作品集

UI设计 | 陈燕颖

Ps Ai Ae

目录

网站界面设计

01相机官网

App界面设计

02家居商城APP

小程序界面设计

03木屋烧烤微信取号

04VR产品微信端商城

练习作品

05台历

06涂鸦

延时摄影相机

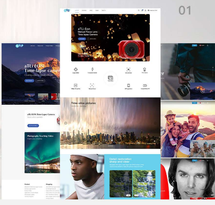
企业站 + 商城

2个 样机效果预览

4个 首页对比

企业官网部分

商城购物部分



首屏样机效果预览

手机端 / PC端

网站首页首屏是所有网站中最经费的一屏，往往直接决定了访问者的最终去留，所以需要着重考虑首页首屏的效果。同时通过移动端访问网站的人群众多，移动端的显示也极尤其重要

产品背景

原官网首页

痛点：界面简陋，产品特点不突出，产品定位不清晰，导致产品消费转化率低

产品定位

aTLi延时摄影相机作为国内第一家专门用于延时摄影的相机。是将专业的技术摄影简单化，大众化。这项技术的概念和技巧目前并未普及，aTLi希望作为一个独立的品类领军市场，成为新一代潮品，走向国际。

同类产品分析

大疆

专业：无人机、手持影像产品，专业级产品，机器人

特点：1.产品高端多样，风格简洁大气
2.网站首页架构：产品图+产品模块分类+渠道入口

Insta360

Insta360

专业：全景影像（专业VR全景，运动全景，消费级）

特点：1.产品多样，受众广
2.网站首页架构：视频作品+产品卡片式模块分类

GoPro

GoPro

专业：运动相机、极限运动专用相机的代名词

特点：1.产品专注一项技术
2.网站模块化，整体架构：视频作品+分类入口+产品详情+购买入口

用户画像

资深摄影师

“想拿一个小相机不像话，希望能代替笨重的单反”

90后潮妈

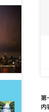
“为儿子拍梦幻童话了，想记录孩子的成长点滴”

建筑工程监测

“【无人值守】和【自动定时拍摄】功能的完美结合”

百万粉丝vlog主播

“希望可以减少拍摄的作成本直接用于更多的”



绘画爱好者

“当画累了准备一会的时间总觉”

数码发烧友

“ 你对够型新的产品简直感兴趣至深”

最终版

过程稿

第一版

内容架构：产品信息+视频作品+购物入口+使用教程，图库等卡片式模块入口

特点：简洁规整，易于浏览，内容分类入口分明

缺点：不能充分介绍产品，不能让用户主动买冲动，而只是简单浏览

第二版

内容架构：单页，滚屏显示视频作品

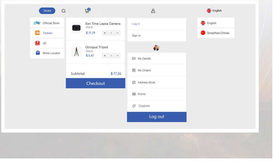
特点：根据不同目标受众使用产品所选展示的六个视频，直观显示，当对应受众看到对应的视频作品的时候，能够快速看到自己感要的东西

缺点：观看多个视频时对太长，产品信息太少

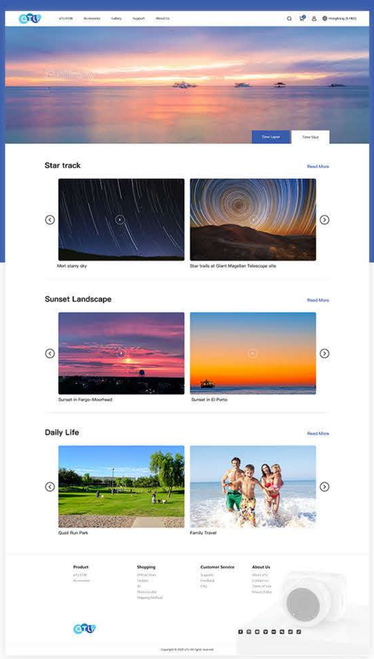
思考：网站目的是主推延时摄影相机一款产品，因此首页完全可以作为产品的详情页，尽可能的给到用户信息量，用户在浏览过程中会感觉自己充分地了解到产品，当看到他们想要的东西的时候，就会促发购物欲，从而提高从网站到消费的转化率。

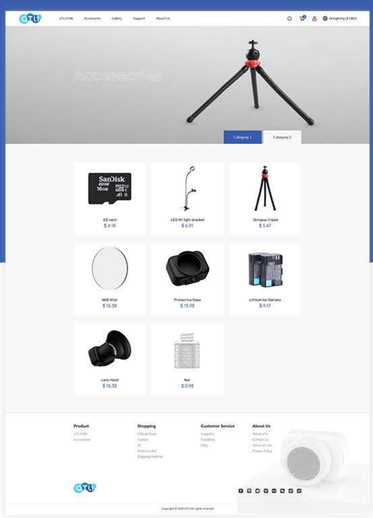
同时用户希望网站定位国际化，产品高端专业，因此在用图排版上，需要更干净利落。

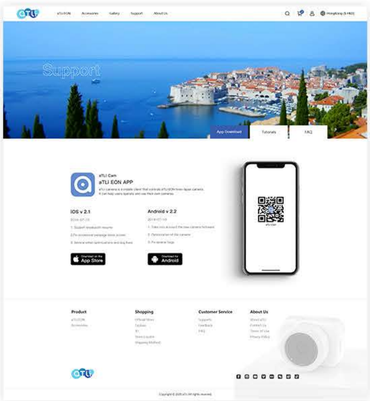
导航下拉

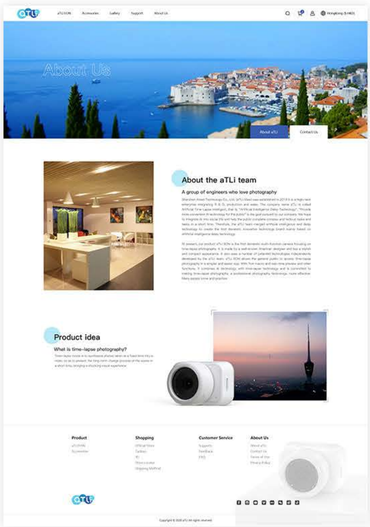


企业官网部分

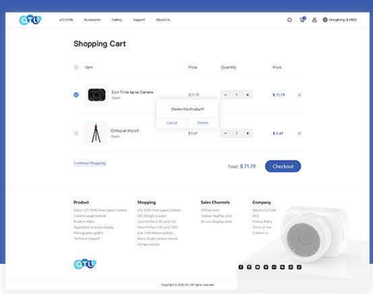


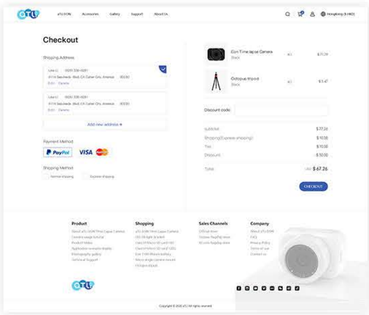


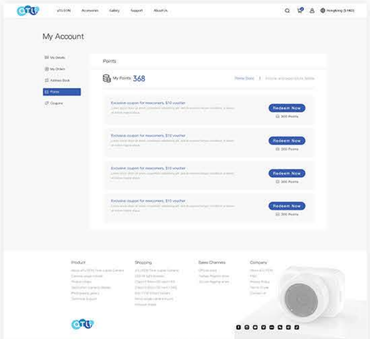


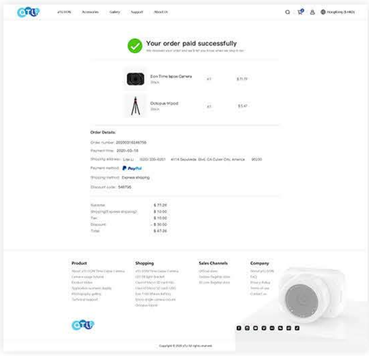


商城购物部分









家居商城APP

欢迎页

欢迎页采用APP的**三屏**形式，以仿造界面的方式，第一眼给用户一种已经进去的假象，让用户更有耐心等待片刻

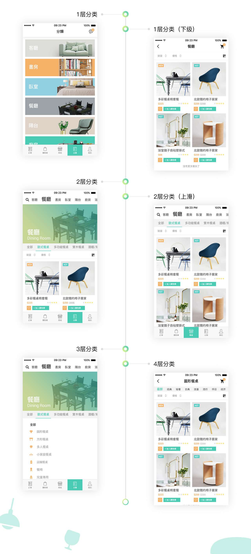
注册/登录页

常规的登录注册页面，涵盖多种登录/注册方式，顺应用户使用习惯

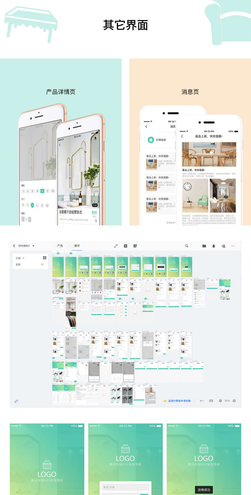
首页

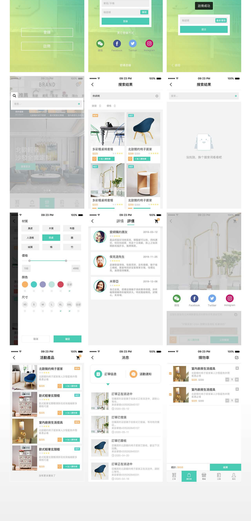
多种分类方式

作为商城APP，多种分类方式可充实品类不于同客户需求，通常商城产品分类3级，这里做了1~4级APP分类

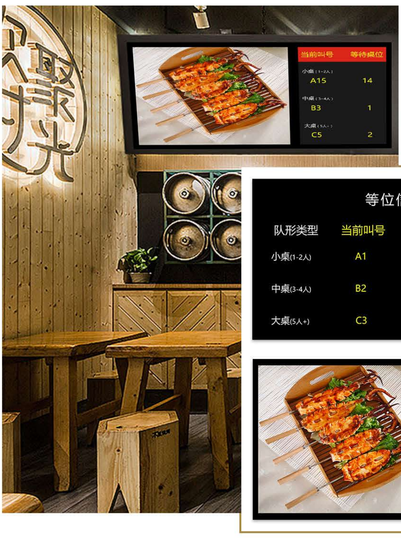


其它界面





门店屏幕 | 微信取号 | POS端 | 排号纸条



01

电脑端

门店屏幕实时显示排号信息

全屏

等位信息			
队形类型	当前叫号	当前取号	等待桌位
小桌(1-2人)	A1	A15	14
中桌(3-4人)	B2	B3	1
大桌(5人+)	C3	C5	2

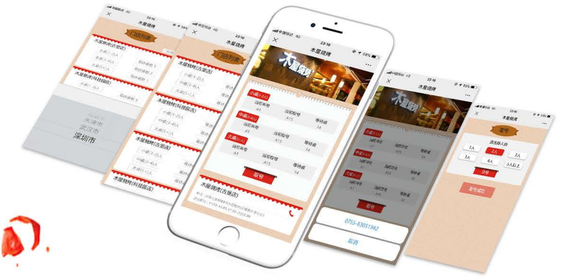
半屏

02

微信端

公众号点击取号，各门店排号信息一目了然

舌尖美味



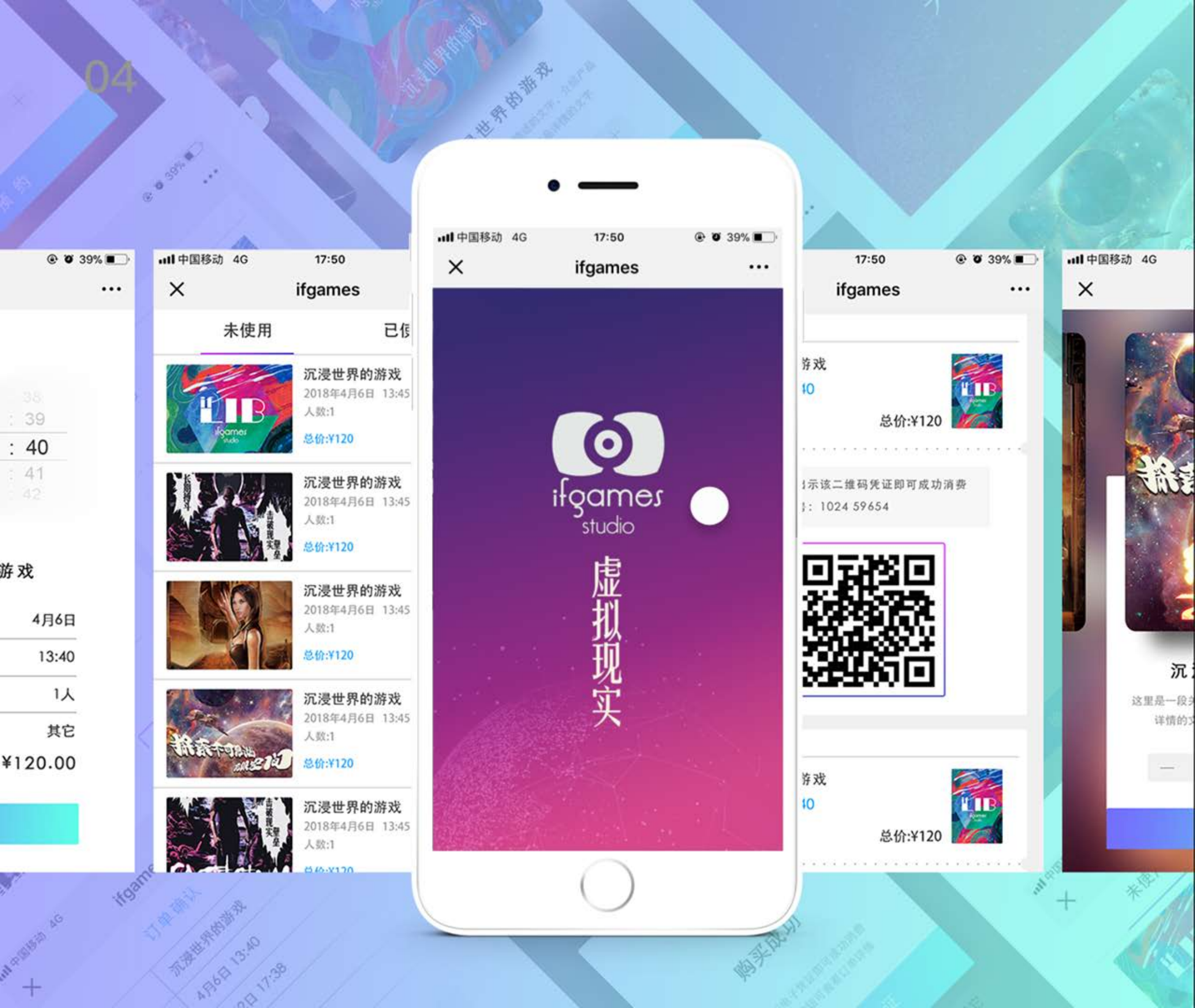
03

POS机端

门店简洁操作，

呼叫、取号、过号

04


04
中国移动 4G
17:50
39%
ifgames
未使用
已使
沉浸世界的游戏
2018年4月6日 13:45
人数:1
总价:¥120
ifgames
studio
虚拟现实
总价:¥120
总价:¥120
4月6日
13:40
1人
其它
¥120.00

05

台历设计与制作

整体以生肖年狗狗为主题，以每个月的重要节日为主打内容设计制作。其中月份正面为日历、留言框、鸡汤文，背面普及狗狗小知识，希望办公桌上台历的存在能为生活加点料。

植树3月

童趣6月

浪漫8月

植树3月

童趣6月

浪漫8月

06

谢谢观看

联系电话：13501524794　　陈燕颖