

作品集



个人简介

About Me

我面对看似一团乱的问题能够找到切入点，并且付诸行动
实实在在去验证自己的想法可行不可行。
即使失败了我也立马能回血~喜欢尝试各种新鲜的事物。
我用自己的努力去获得想要的生活。

I can find an entry point in a seemingly messy problem and put it into action. I always test whether my idea is feasible or not by actions. Even if I fail, I never lose my faith. I like to try all kinds of new things.
I use my own efforts to get the life that I want.



学习工作经历

Education & Professional Experiences



Phone : 647-878-2843

Mail : judyfeng9@gmail.com

APP
WEB
平面
视频
摄影
其他



I'm
good!~

视频动画



AE弹跳变形重力等综合展示



多个画面剪切添加元素等综合展示



APP

WEB

平面

视频

摄影

其他

APP移动端

A P P



艾练运动

AILIAN EXERCISE

V1.2.0

DESIGN BY MJAAOW





项目背景

— PROJECT BACKGROUND

艾连运动是一款针对于不同规模的实体健身俱乐部提供，线上用户收集、管理、运营一体化平台。将帮助实体健身俱乐部更快的推动互联网化的升级，增强对会员的深度服务。健身会员可通过艾练运动在线办理业务、预约课程、定制计划，接收俱乐部消息与通知，获取运动的数据与智能分析结果，在线互动、在线交流、在线健身等更多功能。



产品分析

— PRODUCT ANALYSIS

- 产品方向：提供线上视频健身，提供丰富的健身模块，用户与商家、用户与用户之间互动模块，让用户享受随时随地健身的乐趣。打造适合更多场景下使用的健身平台。
- 优化方向：目前的产品交互逻辑混乱，功能模块的作用含糊不清，操作过于繁杂，对于用户来说体验是非常不好的。视觉体验陈旧，不符合当前用户整体年龄层次偏向年轻、时尚、活力的定位，模块没有层次，无法突出重点。从配色方面主色从玫红色换为更加热情、充满活力的橙红色，拉近产品与用户之间距离，注重情感化设计。内容主导产品，应重内容轻界面，界面应设计简洁、清晰(不可使用暗色调)。



用户研究

— USER RESEARCH

- 目标用户：艾练运动的使用人群是想健身，没办法或坚持不下去的健身群体。如拥有健身意识的上班族但没有时间、时间充裕的大学生没有钱报健身房、长期缺乏锻炼而身材走样的白领等，集中于健身房或室内的使用场景。主力消费和切入的核心群体偏向中青年。

用户类型	用户需求	解决方案
中年人	A. 需要操作简单方便、便于使用，运动健身方便	a. 去掉复杂元素，突出主要功能
大学生	A. 喜欢新颖、丰富有活力的色彩、倾向于简洁舒适的界面 B. 只了解大概方向，不懂自己需要什么训练 C. 想认识更多与自己相同的用户，想结交更多好友	a. 色彩年轻化，设计简洁化 b. 根据选择的健身目标，订制推荐健身视频 c. 拥有更多的社交模块，附近的人、运动团等
青年上班族	A. 多数时间都在工作，时间不多，想把碎片时间利用起来 B. 想与健身房教练在线沟通，订制预约课程时间	a. 突出搜索、历史训练 b. 在线与商户教练沟通，在线预约私教等课程



原型

— PROTOTYPE



原型



LOGO设计-1

— LOGO DESIGN



Ai

+



+



字母 Ai

运动的人

稳定的构成

- 紧凑与锋利的形状更能表达出时尚 / 酷炫感
- 采用统一角度的斜角会使得形状更加规范统一
- 部分形状处理采用圆角中和锋利使之具有亲和力
- 整体构成类三角形象征了进取和力量, 代表了新的思想

思路 & 构成



LOGO设计-2

— LOGO DESIGN



品牌色



反白色

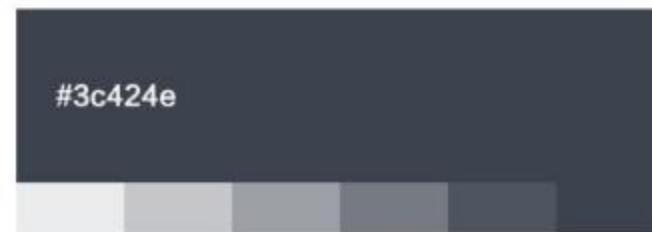


色彩规范-1

— COLOR SPECIFICATION

主色 (梯度色阶用于渐变等情况)

风格需求：热情、青春、活力、动感 产品主色定位：红色



主色规范





色彩规范-2

— COLOR SPECIFICATION

辅助色 (可根据需求继续添加)

点缀色

辅助色规范



图标设计-1

— ICON DESIGN

首页标签 24DP



功能分类 24DP



标签 & 功能图标





图标设计-2

— ICON DESIGN

其他图标 20DP

颜色



其他 & 跑步图标



跑步按钮 30DP



文字

— TEXT

苹果+Helvetica

思源黑体+Roboto

文字

界面设计-1

— INTERFACE DESIGN

⚡ 运动（首页） HOME PAGES

- 实时记步，展示我的每日步数、米数、消耗的卡路里
- 展示个人训练的次数与天数
- 展示推荐视频、教练视频，训练快捷、平台认证教练、好友排行榜、训练记录、跑步的入口



运动



界面设计-2

— INTERFACE DESIGN



发现 DISCOVERY

- 搜索
- 附近模块入口
- 平台海报广告展示
- 训练视频模块主要展示区(平台推荐视频、平台训练视频、平台教练视频)

发现

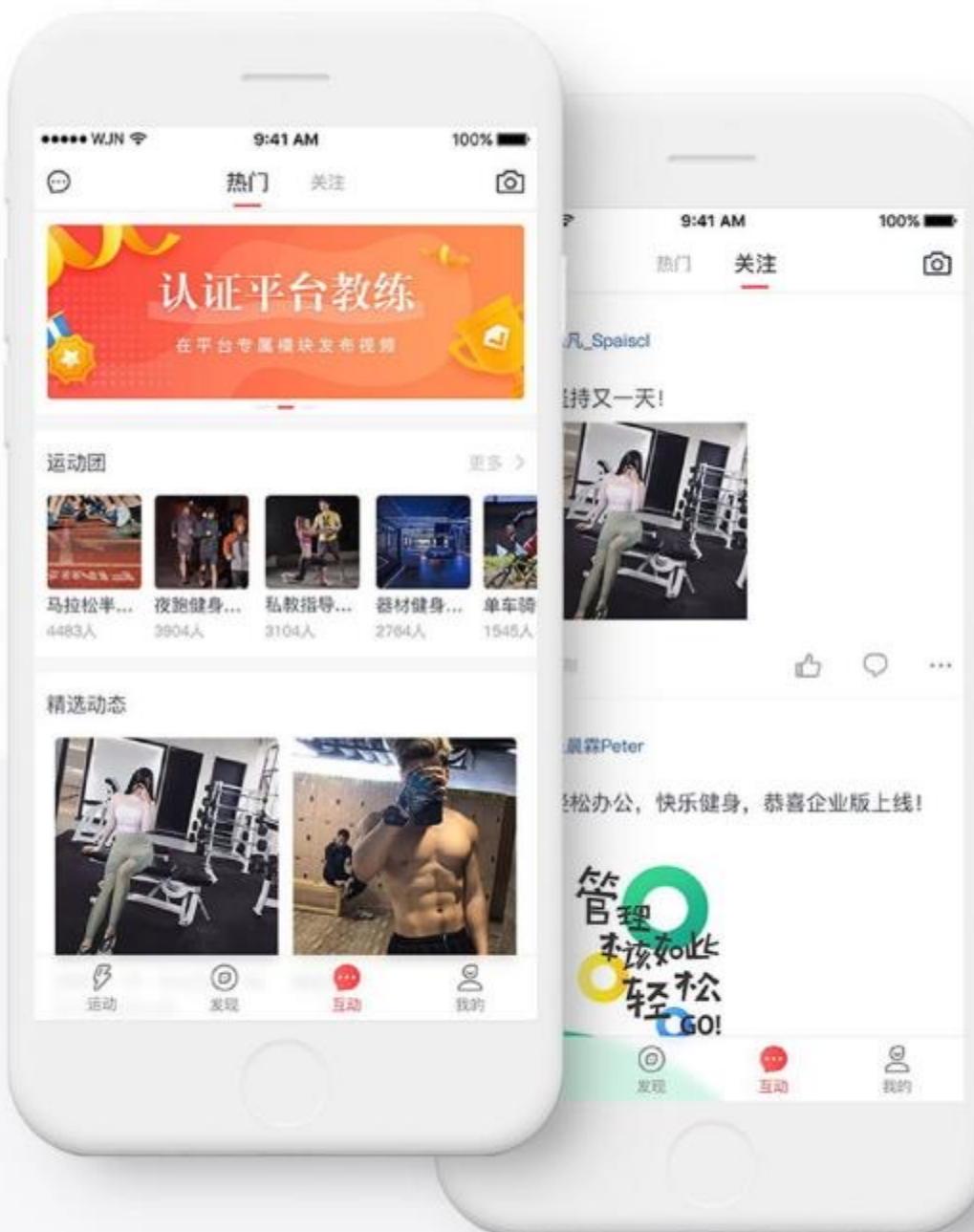
界面设计-3

— INTERFACE DESIGN



互动 INTERACTION

- 消息中心入口
- 动态发布入口
- 平台海报广告展示
- 运动团展示
- 展示平台精选动态与关注的好友动态



互动



我的 MY

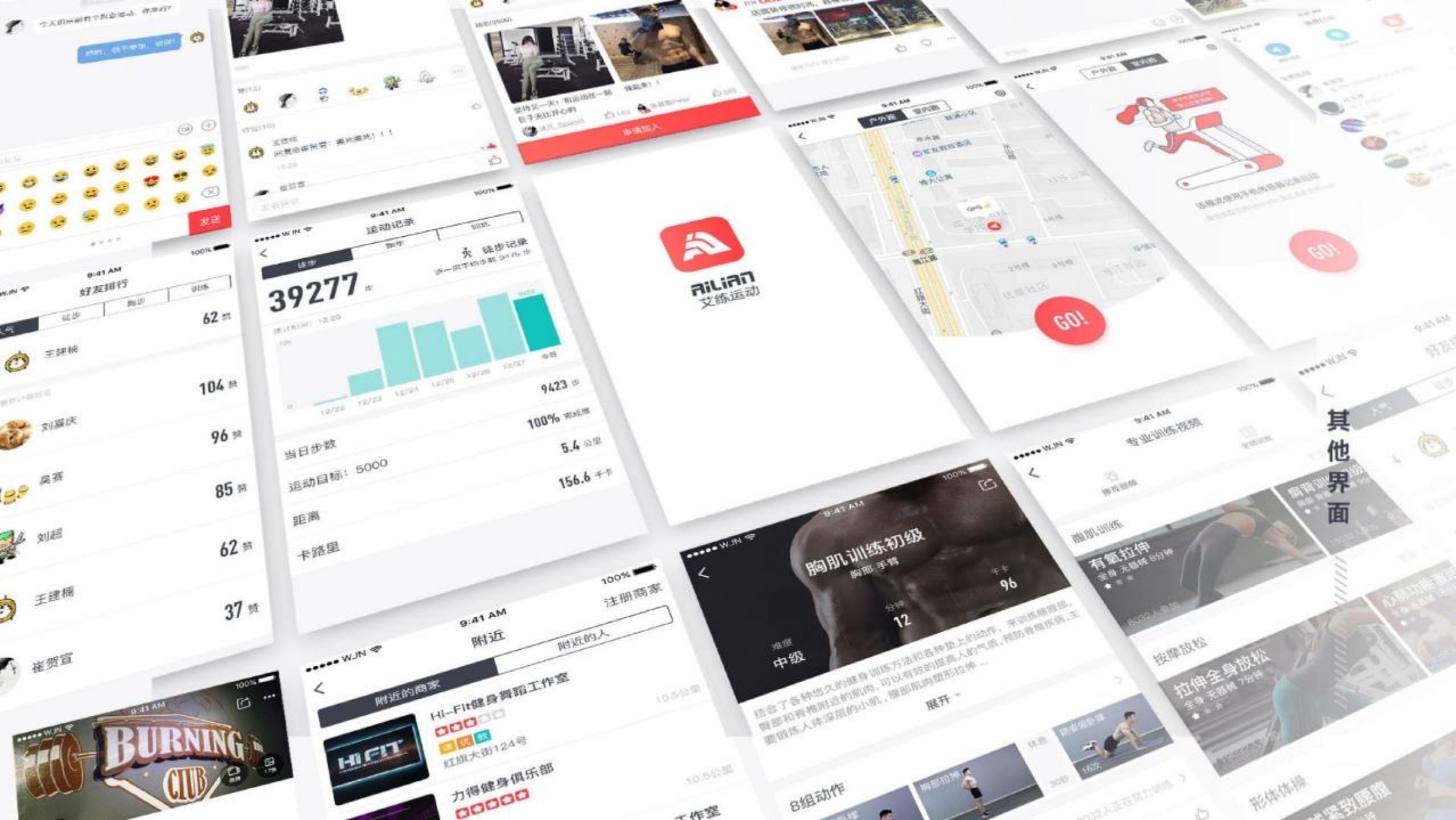


界面设计-4

— INTERFACE DESIGN

- 消息中心入口
- 设置入口
- 个人信息展示
- 个人中心入口
- 互动模块关联入口(粉丝、关注、动态)
- 课程查询、会员评价、消费记录、结账下单(信息与企业端、PC 端交互)
- 预约管理入口
- 卡券管理入口
- 认证平台教练入口
- 设置运动目标入口
- 我的二维码入口
- 分享入口
- 关于入口

我的





艾练运动（企业端）页面设计

ENTERPRISE AILIAN

◆ 专业的健身管理专家

V1.0

DESIGN BY LANREN



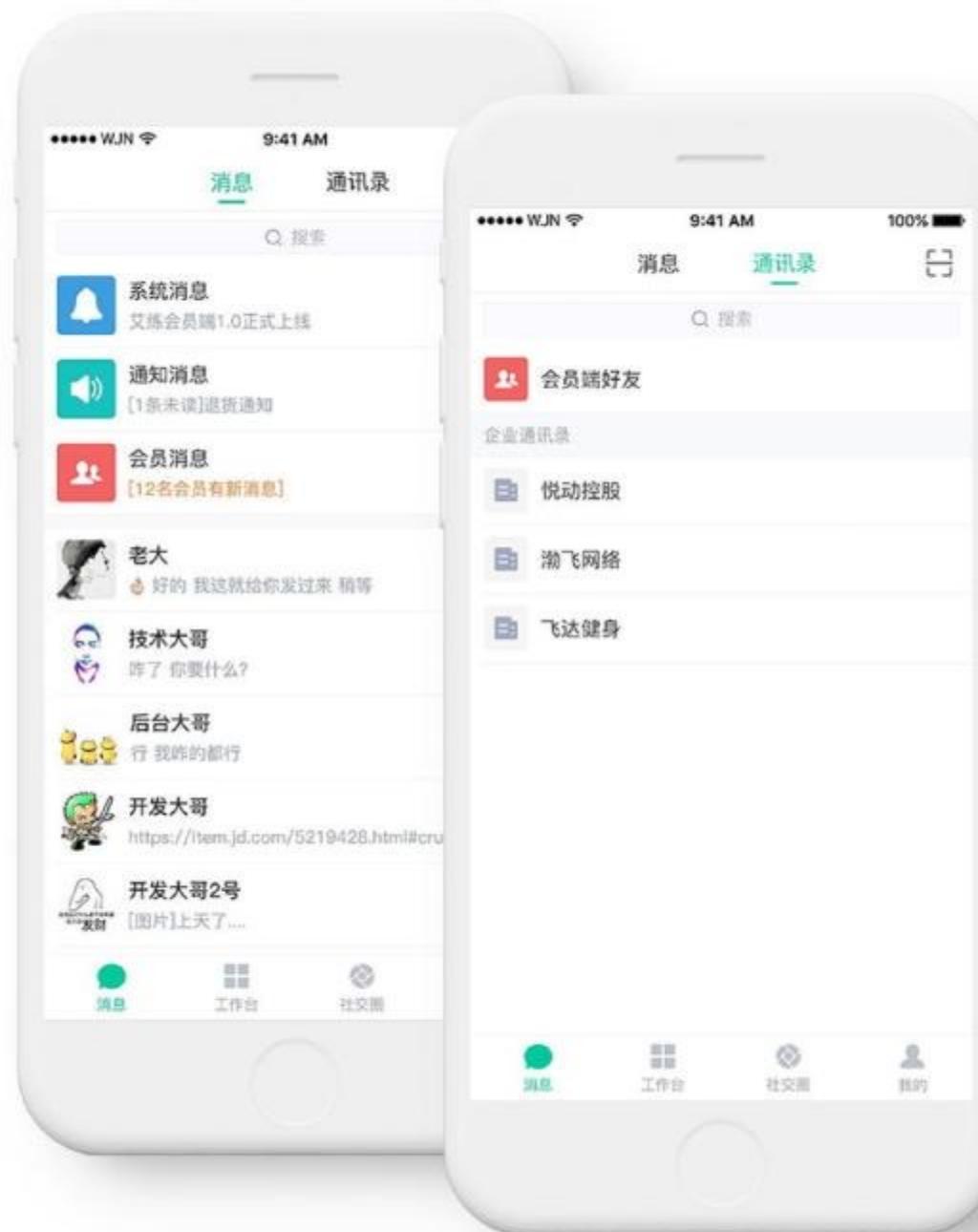
01

界面设计



消息
NEWS

- 平台系统消息、通知消息、会员消息(用户端)
好友会话列表
- 会员端好友入口,企业通讯录商家列表(支持多商家绑定)



消息 & 通讯录

02

界面设计



- 通知消息
- 宣传 banner 展示
- 商品出入库、商品开单退单、预约管理、客户管理、订单管理、调拨管理、代客预约、评价管理、投诉建议、交接班、退货通知

工作台

03

界面设计



- 同事社交圈，发布工作动态，增强趣味性
- 发布新动态



社交圈

04

界面设计



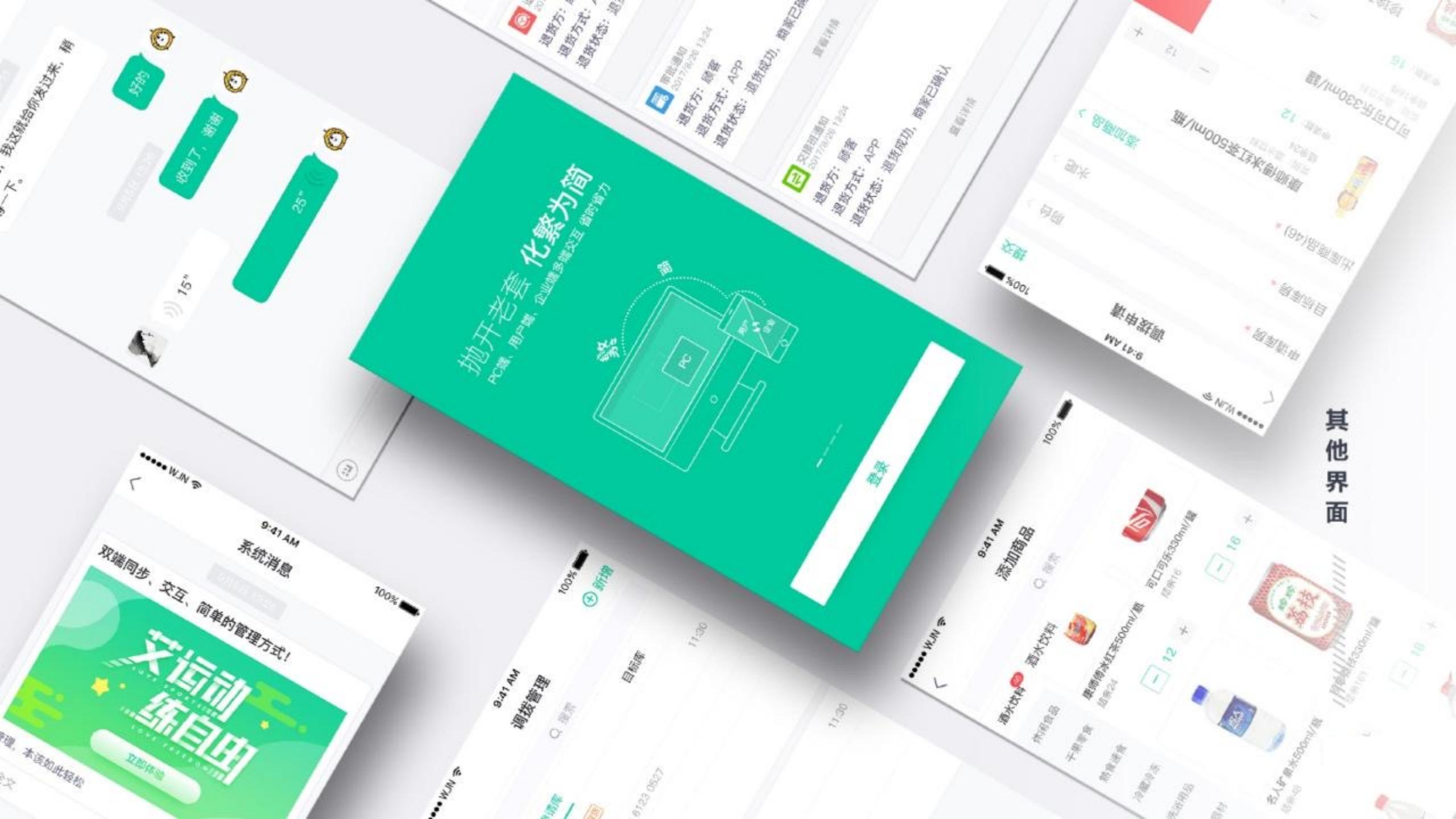
我的

MY

- 个人信息展示
- 切换所属团队
- 我的动态、互动消息、企业信息、扫一扫、分享、关于、设置
- 根据身份设定的功能模块：我的视频管理、会员端好友(教练)；会员端好友(会籍)；普通员工无功能模块

我的

其他界面



钢 钢 报 价 简 介

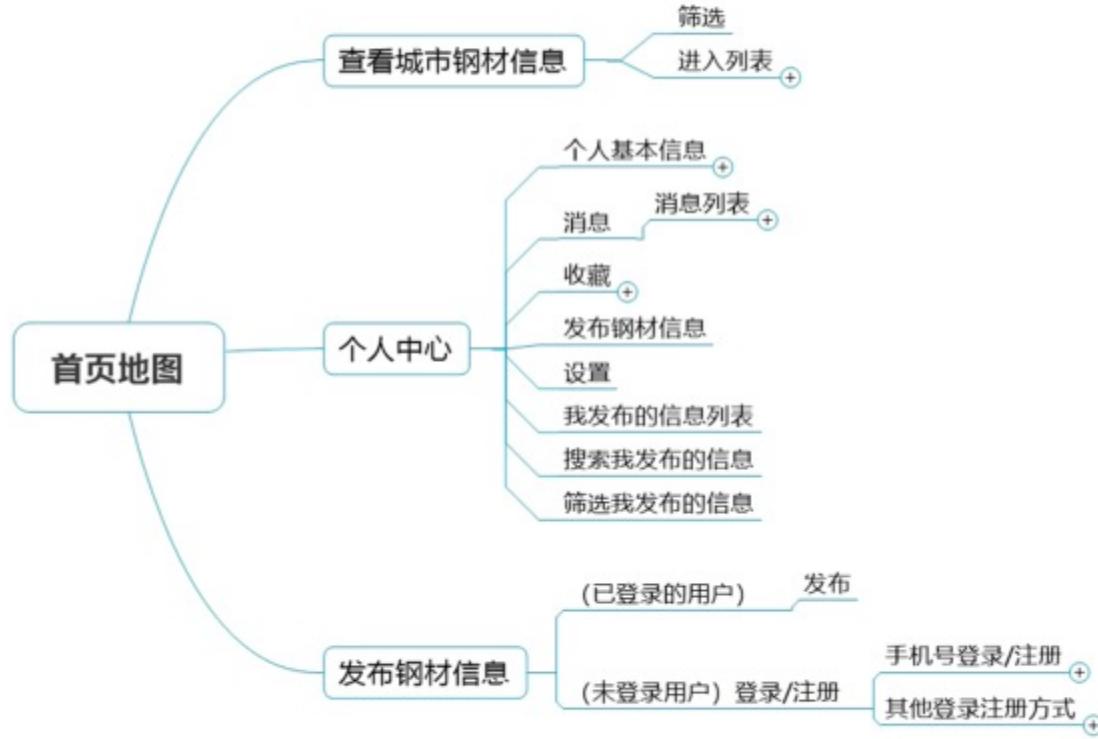
钢钢报价这款应用软体的出现是为了解决
当今越来越年轻的贸易人才日益不适应老旧的
钢材报价网站信息混乱，信息不清，难以查找等问题。

在此背景下，钢钢网作为钢铁全产业链第四方服务平台
推出这款报价应用，
为广大年轻的贸易人士提供
快捷、清晰、准确的报价服务，



钢钢报价

前期背景研究



C. 产品功能分析

这个产品的功能很明确，全都围绕报价信息展开。

原始首页采用了标签切换的方式切换地图的展示方法和列表展示的方法，地图展示的信息严重不全面，比较笼统没有参考性。使得这一功能完全鸡肋。切换到列表显示的时候也完全没有跟地图页有任何联系，让用户混乱，造成二次操作筛选查看信息。

综合考虑将功能重新梳理得到左边的架构。

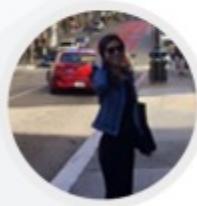
C: 用户定位&画像

为全国各地钢材销售商以及钢材对外销售外贸人员。
解决钢材这一块与互联网脱轨的模式，报价难，
信息混乱等问题。

主要人群为年轻的新的钢材产业链人员，他们没有
老客户，没有人脉。大致为20岁至30岁。性别比
例差别不大。

苏女士 某钢材外贸公司销售人员 95年生

外贸圈新晋小白一枚，没有人脉，没有资源，全靠一份热情和积极



1 价值追求

好玩
时尚
努力奋斗

2 体验偏好

舒适的
易上手
清晰的

3 用户场景

工作时：日常询盘和开发新客户
闲暇时：玩手机游戏，看美剧
社交时：逛街吃喝玩乐

王先生 某钢厂销售人员 92年生

作为钢厂员工从事销售工作一年。



1 价值追求

时尚
颜值

2 体验偏好

快捷的
有效的
清晰的

3 用户场景

工作时：处理电话咨询，接待客户
闲暇时：玩游戏，
社交时：宿舍同事吃吃饭，看演出

G·原APP主要页面分析

首页分析

1. 首页地图没有处理，直接调用的第三方地图导致画面比较混乱。
2. 钢材显示比较笼统，不具备参考性，首页在这里完全沦为鸡肋。
3. 右上角的筛选功能在这一页不可用（实际上线的版本中）
4. “列表/地图”的切换标签容易让人产生混乱
5. 搜索出来的也是直接跳到列表页。



C. 原APP主要页面分析

详情页分析

1. 信息比较多，排列比较不清晰。
2. 时间后面的“发布”二字可以去掉。
3. “仓库”这一标签（实际上线版本中）是不存在的。
4. 没有体现出价格的趋势；失去对比性。
5. 有没有回复评价这个没有存在的必要。



C. 原APP主要页面分析

用户中心分析

1. 这里的评分是对用户的评分的，但是整个APP都没有这项功能，只有对发布的钢价信息的评分，弄混掉了。

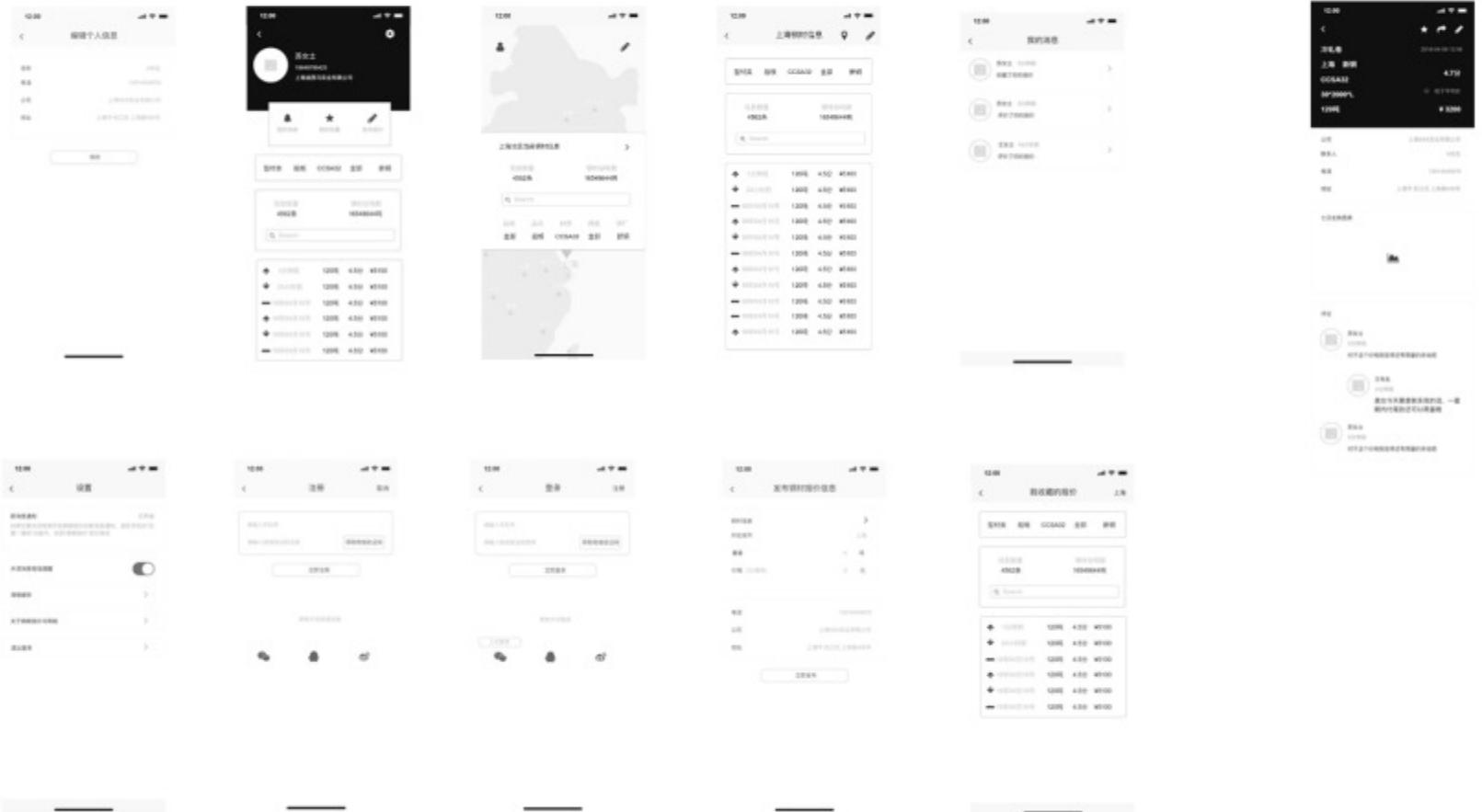
2. 个人信息没有显示全。关键信息缺失。

3. 没有个人发布的信息。

4. “APP反馈意见、版本更新、退出登录”这个放倒设置里面。



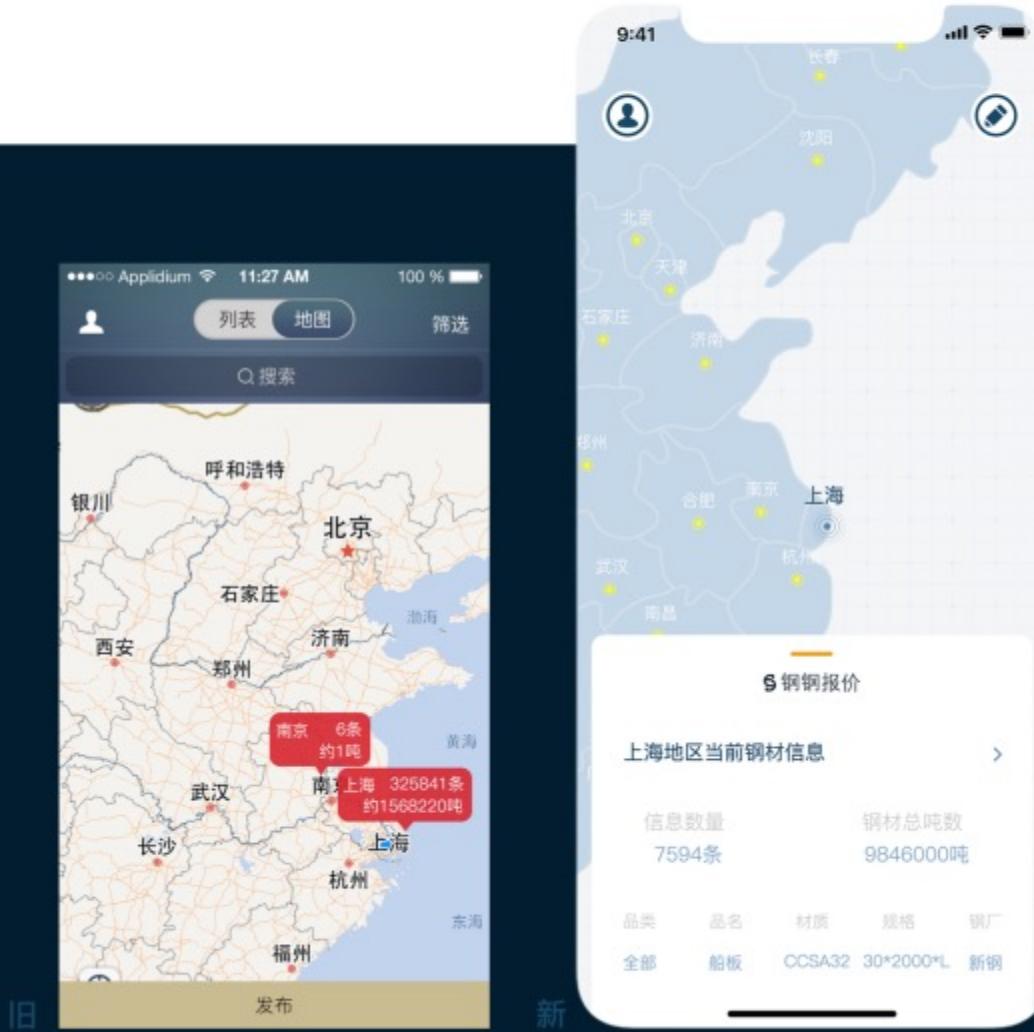
C 线框图



C 颜色



主页面设计思考对比



首页设计

框架层

1. 把顶部切换标签去掉，使首页功能一目了然。避免切换到列表页和首页筛选过后的信息无关，需要用户重复操作。

2..从当前钢材条件信息进入列表页。

3. 去掉搜索功能，

4. 筛选功能得到最大化提升，信息数量和钢材总吨数根据所选择的条件实时变化。信息更具参考性。

表现层

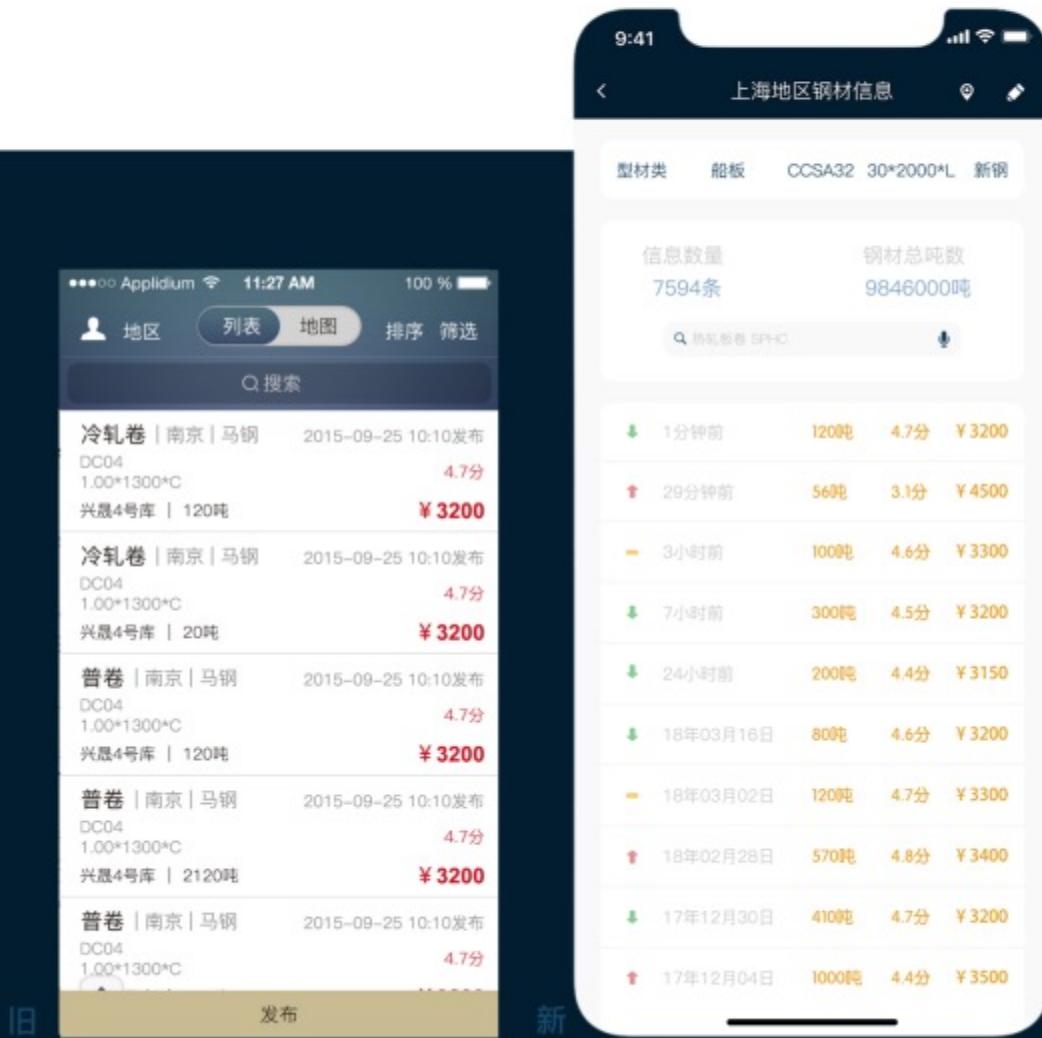
1. 地图根据实际处理的更加清晰，只保留城市名称，不再调用第三方地图。

2. 颜色选择沉稳而又不老气，信息层级更加一目了然。

3. 图标风格扁平化，风格统一。

4. 整个app以更符合目标用户的扁平化风格呈现，告别了半拟物的老旧审美。

C+ 主页面设计思考对比



列表页

改版要点

1. 列表页作为二级页面，所展示的信息为首页筛选过后的信息，同样在列表页也可以进行新的筛选，不用返回地图页。
2. 去掉排序功能，（初版进行用户测试时，反映这个功能可以去掉）。
3. 在信息前方显示价格参考（高于/低于/持平），使信息更具参考性，用户对该条报价更清楚明了。
4. 报价信息进行整合筛选显示，信息层级更加清晰。

主页面设计思考对比



旧



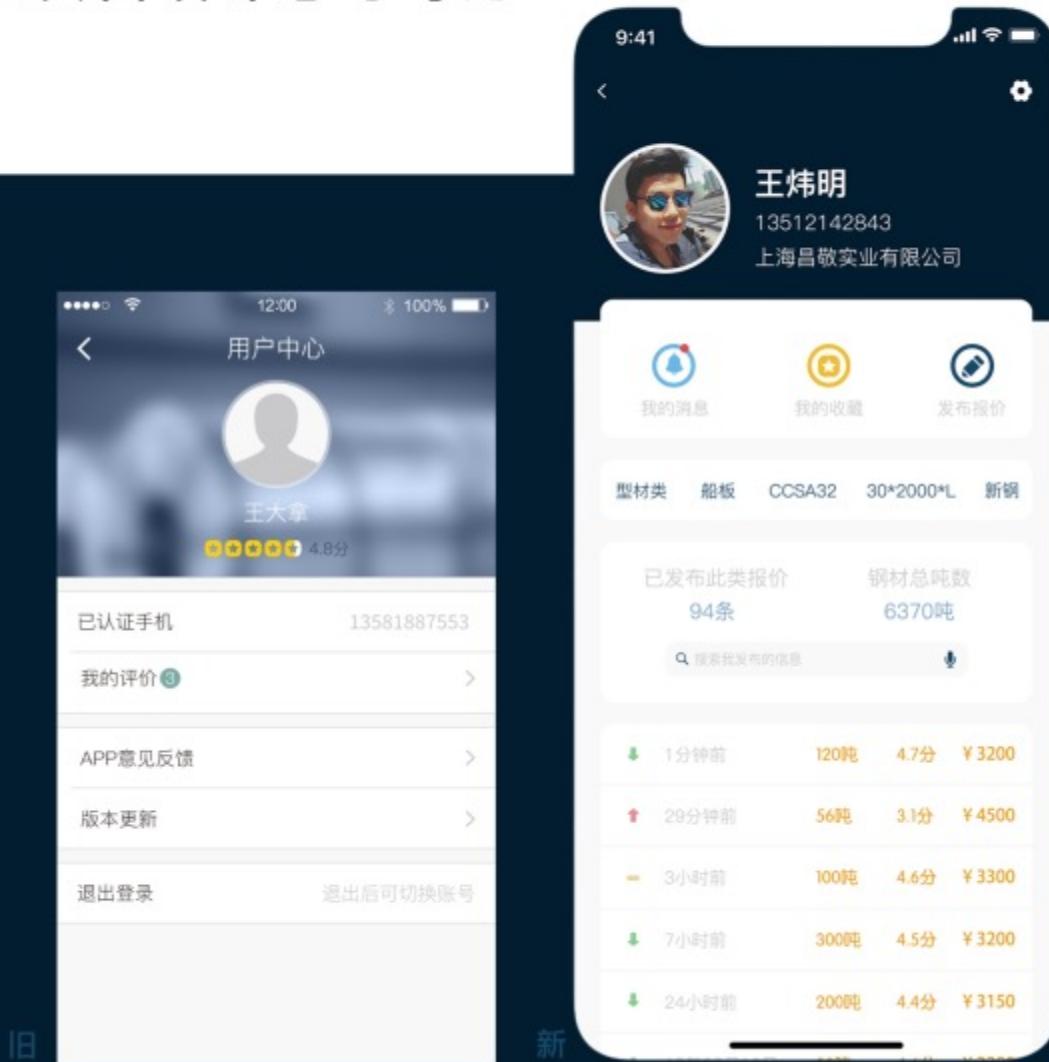
新

信息详情页

改版要点

1. 详情页也是秉承着让信息更加清晰明了进行了修改。
2. 作为重要的参考信息，加入了价格走势。
3. 旧版丢失了评论入口。
4. 加入了收藏与分享功能。

主页面设计思考对比



用户中心页面

改版要点

1. 这一页基本功能丢失太严重，补齐了基本功能。
2. 把属于设置的内容放到了下一级设置里面。
3. 直接展示用户所发布过的信息，并且可以筛选和搜索我发布的报价信息。
4. 新增发布报价入口。我的收藏入口。

UI 主页面设计思考对比

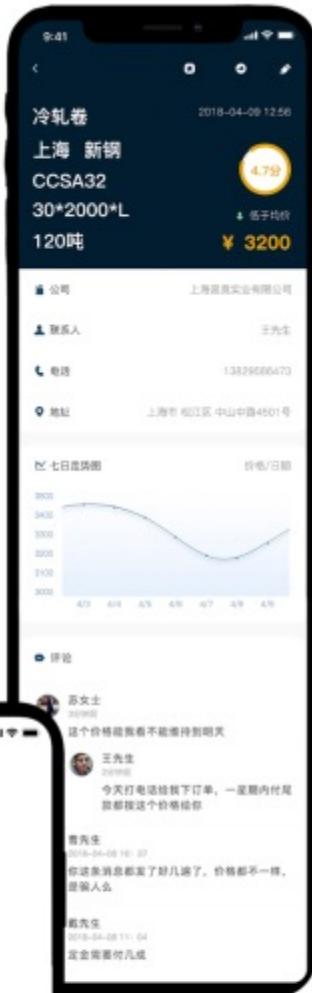
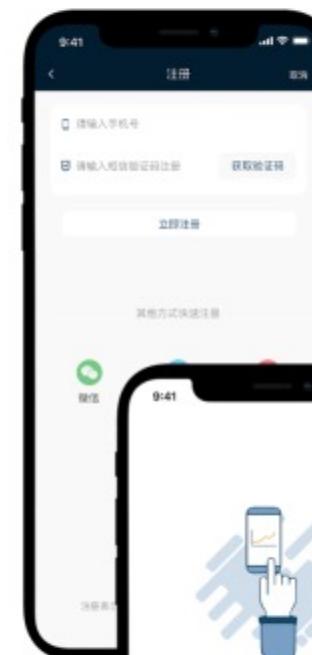
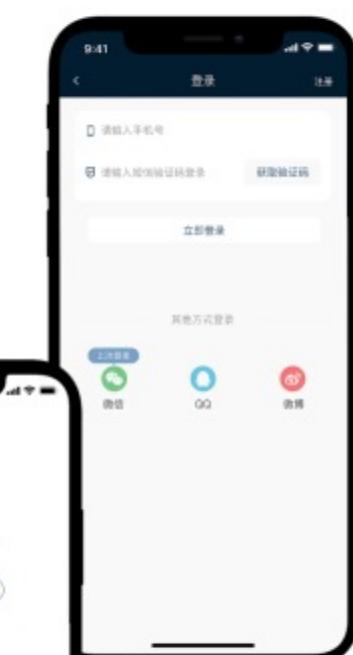


登录注册页

改版要点

1. 原页面的大图背景，给人一种跳脱出app内部的感觉。一般这种样式的登录注册适用于需要登录注册才能进入体验的app。新的设计更利于用户沉浸式体验，避免跳出app的隆重感和打断感。
2. 在结合多方经验和问卷调查，以及以往数据显示，越来越多的用户倾向于使用验证码登录，密码登录的用户逐渐在减少。所以统一使用验证码登录或者注册，大大降低了用户的使用成本，也增加了回访率。
3. 新增社交账号快捷登录，减轻用户操作成本。结合自身对于应用的使用，新增了上次登录方式提醒。

C+ 改版页面展示



翡翠岛理财



翡翠岛理财

金融理财APP，已经上线
可在应用市场下载

色彩



翡翠鸟
feicuilcail.com

移动端UI设计规范V2.0
基于iOS系统, 750x1334
Android 第100% 密比适配
此规范适用于80%的情况，特殊需要可灵活发挥

色值

#3181dd

#f39800

#9e6dd8

#e5e5e5

#171717

#ccc8cc

#ea0000

#333333

#555555

#999999

应用场景

页面常见重复性元素
标题、按钮、Icon、标签栏等

区别于内容的元素
内页提示性文字、Icon等

区别于内容的元素
内页提示文字、Icon等(作为第二色彩辅助色)

分割辅助线
乳胶内线、板块、表格、标题等分割线

大面积背景
页面内线、板块、表格、标题等大面积背景色

板块空隙背景
页面大面积白色板块的色

文字、按钮元素
提示性文字、不需要信息文字、不可点击的按钮
特别强调、醒目、警示、突出元素
强读性、重要性 文字及Icon等

文字元素
一般大标题、主要信息等文字颜色

文字元素
次要正文、大量文字信息等文字颜色

文字元素
大标题下的辅助标题、副链接等文字颜色

常规文字

#666666
#999999

应用场景

适用于页面标题
页面title、第一层级显示页面的提示信息等

适用于页面内标题
内容标题、板块内标题、主要内容、表格标题等

适用于页面内文字
内页正文、大量文字信息、描述性信息、等

适用于页面内文字
辅助性文字、时间、说明性文字信息等

02. 字体

字号(英文/数字/符号/号)	属性(自重/空间距/行间距)
18px 翡翠鸟en8	Regular/0.5/27
16px 翡翠鸟en8	Regular/0.5/24
14px 翡翠鸟en8	Regular/0.5/21
12px 翡翠鸟en8	Regular/0.5/18

04. 弹框

尺寸(面宽为5)
体高度根据内容尽量清楚定义
体面宽为5, 面两边的边距各24
高为100

状态

不点击状态
常规状态

不点击状态
常规状态

不点击状态
常规状态

03. 按钮

尺寸(所有按钮圆角为5)
300*44

130*44

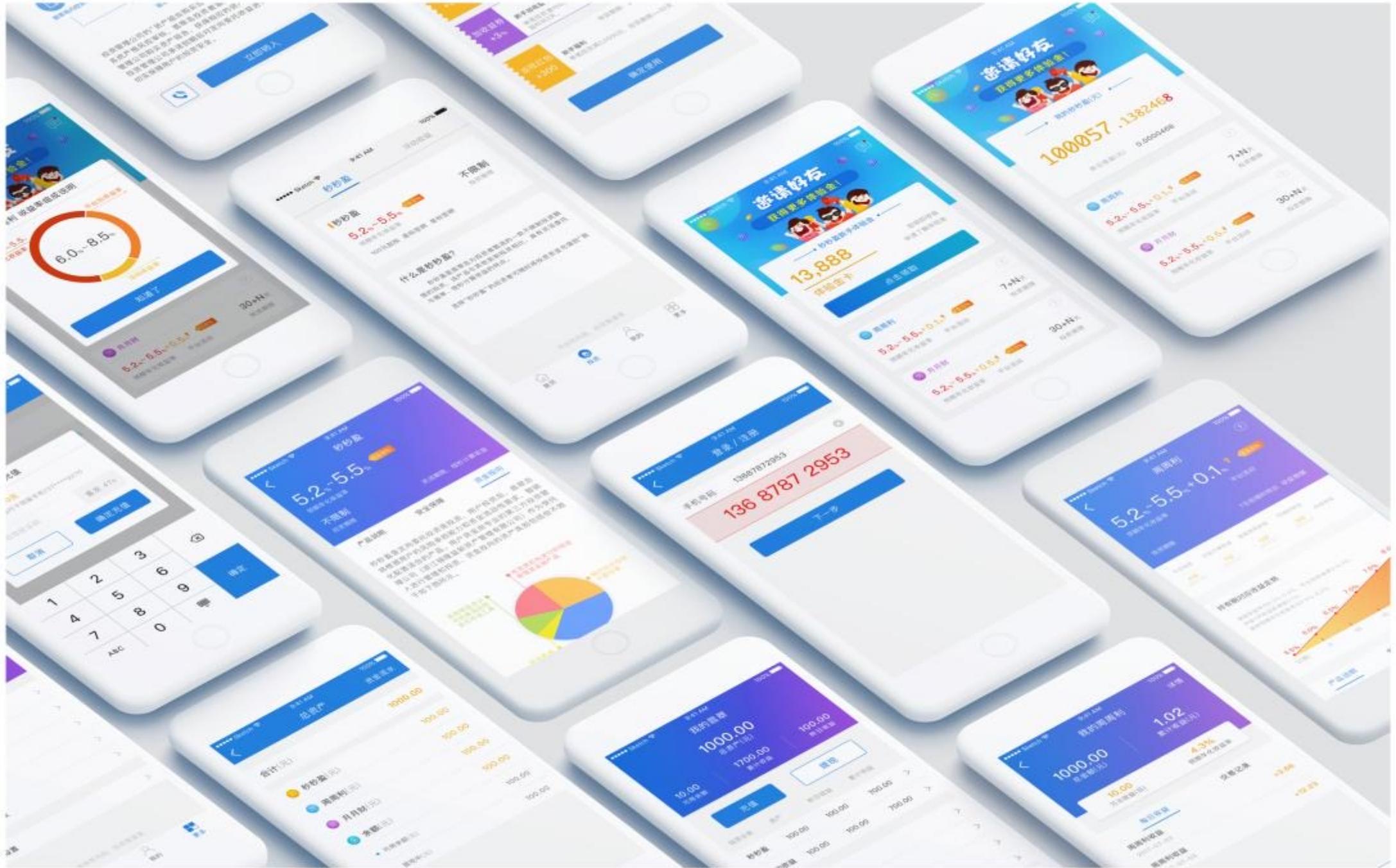
260*44

适用于页面、弹框
有多个按钮的页面、弹框等

适用于页面、弹框
页面按钮中按钮旁有别的元素情况下

应用 场景

适用于页面当中
提示性、提醒输入确认、验证结果



APP

WEB

平面

视频

摄影

其他

WEB端

W E B



The image shows three screenshots of the '翡翠岛' (Fairy Island) mobile application interface.

Screenshot 1 (Left): Displays the '理财产品' (Product Line) section. It features three product cards: '秒秒盈' (5.2%~5.5%), '周周利' (5.2%~5.5% + 0.1%), and '月月财' (5.2%~5.5% + 0.5%). Each card includes a '马上投资' (Invest Now) button. Below this is the '关于翡翠岛' (About Fairy Island) section, which contains a brief introduction and a small image of a modern building.

Screenshot 2 (Middle): Shows the main landing page for the '秒秒盈' (Second-second Profit) product. The top banner features the text '15%' and '秒秒盈 不限制投资期限, 按秒计算收益' (Unlimited investment term, calculated by seconds). Below the banner, it says '5.2%~5.5%' and '不限制' (Unlimited). There is a QR code for scanning. The bottom section contains detailed product information, including a '产品说明' (Product Description) and a '常见问题' (FAQ) section.

Screenshot 3 (Right): Provides a flowchart illustrating the investment process. The steps are: '选择产品' (Select Product), '填写投资金额' (Enter Investment Amount), '选择投资期限' (Select Investment Term), '确认投资信息' (Confirm Investment Information), '完成支付' (Complete Payment), and '等待收益' (Wait for Returns). It also highlights the '秒秒盈' feature as '按秒计算收益' (Calculated by seconds).



A股上市公司战略入股 腾玛资本天使投资

翡翠岛优势 ADVANTAGE

- 上市公司投资背景**
- 稳健投资**
- 金融科技**
- 技术安全**



关于翡翠岛 ABOUT US



翡翠岛是由上海峰呈信息科技有限公司运营的一站式投资理财服务平台，公司成立于2017年8月，实缴资本3500万元，注册资本中包括腾玛资本（海南）有限公司（简称“中腾资本”）和浙江腾玛投资者管理有限公司（简称“腾玛资本”）联合投资，翡翠岛拥有专业的风控体系和专业技术团队双重保障，为投资者提供资产配置、投资咨询、风险管理等多项服务，帮助投资者实现财富最大化。

翡翠岛服务于A股上市公司，中腾资本第一大股东—腾玛集团有限公司于2016年在美国纳斯达克挂牌上市，资产总额逾千亿元，主营建筑修复材料、高科农业产品的研发及销售。中腾资本第三大股东—中腾天然气能科技有限公司系A股上市公司海南海洋天然橡胶产业集团（简称“海南橡胶”），股票代码：601118。控股，海南橡胶成立于2005年，注册资本39.31亿元人民币，致力于以技术创新和企业的结合，不断优化企业的产业结构和经营型态。中腾资本入股翡翠岛，说明股东对翡翠岛的认可和支持。

翡翠岛于2017年9月2日正式上线，荷塘中腾资本拥有的资本实力雄厚、技术支持、财经经验，通过互联网数字化服务，由专业的金融产品团队带队，为投资人带来高效、透明、专业的理财服务。

更多>



翡翠岛是由上海峰呈信息科技有限公司运营的一站式投资理财服务平台，公司成立于2017年8月，实缴资本3500万元，注册资本中包括腾玛资本（海南）有限公司（简称“中腾资本”）和浙江腾玛投资者管理有限公司（简称“腾玛资本”）联合投资，翡翠岛拥有专业的风控体系和专业技术团队双重保障，为投资者提供资产配置、投资咨询、风险管理等多项服务，帮助投资者实现财富最大化。

翡翠岛诞生于A股上市公司：中腾资本第一大股东—腾玛集团有限公司于2016年在美国纳斯达克挂牌上市，资产总额逾千亿元，主营建筑修复材料、高科农业产品的研发及销售。中腾资本第三大股东—中腾天然气能科技有限公司系A股上市公司海南海洋天然橡胶产业集团（简称“海南橡胶”），股票代码：601118。控股，海南橡胶成立于2005年，注册资本39.31亿元人民币，致力于以技术创新和企业的结合，不断优化企业的产业结构和经营型态。中腾资本入股翡翠岛，说明股东对翡翠岛的认可和支持。

翡翠岛成立于2017年9月2日正式上线，荷塘中腾资本拥有的资本实力雄厚、技术支持、财经经验，通过互联网数字化服务，由专业的金融产品团队带队，为投资人带来高效、透明、专业的理财服务。

翡翠岛于2017年9月2日正式上线，荷塘中腾资本拥有的资本实力雄厚、技术支持、财经经验，通过互联网数字化服务，由专业的金融产品团队带队，为投资人带来高效、透明、专业的理财服务。



5.2%~5.5%
预期年化收益率
100元起投，1元递增 每日收益
按秒计算收益
投资金额收益自动提现
资金实时到账

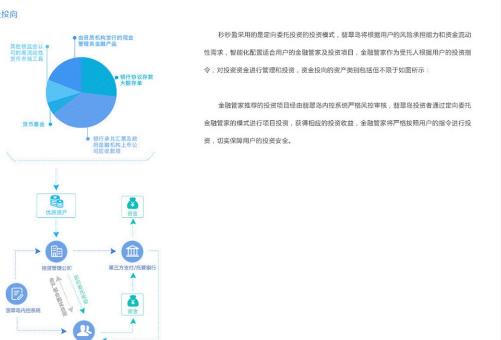
不限制
投资期限



扫码关注

产品说明
秒秒盈是翡翠岛上不限制投资期限的一种投资模式。目前，在这种投资模式下，投资者可通过委托的方式灵活投资与赎回，同时投资者也将按秒计算，前述持仓是投资者持有的产品无法赎回的。
选择秒秒盈投资的投资者可随时提现资金到直连“我的账户”，也可以随时提现项目，从“我的账户”中将投资资金提现，提现后在投资当日产生收益的时长，话费有一段时间资金，对资金流动性要求和资金使用率较高的用户建议谨慎。

产品说明 不限制投资期限
投资门槛 100元起投，1元递增，每人投资上限100万元，具体以投资项目要求为准
计算收益日 T+0日清算收益，当日买入，当日产生收益
理财收益 年化收益5.2~5.5%
收益方式 按日计算收益，按日理财，每日计提“账户本金”产品收益/365
取出规则 1. 理财未到期时，取出银行账户T+1日到账（周末或节假日以银行到账时间为准，如遇银行系统维护等特殊情况，可能发生延迟，请关注平台公告。）
2. 每日定时提现 20万元
赎回到账时间 转出到账最晚到账，取出银行账户T+1日到账（周末或节假日以银行到账时间为准，如遇银行系统维护等特殊情况，可能发生延迟，请关注平台公告。）
赎回费用 0元（活动期间，赎回金额的0.02%）
提现费用 0元（活动期间，每月0.04%提现手续费，单笔0.01元使用，超过则按0.01元收取）
投资项目 见《委托协议书》



5.2%~5.5%+0.1%↑+0.05%
预期年化收益率
7+N天
平台收益
马上投资

月月财
30+N天
投资期限

5.2%~5.5%+0.5%↑+0.05%
预期年化收益率
30+N天
平台收益
马上投资

月月财
30+N天
投资期限



扫描二维码下载
翡翠岛APP

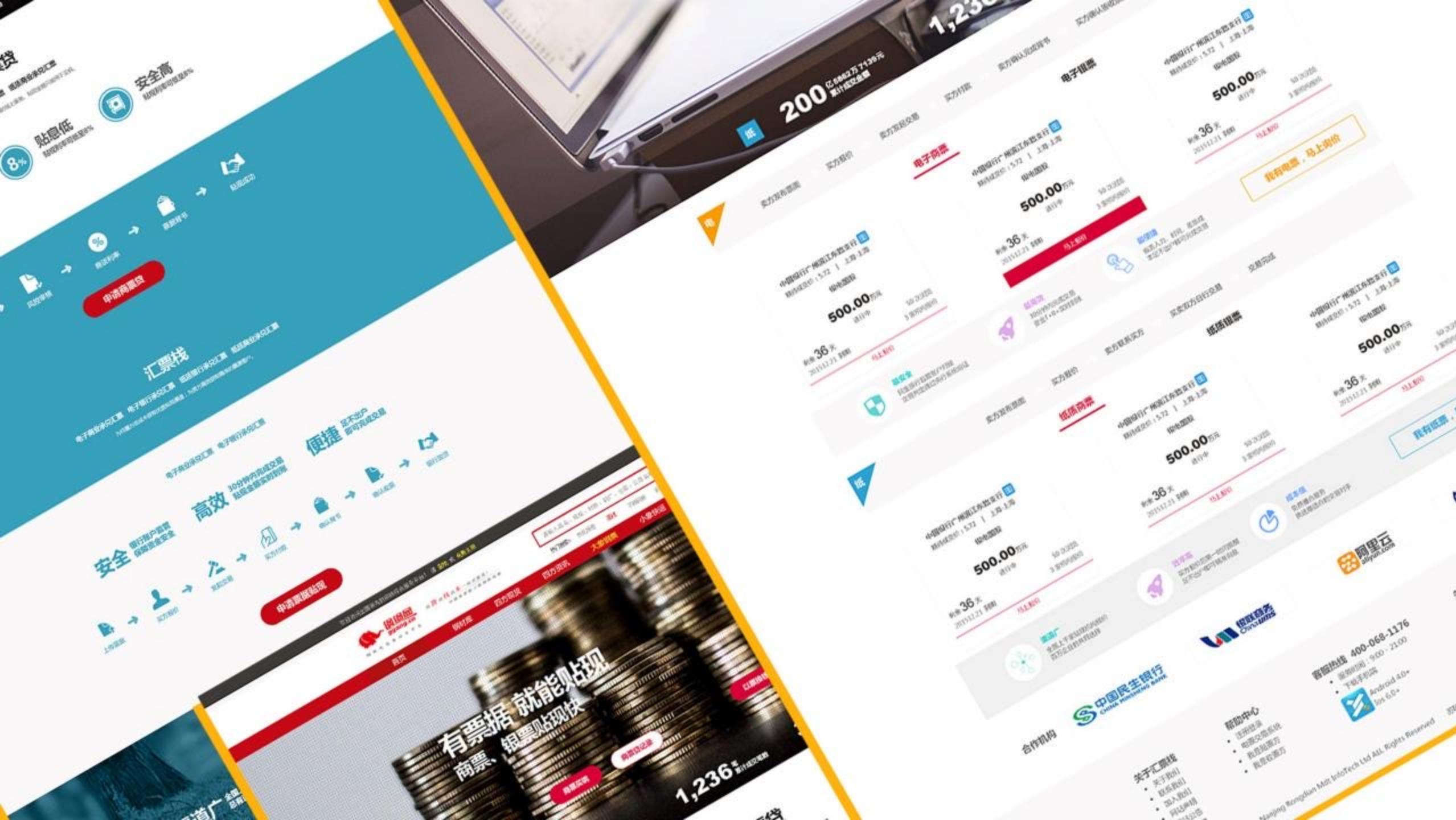


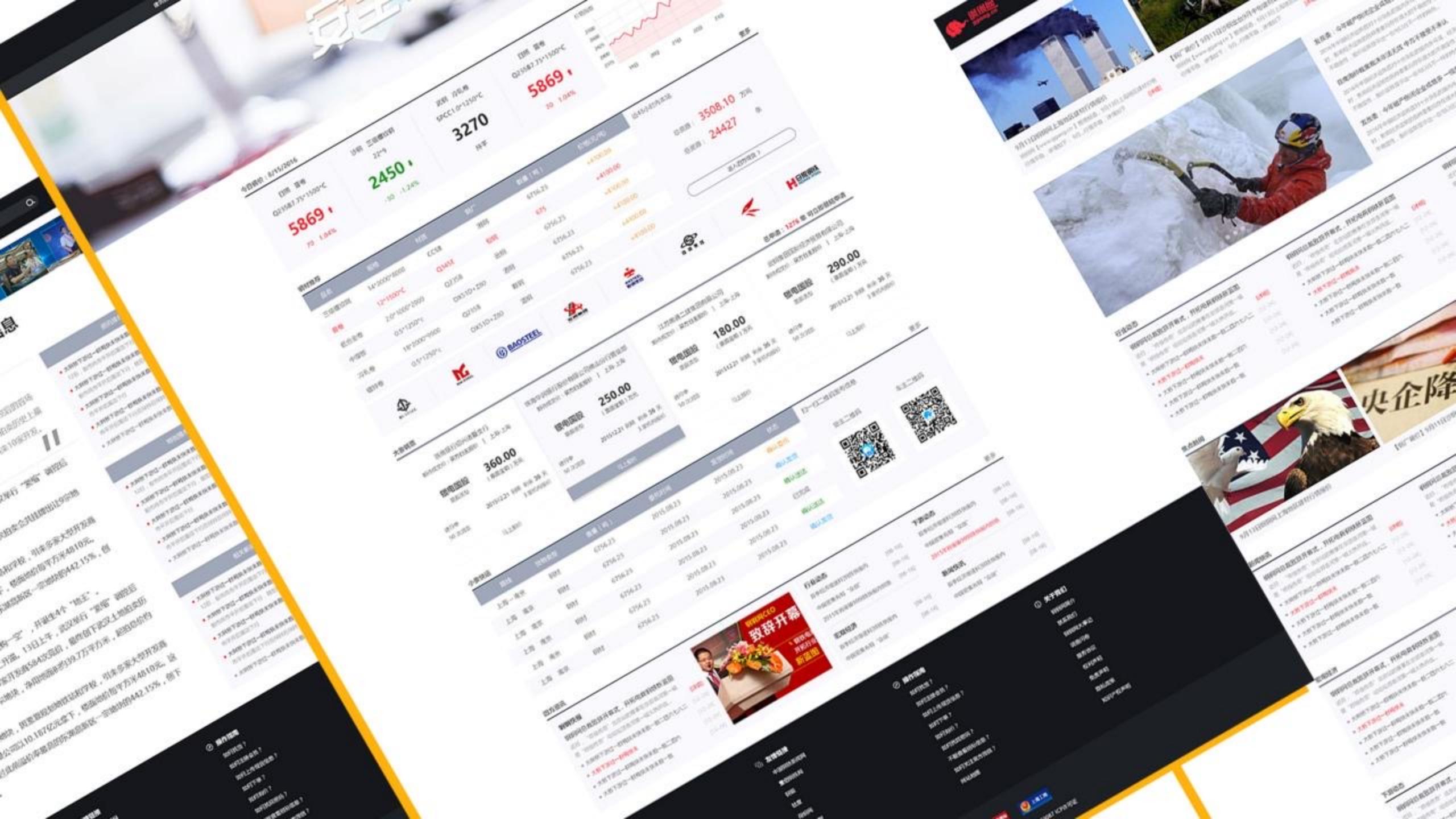
关注翡翠岛
微信公众号

友情链接：网贷之家 | 网贷之家 | 网贷之家 | 网贷之家

地址：上海市静安区铜仁路299号1202室 电话：400-836-5858 服务邮箱：service@feicuidao.com

Copyright © 2017-2018 FEICUIDAO, Inc. All rights reserved ICP备17038167号-1





客户电话 021

客户姓名 程丕子

客户地址 友好南路301号西北路广源大厦1305室

意向时间 2015

意向程度 有意向跟进

是否有钢材需求 待确认

物流往来

选择地区 浙江

拨打状态 无法接通

是否是钢铁企业 待确认

是否有跟票需求 待确认

网站浏览

与公司有业务往来

是否有物流需求 待确认

是否是钢铁贸易 待确认

手机下载APP

备注

保存信息

0/300

外呼时间 2016-5-3 14:00

高意向可跟进

拨打状态 无法接通

意向程度 无法接通

预判时间 2016-5-3 14:00

处理客服 刘能

刘能

本周五的下

活动名称 八百标兵本北京

活动时间 2016-5-3 14:00

实时监控 活动管理 角色管理 分组管理 相关客户管理 订单管理

作业管理 政策管理 报表管理

周





The screenshot shows a search results page for children's apparel on the LACOSTE official website. The search term '儿童卫衣' (children's hoodie) has been entered. The results are displayed in a grid format with four items per row. Each item includes a small image, the product name, and its price. The products shown are: '儿童 Varsity 半毛夹克 运动上衣' (Children's Varsity Half-Zip Jacket Sportswear) at ¥560; '运动帆布 Vaultstar trainers' (Sports Canvas Trainers) at ¥560; '运动推布 运动裙' (Sports Push布 Sport Skirt) at ¥560; '儿童网球 运动衫' (Children's Tennis Sportswear) at ¥560; '儿童保暖 毛线帽' (Children's Warm Knit Hat) at ¥560; and '儿童 Lacoste 双花 polo衫' (Children's Lacoste Double Flower Polo Shirt) at ¥560. On the left side of the page, there is a sidebar with filters for gender (女童 - Girls), age group (0-3岁女童 - 0-3 year old girls, 3-6岁男童 - 3-6 year old boys, 青少年 - Adolescents), category (休闲 - Leisure), color (颜色 - Colors), size (尺码 - Sizes), and price range (价格区间 - Price Range). At the bottom right, there is a registration form for new users.

APP

WEB

平面

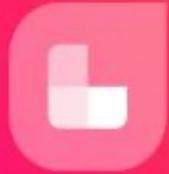
视频

摄影

其他

平面设计





公众号海报设计









APP

WEB

平面

视频

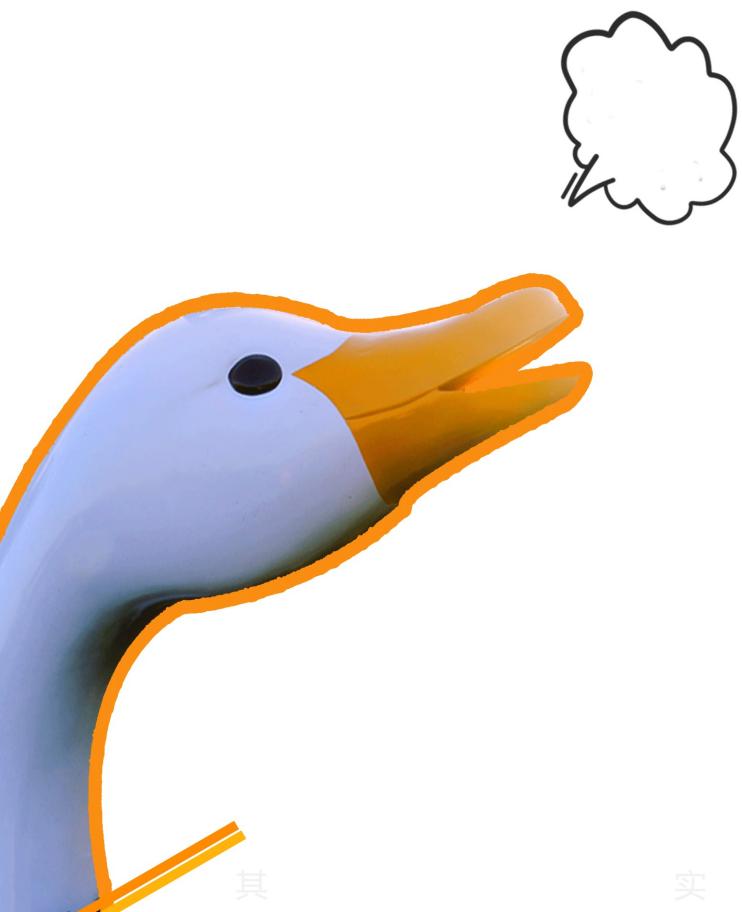
摄影

其他

摄影作品

H





Thank You For Your Time!

Judy Feng

Phone: 647-878-2843

Mail : judyfeng9@gmail.com

其

实

没

有

“其
他”

项