

User Interface DESIGNER



2022 作品集



LizunaZhang

. 2022 UI设计师. 张炼珠

D

m

s



“你好，我是张炼珠，很高兴认识你。”

女 | 1990.08.18 | 中共党员 | 广东珠海

2008.09-2012.06 | 本科 | 电子科技大学

具备一定绘画能力，能独立绘制运营插画
能独立完成App、小程序及后台管理系统项目
七年UI设计经验、具备0-1以及迭代项目经验

求职意向：高级UI设计师

项目经历

2021.09 - 至今

北京数字云仓科技有限公司(生鲜电商) | 高级UI设计师

- 1、带1名UI设计师，负责国粮鲜生小程序、阿健厨房小程序从0-1及迭代版本的全部设计工作（UI+Banner+运营图+交互等）；
- 2、独立负责国粮鲜生采购端APP（Android）从0-1的全部设计工作；
- 3、负责国粮牛羊APP（Android+iOS）中的大数据分析模块（数据可视化）相关设计工作。

2015.05 - 2021.08

北京明月软件技术有限公司 | UI设计师

明月软件主要从事IT技术服务和数字化解决方案，员工1000余人，年营收超3亿元。

- 1、带1-2名设计师，负责尼基营养APP、啄木医生APP、中债资信分析师办公一体化平台、中债资信信用风险评价管理系统等项目设计模块的沟通、设计、交付工作；
- 2、独立负责中债资信APP、VV go网约车APP、Energy DNA APP、大医护生（微信医生端+微信患者端）等项目设计模块的沟通、设计、交付工作。

2012.02 - 2015.04

珠海市中治信息技术有限公司 | 新媒体运营

负责公司微信公众号的运营,包括文案策划、图片设计、粉丝运营等。

国粮鲜生项目

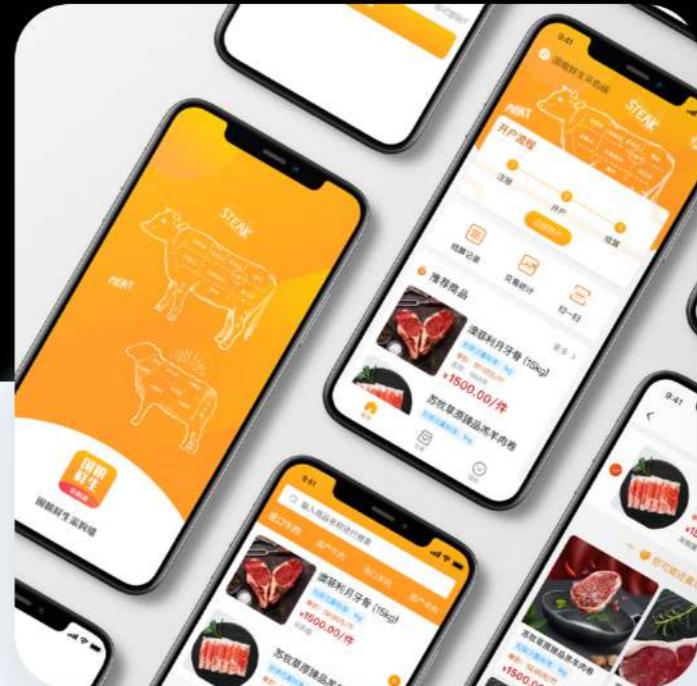
建立国粮鲜生项目矩阵,从iOS、Android、微信小程序和后台管理系统等多个载体进行设计,打通项目矩阵
负责国粮鲜生项目c端和b端的UI设计、线上线下的运营设计以及IP设计



国粮鲜生微信小程序

Versuon 1.0.0 – 1.3.0

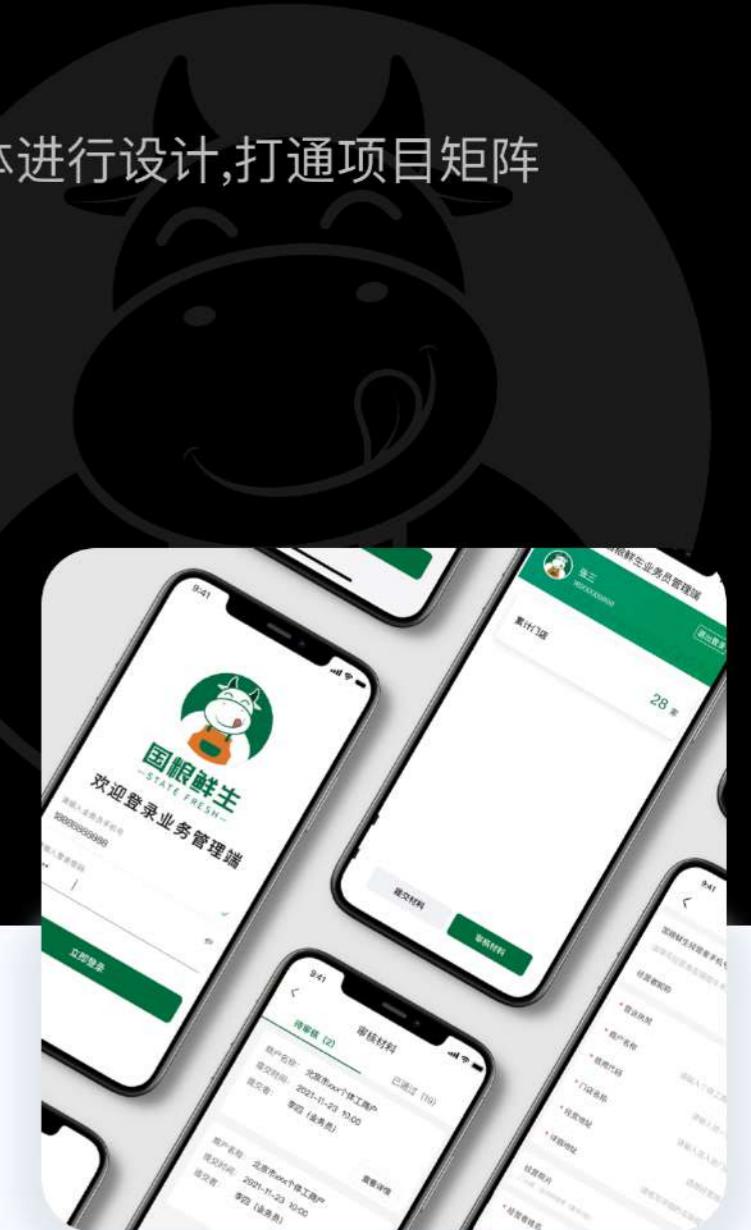
为消费者提供便捷生活类平台
打造社区鲜生购买高质量农产品



国粮鲜生采购端

Versuon 1.0.0

门店老板采购专属通道



国粮鲜生业务员管理端

Versuon 1.0.0

业务员分区管理门店,快速审核

国粮鲜生微信小程序

国粮鲜生微信小程序,致力于为社区周边的便民市场、超市肉店、非连锁生鲜店提供平台让其更好、更安全的做生意
同时也能为消费真提供更安全、更放心、更便利的农产品，追求平直美好生活提供可能
我独立负责整个项目的UI设计, 从 0 – 1 以及迭代项目



国粮鲜生微信小程序

打造社区便利生鲜店,消费者安心购买农产品
– 微信小程序搜索：国粮鲜生

Version 1.0.0

Version 1.2.0

Version 1.3.0



国粮鲜生微信小程序

01 The Blackground

项目背景

国粮鲜生品牌标准化示范店项目是青牛中心积极响应国家号召，巩固扶贫成果，通过品牌赋能广泛分布于社区周拜年的便民市场档口、非连锁生鲜店等相对弱势的市场从业者,让其更好、更安全的做生意。同时也能为消费者提供更安全、更放心、更便利的农产品，追求品质美好生活提供可能。

—

国粮鲜生项目作为公司2021年的重点开发项目，我独立负责该项目的消费者，从0 – 1 进行设计以及迭代项目。

产品目标

用户

为消费者提供便民、安全的购买农产品移动端平台
为社区超市、非连锁生鲜店提供出售产品的便利平台



产品

从微信小程序着手，轻量化打造产品，提高粘性
新用户注册即可获得优惠券，每次购买后重新获得优惠券，从而提高用户粘性，增强使用习惯



国粮鲜生微信小程序

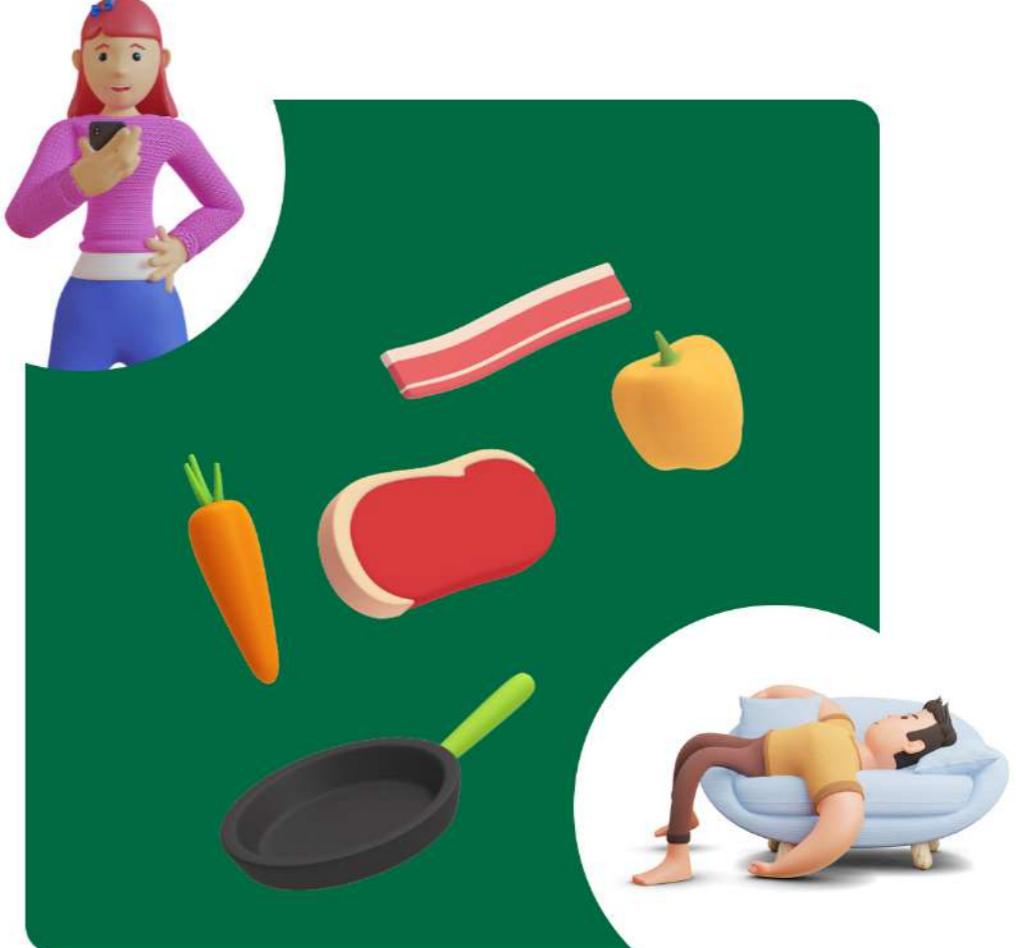
02 The Target User

目标用户

国粮鲜生目标用户为日常购买肉类、农产品高频的人群，针对此人群，可分为：上年纪的老太太老爷爷、家庭煮夫/妇、下班购买食材的上班族。

—

项目根据目标用户的生活场景及日常习惯，首页及主要功能根据其设计体用感。



03 Design Strategy

设计策略

用设计策略给目标用户带来价值，为业务带来变现价值。



视觉加强品牌

强调使用品牌色

强调品牌色，加深用户品牌印象

使用热烈色相，刺激用户购买产品



智能推荐

帮助用户选择就近门店

根据用户定位，展示最近生鲜门店
首页展现热门或购买过的产品



意向转化

有效解决用户的问题

优化下单路径，快速解决用户问题
提高使用方便性，加强用户黏贴

04 Form & Color

设计体系

品牌主色



#006A42



#003529



#E0F0E4



#FFFFFF

品牌辅助色

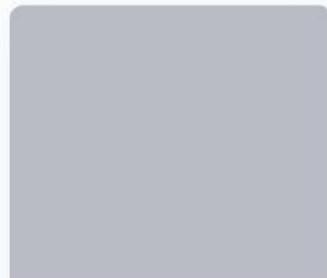


#DC1A1A



#ED6C00

字体色



#BBBBC5



#909098



#66666F



#121214

字体

中文：苹方、微软雅黑

英文：SanFrancisco、Arial

根据手机系统，显示系统字体

05 First Page 首页



01 效率

产品目标需要提高转化率，首页采用布瀑布卡片式，展示优惠券所对应使用产品类型，布瀑布卡片沉浸式浏览，橙红用色刺激消费

02 建立品牌认知

首页头部采用品牌色背景，tab图标加强品牌色，塑造用户心智感知，加强品牌色印象

03 设计突出重点

为进一步提高促单转化率，优惠券突出优惠金额设计，刺激用户消费

04 延展性

优惠券布瀑布采用组件性式，可无限延展循环



06 Other Pages 其他页面



01 效率

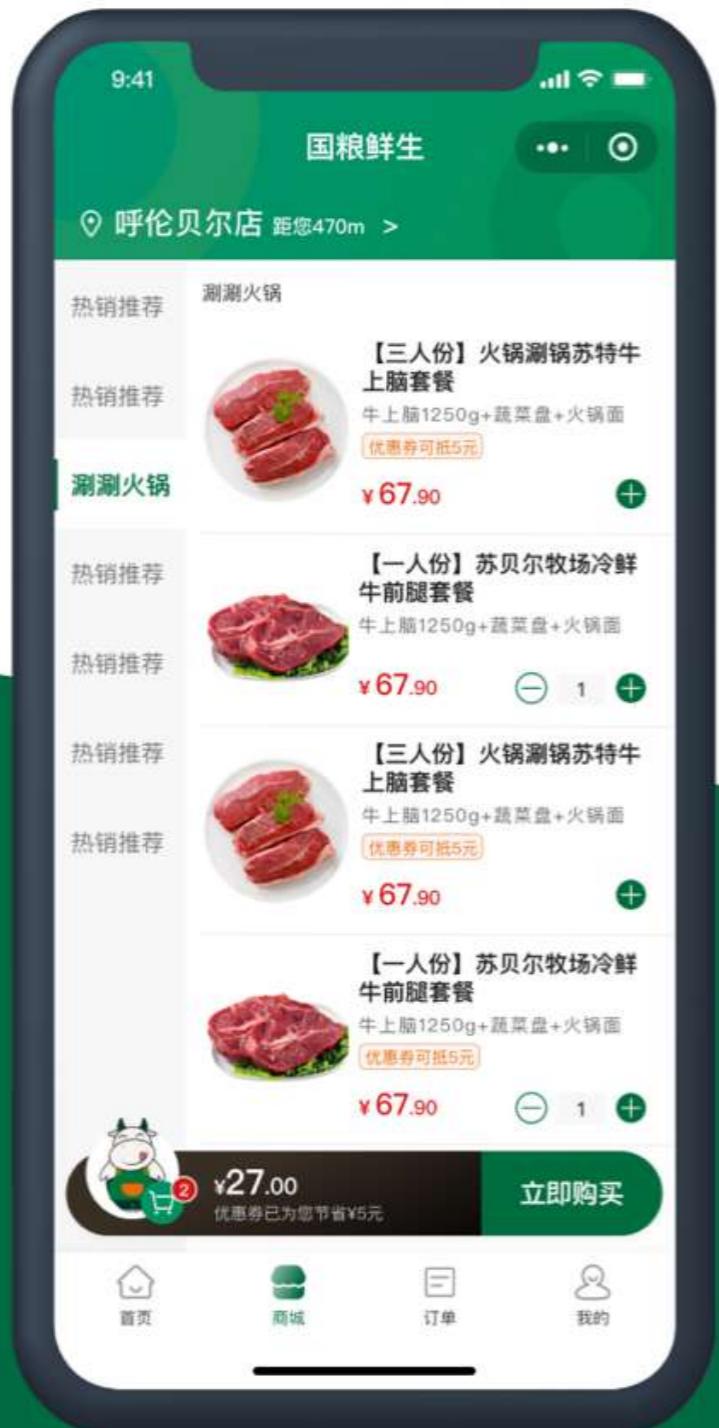
查找门店，就近定位用户附近门店，可一屏展示附近门店，选中门店，界面下方会出现门店信息小卡片，方便用户操作习惯

02 建立品牌认知

定位店铺位置图标，使用【国粮鲜生】的logo，对用户加强品牌形象



07 Other Pages 其他页面



01 延展性

随着入驻门店的不断扩张，单一的商品类型无法满足不同门店陈列，在Version1.3.0中在tab中新增【商场】入口。不同生鲜门店，可在后台管理系统设置各自的左侧的菜单栏

02 建立品牌认知

界面中下方购物车左侧，加入【国粮鲜生】logo，点缀界面的活力，并且再次加强品牌的形象



08 Other Pages 其他页面

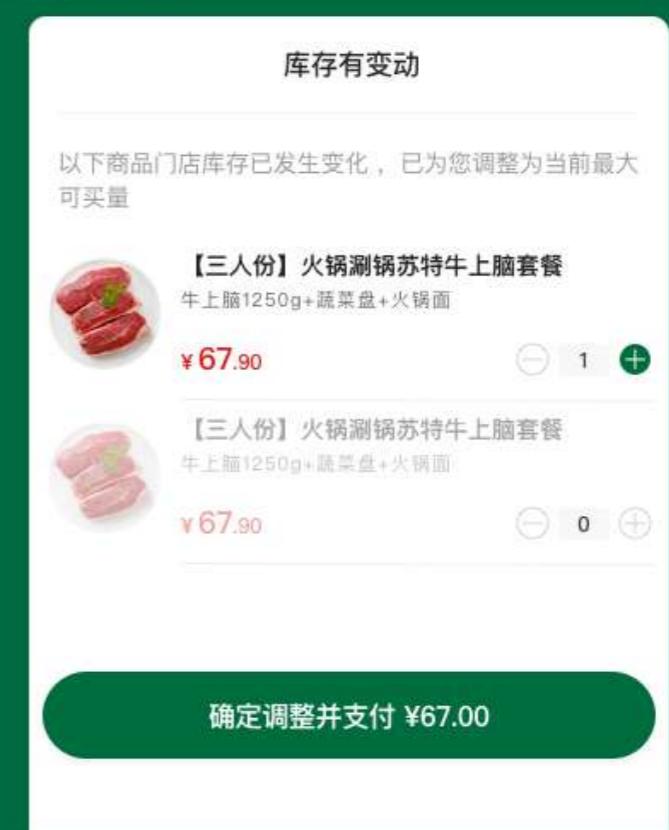
01 特定场景使用模式

【国粮鲜生】前期主要以售卖牛羊肉为切入口。考虑生鲜超市、非连锁超市的使用场景，消费者购买的高频，从页面交互上为“确认订单”设计为：现场购买和预约自提的两种左右切换方式。左右切换，信息清晰，用户根据实际场景可切换使用



02 提高转化率

考虑到消费者在购买过程，遇到店家库存量不足的情况，为提高转化率，减少消费者退出结算界面，在确认订单界面，系统判断库存提示用户可在当前页面更改数量，随即可继续支付



09 Project Summary 项目总结

Version 1.0.0 — Version 1.3.0

从10月初接到项目需求，与相关部门实地考察使用场景，团队历经过数周产品定义，归纳整理，独立完成第一版UI设计。但因硬件设备交付维护与软件支付功能等技术壁垒等原因，以致项目核心需求需重新定义，界面对应需要更改。根据需求重新改版设计，按时保量完成了任务，独立输出Version1.0.0，12月初按时上线。

Version1.0.0核心功能是发放商品对应优惠券，运用消费者心理，刺激消费者现场购买，取货走人。通过邀请人注册赠送优惠券，以及购买过商品随即赠送新的优惠券，拉新留存。

经过市场反馈，数据追踪，用户体验分析，通过评审会需求讨论，Version 1.2.0在原来基础上，新增自提取货方式。迭代新增tab标签栏，在tab标签栏独立设置“订单”入口，消费者能快速进入“订单”界面，在管理端和消费者端增加二维码取货识别，提高取货效率。在7天内，独立完成Version 1.2.0的迭代设计。

经过Version 1.0.0与Version 1.2.0的推广，B端入驻门店已达100+家，【国粮鲜生】商业价值逐步得到肯定。在经过以上版本的功能使用基础上，数据不断积累追踪分析，在原来基础上，迭代Version 1.3.0版本功能。根据商家的商品各有不同，tab标签新增商城，商城菜单栏为商家做自定义适配。为提高转化率，在下单-结算的界面，减少用户在界面的过多无效滞留时间，通过数据分析，在库存量不足影响结算的操作这步不断优化，减少无效滞留时间平均3秒，提高转化率5%。

互联网的设计都是为商业所服务。在产品定义之下，设计出符合用户操作的界面，解决用户问题，才能体现出产品价值。

国粮鲜生采购端

建立国粮鲜生项目矩阵,从iOS、Android、微信小程序和后台管理系统等多个载体进行设计,打通项目矩阵
国粮鲜生采购端为门店老板提供进货专属通道



国粮鲜生采购端

国粮鲜生门店老板进货专属通道
– Android

Version 1.0.0



01 The Blackground

项目背景

国粮鲜生品牌标准化示范店项目是青牛中心积极响应国家号召，巩固扶贫成果，通过品牌赋能广泛分布于社区周拜年的便民市场档口、非连锁生鲜店等相对弱势的市场从业者,让其更好、更安全的做生意。同时也能为消费者提供更安全、更放心、更便利的农产品，追求品质美好生活提供可能。

—

国粮鲜生项目作为公司2021年的重点开发项目，我独立负责该项目的采购端，从0 – 1 进行设计以及迭代项目。

产品目标

用户

为入驻国粮鲜生门店老板提供专属的采购通道



产品

国粮鲜生采购端为后期专属供应链渠道做准备，用户可以通过使用国粮鲜生采购端,采购直供内蒙四大草原的高质量牛羊肉产品与国外高质量肉类



02 The Target User



目标用户

国粮鲜生采购端目标用户为入驻国粮鲜生门店的店铺老板。老板可使用专属的国粮鲜生采购端，进货高质量肉类蛋白产品。

—

项目根据目标用户的使用场景，根据产品目标进行UI设计。



03 First Page 首页



01 效率

产品目标帮助新用户快速开户注册，界面首页上部直接展示开户流程，清晰明了。中部卡片展示，用户的主要功能

02 建立品牌认知

国粮鲜生采购端作为国粮鲜生系列产品，使用了以国粮
鲜生小程序辅助色为主色调，衍生
系列设计

03 延展性

设计采用组件化卡片式，新增需求可合理安排

04 Other Pages 其他页面

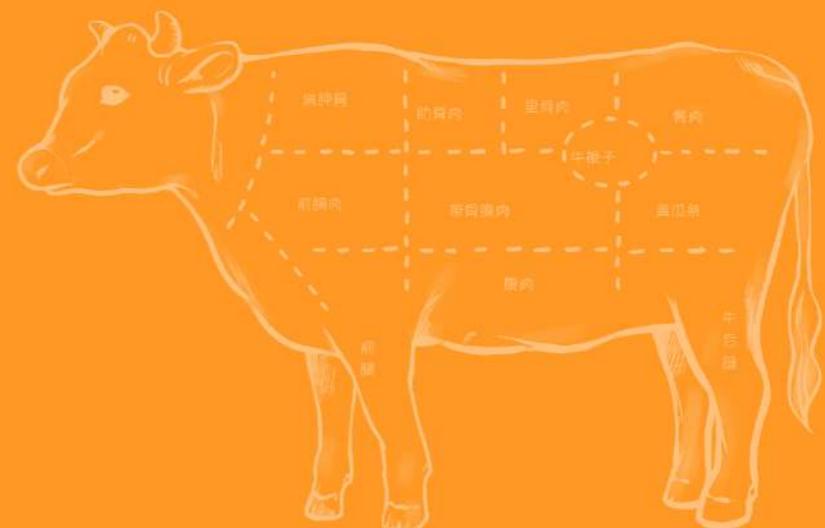


01 建立项目矩阵

国粮鲜生采购端作为国粮鲜生项目供应链的其中一环，用户使用该端时，也可从首页左上角的切换入口，进入其他供应链，进行商品对比

02 打造轻量化

国粮鲜生采购端轻量化打造核心功能，不加入复杂功能，一步到位



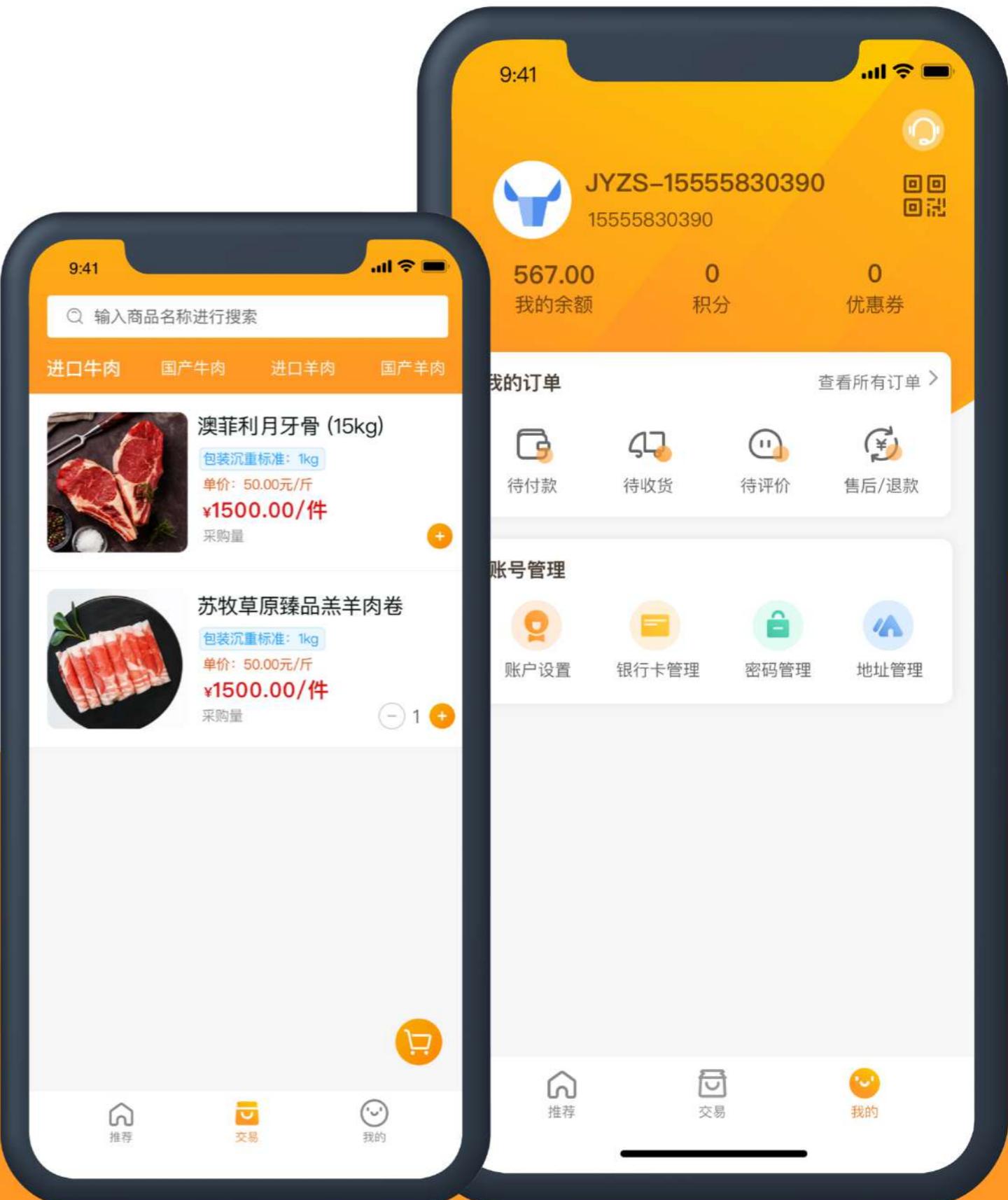
05 Other Pages 其他页面

01 统一风格，加深品牌形象

国粮鲜生采购端作为国粮鲜生项目其中一环，设计风格、图标样式与主要产品国粮牛羊和国粮鲜生保持一致

02 打造轻量化

国粮鲜生采购端轻量化打造核心功能，分层清晰，
用户一用就会



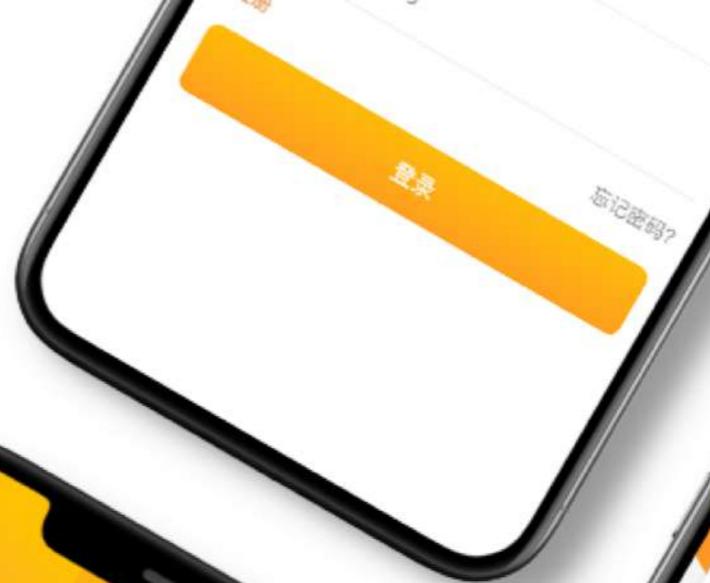
国粮鲜生采购端

06 Other Pages 其他页面

国粮鲜生门店老板进货专属通道

- Android

Version 1.0.0



国粮鲜生业务管理端

建立国粮鲜生项目矩阵,从iOS、Android、微信小程序和后台管理系统等

多个载体进行设计,打通项目矩阵

业务管理员可通过PC后台以及移动端快速审核入驻门店的资料



国粮鲜生业务管理员端

移动端业务管理, 让业务员快速审核资料

- Android

Version 1.0.0



01 The Blackground

项目背景

国粮鲜生品牌标准化示范店项目是青牛中心积极响应国家号召，巩固扶贫成果，通过品牌赋能广泛分布于社区周拜年的便民市场档口、非连锁生鲜店等相对弱势的市场从业者,让其更好、更安全的做生意。同时也能为消费者提供更安全、更放心、更便利的农产品，追求品质美好生活提供可能。

—

国粮鲜生项目作为公司2021年的重点开发项目，我独立负责该项目的业务管理员端，因是B端后台管理系统，注重功能性设计

产品目标

用户

为公司业务管理员提供便捷审核入驻门店资料



产品

国粮鲜生业务员端，开发了PC后台管理端和移动端，业务员在外洽谈业务，可便捷审核入驻门店的资料，也可以随时查看门店的数据分析



国粮鲜生业务管理端

02 The Target User

目标用户

国粮鲜生目标用户为公司业务管理员，他们主要在外推广国粮鲜生系列产品，以及审核入驻门店资料等工作。

—

项目根据目标用户的工作性质与场景，B端后台管理注重功能性设计，轻量化打造核心功能。



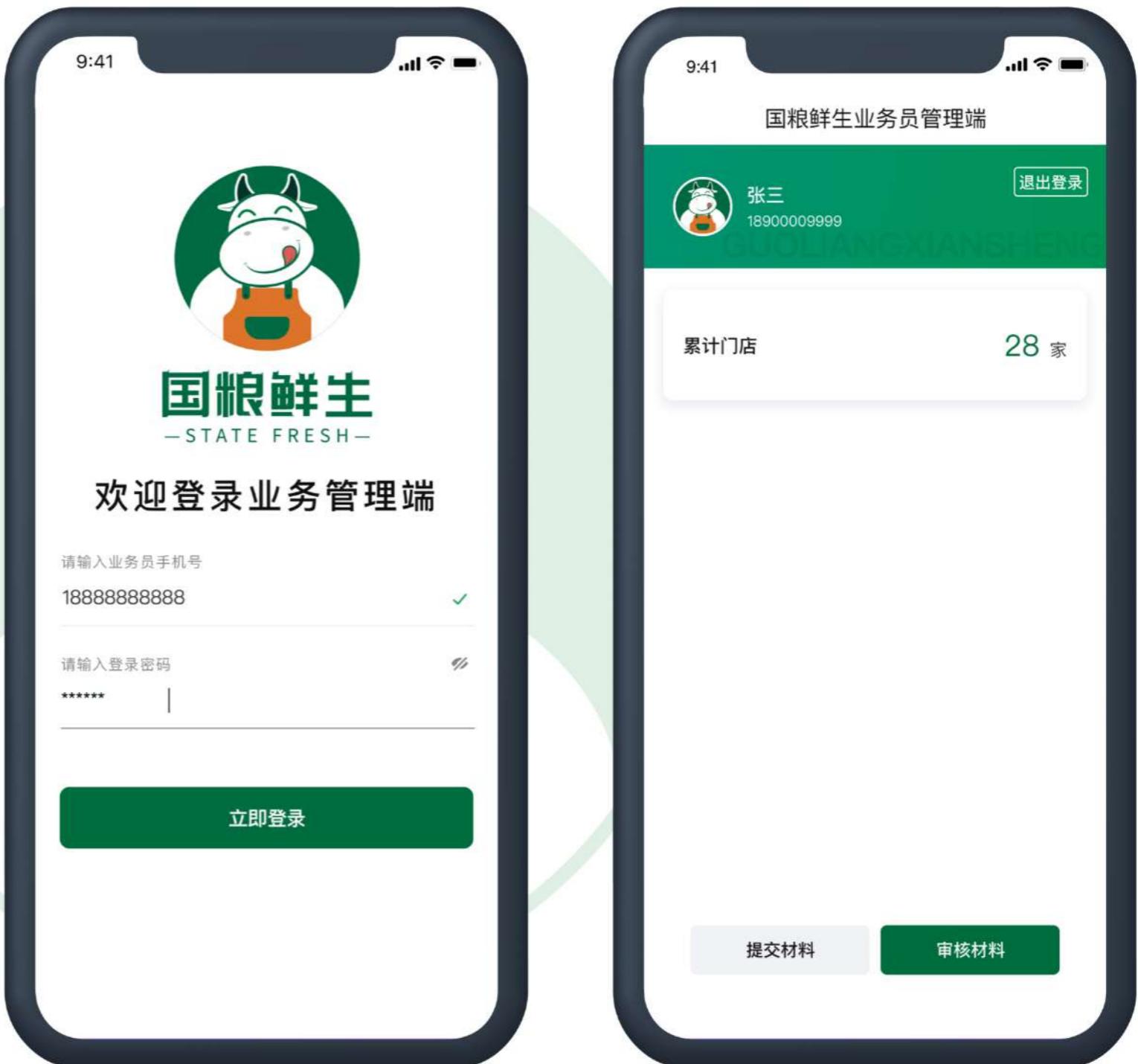
03 Pages

01 建立项目矩阵

国粮鲜生业务管理端，作为国粮鲜生系列产品之一，与其保持风格的统一，作为B端产品设计，注重功能性

02 打造轻量化

国粮鲜生业务管理端，在初期的主要核心工作，是帮助业务员快速审核入驻门店的资料，B端产品，功能清晰，加速系列产品的使用流程



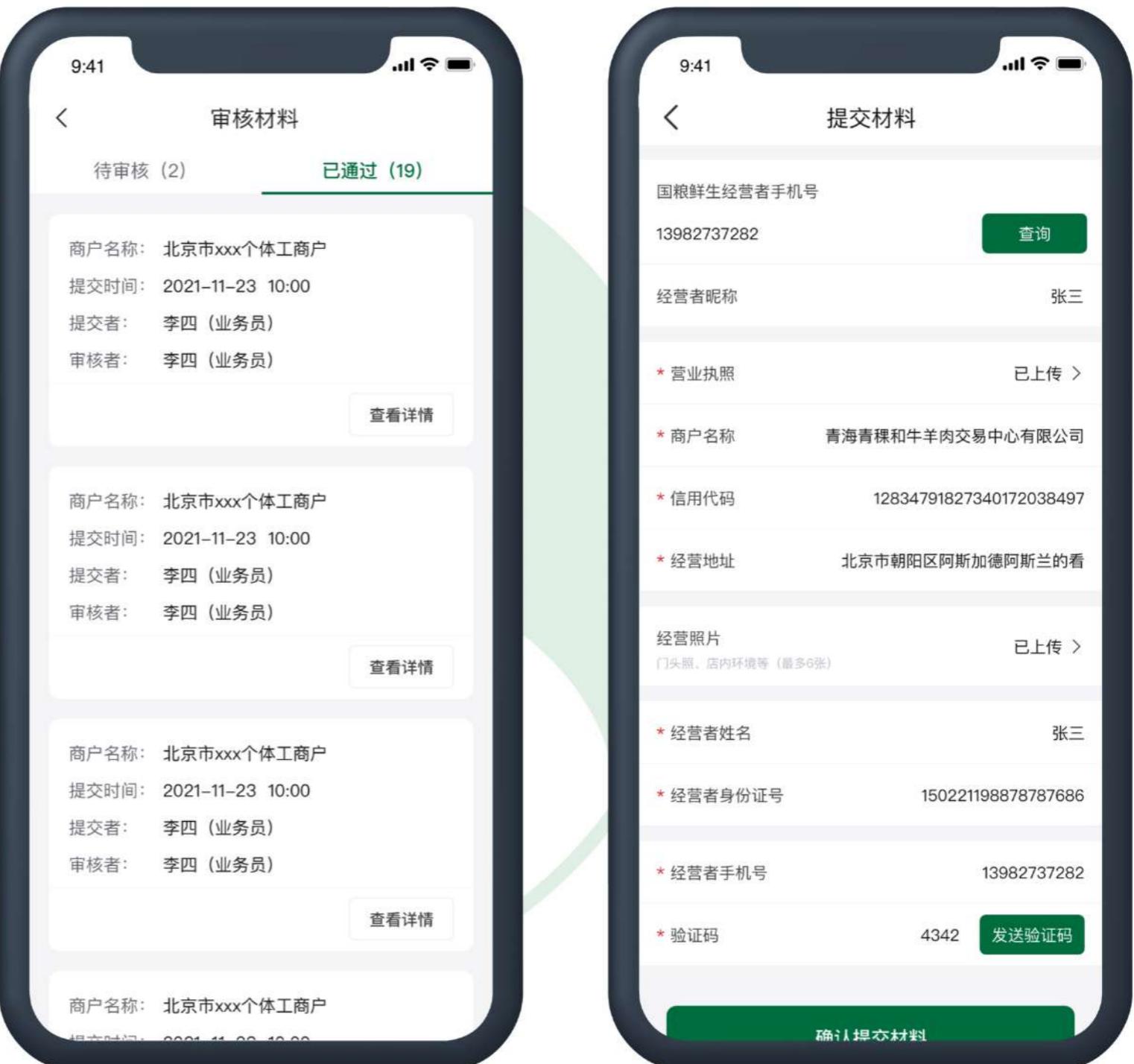
04 Pages

01 效率

主要功能界面采取卡片样式，去掉线条分割，使其信息清晰，便于业务员快速捕获重要信息

02 注重核心功能

国粮鲜生业务管理端，核心功能即提交资料，快速审核通过。不参杂复杂流程，审核主要信息，帮助开展系列产品的使用



国粮鲜生业务管理端

05 Other Pages

移动端业务管理，让业务员快速审核资料

- Android

Version 1.0.0





国粮牛羊肉查查

改版设计

Version 1.3.0

国粮牛羊APP是为用户提供牛羊肉行业行业资讯、数据分析、供需洽谈、商家入驻的综合产品。其中数据分析的模块由我进行改版升级设计，模块更名为肉查查



01 The Blackground

项目背景

国粮牛羊APP是为用户提供牛羊肉行业行业资讯、数据分析、供需洽谈、商家入驻的综合产品。

肉查查模块功能，前身为国粮牛羊APP的大数据分析功能，主要展示对四大市场、国内外牛羊肉价格的行情数据、行情分析以及数据简报。

—

本次由我独立负责肉查查功能模块改版升级设计，最终输出Version1.3.0版本升级。



02 Definition

定义问题

通过业务（用户）诉求旧版存在的问题，归纳整理，确定改版设计的维度。

肉查查模块功能，前身为国粮牛羊APP的大数据分析功能，主要存在样式老旧，缺乏易懂易用的交互模式，缺乏数据可视化的科技感。

—

本次改版设计，主要任务：确定问题，归纳整理，在与主体APP风格保持一致的基础上，该功能模块的整体风格样式需要重新定义。在新增功能与原来功能之间有效融合，优化交互模式。

设计风格不统一



数据展示不够酷

功能需要增删改



Problem

缺乏品牌调性

信息层级不清晰



.....



03 Revision Ideas

改版思路

接到项目，首先进行用户体验操作，自我归纳发现问题。设计前，明确产品（业务）提出的诉求及目标用户。明确改版升级需要做哪些方面。



01 明确业务诉求

- a、整体样式改版
- b、新增功能
- c、新增页面



02 分析目标用户

- a、提升用户使用时长
- b、增强用户使用功能次数



03 确立设计目标

- a、从整体风格改版设计
- b、使用主题主色
- c、可保持风格一致下
独立创新

04 Upgrade Dimension

升级维度



产品功能

考虑增加功能与原有功能布局，优化功能框架布局



交互

重点优化：主页面是通过选定条件筛选数据，优化筛选条件层级



体验

从界面排版到视觉风格，保持与APP的统一，优化数据可视化设计展示



视觉

改版升级功设计风，从主色、icon、页面、数据展示、缺省页着手

05 Band Color

色彩规范

01 标准色

国粮牛羊肉查查是国粮牛羊APP里金刚区的主要功能，所以标准色（主色）以国粮牛羊色系为主

02 辅助色

肉查查本质上是数据分析功能，根据业务诉求，以及竞品分析，所以功能界面走暗夜风格，辅助色根据在暗夜风格下所适配颜色

03 图表色

数据可视化多数出现图表，对图表的类型进行规范后，根据字段适配颜色值

标准色



#2964F0



#1B8B57



#B43F39

字体色



#F1F2F6

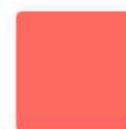


#BBBBC5



#909098

k线图



进口价红蜡烛

#FF6960



进口价绿蜡烛

#00BD9A



市场价格最低

#FFEECA



进口价5日

#83CAFF



进口价10日

#5674FC



市场价格均价

#FEBD33



PPI高于100

#FF6960



PPI低于100

#306FDD



市场价格最高

#FE6603

06 Old Pages 旧版界面 Version1.0.0



07 Upgrade Pages 升级改版界面 Version 1.3.0



08 Take Apart 设计拆解



改版诉求：

- 需要整体样式炫酷科技感
- 突出条件筛选
- 基本功能不变，要求布局架构不变

根据改版诉求，输出新版设计

- 本模块为数据分析功能，展示数据可视化，设计采取暗黑风格
- 主色与主体国粮牛羊APP保持一致
采取蓝色系，同时蓝色代表科技感
- 根据功能属性，数据高低采取国内红绿色涨跌含义。其余颜色通过与主色进行适配
- 为使层级分明，采用卡片式，在需要强调突出功能且保证沉浸式的用户体验下，通过明暗对比突出重点

新版

09 Take Apart 设计拆解

样式老旧



旧版



新版

改版诉求：

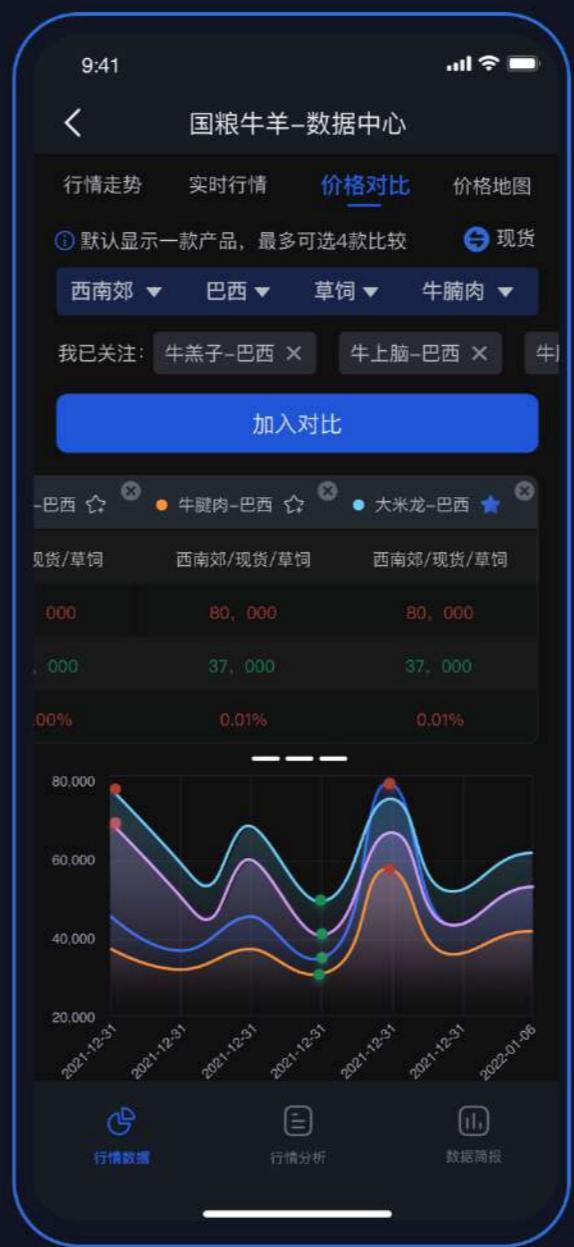
- a、需要整体样式炫酷科技感
- b、增加产品关注功能、排序功能
- c、通用框架保持一致

根据改版诉求，输出新版设计

- a、在首页样式确定后，需与保持一致
通用功能如筛选条件保持一致
- b、在布局不变的基础上，增加排序和
产品关注功能，则需要将每个产品
独立成一块，采用卡片式，再将新
功能与原有功能有效融合，层级信
息分明，通过亮色强调排序
- c、高效利用一屏空间，将原有翻页功
能改为下滑加载数据交互模式，使
用户一屏内看到更多产品信息

10 Take Apart 设计拆解

样式老旧

产品信息展示
需要优化交互价格比较功能
存在难懂难用增加已关注产品
可供筛选比较数据展示
缺乏科技感

新版

改版诉求：

- a、需要整体样式炫酷科技感
- b、增加已关注产品供筛选比较
- c、通用框架保持一致，优化部分交互

根据改版诉求，输出新版设计

- a、通用功能如筛选条件保持一致
- b、在筛选条件上方，加入提示语，使用户快速理解“价格对比”功能，达到易懂、易用原则，优化交互模式
- c、筛选条件下方加入已关注产品，采取左右滑动，点击可进行价格比较
- d、已选择的产品信息，展示在表格内通过左右滑动可查看更多信息，且未曾关注的产品可进行点击关注
- e、图表颜色经过适配优化，增加科技感

11 Default Page 缺省页

重新设计缺省页

将使用场景与用户画像串联起来，设计上增加趣味性，减少用户在缺省页等待情况下产生的消极情绪。



12 Other Pages 其他页面



情绪版设计

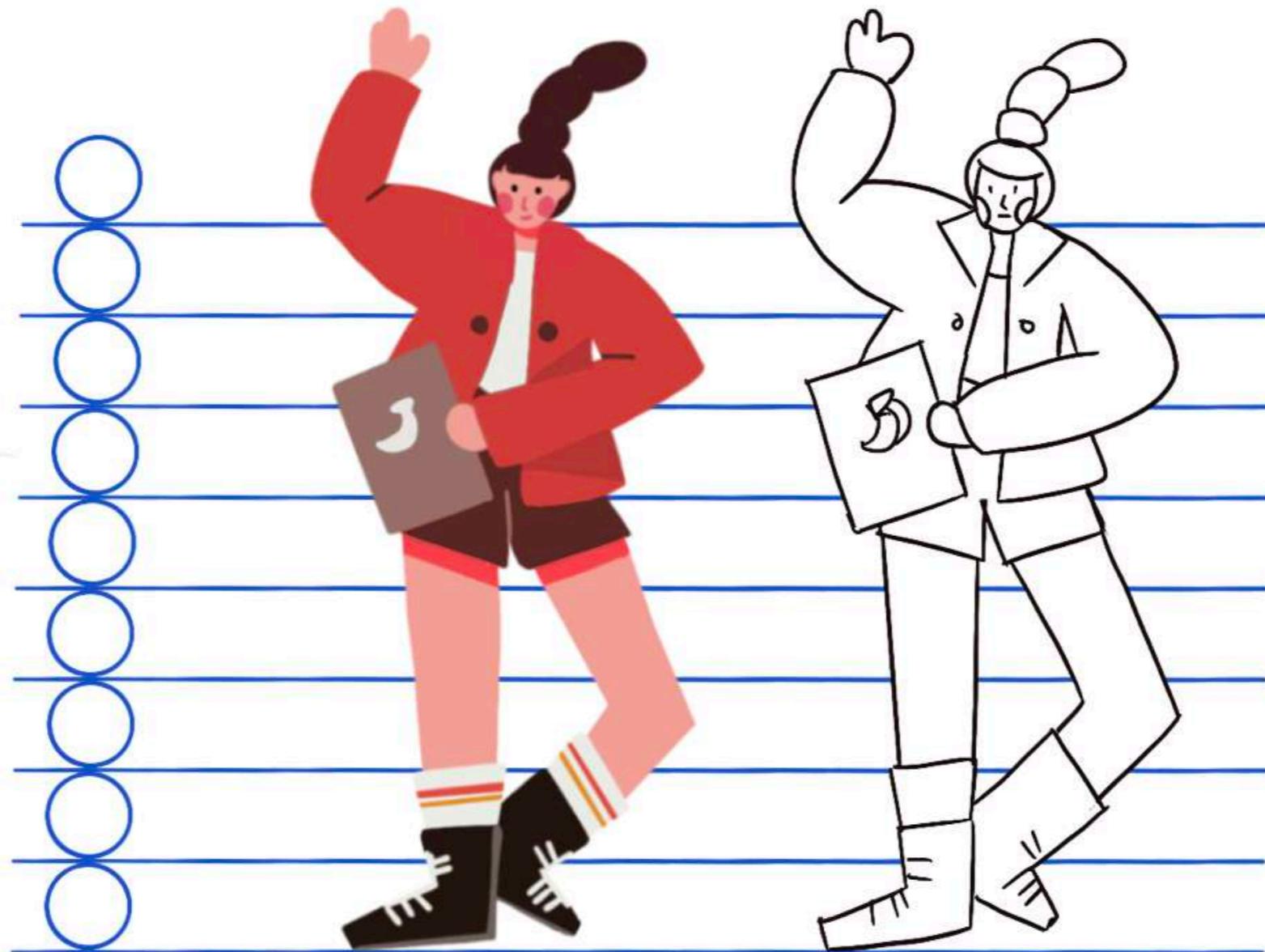
情绪版设计库，可通过使用场景与用户画像串联，设计出相应的情景，运营在对应的产品上。



Proportion

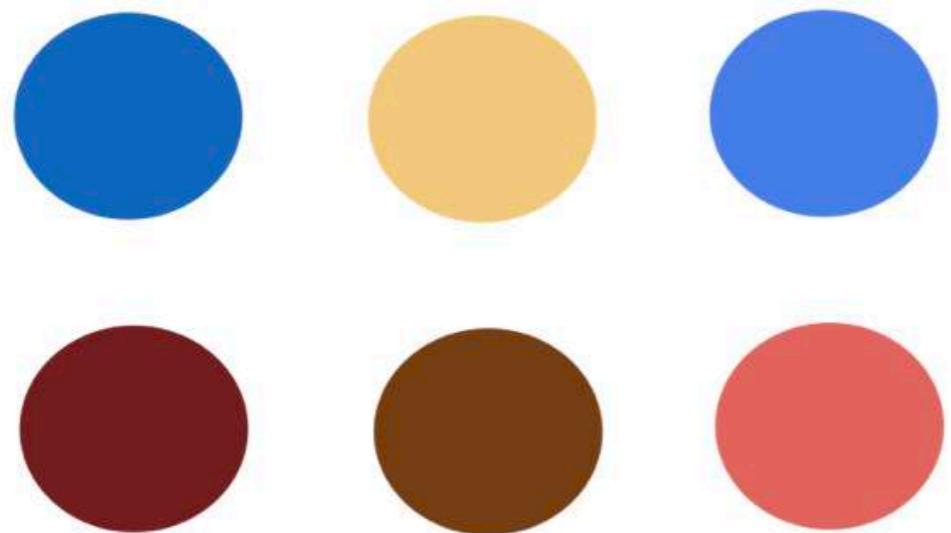


Proportion



○
○
●

Overall color



Line surface mode



Character expression



Word harder

Word harder

Word harder

Girls help girls

ENTER



根据不同主题，情绪版相应设计，如：职场办公

ONLINE SHOPPING EASY BUY

30%



根据不同主题，情绪版相应设计，如：APP应用打折购物



情绪版设计
让设计变得有趣



运营设计

#开屏/banner/popup

Copyright@Lizuna



Illustration Design



运营设计

#开屏/banner/popup

Copyright@Lizuna



Illustration Design



运营设计

#开屏/banner/popup

Copyright@Lizuna

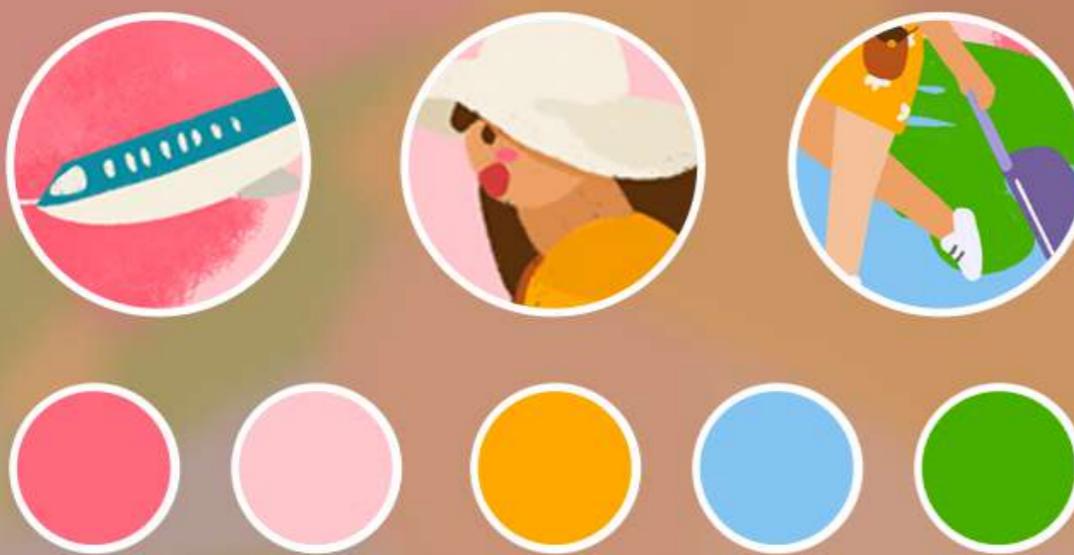


Illustration Design





运营设计

#开屏/banner/popup

Copyright@Lizuna



Illustration Design





Banner合集

Banner设计根据不同的活动性质，使用不同的表现手法，卖点文字做字体设计，渲染贴合主题的活动气氛，提升点击率。



微信表情开放平台

上架中

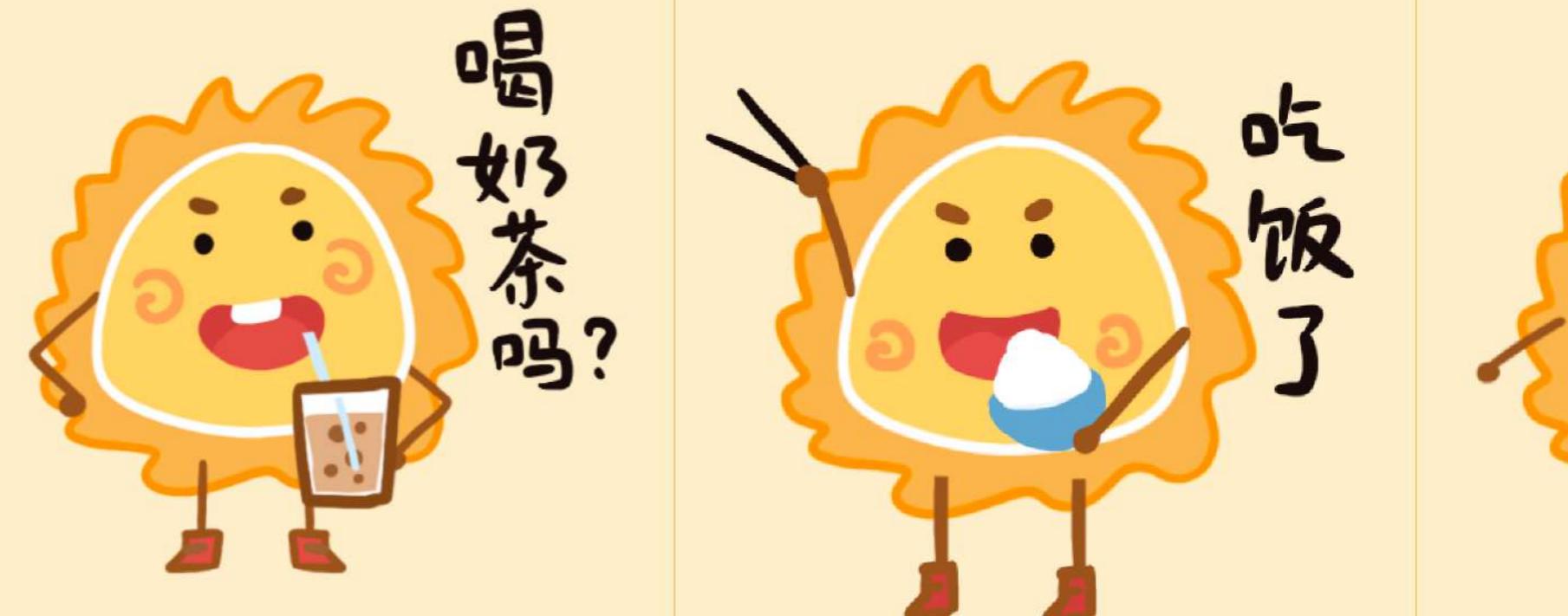
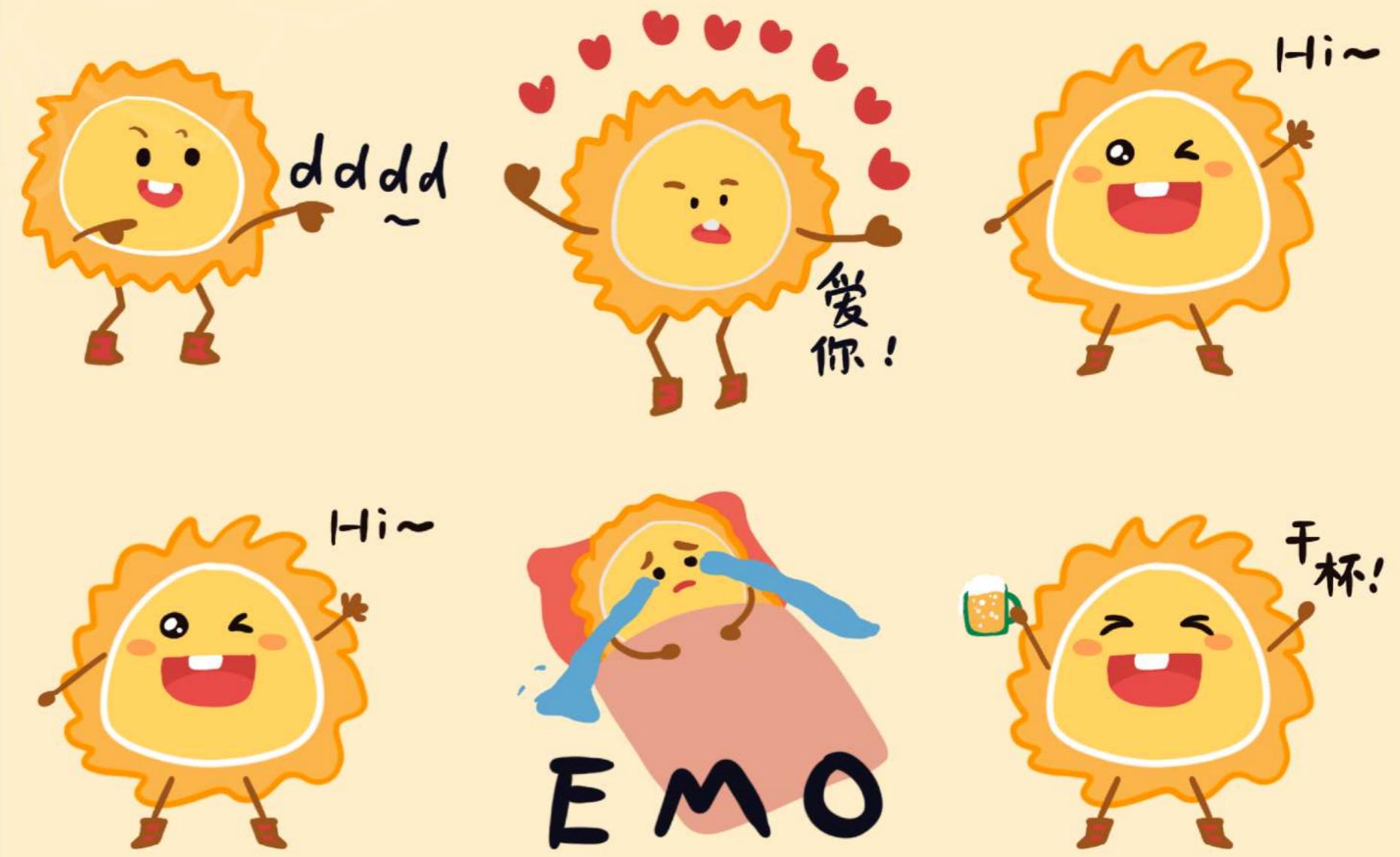
原创个人作品



微信表情开放平台

上架中

原创个人作品



微信表情开放平台

已上架表情包

原创个人作品

搜：小牛阿勤贺新春



微信表情开放平台

已上架表情包

一

原创个人作品

搜：猪肚鸡的日常



User Interface DESIGNER



Thank You

微信 & 手机 : 176 1098 6566

D

M

S