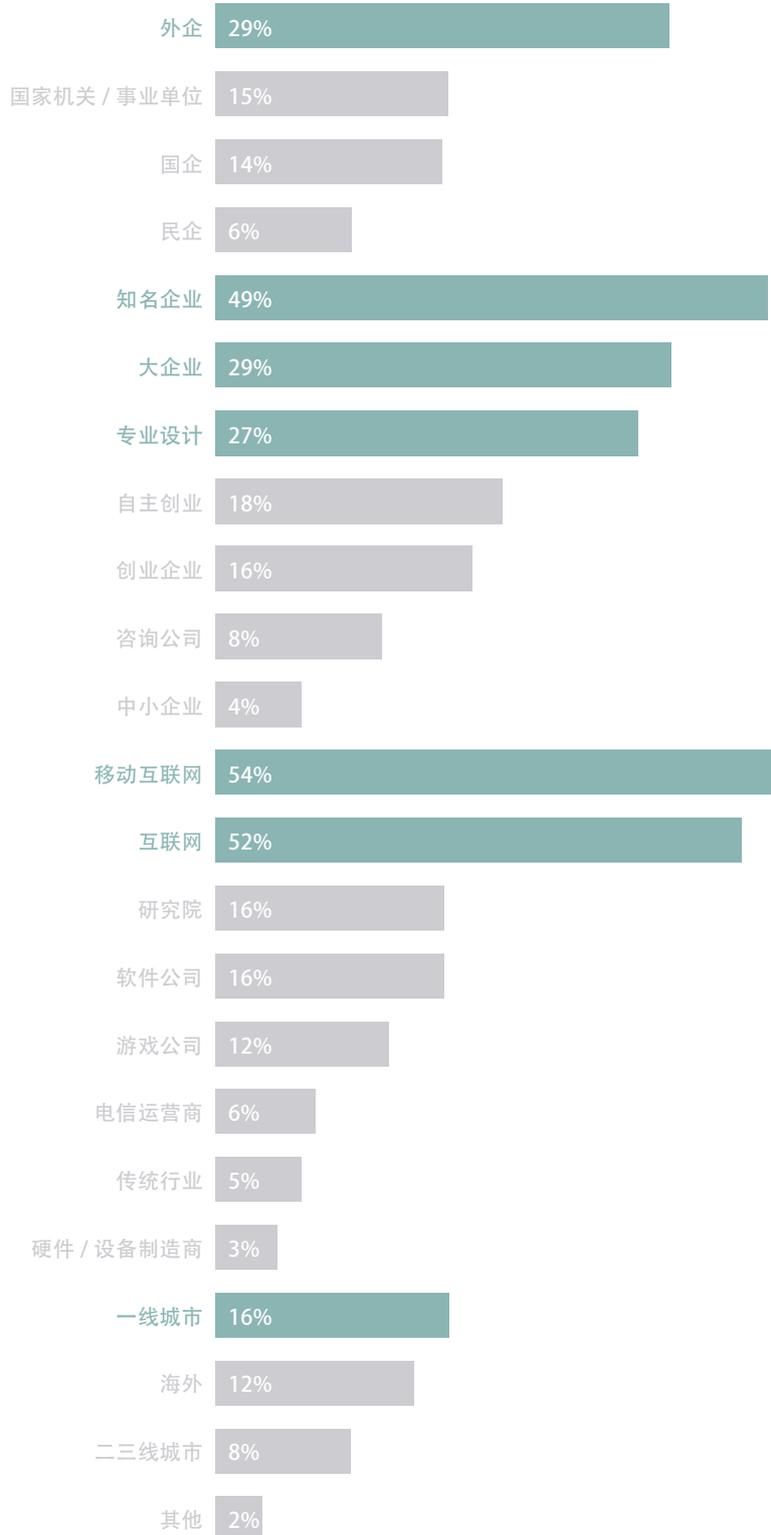
与更换工作意愿相关的变量 [图]

n=927

都想去哪里

从业者更换工作时青睐的企业标签 [图]

n=927



跳跳更健康

78% 的从业者，有更换工作的经历。其中 81% 的人，换工作后满意度上升

换工作带来的最大收获 [图]

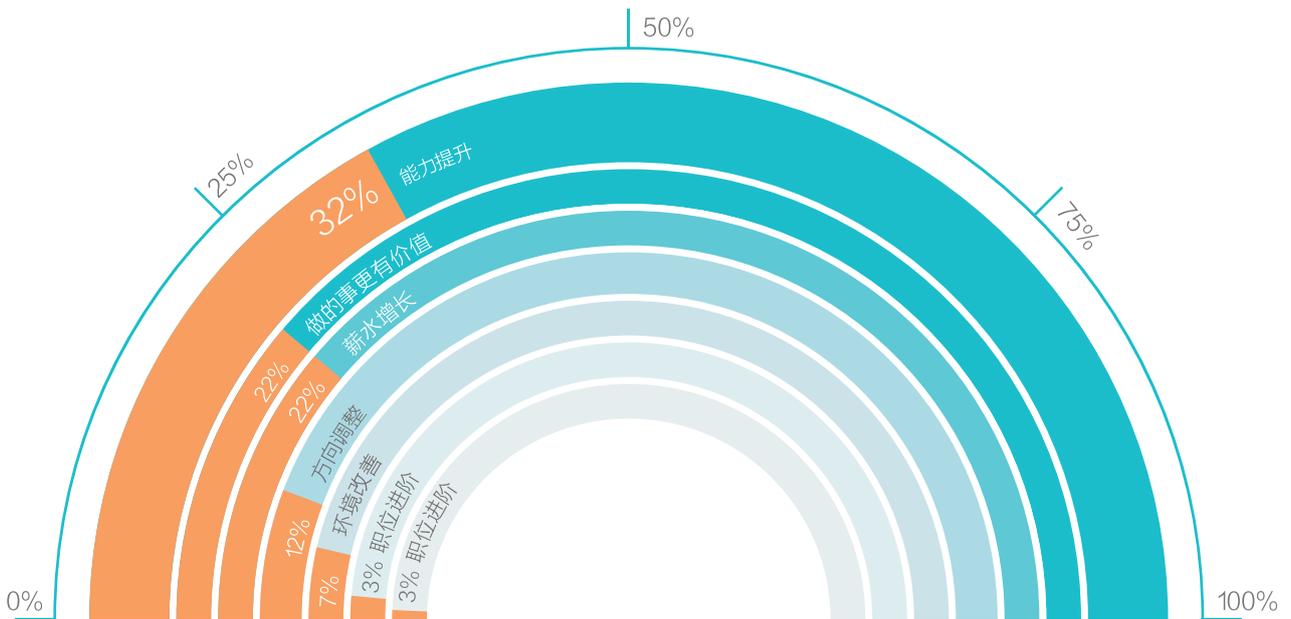
n=629

78%

78%的从业者,有更换工作的经历

81%

其中81%的人,换工作后满意度上升

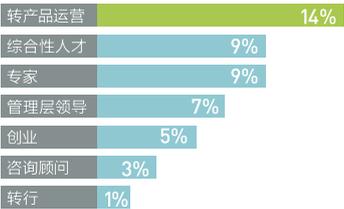


未来怎么走

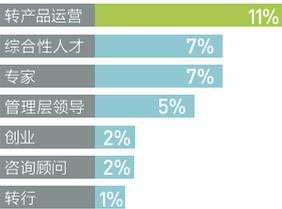
n=366

从业者对自己所在专业岗位未来的发展建议 [图]

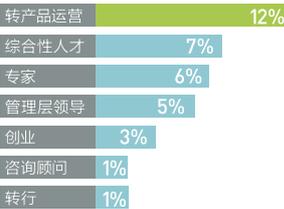
视觉说



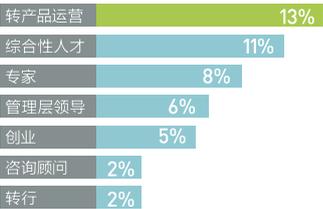
交互说



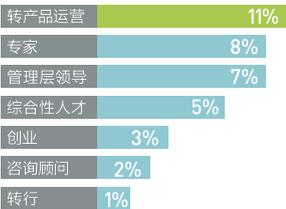
用研说



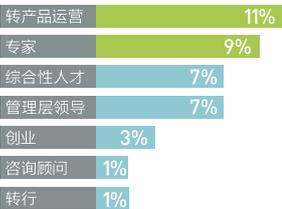
复合型说



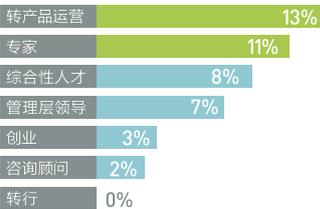
管理者说



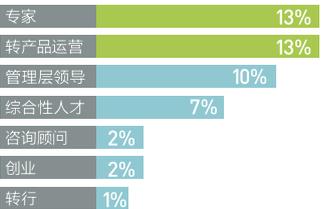
高满意说



高薪人士说



老人们说



I 未来怎么走

转 “直接转产品经理，运营，市场，产品管理人，设计项目类管理，项目管理。公司外部，可以向培训师、设计工作室等方面发展。从事产品运营工作，抓住营收管理权和方向权。视觉转交互，转专业艺术方向。交互慢慢转向产品。感觉用研最终的方向应该是产品，做产品规划，新产品预研。”

综 “T型发展路线，一专多能。專業界限將逐漸變的模糊，岗位交叉的部分会越来越多。综合型设计人才会比较容易生存下来。延伸新的用户体验设计工作范畴。在用户体验各专业间横向发展，向上下游工作岗位学习。从用户体验专业单一专业向体验设计师转型，向大用户体验范畴的提升，要身兼视觉、交互及用研等身份。横向扩展一切和产品有关的知识。学习产品经理，运营等其他岗位的经验 and 知识。跟进国际行情，充分了解自己所在行业的动态和发展趋势，敏锐观察市场的变化。加深对行业、产品、用户的理解。”

专 “做好自己的专业，往专家方向发展。需要很长时间沉淀的过程。提升专业能力，积累更多经验和见识，学习更多的技能，更多的工具，更多的方法。提高理论素养和概念化能力。加深对业务的理解。成为一个专业更强的人，然后就是可以去指导他人。成为传道者，写书演讲人。未来几年 UI 竞争也很激烈，能力不好的，会很快下来。视觉必须专精视觉表现力，可以做产品品牌视觉定位。用研可以做一点数据挖掘，要成为指导和规划者，而不仅仅是支持者。交互这个岗位入门的门槛不太高，从个人的发展来讲，如果没有成为行业的 NO1，往后的日子不太好过。”

官 “每份工作最后都是当领导，或当老板。行业未来会需要更多资深设计师或设计主管。熟悉管理岗，并往这方向靠拢。小公司，发展空间也很受限，如果爬到相对高度，可以比较稳定的从事这个职业。产品总监，高层，公司战略部门的管理者。深造专业，带领专业团队。”

More “在兼职中能领悟新问题、新概念、新方法。自己单做，接私活，创业。无论是不是老板，不要这么浮躁。脸皮够厚，屁颠屁颠跟着别人问东问西。meet 市场预期，老板预期，把控设计维度，质量。”

职业发展建议

在问卷中，我们通过主观题“您觉得您在这个专业岗位的人（视觉、用研、交互、前端、动画等）在往后可以怎么发展？”，来收集从业者的经验和思考，为他人提供参考。有许多人非常认真地回答了这个问题，再次对他们表示感谢！

在这里，我们与大家分享不同岗位、不同资历从业者的职业发展建议。

视觉设计师

管理者

专业上继续深入，但是同时要掌握架构设计和整体产品设计的一些知识做补充。

——北京，从业 1 年

之前一直从事 UI、UED 设计，目前在转产品经理。觉得设计师懂产品懂需求才能做好东西。产品和设计以及用户体验是不可分的

——南京，从业 2 年

更需要感官度的理解体验，就似乎现在的机器人是个会说话会基本识别，但是他们对生理机能的判别远远不足，交互式体验度也是一样，更离不开用网络科技。

——杭州，从业 2 年

从视觉设计、网页设计到交互设计。从局限、狭小的圈子到开阔、开放的心态。我觉得始终都不要把自己固定在某一个位置上，专业岗位意味着一专，多能。但不意味着只专，其它一无所知。从整体上去看待所做的事情，更能清楚自己的方向。未来，不管做什么，道理都是相通的。从现在开始以开放的心态去拓展方方面面的知识，相信当机会到来的时候，就能牢牢的抓住它～

——北京，从业 2 年

专业化方向发展，目前行业缺少高阶的专业人才。但综合能力全方位发展也是一个思路。

——深圳，从业 3 年

我是视觉出身，工作 3 年，现在大部分是做交互和产品经理的工作。从我的经验来说做视觉不能只关注视觉，一定要了解其他岗位的人都做了什么，懂得多了，自然能找到自己的方向。自我学习非常重要。

——上海，从业 3 年

个人觉得从职位上和公司需求上可能在“视觉、用眼、交互、前端、

动画等”，集齐 2-3 个技能的人会有发展前景，并且更有机会谋得领导职位，带领团队实现更大 更好的设计作品；对于只有 1 或者说 1.5 个技能的人，沟通与理解能力就显得尤为重要了；所以选择自己想要加强的技能并坚持走下去的毕竟会得到很好地发展，做到权威即可选择自己创业，为行业做贡献，同时对自己也是个很好地升华！

——上海，从业 3 年

未来将不会只专注于某一领域，视觉设计师在本职工作的基础上也要身兼交互及用研等身份，甚至更多身份；专业界限将逐渐变的模糊。

——北京，从业 3 年

需要更多的关注行业以外的信息，更加全面的提升综合能力，而不仅仅作为流水线上的一颗螺丝钉。

——北京，从业 5 年

从最初入行到做的很好，到独挡一面的项目带头人，到管理。

——北京，从业 5 年

细分与融合的并存，一方面在大公司不断细分专业，以求更高效能的运作，一方面在初创公司以及公司管理层更重视融合的综合型人才

——西安，从业 5 年

视觉必须专精视觉表现力，再此基础上加深对产品的理解和用户的理解。

——杭州，从业 8 年

单纯的、仅专注于视觉、用研、交互的未来发展有限，以上都是为内容服务，要懂内容就不能用旁观的心态，而应该真正去做内容工作。

——北京，从业 8 年

非管理者

用户的需求才是设计的价值所在，视觉交互应该向着阳光前进，产品体验深入到用户内心，注重用户的心理和精神需求，才能持久发展。
——杭州，从业 2 年

一切都是新的，所以难免会在一些小型企业身兼数值，即是设计又是交互还要负责用研，这些客观的因素是很难改变的，只能自己去把控，至少能够全面的了解每个部门是如何协调的，最让人头疼的是，你发现在你什么都会什么都不精的时候，是很难把握下份工作我们应该要做那个方向的，最好让自己变成一个一转多精的人，至少在小公司要这样。

——北京，从业 2 年

我认为，现在国内很多有这个方向的中小企业里边，大多是专业人士还不是很清楚这个方向的工作，都在摸索，而且也不是很多公司都可以提供培训的机会的～在行业里边这样的界定性的问题应该推广，让更多的人了解这个行业，清楚这个方向的设计内容。在行业发展上尽量整体提高，整体专业化。

——沈阳，从业 2 年

我觉得视觉设计和交互设计的发展空间比较大，因为现在使用互联网的人越来越多，对视觉方面的需求也在不断扩大。交互设计和视觉设计的目的都是一样的，他们都是为了给用户带来愉悦感。随着经济的发展，我觉得从事视觉设计和交互设计方面的人应该多去观察生活，注意生活中的细节，多去了解互联网行业，这对以后的发展会有帮助的。

——常德，从业 2 年

这个行业需要坚持，也需要创新，随着经验得积累，你就会知道自己想要什么，大众所需什么。

——上海，从业 3 年

我现在从事的岗位是 UI 设计，UI 未来几年竞争也很激烈，用人单位要求的设计水平也很高，能力足没问题，能力不好的，会很快下来，要不就换岗位。我本人对 UE 在中国来说，前景很好，想踏进去的人能坚持住，以后就是这个行业顶梁柱。——广州，从业 5 年

视觉设计师未来应该不断提升自己的能力，未来学习更多的技能，变得更加专业。行业未来会需要更多资深设计师或设计主管。

——成都，从业 5 年

这个行业我觉得日后发展还是很宽广的，公司内部可以向产品、需求、项目等方面发展；公司外部，可以向培训师、设计工作室等方面发展。

——北京，从业 8 年

交互设计师

管理者

目前所做的是交互的工作，将来的规划是向产品发展。根据入行半年的了解，一个交互，在视觉实现上如果也能不错是可以加分的，同时掌握前端和动画相关的基础也是值得努力的。所以，目前的发展就是在基本交互理论的基础上，再进行视觉和前端、动画的继续学习。

——北京，从业半年

交互是艺术与编程的完美结合是一部新型地学科。需要更高的水平与能力。设计开发人还要懂得人体工程学、用户心理学。

——石家庄，从业1年

重体验，主要是资源的垄断，现在用户观念在转变，企业不得不转型，考虑产品本身的竞争力，交互体验将成为企业的核心竞争力，用户好评才是成功的产品

——重庆，从业3年

从交互设计到大用户体验范畴的提升是一个比较苛刻的过程，需要补充很多交互设计原则等知识，以及软件开发相关的知识范畴，以及社会心理学，认知心理学和统筹学等可能会涉及到的学科。

——北京，从业5年

非管理者

个人期望可以在专业方面越做越精（高级设计师到核心设计师等等这样发展），但无奈目前的行业状况是：要想往高走，就必须做管理。

——北京，从业2年

行业内现在转交互的人越来越多了，不过希望很多做UI的公司拿风投的可以做的额更好一点，比如app平台的开发其实就混乱的很，很多资金时间都浪费了。所以在用户研究上的发展应做的更好一些。

以后往上的而发展会向服务设计吧，好的咨询策划类蛮有前景，也需要实力。

——深圳，从业2年

在自己做的专业领域基础上学习其他专业岗位的内容，才能全面做好用户体验，例如交互设计，就需要了解其他专业的知识，动画、用研等知识都可以辅助交互设计，使再设计的过程中，考虑的更全，更了解用户，这样有助于交互设计专业的发展。

——合肥，从业2年

作为一个初级的交互设计师，对于岗位发展，我现在也很迷茫，但思考还是有的：其一排除产品功能考虑，专注提升自己交互的技能水平，不犯sb错误，熟练掌握产品的交互形态，在此基础上发散创新设计，提高产品的使用体验；其二，实在混不下去了就转行，带着以用户为中心的设计去干其他有意义的事，比如开个小饭店，蛋炒饭也要让用户吃出点滴体验。

——南京，从业2年

在移动终端的软件行业做了三年，之前一半时间比较像关门造纸，学软件、学理论，相关信息太少，完全靠自己的坚持才做下来了。现在看到了国内越来越多的分享、专注，感觉比较有希望。还是那样的方法，学更多的交互工具，学更多的理论，了解更多的行业信息。

——深圳，从业5年

用户研究员

管理者

随着技术的发展，岗位交叉的部分会越来越多。作为交互不懂前端和视觉以后保个好饭碗也不是容易的事情。以后本人可能会结合产品多一点，也不会把视觉和前端的优势丢掉。

——杭州，从业 5 年

人的能力不只是纵向的发展横向也要发展，用户体验是未来社会必然推动科技创新的坚实力量，跟进国际行情，提升能力与为社会带来的益处与实际收益，才能真正提升整个行业在社会的前进步伐，做专业的事情，是不分年龄岗位限制的，执行做的多的人经验自然多，管理能力提升了的，自然会进阶到主管，总监，更有能力的也会做到副总裁，在国外的苹果等大型互联网科技公司有已经印证了。在中国要走的路还比较长，用户体验这个行业是我们与国外发展差距相对其他传统行业是距离最短的。

——北京，从业 5 年

简单的说，我认为适合用户研究的未来发展方向最合适的可能是产品了，在做用研的过程中，经常会有种感觉：“这事要是能按照用户的需求来做就好了！”但是还要考虑企业的商业价值。

——北京，从业 2 年

1、更高级的数据分析员：偏好数据分析 2、更高级的用户研究员：偏好调研、可用性测试和产品研究 3、产品经理：偏好项目管理 4、用户体验经理：偏好团队管理和用户体验体系建设 5、用户研究主管或经理：小团队头头 正常晋升 6、自主创业：依靠用户体验思想去运营和创业

——深圳，从业 3 年

个人觉得一定要和产品更多的接触，真正和用户接触。可能会有几种可能，体验咨询方向，成为行业独立咨询人，需要更加专业的视角和思维的前瞻性；产品方向，为某个，某些产品服务，maybe 拥有自己的产品。

今后感觉会更偏向于看重技能融合的人，经验多元的人，因为单纯的用研、交互、视觉，无法避免对产品有盲点，不够连贯，价值太小。

——北京，从业 3 年

用研，对我个人而言，首先在目前工作上，需要得到上级领导的支持，所以要让对方看到用研的价值，尽量用数据说话，结果客观有效应用到实际产品中去。还需要进一步摸索。

对于未来的发展，我想的是用研专家，or 用户体验咨询顾问，后者说的话，除了用研之外，还需要了解交互设计和视觉设计，如何将用研结果转化更好应用于交互设计和视觉设计，也是很重要的。

——北京，从业 5 年

提升专业能力，加深对行业发展和产品的理解，提高理论素养和概念化能力，从一个“检验科”人员，变成一位“咨询师”或“医生”。

——北京，从业 5 年

交互设计，用户体验和研究会大幅度简化繁琐事项，提高生活体验，让社会更美好，这是必然的发展趋势，所以如果你真的喜欢这行，毋庸置疑地去做就好了！

——珠海，从业 5 年

UX 正处于泡沫状态，中国还处在泡沫形成时期，但国外包括 silicon valley 已经到了顶峰。不管视觉，交互等等怎么变，至少 UX 行业内最稳定的还是用户测试，只是称自己为 UX designer 的大部分都只能算 interaction designer。

——英国，从业 5 年

视觉和交互等设计类，可以在专业上继续做专做强，有条件的企业可以转为产品经理和更高基本的管理岗位，把控产品的设计和发展。用研，在专业上继续做专做强，成为专家级用户研究人员，或者适度横向拓展能力，成为一专多能的复合型人才，后续发展为产品经理或者更高岗位。

——北京，从业 8 年

从事用研，需要更多往运营、产品领域扩展，扩大用研对业务的影响力。用研是指导和规划者，而不仅仅是支持者。

——北京，从业 8 年

非管理者

随着社会的发展，分工会愈发细致，因此这个专业岗位也会由此细分出更多方向性岗位，例如现在的趋势就有分 web 类和移动互联网的细分发展。随着 google glass 等穿戴式移动设备的出现，每个细分方向都会出现各类专业岗位的人。往后 T 型人才将更吃香。

——杭州，从业 1 年

交互设计和用户研究呈现融合趋势，我认为用户研究应该向更全面的设计研究发展，包含对于市场、技术、商业模式、设计趋势以及用户需求和行为的研究。另一方面，交互设计师可以往产品经理的方向发展。

——上海，从业 2 年

造用研专业，积累更多经验和见识，在有更多的经验和专业知识后，带领用研团队。

——深圳，从业 3 年

产品经理和创业。真正厉害的用研，洞察需求，并转化为产品，结合营销渠道把产品转化为最终的价值。用研是体验设计和营销的交叉学科。

——东莞，从业 3 年

前辈们怎么说



董建明 华为技术有限公司 UCD 与全球化部 用户体验首席技术专家

“在用户体验职业发展方面，我感觉有两个方面是很重要的：

一个是开阔眼界：我们都能够感受到新的设计理念，范式，交互技术，用户行为等对产品设计产生的深刻影响。作为一个好的用户体验专业人士，不管用研也好，交互也好，视觉也好，都需要对相关用户和技术发展趋势非常敏感。经常关注相关的发展资讯，参与国内外的各种高水准的交流，不断开阔眼界，会很有帮助。

另一个是总结积累。用户体验没有固定的公式可循，但却有很多共性的东西可以提炼。从宏观的体验架构设计和管理，到微观的可用性测试，甚至一个图标的细化，深入思考进去都会有会发现很多可以总结的地方。将自己的所想，所做，所感进行系统的整理，可以日积月累，触类旁通。”



付志勇 清华大学美术学院信息艺术设计系 副系主任

随着经济和产业的发展，越来越多的设计师开始进入交互设计领域，但新的交互设计方向也正在形成中，除了移动互联网之外，面向第一、二产业、软硬件结合的领域也对交互设计有着巨大的潜在需求。

作为行业的新人，要力求具备艺术、文、理工、商业等学科的综合知识结构，要善于站在本行业外思考问题，同时要敢于尝试去做创新和创业，要具备良好的团队合作精神和能力，才有可能在未来成为行业中的佼佼者。



傅利民 阿里巴巴国际站 用户体验总监

我们谁都不能百分百准确地预言未来，但是几个明显的趋势应该在一段时间内还是会继续的，这些趋势对你的职业规划和发育会有一些影响：

1. 移动化，手机和 Pad 的流行，交互方式不断的发展，会继续对设计行业产生深远的影响，要求设计师对移动的一些特性有所了解，用研的方法上也必须能适应。越来越多的职位要求有移动设计和研究的经验，对于找工作的影响也会越来越大。

2. 国际化，互联网把世界变的越来越小，国家的界限也越来越模糊，为不同语言，不同文化的用户设计，以及和不同语言和文化的人共事都是很有价值的经验。外语能力和国际设计经验会为你多打开几扇门。

3. 永远不变的就是变化，做一个能不断学习的 T 字型人才。T 字型人才的说法虽然是老生常谈了，但是还是非常重要。首先是在自己的专业中，一定把自己的专业做深做透，这是你的根本。但是无论你是交互，视觉，还是用研，除了把自己的专业做深做透外，还需要不断了解用户体验相关以及所在产业的知识，这是发展和提升的一个重要方向。公司里最受欢迎的人也是 T 字型的人才。

最后再提一点，要做一个快乐的设计师或者研究员，如果你做完了一个设计或者是写了一个报告以后，你内心里找不到满足的快乐和平安，很可能你的才干根本不在设计上，也许是你需要重新做职业规划的时间了。



刘超 百度用户体验部 总监

我们相信互联网带来的产业革命和过去人类历史上的工业革命一样，将是未来 10-20 年推动人类科技进步的主要力量。随着互联网的发展，用户体验已经是产品的核心竞争力，尤其移动互联网时代的到来将会把用户体验竞争做到极致。所以作为一个行业新人，如果你选择了这行，我很高兴的祝贺你，你选择了当今世界上最有意思的工作。

作为抛砖引玉，我可以将百度对设计师发展路径（1、专业技法；2、产品理解；3、项目业绩）进行分析，给新人从业者一个启发。首先新人入行需要的是专业技法过硬，例如图形设计师要能画出精美的图标和界面、交互设计师要系统性解决用户的使用效率、用研工程师要熟练掌握调研统计的方法等。工作 2-3 年后技法已经是必备要求，设计师需要提升产品理解力，因为 UI 设计是产品的一部分，脱离产品的设计是没有价值的设计，像 PM 一样思考是高级 UI 设计师的要求。工作 3-5 年后要求的是产品业绩，结果为导向是高级人才的检验标准，负责过什么产品，产品在市场上是否成功，这个成功有多少因素是 UI 设计导致的。当你做到这一步的时候，你就是行业精英了，一个设计师想成为大师的唯一办法就是设计出大师的产品。



周陟 腾讯移动互联网设计中心 副总监

总的来说，用户体验行业是一个很年轻的行业，无论从学科的发展还是从各领域的实际设计落地情况，尤其在中国。所以，我们拥有许多可能性以及新的机会。行业报告的数据，行业先行者的建议往往带有不可避免的倾向性，只能作为参考，它会让你知道一些已经发生的情况，但并不会让未来变得更好，而我们需要的是对未来的预见能力和洞察技巧。

关于预见，我希望每个从业者都能站在行业建设的角度，审视自己的专业能力，并且更加的团结，我们都知道合力的作用；关于洞察，设计是一个全局回溯的思考过程，每个节点都存在我们未知的经验和知识，对于设计我们只有抱着谦虚，审慎，尊重的态度才能客观的看待设计中的每一个环节，以此夯实我们洞察力的基础。

最后，改变世界的是少数人，但认真做好设计却是每个人不难控制的选择，对自我更高的要求、对用户更多的理解和关怀、开放与积极的心态一定能成就职业发展的前景。

报告总结

从业者。从业者多 1985 年以后出生，男女各半，大学本科学历，从业时间 2~3 年，所在行业为互联网 / 移动互联网，企业规模几百人，每周工作时间 40~50 小时。

薪资。从业者年收入均值 5~10 万，年涨幅均值 5~10%。“是否是管理岗”是影响薪水、薪水涨幅及跳槽涨幅的最关键变量，反映当下，走技术通道还是走管理通道，并非对称选择。

工作满意度。从业工作满意度均值为 6/10。抱怨最大的问题依次是：“UX 不受重视，没有话语权”“薪水低”“工作没意思”“缺乏团队支持”，这应该成为管理者今后攻关的重点。

跳槽。78% 的从业者有更换工作的经历，81% 的人换工作后满意度上升。换工作后的收获最大的点，排序依次是：能力提升、做的事更有价值、薪水增加。

人员稳定性。2012 年仅有 40% 的人想在未来一年更换工作，2013 年上升为 66%。他们想去的公司标签多为一线城市、互联网、知名企业。

从业者对行业的发展信心。大家对行业发展的信心指数为 8 分，满分 10 分。大家对自己所属专业岗位的未来发展建议是“转岗换行”、“横向专业能力提升”、“成为专家”以及“升官发财”。

