

2024年（第八届）中国客户服务节

客服人幸福指数调研数据分享



才博数智服务机构
CAIBO DIGITAL INTELLIGENCE SERVICE AGENCY



中国客户服务节
China Customer Service Festival

担当 坚守 奉献 感恩



参调情况





调研内容

1. 客服人基本信息：年龄 / 收入 / 岗位 / 地域 / 所处行业等，共14题
2. 围绕幸福指数：综合评价 / 企业 / 个人 / 社会四大板块和1个开放性问题，共16题

综合评价

1. **幸福指数：**目前这份工作令您觉得幸福吗？
2. **职业发展前景：**当前从事的工作职业发展前景（晋升、薪酬增长、能力提升等）如何？
3. **职业发展预期：**对于目前这份工作，您还愿意从事多久？

企业管理因素

4. **企业重视：**领导班子非常重视客户服务工作，通过多种有效措施，行之有效的提升客户服务体验。
5. **部门配合：**各个部门均能有效配合客服工作，通过多部门协同配合，最终达成良好客户服务体验。
6. **设施完备：**具备非常完备的客户服务必要硬件设施，包括但不限于简单易用的信息系统、必要的服务网点与服务资源。
7. **服务流程：**我所在企业的客户服务流程设计科学合理，客户服务痛点、阻点均能得到有效管理，客服体系压力平稳可控。

个人工作体验

8. **员工福利：**我所在企业非常重视员工工作体验，工作环境舒适，员工福利充实（工服/十三薪/体检等）。
9. **气氛融洽：**我所在企业团队气氛和谐融洽，在团队中有我的良师益友，我能够获得归属感与安定感。
10. **员工薪酬：**我所在企业提供了具有市场竞争力的薪酬标准，我认为我的付出与收益是对等的。
11. **人才培养：**我所在企业非常重视服务人才培养，设有健全且付诸实施的员工培训与发展计划，我对于在企业能够获得的发展机遇感到满意。

社会认同

12. **客户理性：**我的客户普遍理性、好沟通，并不会过于为难个别服务人员。
13. **成就感：**在服务的过程中能够通过自身的努力帮助到客户，使我感受到满满的成就感。
14. **得到认可：**我能感受到家庭与社会对客户服务的认可，周围人了解客户服务工作的难处与价值。
15. **工作选择：**如果有重来一次的机会，我仍然会选择客户服务行业。

开放性问题

16. **幸福指数提升：**作为客服人，工作中最幸福的事。



2024年1-2月

调研设计

调整问卷内容

新增分析内容

优化调研体验

2024年3-4月

数据收集

删除 [您的户口所在地与职场所在地的关系] [您的学历] 等低价值采集点；删除5个年度对比无明显变化的主观问题。

观察 [夜班] & [幸福指数] 的关系
分析 [多种劳动合同机制] 与 [幸福指数] 的关联性

530s - 394s 问卷回收均长**缩短两分钟**

2024年5月

出具报告

报告获取

行业报告：所有参与调研的企业均可在报告正式发布后免费获取行业报告，便于企业更好地了解自身客服团队的幸福指数情况，促进客服行业的交流与进步，为行业的持续健康发展贡献力量。

企业报告：客服人幸福指数调研报告将汇集调研结果，并运用深度分析方法来解读数据。企业报告内容将涵盖本公司客服员工的调研结果，为企业提供更丰富的行业洞察。

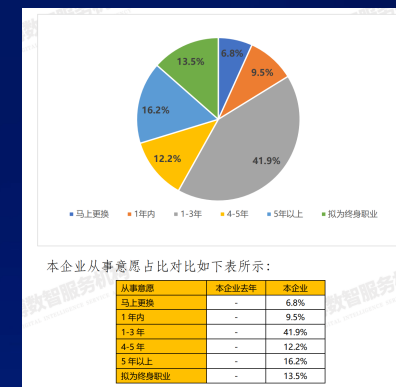
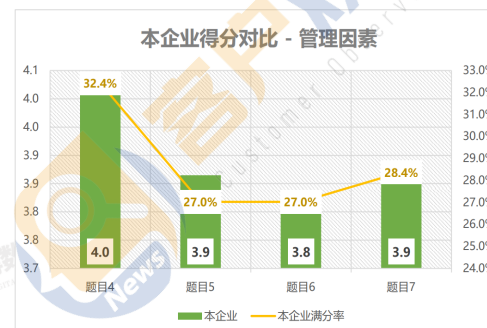
参调企业《企业员工幸福指数调研报告》——如果企业连续2年参加“员工幸福指数调研”，将展示**2年之间**员工对各管理体系需求程度的对比变化，用于员工体验持续跟踪监控。



测试项目四个大类本企业的满分率对比如下表所示：

满分率	本企业去年	本企业
综合评价	-	15.5%
企业管理因素	-	28.7%
个人工作体验	-	27.4%
社会认同	-	19.9%

各题目本企业管理因素得分对比如下图所示：





才博数智服务机构
CAIRO DIGITAL INTELLIGENCE SERVICE AGENCY



中国客户服务节
China Customer Service Festival

行业研究



2023 (第七届) 中国客户服务节
客服人幸福指数调研报告



2023 全国政务热线
服务质量评估指数



2023 中国客户联络中心
行业发展白皮书



年度关键词



节节攀升



青春焕发



乐在其中



后浪奔腾



客服人幸福指数攀升

2024年客服人幸福指数：82.5 (+9.1)

2023年幸福指数：73.4

2022年幸福指数：71.9



行业更年轻

在45633个受访者中平均年龄**31.3**岁(+0.56)，年龄中位数**31.2**岁(+0.23)

2023年中国劳动力的平均从业年龄为39.42岁，平均从业年龄呈上升趋势
而客户联络中心行业年龄中位数和平均年龄首次发生逆转
意味着行业低于平均年龄青壮年比例在增加



下班了 也要参与调研

在45633个受访者中22710位选择在**15:08分**后完成调研

15:08分对于客服行业是一个很有趣的时间



后浪成前浪 蹄疾而步稳

2024年的受访者中，有11.9%为00后，其中8.4%进入了基层管理或职能岗位

2023年：00后占比9.31%，其中8.65%进入基层管理或职能岗位

2022年：00后占比3.64%，其中6.11%进入基层管理或职能岗位

调研基本信息

Basic information



才博数智服务机构

CAIBO DIGITAL INTELLIGENCE SERVICE AGENCY



中国客户服务节

China Customer Service Festival

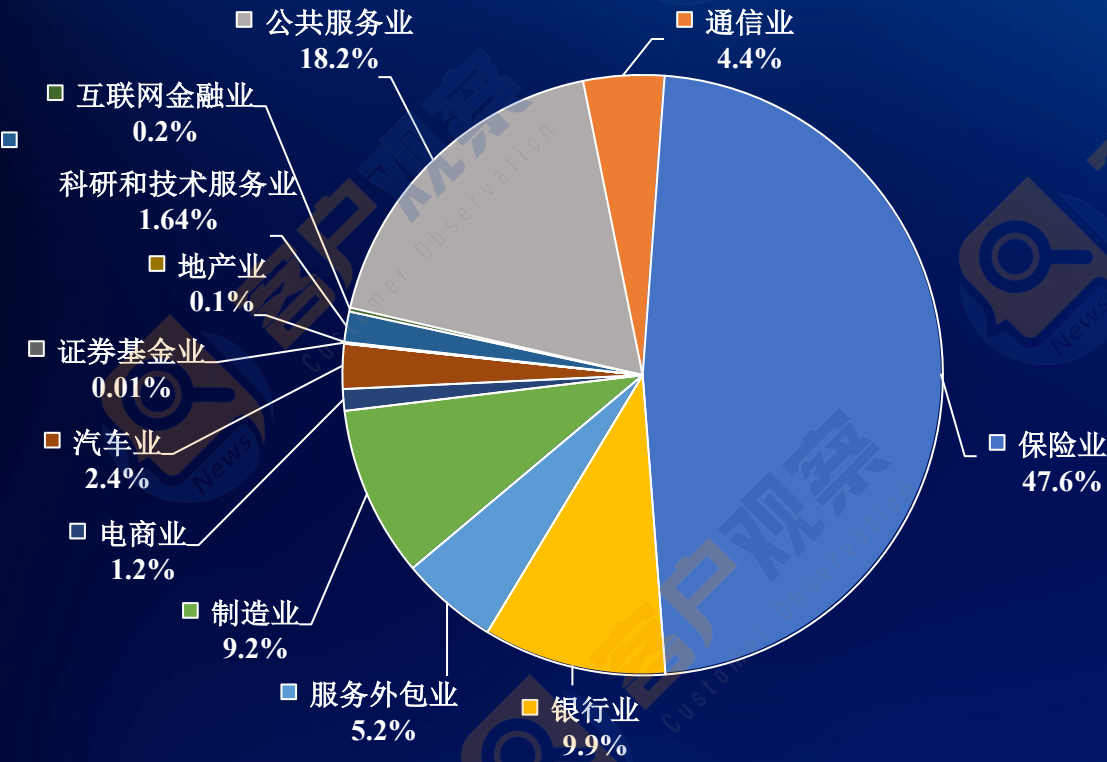
担当 坚守 奉献 感恩

参调行业分布

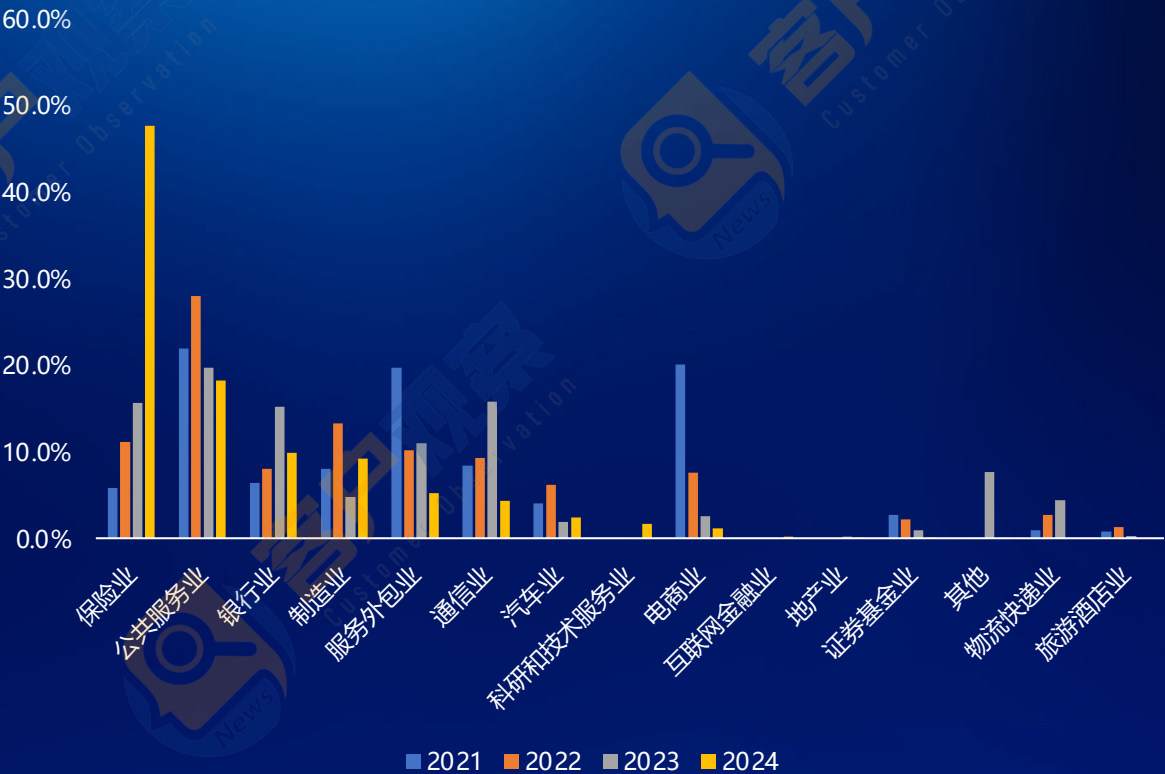


- 保险业占比最高47.62%，其次是公共服务业、银行业
- 通信业、银行业、服务外包业、电商业相对去年占比下降

参调行业分布图



参调行业分布图四年对比



参调规模分布

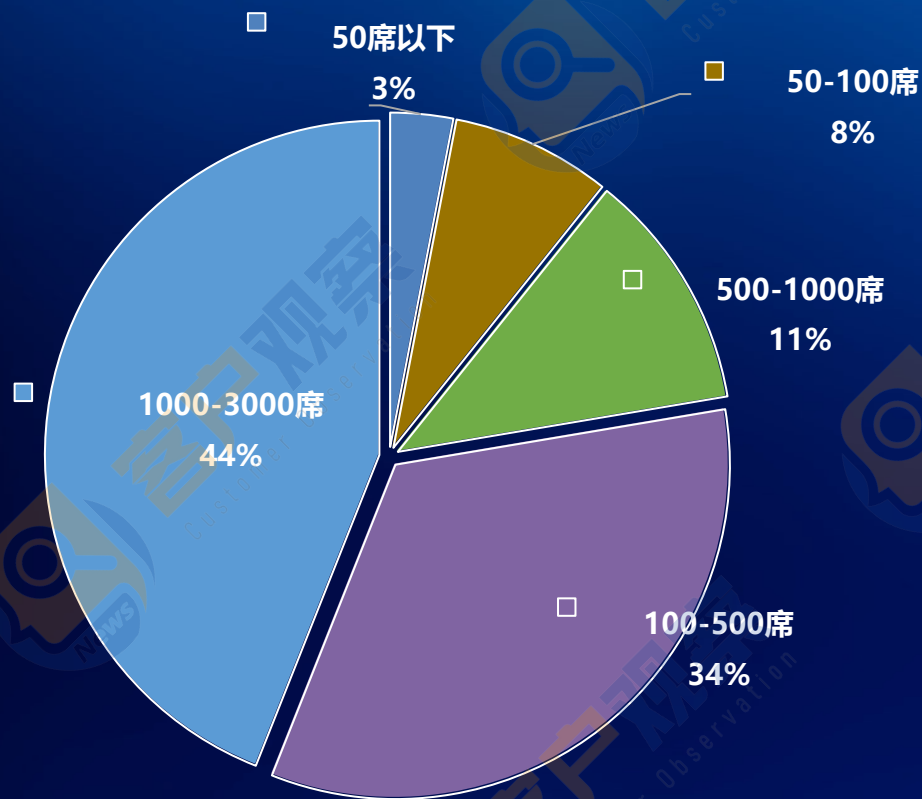


才博数智服务机构
CAIRO DIGITAL INTELLIGENCE SERVICE AGENCY

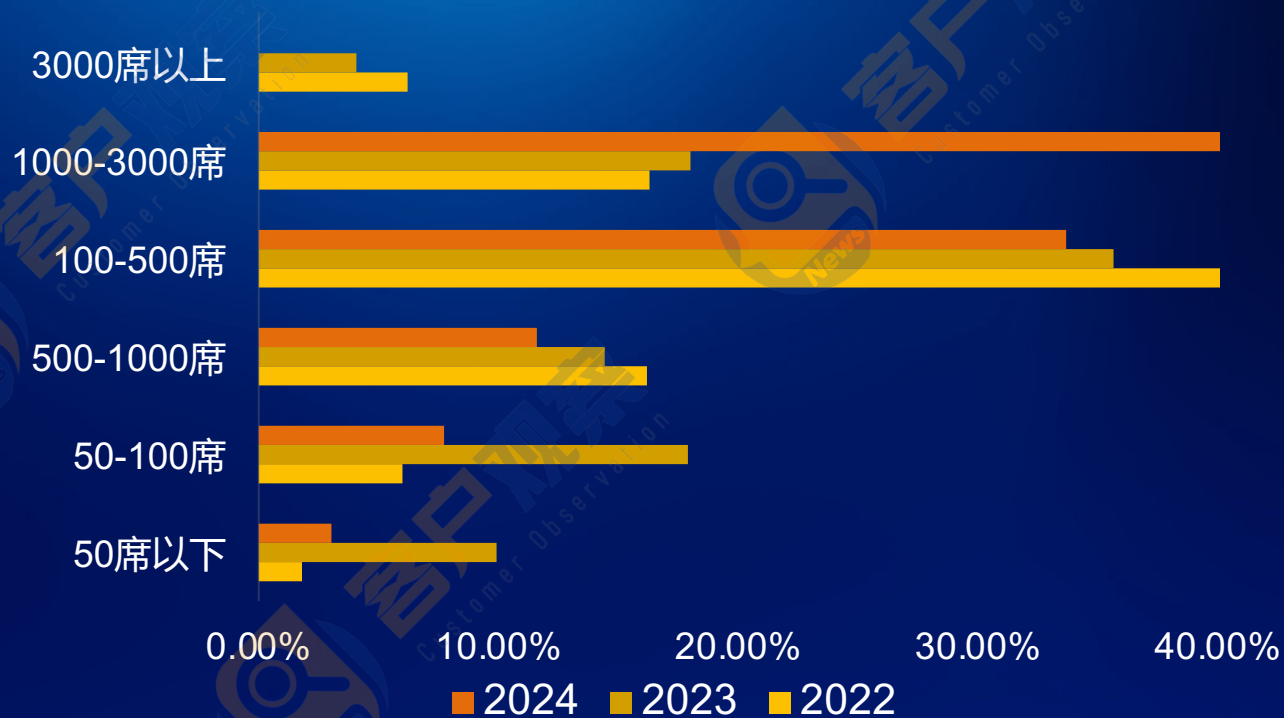


中国客户服务节
China Customer Service Festival

- 本次参调单位规模较23年变化较大
- 50席 - 100席的占比缩小10.8%；1000席 - 3000席及占比增加26%



参调规模分布图



参调规模分布往年对比

参调人员的区域分布

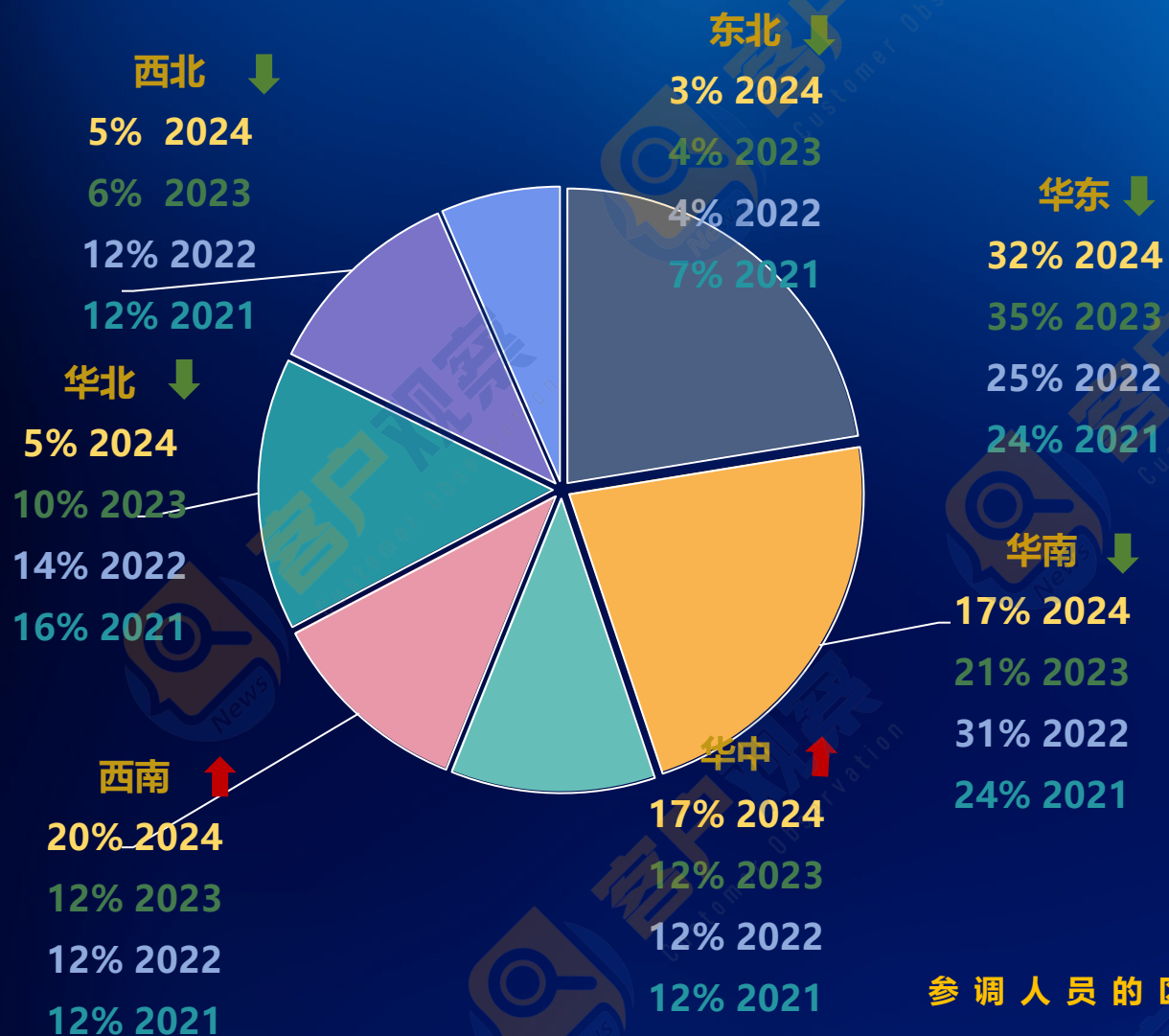


才博数智服务机构
CAIRO DIGITAL INTELLIGENCE SERVICE AGENCY



中国客户服务节
China Customer Service Festival

- 全国七个大区中，2024年西南、华中两个区域参调比例增加，其他区域参调比例下降



参调人员的区域分布图

参调区域幸福指数

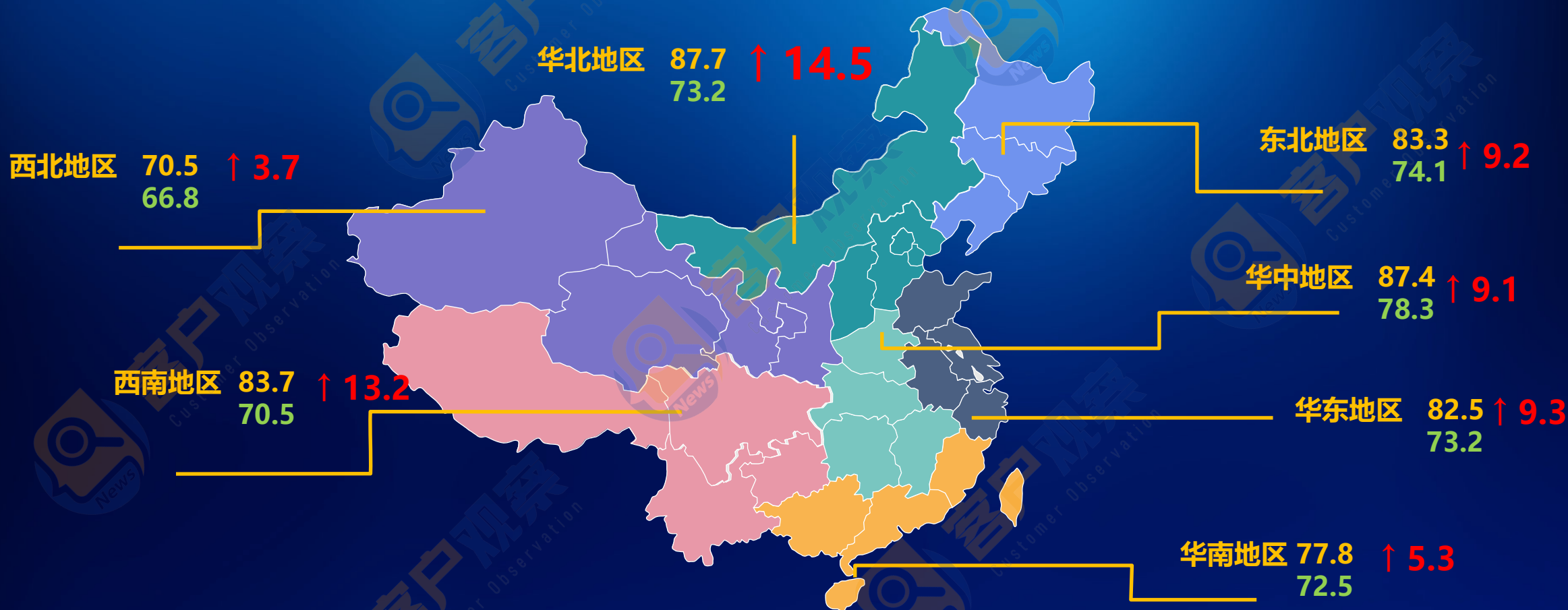


才博数智服务机构
CAIBO DIGITAL INTELLIGENCE SERVICE AGENCY



中国客户服务节
China Customer Service Festival

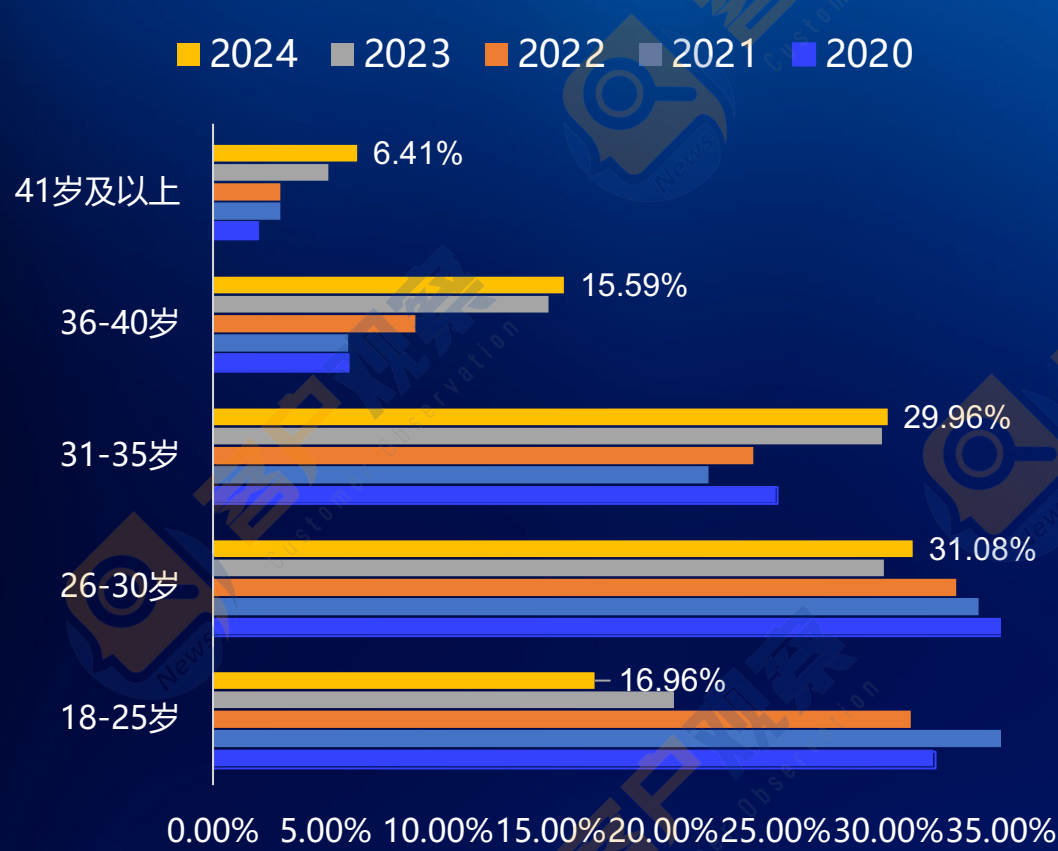
- 对比2023年，各区域幸福指数均有所提高
- **华北地区**从业人员幸福指数较高，**西北地区**幸福指数较低



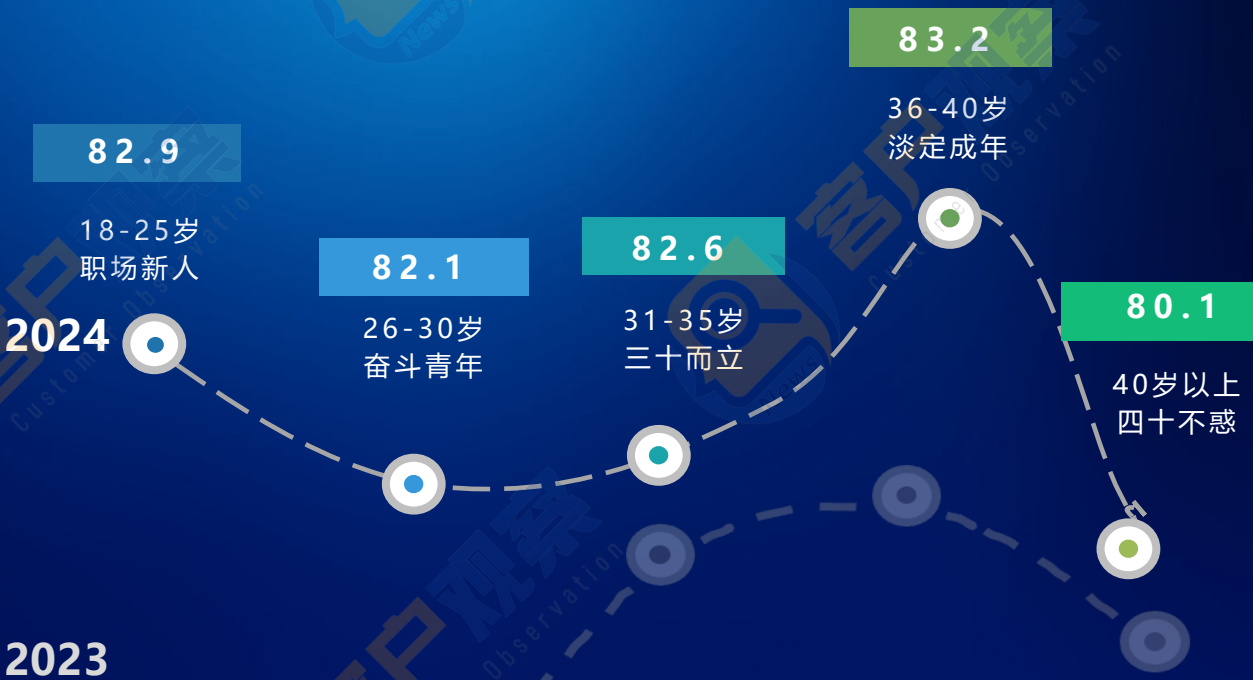
区域幸福指数分布图

参调个人信息分布 - 年龄

- 30岁以上客服人比例逐年增加，职业发展和稳定性提升
- 36-40岁的客服人幸福指数最高，18-25岁其次，40岁以上客服人的幸福指数相对较低



年龄分布往年对比图

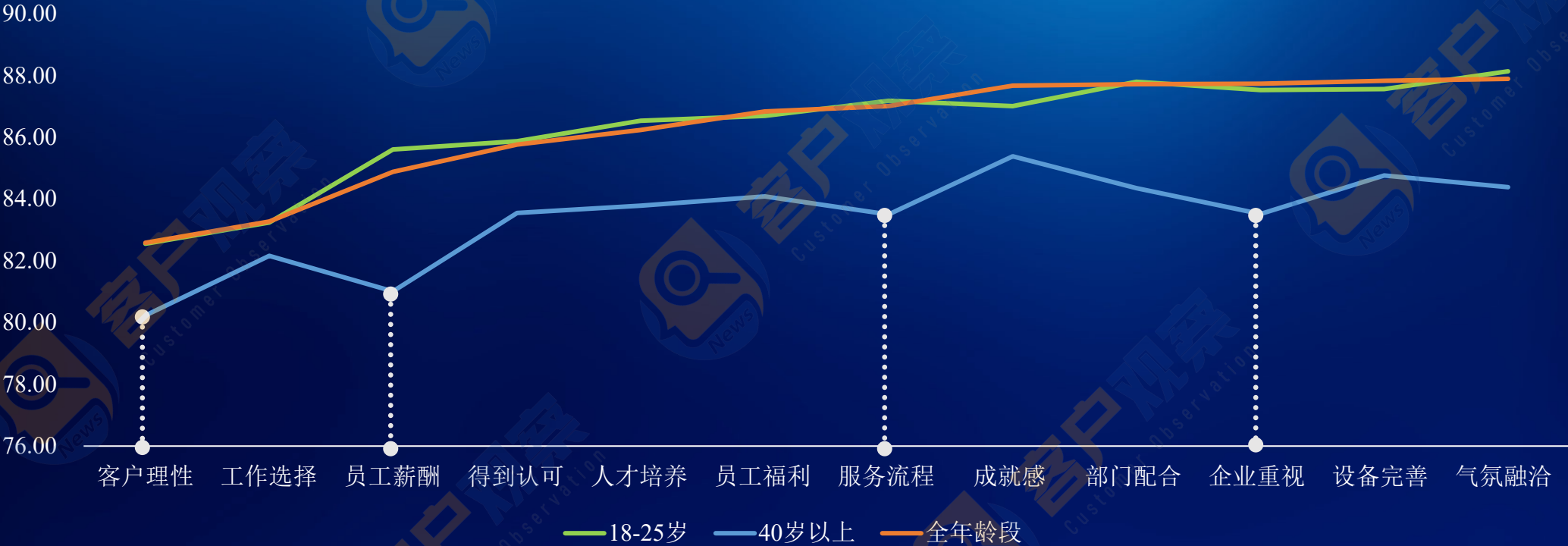


年龄幸福指数排行榜

参调个人信息分布 - 年龄



- 18-25岁的职场新人在【员工薪酬】方面幸福指数高于均值，【成就感】低于均值
- 40岁以上的客服人在【客户理性】【员工薪酬】【服务流程】【企业重视】方面幸福指数较低

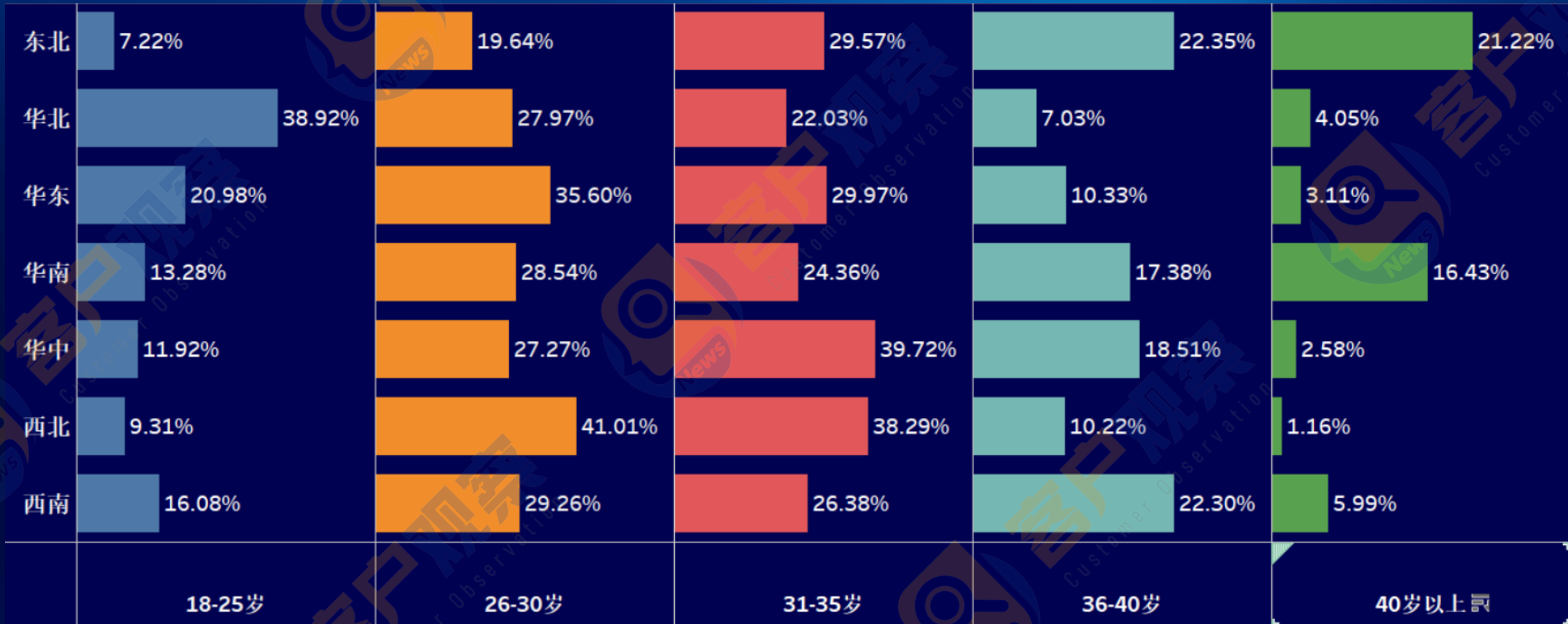


不同年龄段幸福因素对比图

参调个人信息分布 - 年龄



- 从区域来看，华北、华东、西北区域30岁以下的年轻人相对较多，人员构成相对年轻化
- 东北区域36岁以上的老客服人相对较多，东北、华南、华中超过70%员工分布在31岁以上
- 国家统计局公布2023年人口数据显示：老龄化加剧，我国正从人口红利期转入人才红利

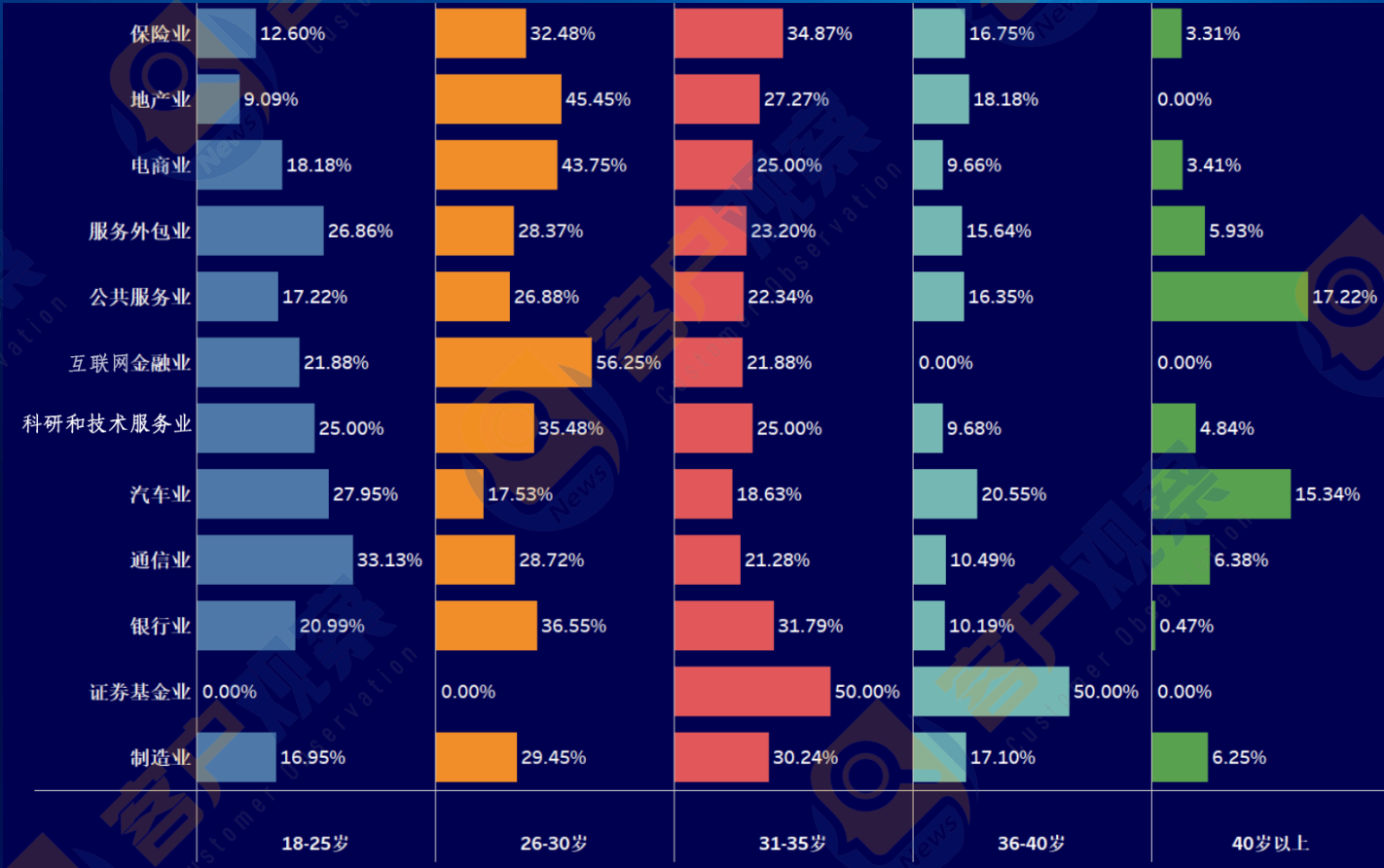


参调区域与年龄段分布图

参调个人信息分布 - 年龄



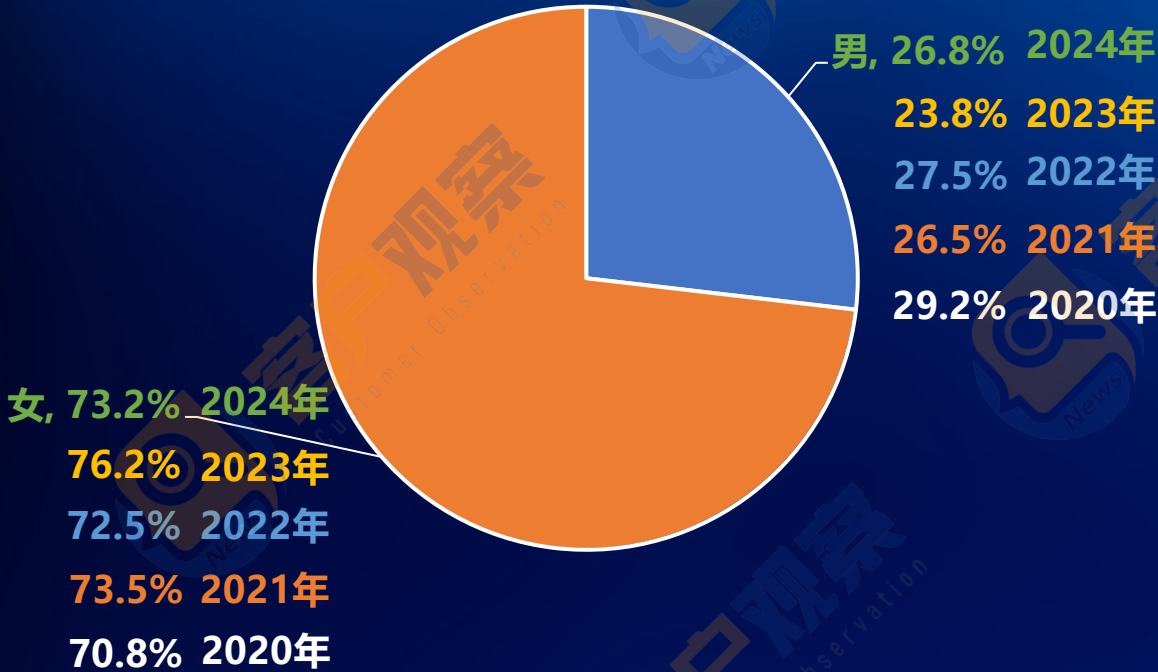
- 从行业来看，互联网金融、电商和通信业30岁以下的年轻人较多
- 公共服务、汽车、证券基金36岁以上的老客服人较多



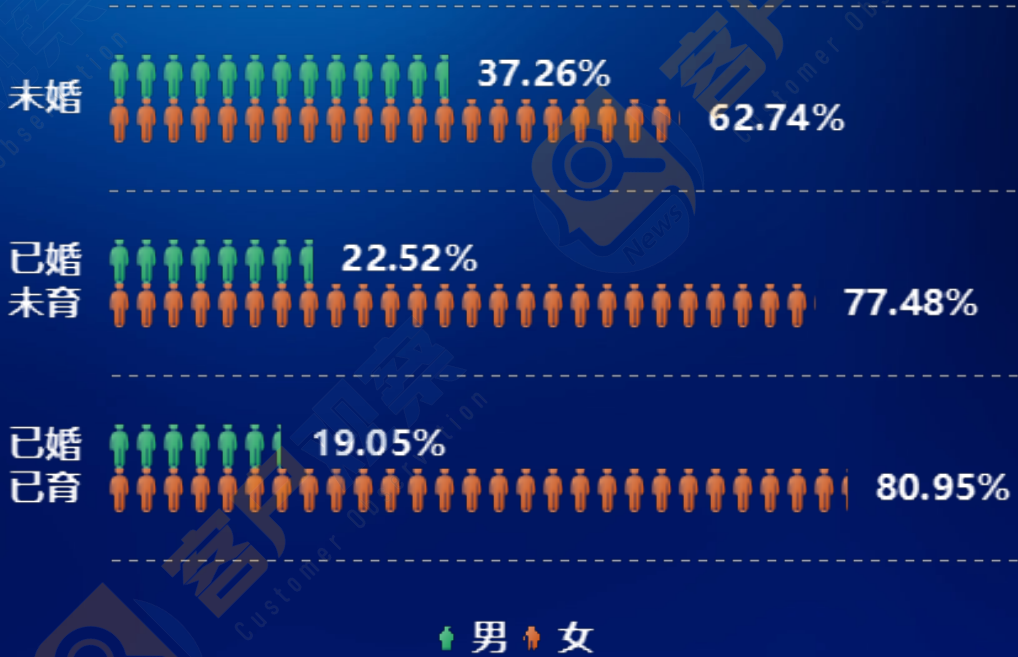
参调行业与年龄段分布图

参调个人信息分布 - 性别

- 从男女比例来看，性别差距呈现减少趋势
- 男生从未婚到已婚、已育，比例呈逐步递减的趋势



男女比例往年对比



婚育状态男女比例

参调个人信息分布 - 性别



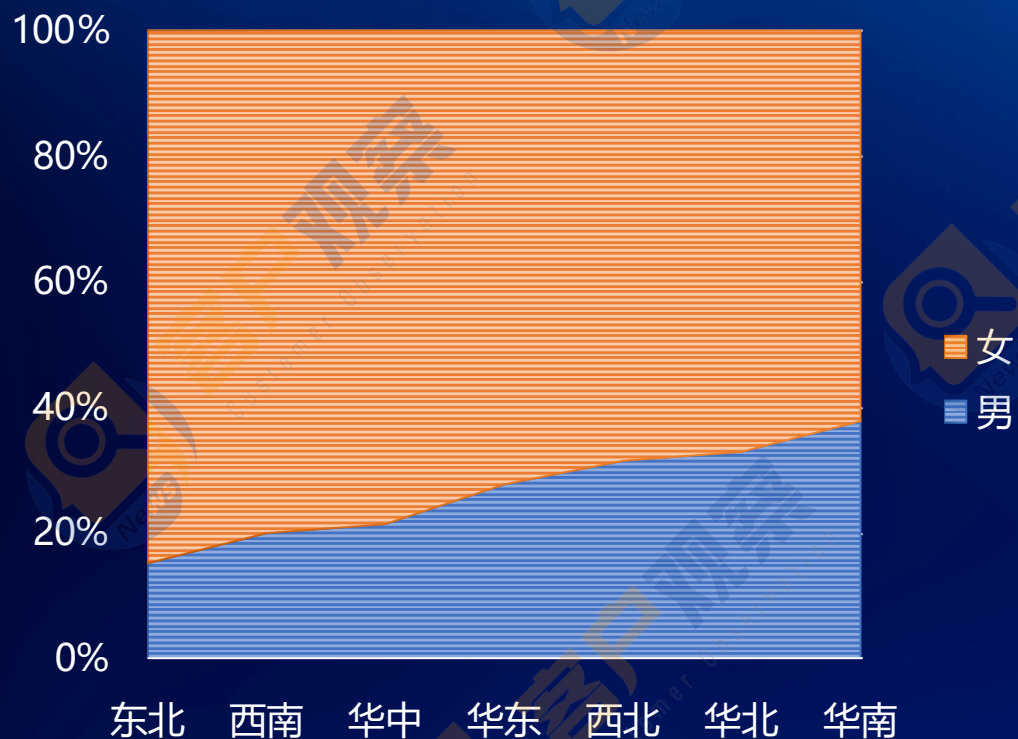
才博数智服务机构
CAIBO DIGITAL INTELLIGENCE SERVICE AGENCY



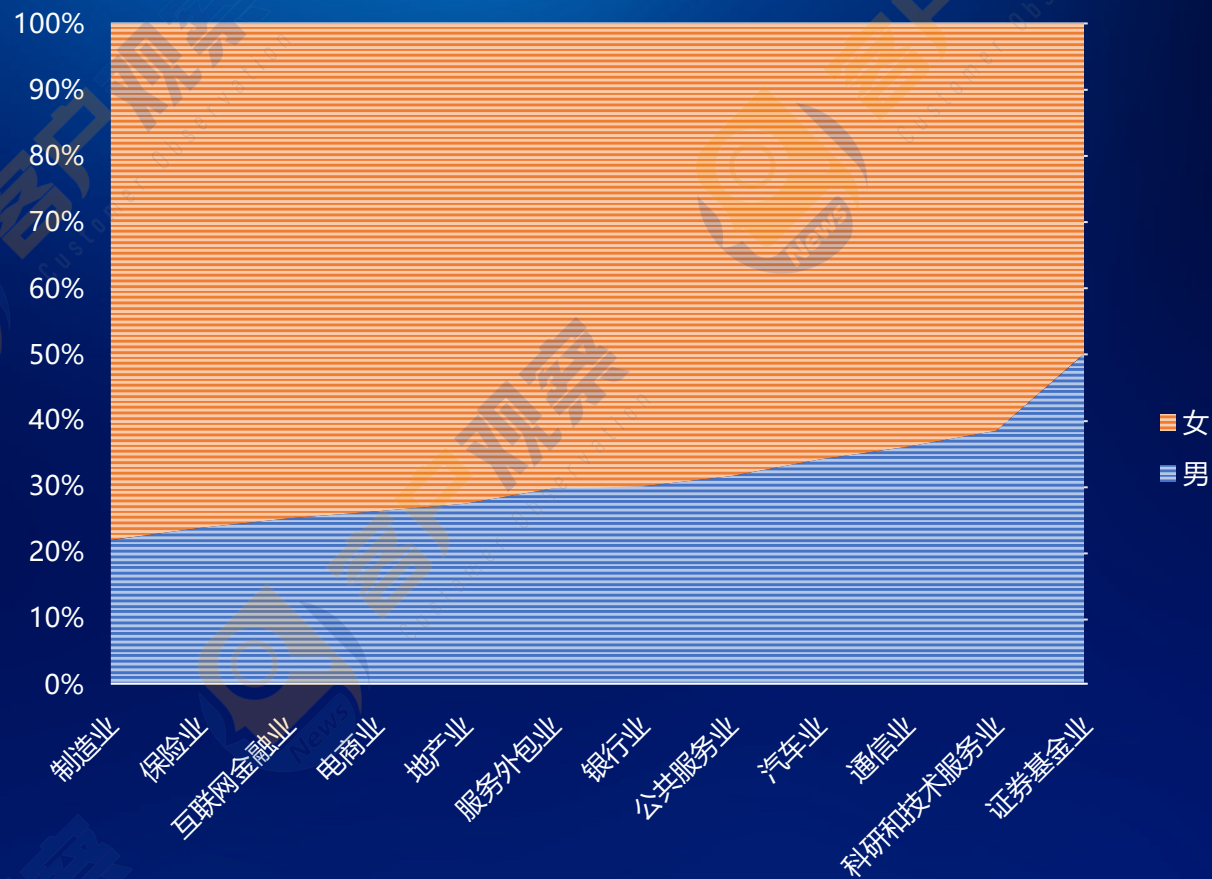
中国客户服务节
China Customer Service Festival

- 从**区域**来看，华南、华北、西北区域男性较多，东北区域男性相对较少
- 从**行业**来看，证券基金、科研和技术服务业男性较多，保险业、制造业男性相对较少

区域性别分布图



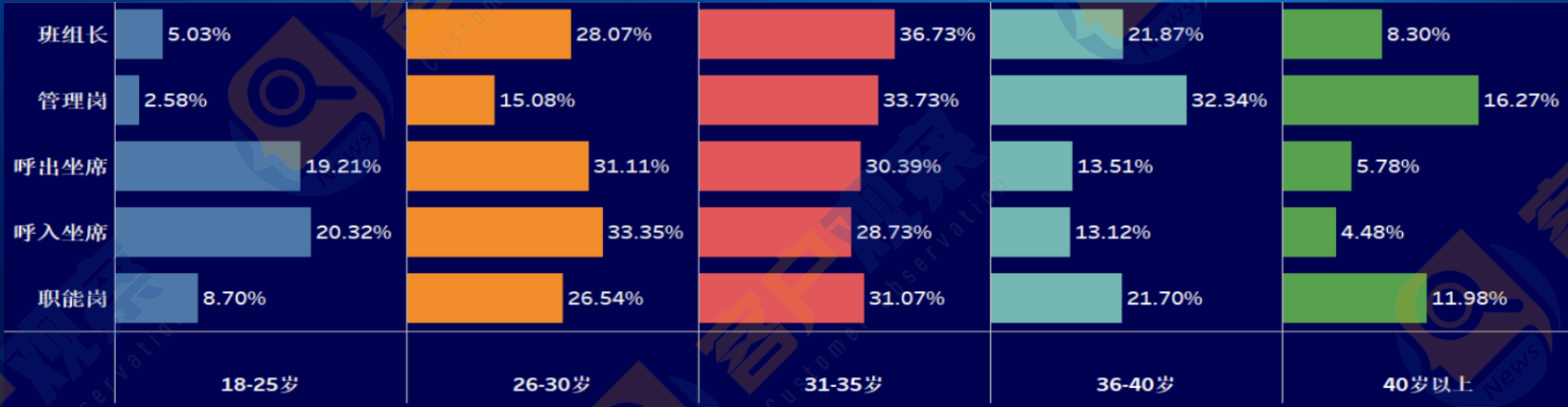
行业性别分布图



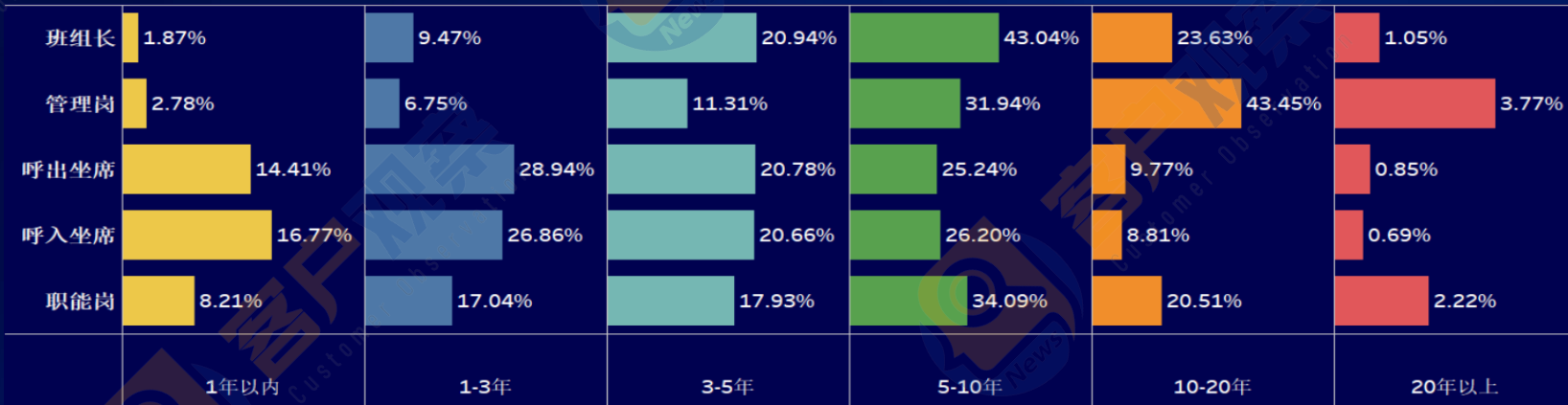
参调个人信息分布 - 岗位



- 从各岗位年龄来看，客服行业的年轻人有机会快速进入管理层，是行业优势
- 从各岗位职龄来看，1-3年一线岗位占比较高，3年以上逐步走向管理岗和职能岗



参调岗位与年龄分布图

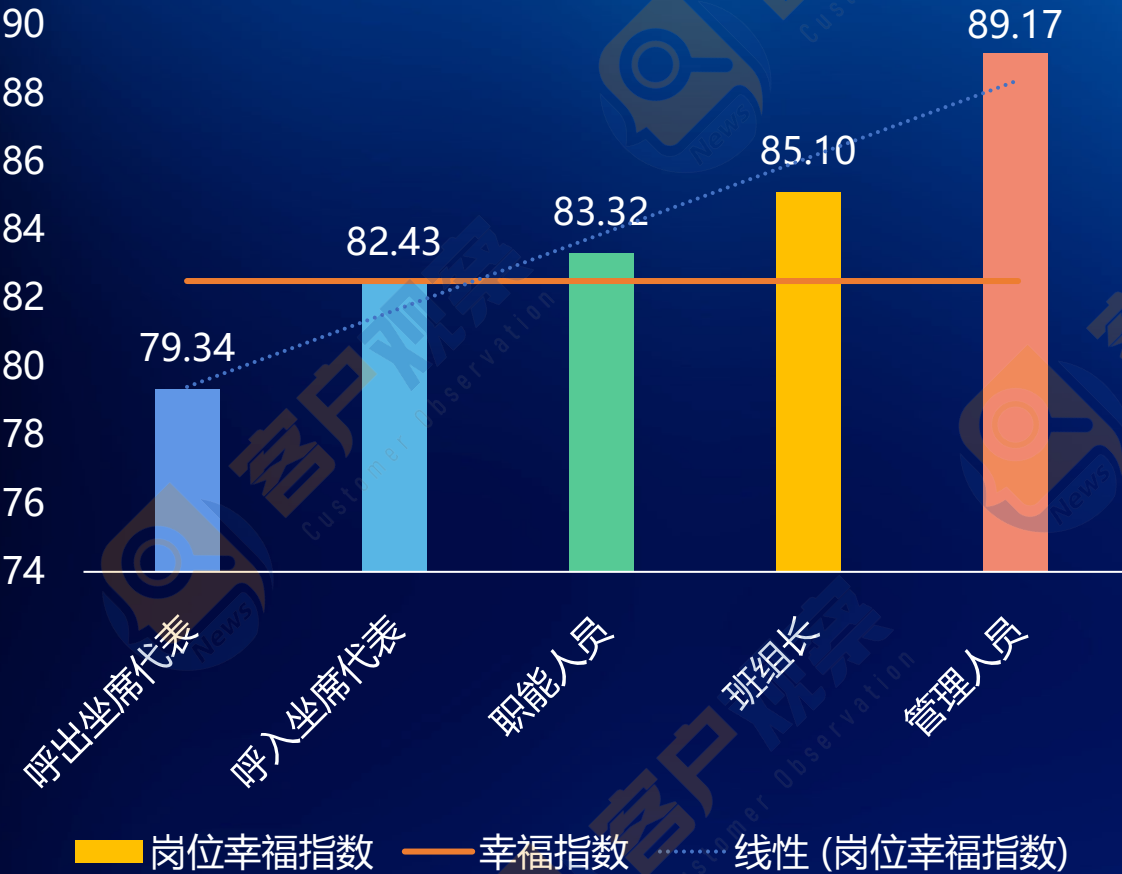


参调岗位与职龄分布图

参调个人信息分布 - 岗位



- 从**岗位幸福指数**来看，一线到管理，幸福指数呈线性增长的趋势
- 呼出岗位幸福指数较低，管理岗位幸福指数较高



不同岗位幸福指数对比图



不同岗位幸福指数因素

参调薪资信息分布 - 整体



- 2024年平均收入达到5962.28元，收入中位数为5000.76元
- 客服人2024年平均收入较2023年提高415.89元



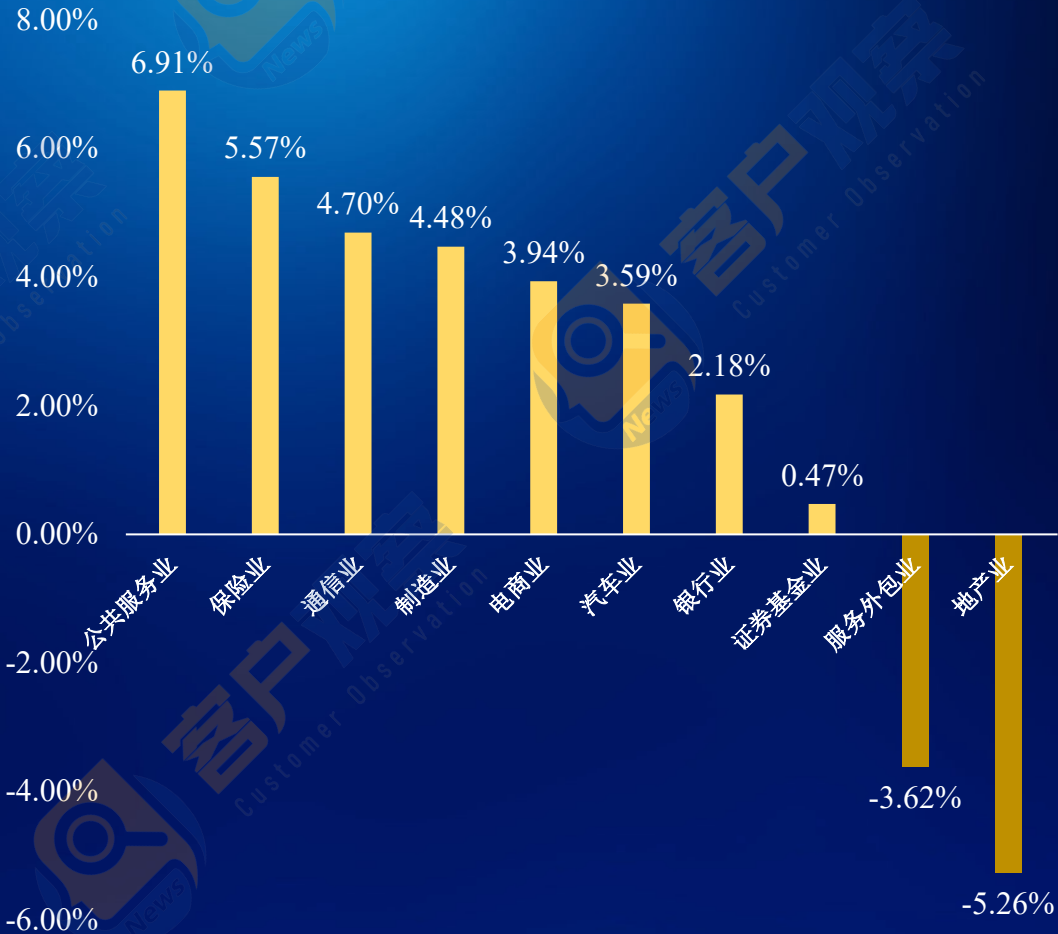
平均收入与收入中位数往年对比表

参调薪资信息分布 - 行业

- 银行业、电商业、互联网金融业的员工薪资水平在行业分布中相对较高
- 外包服务业的员工薪资水平在行业中相对较低

年份 \ 行业	2020	2021	2022	2023	2024
保险业	4905	4990	6247	5723	6092
汽车业	5282	4804	7219	5995	6082
制造业	5354	5077	5854	6017	6380
银行业	7318	6724	7687	8148	7977
旅游酒店业	6083	7569	5660	6557	-
物流快递业	6166	5173	6208	6436	-
地产业	7666	7300	7300	7919	6175
公共服务业	4383	4354	5090	4356	5725
通信业	5066	4878	4505	5013	6088
其他	4807	4807	4807	4723	-
证券基金业	5855	6250	6291	5644	5967
服务外包业	4954	4837	5209	4529	4275
电商业	5801	4521	4628	5217	6770
科研和技术服务业	-	-	-	-	6220
互联网金融业	-	-	-	-	6603

行业平均薪资往年对比表



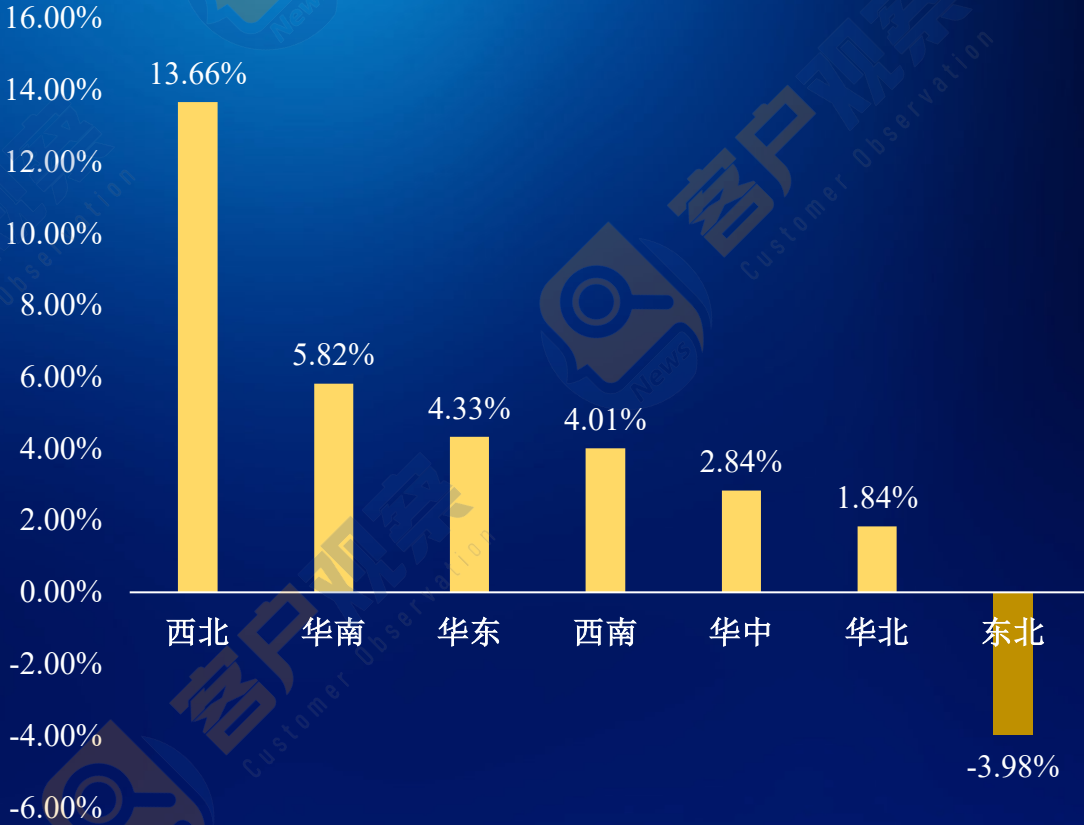
行业平均薪资复合增长率对比图

参调薪资信息分布 - 区域

- 华南区域平均薪资高于其他区域
- 东北区域平均薪资相对较低

年份 \ 区域	2020	2021	2022	2023	2024
西北	3868	5118	5532	5262	6455
华东	5129	4850	5769	6213	6076
西南	4744	4150	5637	5228	5552
华中	4740	4769	4658	5181	5302
华南	5714	5018	5899	5451	7166
华北	5438	5539	6138	5043	5849
东北	4255	4240	6498	3882	3617

区域平均薪资往年对比表



区域平均薪资复合增长率对比图

幸福指数洞察

Insight into Happiness Index



才博数智服务机构
CAIBO DIGITAL INTELLIGENCE SERVICE AGENCY



中国客户服务节
China Customer Service Festival

担当 坚守 奉献 感恩



幸福男女 各自有殊

婚前婚后，男生幸福指数差异不大，女生差异较大。

幸福指数洞察

- 男生在青年的三个阶段，幸福指数差异不大
- 女生在婚后和生育后的幸福感更高，体现了企业对女性员工的关爱



婚育情况与幸福指数关系图



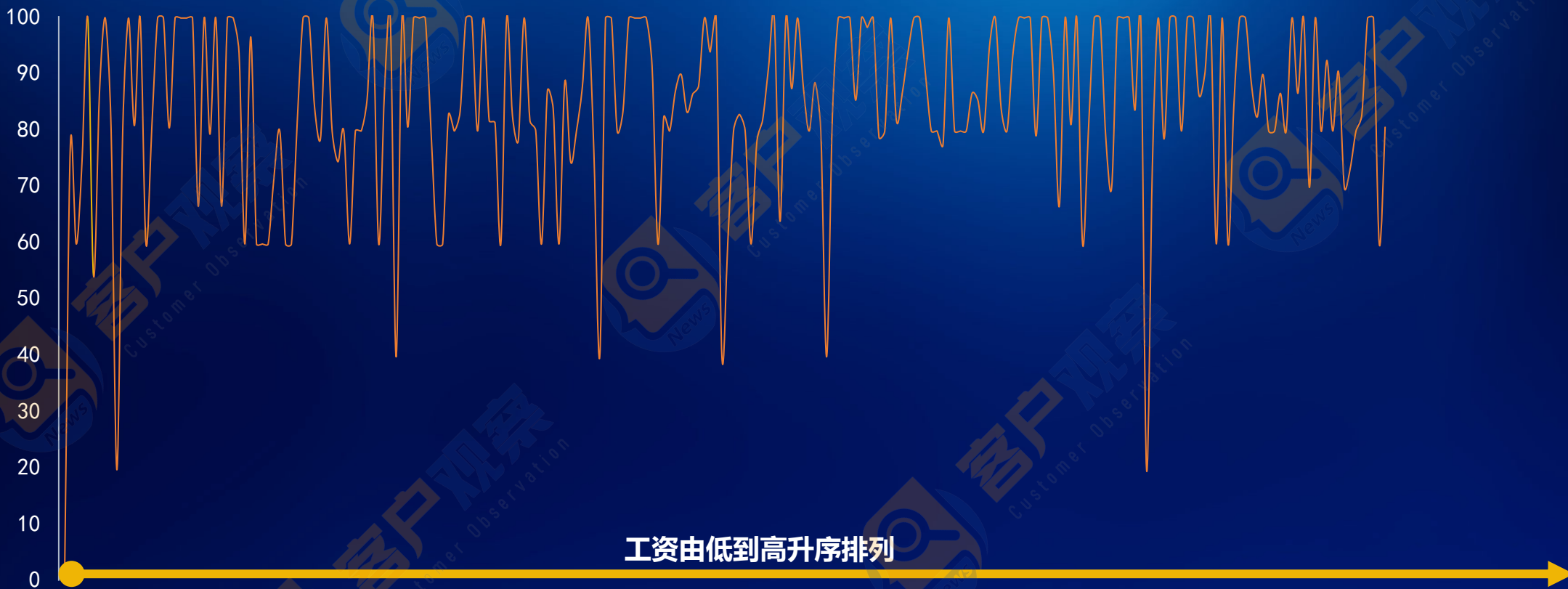
跳出二维看待幸福

工资和幸福指数之间的关联系数仅0.03

幸福指数洞察

- 在大多数情况下，随着工资的增加并不会显著地提高客服人的幸福指数
- 幸福指数的提升并不完全依赖于收入的增加，一是工资增加幅度有限，二是期待比得到幸福

幸福指数



随工资增长的幸福指数线性关系

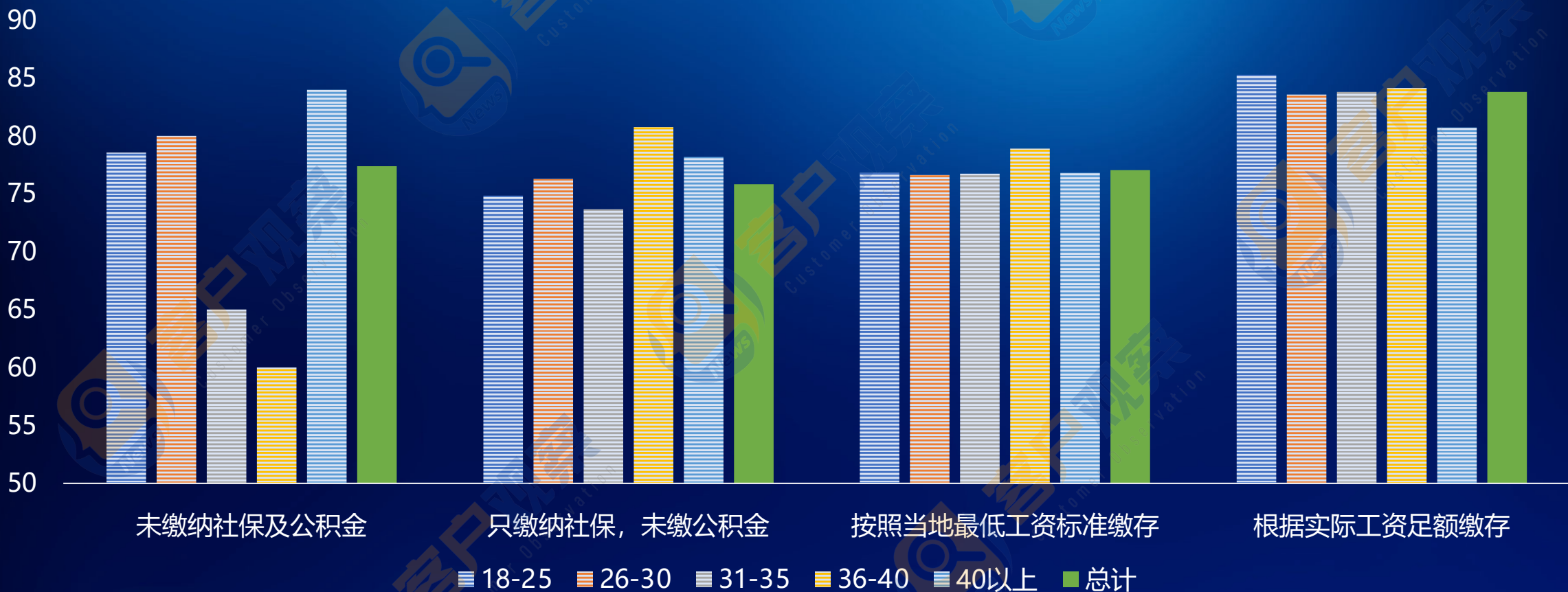


只管奋斗 其他交给**社保**

员工很重视公司是否足额缴纳五险一金

幸福指数洞察

- 从缴纳社保情况来看，足额缴纳社保和公积金的客服人的幸福指数最高
- 员工重视企业是否足额缴纳五险一金，尤其是加入行业时，员工会将五险一金作为未来规划的一部分



不同年龄段对于五险一金的重视度

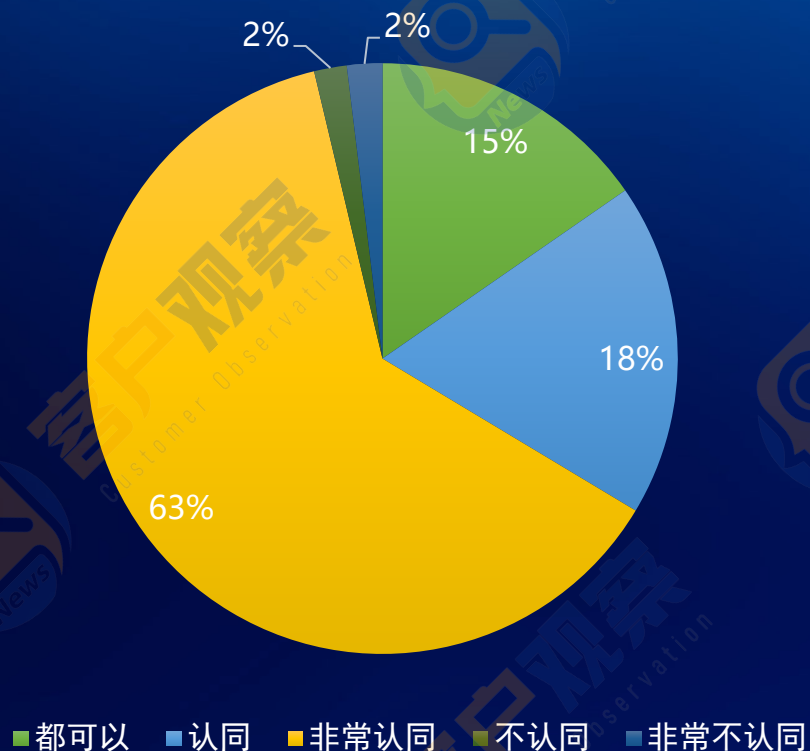


同工同权 公正至上

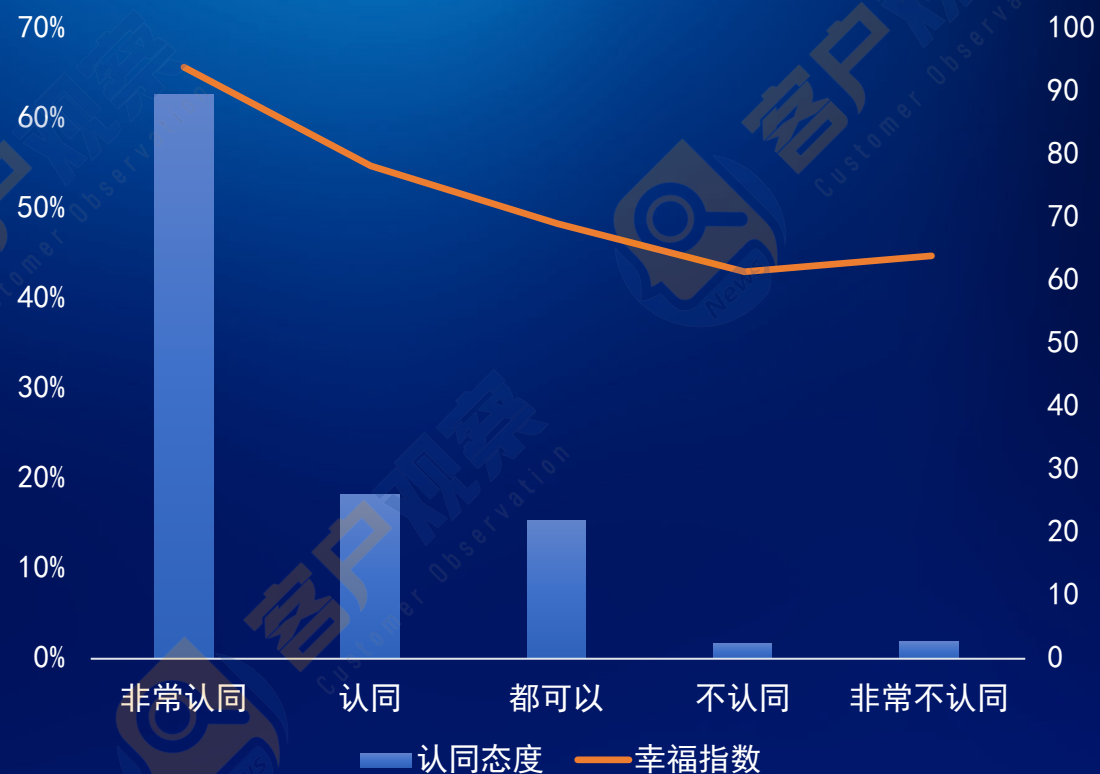
只要能够公正地对待每个人，员工其实并不介意编制的差异。

幸福指数洞察

- 混编在员工中得到了广泛的认同，超过80%的员工对混编持正面或中立的态度
- 同工同权与幸福指数正相关



客服人对混编的认同情况



同工同权与幸福指数指数关系



夜班、两段班要**适量**

44.2% 的参调企业设置了夜班

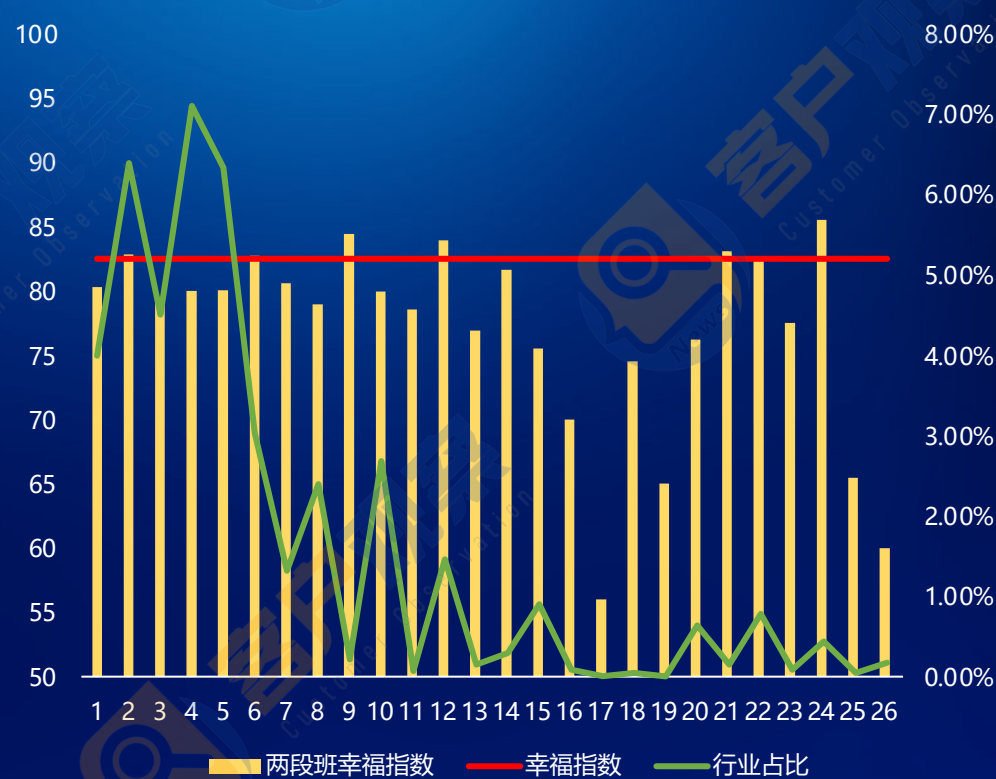
57.4% 的参调企业设置了两段班

幸福指数洞察

- 调研发现，未设置夜班或两段班的企业的幸福指数较高，行业性质决定特殊班次无法避免，但需适量
- 参调企业呼入坐席平均夜班数量**4个/月**，每月夜班超过2次，幸福指数下降；每月夜班超过6次，幸福指数急剧下降（专职夜班除外）



夜班幸福指数差异图



两段班幸福指数差异图

驱动幸福指数

Impact on happiness index



才博数智服务机构
CAIBO DIGITAL INTELLIGENCE SERVICE AGENCY



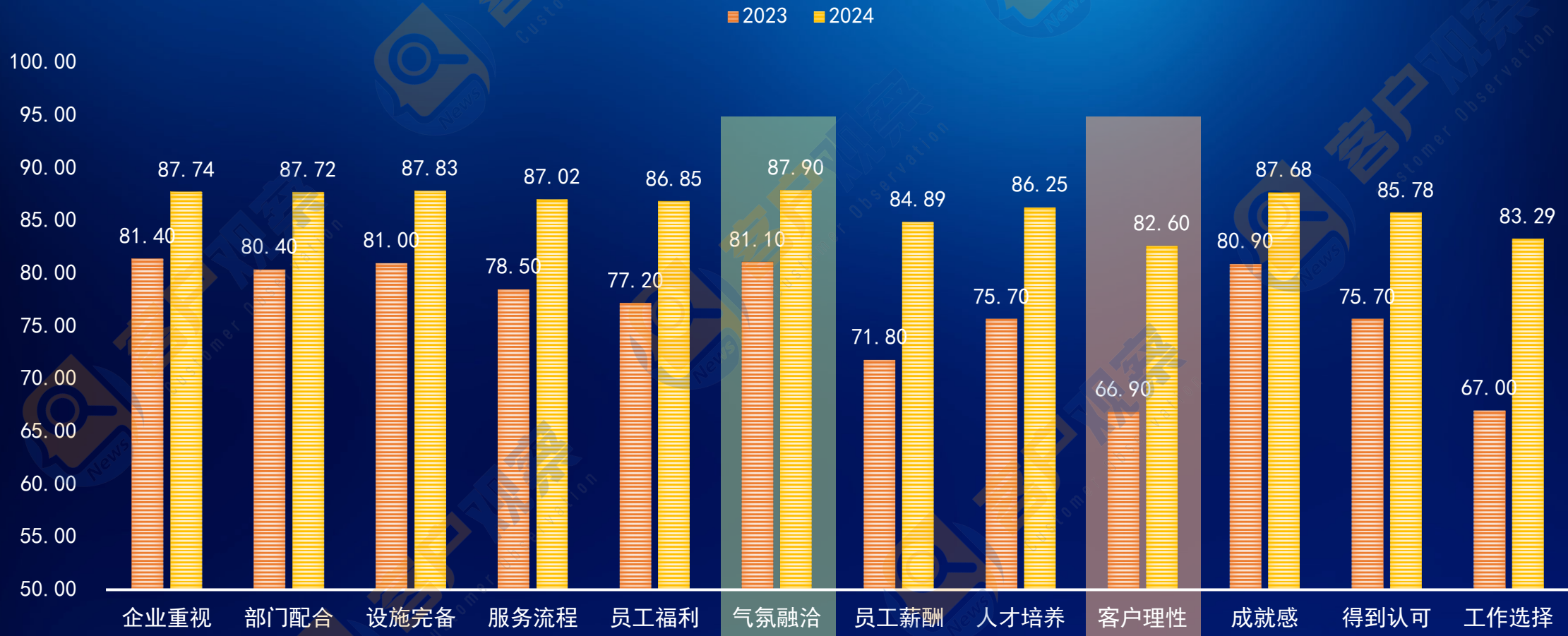
中国客户服务节
China Customer Service Festival

担当 坚守 奉献 感恩

幸福指数洞察



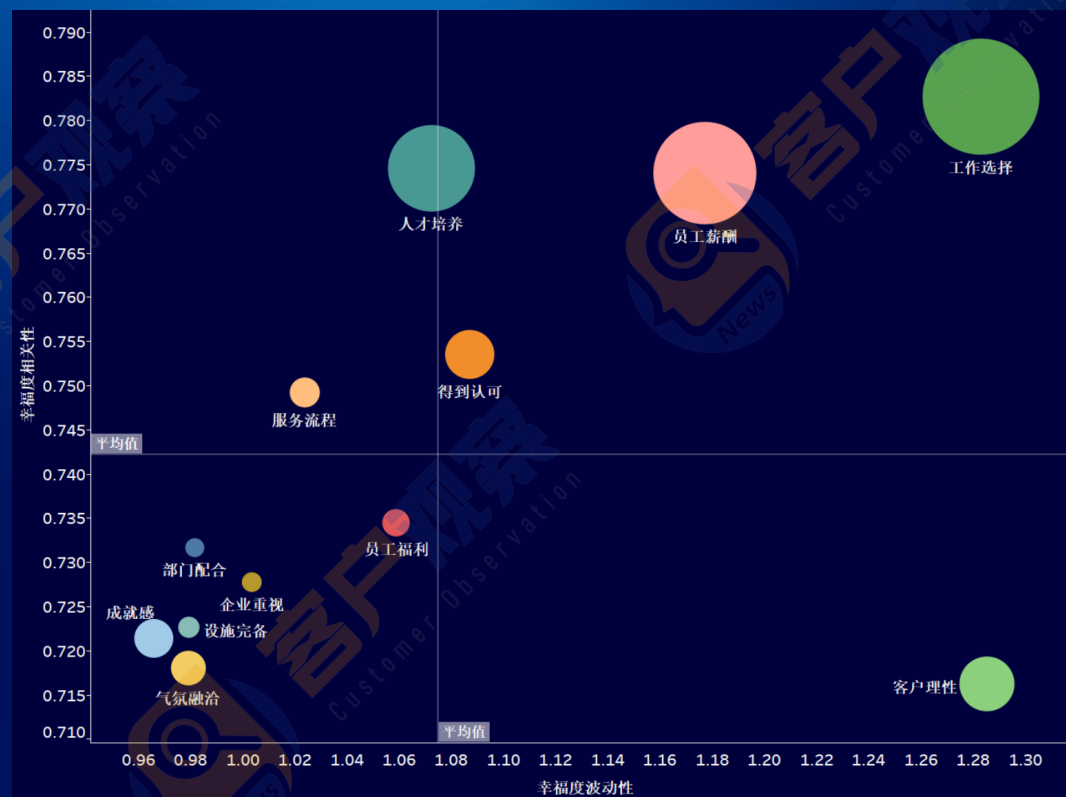
- 在12个幸福因素中，【气氛融洽】幸福指数得分最高，【客户理性】得分最低



幸福指数驱动因素对比图

驱动幸福指数

- 建立幸福指数分析模型，从相关性和波动性分析幸福因素
- 相关性是幸福因素与幸福指数，这两个变量的关联程度
- 波动性是不同企业之间的差异度

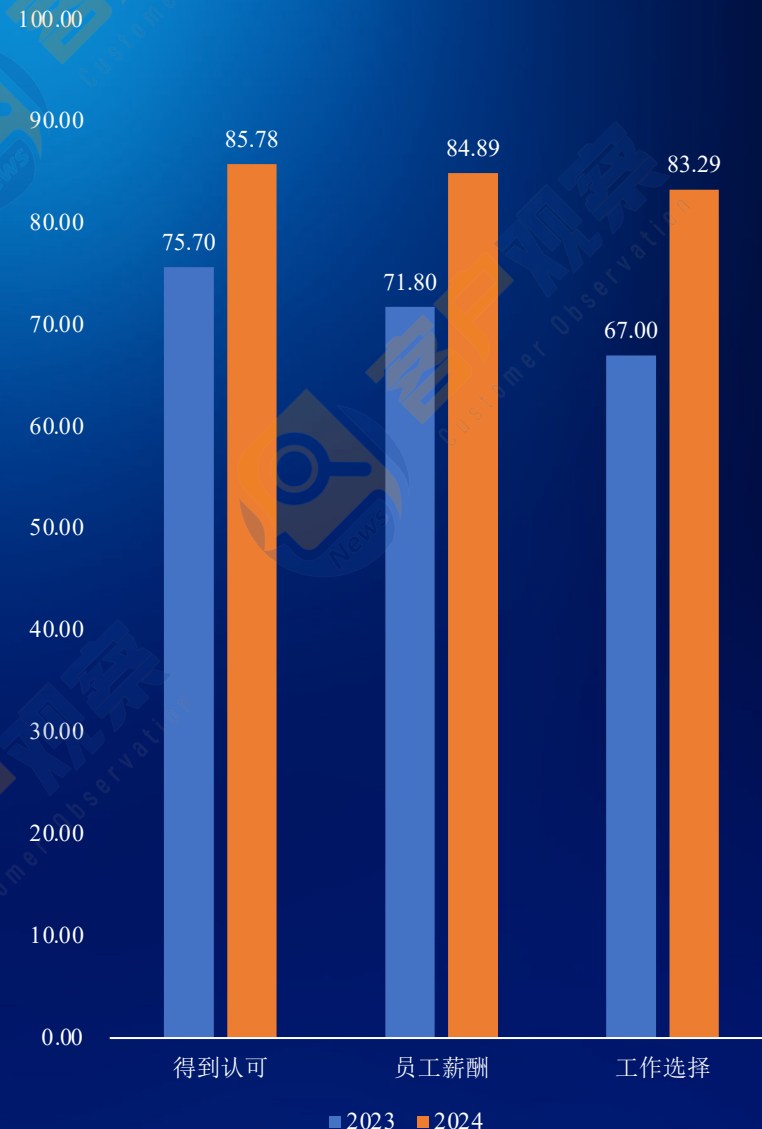


驱动幸福指数



重点关注领域

幸福指数驱动程度强，
企业与企业之间差异度高，
能够快速改善幸福指数。



得到认可：我能感受到家庭与社会对客户服务工作的认可，周围人了解客户服务工作的难处与价值。

员工薪酬：我所在企业提供了具有市场竞争力的薪酬标准，我认为我的付出与收益是对等的。

工作选择：如果有重来一次的机会，我仍然会选择客户服务行业。

驱动幸福指数



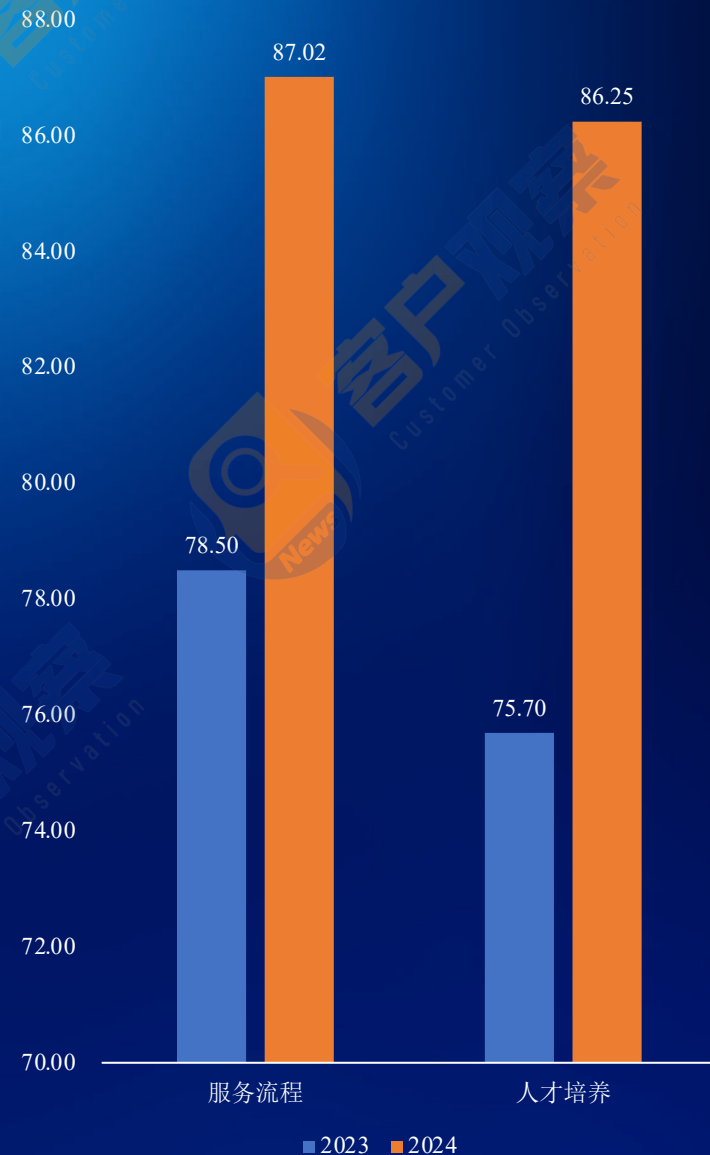
幸福必备条件

能够驱动幸福指数，
但企业之间差异度并不大，
可以对照标准，优化改进。



服务流程： 我所在企业的客户服务流程设计科学合理，客户服务痛点、阻点均能得到有效管理，客服体系压力平稳可控。

人才培养： 我所在企业非常重视服务人才培养，设有建全且付诸实施的员工培训与发展计划，我对于在企业能够获得的发展机遇感到满意。

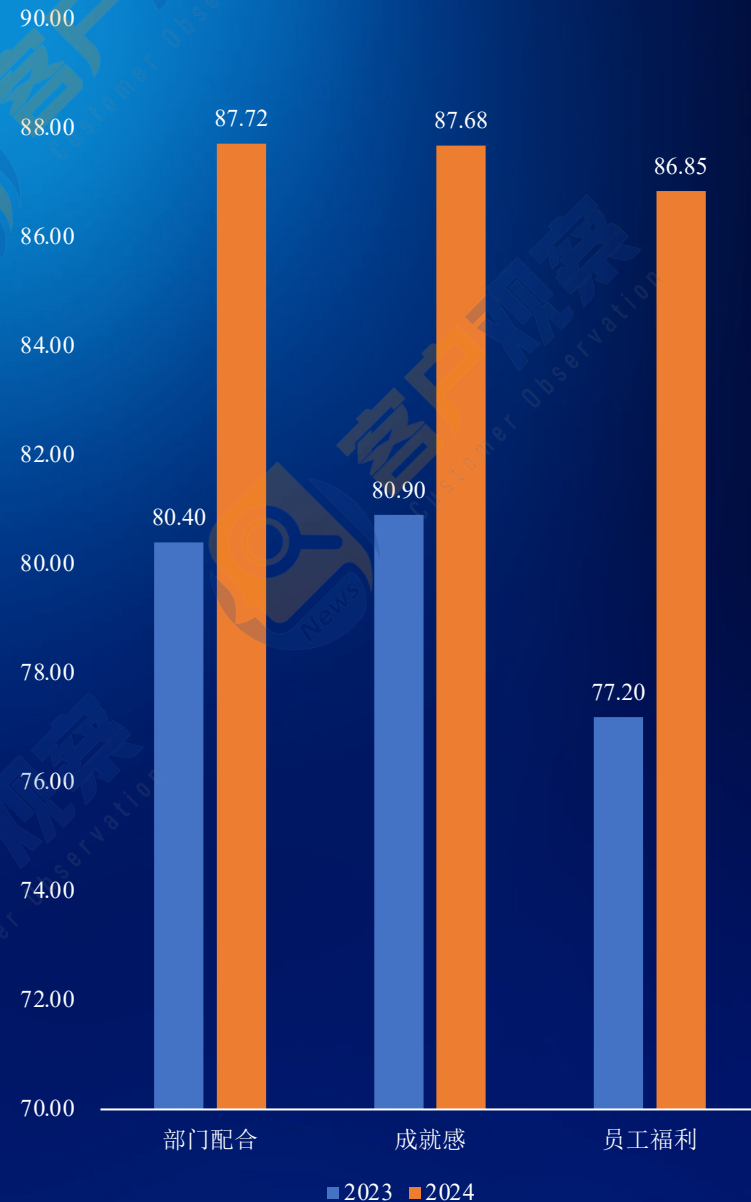
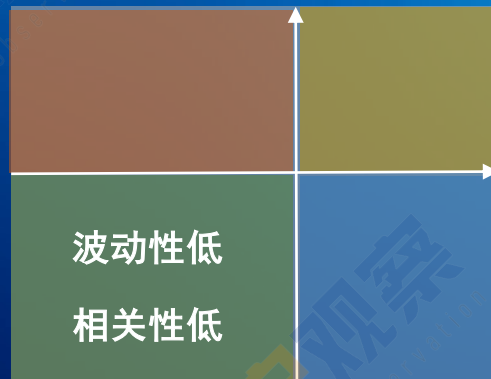


驱动幸福指数



行业基本达标

绝大多数企业均能做到，与幸福度指数相关性不高，是保证幸福指数的基础。



部门配合：各个部门均能有效配合客服工作，通过多部门协同配合，最终达成良好客户服务体验。

工作成就感：在服务的过程中能够通过自身的努力帮助到客户，使我感受到满满的成就感。

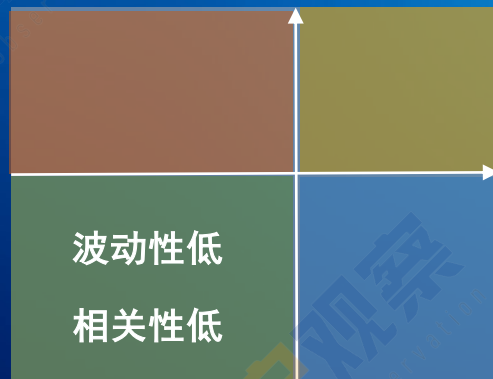
员工福利：我所在企业非常重视员工工作体验，工作环境舒适，员工福利充实（工服/十三薪/体检等）。

驱动幸福指数



行业基本达标

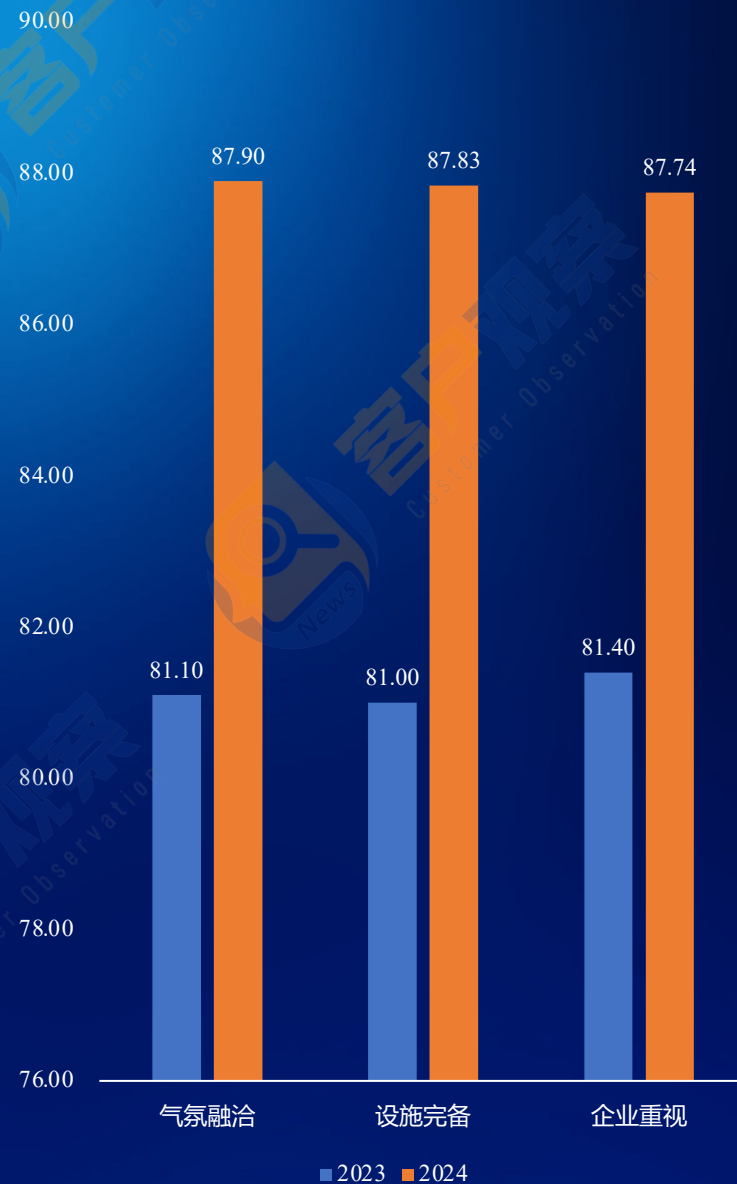
绝大多数企业均能做到，与幸福度指数相关性不高，是保证幸福指数的基础。



设施完备：具备非常完备的客户服务必要硬件设施，包括但不限于简单易用的信息系统、必要的服务网点与服务资源。

企业重视：领导班子非常重视客户服务工作，通过多种有效措施，行之有效的提升客户服务体验。

气氛融洽：我所在企业团队气氛和谐融洽，在团队中有我的良师益友，我能够获得归属感与安定感。



驱动幸福指数



才博数智服务机构
CAIRO DIGITAL INTELLIGENCE SERVICE AGENCY



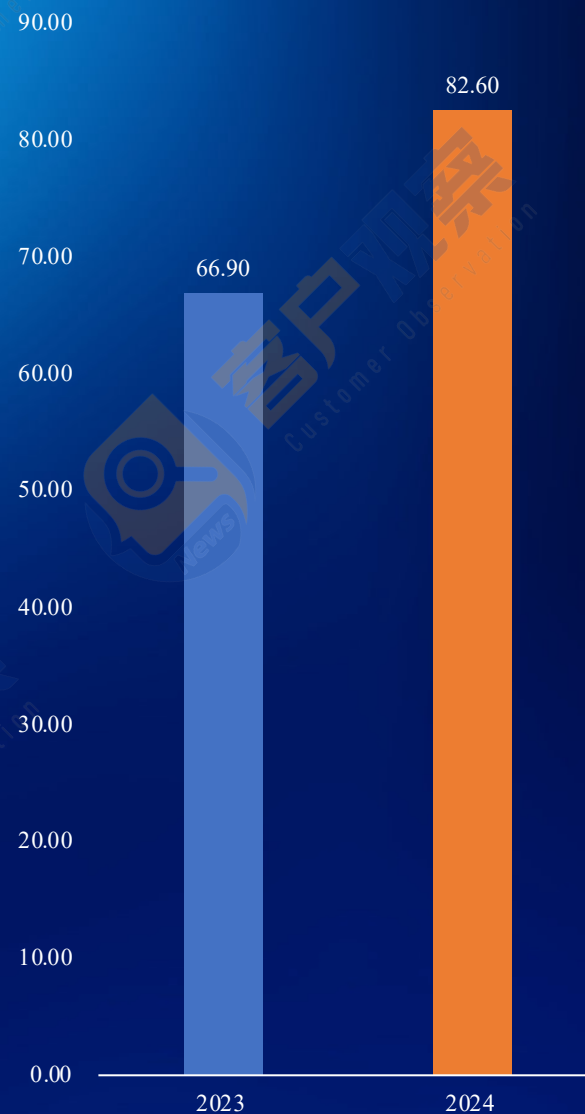
中国客户服务节
China Customer Service Festival

卓越企业需关注

与幸福指数相关性不高，
但不同企业的差异度大，
能做到够锦上添花。



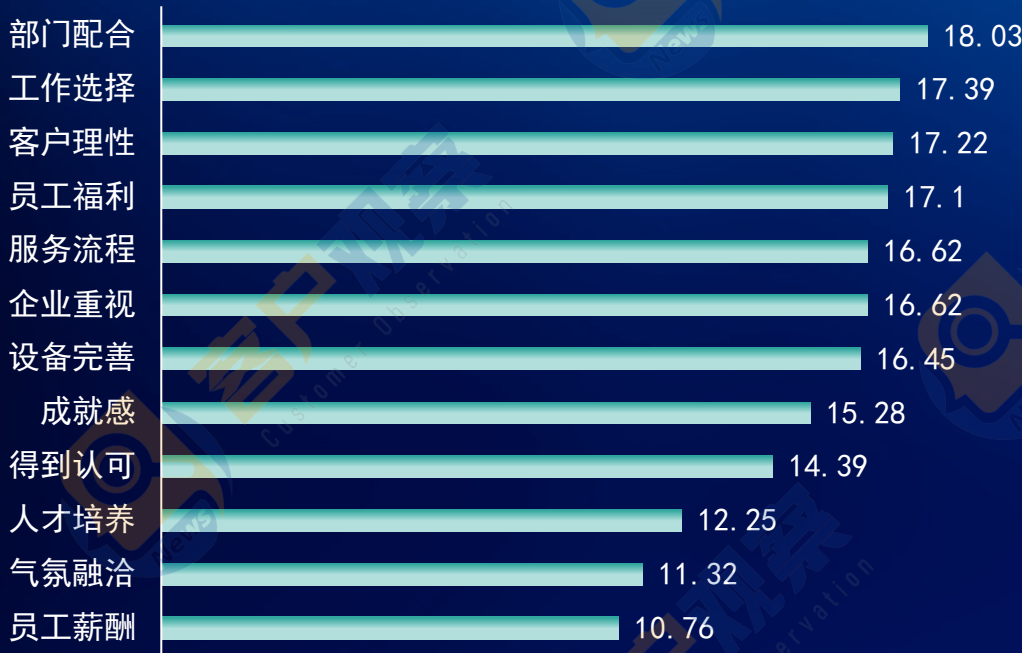
客户理性：我的客户普遍理性、好沟通，并不会过于为难个别服务人员。



幸福指数两极差距

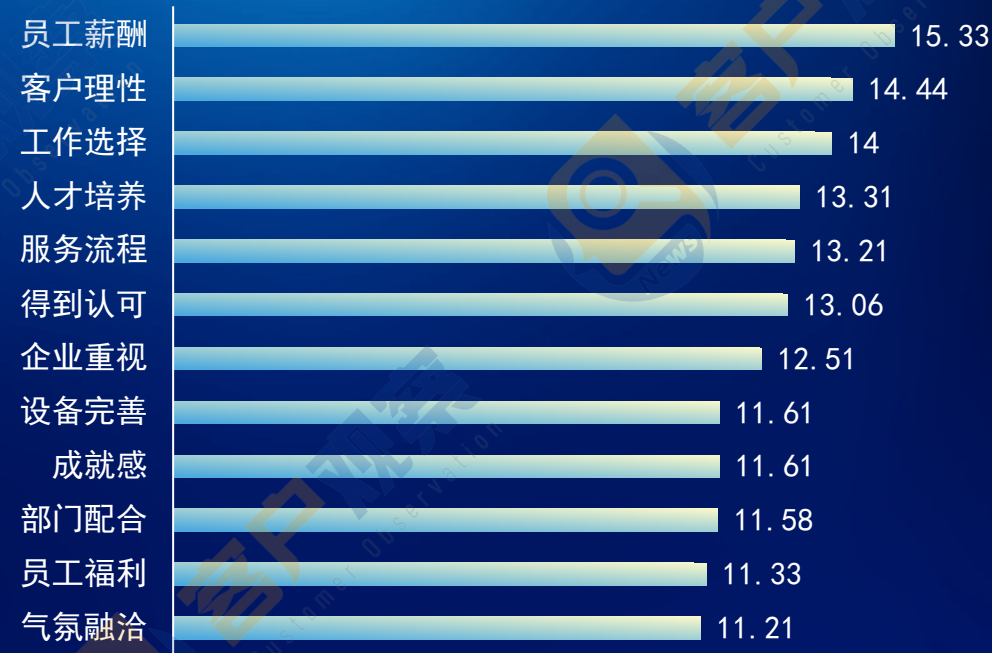


行业维度：科研&技术91.4分 VS 地产业70.9分
在部门配合、客户理性、员工福利等差异较大



不同行业得分差值对比图

区域维度：华北87.7分 VS 西北70.5分
在员工薪酬、客户理性、人才培养等差异较大



不同区域得分差值对比图

如何提升幸福指数

improve happiness index



才博数智服务机构
CAIBO DIGITAL INTELLIGENCE SERVICE AGENCY



中国客户服务节
China Customer Service Festival

担当 坚守 奉献 感恩

如何提升幸福指数

作为客服人，您觉得最大的幸福是什么？



才博数智服务机构
CAIRO DIGITAL INTELLIGENCE SERVICE AGENCY



中国客户服务节
China Customer Service Festival



薪酬福利，和谐氛围

绩效达标

按时发工资

涨工资

发奖金、发福利

有餐补、有食堂，
食堂好吃

冬暖夏凉

同事友爱
互相帮助

多劳多得

发慰问

不扣钱

.....

领导亲切

和同事讨论业务问题

集体活动

同事温暖

和好朋友一起工作

师傅耐心教导

氛围积极向上

帮助他人，获得认可

因为帮助到他人而感到满足和快乐

排忧解难

用自己的专业能力解决客户问题



成功安抚客户

客户信赖

客户感谢

10分好评！

客户的一句表扬能让我开心好几天



被同事表扬...

受到表彰

领导认可

客户为我点赞



表扬信

情绪稳定，生活治愈

员工最珍视的幸福瞬间，在于获得充足的休息和平衡的工作生活，包括按时下班、灵活调休、规律的休假制度，以及下班后能享受与家人共度的温馨时光，这些共同构筑了工作与生活之间的和谐与满足。

关注成长，自我提升

员工认为最有幸福感的瞬间在于倾听、耐心沟通、增强抗压能力等个人成长与提升，以及在工作中实现自我价值、解决问题、达成目标、出差学习新事物，这些经历不仅带来了成就感，也让他们成为更温暖、更有价值的人。

因为喜欢，可迎万难

“工作使我充实”

“在工作中认真、专注、体谅、理解”

“服务最光荣”

幸福

理解万岁，希望被**礼貌对待**

“我太难了，每天接受负能量”

“挨骂要立正”

“互相理解”

最令客服人感动的話



才博数智服务机构
CAIBO DIGITAL INTELLIGENCE SERVICE AGENCY



中国客户服务节
China Customer Service Festival



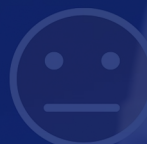
“谢谢，辛苦了，也祝你生活愉快。”



“辛苦了，谢谢你。”



“你做得真好。”



感动

幸福指数调研五年数据回顾



才博数智服务机构
CAIRO DIGITAL INTELLIGENCE SERVICE AGENCY



中国客户服务节
China Customer Service Festival

五年来，我们深入了解客服人在工作中的关切与期待，汇集17万多条数据，是企业未来改善的方向：**情绪价值、薪酬福利、科学排班、标准体系。**

情绪价值

客服人员期望在工作中得到客户的认可与尊重，同时企业也需关注员工的情感需求，营造积极向上的工作氛围。

薪酬福利

调研显示客服人对公正、透明的薪酬制度有着强烈的渴望，合理的绩效和公平的薪酬分配是提升员工满意度的关键。

科学排班

客服人希望拥有规律的休假制度，以及灵活调休的权利，这要求企业具备精确的话务预测能力和灵活的排班机制。

标准体系

客服人期待有完善的运营管理框架和国家行业标准的支持，以提供高质量的服务。



征途漫漫 沐光而行

在此，感谢每一位客服人
日复一日、年复一年的坚守与付出，
向所有客服行业的从业者致以最深的敬意和衷心的感谢。

弘扬服务精神

传递微笑服务



客户观察



繁星汇能