



刘塔玉
LIUTAYU

email: atayu@foxmail.com
Tel: 18569525207

PORTFOLIO

2016–2018 UX design

刘塔玉

UX Designer

185-6952-5207

atayu@foxmail.com

湖南，长沙

EDUCATION

- 2016年–2019年
湖南大学，工业设计工程（硕士）
2012年–2016年
武汉大学，工业设计（学士）
武汉大学，电子商务专业（双学位）

Honors

- 湖南大学研究生一等奖奖学金(2016–2019)
武汉大学优秀学生奖学金(2014)
武汉大学社团活动优秀志愿者 (2014)
卡萨帝创意设计大赛入围奖 (2013)

SKILLS

Illustrator	● ● ● ● ● ● ● ● ○
Sketch	● ● ● ● ● ● ● ● ○
Photoshop	● ● ● ● ● ● ● ○ ○
Indesign	● ● ● ● ● ● ○ ○ ○
Keyshot	● ● ● ● ● ● ○ ○ ○
Rhino	● ● ● ● ● ● ○ ○ ○
Html	● ● ● ● ○ ○ ○ ○ ○
Css	● ● ● ○ ○ ○ ○ ○ ○

INTRERSTS

画画 / 游泳 / 烹饪 / 健身

EXPERIENCE

- 2018.09–2018.12 爱奇艺，技术产品中心–泡泡，交互设计实习生
泡泡是爱奇艺推出的娱乐粉丝社区平台，产品上线3年，目前日均活跃用户达6000万。
·参与产品交互设计，包括产品需求分析、流程梳理、交互稿制作，协助交互评审与验收上线。
·通过竞品分析、用户访谈、埋点数据分析，挖掘用户需求和设计机会点，优化用户体验。
- 2016.09–2018.09 “新通道”设计与社会创新项目，交互设计与产品设计
“新通道”是针对贫困少数民族聚居区开展的非遗文化保护与公益扶贫的示范性项目，项目成果获邀在世界博览会、米兰设计周等展出。
·负责项目平台的交互设计，包括信息架构与流程梳理、页面风格与布局等，和开发合作完成平台的上线。
·参与项目的文创产品设计，通过对地域文化符号的设计语义提取，产出相关文创产品。
·深入云南香格里拉，通过入户调研与文化探究，产出生活形态报告。
- 2017.12–2018.04 湖湘文化创意产品平台设计，校企项目，交互设计
湖湘文化创意产品平台是湖南省战略性新兴产业科技攻关项目，该平台已上线，改版内容还在开发阶段。
·负责产品前后端改版的整体交互设计，通过竞品分析、用户体验地图、用户测试等方法，重新梳理平台信息架构和流程，重点优化后台的上传流程，提高数据上传和管理的效率。
·协助UI设计确定风格、元素、设计规范等，测试中80%的用户反馈体验明显提升。
- 2017.06–2017.10 首届老年人服务设计大赛，校企项目，项目管理与视觉设计
大赛由政府、企业、学校联合举办，旨在通过设计提高老年人幸福感，收到700多件作品。
·参与大赛视觉设计，产出大赛logo及相关周边，协助大赛网站视频的制作。
·沟通协调大赛的组织方和各参与者的需求，并协助成功举办两次设计工作坊；

CATALOG



地域文化知识库Web设计

为设计师打造的地域文化知识平台



乡Home电商APP设计

关于地域文化与手工艺产品的电商APP



念念记分享相册

一款在亲友间共享照片，记录美好回忆的APP



泡泡-青春有你

爱奇艺泡泡社区交互设计实习项目

湖湘文化设计库

一个为设计师打造的地域文化知识平台

设计目标：

1. 重新构建产品架构
2. 提高后台管理人员的上传效率
3. 优化前台用户的查找体验

设计方法：

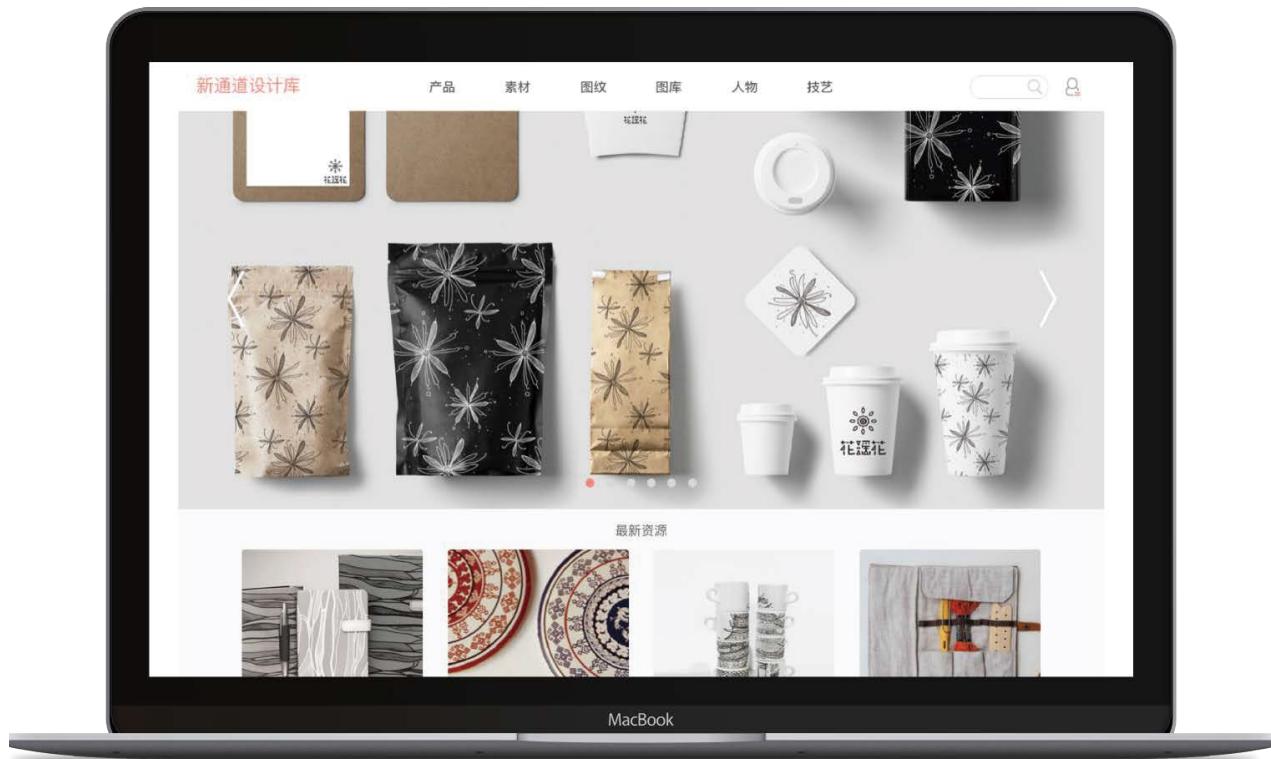
竞品分析、流程优化、用户测试

我的任务：

独立完成交互设计

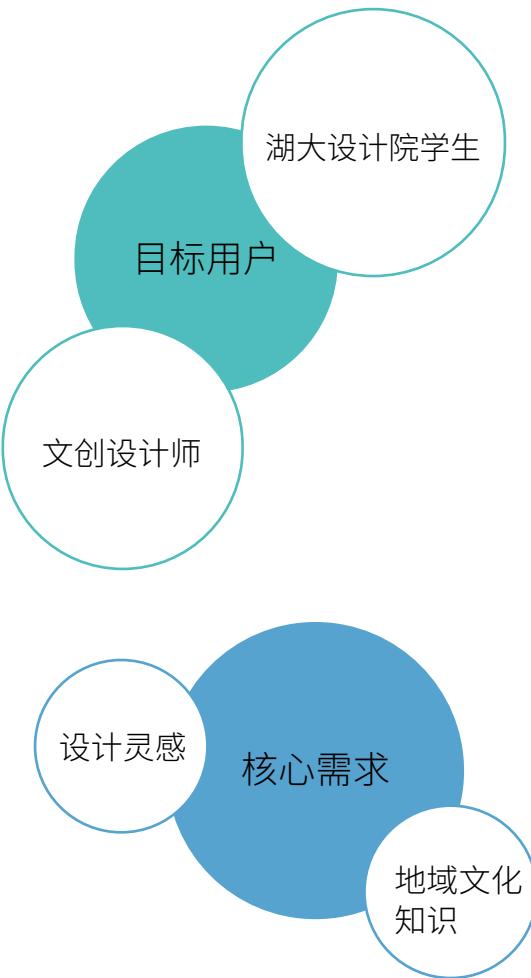
项目时间：

2017.12–2018.04



用户研究

当前平台的主要目标用户是谁？



primary persona



盛琦阳
20岁
湖南大学设计艺术学院
大三学生

目标：获得一些设计灵感和文化知识，设计出好玩有趣又文化价值的文创产品

盛琦阳这学期修了文创产品设计的课程，她觉得湖南有很多有意思的文化传统，但是因为缺乏更深入的了解，课程设计有点难以下手，因此她打算先去了解一些当地习俗、手艺等知识，再找找其他人做的优秀文创设计以获取灵感。

secondary persona



陈俊材
28岁
文创设计师
工作5年

目标：从传统文化中汲取灵感，做一个文化的传播者，让自己的作品被更多人喜欢

作为一个文创设计师，陈俊材不但要学习中国传统文化，从中提炼特有的文化符号，更想要挖掘这些传统文化背后的故事，多方位的了解和解读传统文化，因此他不仅关注优秀的设计，更希望能更近距离的接触一些文化传承人和相关技艺。

竞品分析

产品名称	 设计咖	 花瓣网	 湖湘文化知识平台
主要内容	精品设计资源	设计图片资源	文创设计资源
信息构架	<ul style="list-style-type: none"> 首页 —— 导航栏 —— 首页/资源分类/专题/博客/... —— 资源推荐 —— 精选推荐/最新更新/限时免费 —— 精选专题 —— 热门专题 —— 背景纹理 —— Mockups ... <p>(以资源推荐场景为主)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 首页 —— 导航栏 —— 首页/发现/最新/更多/活动... —— 搜索栏 —— 采集/画板/用户/热门搜索 —— 大家正在关注 —— 为您推荐 —— 画板/人物/兴趣 —— 分类浏览花瓣/所有采集 —— 个人账号 —— 登陆/注册 <p>(以资源搜索场景为主)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 首页 —— 湖湘文化资源库 —— 文章/音乐/视频/搜索 —— 快速开发制作平台 —— 产品设计... —— ID CHANNEL —— 专家评审系统 —— 铜锦库 —— 资源简介/资源展示 —— 花瑶库 —— 资源简介/资源展示 <p>(以资源展示场景为主)</p>
首页布局			
流程操作	首页浏览/搜寻 – 进入详情页获取资源	首页搜索关键字 – 搜索结果 – 获取资源	首页选择类别 – 特定资源库 – 浏览/搜寻 – 资源详情页
视觉表现	页面干净、整洁，色彩俏皮且重点突出	瀑布式布局、卡片式展示，活力十足	暗色调背景图，稳重而传统

3
前台
信息架构

前台信息架构

信息分类：

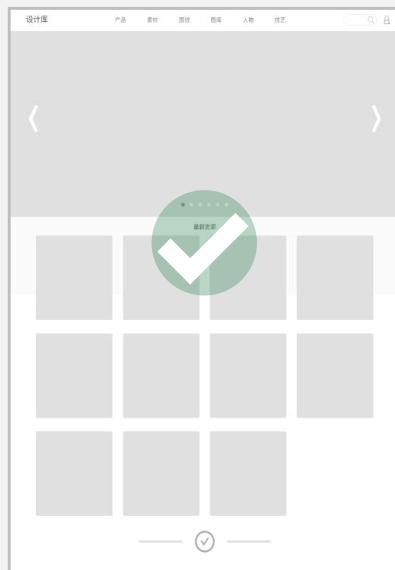
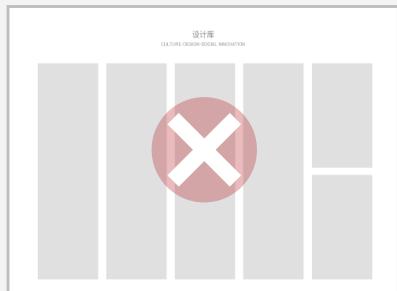


资源库前台

首页	产品	素材	图纹	图库	人物	技艺	个人中心
资源搜索	产品搜索 热门搜索 关键词搜索 标签筛选	素材搜索 热门搜索 关键词搜索 标签筛选	图纹搜索 热门搜索 关键词搜索 标签筛选	图库搜索 热门搜索 关键词搜索 标签筛选	人物搜索 热门搜索 关键词搜索 标签筛选	技艺搜索 热门搜索 关键词搜索 标签筛选	我的收藏
头条推荐							我的下载
最新资源							浏览历史
关于我们	产品列表 预览图 产品名称 产品标签	素材列表 预览图 素材名称 素材标签	图纹列表 预览图 图纹名称 图纹标签	图库列表 预览图 图库名称 图库标签	人物列表 预览图 人物名称 人物标签	技艺列表 预览图 技艺名称 技艺标签	问题反馈
	产品详情 产品文章 相关卡片 相关推荐 收藏 下载	素材详情 素材文章 相关卡片 相关推荐 收藏 下载	图纹详情 图纹文章 相关卡片 相关推荐 收藏 下载	图库详情 图库文章 相关卡片 相似图片 收藏 下载	人物详情 人物文章 相关卡片 相关推荐 收藏 下载	技艺详情 技艺文章 相关卡片 相关推荐 收藏 下载	设置

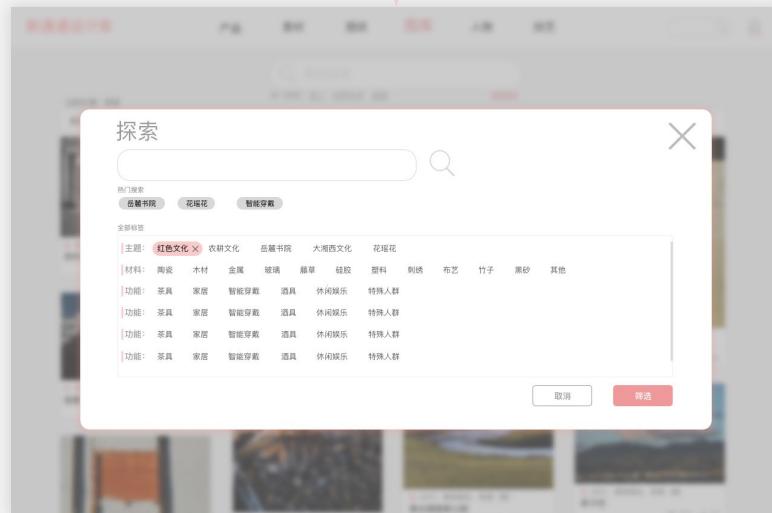
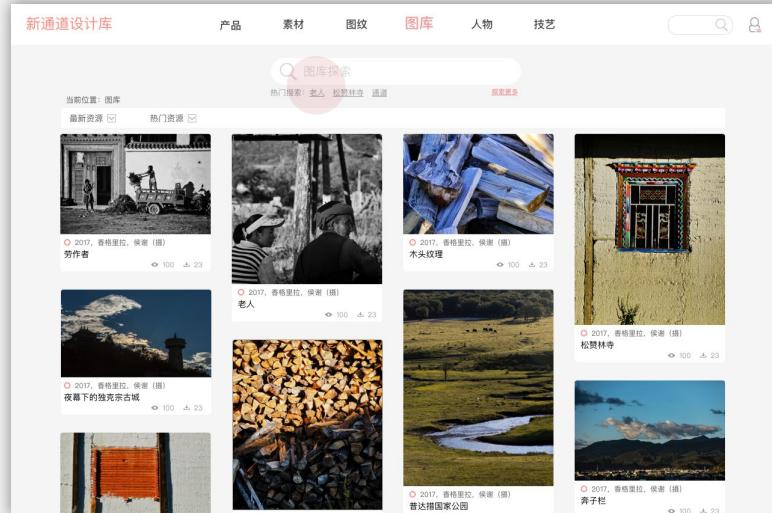
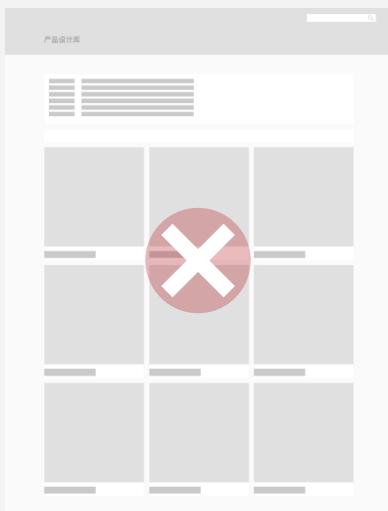
湖湘文化前台-首页

4
前台
设计方案



4
前台
设计方案

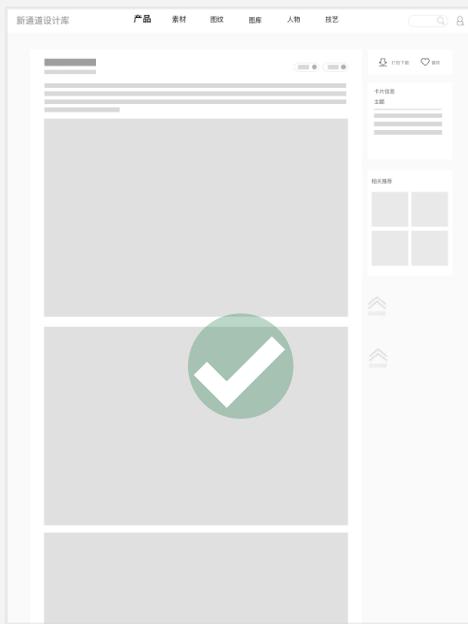
湖湘文化前台-资源展示



湖湘文化前台-资源详情

4

前台
设计方案



乡home设计库

当前位置：产品 > 木材、陶瓷 > 手工织带DIY套装

探秘香巴拉璀璨东巴文化——东巴纸
Tayu 2017-11-23

东巴纸

东巴纸是古时东巴族用以书写经文的专用纸，承载着纳西族悠久的历史与文化，用这种珍贵的手工纸记载的经文，千年不朽。有“纸寿千年”之说。可以说，东巴造纸工艺是现今仅存的古老手工造纸工艺之一，它由东巴们世代相传。

相关技艺：

- 藏香
- 唐卡

相关人物：

- 李秀花
- 和秀红

后台管理

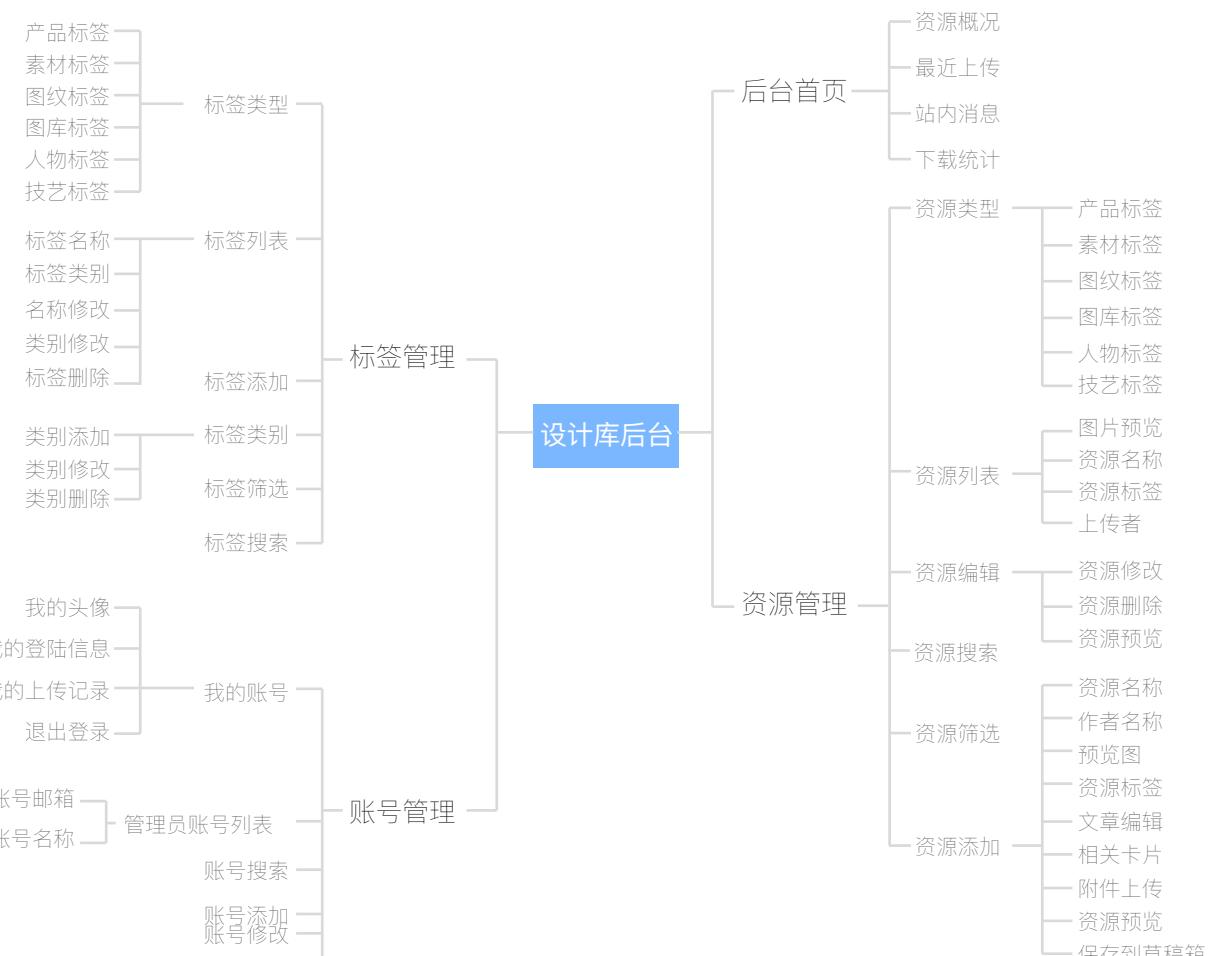
用户旅程：管理员的资源上传旅程有什么痛点呢？



2 后台信息架构

信息架构优化

以标签、资源、账号管理为基础，重新梳理后台的信息架构



当前后台：



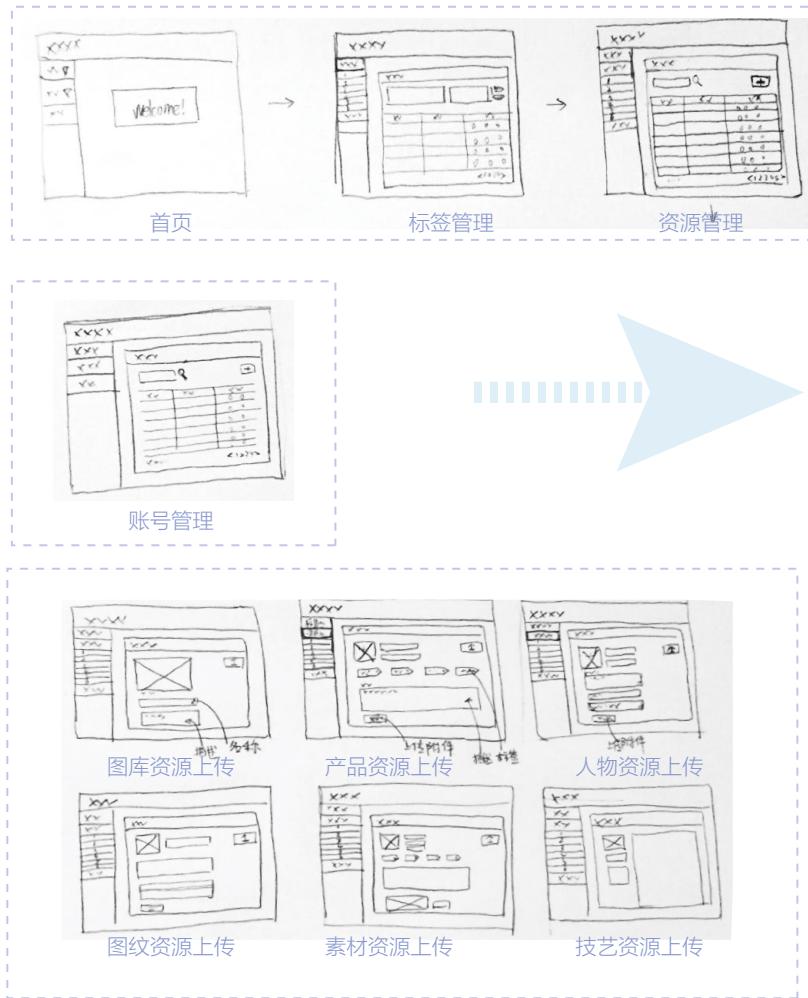
问题：

后台库数量多，不方便管理；
各后台的架构不一致，学习成本较高；

3 后台 设计方案

设计方案

方案一



方案二

方案二展示了以下设计截图：

- 账号登陆页 (Account Login Page)：显示用户名和密码输入框。
- 标签管理页 (Tag Management Page)：显示一个带有多个列的表格。
- 资源预览页 (Resource Preview Page)：显示一个带有多个列的表格。
- 资源上传页 (Resource Upload Page)：显示一个带有“上传”按钮的表单。
- 管理员账号页 (Administrator Account Page)：显示一个带有多个列的表格。

所有截图均显示在“设计库后台管理系统”界面中，包含“标签管理”、“资源管理”等菜单项。

问题：

- 用户一打开就是标签数据管理页面，大面积的表格可能让初次使用的管理员感到迷茫。
- 资源上传页采用类似浮窗的设计，虽然给人感觉更加轻便，但是也增加了资源上传不稳定的感觉。
- 资源上传页面的图片上传与文字说明的方式和前台的文章形式不统一。

最终方案

后台首页优化

3

后台
设计方案

数据预览与快速入口

前台反馈信息

The screenshot shows the homepage of the 'Design Library Backend Management System'. At the top, there are navigation links for 'Label Management' (标签管理), 'Resource Management' (资源管理), and 'Administrator' (管理员). A search bar labeled 'Database Search' (数据库搜索) is also present. Below the header, a section titled 'Current Resource Data Statistics' (当前资源数据统计) displays six circular icons, each containing 'Label: 15' and 'Resources: 220'. The categories are 'Product' (产品), 'Material' (素材), 'Pattern' (图纹), 'Image Library' (图库), 'Character' (人物), and 'Skill' (技艺). To the right of this section, a dashed blue line labeled 'Resource Search' (资源搜索) points to the search bar. Below the statistics, there are two main sections: 'Station Internal Messages' (站内消息) and 'Latest Uploads' (最新上传). The 'Station Internal Messages' section shows several horizontal message preview cards. The 'Latest Uploads' section shows a grid of resource thumbnails. At the bottom left, a 'Download Statistics' (下载统计) chart provides a breakdown of download counts for different categories: Product (672), Material (1502), Pattern (877), Image Library (402), Character (767), and Skill (548).

设计库后台管理系统

当前资源数据统计:

标签管理 ▾ 资源管理 ▾ 管理员

数据库搜索

资源搜索

标签: 15 资源: 220

产品

标签: 15 资源: 220

素材

标签: 15 资源: 220

图纹

标签: 15 资源: 220

图库

标签: 15 资源: 220

人物

标签: 15 资源: 220

技艺

站内消息

最新上传

下载统计

类别	数量
产品	672
素材	1502
图纹	877
图库	402
人物	767
技艺	548

3
后台
设计方案

资源管理优化

The image displays three screenshots of the 'Design Library Backend Management System' (设计库后台管理系统) illustrating resource management optimization.

Left Screenshot: Product Tag Management

This screenshot shows the 'Product Tag Management' section. It includes a search bar, a table with columns for 'Label Name' and 'Label Category', and a 'Category Selection' sidebar. A message at the bottom states: '显示第01至07项结果, 共35项' (Showing results 01 to 07, total 35 items).

Middle Screenshot: Material Tag Management

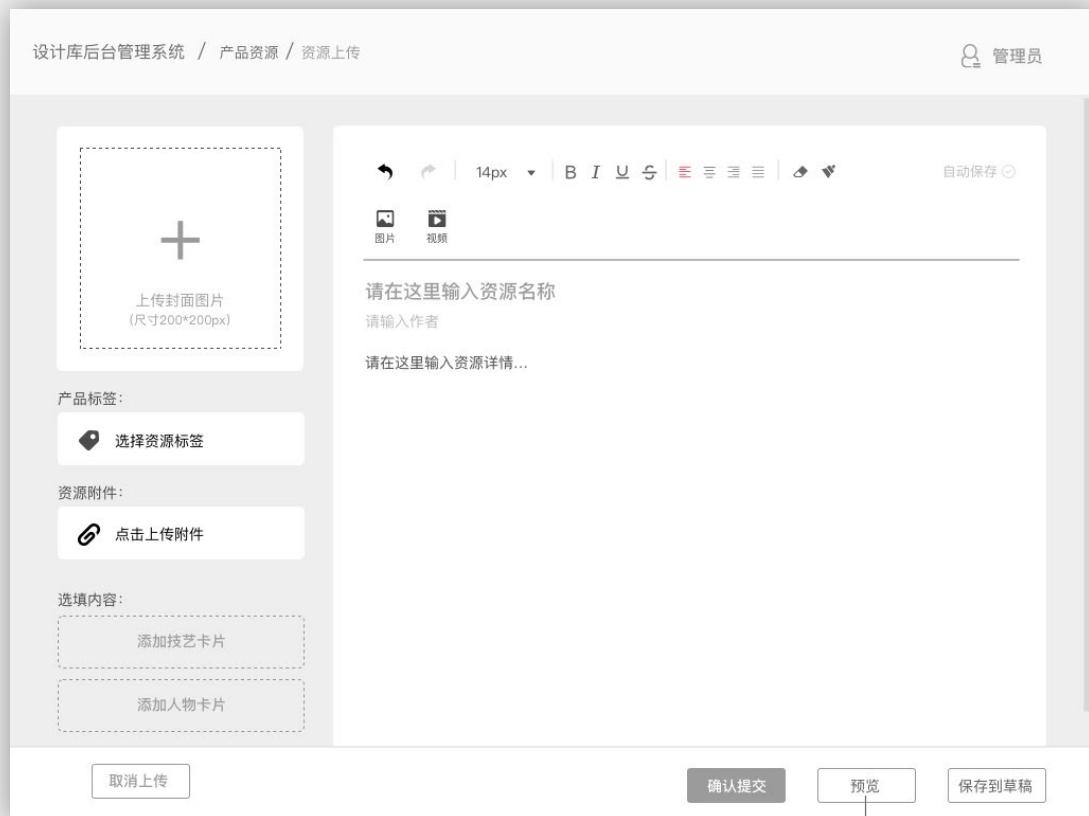
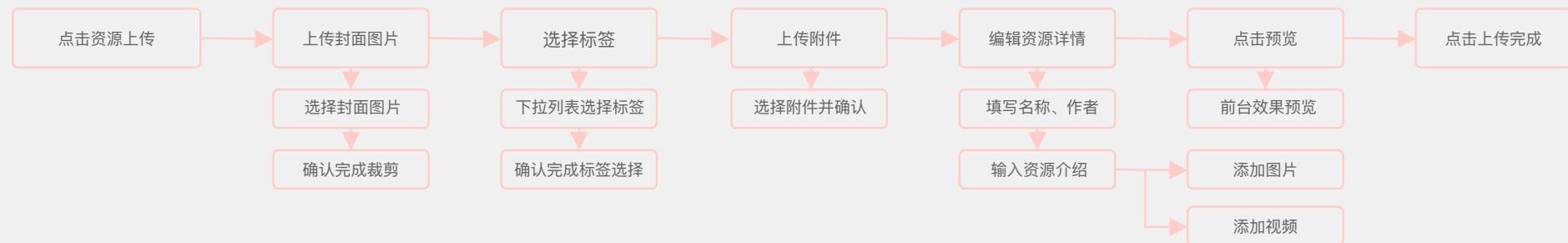
This screenshot shows the 'Material Tag Management' section. It includes a search bar, a table with columns for 'Product Preview', 'Product Name', 'Product Tag', and 'Operations'. The operations column contains icons for edit, delete, and preview. A message at the bottom states: '显示第01至07项结果, 共35项' (Showing results 01 to 07, total 35 items).

Right Screenshot: Detailed Product Tag Management

This screenshot provides a detailed view of the product tag management interface. It shows a table with columns for 'Product Preview', 'Product Name', 'Product Tag', and 'Operations'. The operations column contains icons for edit, delete, and preview. A message at the bottom states: '显示第01至07项结果, 共35项' (Showing results 01 to 07, total 35 items). The top navigation bar includes tabs for 'Product Tag', 'Material Tag', 'Material Label', 'Image Label', and 'Category Label'.

3
后台
设计方案

资源上传流程优化

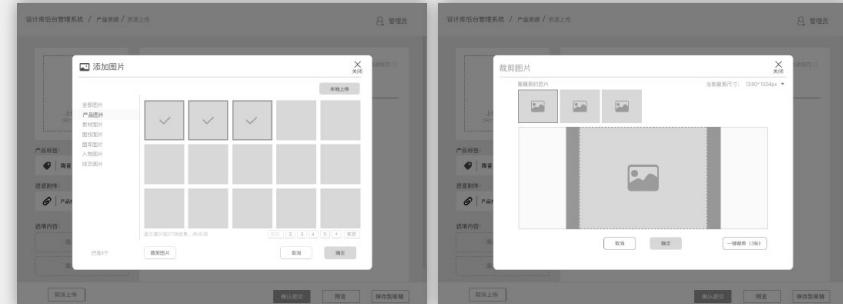


前台资源详情预览页面

选择标签：



添加图片：



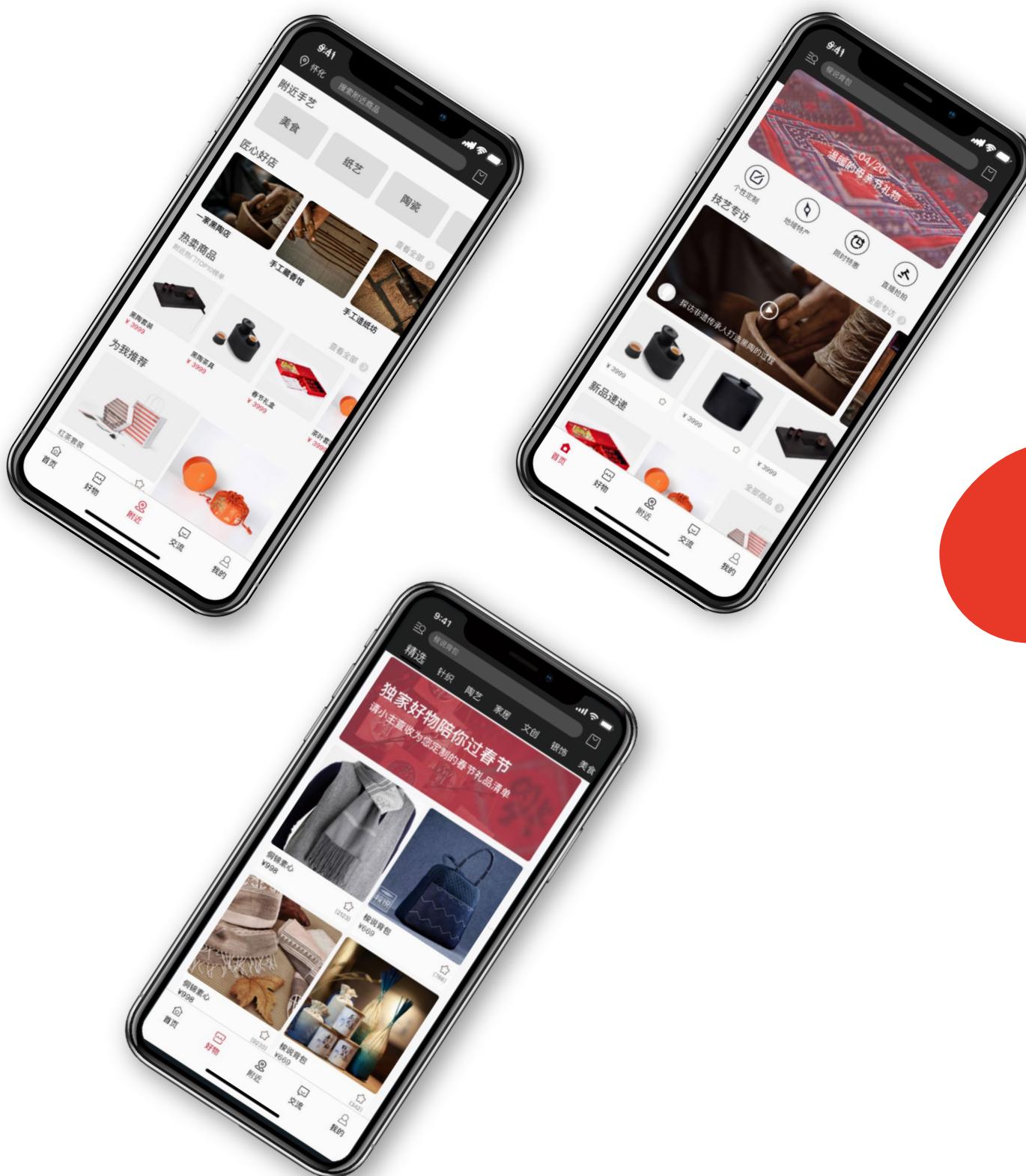
标签已添加状态：



附件已上传状态：



2



乡 Home

一个关于地域文化手工类产品的电商APP设计

设计挑战：

1. 明确我们的用户及其需求是什么？
2. 用户购买商品的场景和动机是什么？
3. 我们的APP如何满足用户的需求？

设计方法：

竞品分析、问卷调查、用户访谈、情境故事

我的任务：

参与4人组用户调研 / 独立完成方案设计

项目时间：

2016.09–2016.12

1

用户调研

问卷调查

从对象背景、购买习惯、购买场所、购买动机、影响因素五方面设置问题，在社交平台发放问卷，共回收到来自全国的120份问卷。



1

用户调研

用户访谈

问题设置

- 基础信息
- 生活形态
- 消费意识及购物习惯
- 对地域文化的理解和需求
- 对文创产品的理解和需求



主要痛点

- 平时没有时间闲逛
- 缺少实体店的展示体验
- 不信任商品的品质
- 担心商品的文化价值体现不出来
- 难以发现相同爱好的朋友



设计机会点

- 基于大数据的精准推送
- 讲述产品背后的故事
- 直播手艺产品的制作过程
- 礼品包装服务
- 打造手艺社区

部分访谈结果报告

唐小姐 审美小清新 潜在用户

基本信息
益阳人，生活在广州
学历：武汉大学本科生
母亲信仰佛教文化
喜好：喜欢玩手机游戏、看科普和脑洞大的小说，喜欢动漫、电影、爱看暴走大事件，关注热点新闻。

生活形态
在学校是典型的宅女生活，外出最多的场所是电影院，位置也只能接受离学校最近的商圈（大概8分钟的车程）。
每个假期都会和家人朋友去旅游，对于美食闻名的地区格外感兴趣。

消费意识及购物习惯
有自己的品牌，购买过的品牌会再次买的几率会很大，
对于买赠等促销活动不感兴趣，只买自己喜欢的东西。当有很多的同样的产品可以挑选时，会很纠结，导致不想买。

上网形态及网购习惯
网购APP：天猫、唯品会
网购时间：只要空闲就会逛，通常没有目的性
网购内容：食品、有意思的小东西、服饰化妆品

对地域文化的理解及需求
对地域美食感兴趣
对美食的生产过程感兴趣。
希望可以直接看些相关的过程。

对文创产品的理解及需求
有一定的了解，关注过故宫的文创，旅游时会购买一些旅游纪念产品。

原话
“去雍和宫时我妈妈给我买了一串珠子，价格是600多，当时觉得有点贵了，可是回来看了它的说明书后，觉得特别的值。”
“我在淘宝上定制了一个BJD娃娃，因为在贴吧看到好多人分享他们的娃娃，感觉很新奇，在贴吧还经常有正版手办盗版吧，但我从来不参与，买了娃娃后，我会经常在贴吧看其他人的娃娃装扮。”
“我买东西时会看重它的品质，然后喜欢那些低调的好东西，只有懂的人才能发现的那种。”
“我有很多丝巾，都是我妈妈朋友送给她的。”

总结
用户的消费能力较高，较容易冲动购物，在实体店购买时对于价格不太在意，网购时容易受购物环境的影响，很对文创产品很感兴趣，每次旅游都会购买一些有特色的东西，很乐于尝试新鲜的事物，爱逛微博和贴吧，但是自己不会发帖和发博。

社交或圈子服务
产品的精良工艺增加产品的价值
送礼的目的
产品的细节与质感
在实体店特别是旅游的情景下容易冲动购买

感兴趣

这是一个以藏纸为卖点的本子，虽然商品介绍里面着重强调这种工艺，但是她对上面的图案更感兴趣，希望可以将这个图案的意义或者设计的来源说一下。

购买过

“珠子是由香灰做成的，做工不容易，而且在雍和宫感觉有保障。其实我没有什么衣服好搭它，但是我就是挂在寝室，我也很喜欢它。这串珠子上面有一块小小的贴牌，用不同的语言写的字，感觉就像个小铭牌，我很喜欢这块牌子，就像一个品牌标志一样。”

2

情境故事

情境故事版

根据调研设计主要的两种购买情境故事：旅游中的购买、日常的购买。



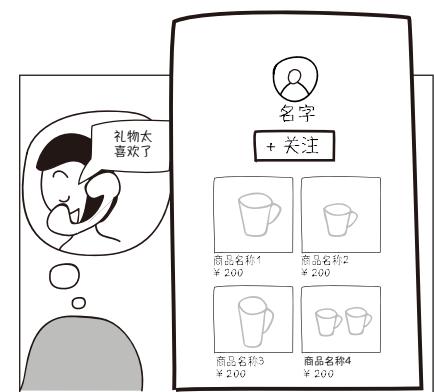
1 小莎在A地旅游，想要给亲朋好友带点旅游特产。



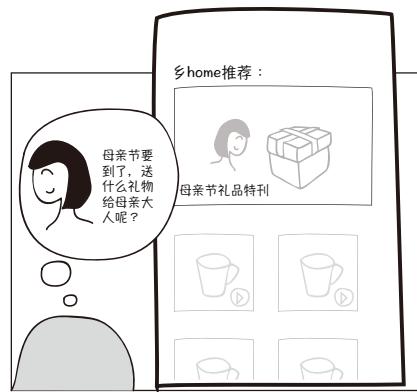
2 手机定位到小莎的位置，推送她当地的特色文化和特产。



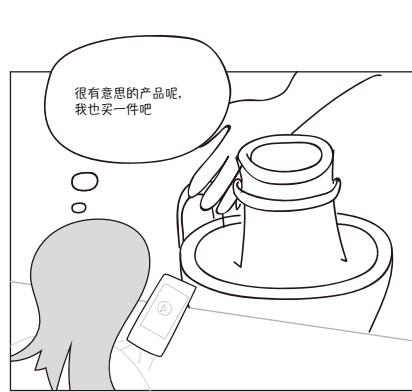
3 小莎最后在App上下了单，选择礼品服务给朋友寄送了商品。



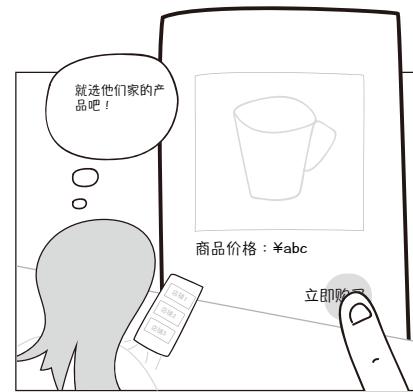
4 小莎在App关注了相关匠人，方便下次购买。



5 小莎打开App寻找母亲节礼品，并被里面的手工技艺吸引。



6 随着对技艺了解的加深，小莎也想给自己买一件相关宝贝。



7 小莎在仔细比较了几家店铺的商品后，下单了心仪的宝贝。



8 收到货的小莎在评论区晒出自己的宝贝，并分享在了她主页。

1-4 旅游中的购买 / 5-8 日常生活中的购买

2

设计分析

设计方案

我们的功能点什么？



需求分析：

- ▶ 1. 寻找旅游纪念品和特产
- 2. 给亲朋好友带礼物
- 3. 给朋友介绍礼品的意义
- 4. 再次购买特产
- 5. 有明确购买需求下查找相关商品
- ▶ 6. 了解更多信息，比如技艺，制作流程等
- 7. 在诸多的商品中挑选到合适的商品
- ▶ 8. 和相同兴趣的人交流、分享



解决方案：

手艺教程

好店推荐

文化专题

礼品包装

热门

定制

附近

直播

活动

关注

抢拍

推荐匠人

分享

勋章奖励

技艺

社区

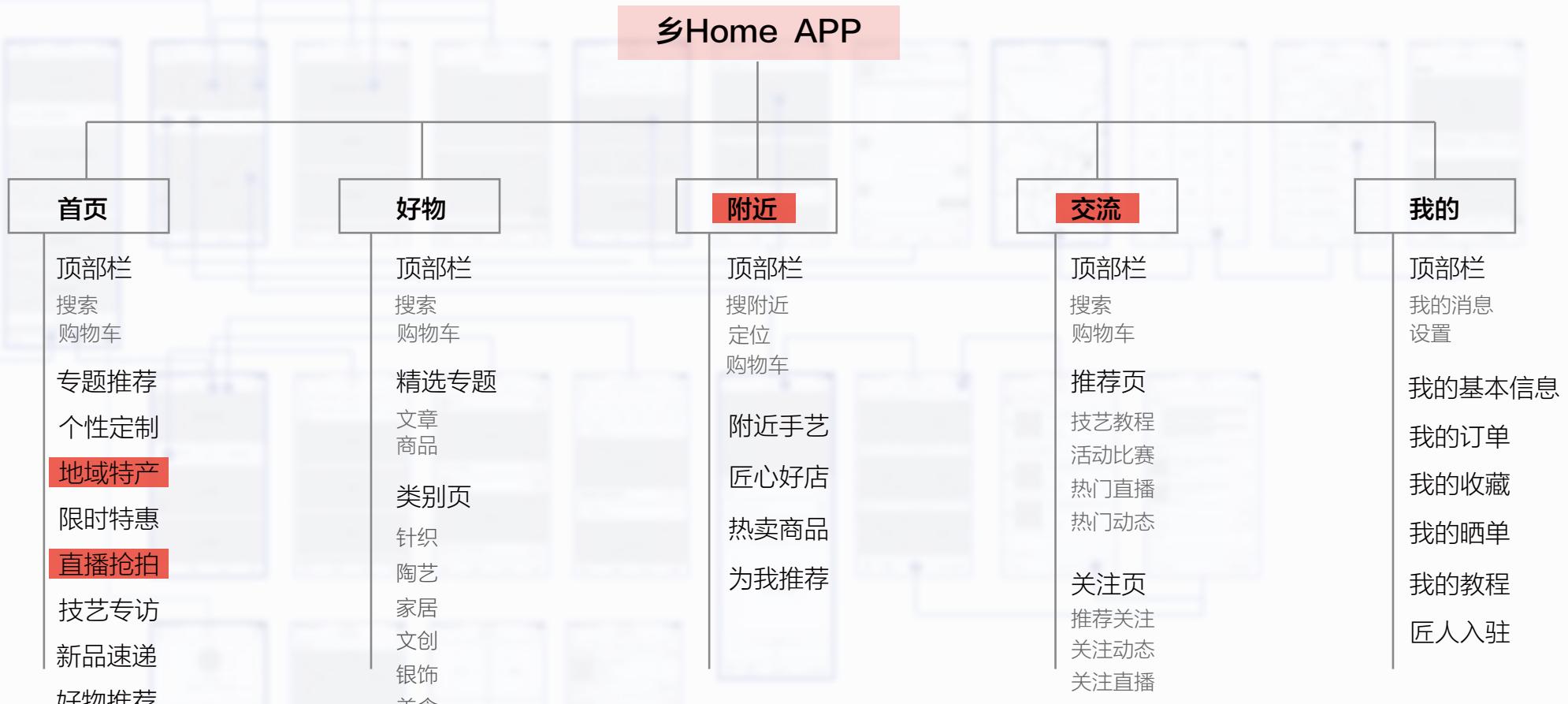
直播

抢拍

3
信息架构

功能优先级分析与信息架构：

分首页、好物、附近、交流、我的五个模块，在首页加入地域特产和技艺专访，突出地域性和文化性；

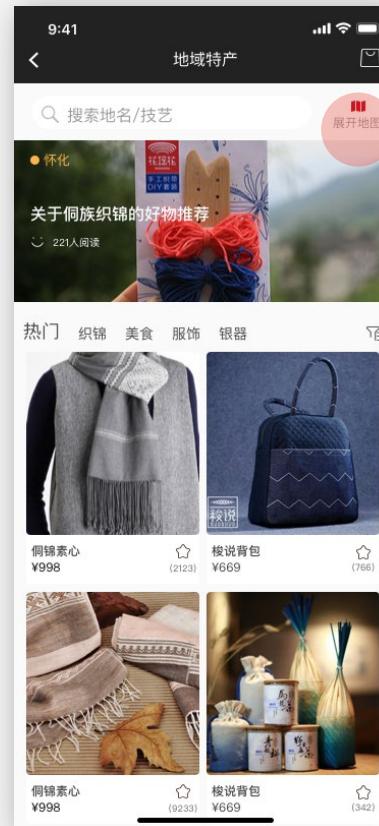


4

设计方案

创新点

地域特产 | 附近推荐



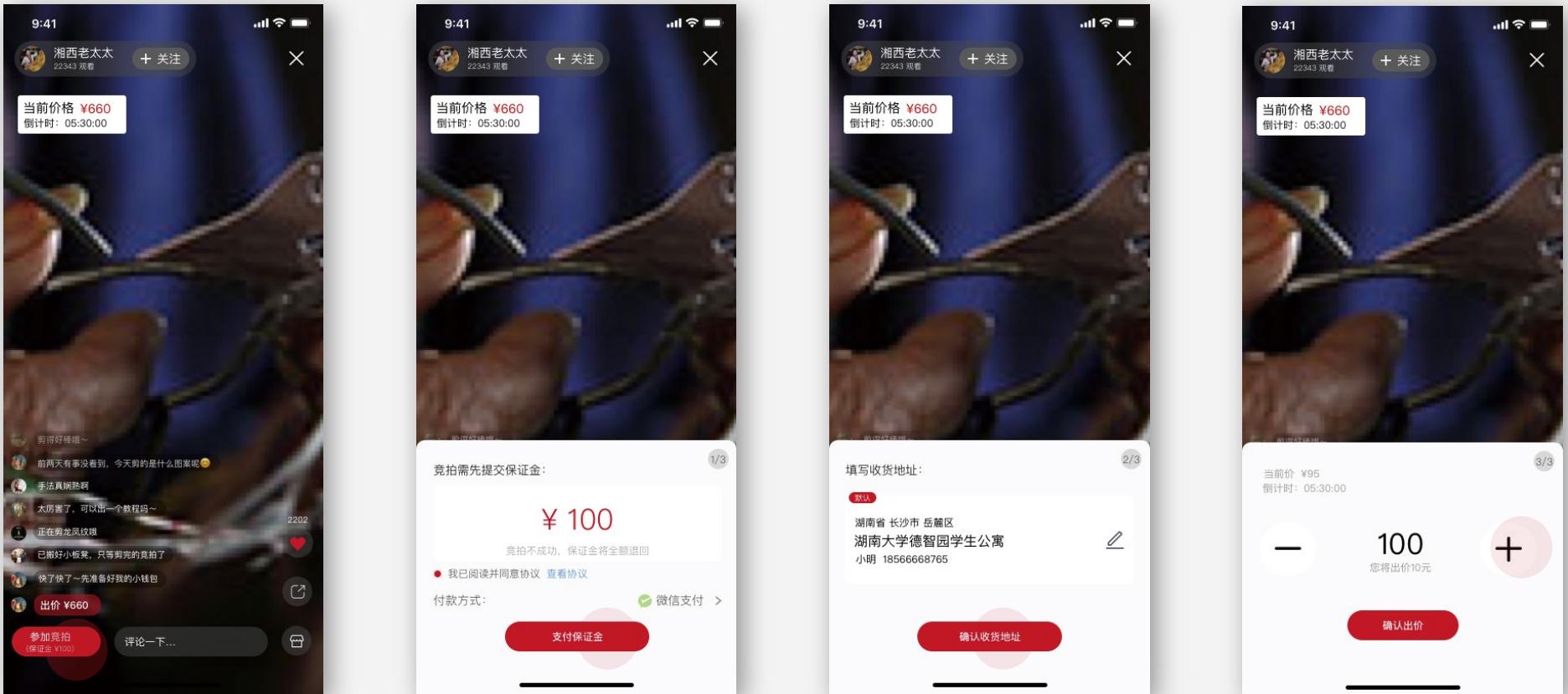
创新点

直播竞拍



4

设计方案



4

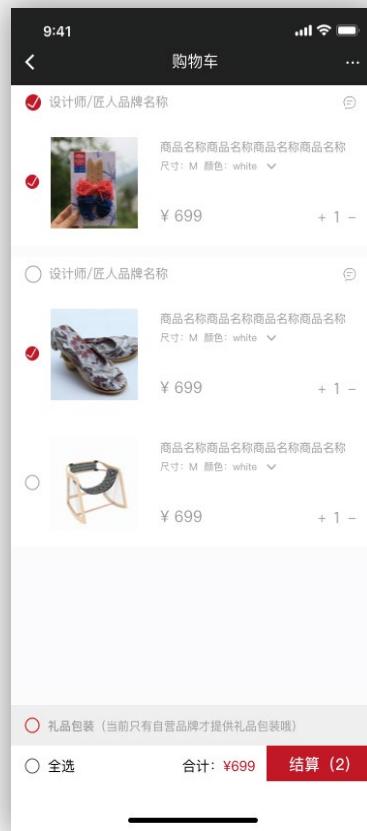
设计方案

创新点

手艺社区



礼品服务



3



念念记分享相册

一款在亲友间共享照片，记录美好回忆的APP

选题背景：

如今大家都已习惯用手机相机记录生活，可是拍下来的照片最后却变成躺在某相册无人问津的图片。为鼓励大家与亲友共享某段经历，使照片成为传递情感的方式，是这个产品的初衷。

设计方法：

竞品分析、情境故事、用户旅程

课题时间：

2018.03–2018.05

用户体验旅程地图

痛点挖掘：从照片的挑选、编辑、分享、回顾
四个过程记录用户旅程，发现痛点和需求。

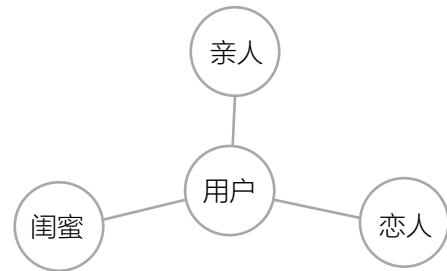


产品定位

整理照片、与亲友共享回忆的解决方案。

目标用户

想与亲友分享照片的用户。



需求定位

便捷的整理照片；
轻松的在好友间分享照片；
用照片增强促进互动交流；
照片保障的安全；
照片能唤起某段回忆。

核心需求功能



轻量操作
卡片式滑动操作



即时分享
与好友实时共享回忆



多维记录
语音记录和视频记录功能



智能管理
智能筛选相似照片



情感化体验
制作并寄送动态明信片



云存储
私密照片储存功能

3

情境故事



1. 出去旅游回来照片很多，要整理并发给小伙伴让他感觉很麻烦。



4. 把这段回忆共享给一起出去的伙伴，成为两个人的共同回忆。



2. 打开念念记，首先在旅游类别下添加一个关于此次旅游的回忆小卡片。



5. 同时，还可以将回忆打印成动态明信片寄给好友们。



3. 将照片上传到该回忆，念念记会自动识别相似的照片方便筛选。



6. 如果这段回忆很长一段时间没有被打开，就会被封存起来。



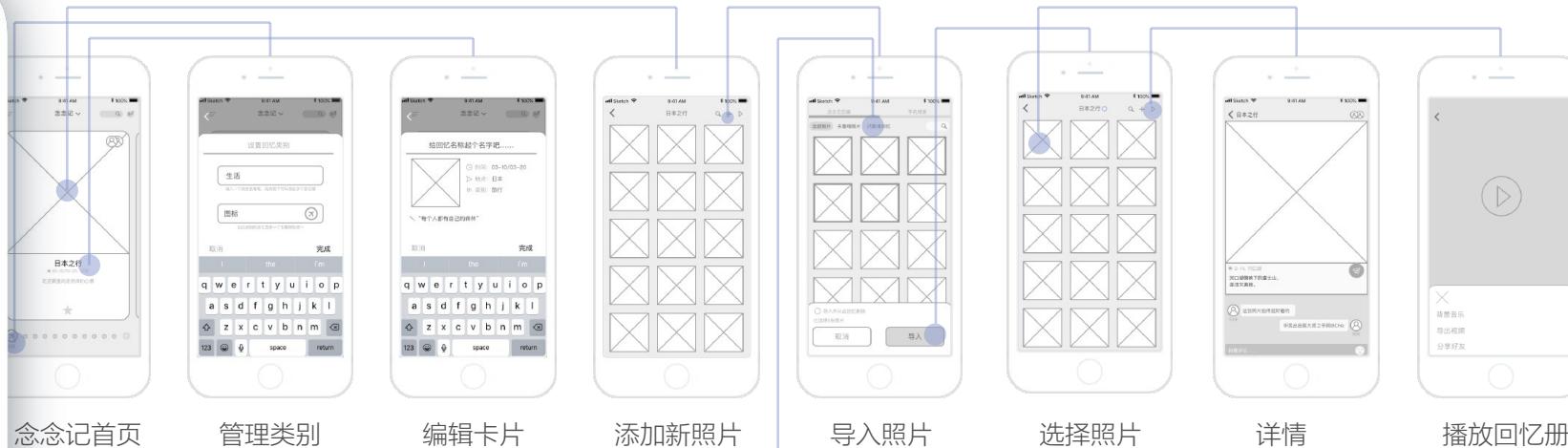
5

设计方案



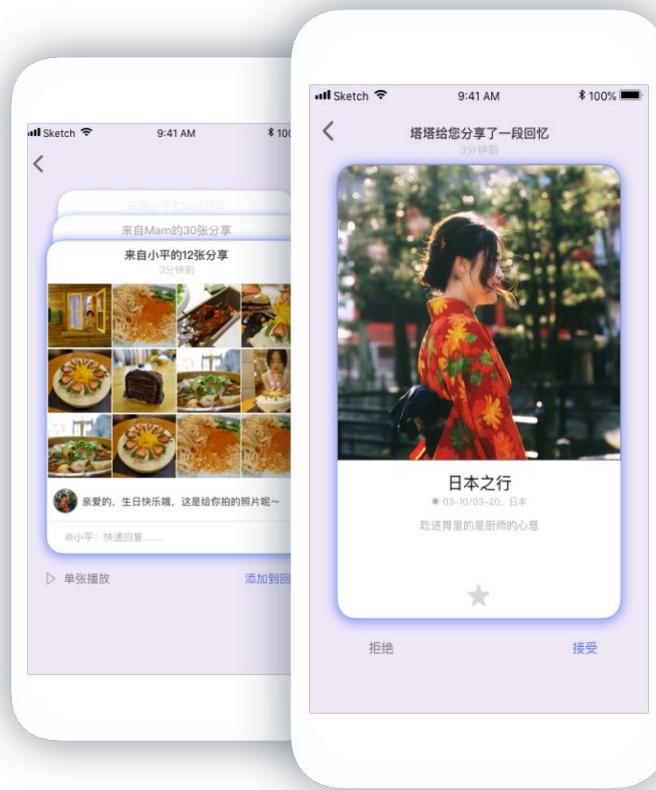
添加照片

从念念记云端和手机相册导入照片到回忆册，生成回忆视频



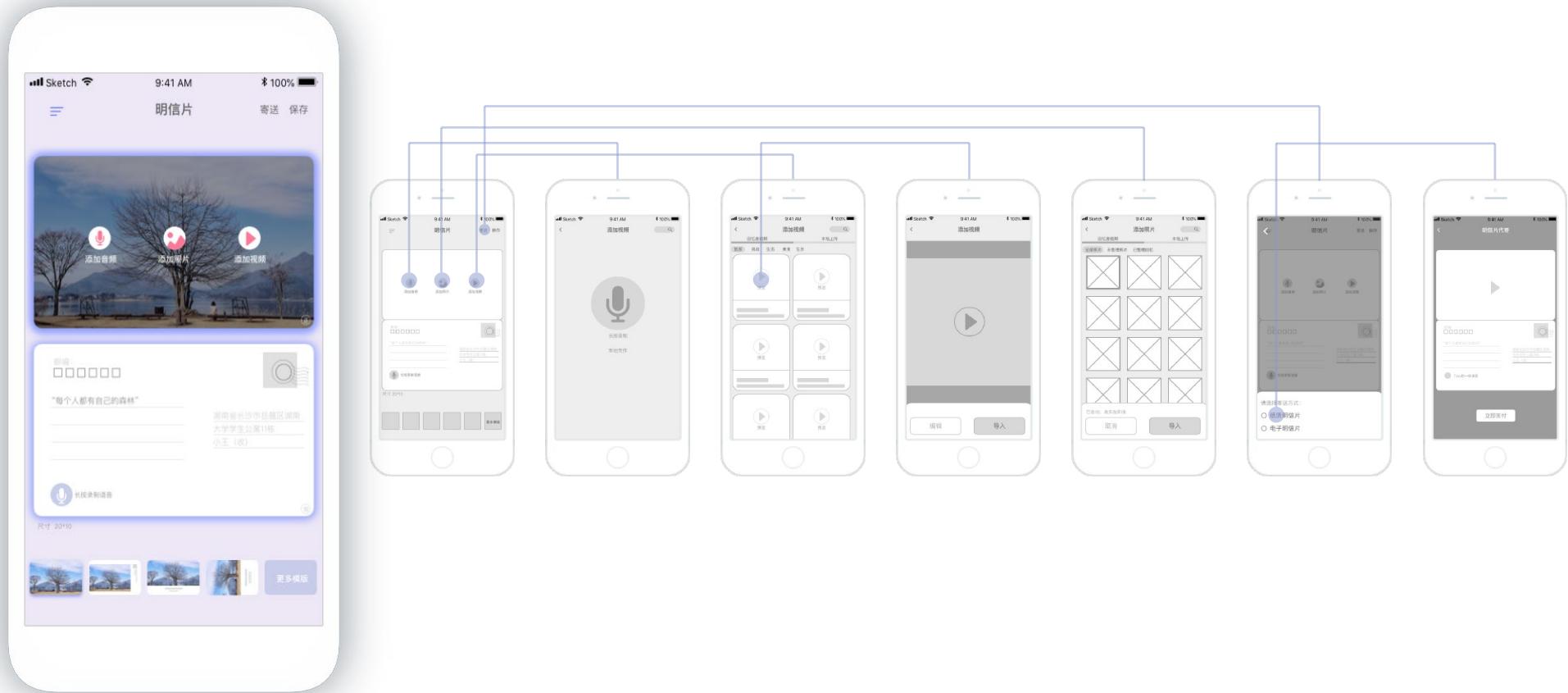
分享照片

与好友即时的共享整个回忆册或部分照片



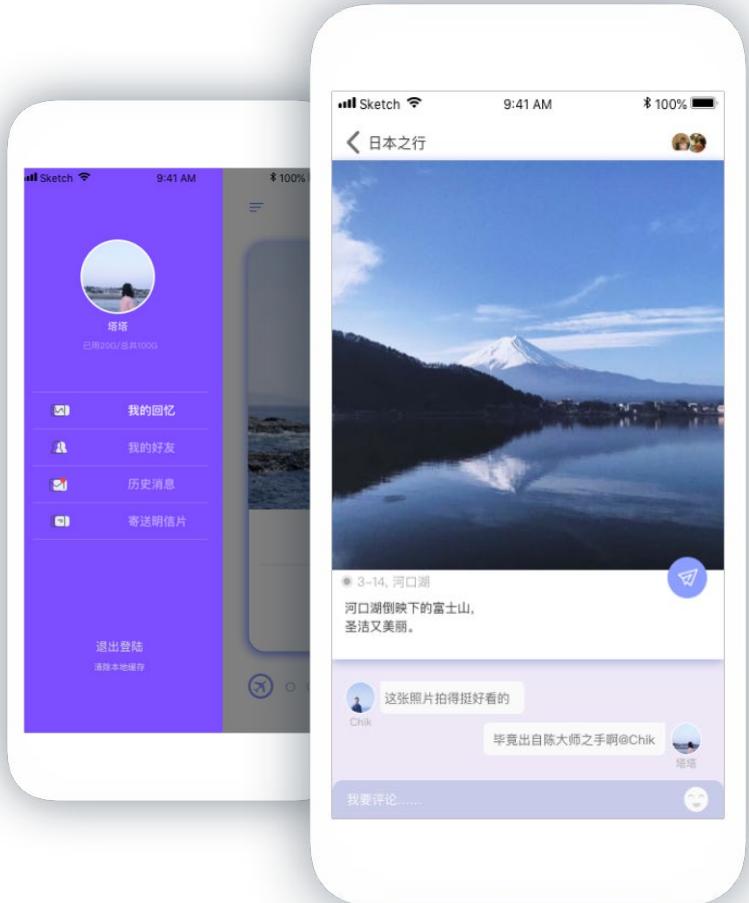
寄送明信片

实体与虚拟结合，打印动态回忆册



5

设计方案



卡片式滑动

采用卡片式回忆册为首页，从功能上看，突出念念记的核心功能——照片生成回忆，用户可以快速的添加照片和查看回忆。从用户体验上看，界面更加干净纯粹，更容易营造一种沉浸式的体验。

侧边抽屉式导航

采用侧边抽屉式导航，导航的菜单得到了扩充，使首页的回忆册界面变得更加简洁，并让功能模块的层级变得更加明确。用户可以通过侧边抽屉导航快速跳转到我的好友、历史消息、寄送明信片三个功能模块。



爱奇艺实习工作整理

爱奇艺泡泡粉丝社区

-
- 1. “青春有你-语音闹铃”交互设计
 - 2. 粉丝用户研究
 - 3. 粉丝任务设计草图方案

设计方法：

用户访谈、竞品分析、埋点数据分析

我的任务：

交互设计

实习时间：

2018.09–2018.12

青春有你-语音闹铃模块

需求背景

将爱奇艺“青春有你”综艺的明星资源转化为粉丝功能点，当前有明星读信、抽卡集卡、明星来了、语音闹铃等功能，我负责语音闹铃功能的交互设计。

需求分析

听爱豆的声音，早上被爱豆的问候唤醒，晚上有爱豆道晚安
粉丝心理：情感需求大于功能需求；

解决方案

- 将闹铃变为早晚问候，提升亲切感；
- 设置获取限制增强资源稀有度；



1

青春有你
设计方案

主要界面交互

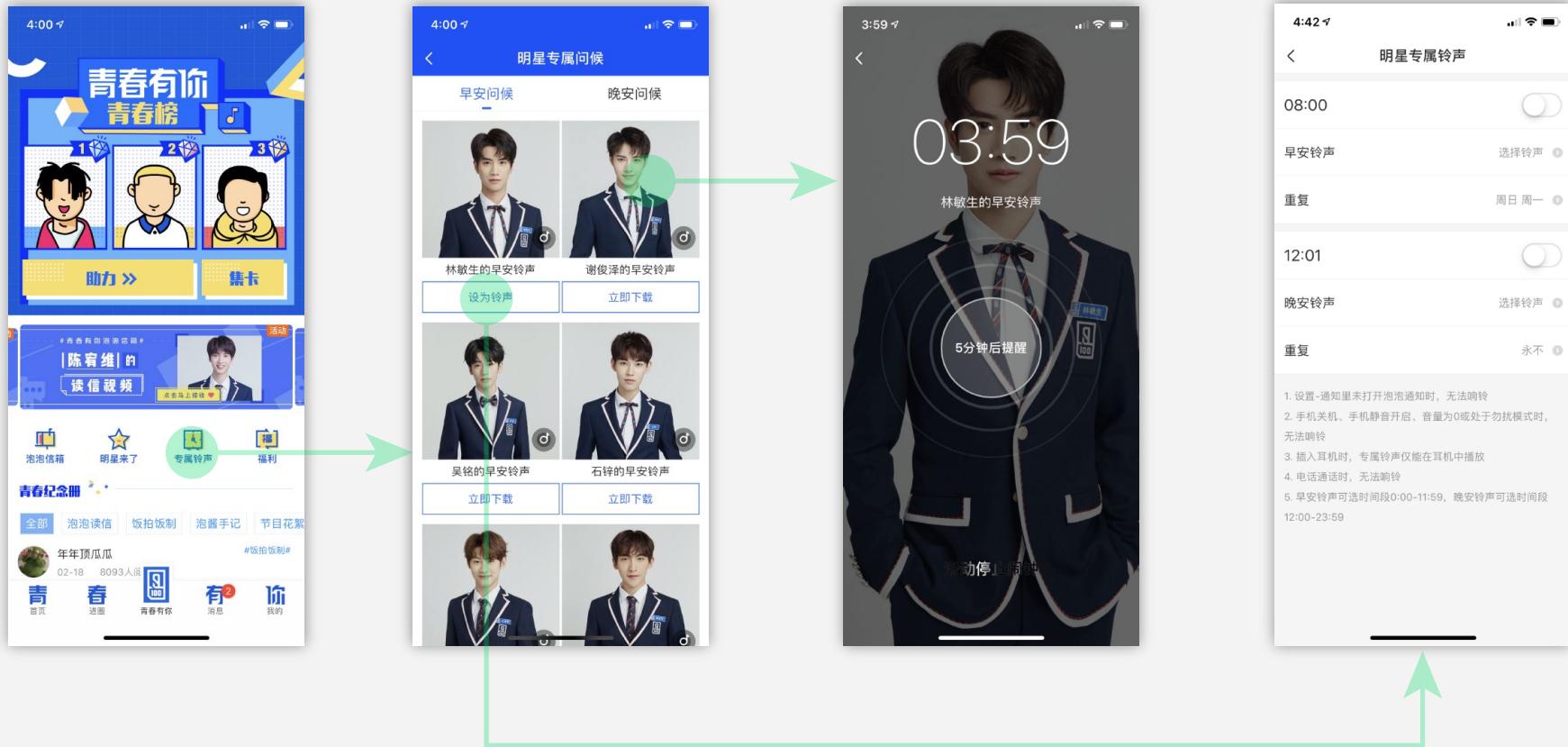
场景：粉丝想了解青春有你的选手、 获取某个明星的语音问候

● 优点：

- 从“专属铃声”入口进入后，强调明星图片，增强早晚安问候对粉丝的吸引力。
- 铃声预览还原真实的铃声播放场景，增强预览效果。

▲ 不足：

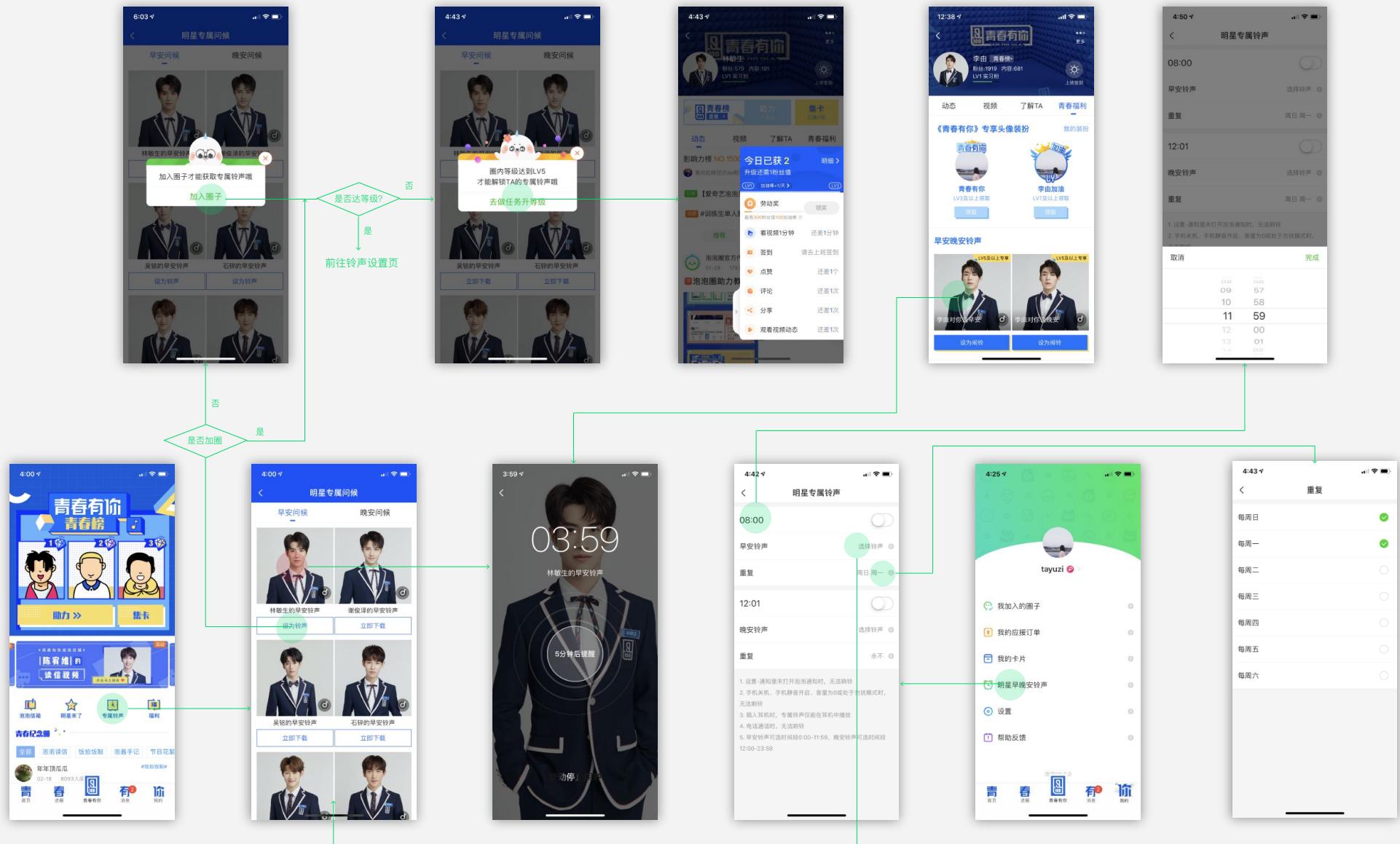
- 大尺寸的头像布局，让单次可展示内容变少，查找路径变长。
- 当前设置铃声的限制过多，达到等级要求的粉丝并不多，用户点击“设为铃声”的预期与结果可能落差较大；



主要交互流程

1

青春有你
设计方案



2

用户访谈

访谈目的：

了解用户在追星行为中的满足感

访谈时间：

2018年10月

访谈地点：

北京市咖啡店内

访谈用户：

性别	年龄	职业	收入	手机品牌	喜欢的明星	追星时长	被爱豆吸引的点
女	22	影视后期	5-6K	OPPO	于朦胧	3年	有颜值，有才华，跟自己性格相似
女	24	自由	无	iPhoneX	边伯贤	4年	努力敬业，唱歌好听，真诚，无功利心
女	25	国企员工	7K	iPhone	陈立农	1年	可爱，可奶可man，与众不同
女	22	学生-研二	无	vivo	赵丽颖	3年	人格魅力，励志，想守护
女	20	学生-大四	3K	iPhone	seventeen	1年	独特的少年感
女	19	学生-大二	2K	iPhone	朱正廷	1年	有实力，有颜值，性格好
女	22	学生-大四	1.8K	iPhone	朱正廷	1年	有实力，有颜值，性格好
女	23	艺人宣传	8K	iPhoneX	陈奕迅	4年	真实可爱，接触起来舒服
女	20	学生-大三	2K	小米	薛之谦	3年	剧里人物性格，歌好听，人格魅力



2

用户访谈

追星行为分析：

	信息获取	产生行为	
应援活动流程：	经纪公司发布消息 粉头在群内发消息 信息平台获取消息	粉丝报名 粉丝应援 粉丝现场参与 活动产出	
线下消费点：	门票 付费资讯	机票 火车票 酒店 手幅 灯牌 统一服装 应援物	周边 明星代言 明星同款
线上消费点：	资讯付费	为作品付费 (1. 购买新单曲; 2. 为新剧买会员) 线上打榜 线上集资买礼物	周边 明星代言 明星同款
追星满足感：	· 寻求认同感 · 对明星才华的崇拜	· 看明星努力与其共同成长	

2

用户访谈

对泡泡使用上的建议：

使用率

使用率高：

1. 进圈子查看明星动态
2. 上下班签到
3. 打榜做任务
4. 发帖、看回复、加精、置顶(圈主功能)

使用率低：

feed浏览率低

“直接找到明星签到、打榜，不怎么看 feed 内容，
觉得内容更新不及时”

圈子

能自定义头部图片
自定义泡泡守护挂件
开发明星专属皮肤

帖子

圈主删帖功能不方便
圈主希望能提供粉丝评论、点赞的排行
方便活动时筛选

消息

希望增加消息一键删除功能
希望增加消息一键阅读功能

发布上传

手机上传视频不方便
转发视频页面增加预览功能
明星图集-图片增加批量上传功能

审核问题

审核时间长，且没有明确审核时长反馈
审核不通过没有明确提示
发视频或多图容易被删，没有明确反馈

3

设计草图

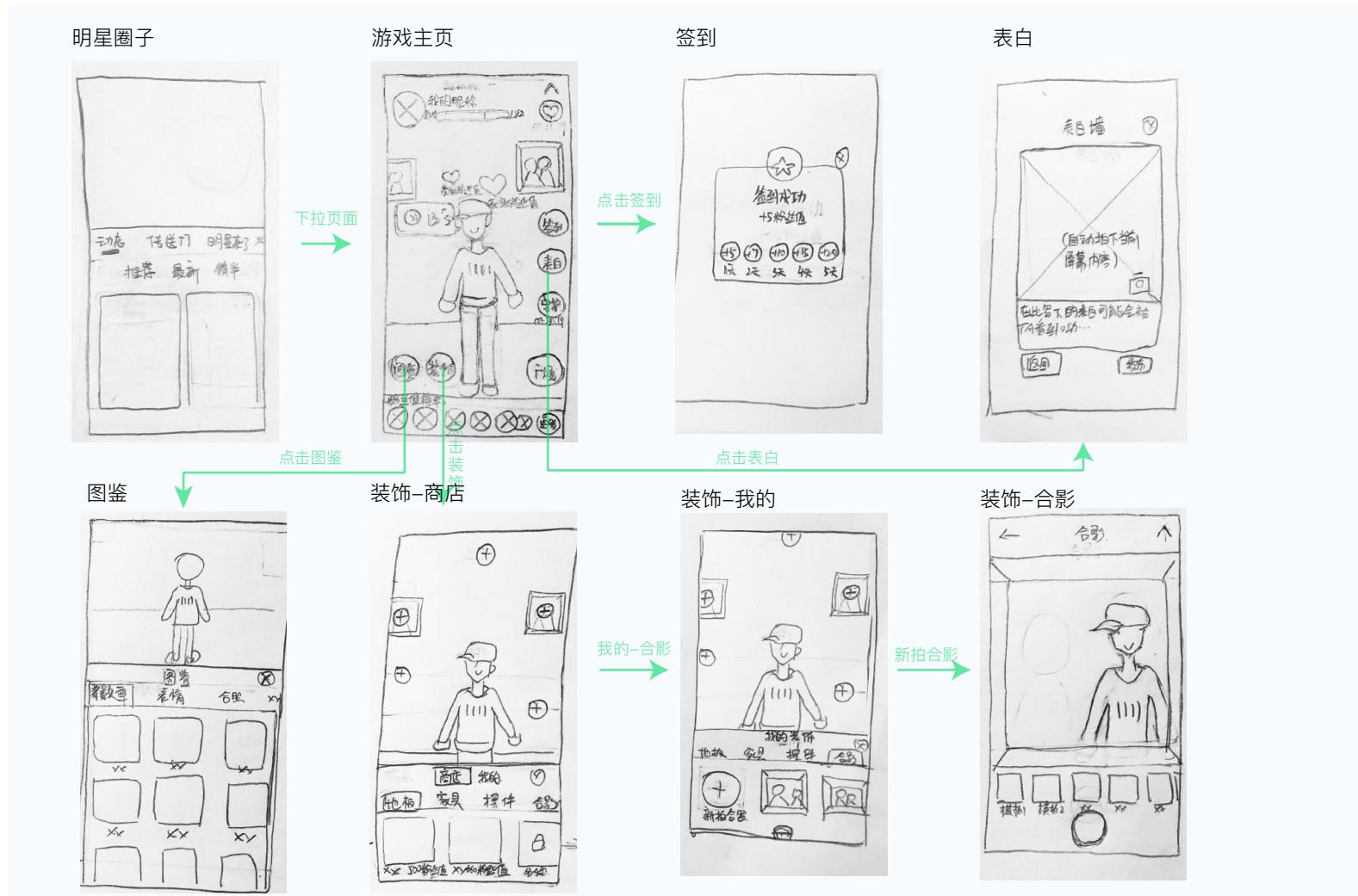


在粉丝看来，追星是一种快乐的行**为**，比起一个人默默的守护和打榜，是否可以用游戏的方式增强粉丝的成就感和粉丝之间的互动呢？

3

设计草图

关键界面交互草图





刘塔玉

UX / UE designer

⌚ 185-6952-5207

✉ atayu@foxmail.com