



CASE 05

“Art +” PRODUCT DESIGN

艺术 + 文创 产品 系统 设计

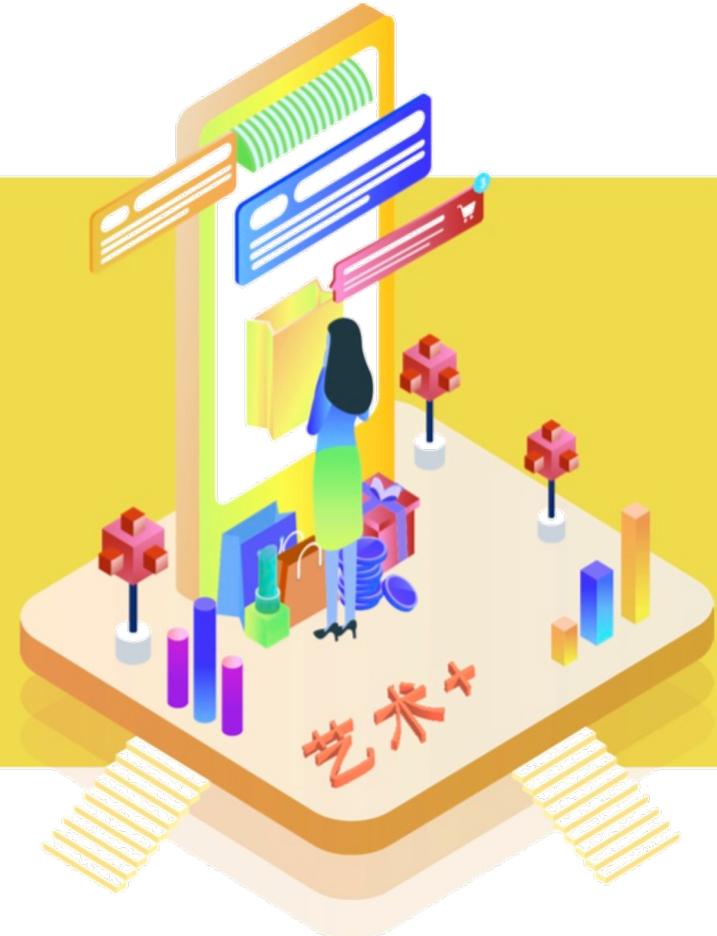
ART +

AI PRODUCT CUSTOMIZATION PLATFORM

“Art +”won the Third prize in the 10th UXPA AWARDS. We designed an online and offline product that users could use AR and machine learning technology to create their own unique cultural & creative and household products.

ROLE Product Manager

In March 2018



TOPIC INTRODUCTION 选题概要 – 情境还原

– 想将真实的美好挂起来，
可是不能和空间风格匹配？

"艺术 + " =
艺术 + 环境读取 ——
机器学习智能读取家居风格参数，生成与空间匹配的创作

02

我是小张，大公司中层一枚，生活不将就，品质有要求。最近我出去旅游了，想把自己拍的有美好记忆的照片挂起来装饰下环境，可未经处理的照片与空间的风格格格不入 ...



uxpa | user experience

TOPIC INTRODUCTION 选题概要 – 情境还原

– 普通民众不是设计师，看不到直接效果，无法掌控艺术画在空间中的完美匹配度

"艺术 + " =
艺术 + AR 技术 ——
将手机对准墙面，风格迁移生成的画作将通过 AR 技术，直接显示在墙面的展示效果

03

我是小芳，90后白领一枚，在这个城市打拼了几年之后终于决定在这里买房安家，家里的房子装修得差不多了，在挑选家里的装饰挂画时却不知道怎么挑选与家里风格相匹配的画 ...



uxpa | user experience

TOPIC INTRODUCTION 选题概要 – 情境还原

– 想将真实的美好挂起来，
不知道如何处理让其具有装饰性？

"艺术 + " =

艺术 + 生活 ——

**风格迁移技术融合真实生活照，
秒变专属艺术大师作品**

01

我是小李，80后文艺青年一枚，我喜欢将美好的生活日常记录下来，那些和朋友及家人去过的地方，一起度过的美好的时光纵然美丽，可是那些纪实的生活照挂在客厅也太丑了 ...

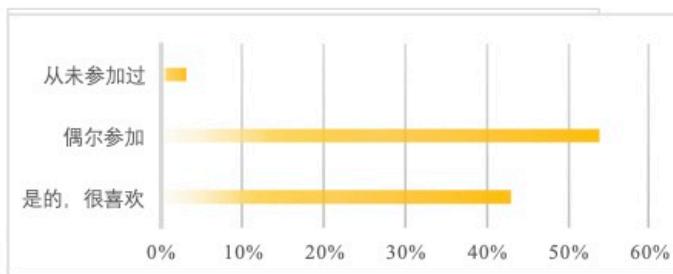


uxpa 中国 | User Experience

USER RESEARCH

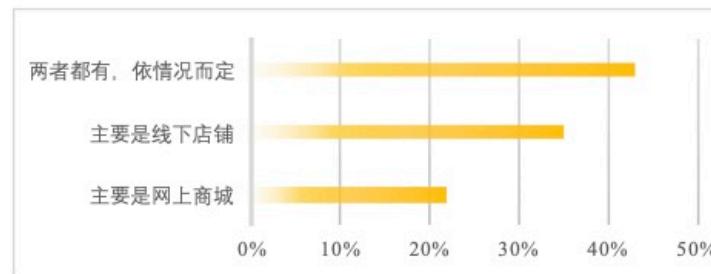
用户调研 – 调查结果

关于 DIY 体验的态度

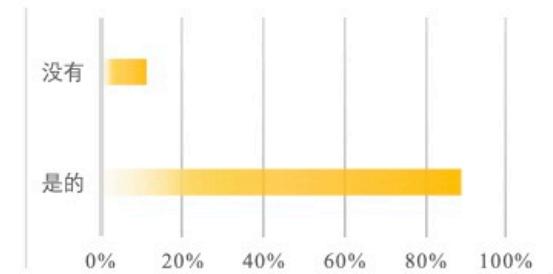


是否参加过 DIY 的活动？

关于家居产品的选购



消费者购买家居的渠道



消费者是否有不知道怎么搭配风格的困扰

小结 将重点的问卷结果进行筛选和梳理，得到如下结论：

纪念品

关于纪念品购买方面：消费者倾向于购买具有地域文化特色的产品，且产品的本身最好具有使用价值，或者具有非常高的观赏价值；

商场娱乐终端

大部分消费者都愿意为了体验而买单，目前较受欢迎的是如幸运盒子、夹娃娃机器的运气产品，且相对于商品本身的价值，消费者更注重的是趣味性体验。

家居购买

89% 的人在装饰房子的时候有风格匹配问题的困扰；用户倾向于线上线下两种购买渠道。

DIY 体验

大部分用户有过 DIY 的体验经历，43% 的人很喜欢这类活动。

USER RESEARCH

用户调研 - 用户模型

A- 白领

基本信息

姓名: 王玲
年龄: 26
性别: 女
职业: 汽车销售助理
坐标: 上海
收入: 8k-12k
爱好: 健身、旅游、阅读

座右铭

生活得最有意义的人，并不就是年岁活得最久的人，而是对生活最有感受的人。

用户描述

行为习惯: 爱好手工，喜欢喝茶和购物，经常和朋友一起玩乐，对旅行充满激情
消费习惯: 愿意为了生活的品质买单
用户故事: 王玲是汽车销售助理，为了工作在上海租房，她非常喜欢旅游，家里放了不少过国内外的景点的纪念品，好多东西因为搬家的时候也丢弃了，所以她决定不再乱买纪念品，她即使是租房也对生活品质有要求，租房后悔在网上卖大量的家具用品装饰自己的住处。

05

PRODUCT DESIGN



B- 学生

基本信息

姓名: 李小安
年龄: 18
性别: 女
职业: 大学生
坐标: 杭州
收入: 无
爱好: 旅游、电影、逛街

座右铭

我就是我，最无可替代的那一个



用户描述

行为习惯: 很爱自拍和玩抖音和快手，经常发朋友圈，爱好手游，当下流行的游戏都会玩，也爱逛B站，喜欢cosplay，经常参加漫展
消费习惯: 好看好玩的都想买，买，买
用户故事: 李小安是一名大学生，在大学经常参加校园里的各种社团活动，周末喜欢去做木工或者画画，经常在商场里玩夹娃娃娱乐机器，对抓娃娃有自己的心得，学校放假前就会开始筹划其自己的出游计划，她努力地想让大学生活过得更有趣。

C- 文艺青年

基本信息

姓名: 张凯
年龄: 35
性别: 男
职业: 舞蹈老师
坐标: 厦门
收入: 12k-15k
爱好: 电影、摄影、旅游、吉他



座右铭

世上最重要的事，不在于我们在何处，而在于我们朝着什么方向走。

用户描述

行为习惯: 爱摄影和看电影，经常带着相机出去找灵感，为家人拍摄了很多有意义的照片
消费习惯: 倾向于理性消费和也经常为娱乐体验买单
用户故事: 张凯结婚7年了，有一个5岁的儿子，家庭很幸福，一家人常常出去旅游，家里放了不少过国内外的景点的纪念品，有些东西搬家的时候也丢了，最近张凯买了房，在挑选家居用品时很发愁，因为不是专业的设计师，所以买来的产品经常都不合适。

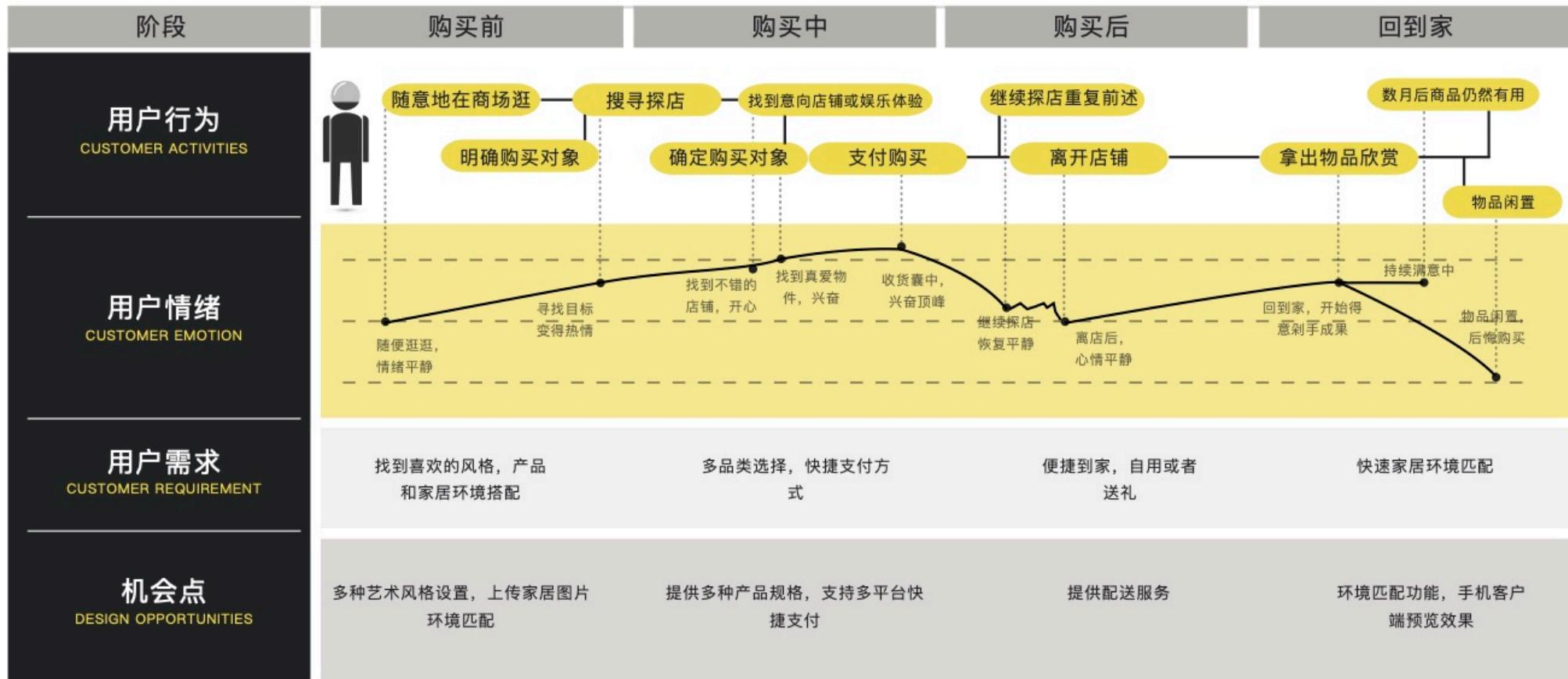
主要用户: 热爱娱乐、热爱生活的80、90、00后

次要用户: 其它年龄阶层的生活积极分子

用户细分: 都市白领、在校大学生等的娱乐新青年

DEMANDS CONCLUSION 需求功能提炼 – 用户体验地图

场景三 家居市场



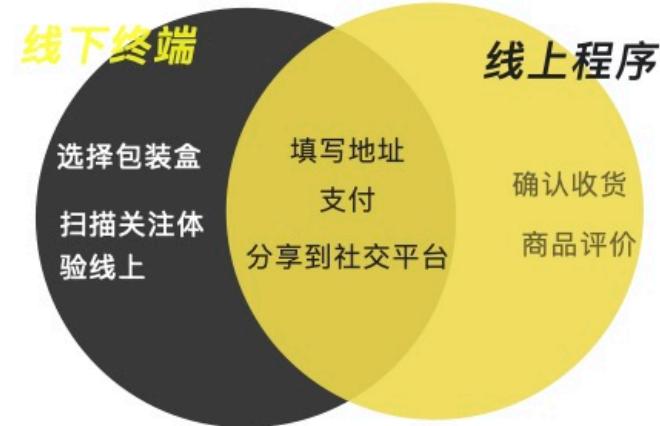
TOPIC INTRODUCTION

需求功能提炼 – 特色功能提炼

特色功能



次要功能



整体策略

一种产品，三个消费场景，共用一套线上系统，在不同的线下场景下，界面的功能展示的侧重点不同

产品定义 PPS 定义

PRODUCT DEFINITION

产品定义 definition

“艺术+”是一个有态度的定制化产品 & 轻娱乐生活线上线下体验和零售平台。创造性地利用人工智能风格迁移技术，让用户自主地在手机客户端和线下自助终端创造和体验艺术化的照片作品，并将这个自主的创作应用于文创产品和家居产品。

主要功能 function

线下终端：实时风格迁移交互体验、用户自拍、上传照片、选择作品打印载体
手机客户端：用户自拍、上传照片、选择作品打印载体、上传家居环境、AR 作品预览

次要功能 function

线下终端：寄送服务、分享到社交平台、支付、扫描体验线上
手机客户端：寄送服务、分享到社交平台、支付、确认收货

新价值 new value

实践创新：开创地使用 Ai 风格迁移技术将其运用于用户自主地创作自己的生活及文创用品。
技术创新：技术上实现了风格迁移技术与家居环境的匹配

目标用户 user

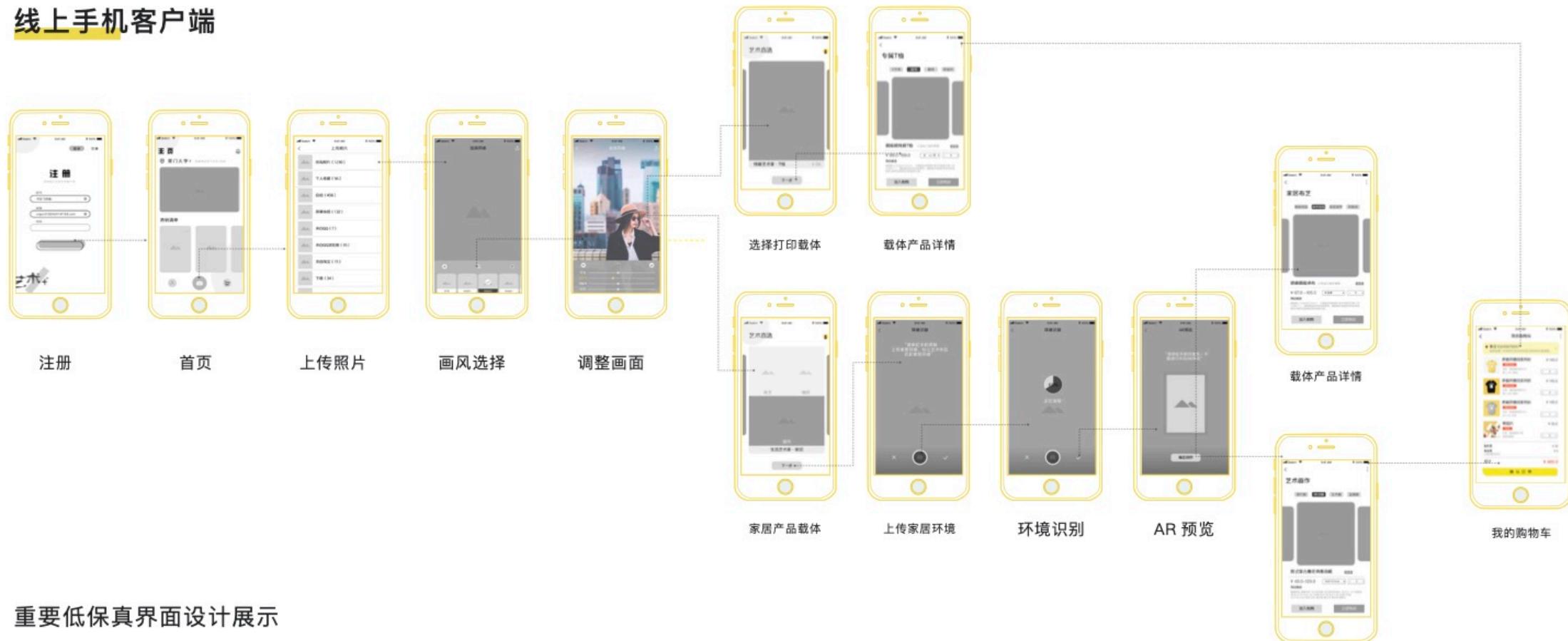
主要用户：热爱娱乐、热爱生活的 80、90、00 后
次要用户：其它年龄阶层的生活积极分子
用户细分：都市白领、在校大学生等的娱乐新青年

产品设计

低保真设计

PRODUCT DESIGN

线上手机客户端



重要低保真界面设计展示

05

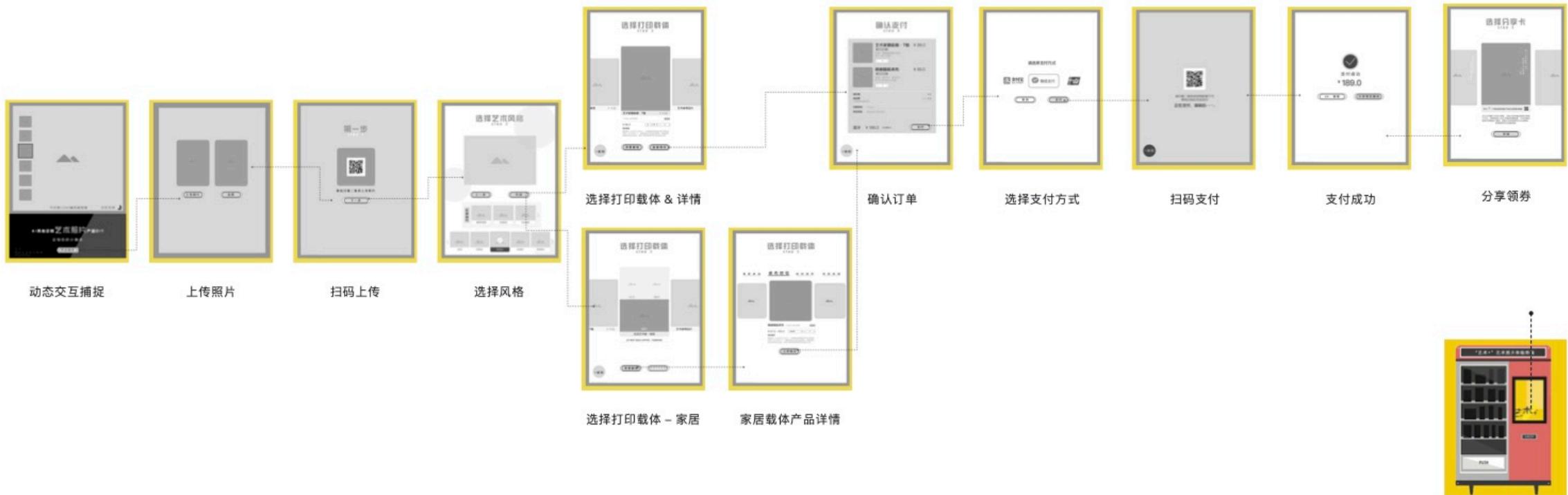
PRODUCT DESIGN

产品设计

低保真设计

PRODUCT DESIGN

线下用户体验终端



05

PRODUCT DESIGN

产品设计

高保真设计

PRODUCT DESIGN

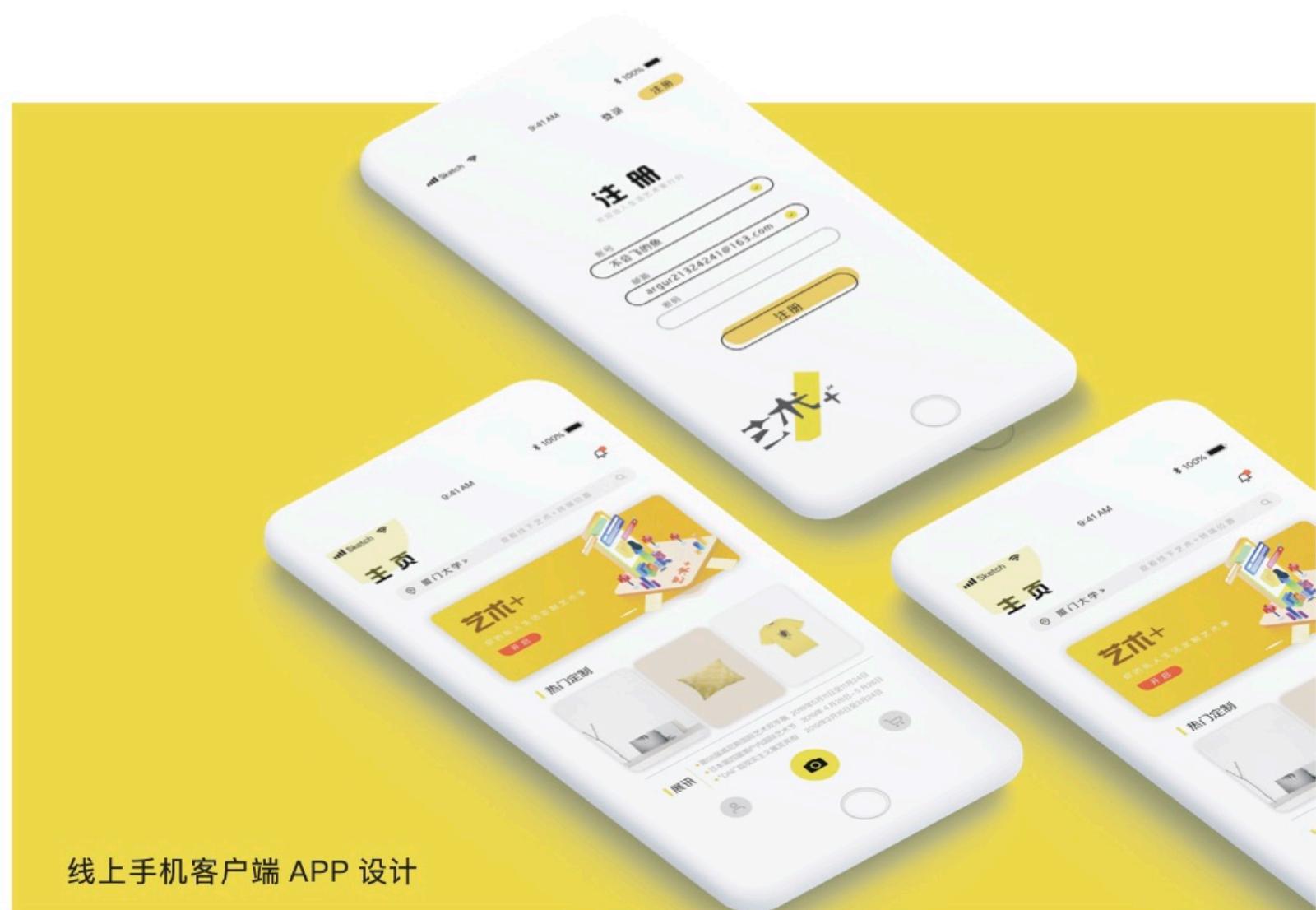


艺术 +

一个有态度的定制化产品 & 轻娱乐生活
线上线下体验频道

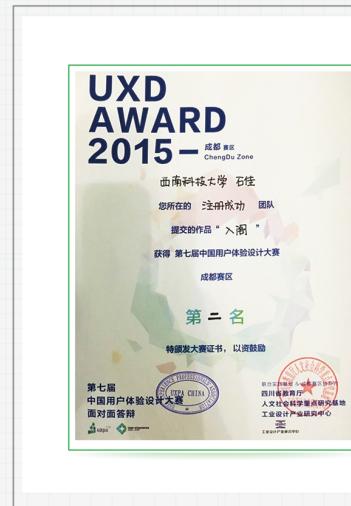
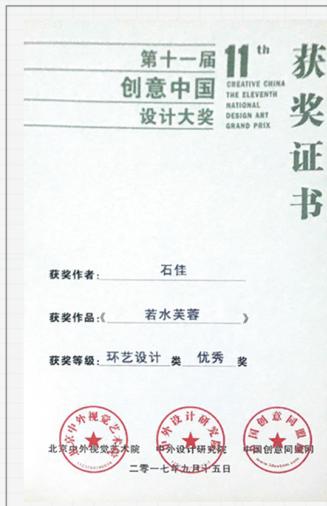
05

PRODUCT DESIGN



个人荣誉&证书

HONOR & CERTIFICATION



Thank You

