

PERSONAL PORTFOLIO

2023 UI/UX DESIGNER

PORTFOLIO

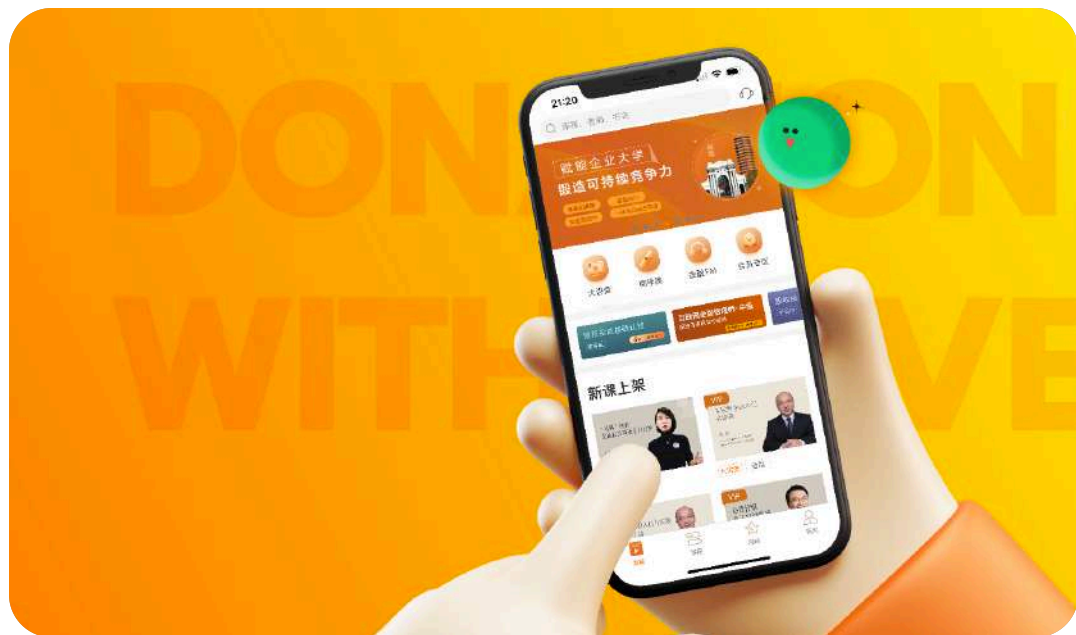
Design by Yang Chunlin

DESIGN BY
Yang Chunlin

作品集

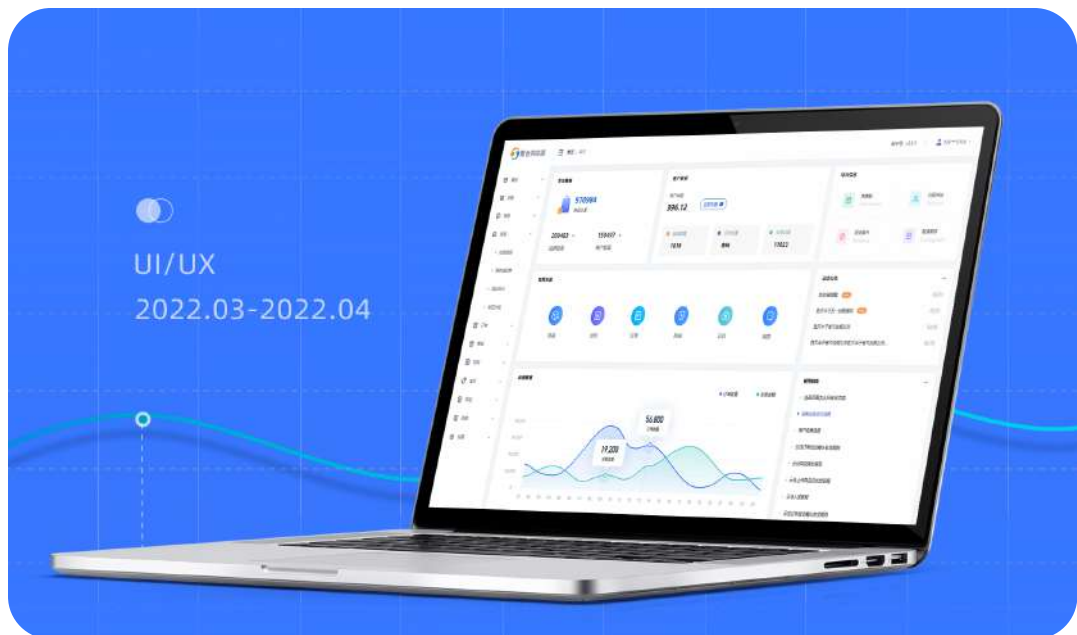
CONTENTS

目录



APP设计

有方知道
fitness



后台设计/WEB

聚合供应链
万象云开放平台



其他设计

VI设计
banner
插画设计



B端SCM系统

一款数字化供应链平台系统

效率提升

体验优化

界面改版



SCM是自主研发智能供应链中台。整合供应链为基础，将大平台商品聚合，构建一个企业级客户的供应链服务平台；通过API、H5、团购、集采、一件代发等方式， 帮助企业客户实现一站式的平台化和数字化采购，降低采购成本，提升采购效率。



● 外驱-业务诉求

在项目初期，因以功能叠加及业务调整为主而快速迭代开发上线，只做到满足产品功能的实现，导致产品功能结构不清晰，对用户体验场景考虑欠佳，且整体视觉缺乏美感。



功能结构不清晰

体验一致性差

功使用场景考虑欠佳

● 内驱-产研内部诉求

由于公司业务复杂、项目众多，导致功能拓展性较差，很多需要前端定制化表格，组件复用率低，设计、开发的重复劳动，影响整个产研团队的协作效率，资源内耗。

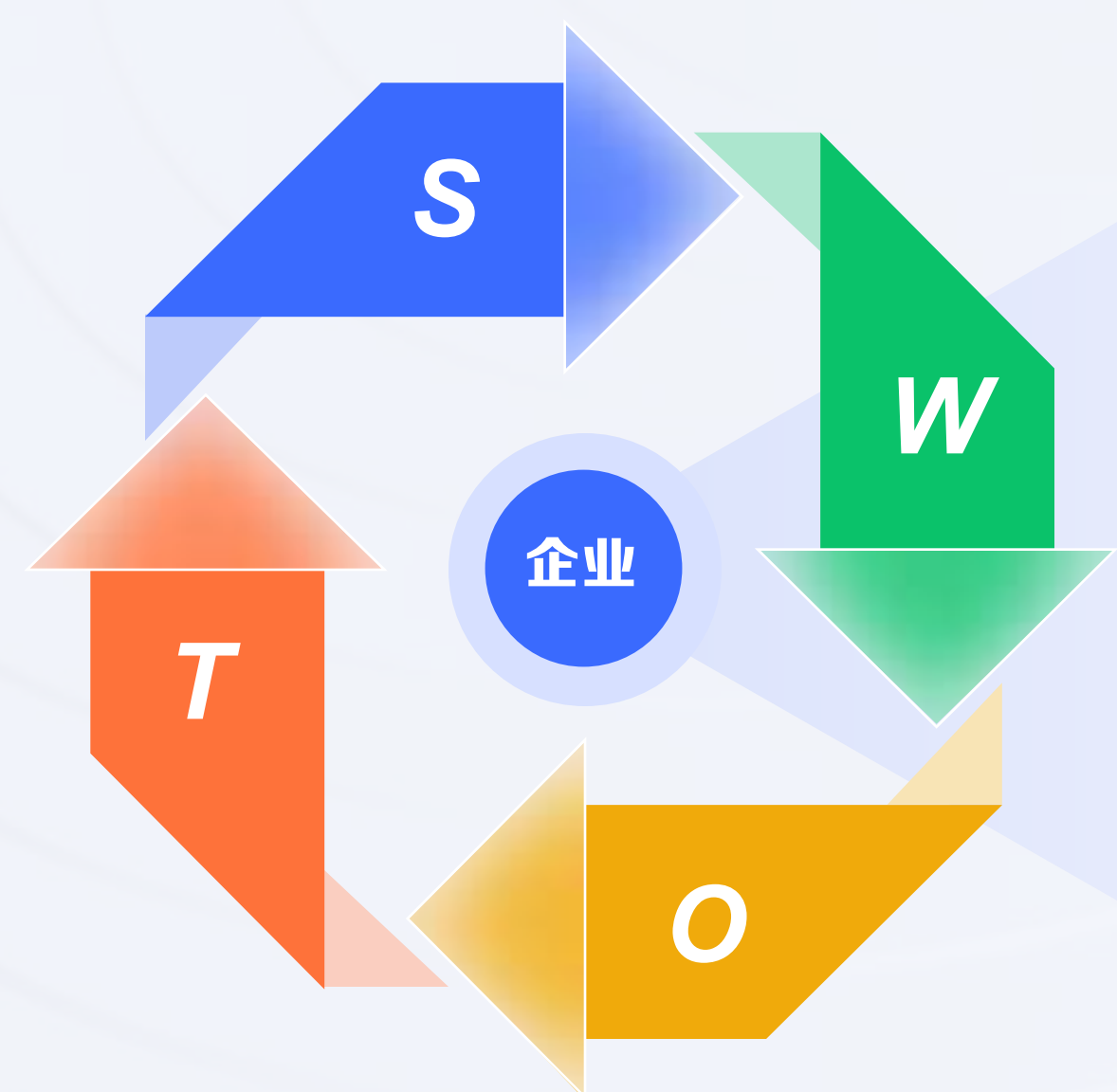


设计、开发效率低

资源内耗

为什么越来越多的企业选择一站式聚合供应链平台？

Why do more and more enterprises choose one-stop integrated supply chain platform?



优势

采用商品供应链聚合模式，私有化定制服务，一站式解决方案，API接口开放，全自动操作系统

劣势

当账号拥有多个权限，界面很乱，需要多方的协同，操作过于繁琐，产品精细化分类管理难度大

威胁

市场需求变化大，产品迭代加速，没有多端采购平台

机会

牺牲局部利益，让系统利益最大化，增强各角色间协同效率，整合数据看板，直观查看数据



- 用户是否典型的目标用户？
- 挖掘到的信息是否用户真实的想法？
- 用户研究的结论怎么应用到产品设计中？

定性研究

定性方法更适于回答「为什么」或「如何解决」这些方面的问题，定性的调研有助于完善设计方向，改善可用性和用户体验。目的是为了改善产品的可用性，优化性能，并减少调整风险。

定量研究

定量方法更擅长回答「有多少」。在迭代阶段通过自身和竞品的表现对现有产品进行一个基于某一个数值的评估预测，目的是为了通过数据反馈更好的理解产品的目标用户/功能和市场竞争等情况。

角色&场景

B端用户画像是对于具体行业智能、职位和权重需求的发现、剖析和理解。本次的用户画像为企业的运营总监的用户画像，针对用户使用场景来做用户画像，做到真实、有效、实用、细节到位！

真实

有效



运营总监

使用场景：办公室

使用平台：PC

文化程度：本科

使用次数：50+

使用期望

可以多批次快速操作，节约时间成本；销售数据汇总分析，为运营决策提供有效数据支撑；加快供应链流通运转，降低行业运营成本。

使用场景：

实用

细节

1

使用场景一：

早上9点上班后，打开后台管理系统，查询每个店铺的营销情况和公司总览营业额根据产品情况分析客户的选品需求。

2

使用场景二：

下午14点和运营人员对接，确定商品协议价和利润率，发现页面筛选功能较少，没有办法进行商品选择，只能大批量设置，有些商品利润率价格不符。

3

使用场景三：

下午18点下班前整理数据，查询昨日数据的渠道十分繁琐，没有时间选择，查询非常不便。

根据对用户行为的解构，在具体的用户接触点上设计组织行为，并从中分析体验的主次矛盾，抓住产品的核心价值，总结分析出他们对于产品的诉求，有针对性的做设计方案。

聚焦用户+核心任务

企业用户具有组织性，是一种生产关系的连接和延伸。

需要满足不同生产关系的协作沟通需求，解决工作场景下组织内外的所有需求点

实际购买者

产品技术 / 指标需求主要来源

关注性价比与产出的数据

(功能数量、技术指标)

使用场景模糊

对于产品操作少

实际管理者

产品体验需求主要来源

关注实际体验

提出单个功能的目的

使用场景清晰

权限、基础设施管理

数据统计信息，需要向上级汇报

实际操作者

产品技术 / 指标需求的主要来源

关注实际体验

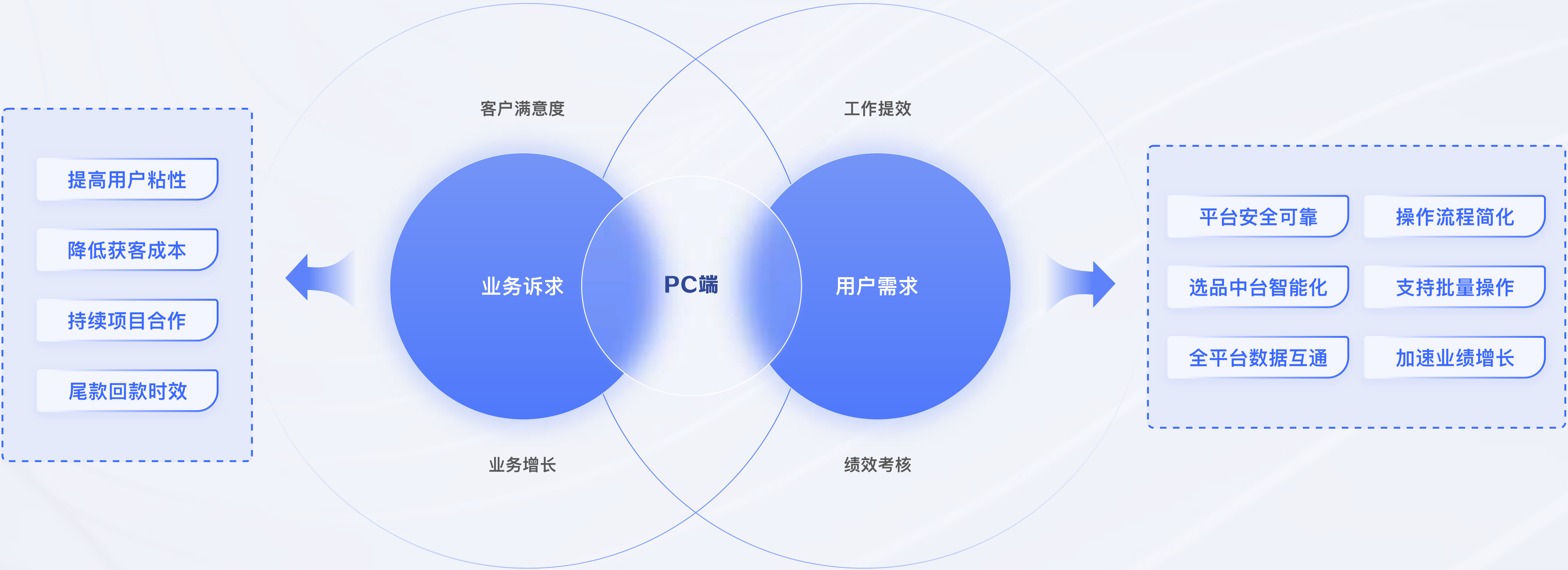
提出单个功能的目的

使用场景清晰

单功能/多功能操作体验

职能分工多样/高频功能多样性

产品的优化迭代并不是一蹴而就，需要多方面因素慎重考虑，结合业务诉求和用户需求。深入探讨并结合前期调研产出的痛点，找到共性与优先级定义，从而得到初步目标。



根据业务诉求拆解设计目标

本次改版期望提升业务人员的人效和满意度，同时提升产研内部的协作效率，改变目前组件复用率低、功能拓展性差等导致大量重复性工作。

提升客户使用效率

- 优化功能布局
- 提升操作流程，缩短路径
- 信息分类，高效检索

提高页面有效信息透传

- 视觉降噪，卡片信息优化
- 可视化体系搭建

提升内部效率成本

- 栅格化布局
- 输出统一规范样式
- 建立组件库

提升客户使用效率 / design goal

SCM DESIGN

优化功能框架，合理布局

◆ 布局优化，提升信息获取效率

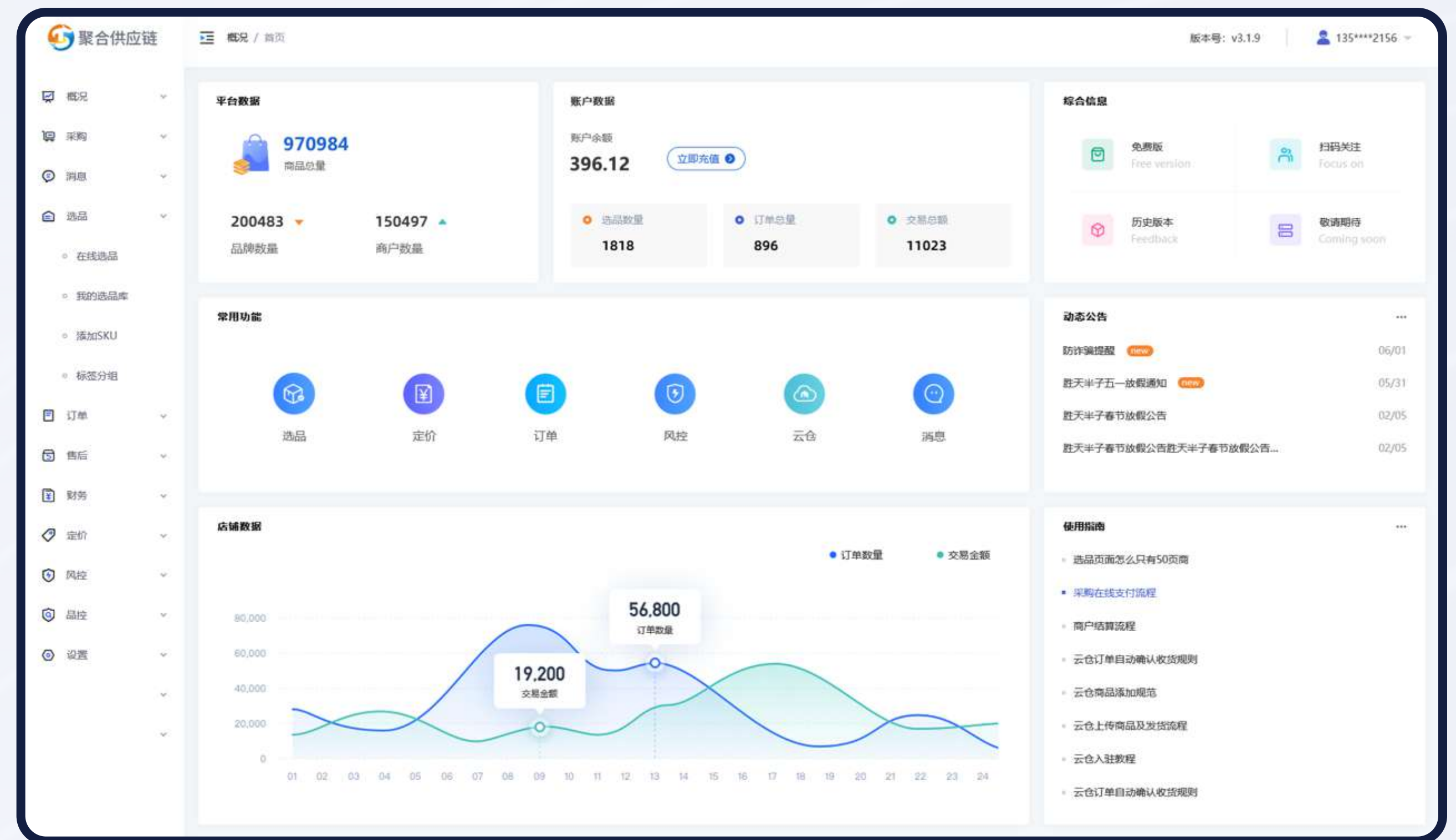
优化展示样式，采用左右布局，内容模块分区更清晰，页面拓展性强。将重要的信息前置，让用户第一时间获取信息。

✗ Before



- 产品功能结构混乱，功能主次不分
- 页面功能层级不清晰，目标操作交互流程繁琐
- 页面风格老化，主色发灰，页面样式混乱无规范

✓ After

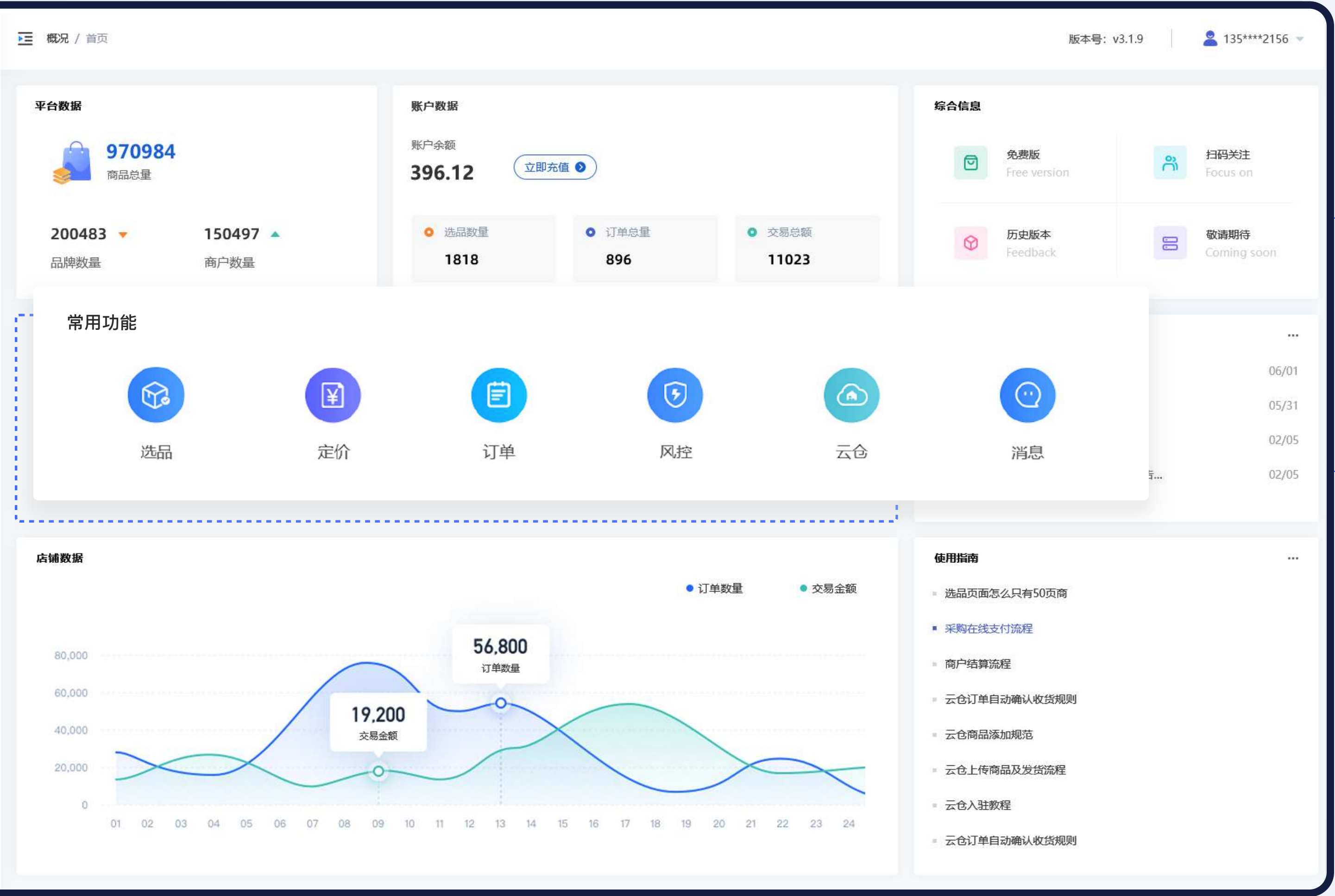


- 优化左侧导航栏，改成顶部导航+左侧导航的形式，以兼容多种业务场景和功能，使页面更清晰明了，更便于拓展。
- 布局优化，提升信息获取效率，内容模块分区更清晰，页面拓展性强。
- 优化页面风格，简洁的设计风格，统一的用户规范让用户有良好的使用体验，把视觉重心放在内容上。

提升客户使用效率 / design goal

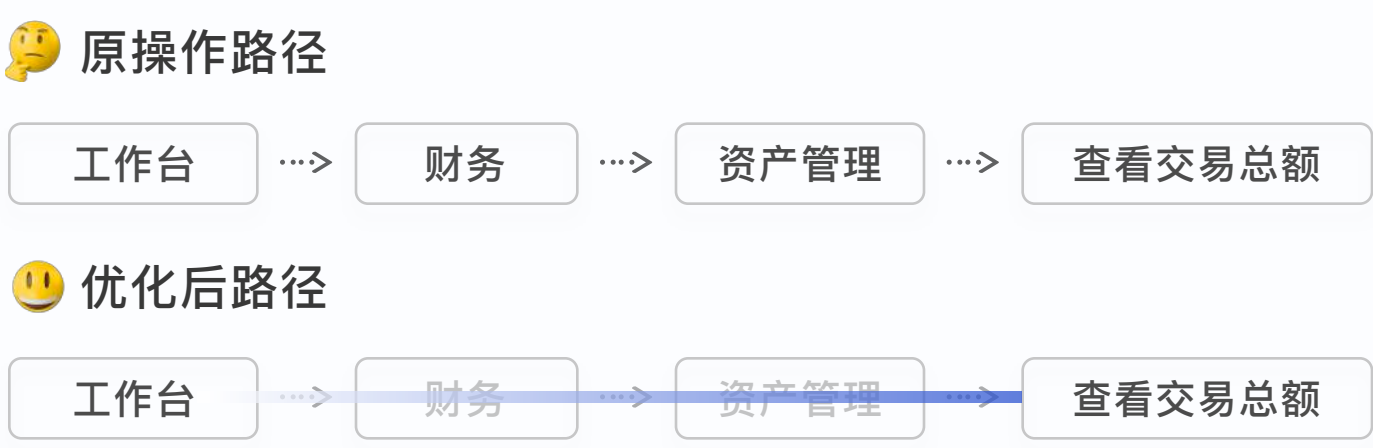
SCM DESIGN

常用功能前置，快速触达



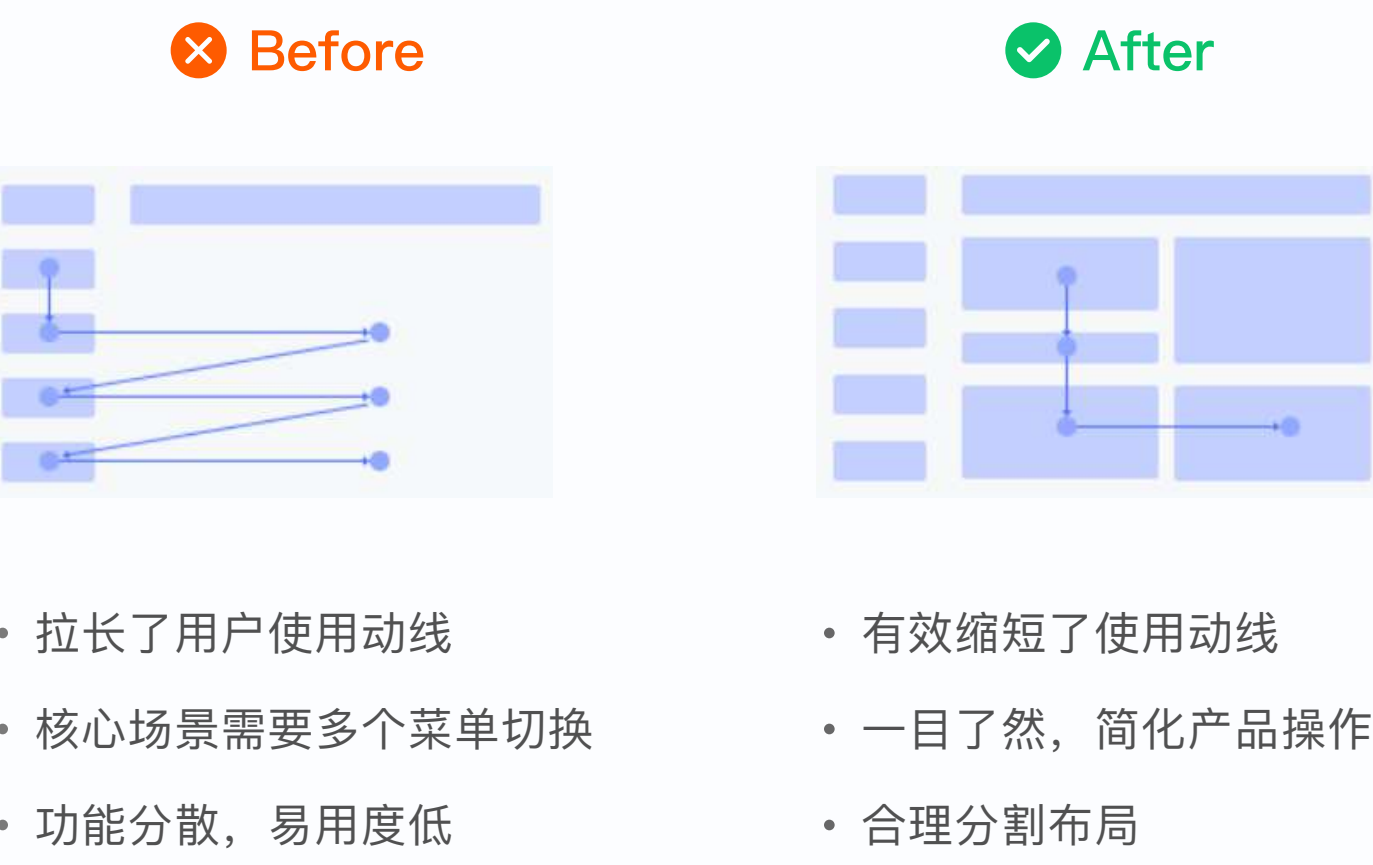
核心场景高效触达

工作台集成高频功能入口模块，缩短操作流程链路，核心工作内容一触即达。



首页布局重构，缩短路径

旧版首页用户需要来回在多个菜单间切换，故使用效率较低，根据用户操作路径，模块合理分割布局。



提升客户使用效率 / design goal

SCM DESIGN

优化表格，提升阅读效率

优化表格视觉质感，提升表格信息读取率

表格属于频繁出现的业务模块，是实用多维度数据进行统一的结构展示，让用户清晰的看到在统一主题下的多余数据对比，同时保证数据的完整性。

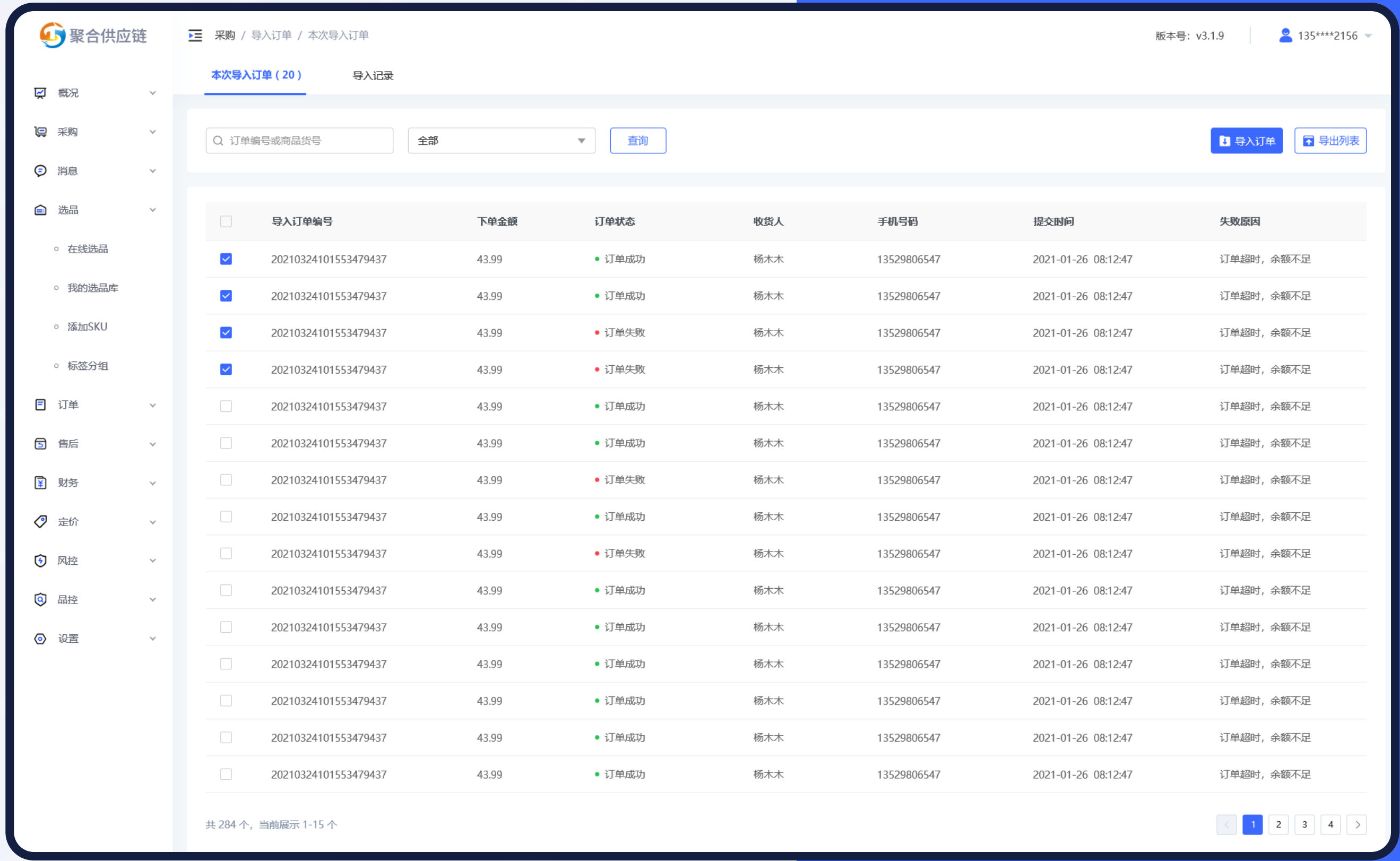
Before

导入订单号	商品来源	商品名称	物流状态	发票状态	下单时间	收货人	付款金额
20220106115609	京东	手机支架	已发货	已开票	2021-12-22	paid	20.00
20220106115609	淘宝	大号垃圾桶	已完成	不可开票	2021-12-22	pat	12.88
20220106115609	京东	手机支架	已发货	已开票	2021-12-22	paid	20.00
20220106115609	淘宝	大号垃圾桶	已完成	不可开票	2021-12-22	pat	12.88
20220106115609	京东	手机支架	已发货	已开票	2021-12-22	paid	20.00
20220106115609	淘宝	大号垃圾桶	已完成	不可开票	2021-12-22	pat	12.88
20220106115609	京东	手机支架	已发货	已开票	2021-12-22	paid	20.00
20220106115609	淘宝	大号垃圾桶	已完成	不可开票	2021-12-22	pat	12.88
20220106115609	京东	手机支架	已发货	已开票	2021-12-22	paid	20.00
20220106115609	淘宝	大号垃圾桶	已完成	不可开票	2021-12-22	pat	12.88
20220106115609	京东	手机支架	已发货	已开票	2021-12-22	paid	20.00
20220106115609	淘宝	大号垃圾桶	已完成	不可开票	2021-12-22	pat	12.88
20220106115609	京东	手机支架	已发货	已开票	2021-12-22	paid	20.00
20220106115609	淘宝	大号垃圾桶	已完成	不可开票	2021-12-22	pat	12.88
20220106115609	京东	手机支架	已发货	已开票	2021-12-22	paid	20.00
20220106115609	淘宝	大号垃圾桶	已完成	不可开票	2021-12-22	pat	12.88

- 列表排版紧凑，加重认知负荷
- 大量相似的信息重读出现，视觉疲劳
- 用户捕获有效信息困难，整合效率降低

After

- 顶部采用表头筛选模块，固定顶部筛选更高效
- 尼尔森“F”型阅读模型，提升阅读效率
- 列表相同的间距更有呼吸感，使画面简洁，更易读取信息



提高管理工作效率，降低负荷

开票信息

企业名称

北京胜天半子科技有限公司

纳税人识别号

91110105MA01KTTP5B

主体类型

企业

* 是否政府事业单位

☒ 否

☐ 是

* 纳税类型

☒ 一般纳税人

☐ 小规模纳税人

* 企业地址

请填写营业执照上的注册地址

0/100

* 企业电话

请填写营业执照上的企业电话

* 企业开户行

请填写企业开户行

0/100

* 企业开户账号

请填写企业开户银行账号

0/30

* 银行开户许可证

上传

1、请上传银行开户许可证照片或扫描文件；
2、若无原价照片或扫描文件，请上传加盖公司公章的开票复印件。

* 一般纳税人证明

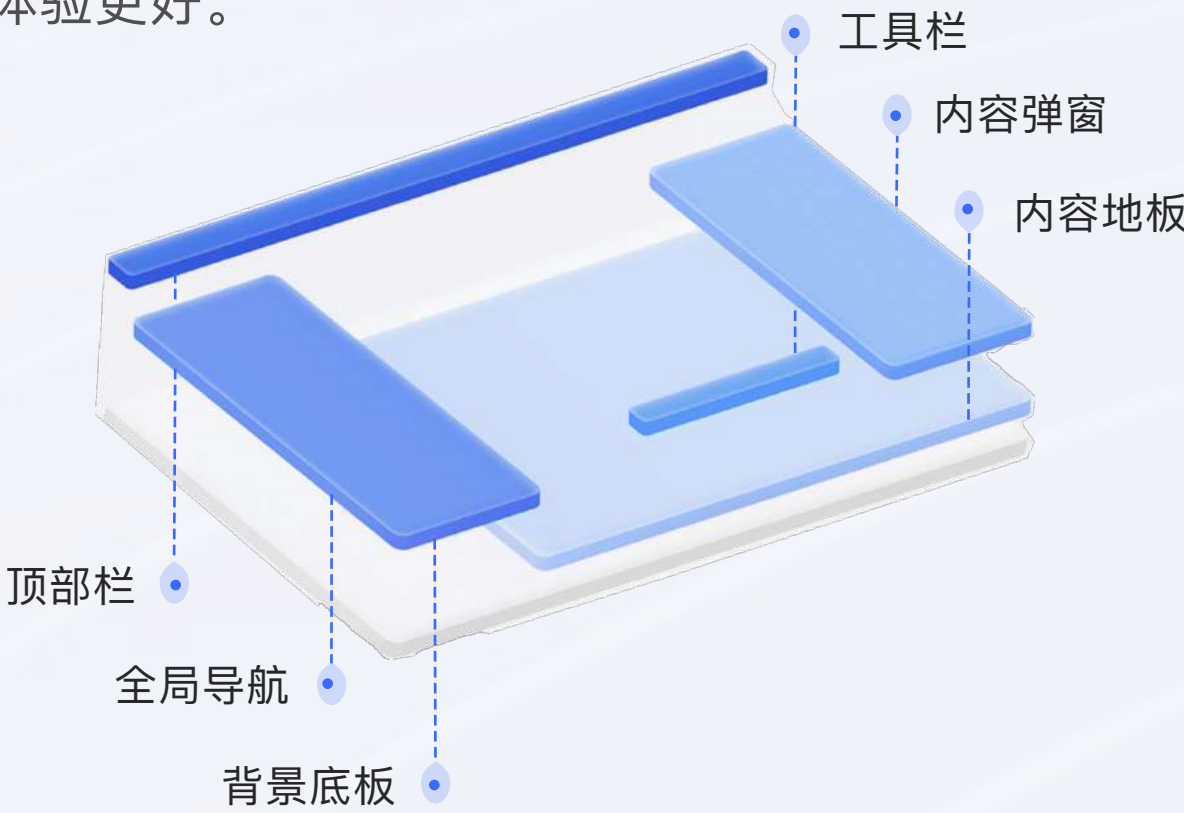
上传

提交

取消

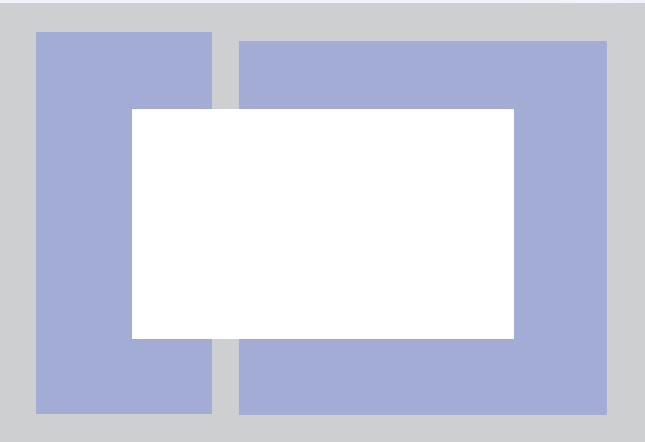
减少干扰，提高屏幕效率

秩序感的界面降低了用户的理解成本，
让用户体验更好。



抽屉式表单承载信息录入功能，不中断用户操作体验

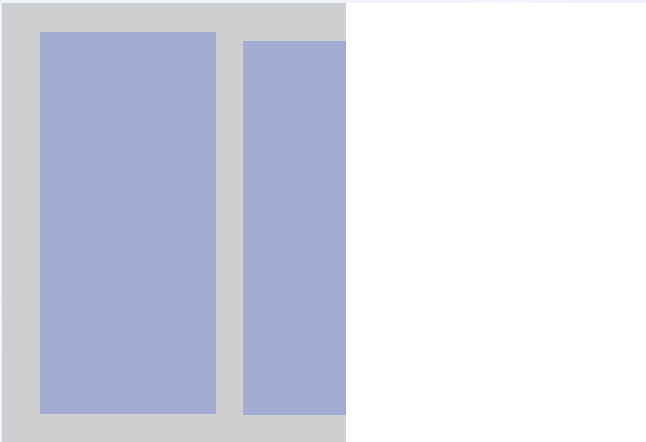
Before



弹窗样式

- 用户使用体验差
- 阻断性强，中断用户沉浸式体验
- 承载信息量少

After



抽屉样式

- 更贴近用户使用场景
- 保护用户与背景内容交互能力
- 使用滚动条，展示更多内容

提升操作流程，缩短路径

降低动作负荷

双列布局改为单列布局，用户视线移动路径从原来的“Z”字形简化为“1”字形，视觉路径更清晰，同时提升填写效率。

✖ Before

• 视觉混乱，用户体验差

• 页面过于拥挤

✔ After

• 从上至下，符合用户操作习惯

• 适当留白，保持页面通透感

根据业务区分高低频录入信息，高频信息平铺展示，方便用户识别选项，且提高了用户填写的效率。

✖ Before

发票类型：

请选择

• 操作冗余，信息展示不清晰

• 组件选择不当

✔ After

发票类型：

● 增值税专用发票

○ 普通发票

○ 专业发票

• 突出当前层级数量，方便用户快速获取信息

• 合理利用空间布局，提升操作效率

聚合供应链

财务 / 发票抬头

概况

采购

消息

选品

订单

售后

财务

定价

风控

品控

设置

发票抬头

收票人信息

发票类型：

● 增值税专用发票

○ 普通发票

○ 专业发票

公司名称：

北京张三科技有限公司

公司税号：

123456789123NDSHA

注册地址：

丰台区诺德中心4号楼2105

注册电话：

请输入注册电话

开户银行：

请输入开户银行

银行账号：

请输入开户银行账号

* 收票人：

请输入收票人姓名

收票人姓名不能包含数字或特殊字符，最多可输入18个汉字

* 手机号码：

请输入收票人手机号码

电子邮箱：

请输入收票人邮箱

邮寄地址：

请输入发票邮寄地址

保存

取消

提升客户使用效率 / design goal

SCM DESIGN

提升用户搜索商品效率

选品 / 我的选品库 / 详情列表

版本号：v3.1.9 | 135****2156

商品名称

请输入商品名称

商品来源

请选择

商品状态

请选择

是否包邮

请选择

协议价

请输入

-

请输入

指导价

请输入

-

请输入

协议价

请输入

-

请输入

更多

取消

查询

已选 (0)

批量分组

批量删除

☐	商品信息	来源	商品状态	建议分组	市场价	指导价	协议价	所属分组	操作
☐	 2020秋冬款男士牛仔褲男高腰直筒宽松弹力深裆中老年爸爸精棉长裤	京东	● 已通过	面部护肤	¥ 32.99	¥ 32.99	¥ 32.99	生活用品	设置分组 删除
☐	 2020秋冬款男士牛仔褲男高腰直筒宽松弹力深裆中老年爸爸精棉长裤	京东	● 已通过	面部护肤	¥ 109	¥ 109	¥ 109	生活用品	设置分组 删除
☐	 2020秋冬款男士牛仔褲男高腰直筒宽松弹力深裆中老年爸爸精棉长裤	京东	● 部分通过	面部护肤	¥ 32.99	¥ 32.99	¥ 32.99	生活用品	设置分组 删除
☐	 2020秋冬款男士牛仔褲男高腰直筒宽松弹力深裆中老年爸爸精棉长裤	京东	● 部分通过	面部护肤	¥ 109	¥ 109	¥ 109	生活用品	设置分组 删除
☐	 2020秋冬款男士牛仔褲男高腰直筒宽松弹力深裆中老年爸爸精棉长裤	京东	● 审核中	面部护肤	¥ 32.99	¥ 32.99	¥ 32.99	生活用品	设置分组 删除
☐	 2020秋冬款男士牛仔褲男高腰直筒宽松弹力深裆中老年爸爸精棉长裤	京东	● 审核中	面部护肤	¥ 109	¥ 109	¥ 109	生活用品	设置分组 删除
☐	 2020秋冬款男士牛仔褲男高腰直筒宽松弹力深裆中老年爸爸精棉长裤	京东	● 已取消	面部护肤	¥ 32.99	¥ 32.99	¥ 32.99	生活用品	设置分组 删除
☐	 2020秋冬款男士牛仔褲男高腰直筒宽松弹力深裆中老年爸爸精棉长裤	京东	● 已取消	面部护肤	¥ 109	¥ 109	¥ 109	生活用品	设置分组 删除
☐	 2020秋冬款男士牛仔褲男高腰直筒宽松弹力深裆中老年爸爸精棉长裤	京东	● 已取消	面部护肤	¥ 32.99	¥ 32.99	¥ 32.99	生活用品	设置分组 删除
☐	 2020秋冬款男士牛仔褲男高腰直筒宽松弹力深裆中老年爸爸精棉长裤	京东	● 已取消	面部护肤	¥ 32.99	¥ 32.99	¥ 32.99	生活用品	设置分组 删除

筛选区优化

只显示高频筛选项，将低频筛选项隐藏至“更多”内，高频筛选条件可优先快速筛选，一定程度上减少用户的认知负荷，同时节省页面空间。

提升信息获取效率

状态的考虑则更倾向只用“颜色”去强调不同的状态信息，让界面信息呈现更有效。

✕ Before

✓ After

已通过

审核中

部分通过

已取消

● 已通过

● 审核中

● 部分通过

● 已取消

- 商品状态不明显，无视觉差异
- 运用不同颜色，突出当前商品状态

高效录入，提升用户添加分组效率

◆ 商品信息外置，提高填写效率

旧版用户需要通过“复杂”的树状结构选择相应的商品信息模块，通过外置类型选项，给出默认项，提高用户表单填写效率。



◆ 用正确的业务组件

旧版用户需要通过穿梭框进行设备关联，改版后的多选组件，设计与业务场景更匹配，降低用户操作成本。

✘ Before

- 通过穿梭框操作复杂
- 页面复杂不适用弹窗展示效果

✔ After

选择商品信息进行筛选

商品来源

商品关键词

邮费

指导价

营销价

协议价

常规利润率

营销利润率

设置标签详情

请输入标签分组名称

商品来源

请选择商品来源

京东

天猫

阿里

云仓

商品关键词

可结合商品分类使用，便于精准的筛选商品

关键词

请输入关键词

邮费

商品是否包邮

天猫

京东

指导价

商品的日常销售价格（单位：元）

计算商品数量

0

确定

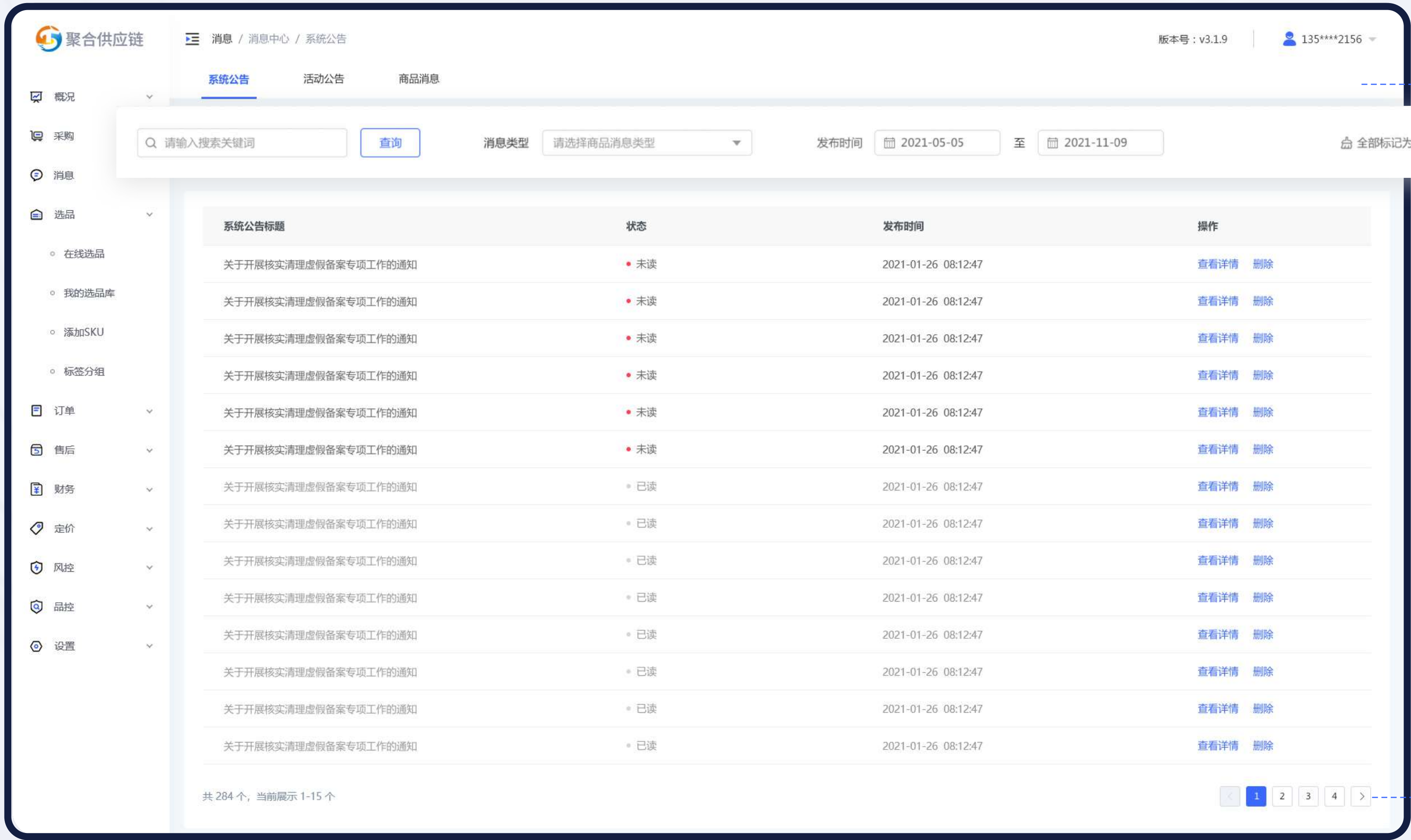
- 匹配业务场景，操作方便
- 不同信息维度分模块展示



提升客户使用效率 / design goal

SCM DESIGN

对消息进行分类，提高数据查看效率



按状态分类

状态分类：同类数据，不同状态采用tab切换样式的标签页进行切换操作。



按属性分类

数据过滤：用户使用频次较高的区域饿，主要用于标签页、搜索、条件分类设置，能有效帮助用户更精确的使用表格。

按数量分类

分类器作为局部导航组件，可以在数据较大的业务环境下，缓解服务器压力。

提升客户使用效率 / design goal

SCM DESIGN

表单信息分类，高效检索

◆ 信息分类整合，建立映射关系

围栏列表是用户绘制围栏必经途径之一，将列表中的信息按照类型划分，通过以卡片为载体建立列表式布局，提升有效信息的捕获，降低认知负荷。

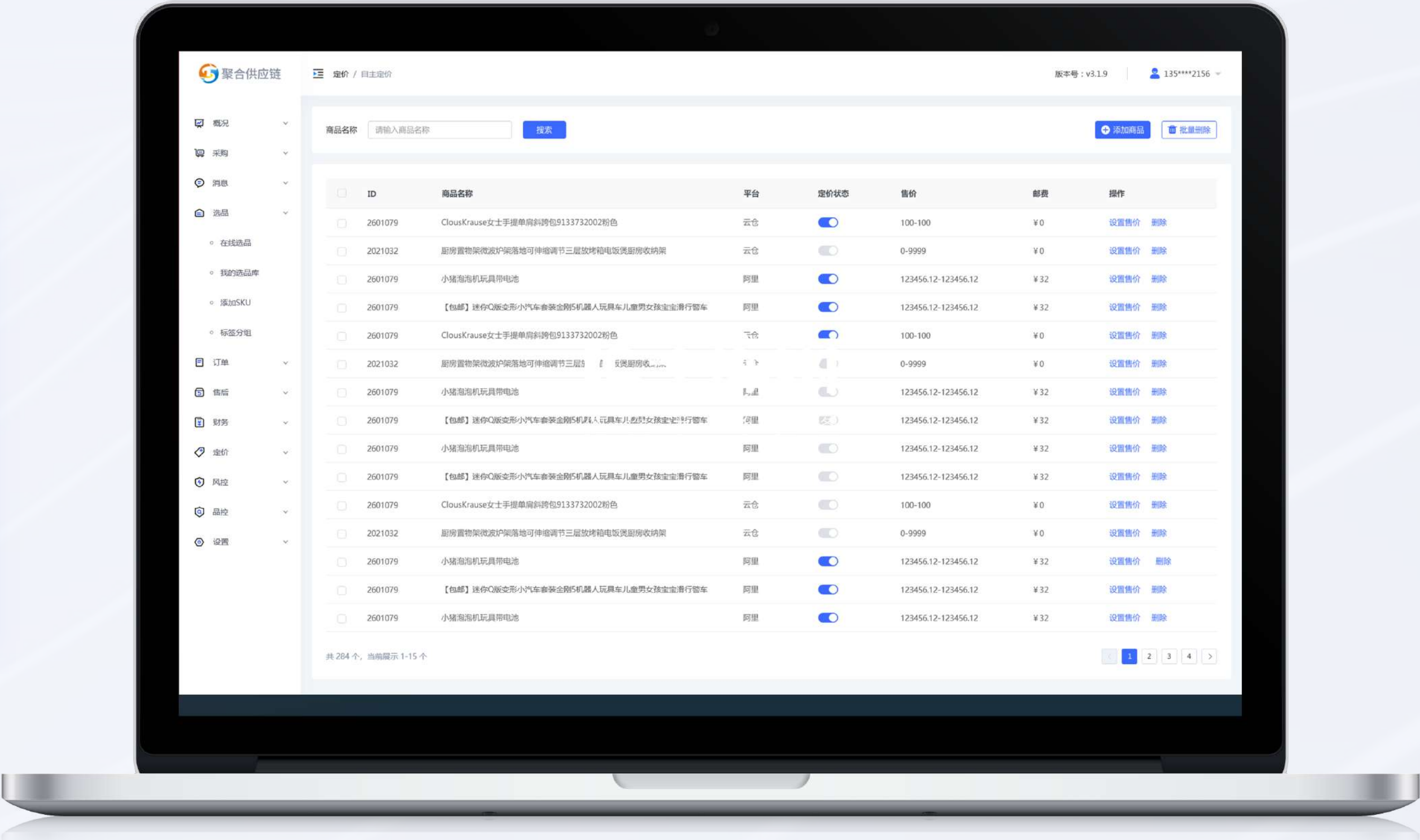
ID	商品名称	平台	定价状态	售价	邮费	操作
2601079	商品名称0012	云仓		100-100	¥ 0	设置售价 删除
2021032	商品名称0012	云仓		0-9999	¥ 0	设置售价 删除
2601079	商品名称0012	阿里		0-9999	¥ 32	设置售价 删除
2601079	商品名称0012	阿里		0-9999	¥ 32	设置售价 删除
2601079	商品名称0012	云仓		100-100	¥ 0	设置售价 删除

基本信息

状态信息

商品信息

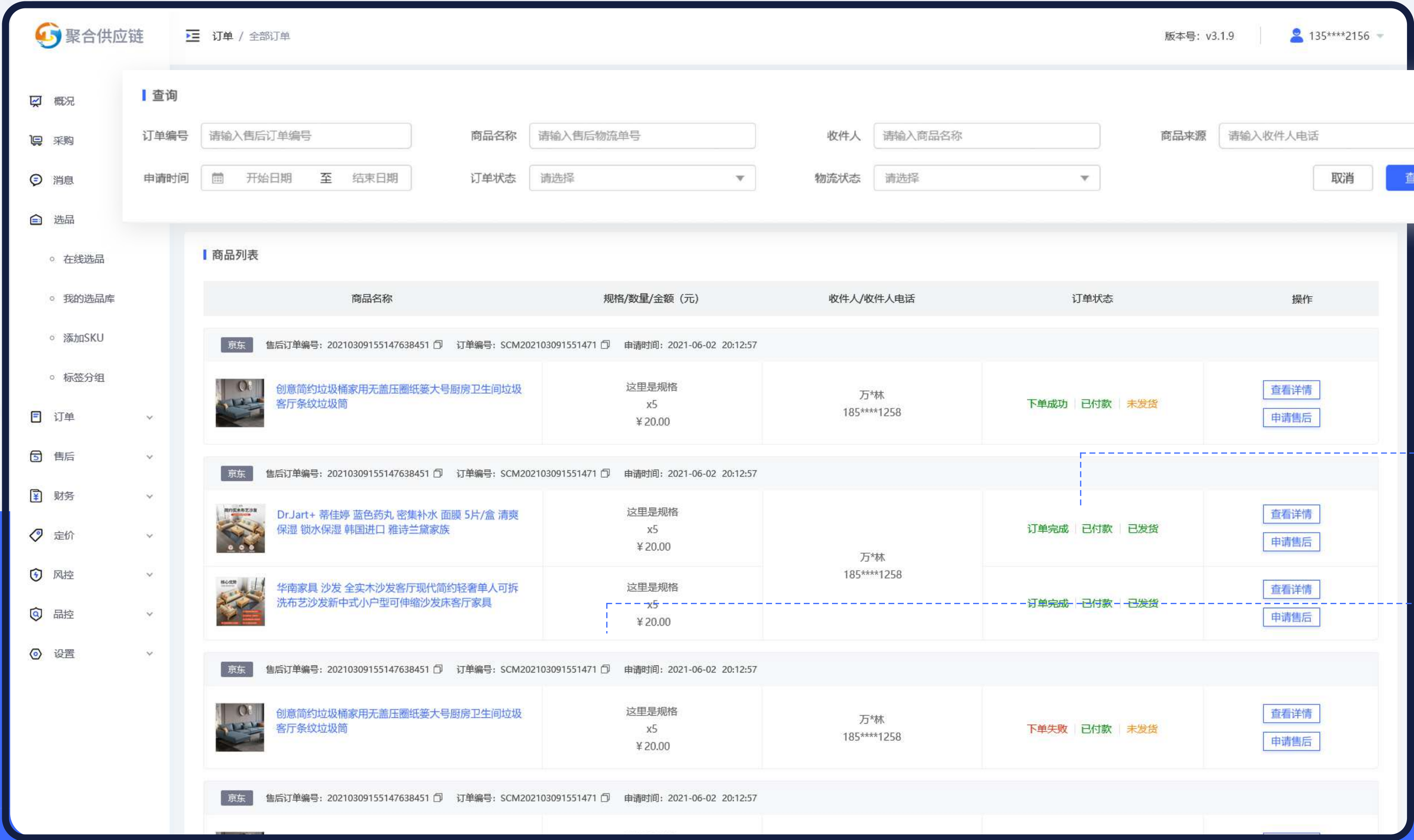
操作信息



提升客户使用效率 / design goal

SCM DESIGN

降本增效，节约电子围栏绘制时间成本



◆ 丰富查询条件，提升查询效率

根据用户的需求按照相应的查询条件，如订单编号、商品名称等字段，可以查询制定商品的详细订单信息。如有误操作，点击取消查询即可。

◆ 增加区分度，高效展示

按照订单状态优先级，利用文字颜色区分，清晰明了。

◆ 增加快速复制功能

订单编号可复制，方便用户可快速查找，提升查找路径

提升客户使用效率 / design goal

SCM DESIGN

详细有序，快速响应

◆ 表头列数遵循“米勒法则”（7±2）

设计列表之初，因为表头列数比较多，所以最多显示9例，使用了米勒法则，其余列用滚动条查看。

☐	流水号	额
☐	RE1652322380262504940	0.00

◆ 巧用消息提醒，信息快速触达

✖ Before

✖ 您的账户资料已审核通过

- 视觉不明显且无法快速处理

✔ After

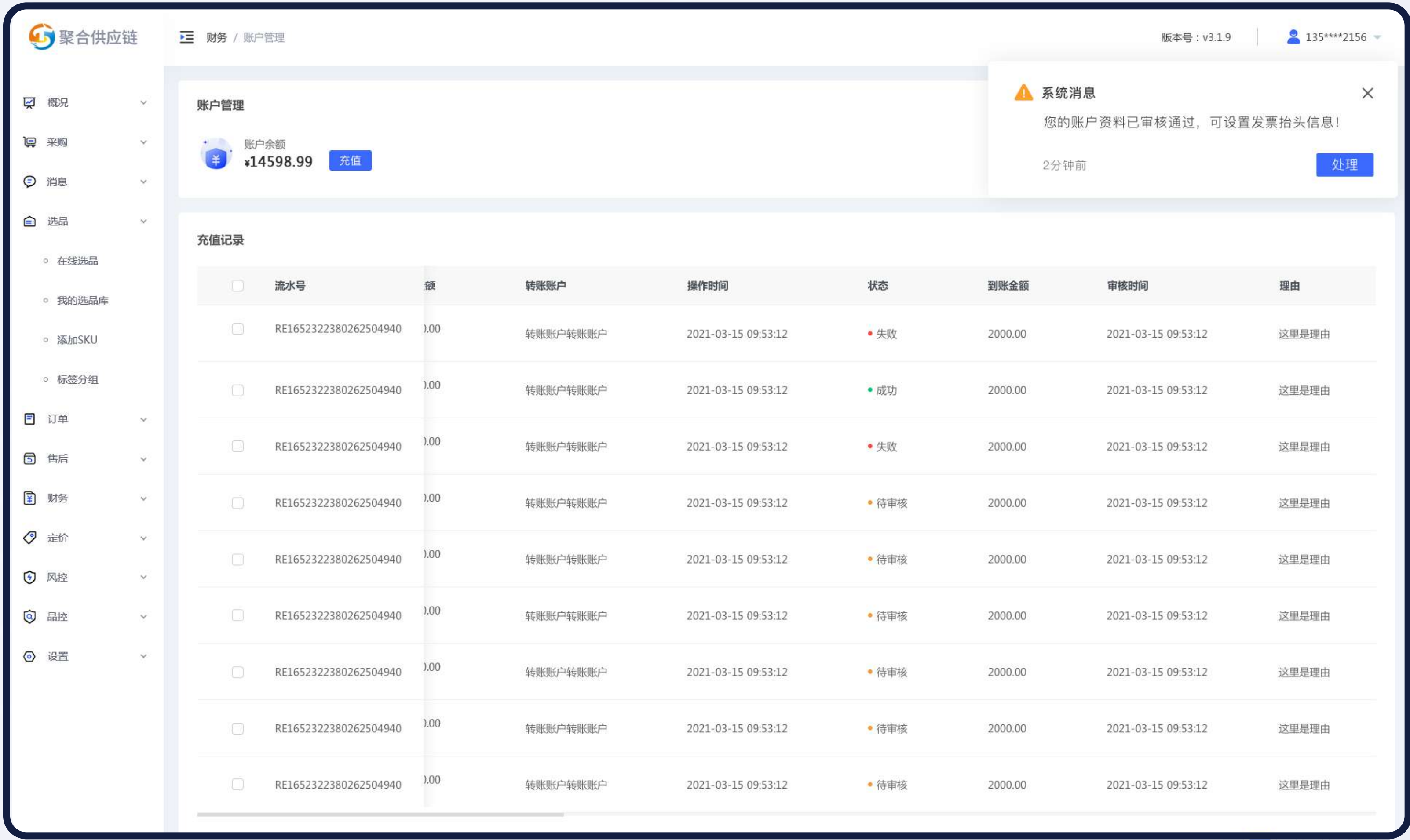
⚠ 系统消息

您的账户资料已审核通过，可设置发票抬头信息！

2分钟前

处理

- 消息清晰明确，可快速响应
- 同时增加发生时间，提升获取信息效率



视觉降噪，卡片信息优化

数据统计设计拆解

简化卡片信息层级，增加易读性

下单客户数：45120笔
较昨天-1.76%

步骤一：
确定优先级，精简视觉/
文本

下单客户数/笔
45120
较昨天-1.76%

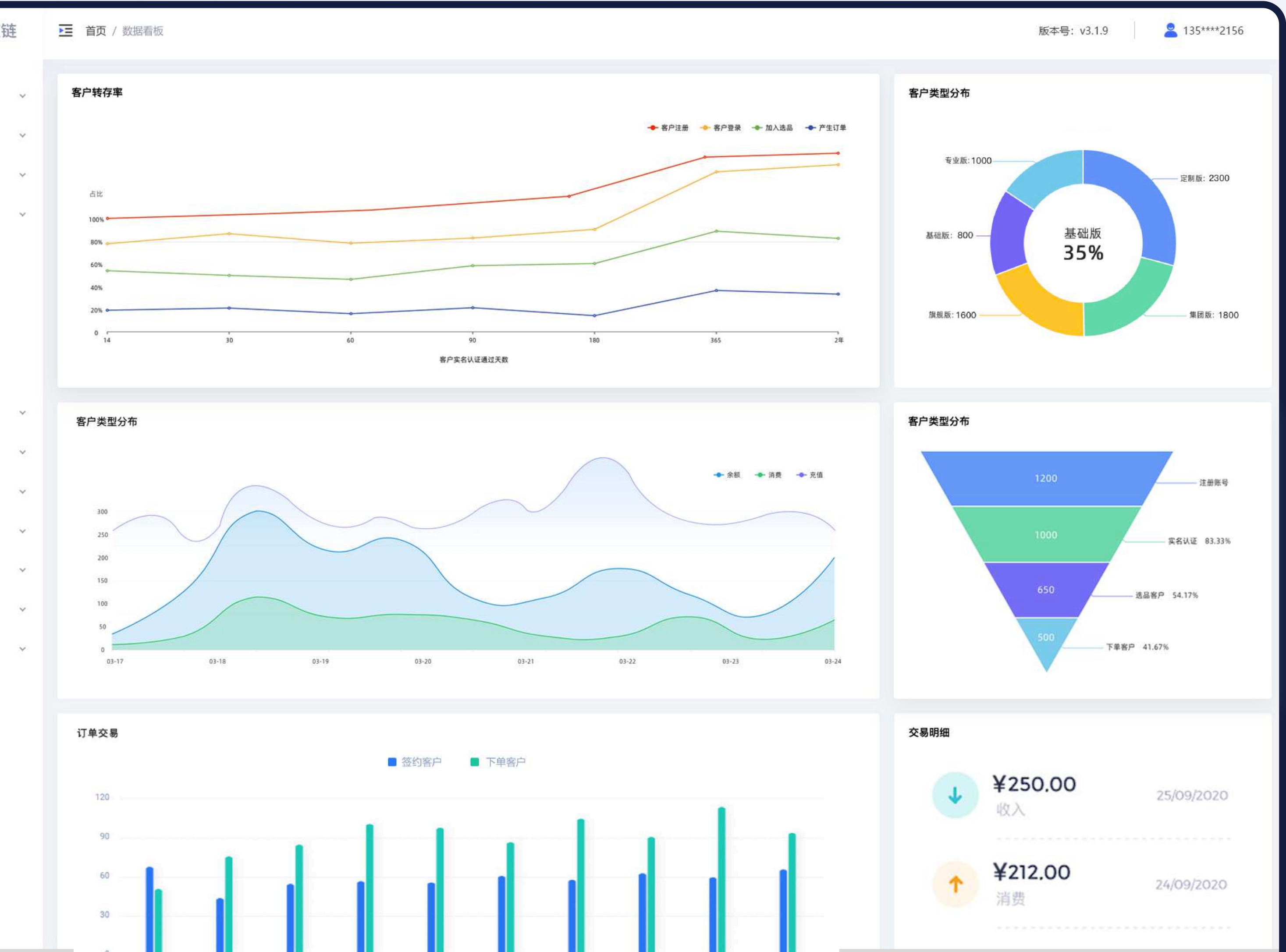
步骤二：
层级：字体、大小、颜色
间距：固定Padding

下单客户数/笔
45,120
同比昨日 ▼ 1.76%

步骤三：
可视化：标题辅助信息弱化，
红涨绿跌示意



可视化体系搭建



可视化信息图表

多样化的图表满足了在分析数据时需要的各种各样的图表样式，分析详细且真实。

✕ Before

月份	约谈	线下签约	线上签订	实名认证	充值客户	下单客户
1月	38	26	10	64	38	60
2月	66	63	43	54	65	88
3月	12	59	10	88	99	109
4月	38	26	10	64	38	60
5月	17	76	23	78	87	98

✓ After



- 字段信息过多，读取数据困难
- 信息降噪，突出重点信息
- 数据过于笼统，没有明显区分
- 合并同类型数据，降低认知门槛

根据业务场景升级数据可视化效果

通过串联业务场景，提高数据可视化，节省工作时间，数据更直观，便于用户快速获取到类型占比。

设计有原则，视觉统一

图表的设计遵循原则，视觉颜色，间距等统一。为组件化做准备，方便后期项目内容拓展。



栅格化布局

- ◆ 栅格系统可以节约设计、开发以及沟通成本。
- 1、栅格系统在能让系统变得有规律，从而减少了设计决策成本。

2、栅格系统有助于设计分工，在统一布局下进行不同部分工作，并且无缝集成并保持连贯。

3、数理推演系统间距，去除繁杂。

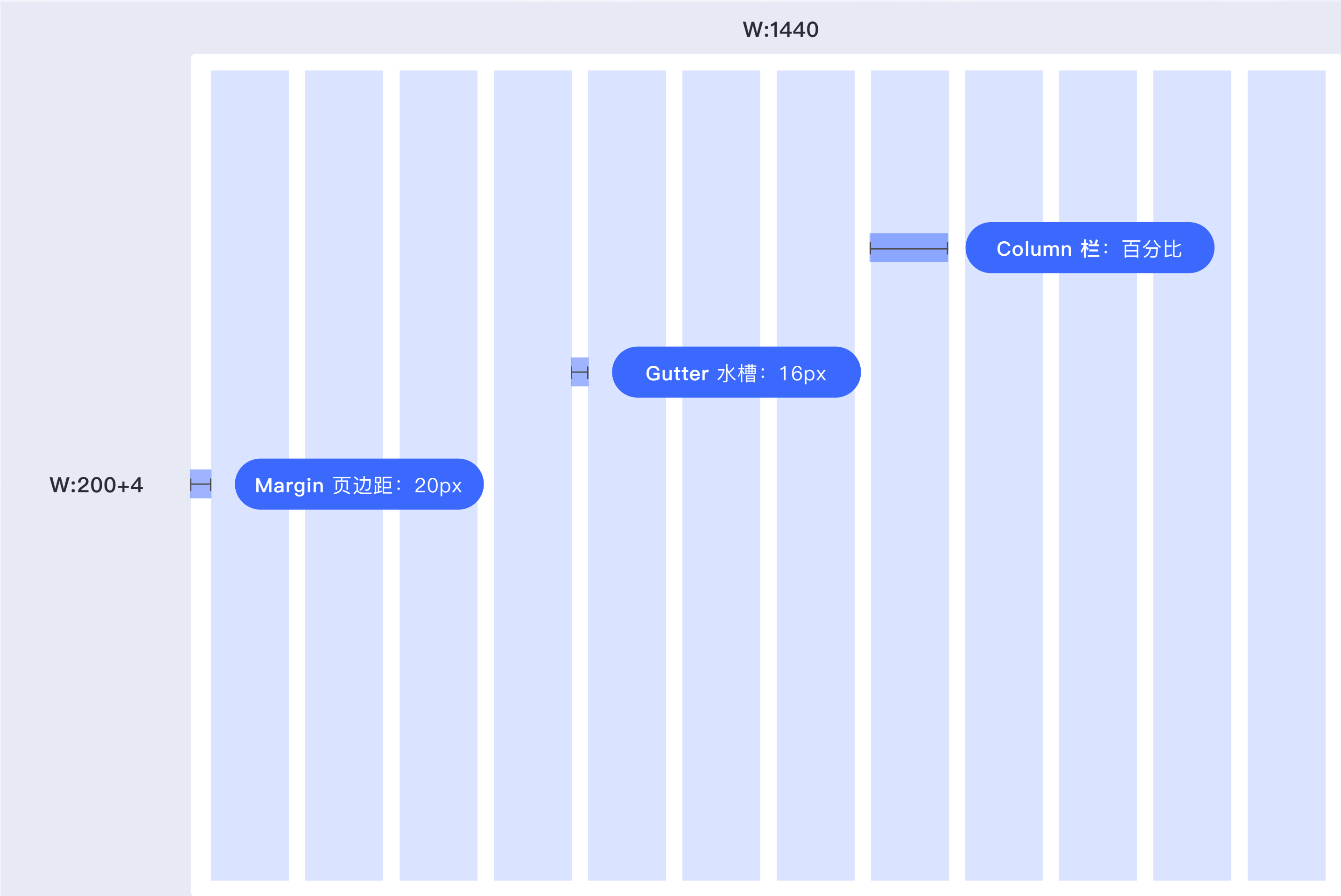
◆ 栅格&规范

系统采用12栅格系统做页面布局。设计尺寸宽度为1440px，向上向下适配1920px、1366px。系统设计尺寸以8px为原子单位，系统以卡片设计为主，卡片的圆角为4px。

Margin=20px

Gutter=16px

Column:百分比



输出统一规范样式

颜色

根据产品的风格和调性，体现严谨与专业，经过调研讨论确定产品的主色调为蓝色，同时增加同饱和度辅助色为产品增添一些活力。

品牌色

#3B69FD

辅助色

#EFAA0B

#FE723A

#0AC26A

#6B72FD

文字和其他

#333333

#666666

#EEEEEE

#FFFFFF

文字

字体因为公司内部使用，且大部分用的是win系统，所以就使用了windows常见的内置中英文字体来定 义产品的字体。

字体

中文：微软雅黑

英文：Arial

字号

标准字	18px	特殊标题、指标数字
标准字	16px	模块标题、重要内容
标准字	14px	正文内容
标准字	12px	次要内容、注释文字

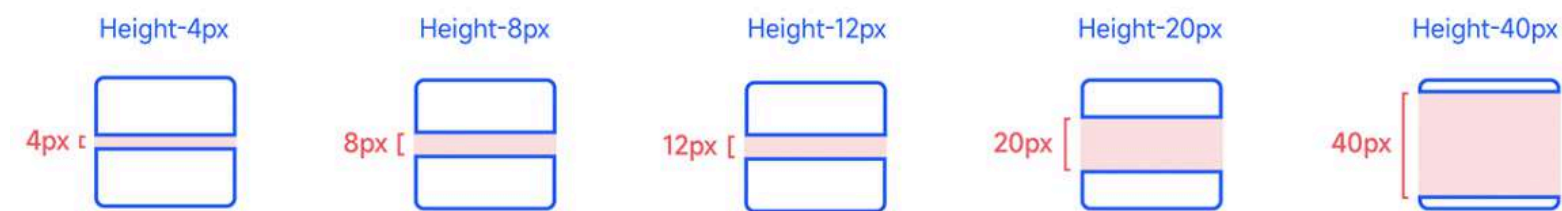
输出统一规范样式

◆ 圆角与间距

运用格式塔原理的亲密性原则，边框加圆角就可以组成一个基础的组件，设置三个圆角参数，满足各种使用场景。

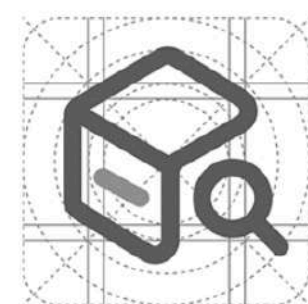


针对通用性的元素间隔进行了分类，这些公共的间接接口根据本次改版的新视觉风格进行统一的定义。



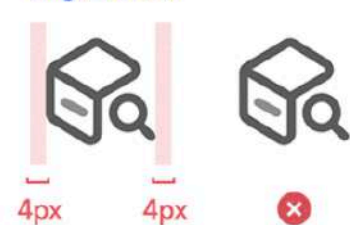
◆ 图标设计

精致的图标，清晰易懂的图形可以降低用户阅读成本，来提升界面的美观度，提高用户的使用体验。



- 图标大小 34*34
- 描边 2px
- 圆角 4px

Align_center



Optical Adjustment



/// 视觉风格革新，提升友好度

◆ 情绪版

重新定义B端产品视觉体验，去繁从简，注重功能和体验，简洁并友好。



◆ 情感化设计

将情感插画进行C化，更深层次的减少了产品体验产生的负面情绪，优化产品体验。



暂无任何数据



访问无服务

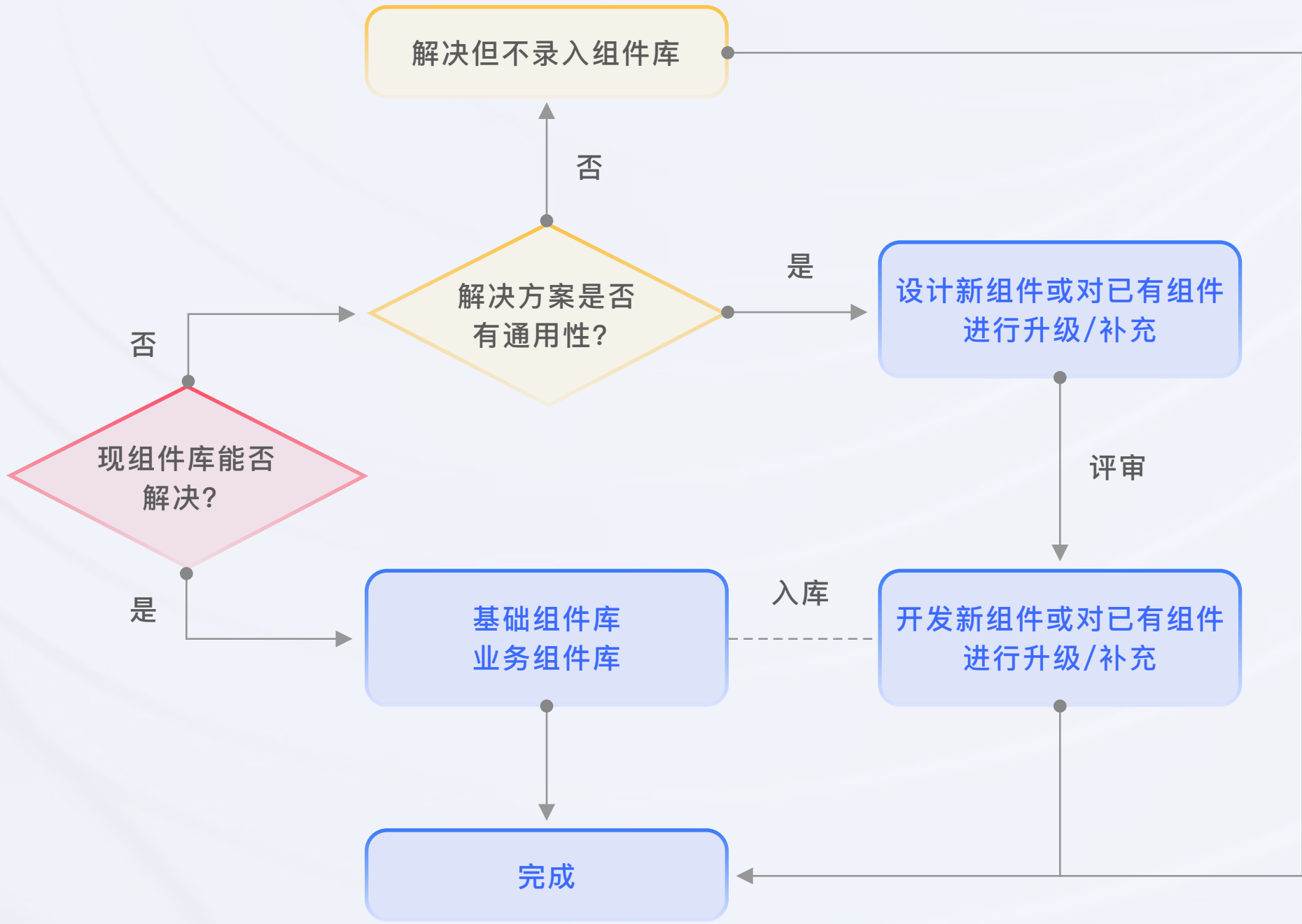


暂无订单

建立组件库

◆ 赋能团队协作

保证设计的统一性、专业性，需要建立UI组件库。一是可以减少与开发之间的沟通成本，二是便于后期页面的扩展，增加产品开发的效率。



组件/数据输入

输入框 Input

组件/数据输入

文本域 Textarea

基本用法

通过鼠标或键盘输入内容。

字数统计

可以限制最大字数，也可以显示字数统计，超出字数不显示；右下角拖拽扩大框体尺寸；初始

默认状态 Normal

请输入少于50字的字符 0/50

输入中 Focused

标签名称最多50个字 10/50

已输入 Entered

标签名称最多50个字 10/50

禁用状态 Disabled_有内容

标签名称最多50个字 10/50

禁用状态 Disabled_无内容

0/50

超出状态 Exceeded

标签名称最多50个字标签名称最多50个字 50/50

错误反馈/校验 Error

标签名称最多50个字标签名称最多50个字 50/50
错误提示错误提示错误提示错误提示错误提示错误提示

三种大小

输入框定义了三种尺寸（大、默认、小），高度分别为 40px、32px 和 24px

尺寸大 40PX

请输入少于50字的字符 0/50

默认 32px

请输入少于50字的字符 0/50

尺寸小 24PX

请输入少于50字的字符 0/50

组件/数据输入

输入框 Input

字数统计

可以限制最大字数，也可以显示字数统计，超出字数不显示；输入框大小可分为 small、medium、large三种类型

默认状态 Normal

请输入少于50字的字符 0/50

输入中 Focused

标签名称最多50个字 10/50

已输入 Entered

标签名称最多50个字 10/50

禁用状态 Disabled_有内容

标签名称最多50个字 10/50

禁用状态 Disabled_无内容

0/50

超出状态 Exceeded

标签名称最多50个字标签名称最多50个字 50/50

错误反馈/校验 Error

标签名称最多50个字标签名称最多50个字 50/50
错误提示错误提示错误提示错误提示错误提示错误提示

三种大小

输入框定义了三种尺寸（大、默认、小），高度分别为 40px、32px 和 24px

尺寸大 40PX

请输入少于50字的字符 0/50

默认 32px

请输入少于50字的字符 0/50

尺寸小 24PX

请输入少于50字的字符 0/50

模版展示（部分） / Template display

SCM DESIGN

◆ Login



◆ Home page



◆ Order details

订单 / 常用订单 / 订单详情

账号: v3.1.9 | 135****2156

订单详情 订单编号: 20202976600

订单信息

订单来源: 京东

提交时间: 2021-03-11 15:53:42

订单状态: 待确认

业务类型: 大额订单贸易

是否大额订单: 是

确认时间: 2020-11-25 23:26:08

确认方式: 李确认 / 用户确认 / 系统确认

确认结果: 李确认 / 通过 / 关闭订单

费用信息

商品合计金额: ¥20000.00

运费: ¥0.00

订单金额: ¥20000.00

应付款金额: ¥20000.00

收货人信息

收货人: 赵小天

手机号码: 123456789111

收货地址: 北京市北京市丰台区丽泽中心4号楼21层

商品信息

商品名称	价格	商品ID	规格	数量	小计
 创思康的拉圾桶家用无盖无盖大号大号卫生间用桶打 金标3层120桶*24包 (205*136)	¥5000.00	H0001	金标3层120桶*24包 (205*136)	1	¥5000.00
 创思康的拉圾桶家用无盖无盖大号大号卫生间用桶打 红标 128G	¥5000.00	H0001	红标 128G	1	¥5000.00
 创思康的拉圾桶家用无盖无盖大号大号卫生间用桶打 金标3层120桶*24包	¥5000.00	H0001	金标3层120桶*24包	6	¥30000.00
 创思康的拉圾桶家用无盖无盖大号大号卫生间用桶打 红标 128G	¥5000.00	H0001	红标 128G	1	¥5000.00
 创思康的拉圾桶家用无盖无盖大号大号卫生间用桶打 金标3层120桶*24包	¥5000.00	H0001	金标3层120桶*24包	1	¥5000.00
合计: ¥20000.00					

◆ Dashboard



◆ Selection library

聚合供应链

商品 / 我的商品库 / 审核列表

版本号：v3

概览

采购

消息

商品

我的商品

我的商品库

添加SKU

标签分组

订单

采购

销售

定价

风控

质检

设置

商品名称

商品来源

商品状态

是否包邮

协议价

指导价

协议价

已选 (0)

批量分组

批量删除

☐	商品信息	来源	商品状态	建议分组	市场价	指导价	协议价	所属分组
☐	 2020秋冬男女士牛仔裤男买腰直筒宽松弹力深裆中包中包包臀修身长裤	京东	已通过	腰部裤头	¥ 32.99	¥ 32.99	¥ 32.99	生活用品
☐	 2020秋冬男女士牛仔裤男买腰直筒宽松弹力深裆中包中包包臀修身长裤	京东	已通过	腰部裤头	¥ 109	¥ 109	¥ 109	生活用品
☐	 2020秋冬男女士牛仔裤男买腰直筒宽松弹力深裆中包中包包臀修身长裤	京东	部分通过	腰部裤头	¥ 32.99	¥ 32.99	¥ 32.99	生活用品
☐	 2020秋冬男女士牛仔裤男买腰直筒宽松弹力深裆中包中包包臀修身长裤	京东	部分通过	腰部裤头	¥ 109	¥ 109	¥ 109	生活用品
☐	 2020秋冬男女士牛仔裤男买腰直筒宽松弹力深裆中包中包包臀修身长裤	京东	审核中	腰部裤头	¥ 32.99	¥ 32.99	¥ 32.99	生活用品
☐	 2020秋冬男女士牛仔裤男买腰直筒宽松弹力深裆中包中包包臀修身长裤	京东	审核中	腰部裤头	¥ 109	¥ 109	¥ 109	生活用品
☐	 2020秋冬男女士牛仔裤男买腰直筒宽松弹力深裆中包中包包臀修身长裤	京东	已取消	腰部裤头	¥ 32.99	¥ 32.99	¥ 32.99	生活用品
☐	 2020秋冬男女士牛仔裤男买腰直筒宽松弹力深裆中包中包包臀修身长裤	京东	已取消	腰部裤头	¥ 109	¥ 109	¥ 109	生活用品
☐	 2020秋冬男女士牛仔裤男买腰直筒宽松弹力深裆中包中包包臀修身长裤	京东	已取消	腰部裤头	¥ 32.99	¥ 32.99	¥ 32.99	生活用品



◆ 贡献

- 1.独立输出整体视觉设计，建立组件化体系，提高协同工作效率；
- 2.在有效的周期内完成此次版本升级，前期参与调研讨论中提出合理且可执行的方案，并被采纳；
- 3.在创作过程中，重点稿件都输出2-3稿进行筛选对比；
- 4.积极参与与开发在视觉和动效上的交流对接，完成落地。

◆ 收获

- 1.所有视觉体系都需要围绕业务层面进行有序设计，需求排期需要分轻重缓急；
- 2.视觉整体统一性，不仅有更强的整体性与品质感，也极大提高设计和沟通效率；
- 3.在设计过程中要有团队意识，注意制定设计规范，组件可提供团队成员复用，提高团队的产出效率。
- 4.UI设计除了美化界面，更重要是把产品思维融入设计中，赋能产品。



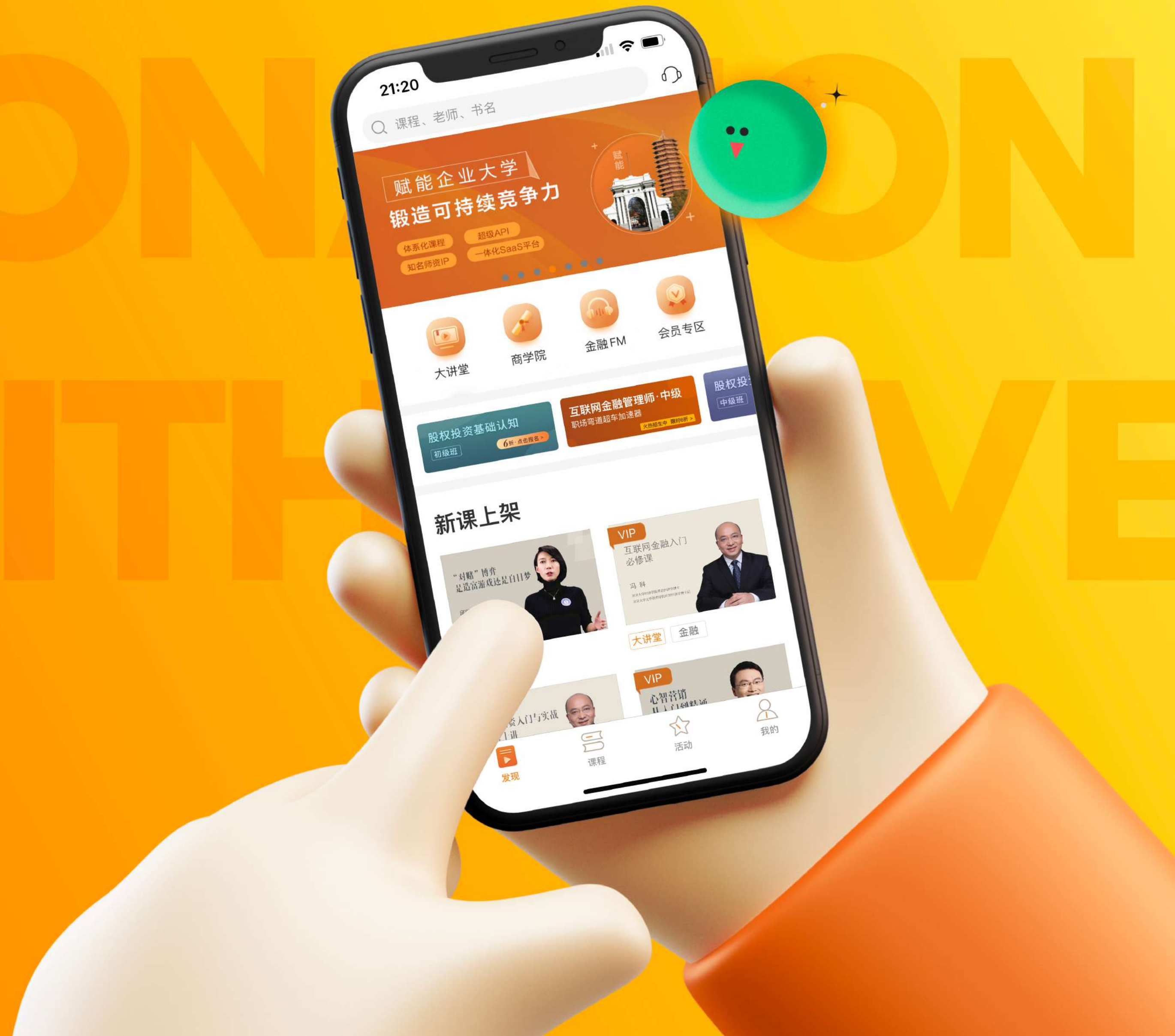
有方知道APP

视觉重设&体验升级

UX/UI Concept Design Project

项目周期 | 2020.08~2020.10

负责内容 | 风格调研 交互评审 界面设计 视觉落地



项目背景.

Project background

UX/UI DESIGN

关于有方知道

Project background

UFounding

有方知道app一个学习金融知识的平台，提供从基础到高级多门课程，帮助用户选择更适合的学习课程，致力于服务更多有投资需求的用户有效的认知和衡量风险，合理利用金融工具获取金融幸福感。

V1.0功能

- 1、多样化课程，方便用户及时选择课程，用户可以邀请好友使用，邀请成功可获得相应奖励；
- 2、支持用户直接购买基础课程，可以在页面上看到课程价格和详细介绍，有讲师的详细信息；
- 3、提供免费课程，用户可直接获取学习课程，可随时学习，支持用户随时查看学习进度。

500 万

潜在用户

60 亿

市场规模

20 %

年均增长率

行业现状.

Industry status

UX/UI DESIGN



产品目标 | 打造一款专注于金融知识的在线学习软件

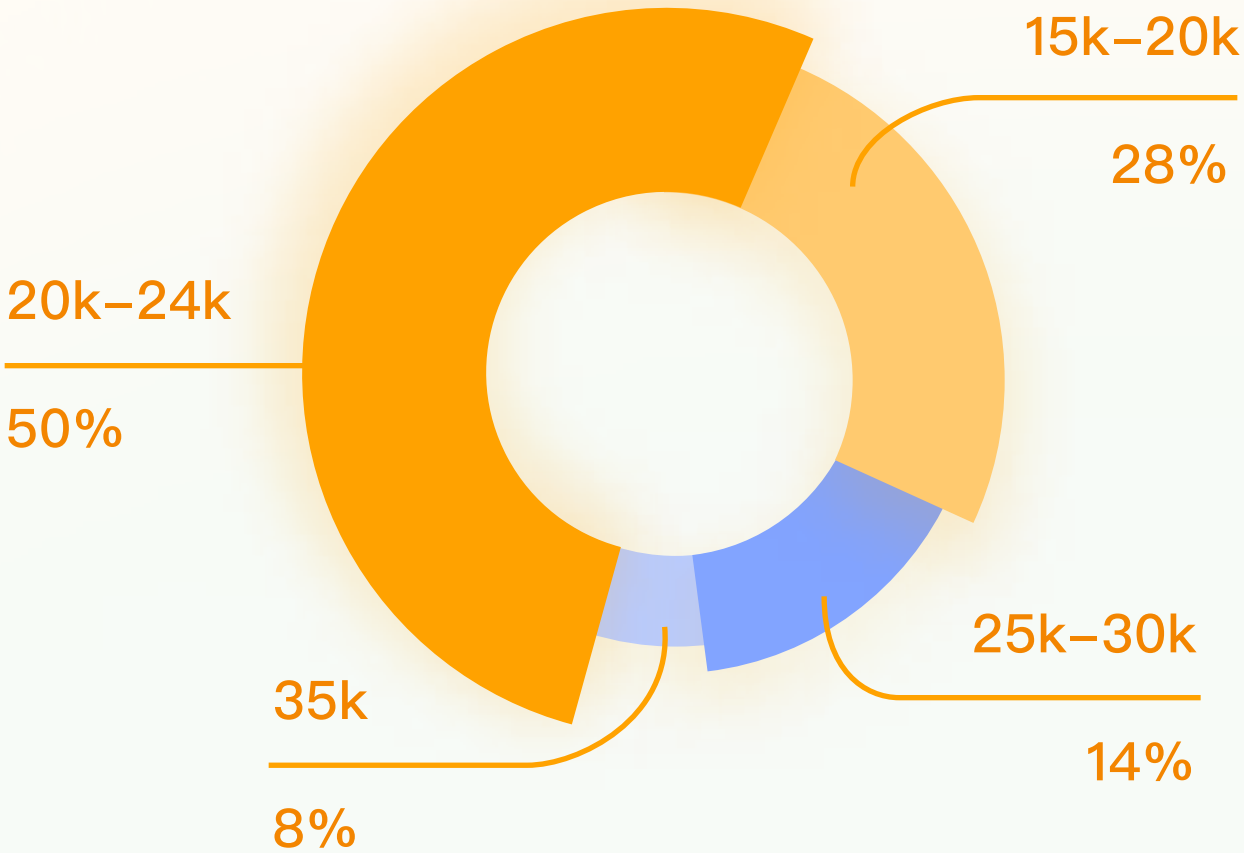
目标人群分析.

Target population analysis

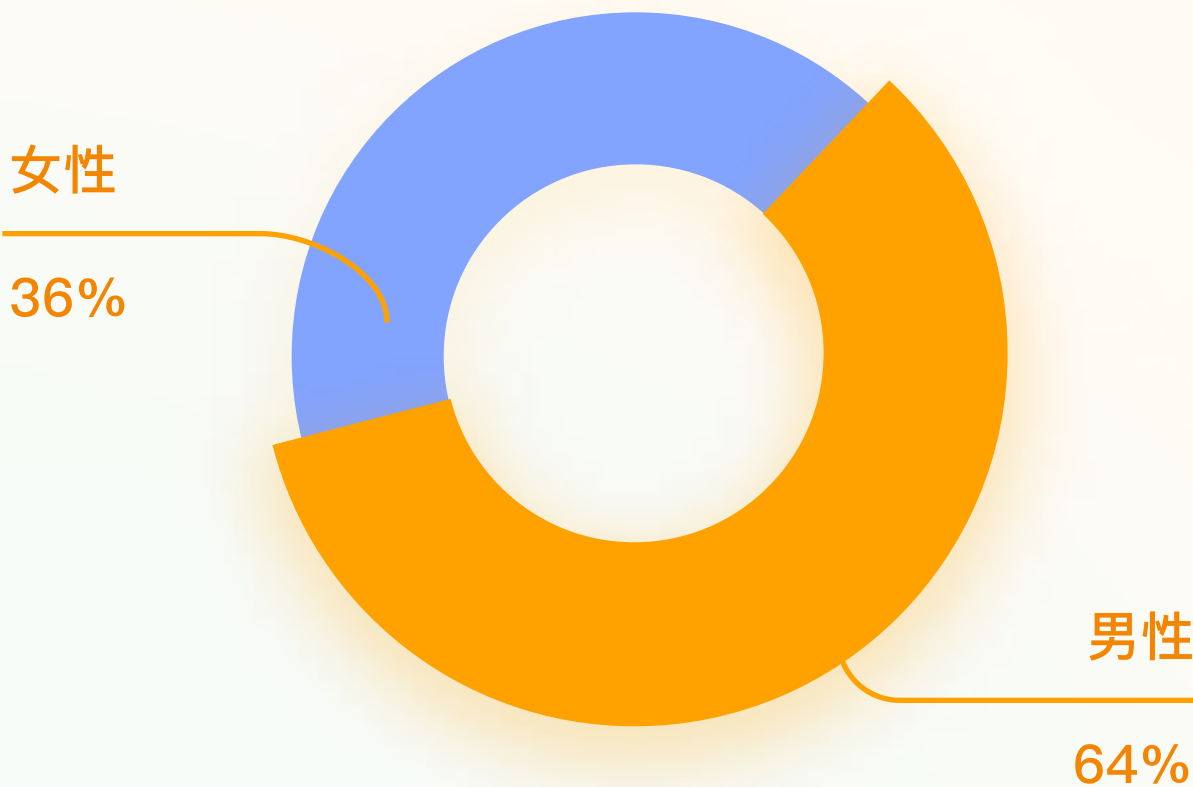
根据调研数据显示：

有方知道主要针对中产阶级人群，用户支付能力较高，有固定收入，20万~1000万可投投资资产，多分布在一二线城市；以25~50岁的男性白领为主，其中25~35岁的男性占据主要比例约60%。

月均收入



性别分布



年龄占比



用户场景分析.

User scenario analysis

UX/UI DESIGN

角色	使用场景	用户需求点
 陈涛 · 32岁/研发总监 → 工作比较忙，空闲时间通过看一些金融资讯，来了解相关知识，他想培养金融管理的风险预判能力。	场景一 → 星期五（工作日）午休时边吃饭边看推荐的金融资讯，看到相关好课，果断购买	资讯推荐 随时学习 碎片化时间 高品质内容 风险预判 能力提升
 李丹丹 · 28岁/投资经理 → 手机办公居多，喜欢理财，注重风险防范意识，她想全面提升自己的技能，投资时更理性方便。	场景二 → 星期六晚饭后，看线上软件试看课程，觉得内容很不错，果断购买	防范意识 手机操作 声音听读 在线咨询 价值创造 交流互动

竞品分析.

Competitive product analysis

产品名称	产品定位	核心竞争力	产品功能	视觉表现	机会点
 简七理财	一款专门为大众朋友开发的理财教育服务软件	严选的大咖讲座，有专门的学习社区讨论，财务规划师竞争优势	优质的财富书单，涵盖了信用卡、基金、股票、债券、等多个交流领域	卡片式布局、板块明确、icon精致有平台特点	与用户互动性强，为用户不断更新推荐内容
 汇学堂	是中税网开发的一款财税金融知识学习类app	趣味驱动教学，有定制化自学管理模式，语音笔记功能	应用涵盖的课程内容丰富，随时都能观看课程，有直播专栏	扁平简洁设计，设计风格清新，模块区分明显	层级划分清晰，强化信息对比，将重点信息整合
 得到	是一款非常不错的电子阅读手机应用软件	上线于2016年，时间较早，用户多，有大咖专栏	音频、视频、图文、问答、直播，形式多样	对外视觉统一，层级划分清晰、配色沉稳专业	音频、视频课程交互轻松，设计强调体验效率

需求分析.

Demand analysis

UX/UI DESIGN

根据行业分析，用户调研，发现产品目前存在的问题，根据产品现状以及开发资源，制定相对的设计解决方案，使设计的目标最大的价值体现，更好的满足当前的诉求。

业务需求

提升课程学习页面的购买率、提高用户粘性

品牌认知度、提高产品的信任力

产品差异化、降低获客成本

支持运营活动、提高分享质量

产品需求

产品主要功能结构调整、功能层级优化

课程内容丰富种类多样化、可随时学习课程

平台安全可靠、界面简单容易操作

满足不同用户需求、趣味性学习

设计目标.

Design objectives

UX/UI DESIGN

在之前的版本中产品的工具属性过强，导致用户用后即走，粘性低、转化差，我们希望在本次改版中，优化营销触达从而增强用户粘性、提高转化，提升品牌认知并从模糊的角色定位中寻找平衡点。



优化框架层级

- 首页优化信息层级，提升产品曝光
- 课程学习页面优化，提高使用效率
- 个人中心重构，提升使用粘性
- 笔记页重塑，提升互动性



提升营销触达

- 会员中心，权益感知强化
- 积分兑换，用户成长体系



强化品牌认知

- 优化情感化设计，拉近与用户的距离
- 统一设计规范，强化用户产品认知

设计流程.

Design process

UX/UI DESIGN

本次改版是基于内测版本基础上进行的一次改版，主动发起并推送改版，设计从需求接受者转变为业务参与者，与产品、研发、运营等多个部门共同协作产出，从结构到交互到视觉给出完整的设计方案，再进一步对线上数据结果进行验证，由此希望设计能够为业务赋能。



优化框架层级.

UX/UI DESIGN

首页优化信息层级，提升产品曝光

Before



导航栏

缺少功能快速定位，降低用户的使用效率。

Banner

整体风格和不匹配，缺乏统一性。

基础课推荐

展示内容单一，没有在有限的内容承载更多的内容。

进阶课推荐

占用空间大，首页空间没有得到很好的利用。

好课推荐

信息没有有效的整合，没有做到千人千面，定制化推送。

底部导航

视觉辨识度不高，内容太少。

After



顶部导航

搜索快速入口，功能入口信息进行整合。

Banner

左文右图的形式，增强文字信息的可阅读性，并制定banner规范。

金刚区

丰富有效的便捷功能入口，首页快速分流。

等级课程卡片

信息有效的整合，降低用户的认知负荷。

课程推荐

课程讲师封面，规范列表设计，优化层级。

底部导航

品牌渗透、增强图标一致性

优化框架层级.

UX/UI DESIGN

首页优化信息层级，提升产品曝光

首页首屏



首页次屏



新的框架，重新划分页面布局，提高首页决策效率，内容获取效率更高，操作体验更好，也有了商业内容推荐位置。



◆ 用户视觉浏览引导

进行信息合理组织，保证层级分明，降低用户使用的理解成本，高效分类。

◆ 提升功能优先级

核心课程功能放在首屏，根据用户的不同需求进行模块分类，新课上架、热门课程、公开课。

◆ 高频操作快捷入口

将使用频率较高的功能入口：大课堂、商学院、金融FM、会员专区。

优化框架层级.

UX/UI DESIGN

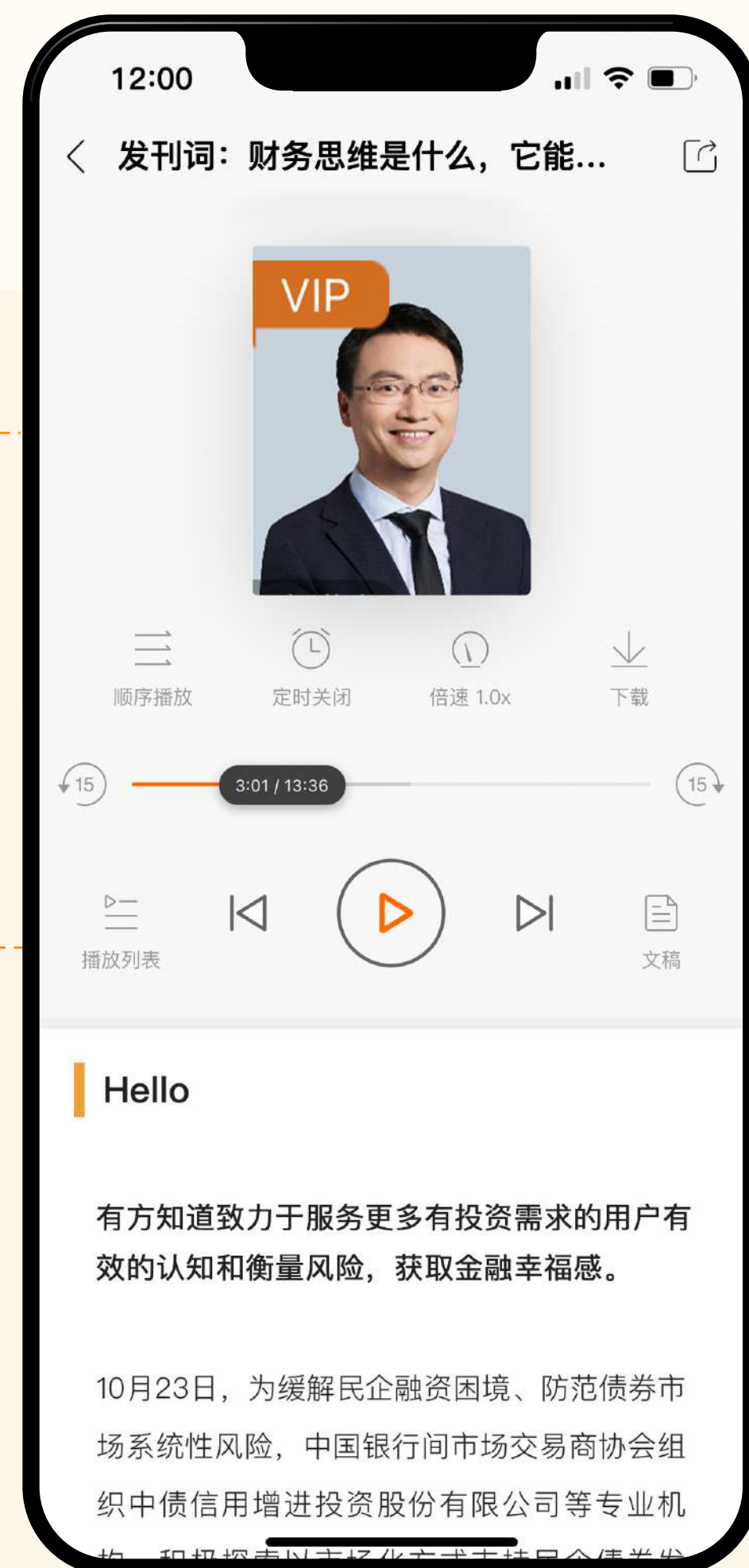
课程学习页面优化，提高使用效率

音频课程学习

中心区域为课程海报，用户沉浸式学习且下方提供文稿内容提示。

操作区域层级划分

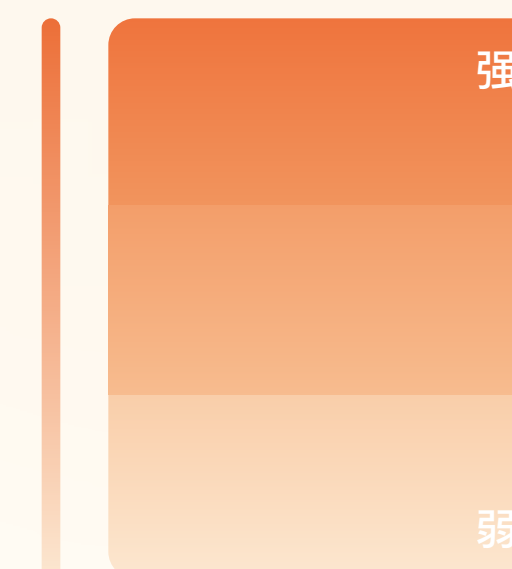
根据亲密性原则，规范信息间距，高频操作功能，重点突出。



视频课程学习

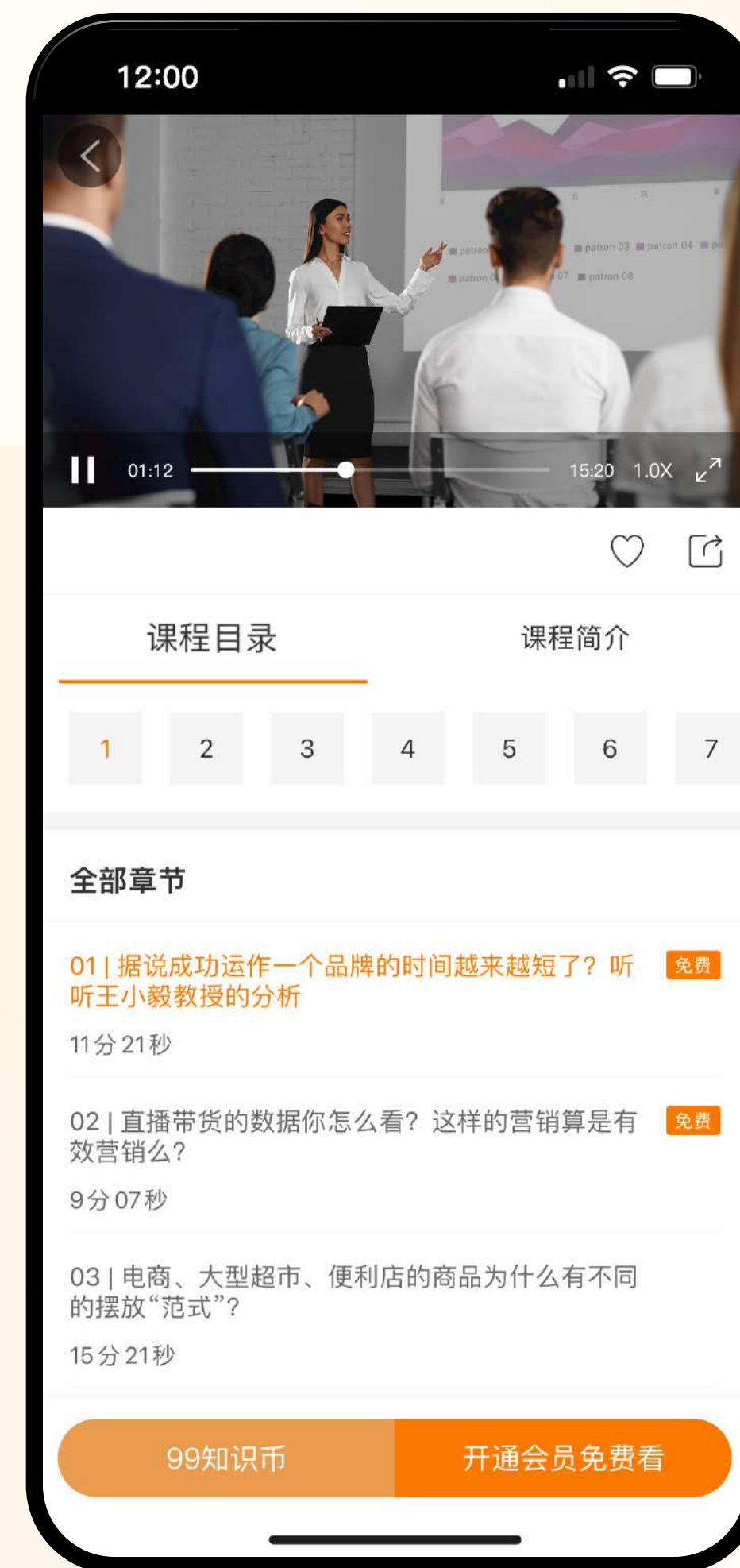
架构优化：将“核心功能”做突出处理，避免其他干扰项，并增加小标签突出信息。

视觉优化：正在播放的章节标题做颜色突出，用户更快定位自己所学章节。



重点操作区域

课程入口放置底部导航栏，缩短用户操作步骤和路径，提高学习效率。

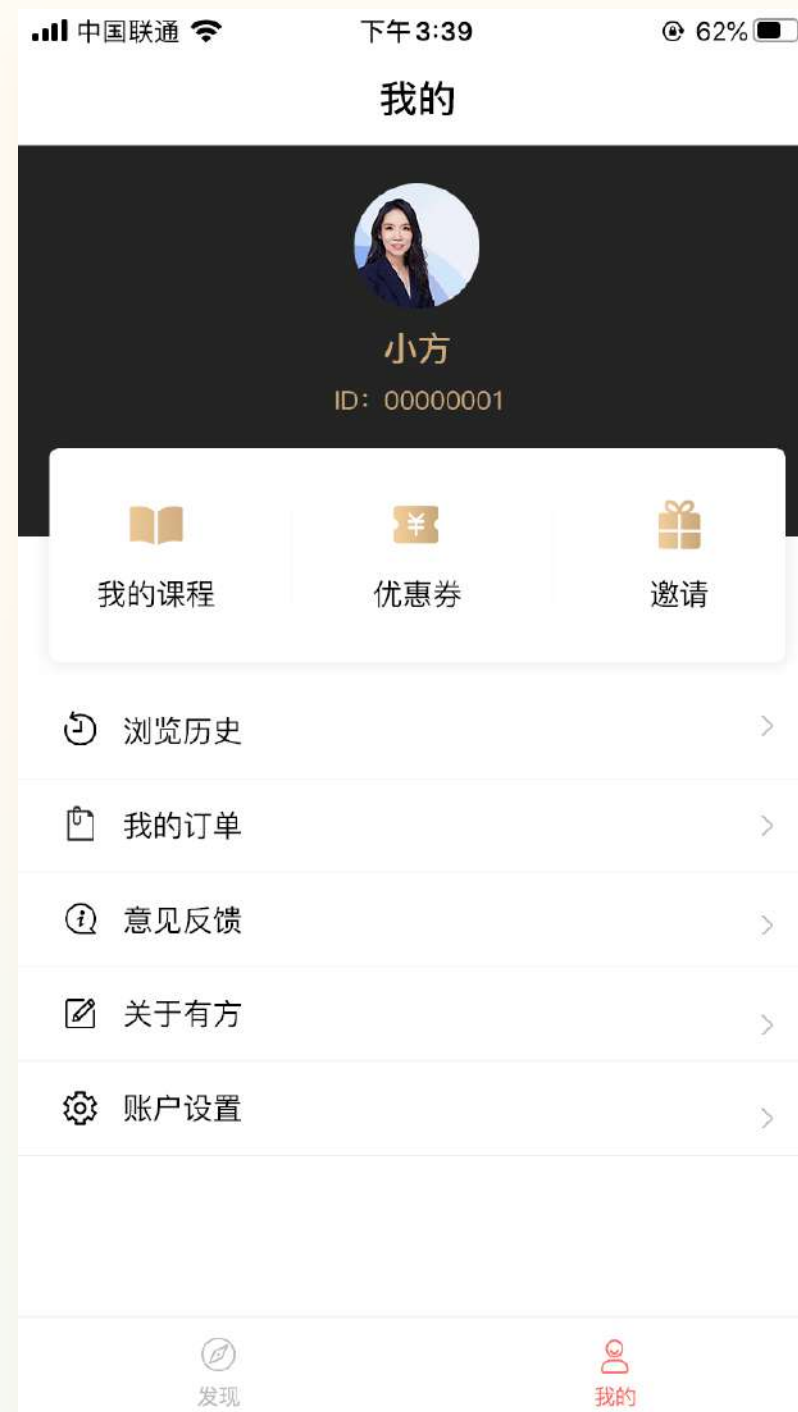


优化框架层级.

UX/UI DESIGN

个人中心重构，强化权益感知

Before



个人信息

整体风格老化，与整体风格不符，信息结构单一，相应利益点没有展示。

一级入口

视觉不统一，没有规范化。

二级入口

层级混乱，没有组织，查找效率低。

After



便捷功能入口

缩短路径，提升消息触达，操作简单，不容易错失重要消息提醒。

运营模块

增加开通会员入口，提升用户对平台的粘性，促进业务转化。

高频功能入口

图标视觉强度高，合理分类，用户更清晰。

次要功能入口

提升用户的查找效率，通过使用频次，合理的放置图标的位置。

其他功能入口

标注详细信息，提高用户使用效率，活动信息颜色区分，吸引用户点击。

优化框架层级.

UX/UI DESIGN

笔记页重塑，提升互动性

头部信息

橙色背景吸引用户视线，信息层面将关注和粉丝量信息置顶强化；同时增加搜索框，可更快检索。

内容展示

增加话题功能，采用图文发布，增加趣味性，提高用户学习兴趣。

操作区域

悬浮按钮设计利于用户点击，提升发布率；增强用户的积极性，互动性强。



操作区

点赞、分享，增加用户之间互动，提升用户粘性。

互动区

增加用户评论、点赞，提供交流空间；视觉上按照使用频率进行层级划分，实用性较强。

提升营销触达

会员中心，权益感知强化

◆ 会员卡片

金属卡片样式，使卡片更具质感，更具尊享感；权益氛围浓厚，感知度强烈。

大卡片可将信息聚合在卡片中，用户方便阅读；扩大功能区域占比，突出重点区域。



◆ 视觉层面

将利益点信息快速传达给用户，吸引用户点击，促进业务转化。

UX/UI DESIGN



提升营销触达.

UX/UI DESIGN

积分兑换，用户成长体系

顶部信息

强化金币概率，结合品牌logo，提高用户品牌感知。

打卡签到

信息展示卡片化，聚焦同类型信息，提升用户阅读效率。

积分任务

层级划分，突出主要内容，强化按钮视觉聚焦，高效流量分发。



分享日签

分享即可获得奖励，增强用户积极性，同时增加用户使用粘性。

签到

提高用户活跃度，使用金币抵扣课程费用方式刺激用户重复启动产品。

方便运营活动推广，通过每日任务的方式穿法给用户从而达到营收成本。

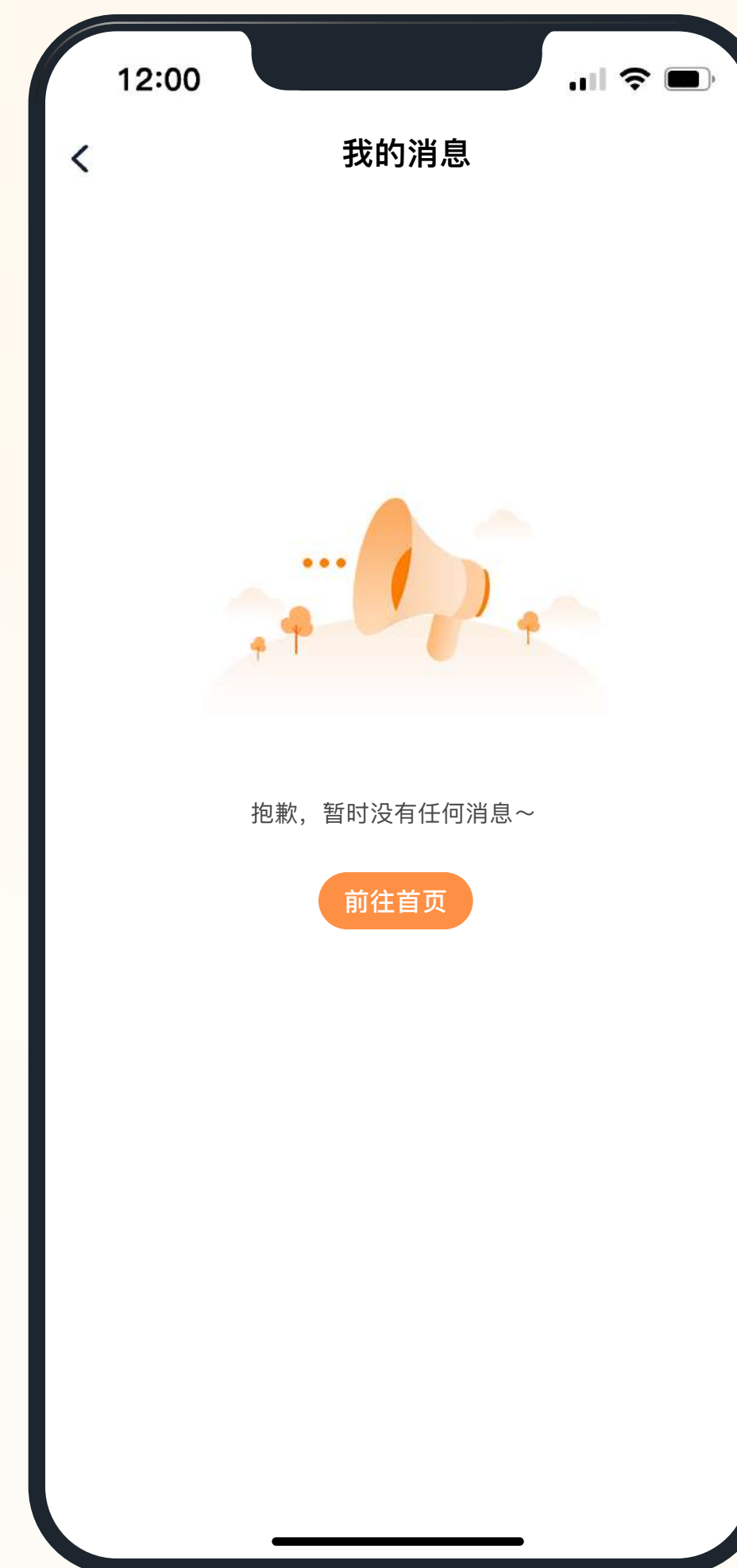
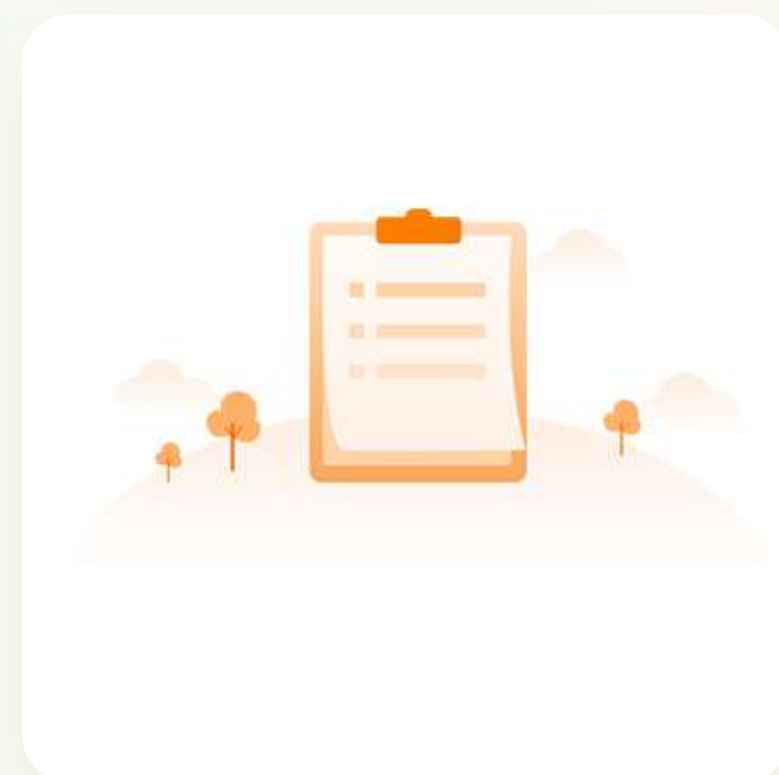
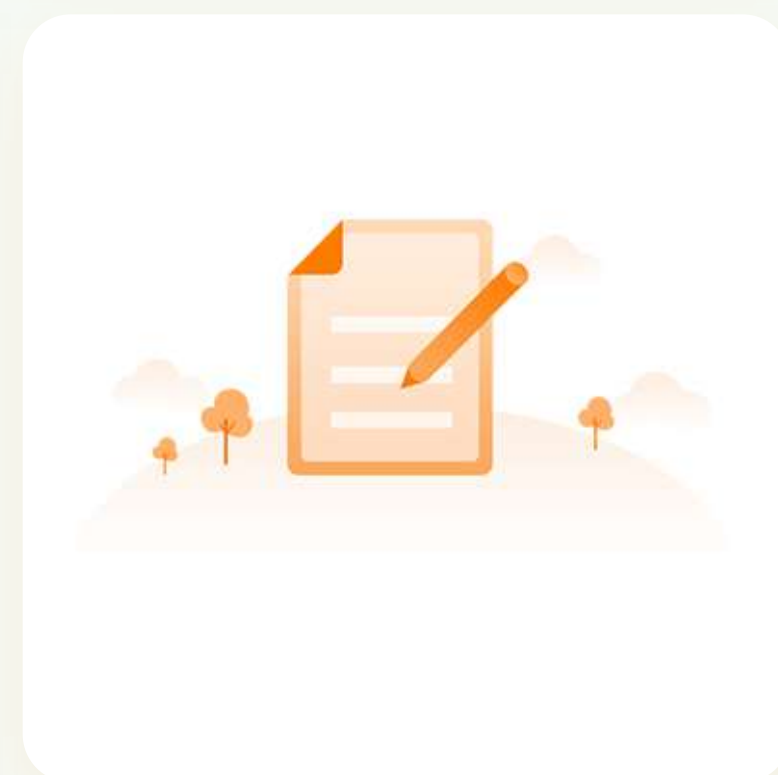
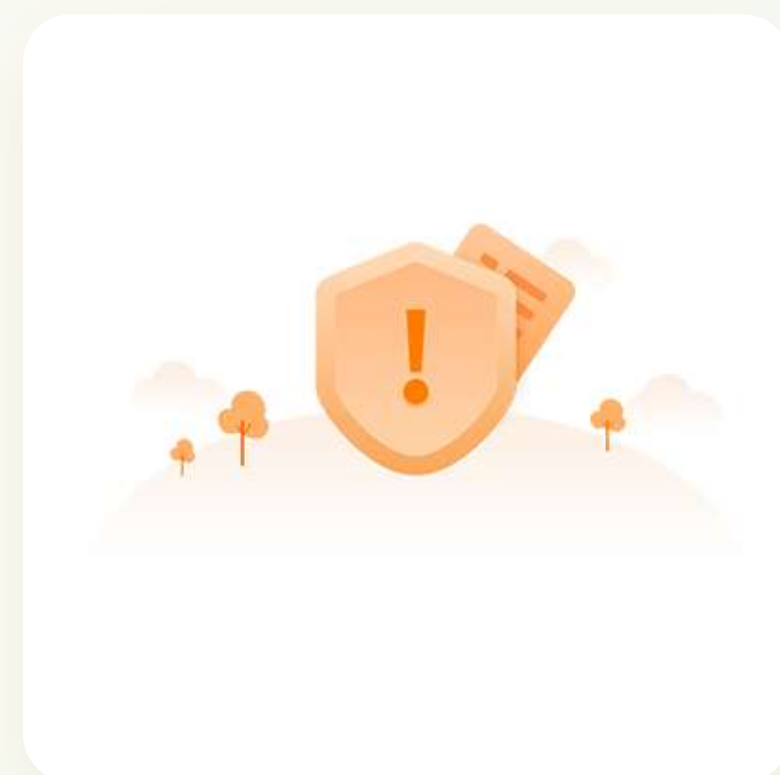
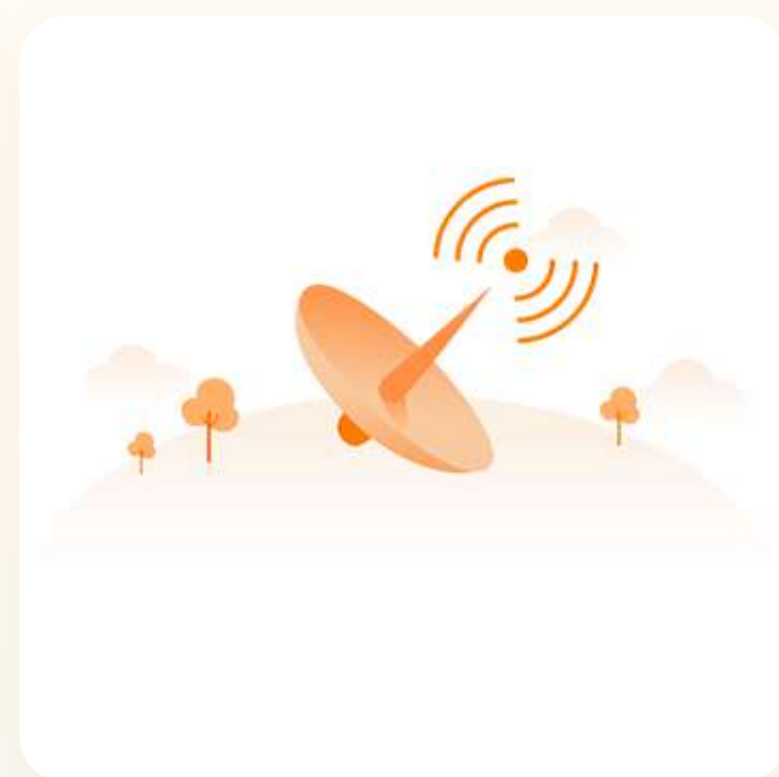
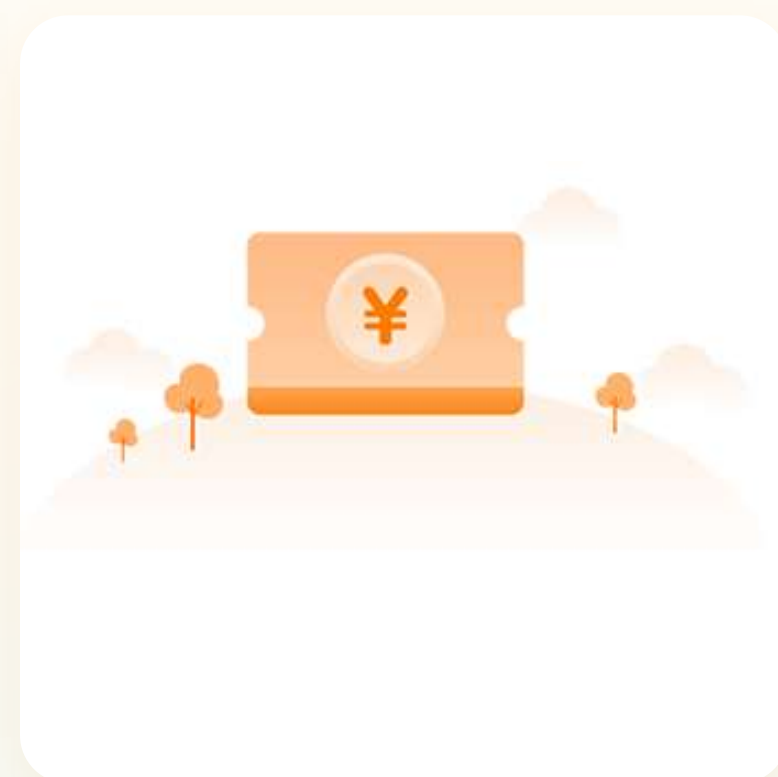
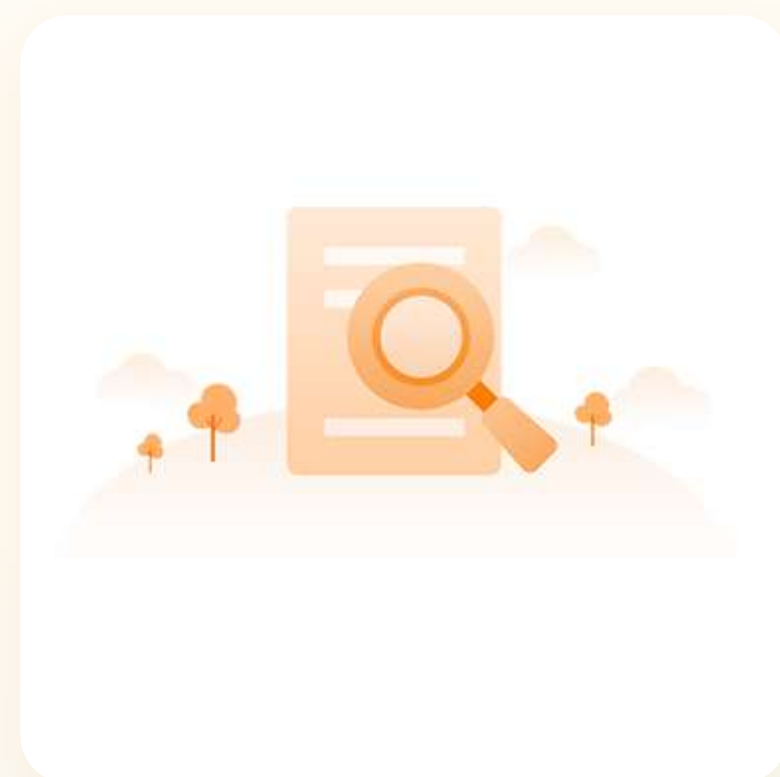
强化品牌认知.

UX/UI DESIGN

优化情感化设计，拉近与用户的距离

◆ 缺省页

缺省页的作用不仅是引导用户在异常状态的操作提示，同时也是安抚用户情绪的重要场景；将插画运用到空白页面，通过情感化设计引导用户理解页面状态，缓解焦虑等负面情绪。

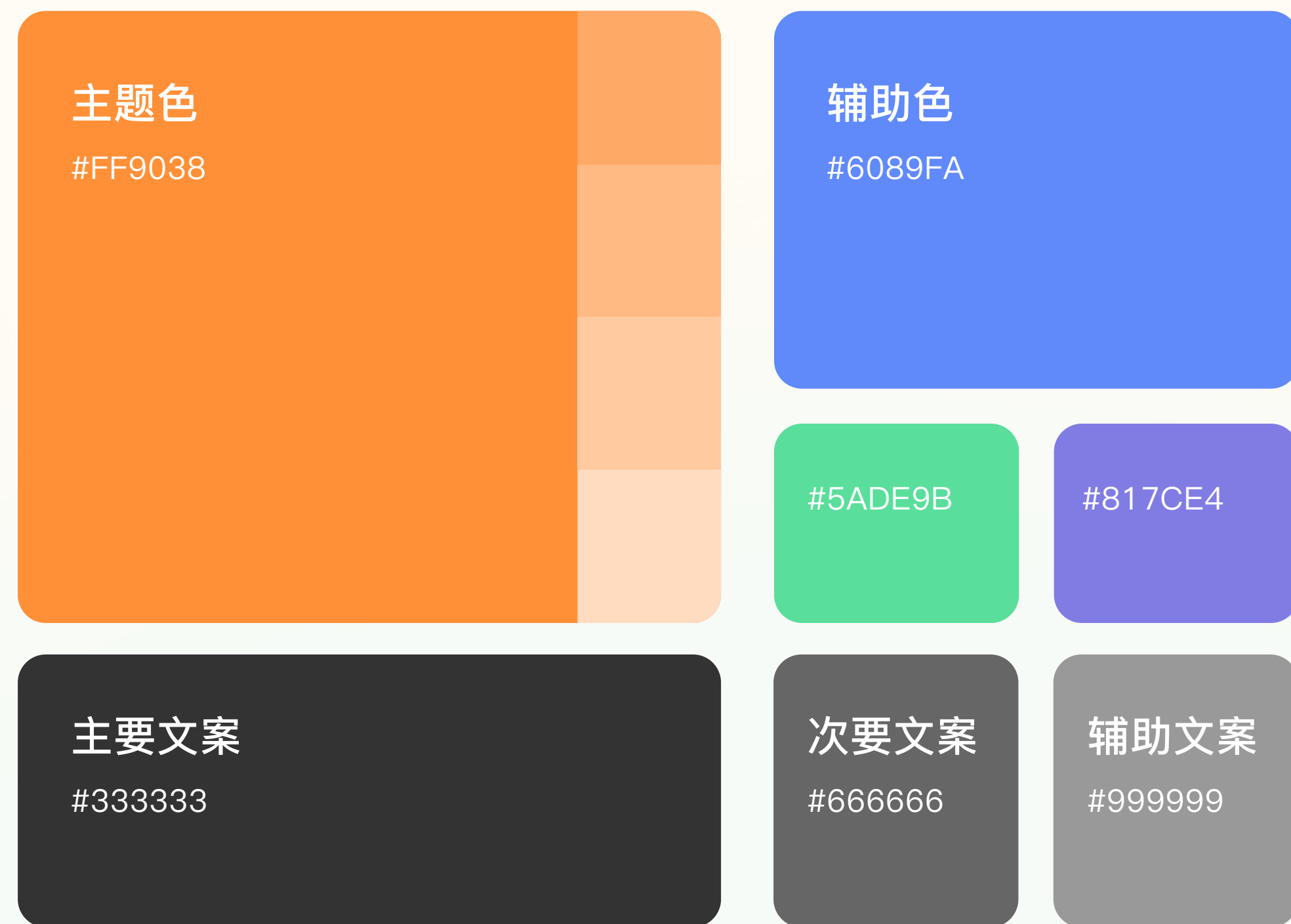


强化品牌认知.

统一设计规范，强化用户产品认知

◆ 颜色规范

主题色的选定：软件定位是面向中产阶级人群，这部分人精致富有情趣，所以选择了饱和度中等的橘红色。同时橘红色会激发学习的兴趣，增强学习动力，对学习金融理财有积极良好的促进作用。



◆ 字体规范

中文选择苹方，英文和数字DIN，美观且不影响易读性，制定完善的文字规范，统一字体的使用，定义不同场景下字号的使用规范，尽可能减少字号的种类，减少信息的复杂性。

强调提醒

苹方 Bold
24pt

次提醒

苹方 Medium
20pt

正文

苹方 Regular
16pt

描述文字

苹方 Regular
14pt

提示文本

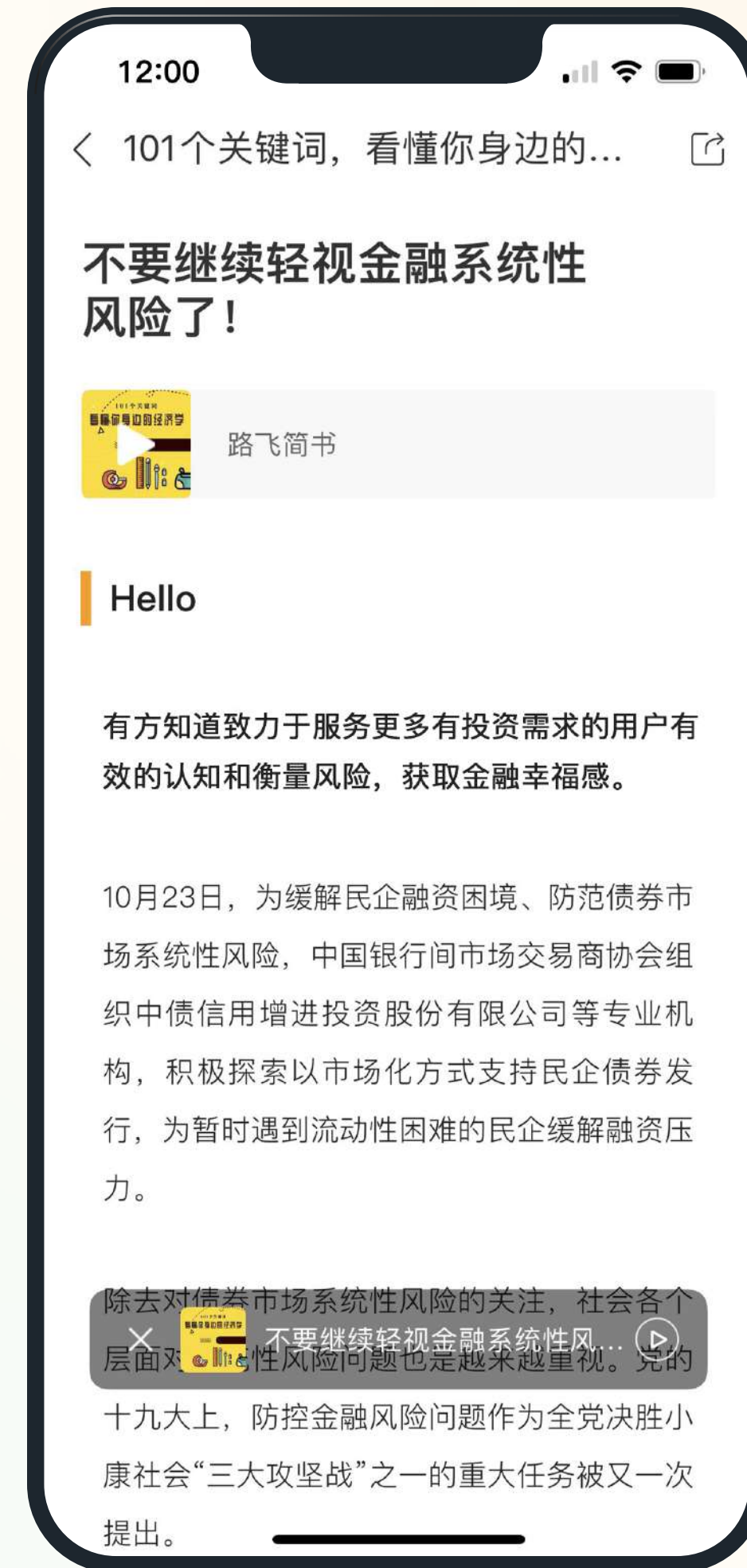
苹方 Regular
14pt

Aa

其他页面

Other Pages

UX/UI DESIGN



价值

在本次的首页项目改版中，最大的收获在于需要站在产品和业务的角度去做全局的考虑，权衡设计与业务两者的关系，才可以更好的让输出更为全面、切合实际的改版方案。

项目上线后，首页跳失率、曝光点击率均有大幅提升，这也实现了设计赋能的价值。通过视觉升级项目，我们以用户视角、业务视角推进视觉体验;通过赋能业务、还原推动，我们拥有更体系化的思考。

收获

在有限项目周期内完成本次迭代，在前期讨论中也提出更合理且可执行的方案，并被采纳;

独立输出整体视觉设计，建立组件化体系，提高协同工作效率，所有视觉体系都需要围绕业务层面进行有序设计;

视觉细节的颗粒度决定了视觉品质，同时也决定了视觉对业务的帮助。





fitness

一款专注运动的APP，和你一起享受运动的乐趣



invision 2.0

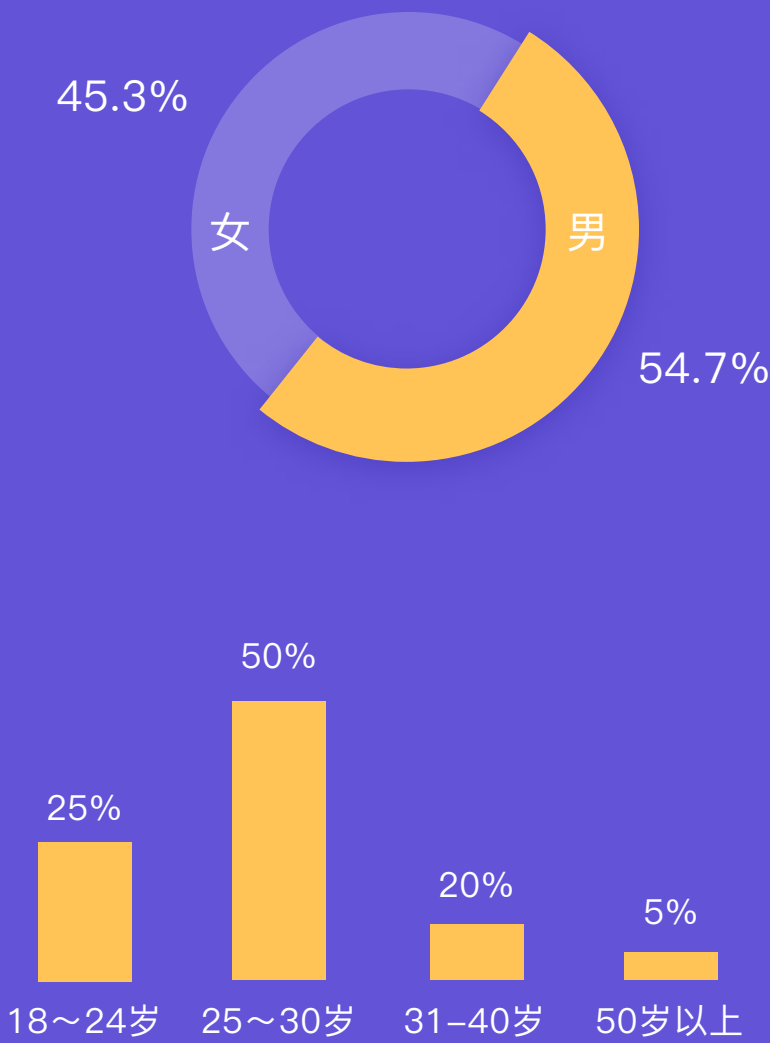


产品介绍

fitness是一款线上、系统、科学的健身运动APP。

从用户注册到大数据分析、观看课程、开始训练，到后期为个人制定营养套餐和一套完整的私人健身计划服务。

人群分布



功能分析

核心功能

健身课程、膳食管理

附加功能

线上医生、社区互动

在之前的版本中产品的工具属性较强，导致用户用后即走，粘性低、转化差，我们希望在这次改版中，优化营销触达从而增强用户粘性，提高转化，提升品牌认知并从模糊的角色定位中寻找平衡点。



强化品牌认知

通过融合健身品牌元素，强调产品中品牌调性的表达，提升用户对线上健身的认知。



优化营销触达

优化产品内营销触发点，通过不断的刺激、引导，从而提高转化率增强用户粘性。



提升用户体验

优化界面表现以及操作流程，提升用户满意度，减少用户使用成本，从而提高用户体验。

引导页

UI/UX ▶▶

Boot Page

引导页通过优先级筛选面板，让用户根据个性化需求选择感兴趣的内容，更加注重于为用户提供满足需求的健身课程。



进度条加载指示器

有效激励用户完成引导流程，让用户清晰地知道自己所处的产品阶段。



首页展示

UI/UX ▶▶

Home display

常用功能入口

根据用户需求整理的功能入口，采用右滑滚动方式。

活动课程

根据用户所选模块，以及参与的课程活动突出展示，采用卡片式，让内容清晰可见。



推荐活动

根据用户的运动习惯以及大数据调查，推荐用户合适的健身活动课程。



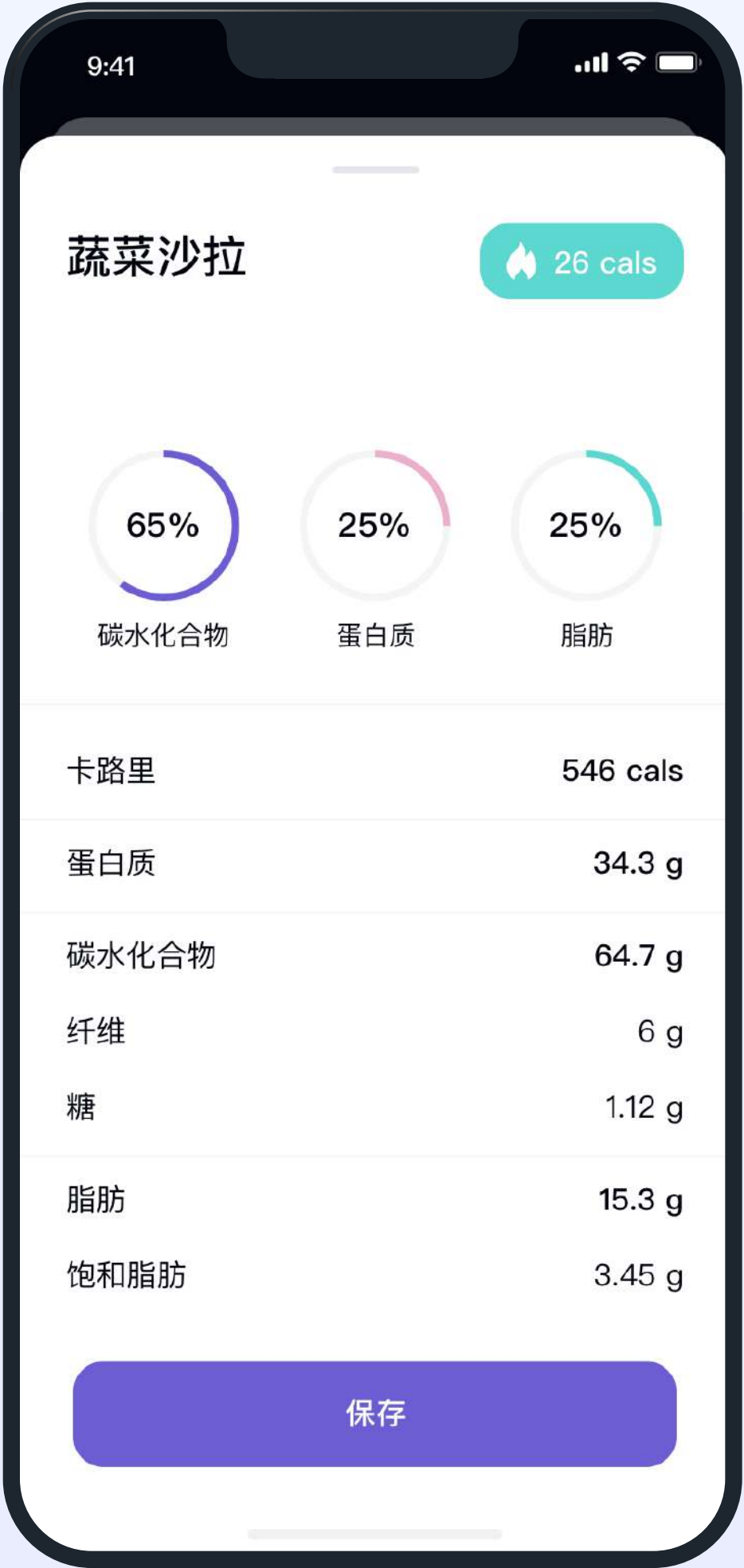
加强核心功能引导

视觉层面：背景统一白色卡片化，让页面显得简洁的同时，增加整体透气感，避免页面拥挤，统一视觉管理。

交互层面：创建饮食页面，以轻量、易用的设计原则，帮助用户快速管理膳食内容。

可视化展示

营养信息采用可视化处理，用户方便阅读，将用户最关注信息快速传达。



预定医生

Scheduled doctor

UI/UX ▶▶

◆ 提升空间利用率

科室推荐模块，采用左滑列表形式，提升空间利用率，帮助用户快速筛选。

◆ 组件化设计

组件采用图文展示，优化层级，保证视觉设计统一性，提高了模块的易用性及后期延展性。



◆ 提升查找效率

顶部提供搜索入口，方便用户快速触达。

◆ 分类展示

根据用户需求整理科室的不同分类入口，渐变圆角扁平风格图标与鲜艳的色彩能够吸引用户点击。

社区好友

添加按钮固定左侧，方便快捷添加。

层级优化，合理收纳

用户分享内容模块区分，提高空间利用率，渐变色块，增加氛围及点击欲。



有有

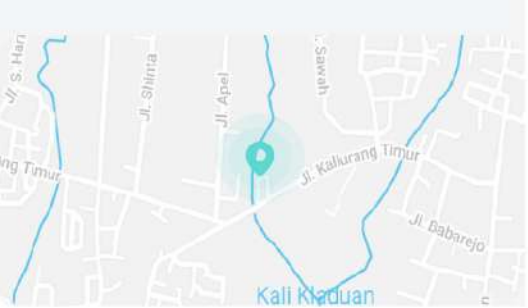
嘿，你在干嘛呢，想问你现在忙不忙，不忙的话出来一块参见周末马拉松啊？

10:15

听起来很不错！你现在在哪里呢？

10:16

分享了一个位置



10:17

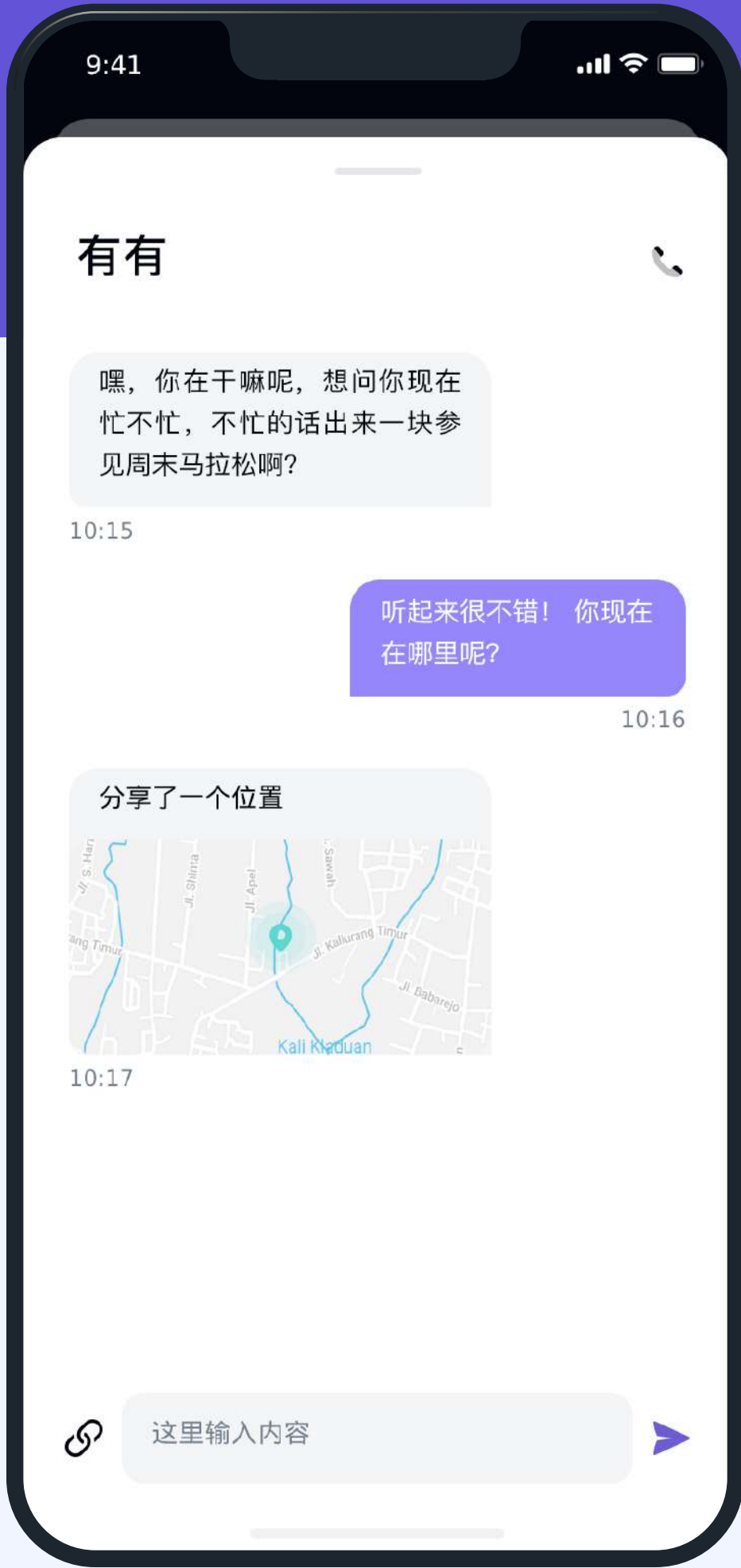
这里输入内容

对话框

对话框采用左右对话形式，利用色彩区分，更加醒目。

发布内容

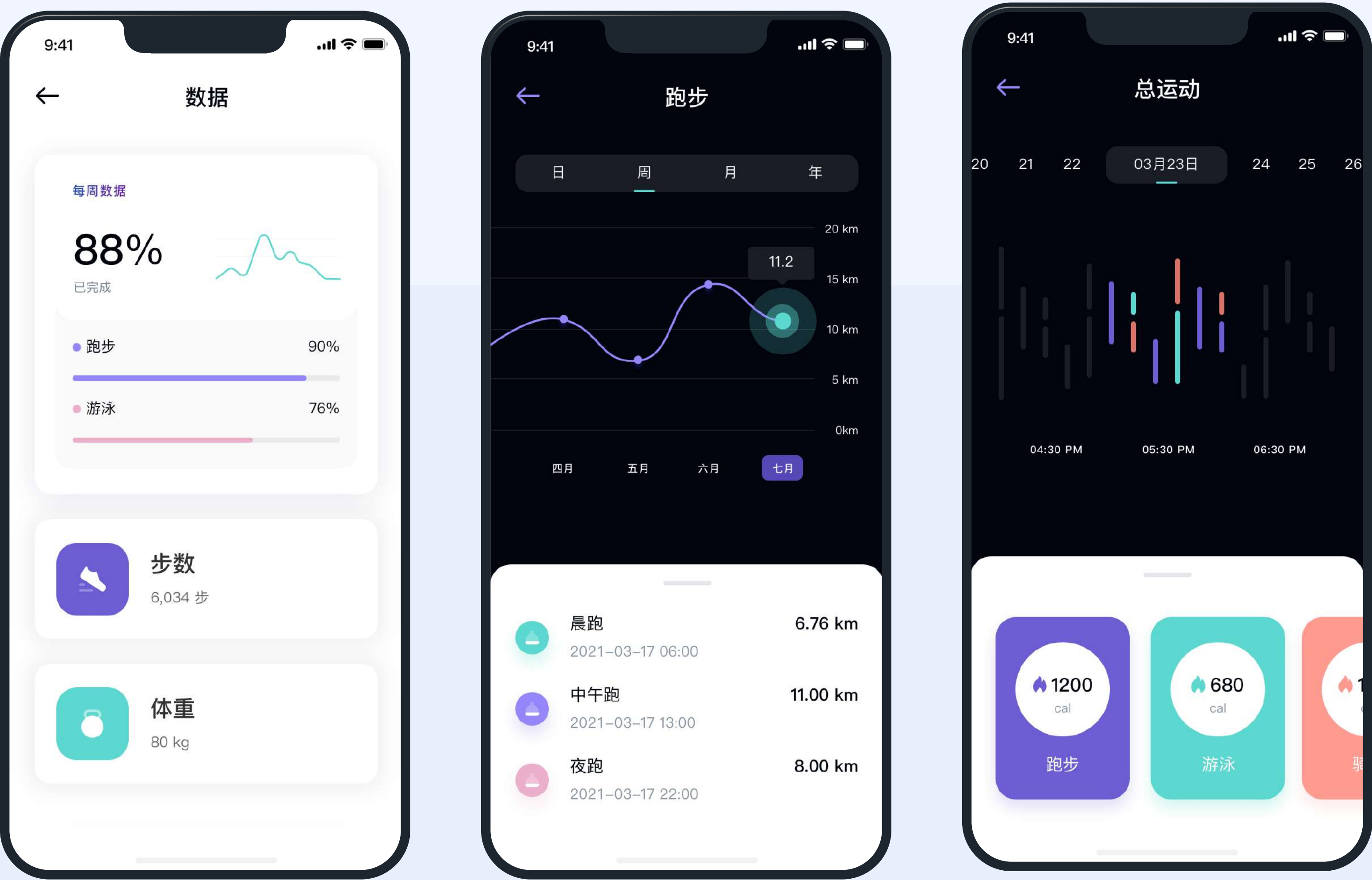
增加用户交流，加强用户粘性，底部固定输入框，可快速与社区好友交流沟通。



运动数据

UI/UX ▶▶

Motion data

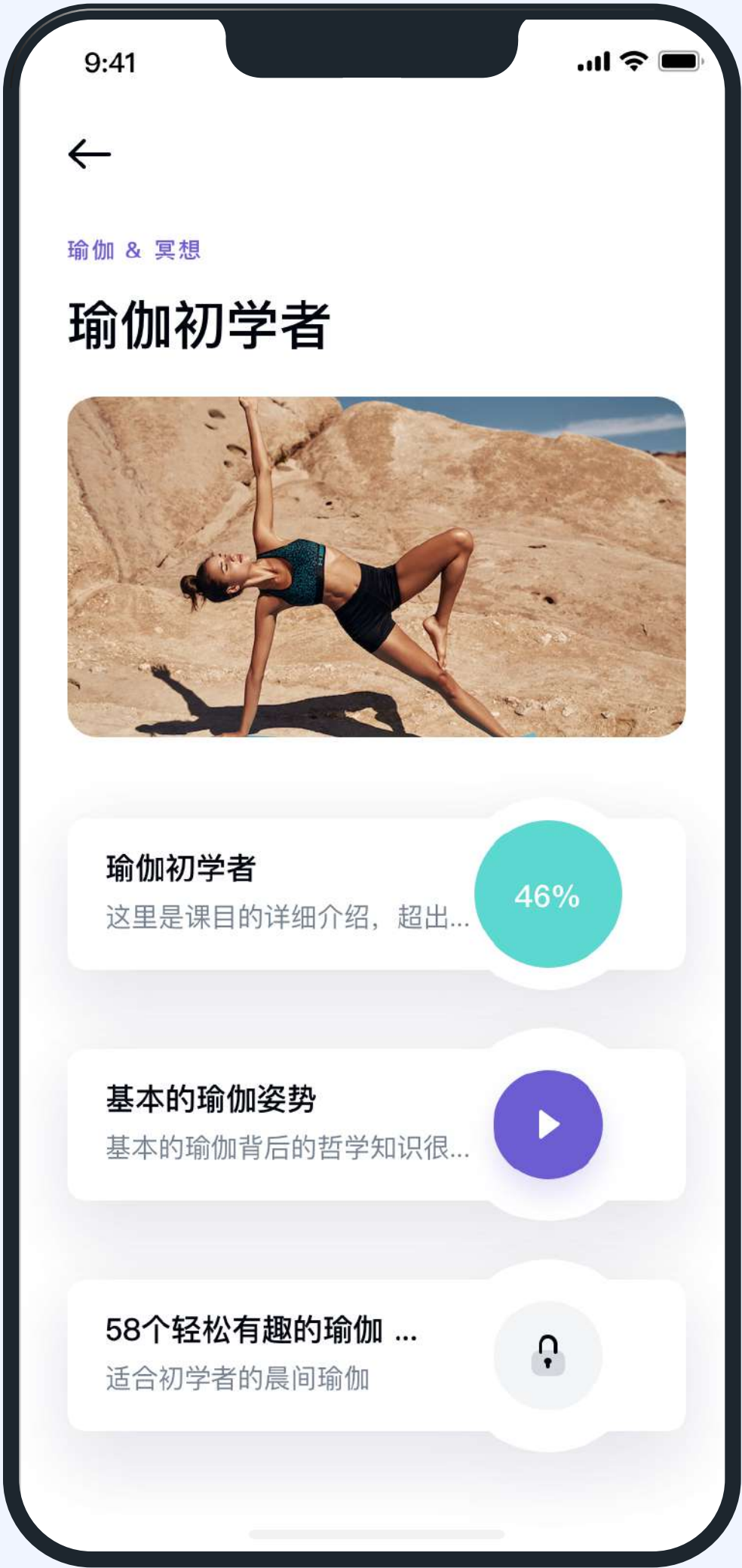


- ◆ 可视化数据展示
通过对运动数据分析，增加可视化信息，数据更直观，便于用户快速获取到运动数据。
- ◆ 信息卡片化
聚焦同类型信息，提升用户阅读效率；层次划分，突出主要内容，强化视觉焦点，高效流量分发。

其他页面

Other Pages

UI/UX ▶▶



万象云开放平台

新一代专利信息搜索和情报服务平台

平台以专利为基础，面向其他平台、工具和软件服务的专利信息
化解决方案。基于API接口提供标准化的搜索、展示和统计功能，
规范、高效、强大。



数据服务优势

数据服务

提供极致体验的企业上云服务，面向其他平台、工具和软件服务的专利信息化解决方案。

- 面向开发者的专利大数据
- 专业定义并解析业务范围

覆盖全面

全面收录全球105个国家地区组织的超过1亿份
专利文献

[了解详情](#)

更新及时

周一、周三、周五，不间断循环更新，保证用户第一时间获取最新数据

[了解详情](#)

内容丰富

显著优化的数据质量，并附加提供130余个专业数据项，总类型超过300种

[了解详情](#)

覆盖全面

全面收录全球105个国家地区组织的超过1亿份
专利文献

[了解详情](#)

平台应用场景



接口服务优势



经济高效

高性价比的服务相结合
提供按需付费模式和多种套餐组合
费用更低廉，操作更便利



灵活多样

全面支持与账号服务一致
提供290余种搜索入口
30余个可分析字段和3种不同的下载方式



安全可靠

专业的专利数据和软件
提供7x24小时不间断
全流程SSL加密和详细

立即注册，开启专利信息搜索和情报服务

[立即申请 →](#)





转让、许可和质押
易分类、可统计的运营数据



多平台兼容多数据规范
方便、智能、快速



先进性、稳定性和活跃度
多角度的专利质量评价

我们的能力



实时数据统计

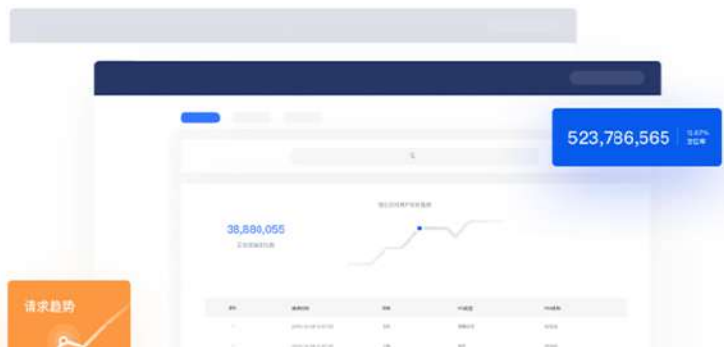
帮助开发者深入应用使用详情，洞察用户群体画像/特征

[了解更多](#)

支持跨平台SDK接入

Android、iOS、小程序多生态适配，支持SDK、API等多种

[了解更多](#)



精准定位和自定义采集POI

基于独有专利技术，为客户提供更精确的位置识别服务

[了解更多](#)



企业专利管理系统

提供便捷的系统内
专利宣新、下载和管理服务



所有类型用户

低开发成本、兼容度高
为客户提供方便的业务管理平台



知识产权服务机构

为员工提供高效的日常工具软件
为客户提供方便的业务管理平台



产业/园区门户及平台

为平台增加分析板块
下载和分析等强大功能

接口服务内容

专利搜索

专利基础数据

专利关联信息

专利统计分析



专利基本信息



专利权利要求



专利说明书



专利附图

接口服务优势



经济高效

高性价比的服务相结合
提供按需付费模式和多种套餐组合
费用更低廉，操作更便利



灵活多样

全面支持与账号服务一致
提供290余种搜索入口
30余个可分析字段和3种不同的下载方式



安全可靠

专业的专利数据和软件支持团队
提供7x24小时不间断服务
全流程SSL加密和详细访问日志

立即注册，开启专利信息搜索和情报服务

[立即申请 →](#)



让创造更有乐趣



旗下产品

万象云开放平台
万象云

关于我们

企业文化
诚聘英才
网站地图

友情链接

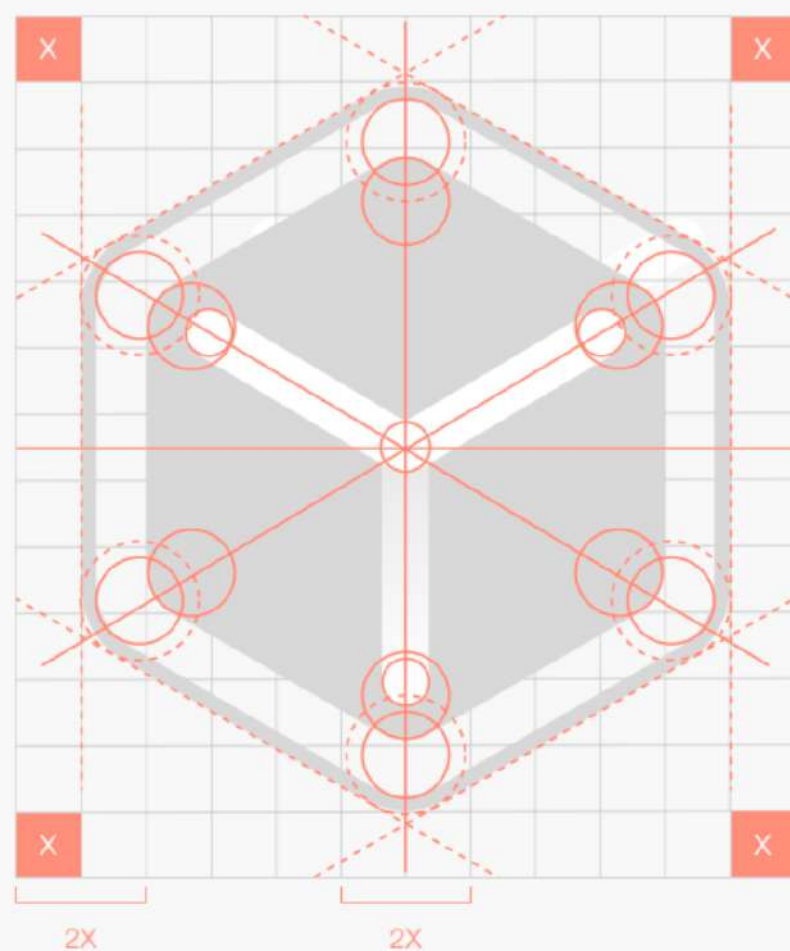
超凡知识产权
万象云

联系我们

电话：010-88197269
邮
箱：info@wanxiangyun.net
技术交流QQ
群：491709098

logo设计

Logo Design



VI展示

— VI Display





**独家宠爱
为爱优选**

全场下单满200减30
TIME:9.25-9.30

**国货好物
盛大开宴**

大牌直降千元
11月1日0点狂欢开抢



活动时间: 5月1日-5月5日
吾折天惊喜特惠
全场至高减150元

**有方金融
产融行情问答**

双11课程好礼五折起
能帮你赚到钱的7节课

双12狂欢开启
5折限时秒杀>>

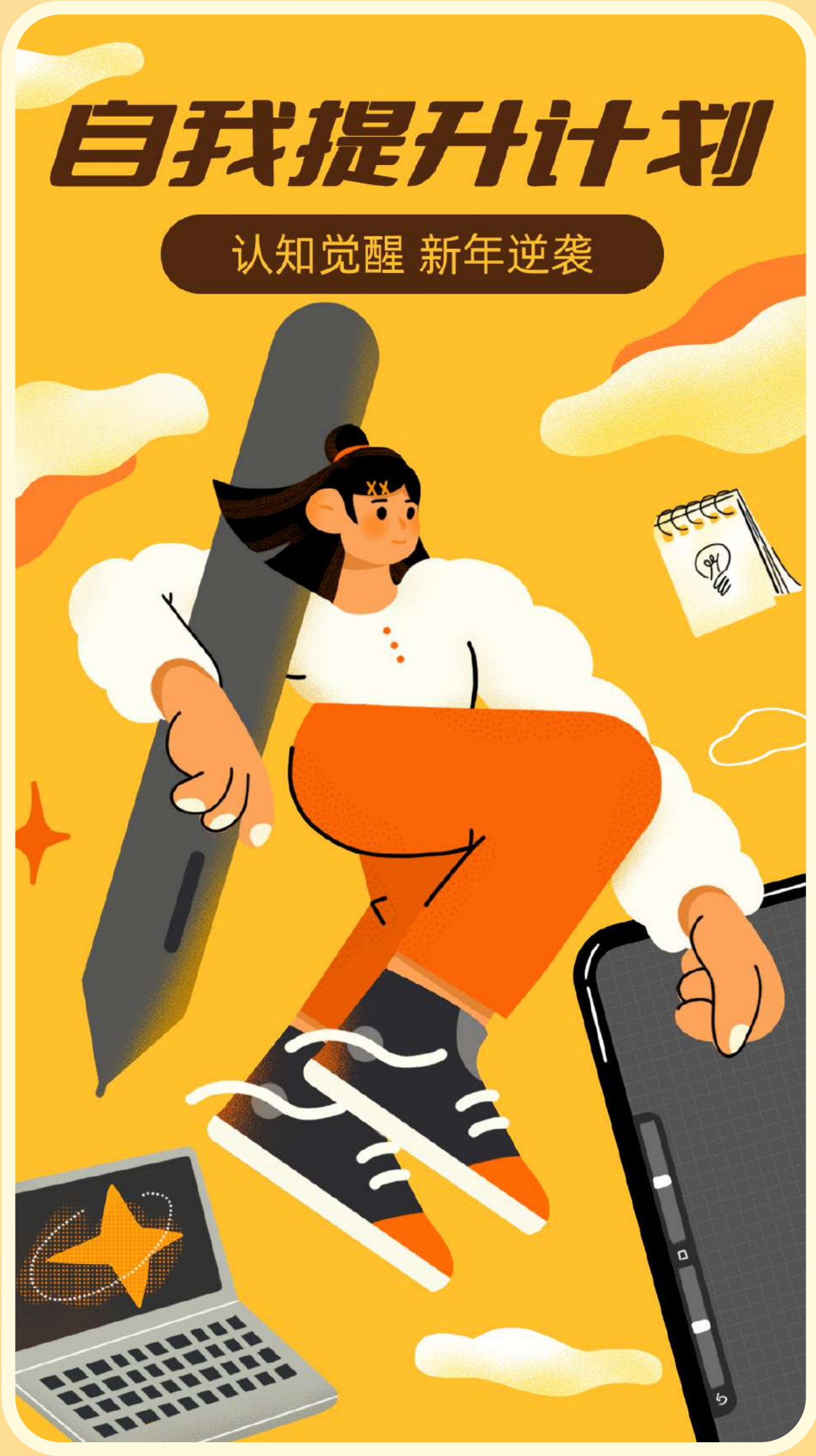
新品首发 >>>> **秋季新品** 8.25-8.27

女王の新妆
抢! 爆款套装限时5折
活动时间: 3月5日-3月8日

新鲜到家
整箱包邮 现摘现发

运营插画

Operation illustration



扁平系列插画

Series illustration





 VER 2018-2022

THANK YOU

UI/UX DESIGN

WeChat&phone:135-2040-4785