2020~2023

交互设计
用户体验设计
产品设计

設計作品集

設計者
Spider蔡文利

电话:19862525195
邮箱: C2605697775@163.com

赋 予 物 品 以 人 的 灵 魂 | 传 递 人 与 人 之 间 的 爱

Spider 蔡文利

交互设计/用户体验设计 | 产品设计

- 快乐地生活
- 快乐地思考
- 快乐地设计

基本信息

年龄 / 22岁
电话 / 19862525195
邮箱 / C2605697775@163.com
地址 / 江西省九江市（现居武汉）

教育信息

中国地质大学（武汉）【研一在读】
交互设计专业 | 2023-2026
山东理工大学
工业设计专业 | 2019-2023

所获荣誉

2023.08 东方设计奖全国一等奖
第四届齐鲁杯工业设计大赛新星奖决赛入围

2022.08 党建品牌“食代鲜锋”活动标志设计并投入使用

2022.06 未来设计师. 全国高校数字艺术大赛省三等奖
中国好创意大赛校一等奖

2021.11 第三届全国高校创新英语翻译赛二等奖
普译奖全国大学生写作大赛三等奖

性格特征

开朗热情,与人相处融洽,有较强的责任心和工作主动性
求知欲和好奇心较强,涉猎广泛,善于发现不同领域间的联系
接受能力与适应力较强,学习新东西上手速度快

Figma Axure Rhion Keyshot CAD PS AI

目 录

1 虚拟仿真实验ux设计

农用无人机虚拟仿真实验系统设计

为设计系学生提供一个学习和进行农用无人机设计的平台，不仅能学到知识也能在从中发现这件事的意义

2 APPux设计

奇异星球之果蔬展

用童真的力量将怪果蔬进行重新的定义与诠释怪果蔬，拟人化与用户进行交流互动

3 APPux设计

厚度之旅

将老人和年轻人交互沟通起来，老年人可以获得记忆锻炼与心灵陪伴，年轻人获得更深层次的对于城市的了解和智慧

4 VIS设计

莉拉香水VI

浓烈色彩的莉拉、馥郁的花香、馥郁的设计

5 展示设计

阿蒂仙商店

从白天到黑夜，从热卖品到新品

6 个人爱好

建模与数字绘画

绘画源于对美的激情

交互设计改进项目

2023 Feb – 2023 Apr

农用无人机虚拟仿真实验系统设计

X博士的任务

FIGMA
UI/UX Design

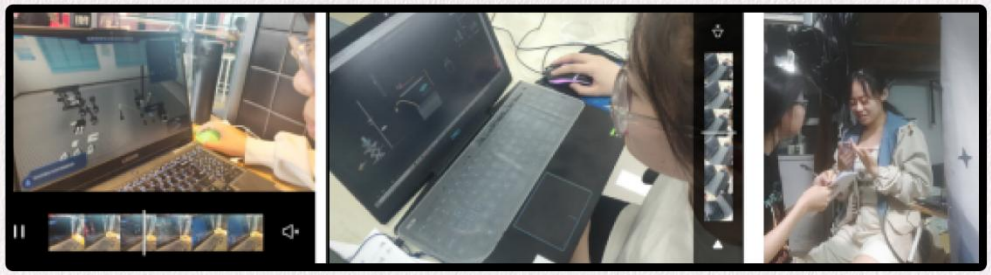
PHOTOSHOP
Graphic Design

ILLUSTRATOR
Project Making

农用无人机虚拟仿真系统是为了响应号召大力**发展智慧农业**
因此针对各高校**设计系学生**帮助其了解学习农用无人机**设计**
过程并唤起对这个设计方向的**兴趣**

相关虚拟仿真类实验调研

观察法 + 访谈法 > 视频文件 / 音频文件 / 书面文件



测试步骤/测试案例	案例一：初中化学实验	案例二：物理虚拟仿真实验	案例三：榫卯虚拟仿真实验
测试目标	能够能够运用高锰酸钾制取氧气的方程式通过实验制出氧气	掌握光镊形成的基本原理和光镊系统的多种光学仪器功能和特性、明确光镊捕获力的测定方法、了解光纤光镊的建构原理。	了解中国传统建筑的发展历史、认知传统建筑榫卯、掌握榫卯结构制作原理。
测试用户	汪小云 （初中三年级学生）已经开始学习九年级上册化学书，对于高锰酸钾制氧气的原理学过但是未能做过实验。	刘天明（大学二年级）大学物理学专业在读，已经学过光的力学	张旭 （大学二年级）大学园林设计专业在读
测试计划	5月7日 星期天 ，测试地点：学生家中	5月7日 星期天，测试地点：学生宿舍	5月9日 星期二，测试地点：学生宿舍
测试过程			
分析数据	将录音录像录屏资料综合分析，提炼出用户使用过程中的痛点和爽点，发现虚拟实验的优点和缺点。并记录下来。		

相关虚拟仿真类实验调研

初中化学实验

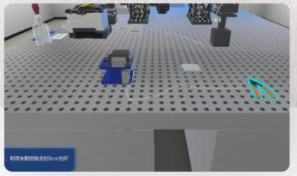
致力于更好的教与学，贴合老师教学场景，遵循学生习得规律。让老师轻松备课，课堂充满趣味与互动；让学生探究式学习，激发学科兴趣、培养科学探究思维与创造能力。

优点

1.交互细节丰富且易于操作
2.逼真度很高，操作贴近真实
3.引导视频可以仿照着
4.自由选择试验模式或创造模式，选择空间很大，有利于创造创新能力的培养

痛点

1.评分反馈需要先提交给老师才能看到操作上的问题，反馈不太及时。
2.有边做边看的视频可以模仿，但是在实际实验时，没有适时而变的提示就会导致实验步骤顺序的出错而实验失败



物理虚拟仿真实验

解决了光镊实验原理抽象、设备昂贵、系统搭建难度大等实验教学难题。借助以虚补实、虚实结合、以虚促实的实验方式，将团队在光镊领域前沿成果反哺本科教学，构建碎片式学习方式，开展重构式设计研讨、再现式多维评价，课赛结合，以特色项目吸引学生参与，优势凸显

优点

1.视频讲解生动
2.提示和解释每一步非常详细、清晰
3.操作步骤的提示有效且明显
4.音效调动用户的兴趣
5.小测试题，既能提高用户的注意力也能筛选合适的目标用户以保证实验的顺利完成。

痛点

1.模型定位不准

榫卯虚拟仿真实验

使用3D高精度建模整体还原了唐代木构建筑佛光寺东大殿，创建了8种传统建筑榫卯制作与组合实验。解决了传统建筑榫卯实验不可逆、实验环境匮乏、实验资源不足等问题。展示榫卯结构的精妙绝伦，借此诱发学生爱上传统建筑文化，激励当代大学生自觉成为传承和弘扬中华优秀传统文化的践行者。

优点

1.知识内容完善
2.细节丰富详尽

痛点

1.反馈缺乏过多，体验不佳
2.用户自主操作空间太小
3.按钮等示能有引导性错误
4.选择材料时看不见因此而改变的物品反馈导致，实验难以顺利完成

真实操作仿真 | 引导与提示 | 多感官的反馈 | 自主空间 | 引导实时性

原版系统用户体验分析

表现层

主题色采用绿色和白色为主色，表现**农业的主题**。
UI设计中的按钮和下拉框都是颜色为绿色，字体为白色，**对比度较小**，识别效率低。大量界面只使用农田照片的模糊版本，虽然一直能够提示主题，但是与各个实验操作步骤会不够匹配，造成一种突兀感，如功能设计页面。UI设计**不够统一**，有极简的平面风格也有写实的立体风格，造成了突兀感

框架层

所有框架基本上都是矩形框架结构。按钮设置等多排版在四周，且有些界面这些面积几乎相等，对比不够鲜明，排版不够丰富，导致画面死板不灵活，人也会产生无味的情绪感。页面的很多内容排列一样，**没有视觉等级划分**，造成乏味之感。

结构层

分为系统认知、任务选择、无人机设计、任务执行四个部分。任务选择后面与部分与任务执行重复的地方**流程很令人迷惑**。

范围层

主要功能有各种背景和知识介绍、无人机组装实验、选择作业环境，设计无人机功能和造型并设计对应参数，设置无人机参数和环境参数，操作无人机飞行等。但是以是否能帮助用户完成他需要的设计来看，很多功能相对独立，**不能相互之间建立连接**，最严重的是前面选择的环境在后面无人机设计过程中没有出现应当与之关联的提示等信息。

战略层

目的是帮助工业设计系学生进行植保无人机结构设计仿真、动力选型仿真、作业飞行仿真等实验，便于进一步研究与设计，同时促进学生的创新能力发展。

结构不清晰 | 流程不连贯 | 缺乏反馈 | 缺乏信息层级 | UI风格不适配

确立用户画像

对工业设计系学生进行问卷或访谈等

“高高山上立
深深海底行”

李华 22岁 工业设计系学生

性格特征

细心 ●——— 急躁　　乐观 ——●—— 悲观

宽容 ——●——— 偏执　　实践 —●——— 想象

用户故事

李华对无人机设计很感兴趣，尤其农用无人机。她认为能过自己的设计帮助农民伯伯更轻松地应对繁忙的农活。作为工业设计系学生，她在农用无人机设计过程中难以得到直观的设计结果。由于地理环境，经费条件等等原因，设计的农用无人机难以进行测试改进。一旦进行完结构设计制作出原型后也难以进行较大改进，因此科研受限较多。再者自己的只有一点基础，很怕自己不能做好设计工作。

问题	需求
测试难以进行	自主设计能力得到正确引导
容错性小	能模拟测试场景并收集相关数据
专业数据测量复杂	较快完成设计与测试
自身基础较弱	

对目标用户进行可用性测试

寻找关于此系统具体的问题、用户具体的需求以及具体的机会点

可行性测试计划

测试流程	计划具体内容
测试准备	1.确定目标： 探寻影响用户体验的关键问题是什么？ 2.测试方案： 研究目的：对产品的关键步骤进行可用性评估，找到问题所在，以便后期改进 测试关注点：着重关注用户行为的改变、用户产生迷惑与疑问的地方 用户招募：招募工业设计系学生4人 时间计划：2023.05.01–05.04 3.测试脚本： 开场介绍：2分钟，对测试目的、流程及规则说明 简单访谈：2分钟，了解用户的基本信息 正式测试：20分钟，提示场景任务并观察用户 测完访谈：10分钟，针对疑问点进行追问 道别测试者：2分钟，向用户表示感谢 4.招募用户：邀请工业设计系学生4人参与测试 5.材料工具： 操作设备：电脑 工具：测试后填写sus可用性量表 设备：手机录像录音记录 6.测试场地：宿舍或会议室
测试预热	1.开场介绍：向测试用户说明测试的目的、规划及整个流程时间，鼓励用户在测试过程中发声思考，实在做不到的可以进行一定人为干预。 2.简单访谈：了解用户的基本信息及产品使用情况，是否操作过类似的实验等
正式测试	1.测试观察：主要观察测试者的行为、想法和记录现场的观察。 注意点：用户有没有独立地完成这个任务和用户不满情绪是否表现 2.测完评分：使用sus量表量化产品可用性得分 3.测完访谈：操作时的主观感受、遇到的异常问题我们没有及时询问的问题、对于量表中打低分地方的原因等等
结果分析	1.整理数据，判断是否需要迭代 2.分析问题的影响程度 3.制作用户体验问题描述
设计优化	1.针对用户体验问题问题描述中提出解决方案

用户旅程同理心地图

变化使用初版实验

	首页	系统	无人机设计			任务执行		任务选择
步骤	step1 进入首页	step2 系统认知	step3 造型设计	step4 功能设计	step5 作业参数设计	step6 飞行任务	step7 任务结果	step8 任务选择
观察 DO	• 进入实验 • 思考选择	• 点击系统认知 • 点击实验背景 • 点击模块介绍 • 点击无人机知识	• 点击无人机设计 • 点击下拉按钮 • 输入调整参数 • 点击播放按钮	• 点击下拉框选择功能设计 • 选择不同部件 • 输入调整参数	• 点击下拉框选择功能设计 • 输入调整参数 • 开始试飞测试参数是否设置合理	• 点击返回键回到首页 • 选择任务执行 • 默认手动添加航线 • 重复作业参数设计部分	• 弹窗出来显示任务完成 • 生成一个包含沉积率等方面详细数据的实验报告 • 上传实验报告	• 点击返回键回到首页 • 点击任务选择 • 点击玉米大田 • 操作键盘控制无人机飞行 • 退出
观察 SAY	发出疑问“嗯？”“它这个提示是不是有问题啊”“这几个水果图表是啥意思啊”	“哦~导航平台、喷洒机构...”	“它这个操作我看不懂呀”“这个参数我能调吗？怎么没有反应呀？”“它可以转诶”	“哦这里可以选好多不一样的部件。”这个参数啥意思啊怎么调啊？”	“嗯？怎么就开始飞了？”“嗯嗯设置航线”	“然后怎么弄啊？””嗯？怎么又飞一遍？”	“沉积率这是什么意思啊？”“有啥关系吗？”	“我没明白呀”“这跟我刚刚做完的模拟飞行有什么关系吗？”
采访 THINK	• 不是很想做这个实验 • 刚开始出来弹出来四个窗口，必须点完才能进行下一步	• 很详细很清楚 • 但是没有很大耐心看完那么长的说明	• 有明确的任务步骤状态显示还可以 • 不知道参数怎么调才比较合适	• 不知道各种选择的区别 • 不知道参数怎么调才比较合适 • 这种部件选择和功能设计的联系不清楚	• 一堆乱七八糟的参数让人摸不着头脑，没有可以借鉴与参考的 • 不懂为什么用飞行来代替参数的指导	• 任务执行不知道执行了什么，感觉很傻 • 这里任务与上一步骤有重复很奇怪	• 这个报告就一堆数值看不懂，本来设置参数时就有点看不懂	• 这里还有一个任务选择？我都没按他顺序来 • 这和无人机设计没有什么联系啊
采访 FEEL	HAPPY SAD							
分析 痛点	• 不感兴趣 • 提示引导强制性太强让人感到不适 • 主页面功能布局让人迷惑	• 文字太多	• 用户不能直接理解这些具体参数与无人机设计的关联	• 用户不能直接理解具体参数与设计的关联 • 功能和造型没有什么区别	• 环境参数的数值无对应环境反馈	• 参数显示区没有做任何信息层级的设计 • 手动航线如何操作也不清楚	• 任务结果是单次的无法与之前的飞行进行数据对比 • 结果没有易懂的说明	• 这个部分容易被漏掉所处流程的位置令人不清 • 不应有控制操作部分
分析 机会点	• 想办法让人有兴趣 • 消息提示以悬停等待的方式 • 用线性步骤取代这种并列步骤	• 对介绍部分可以用图像、视频等可视化的表达 • 用户对于清晰可感知在于对自己目前步骤的状态的位置清晰	• 设定一些参考值 • 对用户输入的数值进行实时的反馈	• 造型与功能可以放在一个板块 • 对不同部件功能等进行文字提示	• 用可视化语言来设置和表达那些环境参数 • 将无人机参数和环境参数区隔更明显一点	• 将参数信息整理分层级可视化处理 • 手动与自动航线模式给予提示 • 无人机飞行的反馈提示更多更细节	• 针对结果部分单独做一个板块记录每次飞行详细信息并可以返回修改 • 对于结果的评价有清晰的说明	• 强化这块的必要性与其他步骤的关联性 • 操作部分集成到合适部分

总结

聚焦领域方向	从相关竞品研究
现有产品问题	从初版产品研究
详细具体问题 详细机会点	从初版产品用户研究

GOOD

- 好的提示与引导
- 自由空间与创造
- 多感官的反馈
- 清晰的导航定位
- 操作与画面的仿真

NOT GOOD

- 结构不清晰
- 流程不连贯
- 反馈的缺乏
- 信息层级缺乏
- 视觉效果不佳
- 容错性小
- 使用者基础的考虑
- 解释与说明缺少
- 系统对于学习的作用存疑

用户需求

能让自己愉悦而高效地使用此实验进行农用无人机设计且能提升自己的创新能力

现存问题		改进方向
基础层面	结构不清晰、流程不连贯	模仿现实中实验设计流程增加提示信息
细节层面	反馈缺乏信息等级缺乏UI风格效果不佳	状态反馈增加增强信息可视化选择高对比度UI
情绪层面	未上升到用户情绪层面的考虑	增加情绪化风格提高愉悦度

具体的设计难点 ❓

1 如何让整个实验操作流程连贯?	连贯
2 如何让没有相关基础的学生理解相关参数与设计之间的联系?	联系
3 如何让学生理解并为不同场景环境设计不同类的农用无人机?	因地制宜
4 如何让学生对做这个虚拟仿真实验感兴趣而不是被迫感?	情绪

不迷惑 🙂

⌄

感兴趣 😆

具体的解决办法 ✅

1

真实的设计流程仿真

帮助学生学习了解真实过程也让整个流程符合基本逻辑

游戏化线性步骤

线性步骤更有利于学生沉浸专注在实验过程中

优化交互细节

更符合逻辑的交互以及优化信息层级排布提升效率

2

增设参数说明与推荐参数

参数文字说明帮助学生了解到参数的作用以及推荐参数可以作为依据标准

实时参数反馈效果

调整参数要有实时反馈便于学生更直接关联到设计变化

不同参数不同设定方式

不同参数依据专业与复杂程度进行相应的合适的设定交互方式，有的输入值有的是拉滑块

3

场景的推荐设计方向

不同场景有不同的设计重点指出这些重点并提供参考

在开始与评估阶段强化场景的对应设计

将场景选择集成到设计部分第一关并在评估阶段依据场景的是否匹配性解决问题来打分

4

科学家帮助农场主的故事

符合实际生活中的故事让学生感受到做这件事是有意义的

各类环节集成到故事中去

选择田地就可以是农场主的地他的地发生了哪些问题评估则是以农场主的口吻来评价等等

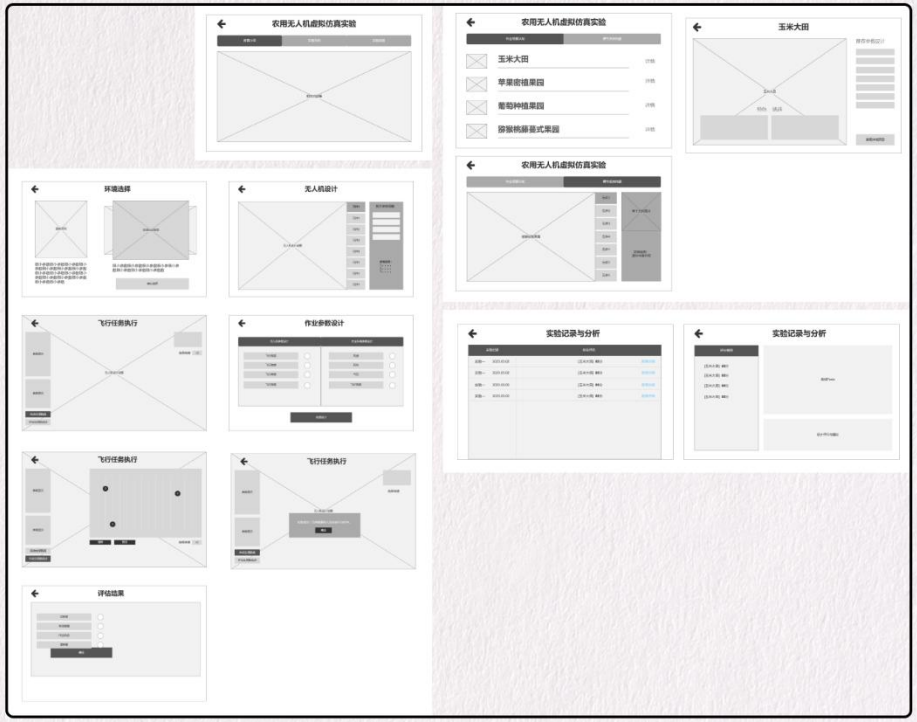
自主创造空间变大

不同模式，选择设计的方面增多且可以返回不断修改

框架流程设计第一版【操作逻辑改进】

实验简介	实验背景、实验目的、实验流程
系统认知	作业场景认知、硬件系统构造
无人机设计	环境选择、无人机设计、任务执行、评估结果
实验记录分析	实验记录、实验分析

基础层面　细节层面

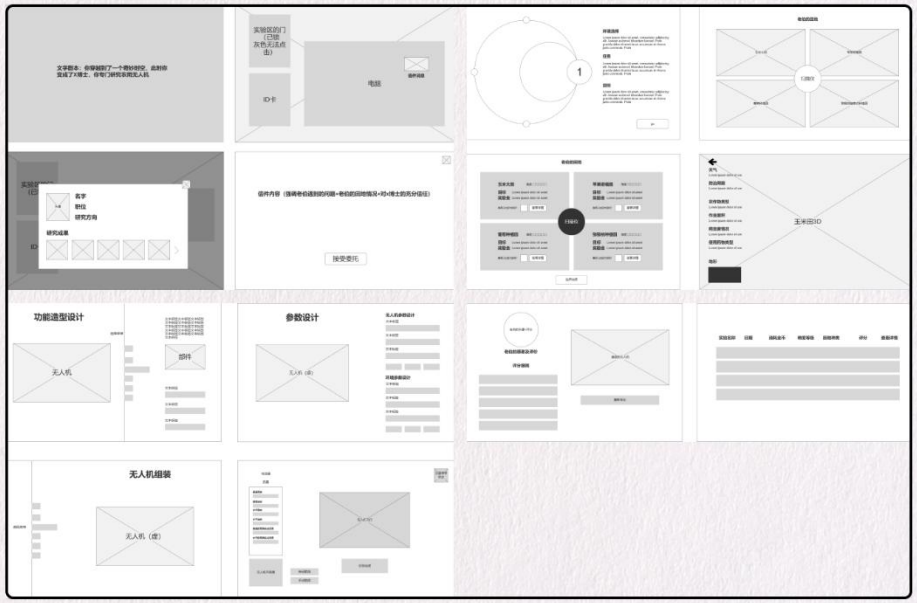


测试迭代

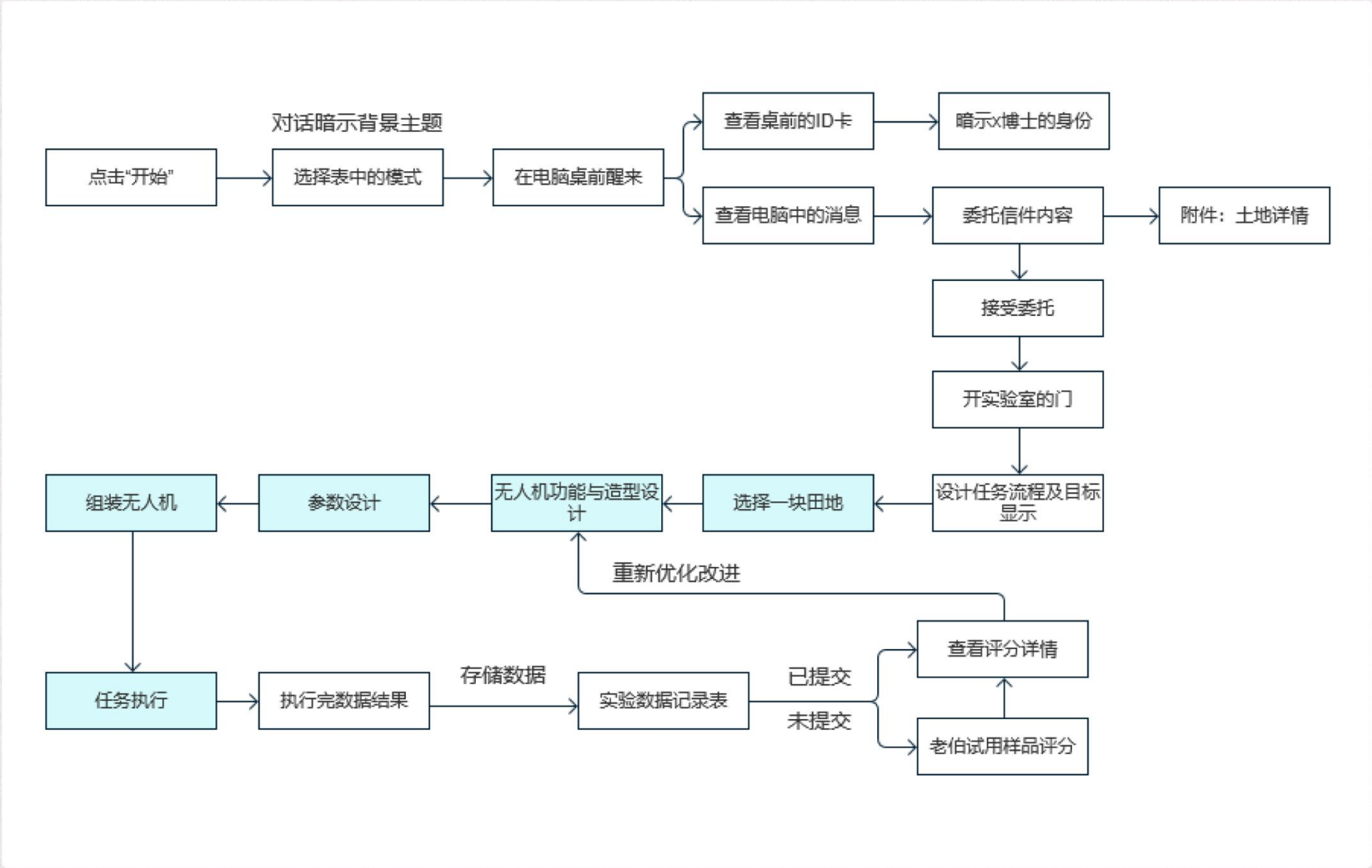
框架流程设计第二版【故事情节改进】✨ +游戏化

代入阶段	穿越成X博士接受农民伯伯的委托帮助（动机）
沉浸阶段	从环境的选择开始到实验结果呈现（设计）
回味阶段	发送样品完成委托被使用后获得农民伯伯的评价（效果）

基础层面　细节层面　情绪层面



最终流程架构图

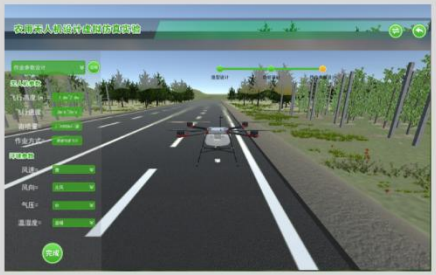


线性流程无需返回到主页打断流畅的步骤　　实验步骤与故事情节相融　　具有可修改性返回步骤

视觉效果设计

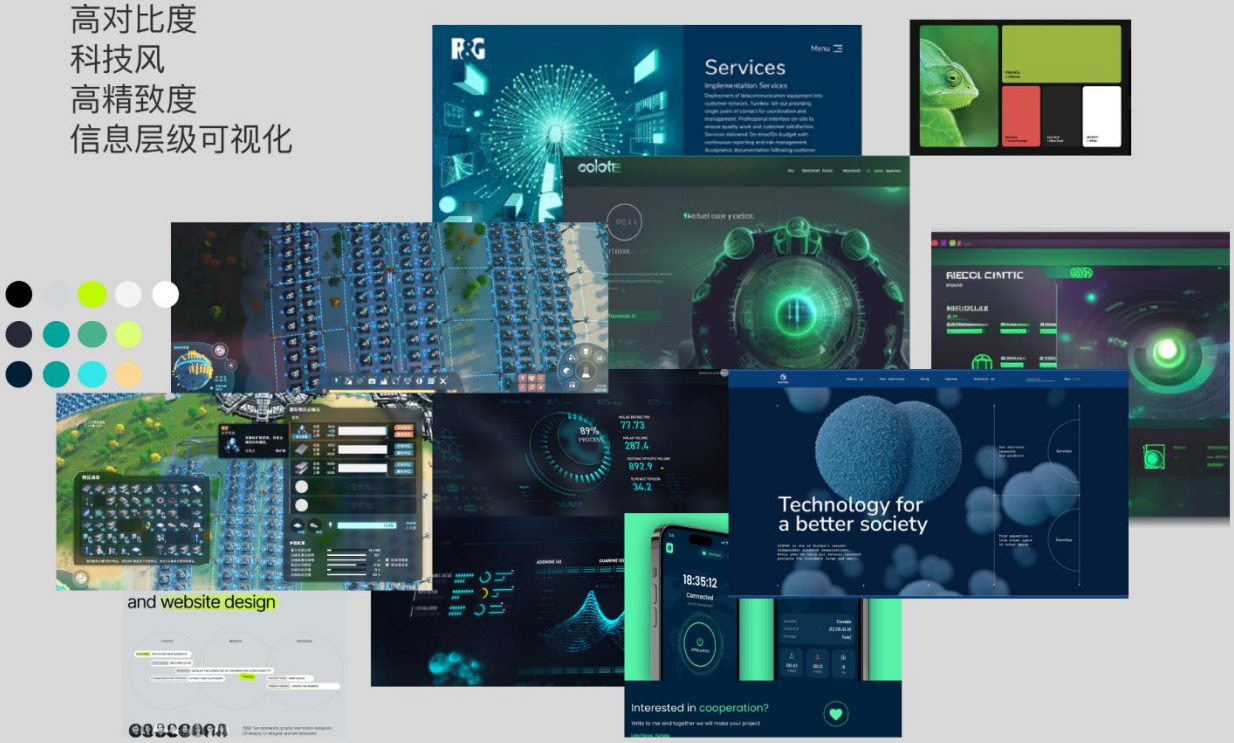
1 目前的视觉效果问题

整体色彩偏灰
细节不够精致
UI风格不统一



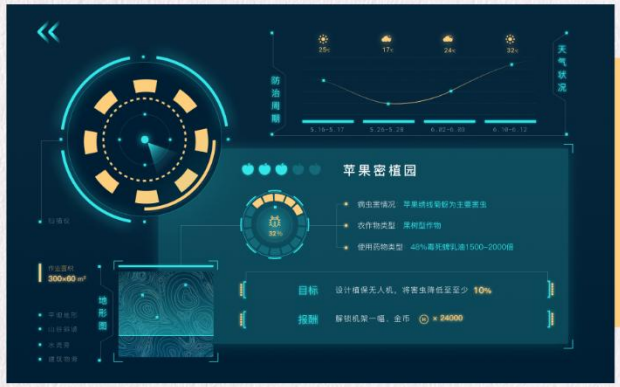
2 借鉴其它的虚拟仿真实验界面+游戏界面 + AI生图的借鉴

高对比度
科技风
高精致度
信息层级可视化



3 视觉风格探索

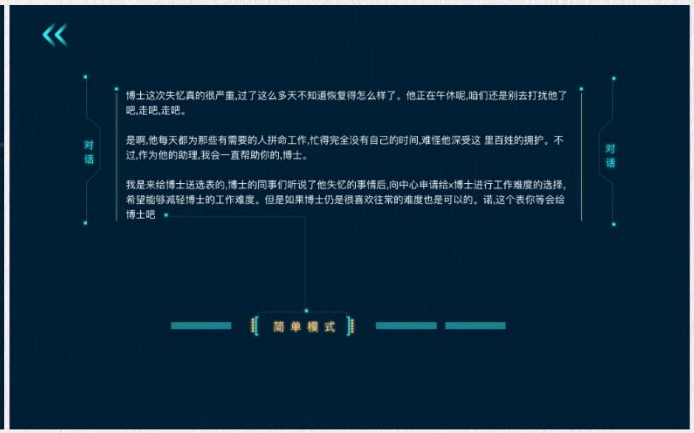
风格一



风格二

高保真展示【代入阶段】

1 首页



2 模式选择+暗示穿越

学生用户穿越成X博士的身份
X博士的工作难度等级对应实验模式

3 醒来的桌面

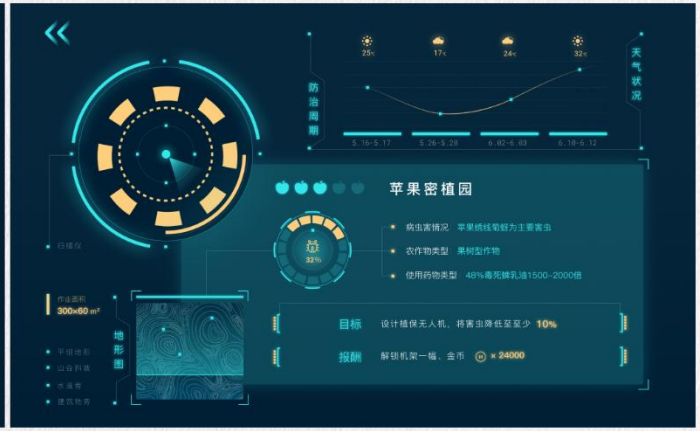
X博士有一个助力帮助我们做实验
我正处在实验室办公桌前

4 ID卡内容

X博士是一个专研农用无人机领域专家
已经设计过很多农用无人机（可作为参考）

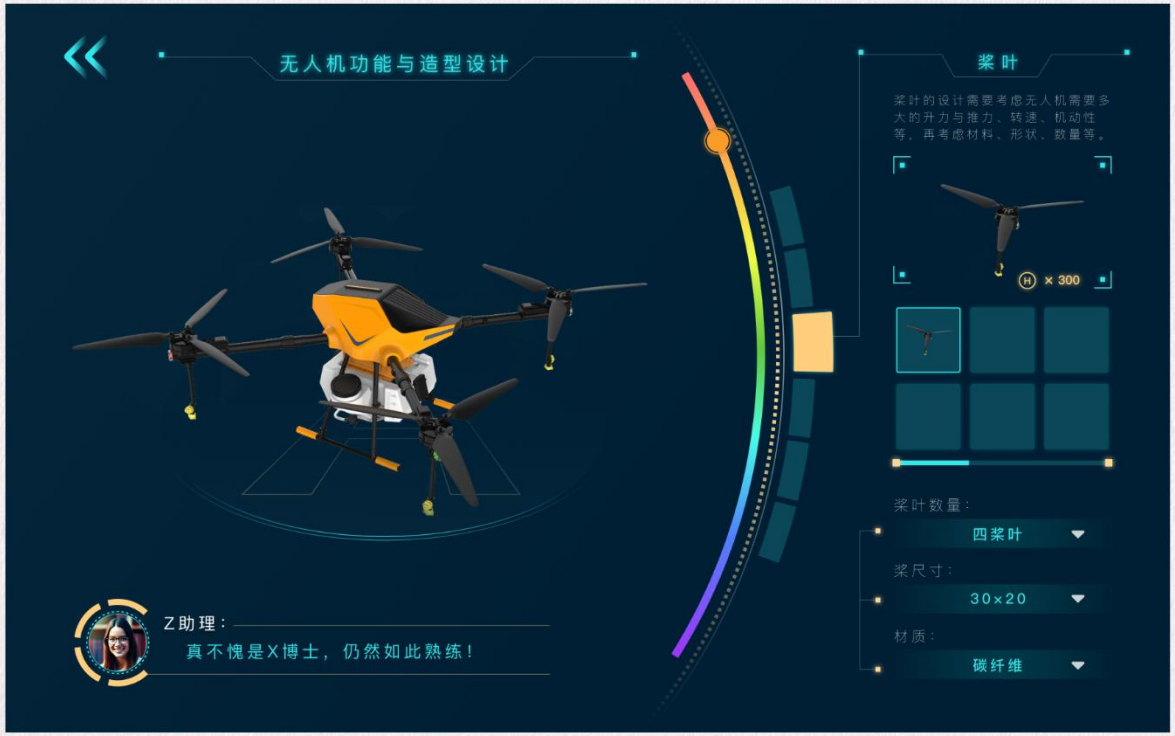
5 信件内容

X博士接到了农民的委托希望X博士为他的
那块田地设计界一款除虫害无人机



6 田地详情

信中有用仪器扫描结果的那块地的详情
显示其难度以及目标和报酬



高保真展示【设计阶段】

1 场景选择

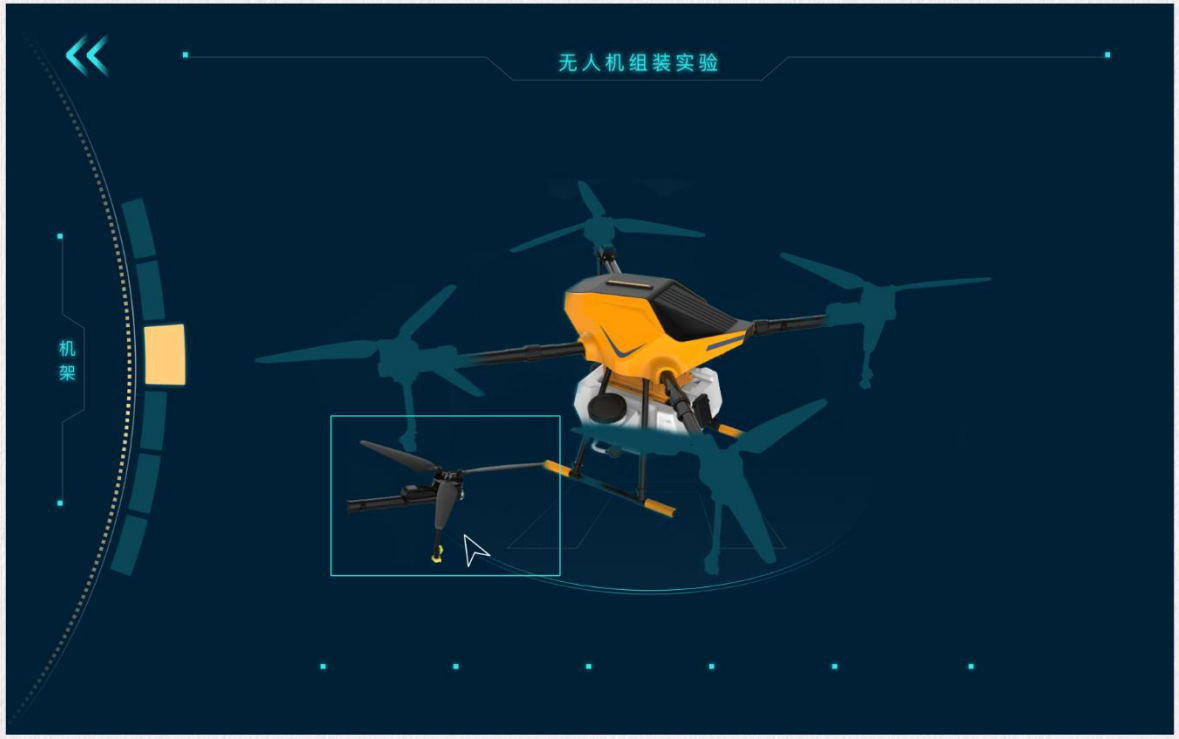
默认场景为农民信件中所委托的田地种类
有时会有多个委托者可以选择任意田地进行设计

挑战概况：显示难度、目标、奖励等
设计推荐：让用户更快地找到合适的方案设计
圆轮切换：切换四个不同的场景

2 无人机功能与造型设计

将无人机的功能和造型设计集成为一个部分便于理解、增加了很多文字说明已以及助理提示的帮助

助理提示：设计参数的详细信息+情绪价值
弧形菜单：增加变化动感与无人机设计空间融合
金币机制：社会机制层面的仿真更加真实
创造空间：增加颜色的设计、部件的类型增加、不同金币消耗等增加选择的变化性



高保真展示【设计阶段】

3 无人机参数设计

参数设计部分主要进行了可视化处理尤其将环境参数以对应的可视化来作为设定方式

可视化：参数按照其数据类型设计
连接前文：功能与造型设计好的无人机出现在此接引前面步骤更有连贯性

4 无人机组装实验

将组装实验设置在无人机设计的最终阶段符合实际设计逻辑

弧形菜单：与功能与造型设计部分关联，表示是用自己设计选择的部件进行组装

高保真展示【模拟飞行】

❷ 飞行结果数据

将实验数据图形化表示

❶ 飞行任务执行

对飞行界面进行了重新布局和信息等级划分具有
更强的易读性和用户操作互动性

信息整理：按照重要等级重新安排数据的形态与位置
扫描效果：整个界面如同在电子设备的扫描监视状态
细节信息：运行的时间、喷洒位置、运行方向等等

高保真展示【结果反馈】

1 实验结果记录

信息整理：整理好用户每次实验的数据情况
评分系统：已经发送给委托人的实验样品会得到评分

2 结果分析与评价

评分详情：显示委托人的评分细节（也就是无人机设计的评价标准）
重新优化改进：可以在样品之上改进而不是重新再来
委托人评语：不同的创造会有不同的评语

验证与测试

旧版

观察所得	do	点击已了解各项提示	点击系统认知 点击实验背景 点击模块介绍 点击无人机知识	点击无人机设计 调设计参数 点击播放按钮使无人机动 切换为功能设计 切换为参数设计 点击完成 点击作业指标 点击返回	点击任务选择 点击玉米大田 退出任务
	say	发出疑问“嗯？” “它这个提示是不是有问题啊”	“哦~导航平台、喷洒机构...”	“它这个操作我看不懂呀”	“我没明白呀”
采访所得	think	刚开始出来弹出来四个窗口，必须点完才能进行下一步	很详细很清楚	各种选择都没有反馈导致不知道各种选择的区别	任务执行不知道执行了什么，感觉很傻
	feel	😑	😊	😩	😩
综合分析所得	痛点	强制性太强	由于文字的铺展会错过一些必要了解的信息	完成度不高反馈不完善	选择顺序错误导致后面再选择时难以连贯地理解
	机会点	消息提示以悬停等待的方式或其它没有步骤性要求的形式	对于必要的步骤需要单独从认知中提取出来	增强完成度，可变范围较大	重新组织好步骤，防止用户选择错误，各步骤间应该连贯相关

新版

观察所得	do	点击开始实验	剧情选择难度模式	点击消息 查看附件 点击接受委托	点击开启实验室之门 查看不同步骤的内容 田地选择 无人机功能与造型设计 无人机参数设计 无人机造型设计 任务执行+切换导航方式	数据结果呈现 点击待发送实验 点击发出样品 得到老伯评价反馈 查看详情重新优化
	say	“这个动效好好玩”	“哇，可以选择难度”	“这个点哪里啊？”	“转场很丰富，像玩游戏一样的”	“反馈评价的动效确实惊到我了”
采访所得	think	感觉会是一个有趣的实验	居然可以选择难度，有点超出预期但是难度具体有什么表征没有找到	好奇怪啊我到底是点的图标还是点的整个页面就可以让它动呢	感觉过程比较流畅，很多信息也一眼就看得懂	引导有点少了，发送的信太长了没有很大兴趣看完，但是反馈很好玩
	feel	😊	😑	😩	😊	😩 😊
综合分析所得	痛点		信息仍然不够完善清晰	点击键的位置设置不够清晰明确 ID卡的身份信息遗漏	设计的完成度不够也导致了体验的偏差	文字信息不利于展示实验背景，过于消耗用户精力
	机会点	初始页面需要设计地非常吸引人	需要进一步完善各种细小的细节	剧情的关系连接需要更加强硬，否则用户容易忽略细节点击处的设计需要示能	需待进一步的程序设计	将信的文字改为动画效果

SUS	总分	平均分	换算法	分值
1	7	1.75	X-1	0.75
2	11	2.75	5-X	2.25
3	7	1.75	X-1	0.75
4	13	3.25	5-X	1.75
5	10	2.5	X-1	1.5
6	16	4	5-X	1
7	11	2.75	X-1	1.75
8	20	5	5-X	0
9	9	2.25	X-1	1.25
10	15	3.75	5-X	1.25

SUS	总分	平均分	换算法	分值
1	14	3.5	X-1	2.5
2	7	1.75	5-X	3.25
3	18	4.5	X-1	3.5
4	15	3.75	5-X	1.25
5	17	4.25	X-1	3.25
6	7	1.75	5-X	3.25
7	18	4.5	X-1	3.5
8	7	1.75	5-X	3.25
9	15	3.75	X-1	2.75
10	11	2.75	5-X	2.25

用户旅程心理地图定性分析

总结：对比用户情绪变化可以看出新版虽然也有部分不足，但是整体给用户的积极情绪更多，也达到了在体验初与体验终时有积极情绪，让用户对此有更好的印象。

SUS量表定量分析

总结：用SUS量表量化用户体验得出，初版用户体验得分较低为30.625，而新版得分为71.875。对比来看用户体验的改进效果不错。

展板设计

原型体验码

音视频文件二维码

厚度之旅 之果蔬展

UI/UX 概念
设计项目

2022 Aug – 2022 Oct

用童真来拯救“怪果蔬”

也许在大人眼里是丑陋，但是在小孩眼里却是神奇精灵

FIGMA
UI/UX Design

PHOTOSHOP
Graphic Design

ILLUSTRATOR
Project Making

背景概述

相貌丑陋的果蔬就该被丢弃浪费吗？

如今社会非常看重颜值,不仅对人,连日常购买蔬菜水果也依据颜值来判断购买与否
仅仅依靠外观又是否能判断果蔬入口的味道呢
丑陋的果蔬如果质量好,口感佳,新鲜健康原生态大家又会如何选择呢
我们应该重视这个浪费情况，将这些“怪”果蔬拯救出来

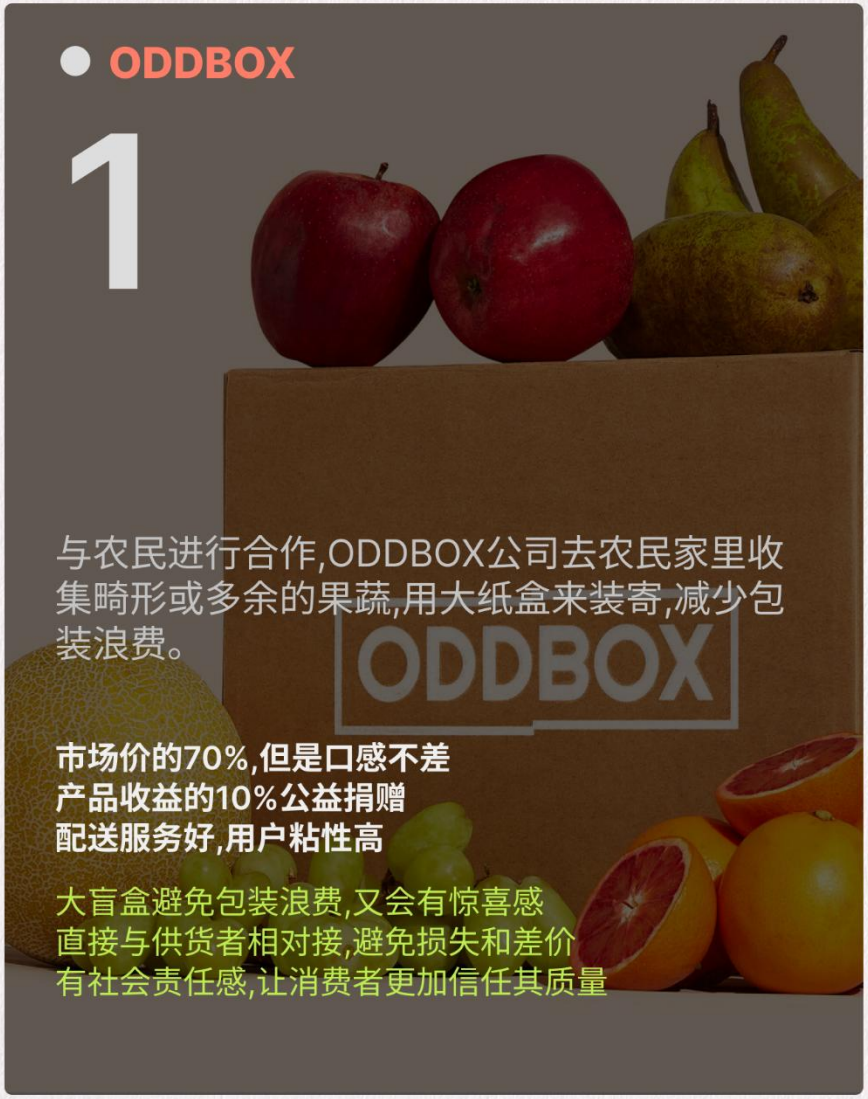
- 颜值即正义
- 供应链大量损耗
- 焚烧或填埋造成环境污染
- 绿色健康饮食
- 农民的利益受损

深入洞察丑陋果蔬被浪费的问题
为什么发生这种现象

竞品分析

目前有哪些针对丑陋果蔬的模式？是如何做的？有何优势可以借鉴？

通过竞品分析，发现其特色优势和可以借鉴的关键点



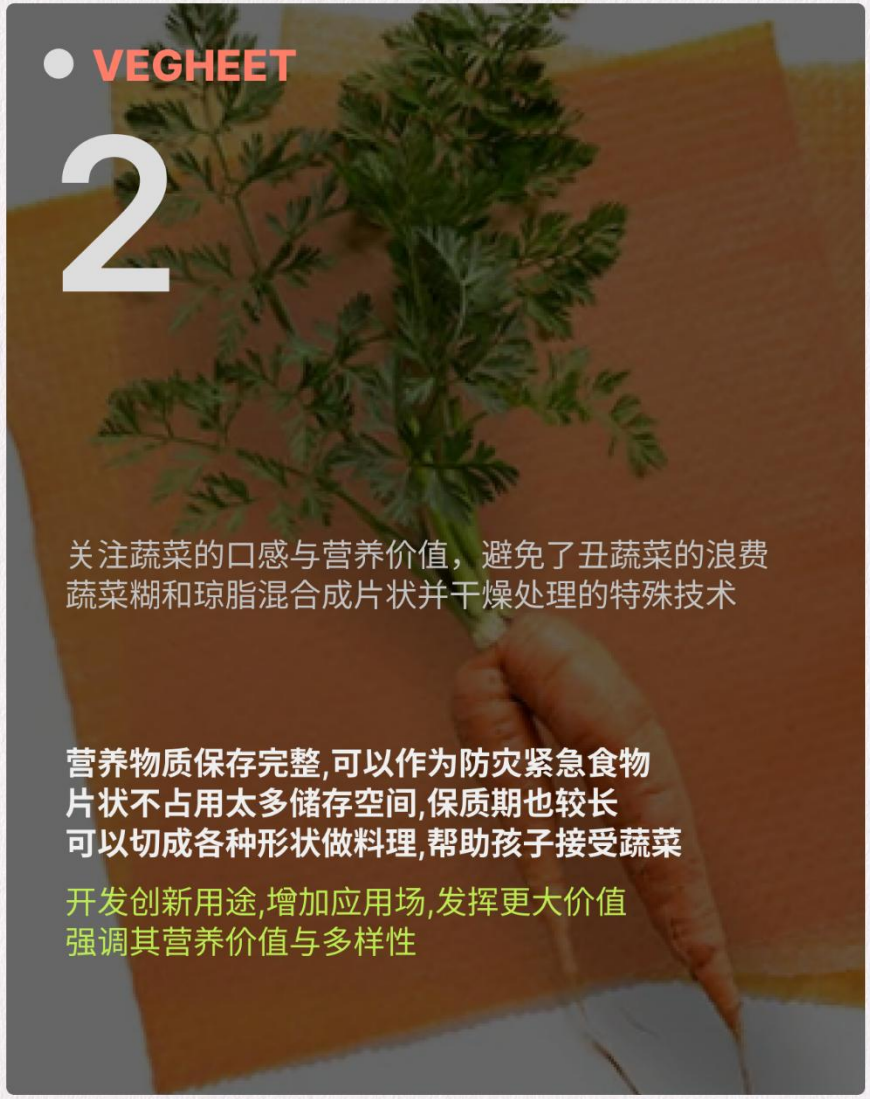
ODDBOX

1

与农民进行合作,ODDBOX公司去农民家里收集畸形或多余的果蔬,用大纸盒来装寄,减少包装浪费。

市场价的70%,但是口感不差
产品收益的10%公益捐赠
配送服务好,用户粘性高

大盲盒避免包装浪费,又会有惊喜感
直接与供货者相对接,避免损失和差价
有社会责任感,让消费者更加信任其质量



VEGHEET

2

关注蔬菜的口感与营养价值，避免了丑蔬菜的浪费
蔬菜糊和琼脂混合成片状并干燥处理的特殊技术

营养物质保存完整,可以作为防灾紧急食物
片状不占用太多储存空间,保质期也较长
可以切成各种形状做料理,帮助孩子接受蔬菜

开发创新用途,增加应用场,发挥更大价值
强调其营养价值与多样性

用户研究

调查人们对于丑陋农产品的态度，以及他们更容易被什么东西吸引?

1.不太接受丑陋果蔬的人—为什么不接受?

“过精致健康的生活 ”

赵依 28岁 公司白领

性格特征

细心 — 马虎

性价比 — 附加值

淳朴 — 虚浮

营养 — 美观

用户故事

赵依依向往精致健康的生活，在买果蔬时会提前了解有哪些营养高的食物，然后再去零售店挑选。但她经常被那些包装精致美观的果蔬吸引，还有那些长相周正的，她有时候觉得很可爱就买了。但她经常买到口感不是很好的果蔬，总有种被欺骗的感觉。

关注点

既要口感和营养健康的果蔬同时看起来比较精致可爱

痛点

果蔬外观与口感预期不一致
了解口感选择的技巧
清楚果蔬的真正的营养

迎合接受度高的人
吸引接受度低的人

2.能接受丑陋果蔬的人—为什么能接受?

“健康快乐才是真！ ”

杨淑华 54岁 工厂工人

性格特征

细心 — 马虎

性价比 — 附加值

淳朴 — 虚浮

营养 — 美观

用户故事

买水果蔬菜时，杨明慧非常清楚有哪些特征的果蔬口感好，并不是太在乎它的样子好不好看。比如，苹果有粗糙条纹的更好吃，即便是比较畸形的她也会买，只是如果非要再比较比较就会选有条纹的长得更好看的。她认为丑点没什么关系，营养健康，口感好就行。当然有些超市卖丑点的果蔬还便宜一点就更好了。

关注点

依据象征口感佳的特征挑选

痛点

口感和营养健康的果蔬性价比高

同理心地图

设身处地理解人的选择,更深一步洞察选择的原因

SAY

如果一样的价格，好看的果蔬就是更令人开心些就更愿意买了
有些好看的果蔬一点都不好吃真的很生气让我后悔花那个钱
长得畸形的果蔬就觉得营养价值不高
品相丑还卖那么便宜的价格感觉会是临期的或者损坏的
好看的人更讨喜,更何况果蔬产品呢

DO

去装修服务比较好的零售超市购买果蔬
挑选时不断比较，耗费较多时间
容易被销售员劝说购买
做菜前喜欢拍照发朋友圈展示
好看的不好吃的果蔬经常直接扔掉

LISTEN

网上传言说那些丑水果不能吃是基因变异的
有听妈妈说买哪种特征的水果好吃但是从来没那么做
超市等地方销售员不断向我介绍这些果蔬多有营养
在菜市场,老板说那些丑点的可以卖便宜点

THINK

那些太丑的水果在公司里吃着让我没面子,显得并不精致
就算不吃，那些好看的果蔬摆着拍照都好看
长相饱满圆润的果蔬一看就觉得营养价值高
对好看的果蔬更熟悉因而选择购买

CONCLUSION

痛点

1.好看不好吃的果蔬也会造成浪费
2.不清楚丑的和好看的果蔬的营养价值
3.果蔬品相也需要符合社会身份
4.网上传言的误导性影响

收获

1.让人感到愉悦可以促进购买
2.丑的果蔬仅靠打折出售会引起人生疑
3.需要考虑其具有一定分享性
4.需要科普类内容抵制网络谣言,消解偏见

总结

环境与现状

由于果蔬产品长相丑陋导致了大量浪费，被处理的过程也对环境产生了影响
目前解决此类问题是通过改变模式来赢得用户信任或者以技术的方式改变丑陋果蔬的形态
来消解外观的影响

人的因素

人受外界环境而不选择怪果蔬的影响较大
外界的广告宣传影响下的潜意识、他人的看法等等

而选择怪果蔬的人则是基于自己的需求而不是外界

对于不接受的人 → 潜意识影响法,通过美化的方式进行广告宣传,同时需要让人相信这个宣传

对于能接受的人 → 同时强调果蔬的营养价值回归到最根本上来

- 美化带来愉悦心情以及心态转变
- 相信宣传则需体现公司责任感
- 表现层不断强调营养元素

需求转化

愉悦的心情

增强人与物的情感链接

为人提供情绪价值

拟人化增强交互

愉悦心情

拟人画风　共情果蔬

健康安全性的不确定

用科普来消解网络谣言

削弱差别

强调原生态

凸显营养价值

原生态健康

营养元素　新鲜元素

不欺骗消费者

预期价值要与实际价值相同

体现平台的社会责任感

用户信任感

社会责任感

福利院儿童想象力

社会捐献

唤起同理心

偏见转化为欣赏态度

乐于以此作为分享契机

新的潮流

新视角新心态

丑变可爱　绘画展

设计规范

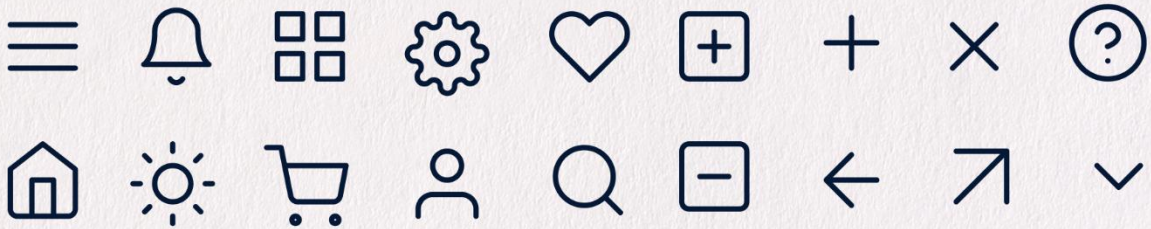
奇异星球 之果蔬展

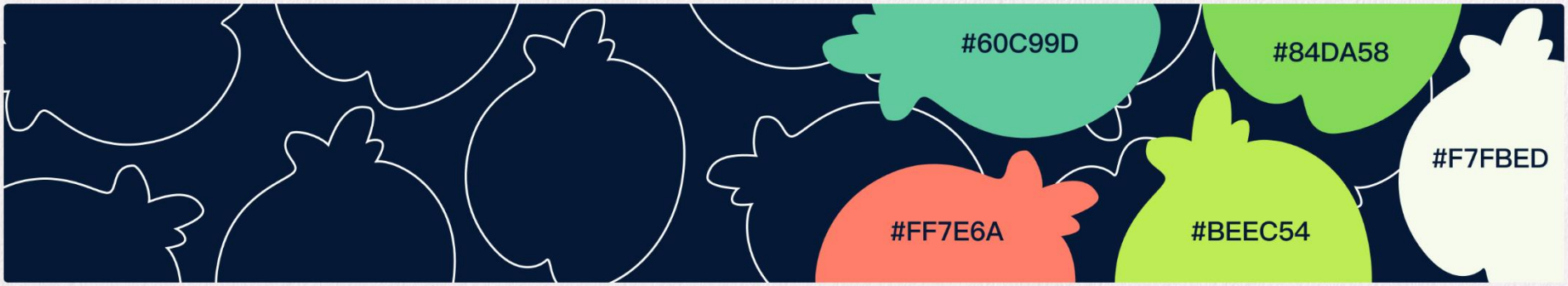
一个专门卖怪果蔬的线上APP
让福利院儿童发挥想象力与创造力为怪果蔬们描绘一个奇异的世界,通过可爱丑萌的拟人形象吸引年轻人购买,最后将部分利润捐献给福利院

奇异星球之果蔬展致力于打消人们对于怪果蔬的偏见
以一种全新的健康营养的形象再现
促进与用户的情感建立链接
制造给用户有趣的体验,来赢得用户青睐

PingFang SC

light	奇异星球之果蔬展
reguler	奇异星球之果蔬展
meddium	奇异星球之果蔬展
semibold	奇异星球之果蔬展





首页

显示果蔬种类,以有趣的拟人化图形加强与人的情感链接

寄语展示

在购买挑选阶段就可以通过加入购物车后显示寄语信息,如果有所触动则容易建立情感关联

购入时显示,未购入时只显示信息标志

营养成分含量

特地进行营养元素含量的强调,在潜移默化中暗示怪果蔬也含有很多营养的信息

同时首页中也可以根据自己所需的营养成分进行含量大小的顺序排列

作者信息

显示作者（福利院儿童）的肖像、年龄、寄语等,作为一个儿童画展展示模块

可以为孩子们的创意点赞,在动态模块每天都会有创意之星诞生

今日创意之星

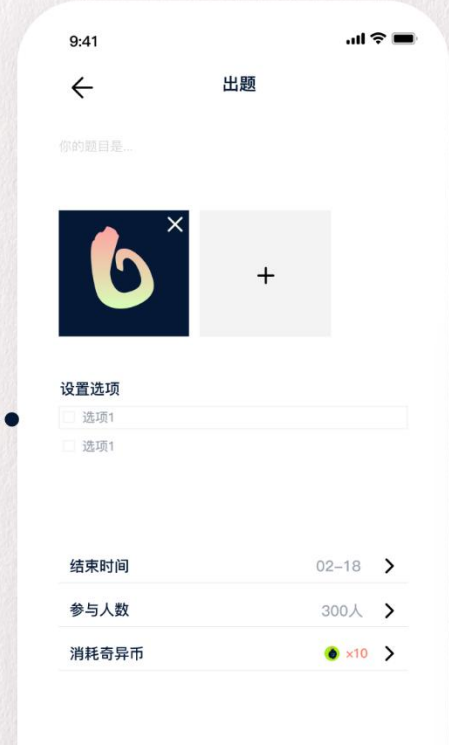
根据每个作者所获得的点赞数来进行评选,并为他们奖励一定数目的资金

用户赞叹孩子们的创意与想象力而有所感染,思考另一个视角下的“丑陋”

游戏化活动

竞猜是将三维的果蔬变成二维平面形状,来让用户也发挥想象力猜测

当用户惊叹于那些意想不到的怪果蔬形状时，他也完成了一次与它们的共情



可视化流程

精简流程,页面简约清楚

奇异币活动

奇异币可以用于商品优惠,也可以用于游戏化活动,购买特殊商品和道具

奇异星球 之果蔬展

THINKS

一个专门卖怪果蔬的线上APP

让福利院儿童发挥想象力与创造力为怪果蔬们描绘一个奇异的世界,通过可爱丑萌的拟人形象吸引年轻人购买,最后将部分利润捐献给福利院

- 新的潮流
- 用户信任感
- 凸显营养价值
- 拟人化增强交互

厚度之旅

UI/UX 概念
设计项目

2022 Nov – 2022 Dec

老龄人口赋能社会
提升自我价值感

年轻人追求旅行城市的厚度
城市中的人追求自己人生的厚度

FIGMA
UI/UX Design

PHOTOSHOP
Graphic Design

ILLUSTRATOR
Project Making

背景概述

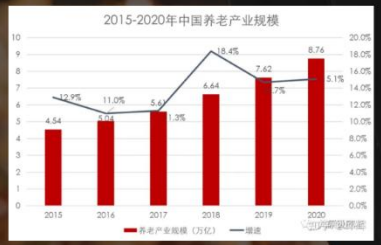
我国老龄人口数量多,老龄化进程快
对公共服务供给,社会保障制度可持续发展带来挑战

截至2021年底,全国60岁及以上老年人口达2.67亿,占总人口的18.9%;65岁及以上老年人口达2亿以上,占总人口的14.2%

2035年左右，60岁及以上老年人口将突破4亿,在总人口中的占比将超过30%,进入重度老龄化阶段

到2050年前后,我国老年人口规模和比重、老年抚养比和社会抚养比将相继达到峰值

养老产业市场规模正在快速增长



养老产业发展阶段 → 初级

- **国家层面**,中国即将进入深度老龄化时代,抚养比压力增加,预示健全的医疗保障制度及医养结合的养老政策未来将持续完善
- **养老行业层面**,以社区及家庭为单位的普惠型养老及智慧健康养老将是未来养老事业发展聚焦的方向
  随着互联网产业的不断升级,传统养老服务产业联合物联网、云计算、大数据、智能硬件等新一代信息技术产品形成智慧健康养老生态,能助力养老资源实现有效对接和优化配置,为老年人提供更有针对性和个性化的产品和服务
- **群体层面**,我国经济的快速发展,人民收入水平和生活水平的大幅度提高,退休养老金基本可满足日常支出需求,就此将衍生出老年群体对精神层面的更高追求

智慧健康养老

智能科技助力养老
解决基本的生活健康
问题

心理愉悦养老

从心理情绪体验方向
来帮助老人安度晚年

竞品分析

选择精神类养老产品

老年大学

让老年人能够继续学习,弥补人生的缺憾或者获得自我价值提升,同时也可以作为社交平台让老年人拜托孤独感

缺点

- 社交圈子局限单一
- 与社会联系较弱
- 对于能力要求较高
- 需要耗费一定金钱

优点

- 获得知识的满足感
- 同学间交流
- 打发空闲时间
- 提升记忆力

陪伴机器人

通过视频自动连接到儿女朋友的手机进行交流沟通,摄像头监测老年人身体健康状况能得到及时的医治

缺点

- 体型较大
- 仅限居家场景
- 面对面交流仍少
- 购置费用较大

优点

- 操作简单
- 监测健康
- 及时报警功能
- 无障碍界面

老当益乐玩具

老年人也可以玩玩具,促进脑部活动,增强记忆力预防老年痴呆,同时也可以作为交流契机与儿童或者其它老人交流

缺点

- 自我价值感欠缺
- 与社会联系较弱
- 开发难度较高
- 观念超前可能难接受

优点

- 动手动脑预防痴呆
- 促进交流
- 有趣愉悦身心
- 增强记忆力

都与社会联系较弱,处于比较封闭的模式

可以从生理上健康监测和心理上获得愉悦与价值感着手,关注实际体验而不仅仅是界面

用户画像

分析老人对于哪些方面有迫切需求,又可以通过怎样的生活方式能满足需求?

选择已经退休的身体较好的但是非常孤独的老人作为目标用户群体
关注他的心理状态变化寻找机会点和突破点

“为人民服务！”

王建华 65岁 退休工人

性格特征

温和 — 暴躁
乐观 — 悲观
淳朴 — 虚浮
开放 — 封闭

用户故事

王建华退休之后不用工作了感到十分不适应,每天有大量空闲时间,时常觉得自己没用了。虽然身体患有高血压,但是他每天坚持徒步锻炼身体。由于老伴已经去世,但子女偶尔才来探望,自己就经常到社区的体育场找人聊天。特别是听到年轻人在谈论一些社会新事感到十分好奇想加入,但是又怕难以理解他们的话题。

关注点

与他人面对面交流
关心身体健康状况
关注社会新闻等变化

痛点

与社会脱轨
自我价值感缺失
与年轻人代沟

马斯洛需求层次理念

在生理需求满足基础上对于精神价值的追求非常迫切

用户旅程地图

王建华日常出门的行为分析

阶段	出门前	路途中	到达目的地	离开后
行为	刷一段时间视频 查看天气状况 打电话联系其它朋友	看见年轻人打球感叹人生 与路过的熟人打招呼	将自己从网上了解的东西分享 与朋友聊以前的事情 拍了点好看的风景	与朋友告别 将照片发朋友圈 翻相册想念老伴
情绪	😊	😑	😊	😩
痛点	需要为后来找话题素材 需要新东西聊天	觉得自己身体老了没有活力 渴望与人发生联系	要不断想出门前看的新闻	没有缓解孤独情绪 希望被注意到
机会点	能随时随地提供新的东西	让人对自己的能力自信 与他人建立连接	帮助回忆以前的事情 也促进记忆力活动	得到他人关注 对所做事情有记录缓解孤独

能够与他人联系从中获得到关注,还能回忆以前的事情,有满足感

总结

环境与现状

老领化进程加快,对于社会服务体系带来巨大挑战
但是养老产业仍处于初级阶段需要各个方面的完善

人的因素

生理与心理是两个影响老年人养老的大方向
在心理健康方向,老年人对于自我价值感是最确缺失的地方,其次是与他人的交流沟通

价值感缺失 → 让老人感觉自己有用,作用于他人或者作用于社会

交流沟通 → 以有话题的面对面沟通交流建立平台

期望场景

对儿女思念
孤独感从中来

手机提醒老人
吸引其注意力

显示他人需求
而且老人有能力帮助

老人帮助成功
获得他人的赞赏

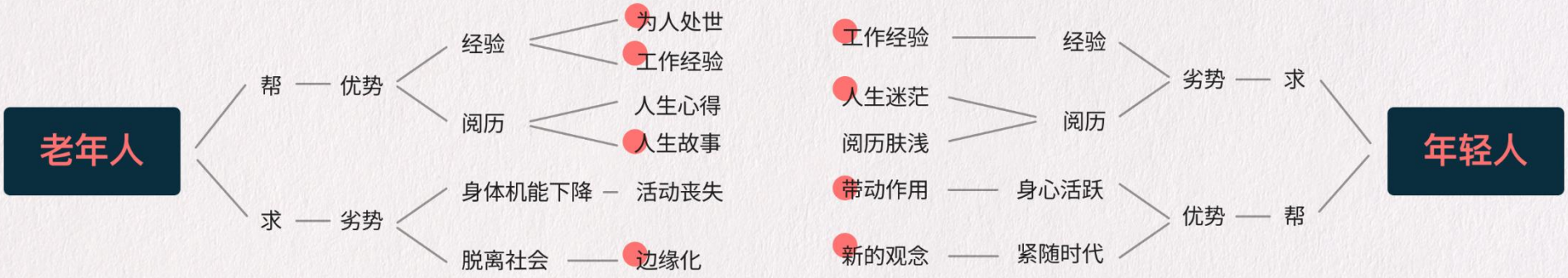
回忆时有满足感
重回年轻时

需求转化

- 转变老人注意力
- 给老人提供发挥能力的机会
- 帮助老人顺利完成任务
- 事后基于他人的反馈
- 降低老人劣势的影响
- 让老人体会到年轻时的自己
- 与他人有效沟通
- 促进回忆作用

从价值感出发与年轻人实现双向赋能

利用老年人的优势与年轻人的优势进行互补



本地旅游向导

利用老人的本地生活经验优势,年轻人体会当地风趣

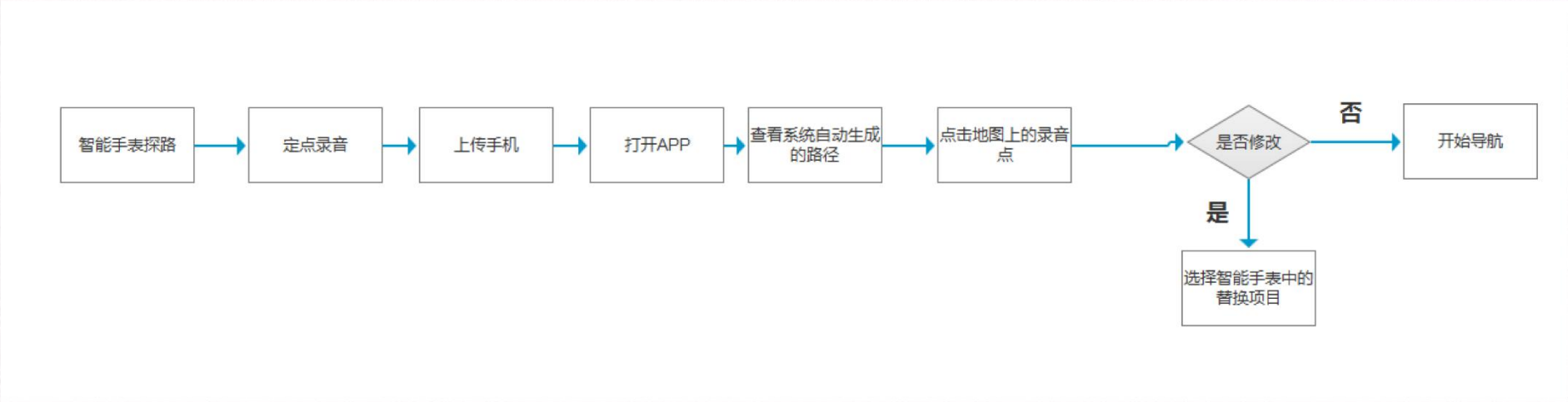
锻炼记忆力

以讲述往事的形式,借助科技的力量帮助记忆获得成就感

与年轻人交流

实地与他人交流沟通缓解孤独感,年轻人又能获取到自己想要的信息

流程图


智能手表探路
定点录音
上传手机
打开APP
查看系统自动生成的路径
点击地图上的录音点
是否修改
否
开始导航
是
选择智能手表中的替换项目

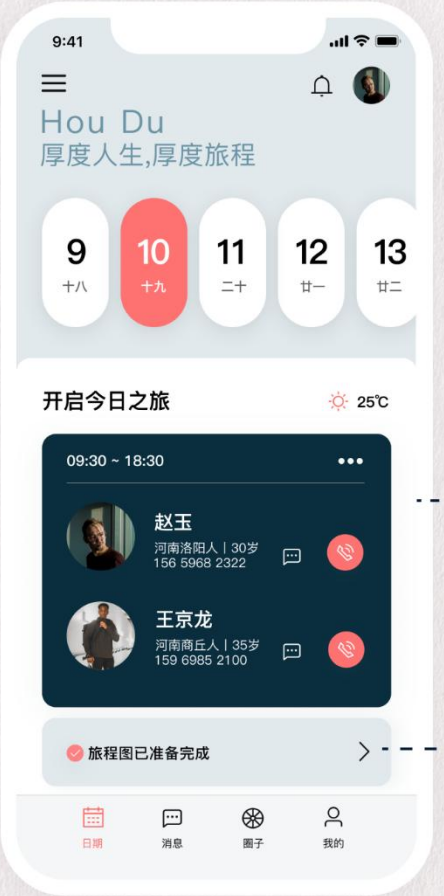
原型设计

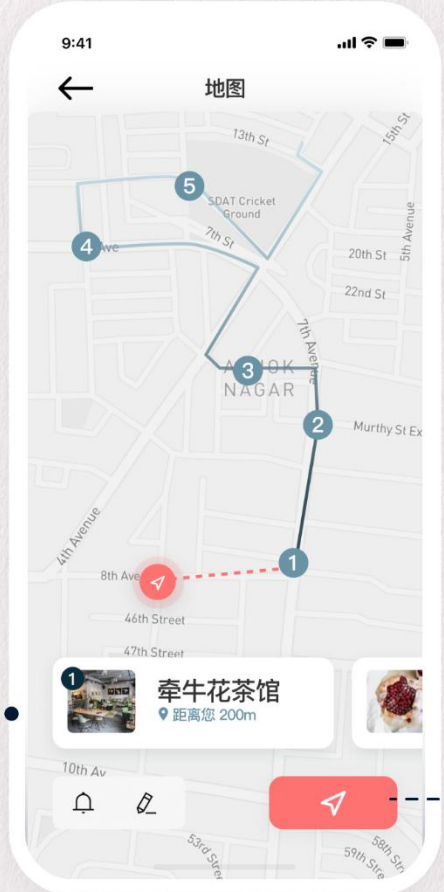
张嘉高
植物冒险家 | 闲聊家
3519m
加入
小众城市
查看全部
漳州
南昌
高邮
厚度旅程分享
查看全部
地图
牵牛花茶馆
距离您 200m
修改
牵牛花茶馆
距离您 200m
06:25
您有新的订单
时间：03/14 – 03/16
查看详情
王田意
河南商丘人 | 19岁 | 学生
接受
拒绝
进行中
朋友
王雪
奶奶你在路的那边啊？要不要我去找您？
03-17
08:24
刘悦明
美食家 | 舞蹈家
厚度计数
厚度值 1204m
勋章墙
健康监测

旅程信息

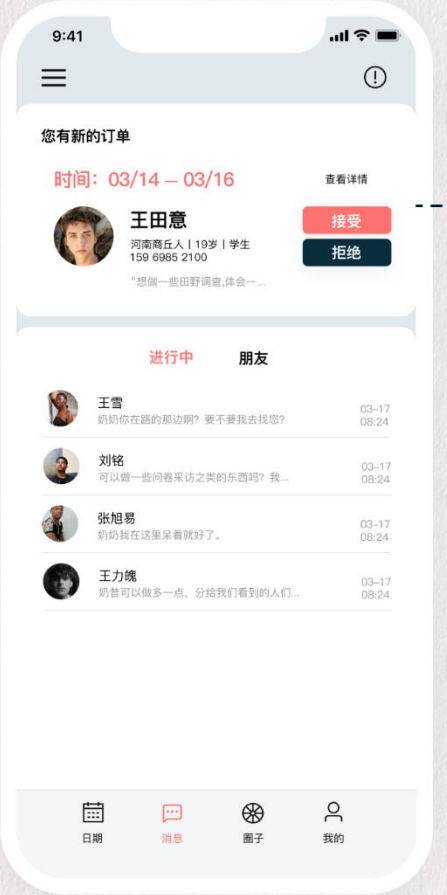
显示天气状况和具体时间提醒做好相应准备

同时显示当日旅程伙伴的具体信息方便拨打电话,但是在路程中时可以使用手表进行联系





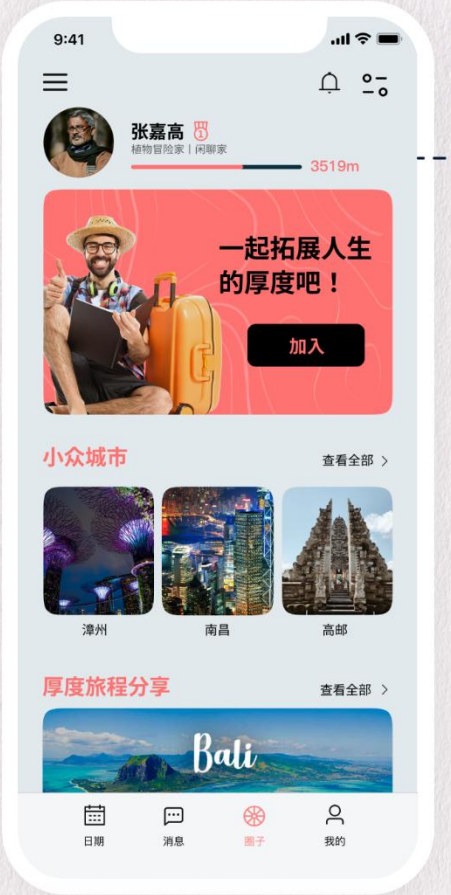
路程中使用手表联系



订单信息

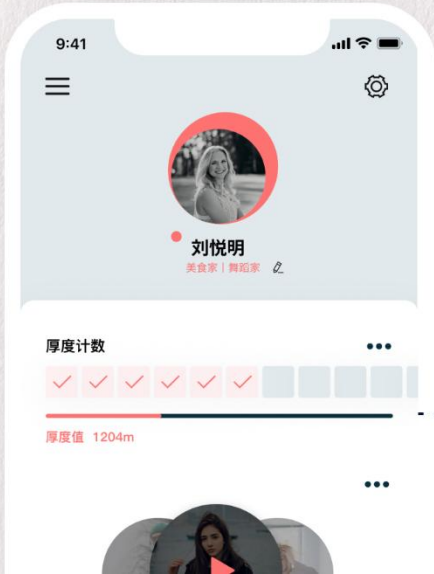
显示对方所需旅程时间

同时显示他人需求,以便有心理准备,选择接受或者拒绝



显示其它人的成果

厚度值作为评选标准
由每位老人所做的工作得出来的数量值



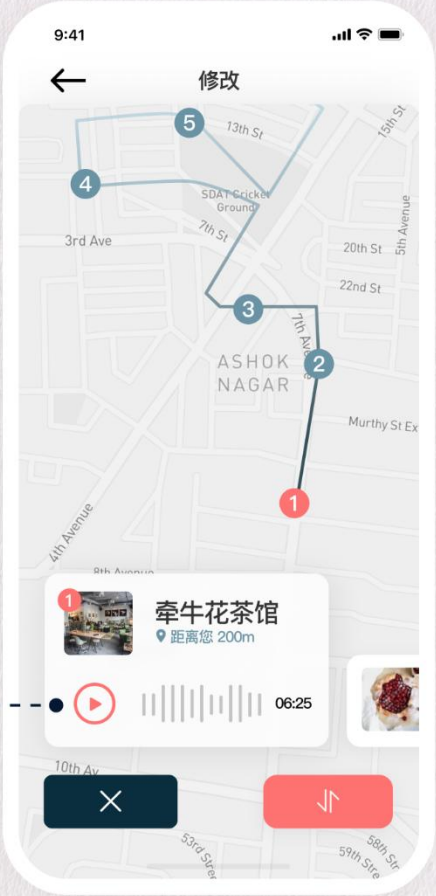
可以看见的工作量

为自己所做的事情感到自豪和成就感

旅程结束需要旅客上传自己的感谢视频

为提醒自己工作中时回忆，提前选择地点进行所述内容的录音

实时监测身体状况



手表提前选择讲述地

为提醒自己工作中时回忆，提前选择地点进行所述内容的录音

厚度之旅

老龄人口赋能社会
提升自我价值感

年轻人追求旅行城市的厚度
城市中的人追求自己人生的厚度

老年人实现自我价值成为本地导游为社会赋能的线上APP

老年人利用自己的优势能力—阅历经验,
让游客了解真实的城市,真实的人
在讲述往事的过程中,也是对记忆的锻炼
最终赋能于社会,推动本地旅游发展

- 本地旅游向导
- 记忆力锻炼
- 与年轻人交流

VIS 视觉系统设计

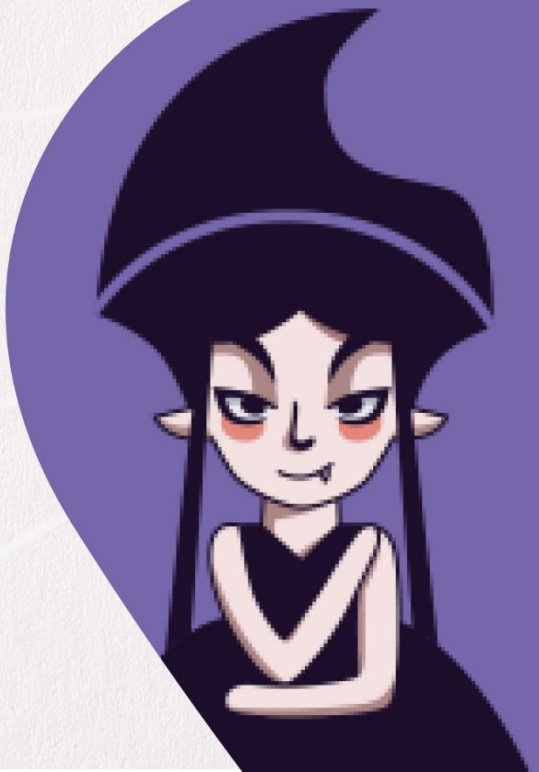
Lilla Perfume Corporation

VI 概念设计项目

2021May – 2021Jul

灵感源于埃莱娜弗兰特的长篇小说集
《那不勒斯四部曲》主人公之一莉拉

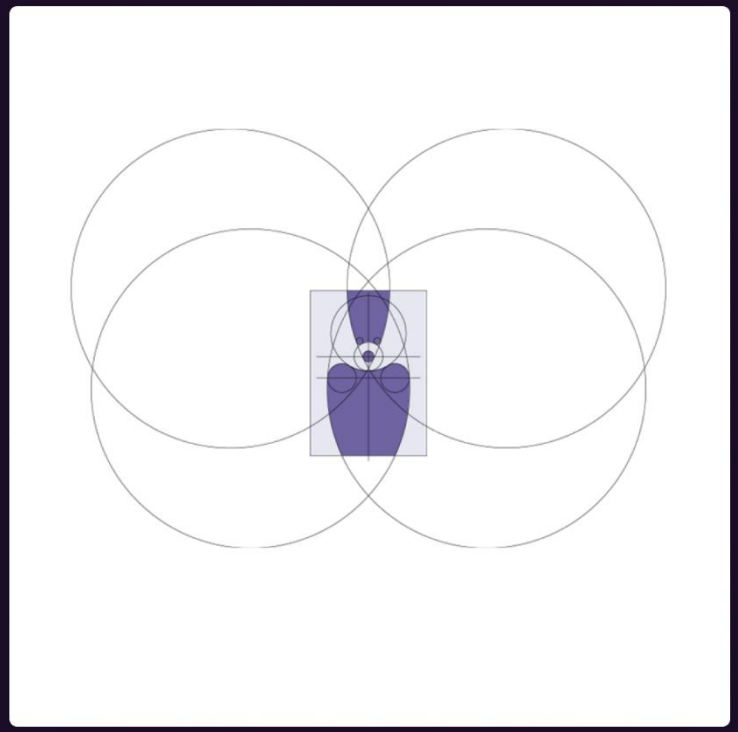
希望每个人在这个多元化的时代勇敢去追求自我,表达自己的个性
刚中有柔,坚定且温柔,心中永存美好



PHOTOSHOP
Graphic Design

ILLUSTRATOR
Layout Design

LOGO设计



标志图形

采用长方形外框,内部是柔和的曲线表示的香水瓶的瓶身与瓶盖,同时中间用一小圆相连接,表达了刚中有柔的意味,同时小圆与负形形成的眼睛状则表达了认真审视自我,坚守自我的决心。
采用色块的形式表现了主打的浓香香型，馥郁而深厚。

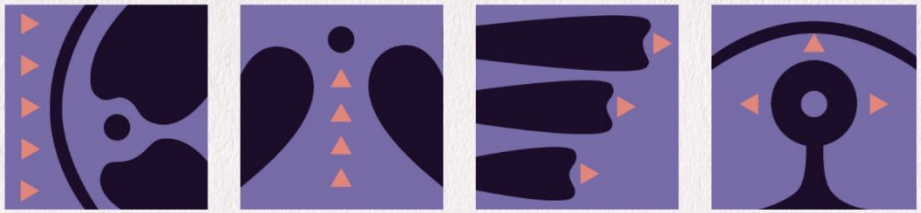
标志字体

Lilla 字样选择复古的意大利字体，一方面是因为莉拉来自意大利,同时这种字体兼具柔美与刚直,传达出刚柔并济的思想。同时“L”被夸张地拉大,打破了对称的局型,既表现了应冲破局限与定式的思想，又与Be yourself 一企业理念字样相协调平衡。Be yourself 则采用衬线字体表现古典优雅之感,并不是命令式的语气，而是坚定不失优雅的语气。

标志颜色

采用紫色与深紫黑色,紫色表现优雅与温柔,深紫黑色表现深邃与坚定,两者相互协调搭配。

辅助图形



将《那不勒斯四部曲》中每本书关于莉拉的成长进行抽象化概括出四幅小图

第一幅 莉拉拥有蓝色仙女般的想象力与反抗的韧劲,抵御着来自外界的伤害
第二幅 莉拉迷失在爱情中,更多由于她的天真,当她真正认清后，毅然选择脱离
第三幅 莉拉开始真正的成长,她开始学习,她开始走向新的征程
第四幅 莉拉获得了成功,面对曾经伤害过她的左邻右舍,她却选择帮助他们
由这四幅小图拼合而成不同方向,不同颜色的花纹,表达了莉拉矛盾的生活与情感,也表达了莉拉香水矛盾而不失和谐的基调

设计规范

中文字体

等线	莉拉香水公司视觉识别系统印刷字体
新宋体	莉拉香水公司视觉识别系统印刷字体
华文中宋	莉拉香水公司视觉识别系统印刷字体

英文字体

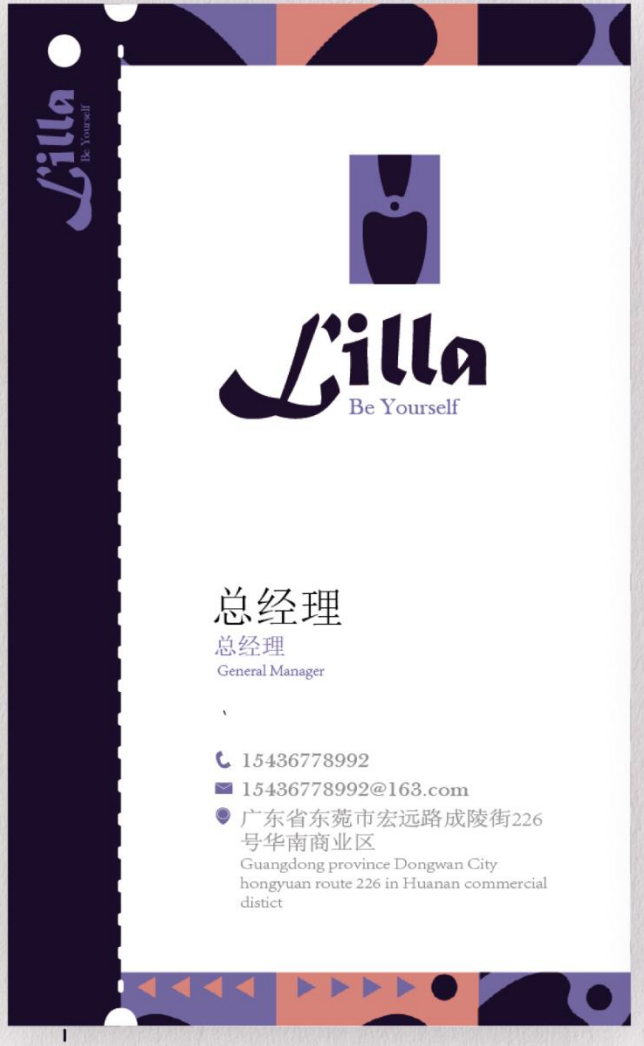
Yu Gothic UI Semilight	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789
SitkasSub heading	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789
Baskerville OldFace	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

#E7E8F1

#1C0F2B

#7667AB

#E0857B



可撕卸的试香纸

明信片是用于交流沟通合作的，在确定合作伙伴时，需要给用户提供公司的香水试香

Lilla
Be Yourself
姓名 莫天颖
职务 调香师
工作部门 研发部门

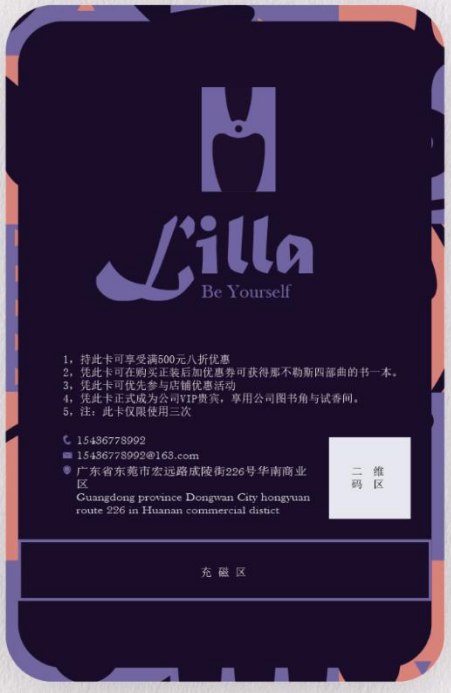
Lilla
Be Yourself
工作证
WROK PERMIT

Lilla
Be Yourself

广东省东莞市宏远路成陵街226号华南商业区
Guangdong province Dongwan City hongyuan route 226 in Huanan commercial distict
二维码区
充磁区

VIP
Lilla
Be Yourself

Lilla
Be Yourself
VIP


Lilla
Be Yourself
1，持此卡可享受满500元八折优惠
2，凭此卡可在购买正装后加优惠券可获得那不勒斯四部曲的书一本。
3，凭此卡可优先参与店铺优惠活动
4，凭此卡正式成为公司VIP贵宾，享用公司图书角与试香间。
5，注：此卡仅限使用三次
15436778992
15436778992@163.com
广东省东莞市宏远路成陵街226号华南商业区
Guangdong province Dongwan City hongyuan route 226 in Huanan commercial distict
二维码区
充磁区

Lilla
Be Yourself
1，持此卡可享受满500元八折优惠
2，凭此卡可在购买正装后加优惠券可获得那不勒斯四部曲的书一本。
3，凭此卡可优先参与店铺优惠活动
4，凭此卡正式成为公司VIP贵宾，享用公司图书角与试香间。
5，注：此卡仅限使用三次
15436778992
15436778992@163.com
广东省东莞市宏远路成陵街226号华南商业区
Guangdong province Dongwan City hongyuan route 226 in Huanan commercial distict
二维码区
充磁区

VIP
Lilla
Be Yourself

L'illa
Be Yourself
BE YOURSELF

L'illa
Be Yourself
COURAGE
BEAUTY
CONFIDENCE

CONFIDENCE
BEAUTY
COURAGE
YOUESELF

VIS 视觉系统设计

Lilla Perfume Corporation

L’ARTISAN PARFUMEUR
香水店

展示设计项目

2021Jan – 2021Mar

凸显阿蒂仙新品的创新精神,并做好新旧之间的过渡,以一天的时间为牵引探索出植物世界的一朝一暮

设计重点突出展示新品“植物秘境”–黑色夜晚中植物的美丽世界,而且新品形式比较圆润,而旧品形式比较直线条

CAD
Plan Design

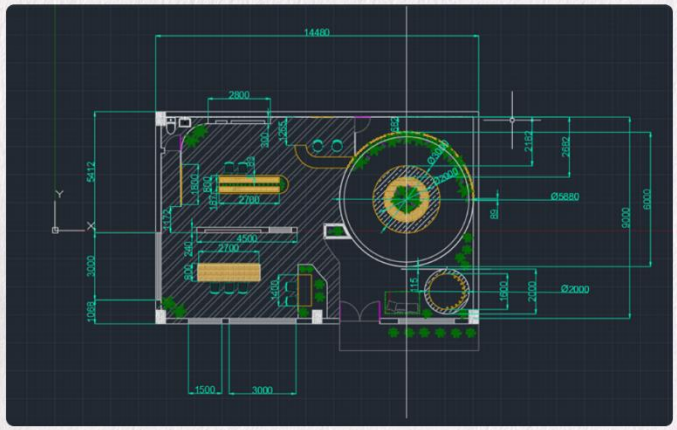
RHINO
Model Design

KEYSHOT
Rendering

L’ARTISAN PARFUMEUR
香水店

行为流程的引导

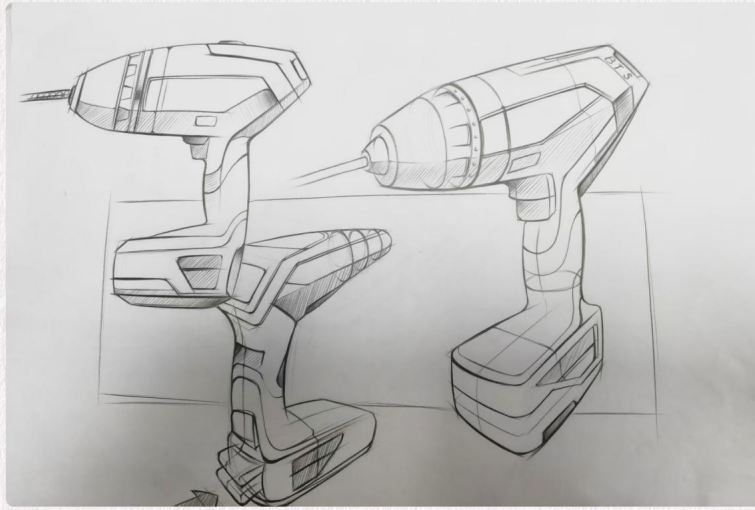
门口处黑色地面与植物秘境专题地面一致引导人看新品
整个流动路径也模拟了从黑夜到白天的时间
新品展示区放置大量植物吸引人们靠近
微微下沉的空间也会让人更容易涉足

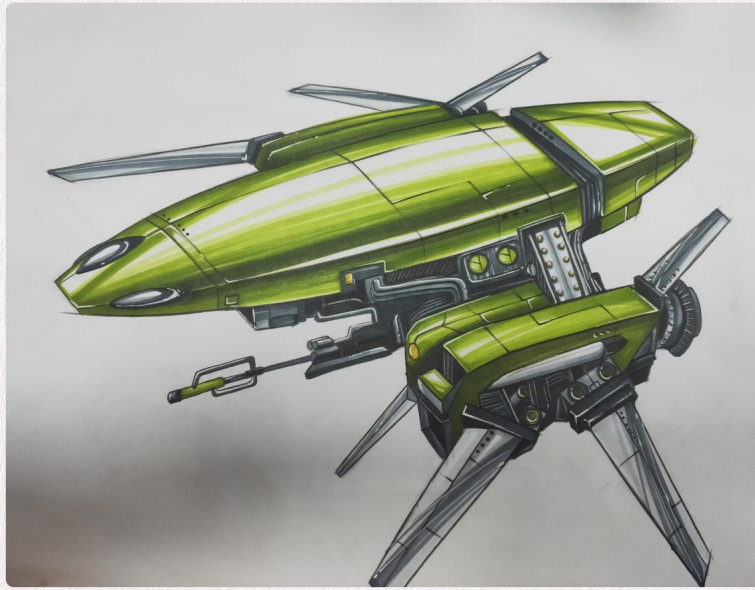


四维视角的三维设计

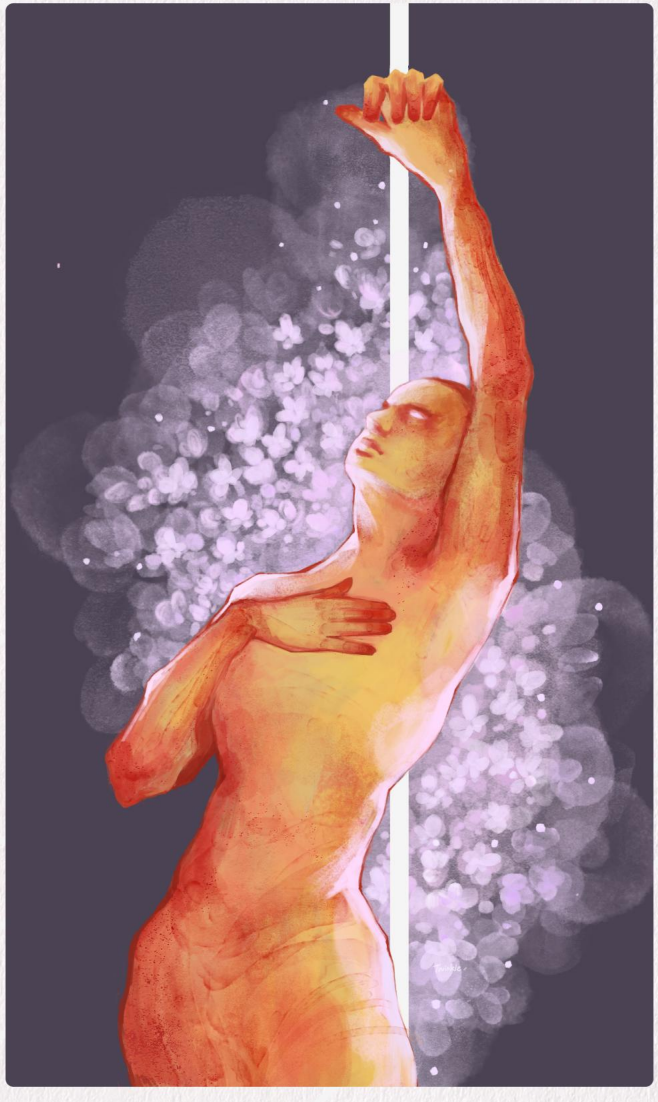
以一种变化着的思维考虑各个物品摆放的位置,代入行进中的人的角色,揣摩其心理状态的变化。以人为中心的话,物随视角变化而变动,因此需要考虑一个物品的不同切面的状态。

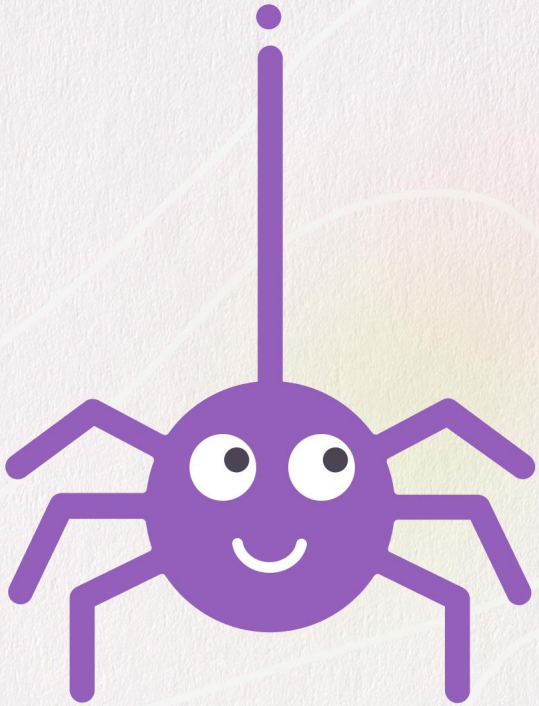
建模渲染、手绘练习

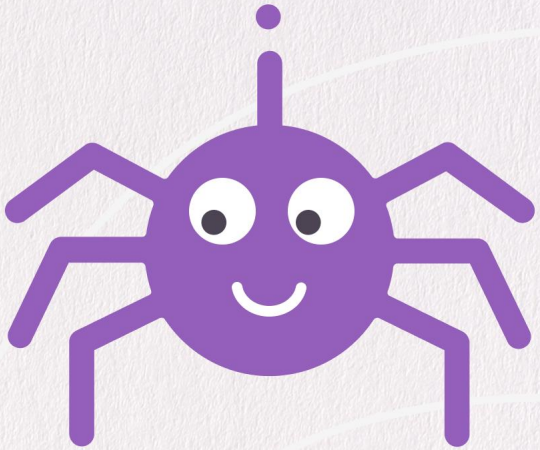




数字板绘







設計者
Spider蔡文利

电话:19862525195
邮箱: C2605697775@163.com

赋 予 物 品 以 人 的 灵 魂 | 传 递 人 与 人 之 间 的 爱