

UI DESIN

TEL : 18079631954

PORT FOLIO

FOR
MY WORKS

胡雨清



Please check my profile ~



胡雨清

UED设计 | 5年工作经验 | 本科

联系方式

手机：18079631954

Wechat: 18079631954

邮箱：995377484@qq.com

WORK EXPERIENCE (详细经历可至简历PDF附件查看)

● 2023.08~2025.06 阿里巴巴淘天集团（博彦驻场外包） UED设计

概述：主要为「退货宝」「订单贷」「先采后付」「大件运费险」等多个项目

1. 与产品团队对接拆解设计需求，明确项目方向，分析用户痛点，结合用研结果以及产品线业务定位，梳理交互逻辑，转化为设计方向，贯彻至页面设计中，持续优化产品；
2. 负责多项目界面设计，制定设计规范风格把控，在统一平台设计语言的基础上，拓展表单及各类特殊场景的交互样式，提升设计一致性与团队协作效率，大促期间保质保量确保营销设计按时上线；
3. 主导设计评审，交付开发团队，多项目并行时进行跨团队协作争取资源，确保项目按正常排期上线，产品正式上线前进行设计验收，确保还原率达95%以上，按“高质量 + 高效率”标准交付；

● 2019.11~2022.11 上海绎由信息科技有限公司 UI设计

1. 负责公司核心项目产品“智堡”全平台界面设计，智堡办公后台系统设计，深入了解业务流程，独立完成视觉部分，包含的APP、WEB、小程序、IPAD等项目输出及暗黑模式适配；
2. 与上下游团队推动设计落地，及时验收确保项目顺利上线，与多团队共同协作从用户角度出发迭代优化现有产品。

目录

Portfolio Catalog

01.

退货宝 · 消费者体验计划

APP端

- 退货宝首期上线
- 新增营销功能
- 退出挽留功能改版

01

02.

订单贷

Web端

- 订单贷重点设计分析

02

03.

部分营销设计

H5 / 弹窗

- H5营销设计
- 部分弹窗设计合集

03

Return shipping insurance

退货宝 · 消费者体验计划



保障商家与消费者体验

业务背景

确立产品价值及方向

Business background
Establish the product value and direction

项目背景

运费险作为十余年的老产品，随着业务的发展，退换货率的上升带来商家成本上升，淘天没有定价权，受外部资源调配的影响，缺乏自主性，影响资源优化配置，因此新起消费者体验提升计划，用于提升商家与消费者体验，并提升平台对产品的自主性。

消费者体验提升计划在原有运费险产品的基础上，更加方便高效的服务商家和消费者，搭建起更好的交互体验，保障退换货的双方权益，帮助商家提升到店转化，降低售后纠纷等。

项目价值

体验维度 有效提升消费者与商家的体验，让消费者退货更顺畅，减轻商家成本压力与售后负担。

自主维度 增强平台对退货包运费产品的自主性与控制力，能更灵活、高效地调配各方资源，摆脱外部合作的部分束缚。

前期调查

分析用户人群

Preliminary investigation
Analyze the user group

在 UI 设计中分析用户人群是核心前提，其本质是让设计从“主观臆断”转向“精准匹配”，直接决定产品能否满足用户真实需求、提升使用体验并实现商业目标。

避免功能冗余，实现需求精准匹配

避免定位偏差，实现商业价值落地

避免体验障碍，实现交互友好适配

划分一 店铺规模划分



中小型商家

中小商家普遍面临资金薄弱、利润空间受退货运费成本挤压的问题，退货宝通过直接降低单均退货成本，为其缓解经营压力，盘活资金用于关键增长环节。



大型商家

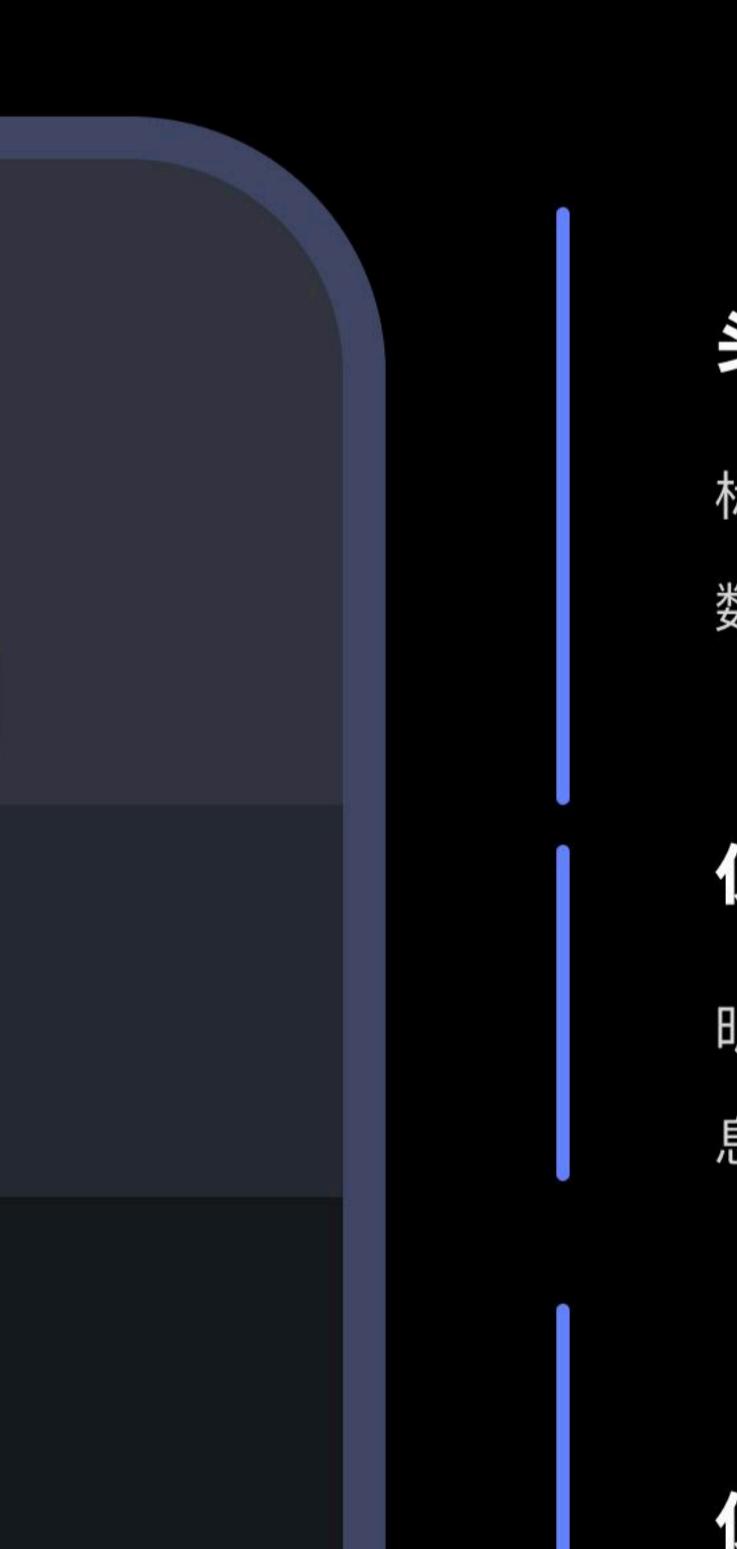
大型商家虽订单量与营收规模大，但高退货量带来的“隐性成本”累积效应显著，退货宝通过降低成本降幅与年节省金额，为其优化资金配置，支撑供应链与品牌升级。

划分二 商品类目划分



高退货率类目商家

服装、鞋履、床上用品等类目，因尺码适配、款式偏好、颜色差异等天然属性，消费者退换货需求远高于其他类目，叠加市场竞争激烈，退货成本成为商家重要经营负担。

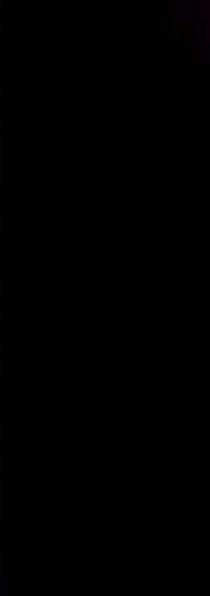


高运费成本类目商家

大型家电、家具等类目，因商品体积大、重量重，单次运输（尤其退换货的双向物流）费用远高于普通商品，每一次退货都意味着高额运费支出，给商家带来沉重经济压力。

需求分析

围绕核心业务诉求思考

Demand analysis
Think around the core business demands

以商家运营效率为核心，通过核心价值可视化、操作流程极简、风险感知透明、权益触达精准、视觉风格统一且适配商家分层需求的设计，带来“降本、提效、增权益”核心价值，降低商家决策与操作成本。

提升运营效率

降低退货成本

改善消费者体验

增强竞争力

模块直接展示

简介直观的模块化布局，方便商家快速感知。

操作流程简化

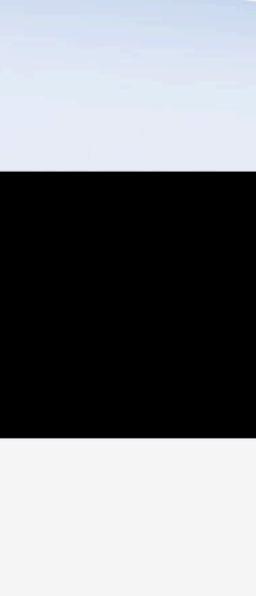
减少商家操作难度，分布引导。

开通页

体验产品的第一步

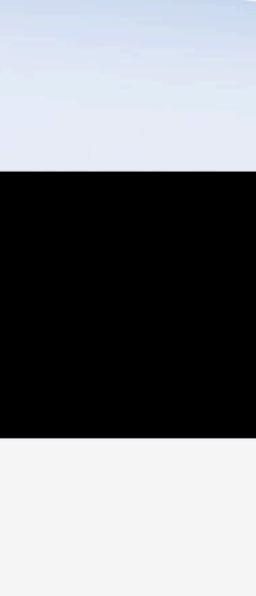
Activation page
The first step to experiencing the product

开通页面结构分为：利益点、保障详情、保障说明、常见问题、开通五个模块，信息按照重要程度和逻辑顺序依次排列，层级分明，用户能轻松跟随页面逻辑，获取所需信息，形成一条较为完整的浏览路径。



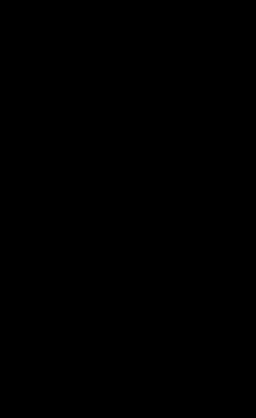
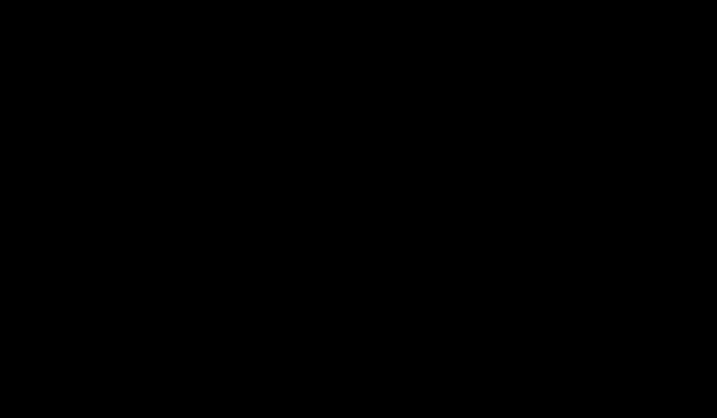
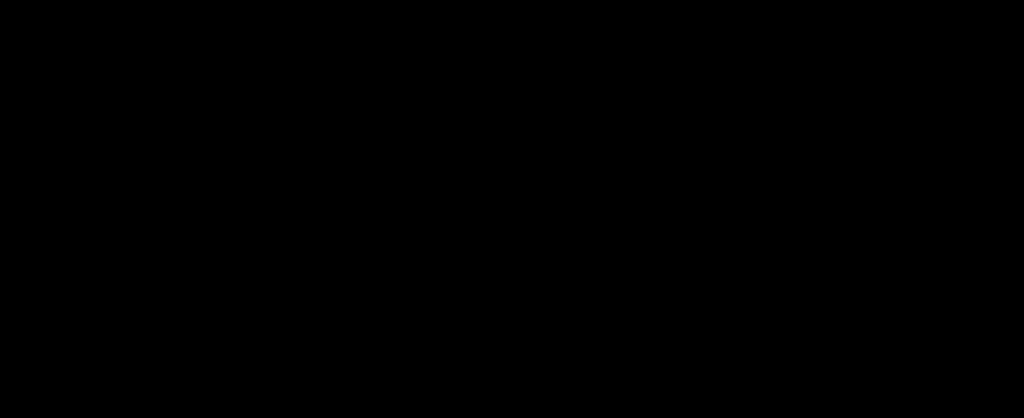
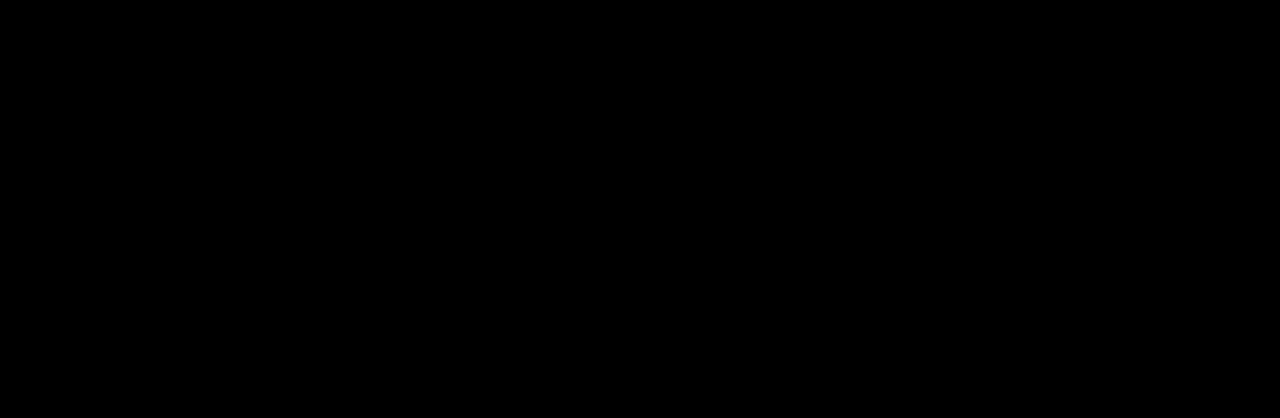
抓住图形细节

能够帮助商家在复杂繁琐的流程中提取关键步骤，用图形代替冗长的文字，降低阅读负担，在移动端屏幕尺寸有限的情况下，节省空间，同时平衡界面节奏，避免纯文字带来的单调感。



管理页

产品信息一目了然

Management Page
Product information is clear at a glance

遵循用户认知

按“核心状态→详情信息→数据沉淀→答疑辅助”的顺序排布，匹配用户“先抓核心、再看细节、后解疑问”的认知习惯。

遵循用户认知

按“核心状态→详情信息→数据沉淀→答疑辅助”的顺序排布，匹配用户“先抓核心、再看细节、后解疑问”的认知习惯。

遵循用户认知

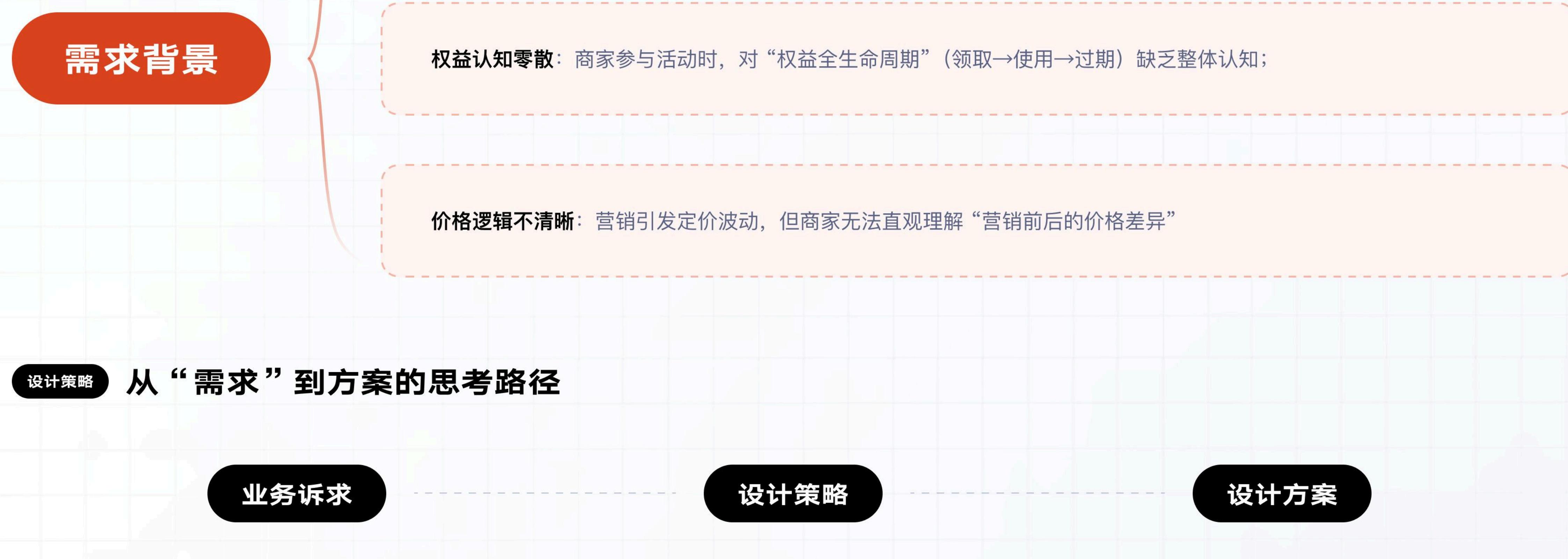
按“核心状态→详情信息→数据沉淀→答疑辅助”的顺序排布，匹配用户“先抓核心、再看细节、后解疑问”的认知习惯。

功能优化 增强用户营销感知力

通过视觉与交互优化，强化商家对营销活动、权益、价格差异的感知，提升营销模块的易用性与信息传递效率。

Function optimization
Enhance users' perception of marketing

需求背景 解决“营销感知弱”的核心痛点



设计策略 从“需求”到方案的思考路径



设计方案 方案实施及落地细节「三部曲」



退出转化 降低用户退出率

Exit conversion
Reduce the user logout rate

降低用户非目标性退出率（如未完成核心任务就离开），提升用户完成核心功能 / 留存的转化

需求背景 解决“用户主动退出”的核心痛点

{ 与产品需求方沟通中... }

产品：退货宝产品上线后，根据数据分析，用户因为价格过高主动退出的比例过半，订单占比过大，导致订单量显著流失。参考历史上线的折扣挽留策略后，本期计划优化商户退出全流程，在商户退出时增加折扣权益，短期内降低价格敏感型商户流失，为长期风控定价优化提供数据支撑，平衡商户成本与平台收益。

UI：这块的问题是有点大的，请问设计介入的节点预期和需求评审是什么时候？

竞品分析 从竞品差异到自身问题的深度拆解

抖音：打造「吸引停留→即时转化→数据回收」分层链路

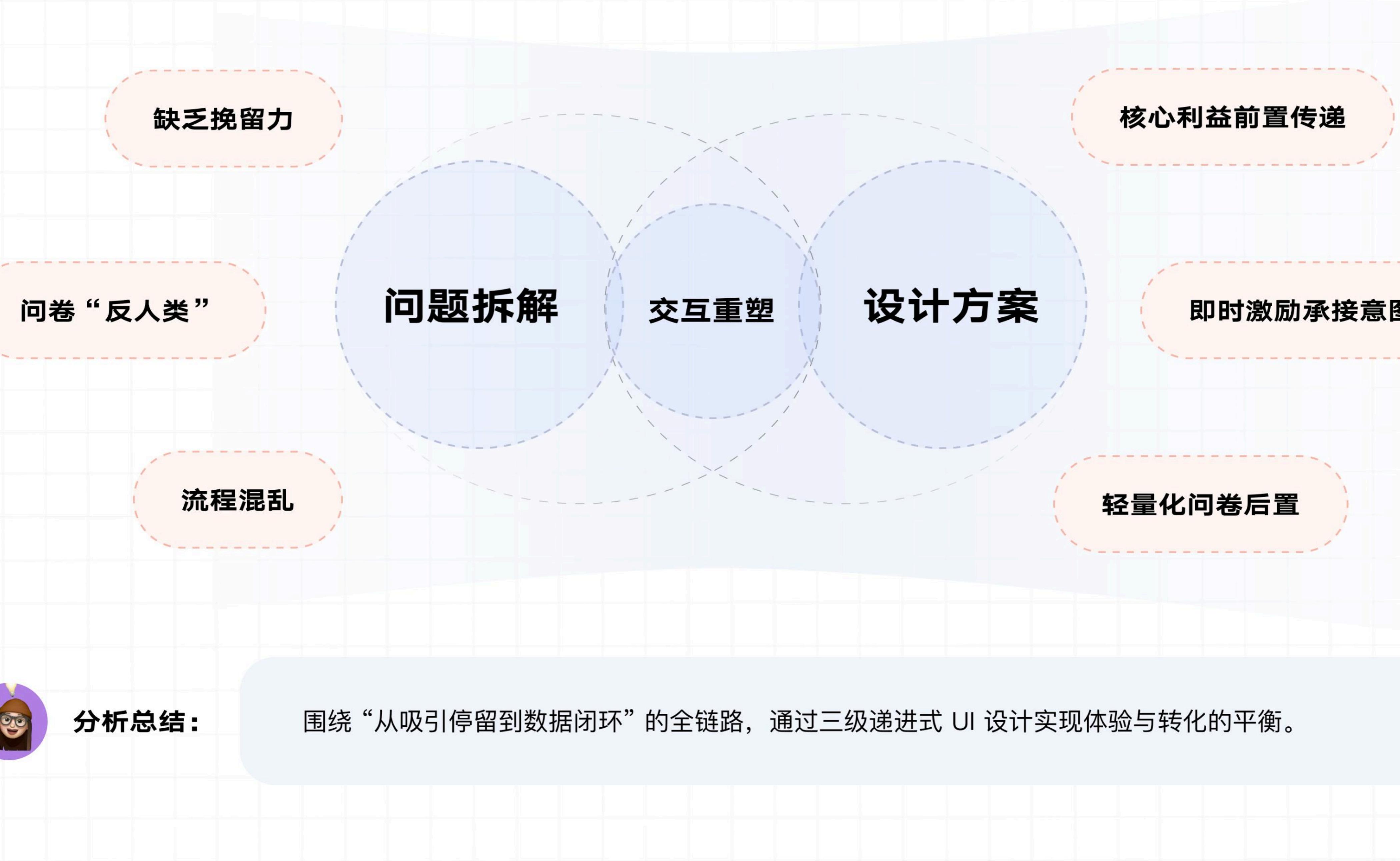
拼多多：践行「阶梯式利益递增」逻辑

分步拆解竞品的退出流程：



旧版拆解 拆解分析旧版问题

旧版退出挽留流程：



问卷调查 → 利益点挽留

问题沉淀：

- 挽留流程体验感不佳：旧版的退出挽留流程有一定优化的空间，在流程操作上是先收集问题再用利益点挽留，操作顺序混乱。
- 问卷设计“反人类”，数据与转化双失：在用户“尚未被利益打动、对产品没好感”时就强制露出——既因“体验太重”拉低挽留率，又因“用户敷衍填写”导致回收的归因数据失真，无法为后续策略提供有效依据。
- 利益点展示缺乏吸引力：视觉上没有重点突出核心利益点，分页展示用户很没有耐心看完直接退出，且因为在退出时的没有优惠营销进行挽留，导致因为价格流失的用户无法挽留住。

设计策略 从“问题”到方案的思考路径

缺乏挽留力

问卷“反人类”

流程混乱

问题拆解

交互重塑

设计方案

核心利益前置传递

即时激励承接意图

轻量化问卷后置

分析总结：

围绕“从吸引停留到数据闭环”的全链路，通过三级递进式UI设计实现体验与转化的平衡。

设计方案 分层引导降低用户决策阻力

STEP01. 首屏强吸引：核心利益前置传递

用「高利益感知文案 + 视觉强化」的组合设计（例如：放大“退货宝”等核标签，突出重点转化数据的卡片式布局），第一时间抓住用户注意力，延长页面停留时长。

STEP02. 二次挽留：即时激励承接意图

若用户仍触发“退出”，UI自动弹出「服务费抵扣券」弹窗。设计上强化“即时可用”感知（如加入“限时 30 秒领取”倒计时动效、高饱和色的“立即领取”按钮），用即时利益刺激转化，减少中途流失。

STEP03. 数据闭环：轻量化问卷后置

最终环节呈现问卷界面，通过「简洁问题布局 + 轻量化交互」设计（如选项采用“点击即选”的快捷方式，提示可多选建议），在不干扰用户体验的前提下，完整收集归因数据，为后续策略迭代提供依据。

项目总结

业务目标

数据反馈

完成项目持续稳的改版计划，达到了预期的用户增长和用户存活率。

退保率降低 3pt ↘

方案复盘

思考总结

一个产品的0到1，通过MVP（最小可行产品）的设计与用户反馈，快速验证市场假设，基于上线后的真实用户数据与行为分析，进行有针对性的体验迭代，有效提升用户留存、转化等核心指标。使设计决策兼具用户体验与商业价值，并能高效协同上下游，最终形成“设计驱动业务”的核心竞争力。

Financial lending

订单贷 · 千牛金融产品



为中小型商家解决资金压力大难题

业务背景 转译为设计目标

Business background
Translate it into design goals



产品定位

深度嵌入淘宝交易场景的短期现金流解决方案，为中小型商家提供短期的贷款服务，相比传统银行贷款，更方便快捷。



使用人群

淘宝平台中入驻的中小型商家



业务价值

为中小型商家解决短期资金流转问题，实现“数据—场景—资金”的闭环，为平台创造高息金融收入，GMV增长，在淘宝平台建立金融生态体系。

前期准备

商家在使用金融产品时会遇到决策压力大、流程复杂、用户信任门槛高的问题，在前期准备过程当中需要拆解全流程的关键节点。

经过调研，优化贷款产品的体验关键在于降低认知负荷、建立信任、简化流程、提供掌控感，让用户在复杂的金融决策中感到安心、清晰和被支持。

设计方向

降低流失率

REDUCE THE CHURN RATE

“复杂流程和不确定性是用户放弃的主要因。简化与透明直接提升转化。”

看的懂 简化必要流程

建立信任

BUILD TRUST

“金融产品高度依赖信任，费用透明、无陷阱、沟通及时是口碑基础。”

算的清 状态表单清晰展示

灵活性

FLEXIBILITY

“多种还款方式，能减少用户无意逾期，降低坏账率和投诉率。”

感到可控 个性化操作

设计规范 表单各状态补充

Design Specification
Supplementation of each status of the form



做好了设计前期准备，接下来将围绕这三点将理论落地到设计上
一起看看我是如何做的吧~

信息透明化与信任建立 决策安全感

2.0

信息透明化是用户决策安全感的根基，也是产品长期成功的核心驱动力。并且在合规要求下，我们在不同场景下对费率、借款状态等敏感元素做重点设计。

2.1 全面费用可视化

在涉及到“当前可借”金额的地方均标出利率费用，告知可借金额的同时告知利率费用，最大程度避免隐藏费用，并且用户最痛恨“隐藏费用”。透明是信任的基石，防止后续纠纷。

The screenshot displays several mobile application screens illustrating fee transparency. It includes a 'Rate Display' section, a 'Loan Amount' section showing 'Current Borrowable Amount' (¥3,000,000.00) and 'Interest Rate' (年利率(单利) x% x‰), and a 'Repayment Details' section showing 'My Repayment' (Total Amount: ¥98,899.98, Due Date: June 15) and 'Actual Repayment' (Due Date: June 15). A large 'Management Page' screenshot shows a detailed breakdown of fees and repayments.

可借金额下方展示日利率及年化利率

This screenshot shows a detailed 'Management Page' for loan repayments. It features a 'Repayment History' table with columns for Transaction ID, Transaction Date, Transaction Type, Transaction Amount, and Status. A separate 'Fee Breakdown' section provides a detailed breakdown of fees, including principal, interest, and late fees.

费用展示

在待还列表中当期应还金额详细分解了总金额组成结构，若有逾期则增加罚息金额

This screenshot shows a 'Repayment Details' interface for a specific transaction. It highlights the breakdown of the total due amount (¥40,972.00) into principal (¥198.00), interest (¥100.00), and fees (¥100.00). It also shows the repayment plan and a note about potential late fees if the payment is not made by the due date.

还款计划列表中展示应还金额和已还金额并分别标出包含的本金和利息

This screenshot shows a 'Repayment Plan' table for multiple periods. Each row shows the due date, due amount, paid amount, and the breakdown of principal, interest, and fees. A note at the bottom indicates that entering a repayment amount will calculate the principal, interest, and late fees.

若主动还款，输入金额后，则会计算出“本金”“利息”若有逾期则会同时计算“罚金”

主动还款

This screenshot shows a 'Manual Repayment' interface. It includes a 'Remaining Amount' section (¥40,972.00), a note about late fees, and a 'Repayment Account' section for a Jiangsu Bank account. It also shows a breakdown of the repayment amount into principal, interest, and fees.

2.2 状态管理与通知

银联报告显示，35%的个人贷款逾期因“忘记还款日”导致，而非无力偿还。设计上做视觉分层，用不同的色彩标签区分“逾期状态”（红色），消除信息黑洞，提示不到位，焦虑变安心，避免无心之失。

场景一 商家：每月几号几点为截止还款日期？我当前是否需要还款了呢？

This screenshot shows a 'Repayment Reminder' module. It includes sections for 'Overdue' (未逾期) and 'Overdue' (已逾期). It displays the due date (8月15日), repayment method (Bank Transfer), and a note about automatic deduction if funds are not available in the account.

点击还款提醒模块则会侧边拉起待还列表抽屉

This screenshot shows a side-drawer 'Repayment Reminders' and a 'Repayment Details' interface. The reminders show the due date and method. The details interface shows a breakdown of the repayment amount into principal, interest, and fees, along with a note about late fees.

2.3 表单清晰化

每笔借款均可查到明细，也可以通过筛选项筛选出具体借款

This screenshot shows a 'Repayment Record' and a 'Repayment Details' interface. It includes a search bar, a table for repayment records, and a breakdown of the repayment amount into principal, interest, and fees.

个性化与灵活性 提升掌控感

信息透明化时用户决策安全感的根基，也是产品长期成功的核心驱动力。并且在合规要求下，我们在不同场景下对费率、借款状态等敏感元素做重点设计。

3.0

3.1 灵活的借款方式

考虑到用户人群是中小型商家，在不同场景下的资金需求不一样，提供按需借款，避免未使用资金支付利息，做到灵活借贷，但灵活性不等于随意性所有规则（如借款期限、年利率、还款计划）必须清晰透明地告知用户，避免误解和纠纷。

根据输入的借款金额并且选择借款期限，**实时计算出还款计划算出每期应还的对应时间和应还金额（本金+利息）**

3.2 提供多种还款方式

为了同时满足用户对“省心”和“控制感”这两种截然不同但都极其重要的需求，我们将自动还款和主动还款两个功能同时提供给用户选择

TYPE 01. 自动还款

经过调研75%的年轻用户把“自动还款”做为选择贷款产品的关键因素，直接从约定账户自动扣款，只要账户余额充足，即可成功扣款，能显著提升贷款履约的及时性，无需手动操作，减轻心理负担和操作成本，有效防止因疏忽导致的意外逾期

TYPE 02. 主动还款

主动还款功能通过赋予用户自主履约权，在提升资金掌控感的同时，为自动扣款机制提供关键补充，增强贷款服务的可靠性与用户信任。

项目总结

业务目标

数据反馈

江苏银行订单贷正式上线投入工作后，从内容到交互再到视觉都是一次全新的升级，在数据上也有符合预期的涨幅变化。

开通率比预期提升 **8pt ↑**

首笔支用率比预期提升 **5pt ↑**

方案复盘

思考总结

设计方案的优化点可以从业务诉求进行拆解，也可以从不同的用户人群进行划分，优化不仅仅是单方面角度去思考的，而是要结合多角度去调整及判断可行性，设计结束后要从数据、用户反馈收集反馈后的结果，上线后的表现是未知的，需要及时调整设计方案。

Marketing design

营销设计 · 部分合集



H5 / 弹窗等大促时期上线方案

H5营销设计 新灯塔综合体验分&信用贷权益

H5 marketing design

Credit loan equity

The collage includes several promotional banners:

- A large central banner for "Credit Loan Rights 9.5折" featuring a purple gradient background, gift boxes, and a yellow emoji.
- A smaller banner below it for "Credit Loan Rights 9.5折" with a blue gradient background and a yellow emoji.
- Two smaller banners at the bottom left: one for "Credit Loan Rights 9折" and another for "Credit Loan Rights 9折 灯塔分数达标限时优惠".
- Two detailed pages on the right side: one for "Credit Loan Rights 9.5折" and another for "Credit Loan Rights 9折 灯塔分数达标限时优惠". Both detail the terms and conditions for earning and using the rights.

营销设计 大促营销部分合集

Marketing design

A collection of promotional designs

The collage includes several promotional pop-ups:

- A top-left pop-up for "限时免费回款" (Fast Refund) with a smartphone icon.
- A top-right pop-up for "限时免费回款" (Fast Refund) with a megaphone icon.
- A middle-left pop-up for "先寄月结寄件福利 最高送88元寄件券" (Shipping福 利, up to 88 yuan off) featuring a delivery worker icon.
- A middle-right pop-up for "先寄月结寄件福利 最高送88元寄件券" (Shipping福 利, up to 88 yuan off) featuring a smartphone icon.
- A bottom-left pop-up for "告别糊涂账 资金管理服务 领取极速回款免费额度" (Say goodbye to糊涂账, Financial Management Service, Get fast refund free quota) featuring a smartphone icon.
- A bottom-right pop-up for "浦发信用贷利率7.5折! 10月31号 优惠倒计时" (Pudafu Credit Loan Interest Rate 7.5折! Count down to October 31st) featuring a megaphone icon.
- A bottom-middle pop-up for "99大促活动 免费使用极速回款 9.5-9.15限时立享" (99 Big Promotion Activity, Free use of fast refund, 9.5-9.15 Limited time立享) featuring a smartphone icon.
- A bottom-right pop-up for "订单贷双11利率优惠 限时低至8.5折" (Order Loan Double 11 Interest Rate Discount, Limited time low to 8.5折) featuring a smartphone icon.

THANKS

/

感谢观看



胡雨清 / UI设计师 / 5年

邮箱: 995377484@qq.com 手机/微信: 18079631954

微信二维码

WECHAT QR CODE



微信扫一扫更方便哦

