



THEBOYLZH ®

# UI PORTFOLIO IN 2019-2020

## 界面設計

01 <b>Resume</b>	02 <b>2life Redesign</b>	03 <b>iArt Camera</b>
---------------------	-----------------------------	--------------------------



**Great Job!**  
Good Design

## // 基本信息

年龄: 24

应聘岗位: 视觉设计师 / UI 设计师

教育经历: 广州大学心理学专业 (2013–2017)

电话: 156 2239 7207

邮箱: theboylzh@163.com

## // 个人特长

擅长界面设计、运营插画、多媒体动效、视频制作。

负责过 App、Web 和小程序的设计，有从 0 到 1 独立完成项目的能力。

熟悉基本的交互知识、体验设计、HTML 和 CSS、移动端和 Web 端的设计规范。

擅长对设计进行组件化、规范化。

## Resume

---

# 梁志豪

U I D e s i g n e r

100%  
GREAT

Thanks for watching my  
resume.  
感谢你的阅读。

火速点击  
观看作品集 

<https://airing.ursb.me/ui/resume.pdf>

## // 自由职业 2019.04 至今

主要负责: 双生日记 3.0 改版

- 参与产品的交互工作，通过对竞品、数据和用户反馈的分析，对功能和流程做了相应的优化；
- 独立负责产品所有的视觉工作，通过对竞品和流行趋势的分析重构了视觉，包括界面、插画、Banner、动效等；
- 制定详细的规范和系统的组件库。

## // 久邦世纪科技有限公司 2017.07-2019.04

主要负责: iArt Camera (艺术相机产品)

- 独立负责产品所有视觉工作，包括界面、插画、视频、宣传图、动效、Banner、Logo、部分素材；
- 参与产品功能的研发、制定功能的实现方案；
- 制定产品界面的规范、素材的规范、组件。

业余时间独立负责「双生日记 2.0」的视觉设计，包括界面、宣传视频等，帮助其：

- iOS 端获得 2018 年「中国高校计算机大赛移动应用创新赛」一等奖
- 小程序端获得「中国高校计算机大赛微信小程序应用开发赛」一等奖

3.0 NEW VERSION

# 动人心事， 记此间

双生日记重设计

App Redesign



写真心，  
更能交心。

「双生日记」是一款为满足年轻人记录生活的图文日记软件，并能记录和分析情绪、匹配对象以交换日记。

图文记录

*Text + Image*

情绪分析

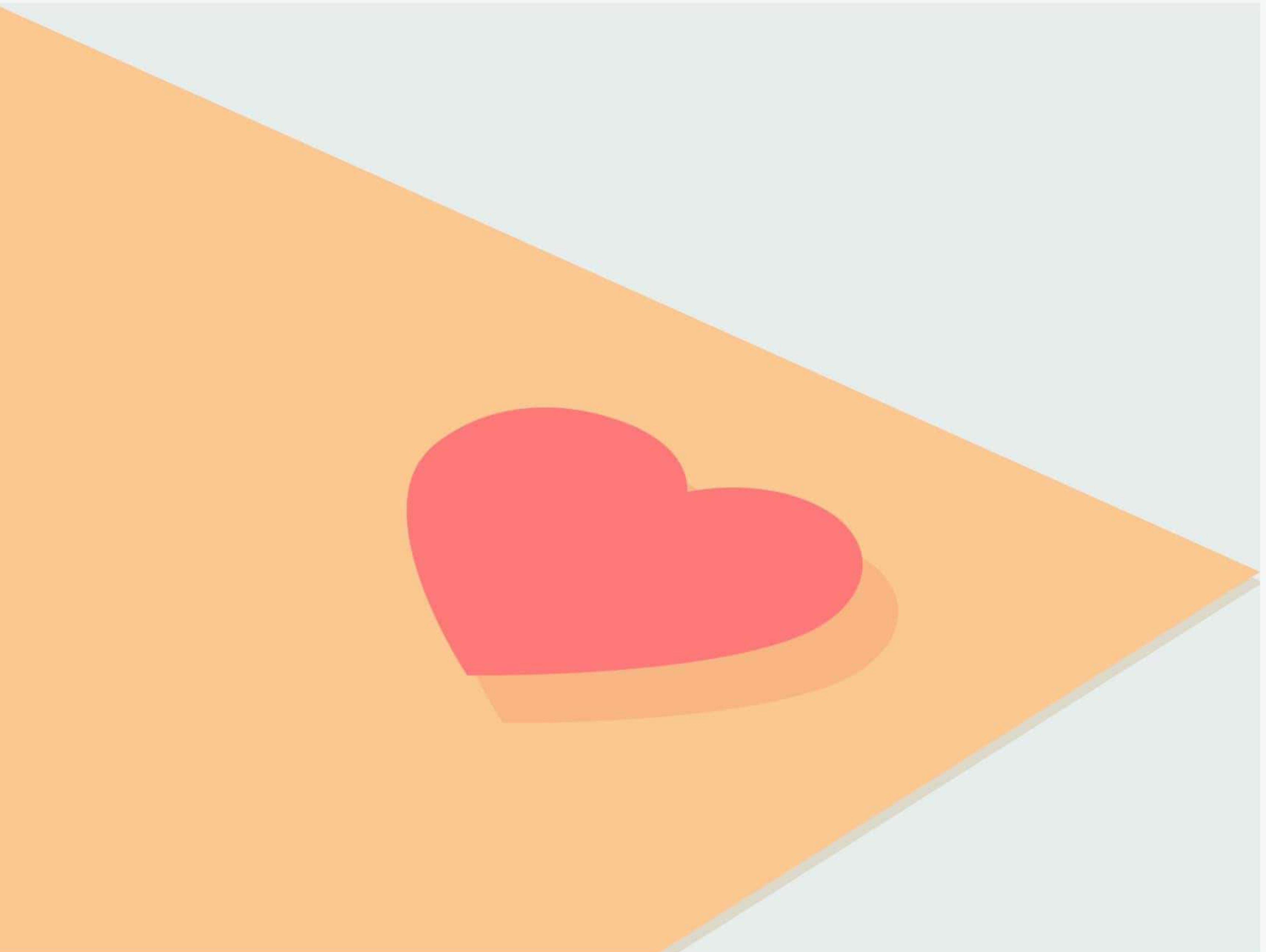
*Sentiment Analysis*

树洞广场

*Anonymous Moment*

交换日记

*Exchange Diary*



# 无端端改版， 点解啊？

发布至今，许多体验和盈利问题也随之暴露出来。

## 现状分析

01

基本型需求没有做好。

02

视觉落后且混乱。

03

付费率低，入口深。

## 需求分析

01

业务需求：提升盈利 / 用户体验 / 品牌形象。

02

用户需求：150+ 用户反馈，提高体验呼声较高。

# 竞争对手， 做的如何？

目的：了解竞品，取长补短，以提升产品体验。

因为「基本型」需求没有做好，所以它将是交互分析的重点。

日记类型的「基本型」需求是：

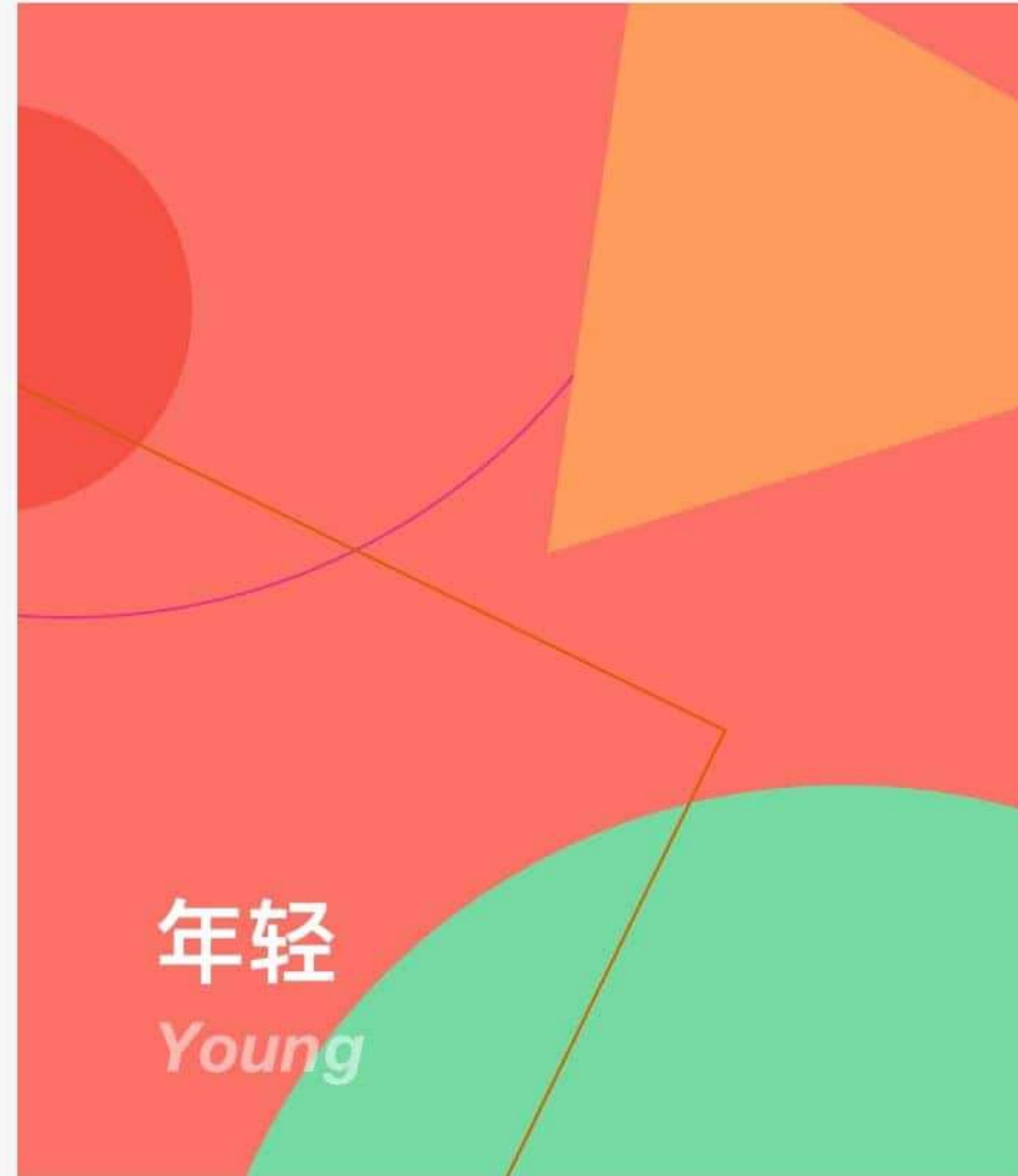
1. 写日记
2. 看日记

● 较好    ● 中等    ● 稍差  
✓ 有      ● 无

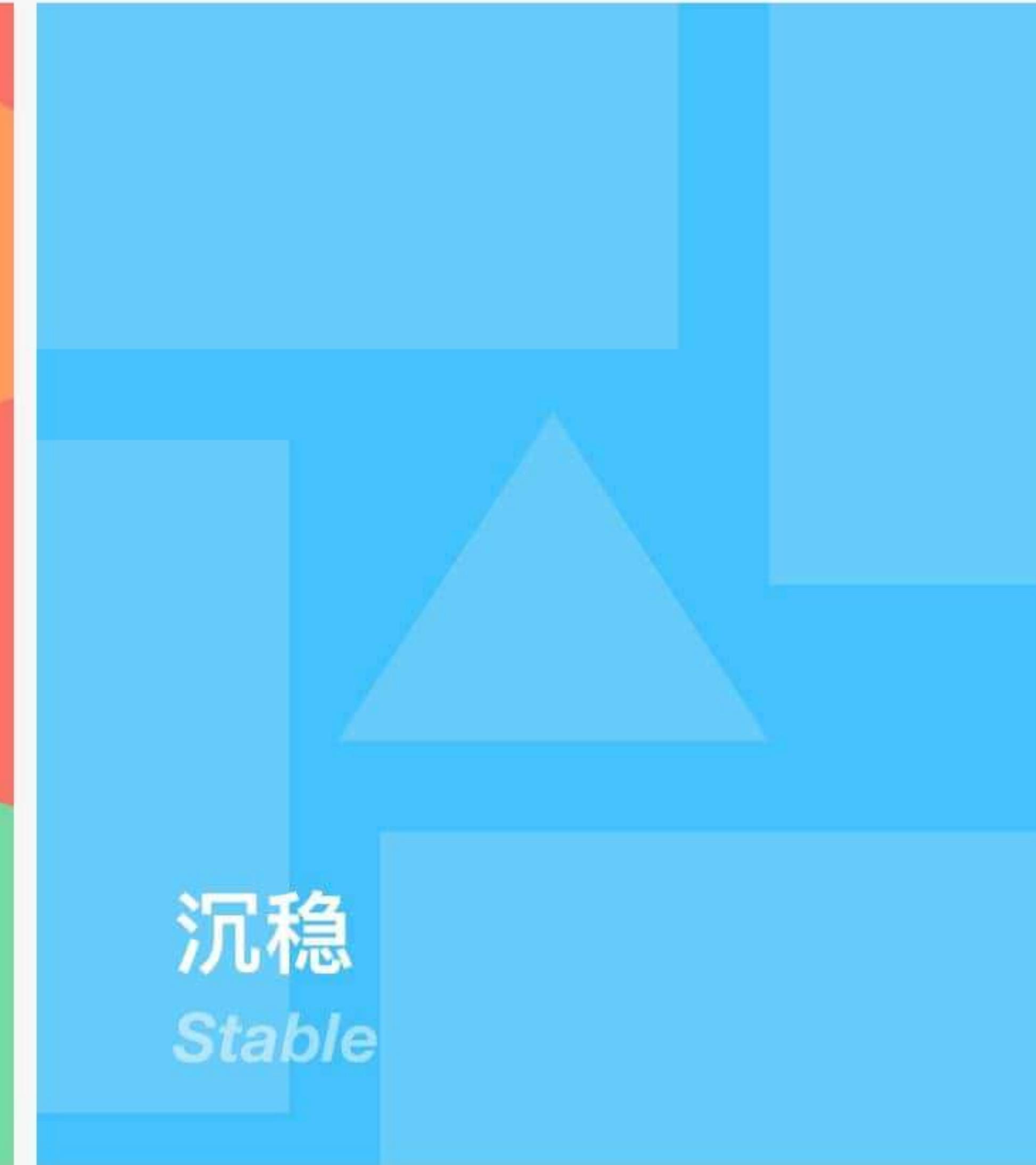
## 交互与功能对比

	格志日记	卡片日记	Dayone	Daylio
入口数量	●	●	●	●
便捷程度	●	●	●	●
书写体验	●	●	●	●
样式种类	●	●	●	●
列表	✓	✓	✓	✓
日历	✓	✓	✓	✓
日记本	✓	✓	✓	●
按类别	✓	✓	✓	●
统计	✓	●	●	✓

### 视觉表现

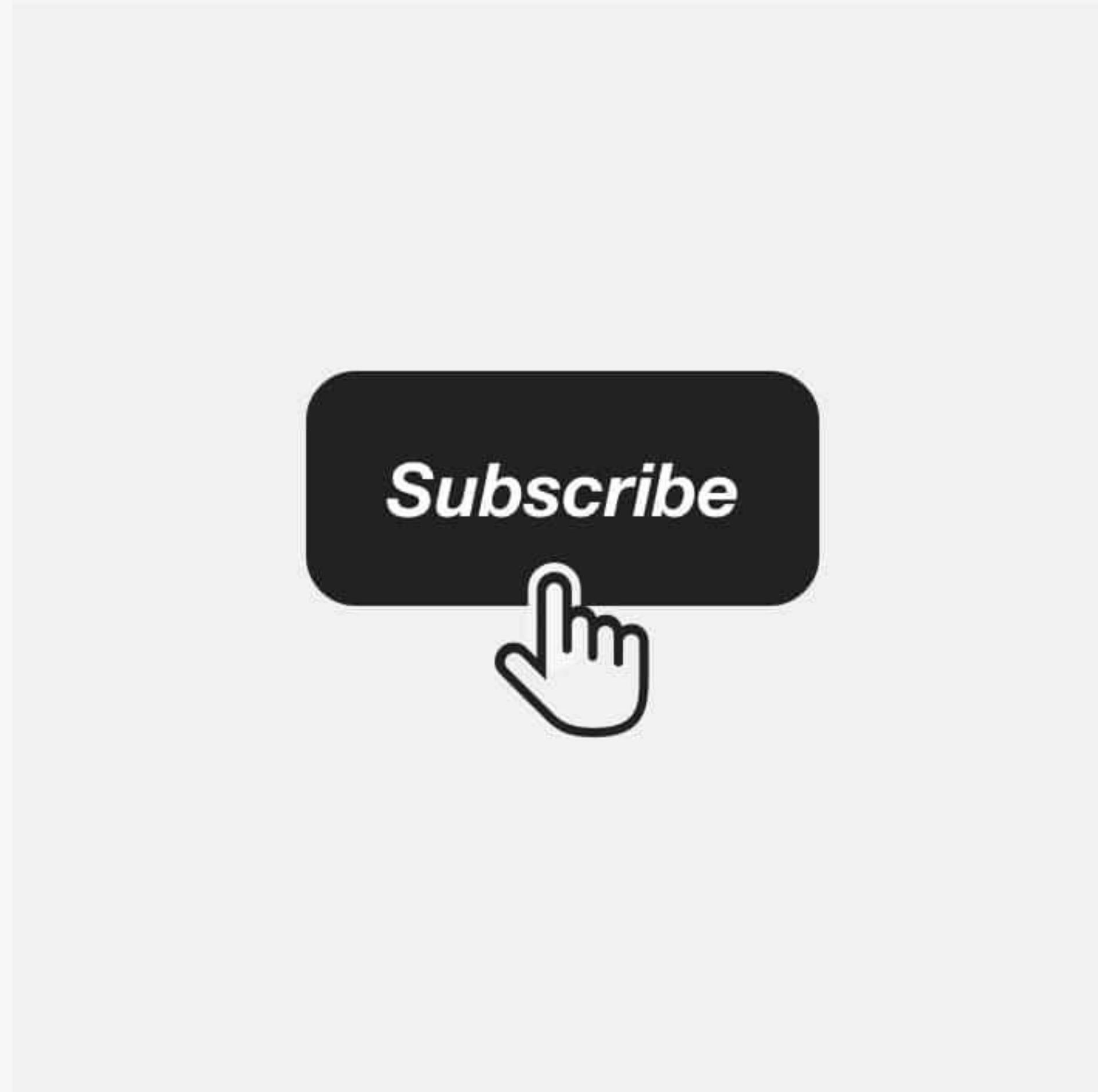


格志日记 | 卡片日记



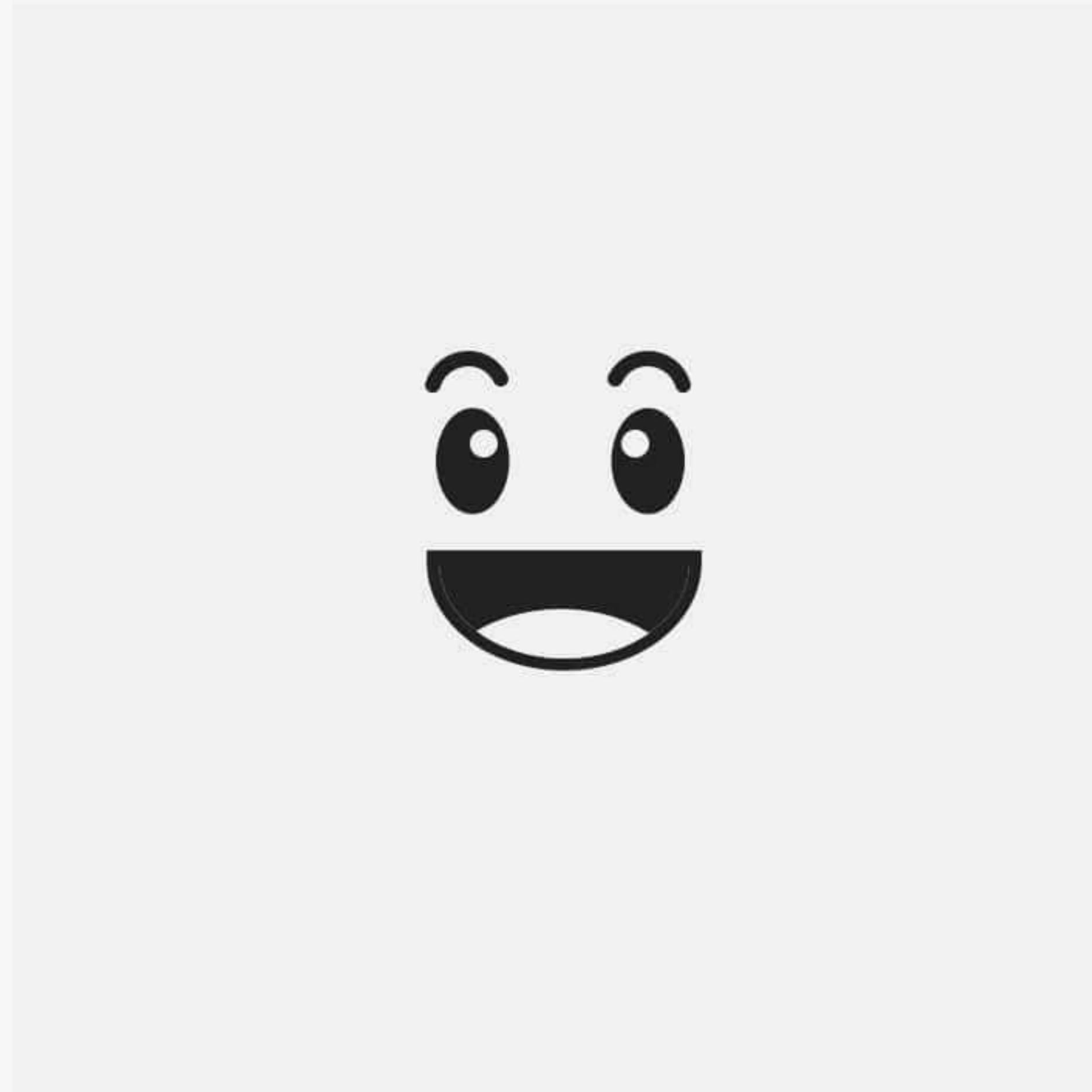
Dayone

### 盈利方式



#### 订阅制

竞品使用订阅制，分为年订阅和月订阅。每家价格差距较大。  
Dayone>Daylio>格志>卡片。



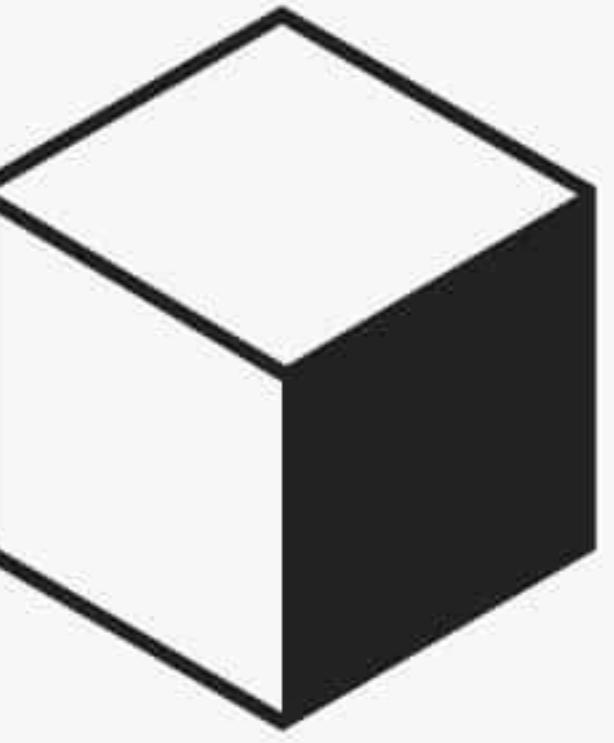
#### 期望型需求

高级功能中，日记备份是重点功能。同时还有样式、容量、内容形式、密码是大家都关注的。

\*Daylio 视觉过于落后，故被排除。

# 有目标， 才有追求。

明确的设计目标有利于设计改版的顺利推进。基于自检和竞品分析，我们确定了三个设计目标。



## 交互和结构优化

优化软件结构和页面布局，  
缩短操作路径，  
提升基本型和期待型需求体验。

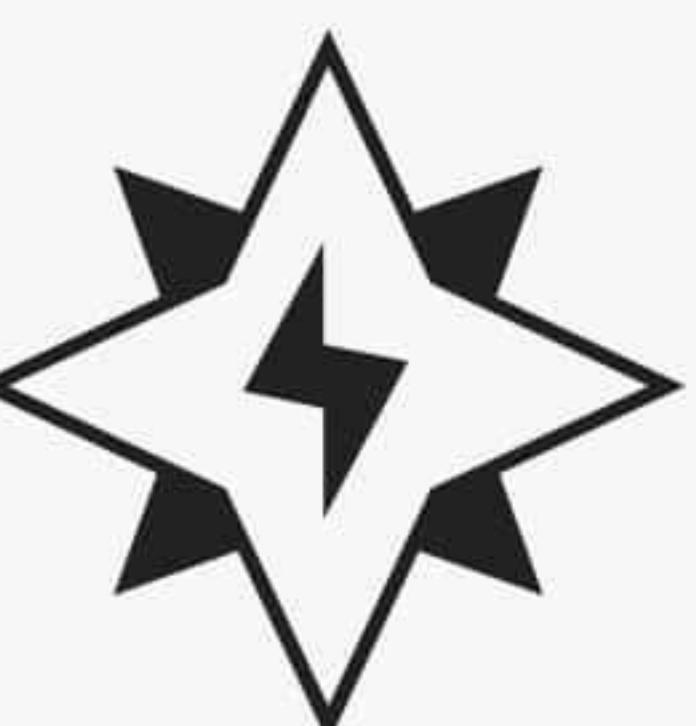
GOAL 01  
45%



## 升级视觉

界面规范统一，  
树立更年轻、美观的形象，  
提升产品的趣味性。

GOAL 02  
45%

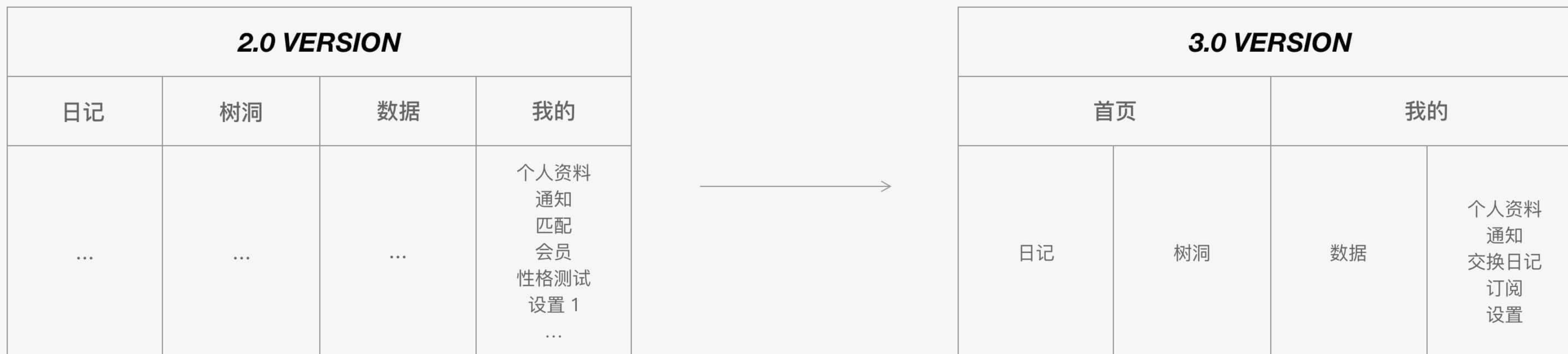


## 提升订阅

通过调整付费功能和利用视觉加大力度吸引用户订阅会员

GOAL 03  
10%

# 大道至简，结构应如是。



多个部分有高度或部分重合，有部分地方没做分类，导致凌乱。

总体上，相似的东西分散在各个地方，结构给人是割裂的。

按照相似性进行了分类归纳，更符合人的一般认知。

精简后将减少用户的认知负担，同时让用户理解产品的意图。

# 新的首页， 好了很多。

从界面设计、信息设计的角度，对旧有的界面布局进行反思。

## 1 不恰当的组件设计

顶部导航意欲模仿日记本，但尺寸过大，比例失衡

列表信息冗余，字号跳跃，间距和视线杂乱。



## 1 顶部导航

弱化年月，调整到合适比例。  
添加日历，模仿真实日记本，营  
造日期感。

## 2 列表

调整列表内容的优先级关系，让  
重要信息一目了然。

# 新版式， 一目便了然。

日记详情页一直是被诟病的地方，问题多多。

## 1 糟糕的阅读体验

字体、间距忽大忽小，视线摇摆跳跃。

重要信息和次要信息关系未能有效区分。



## 1 仪式感

将日期、天气和心情放在顶部，更具仪式感。

## 2 更透气的排版

调整层级和次序关系，突出重点。采用更宽松的间距和字号，让阅读日记更轻松。

## 3 富文本

编辑器的升级让写日记变得更美观。

## 4 便捷的交互手势

将按钮放在底部，更符合全面屏的趋势。左右切换日记，下拉关闭日记。

# 写日记，现在更舒服。



## 1 失衡的布局

硕大的图片区，无用的留白占据大量空间。

## 2 糟糕的打字体验

狭窄的正文输入区以及末行被键盘阻挡，带来糟糕的体验。

## 1 优化信息布局

突出编辑，弱化格式、信息等次要操作。

## 2 改善编辑操作

将编辑空间扩大，文字输入时不被任何东西遮挡。

# 个人中心， 也是数据中心。

## 1 散乱的分类和布局

长列表让分类变得模糊。头重脚轻的布局也显得意义不大。



## 1 新的个人中心

将「情绪数据」和「日记数据」结合起来，更像个人中心了。

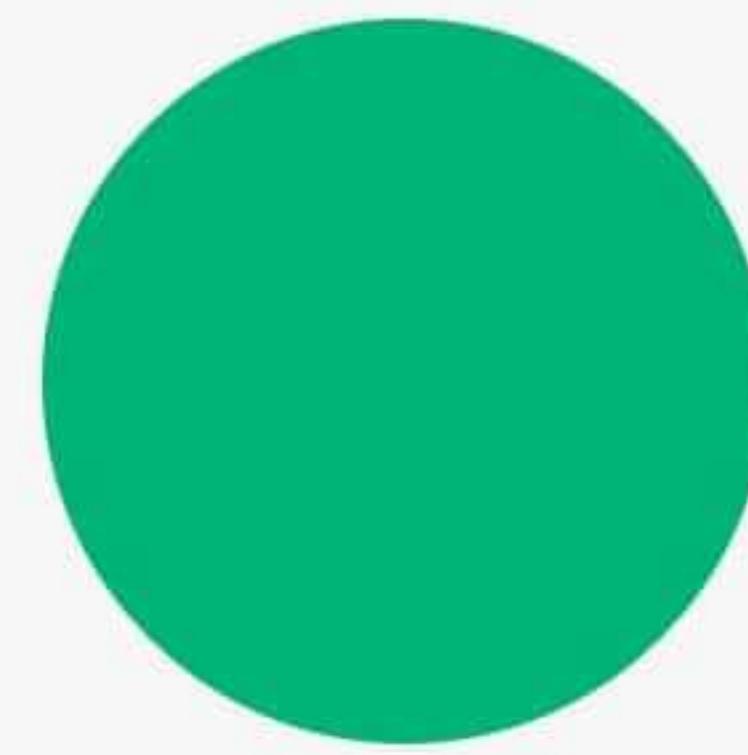
## 2 合理的归类

1. 通知 + 设置
2. 个人资料
3. 订阅入口 + 交换日记
4. 情绪报告

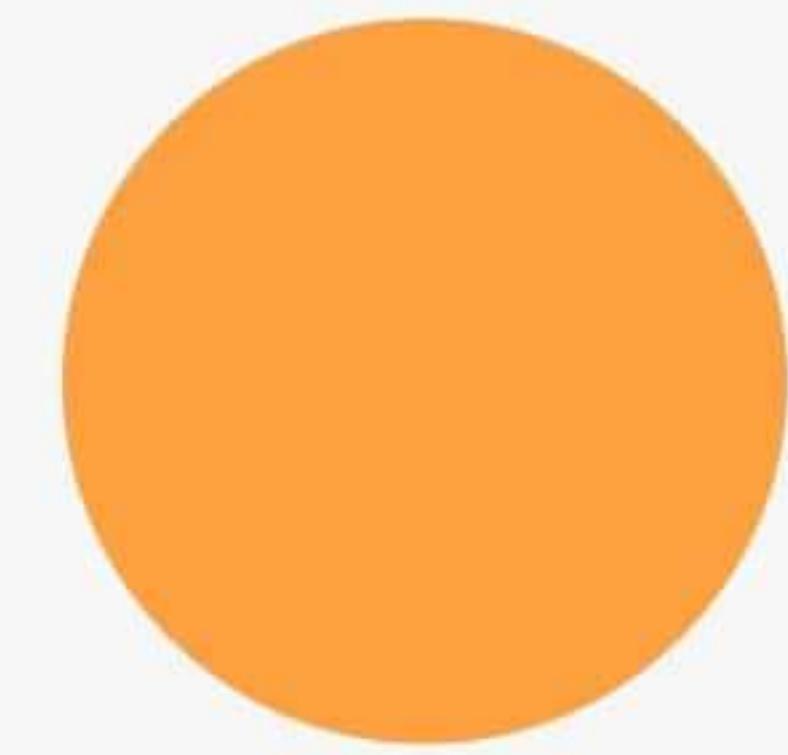
# 视觉方向

从用户反馈中提取出关键词。用以指导如何敲定设计风格、设计细节等方面。

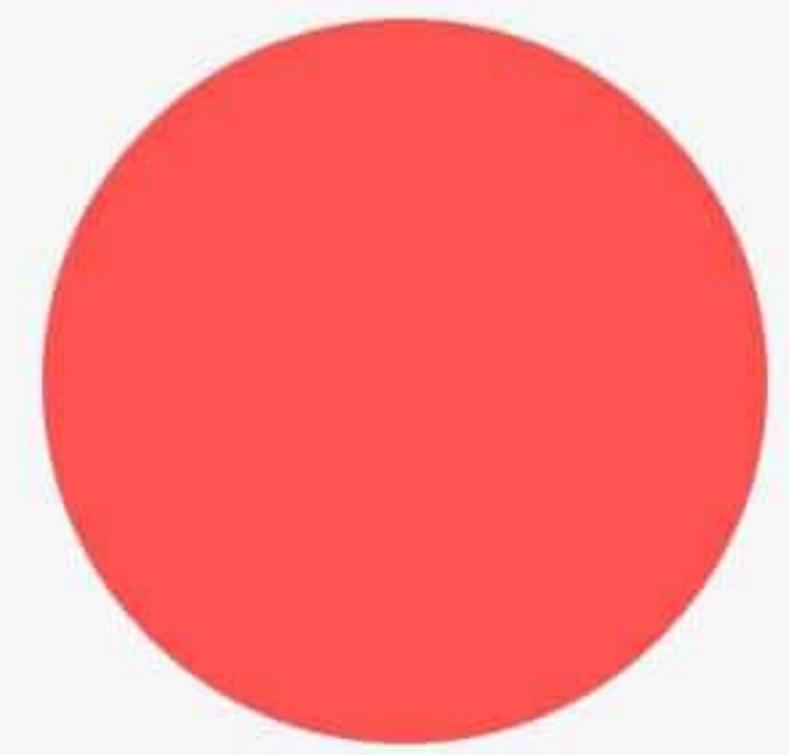


**UI Color****Primary**

00B377

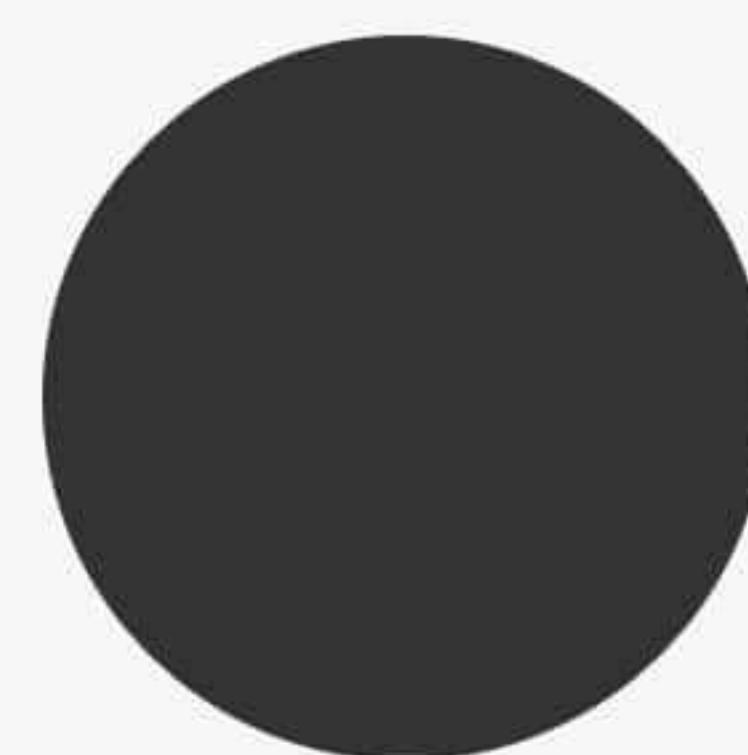
**Warning**

FFA140

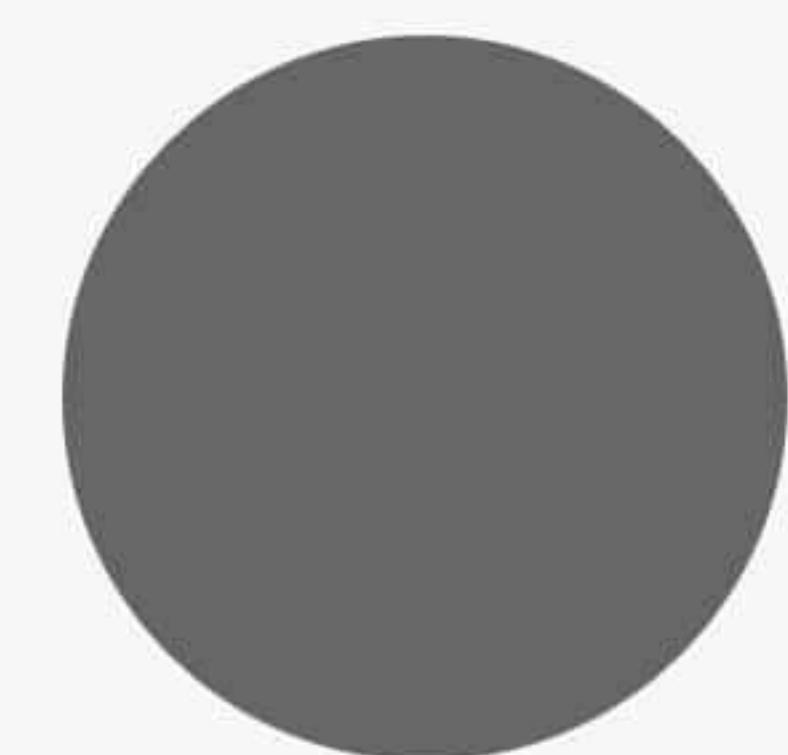
**Error**

FF5352

在用户反馈中透露出安全、密码、稳定等诉求。为了给用户传达安全有保障的感觉，我将原来的高饱和高亮度的主色调更改为更深沉的绿色。

**Text Color****Primary**

333333

**Secondary**

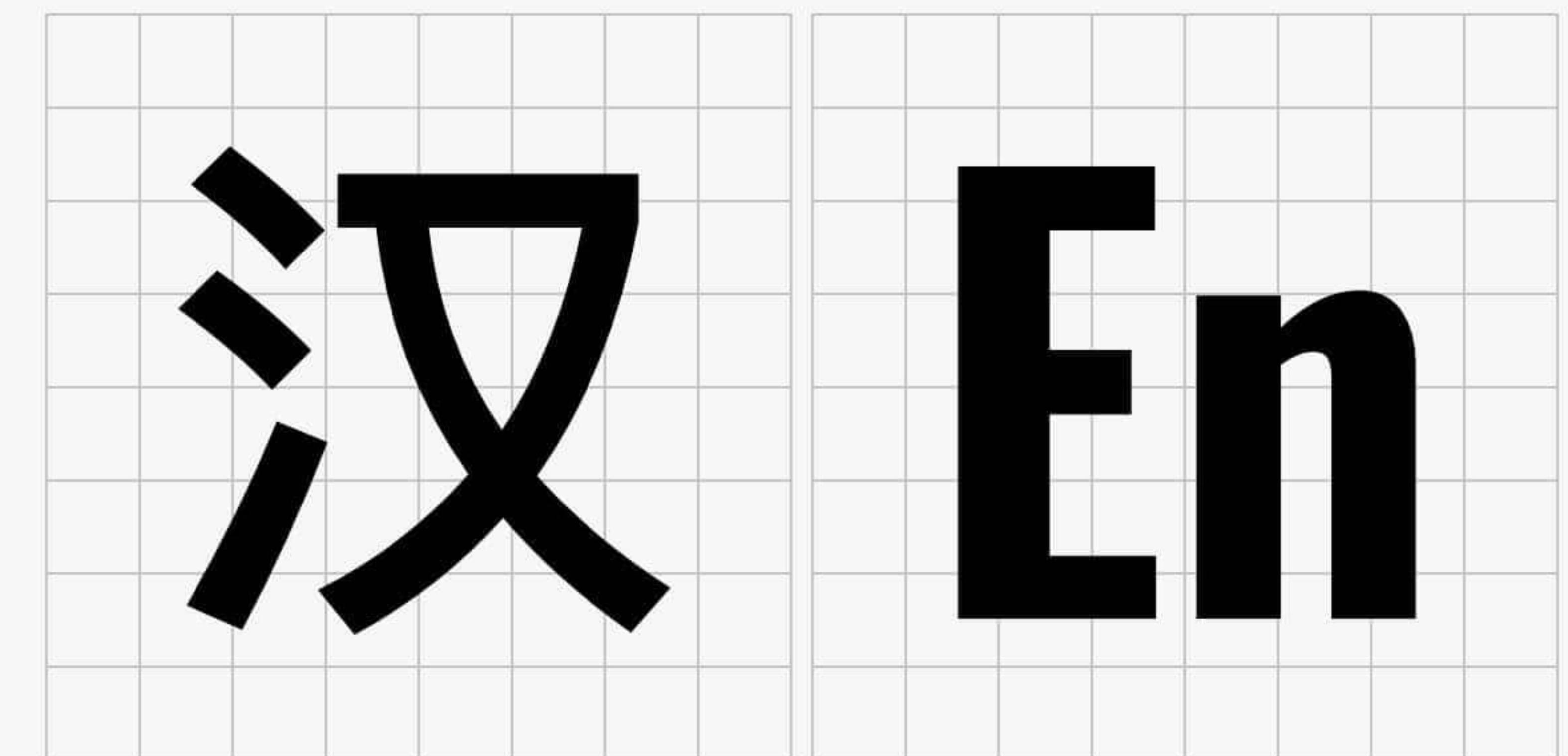
666666

**Caption**

999999

**Disabled**

D9D9D9

**Typography****苹方简体****Oswald****大标题** 24pt**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z****标题 1** 20pt**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z****标题 2** 17pt**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 # \$ % ^ & \*****正文 1** 17pt**正 文 2** 15pt**说明 1** 13pt**说 明 2** 12pt

\* 此英文字体仅用于日期和情绪数据以及某些标题中。

# 新首页， 自然新风格。

作为重中之重的首页，我的想法是遵循设计方向中的「简洁」和「新颖」。



## 灵感来源

## 1 模仿日记本内页设计



## 2 时间轴 + 色彩 + 心情



● 21 周一 这个阴天，不但潮湿，还沉闷。不知道是不是天气的影响，感觉路上的景色也变的无味起来，可是生活依旧...

● 20 周日 周日的天气真 nice  
这一天十分的高兴，我与老朋友们一起去游泳。虽然有点冷，但是我们...



# 自己写的日记， 真好看。

为了提高阅读的美观性+可用性，我对日记详情页进行了大调整。



**17pt**  
Font Size

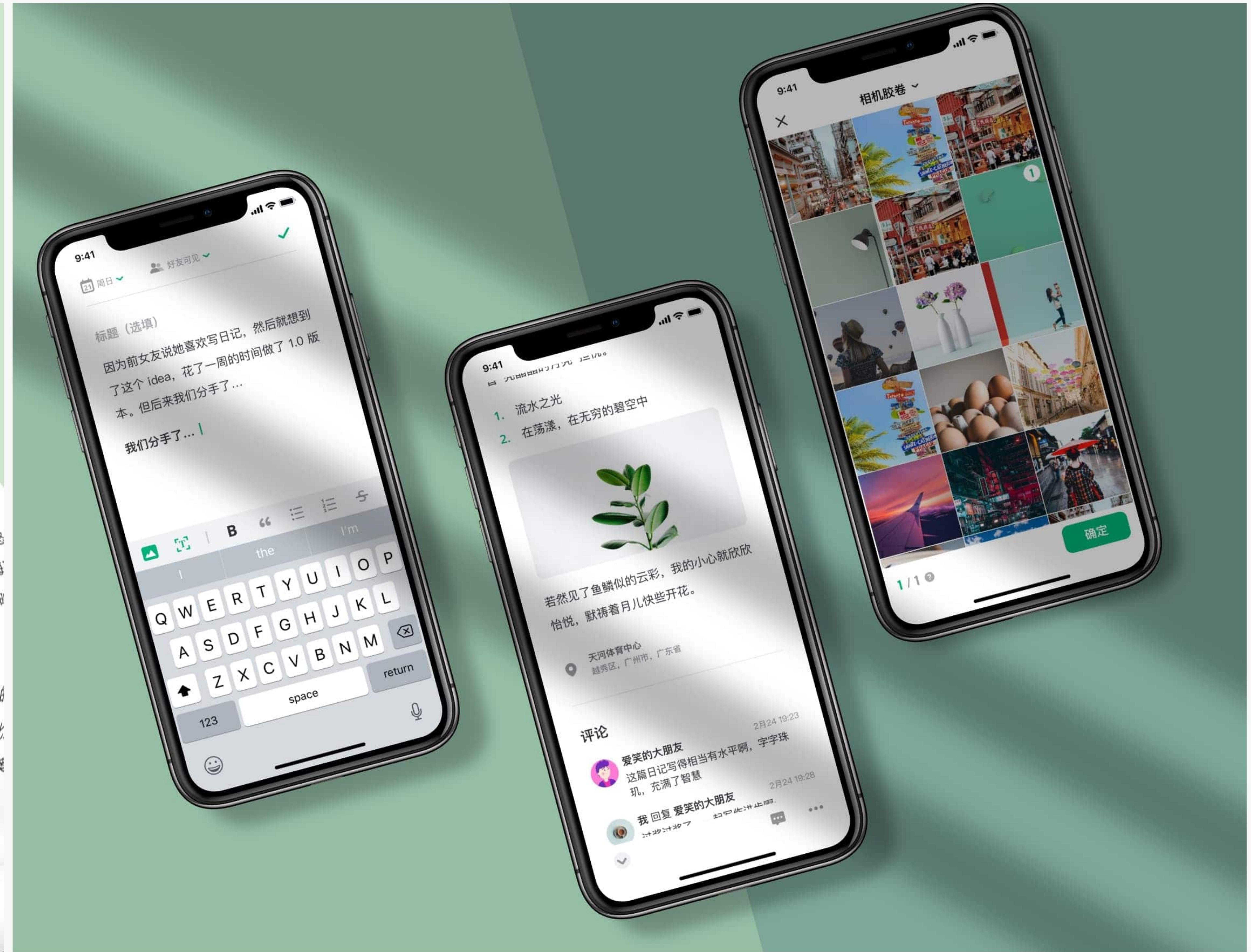
**2em**  
Line Height

**1.56em**  
Paragraph

研究了字体排版和相关产品后我发现，行高设置在1.5–2.0em，段落间距设置在1–2.0em 之间比较合适。

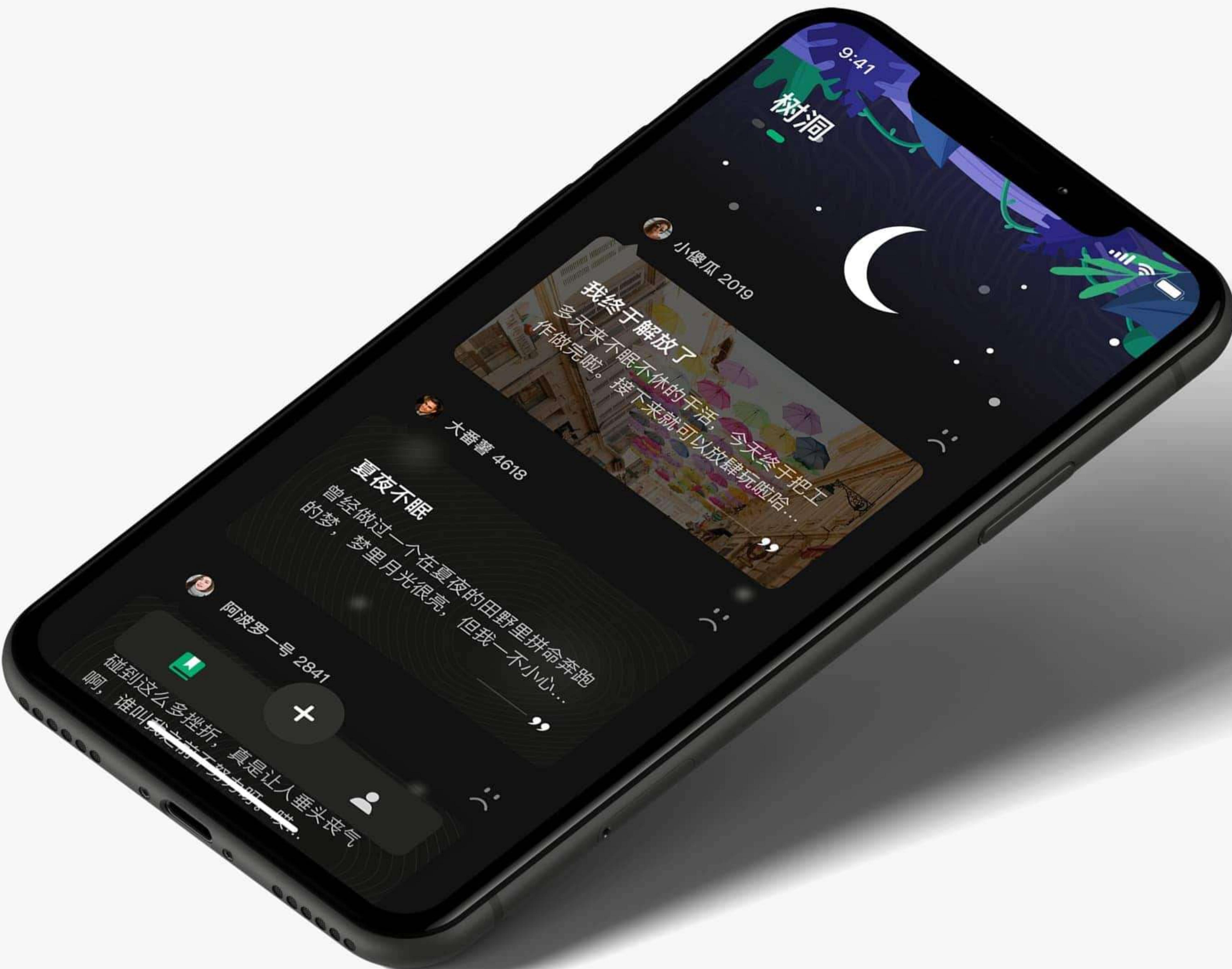
调整后，相比旧版：

1. 层次更清晰，主次内容一目了然；
2. 阅读体验更好了。



憋了很久吧，  
你的心内话。

树洞版块是一个发表匿名日记的地方。用户的头像和昵称都经过匿名化处理。



## 构思设计

树洞版块主要满足有匿名袒露心声的用户的需求。根据用户反馈和使用场景，我写了一个POV来挖掘设计灵感。



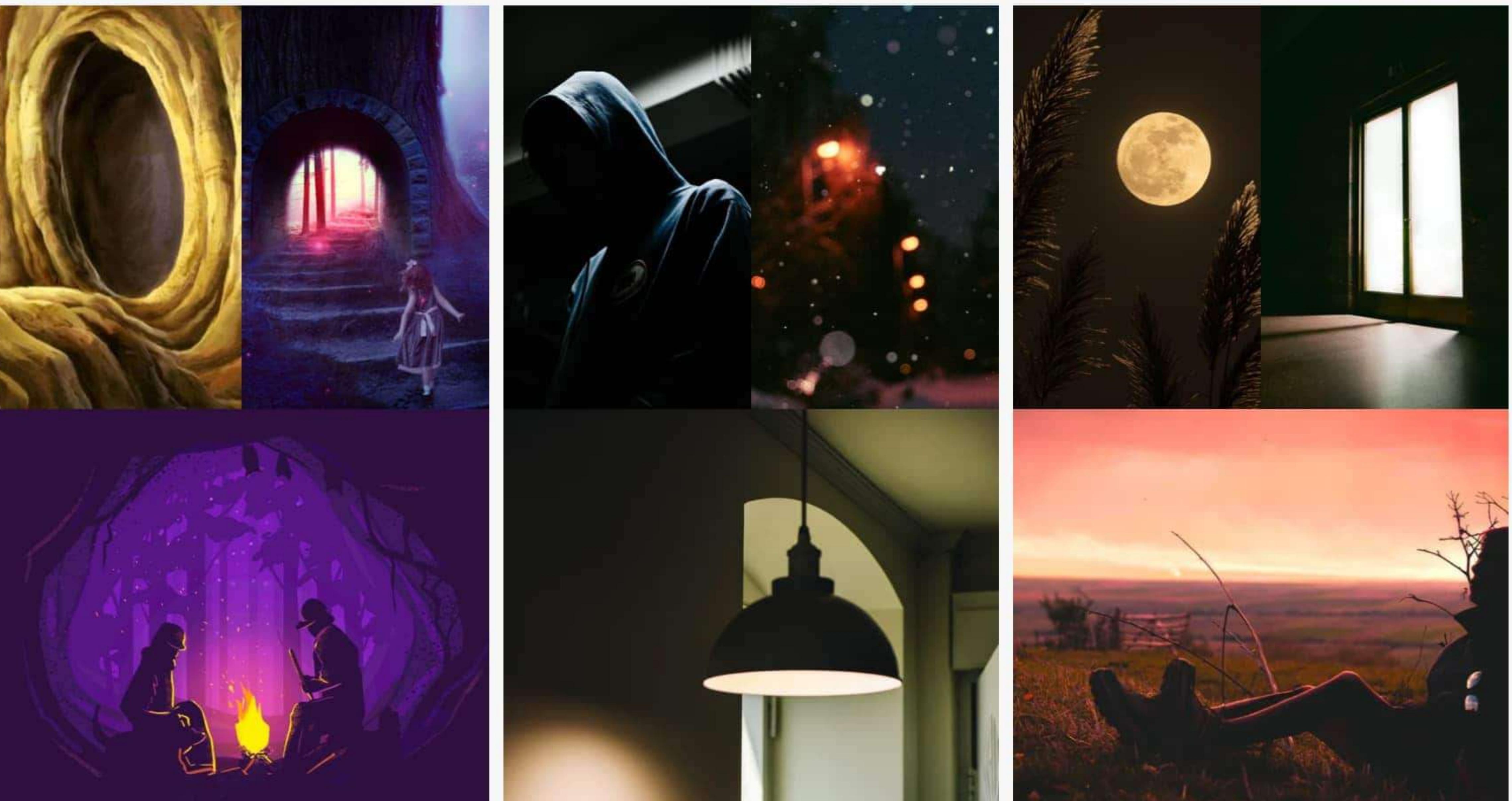
一个有心事想要倾诉的用户，  
需要被他人了解但又不想暴露  
身份，  
对ta来说，“不付出代价来表  
达自己心声”很重要。

POV 设计观点填空



POV透露出用户的潜在心理诉求是要完全隐藏个人信息、安全的  
环境下表达，因此我从中提取了三个关键词：「树洞」、「匿  
名」、「私密」。

## 视觉联想



树洞

*Tree Hole*

匿名

*Anonymity*

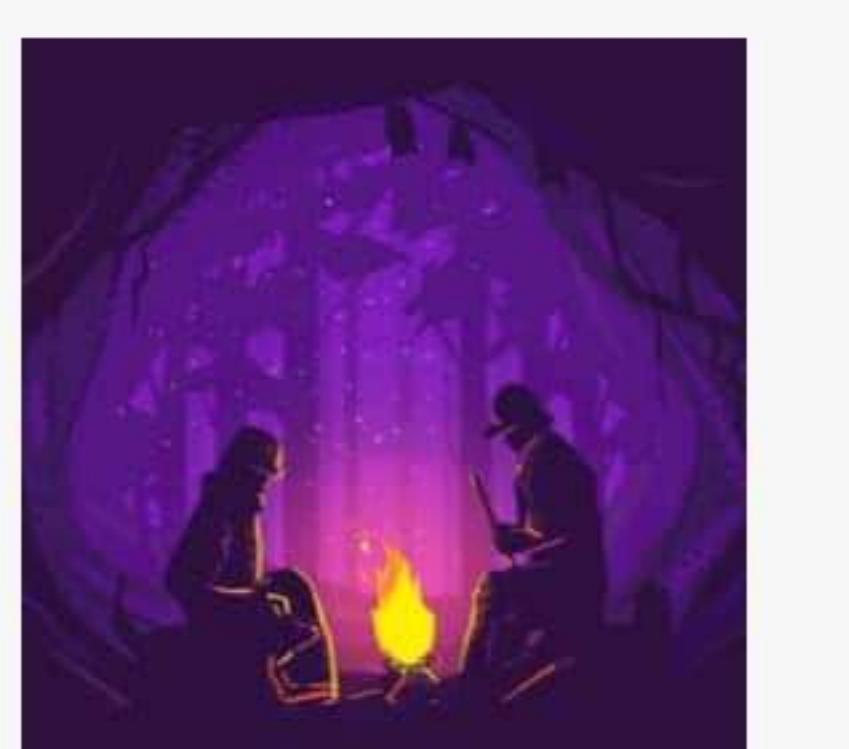
私密

*Secret*

## 方案一

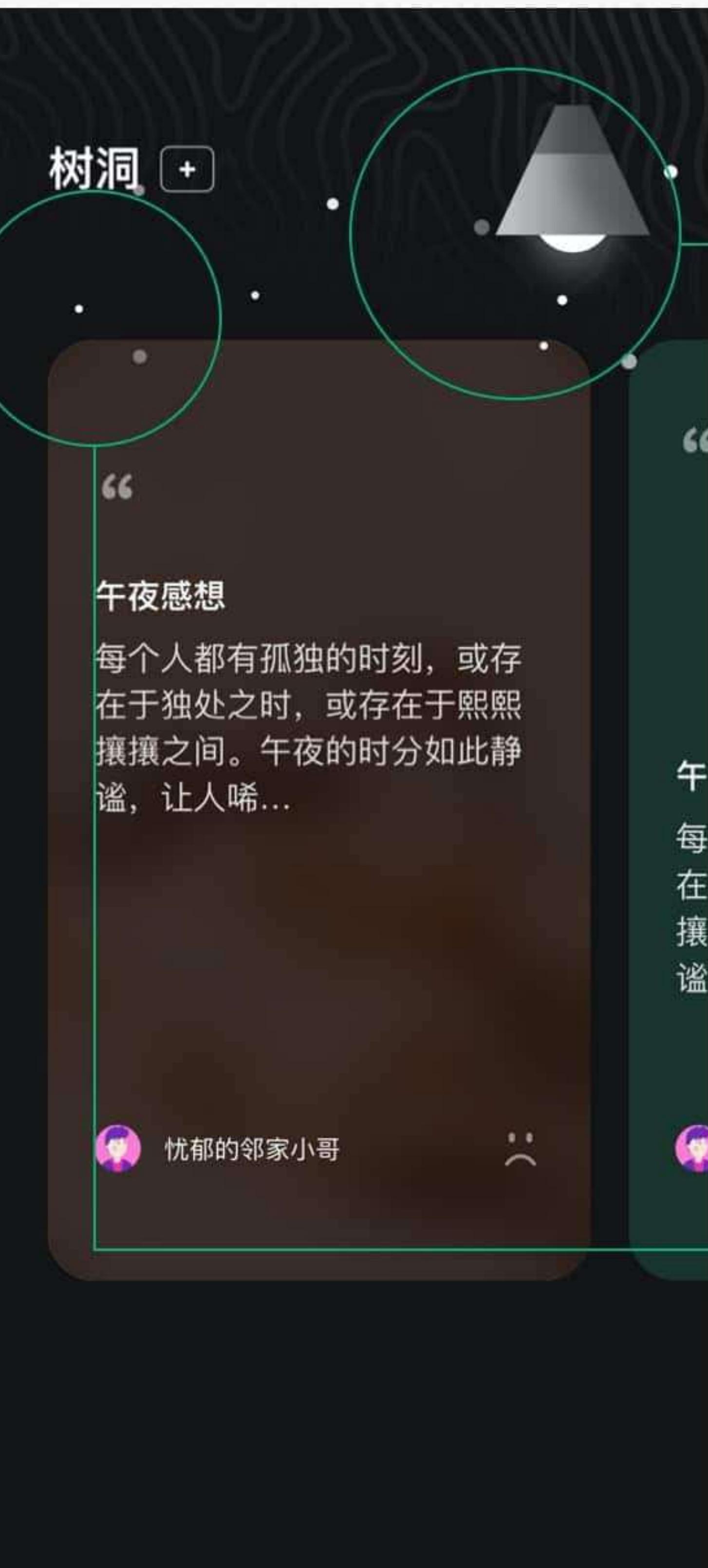


荧光、光斑

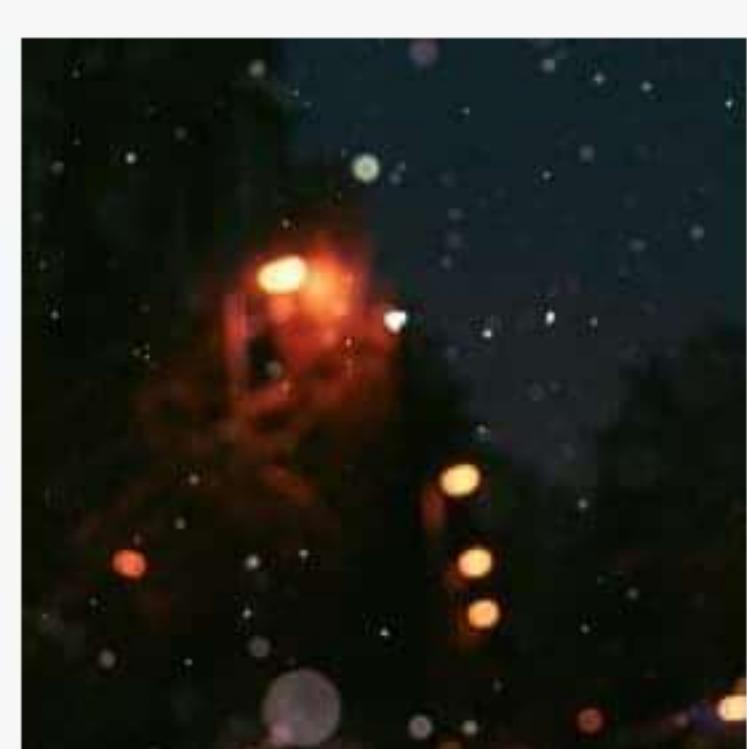


从树洞往外看

## 方案二



灯下



荧光、光斑

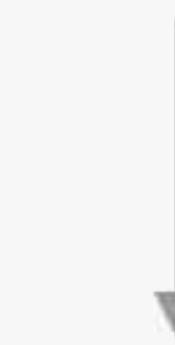
两个方案虽然都有树洞的感觉，但总感觉缺点什么，而且给人的感觉是黑暗和压抑的。

如何让树洞看起来不是压抑黑暗的？

## 深入思考

匿名倾诉心事的用户，是什么促使他们来分享自己的心事呢？他们的目的是什么？

“倾诉，它是指把内心的秘密告诉别人以取得帮助和维持心理平衡的行为。



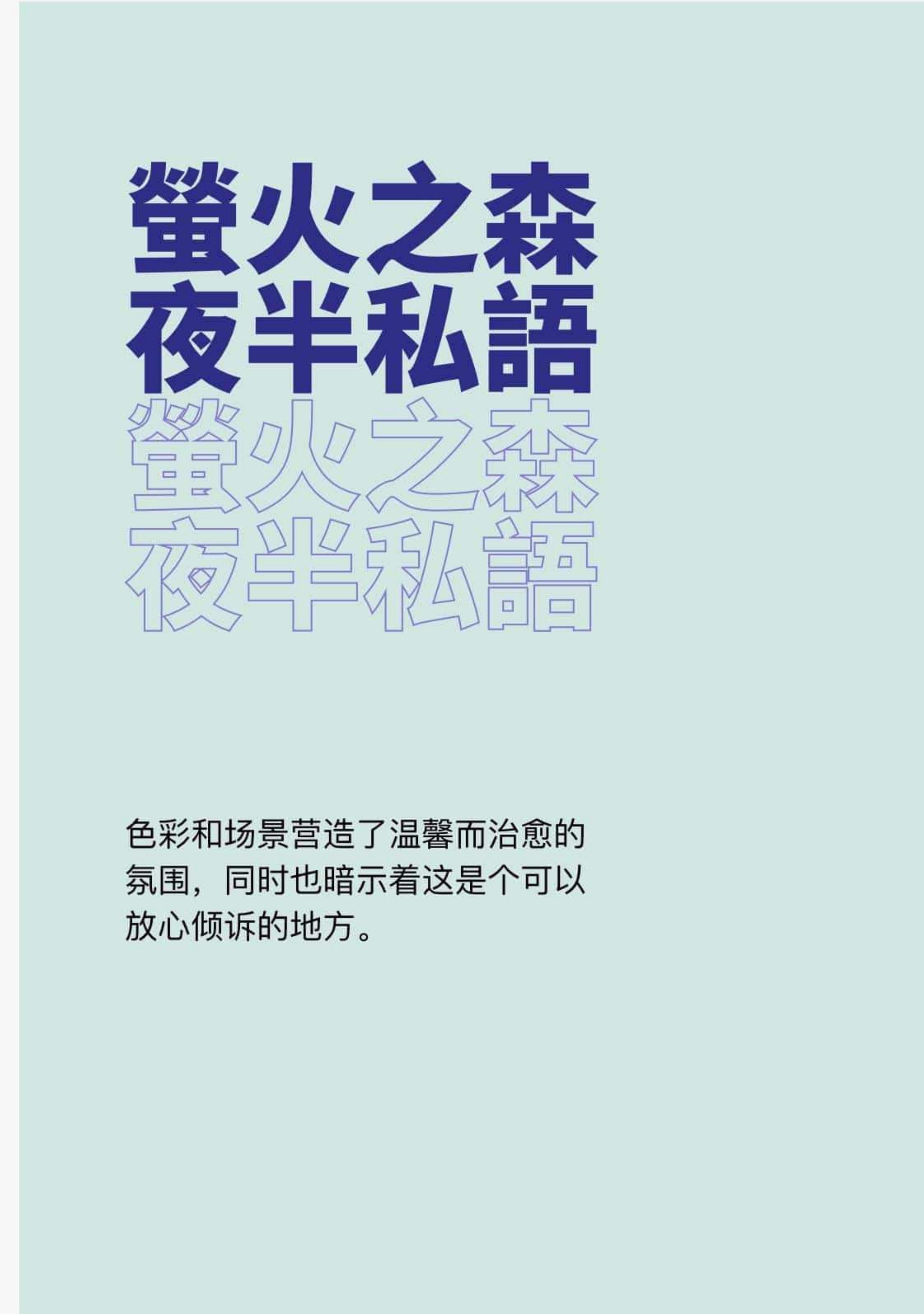
治愈

*Healing*

我的理解就是发树洞其实是希望得到心灵上的治愈。因此我将「治愈」作为新的关键词，来替换「匿名」。

## 治愈的视觉联想





## 最终方案：萤火之森

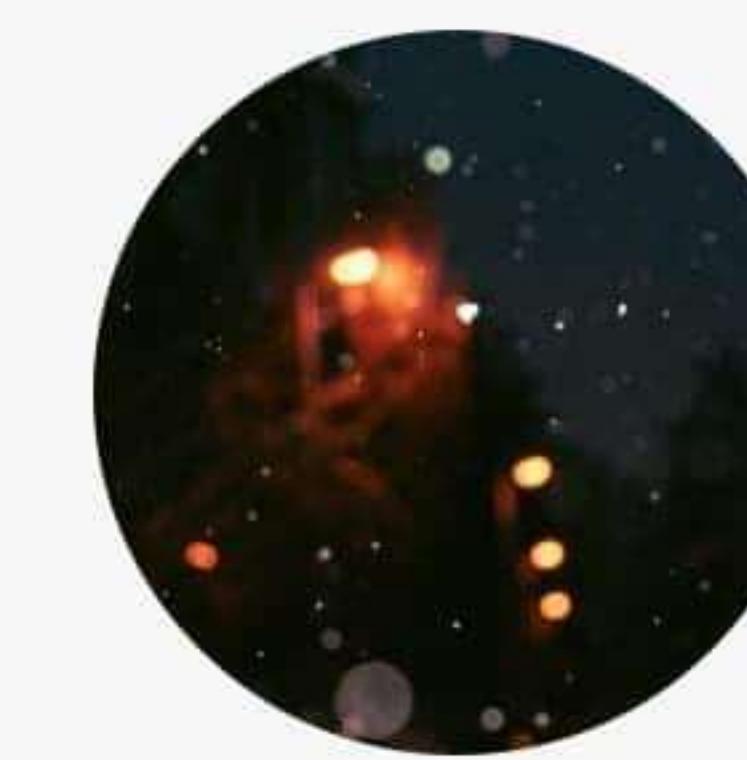
经过多版探索，最终构思了一个「森林」+「夜晚」+「荧光」+「私密」的 idea。



森林  
Forest



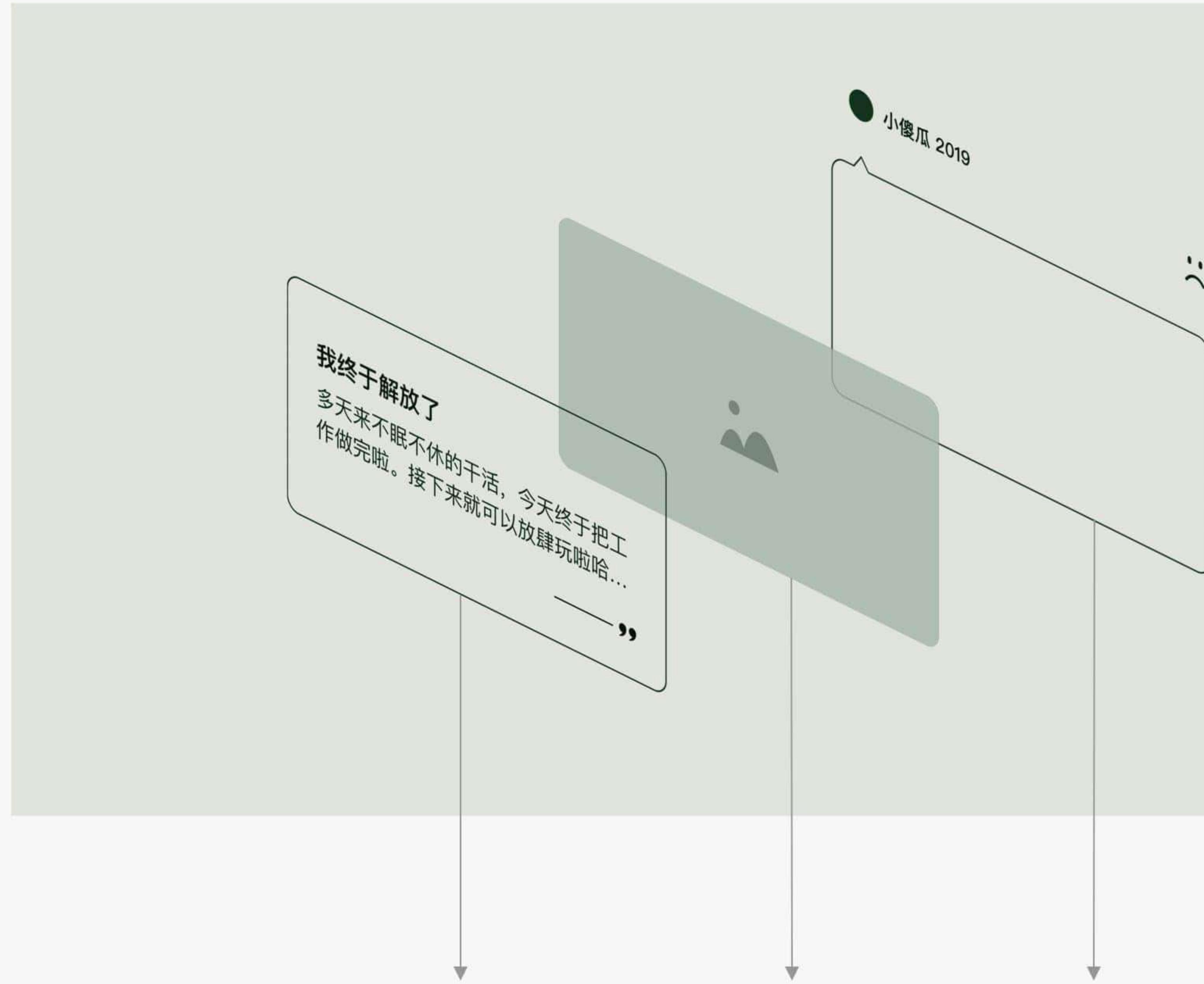
夜晚  
Night



荧光  
Firefly



私密  
Secret



用户文字

背景

对话式框架



列表最终效果

*Final Effect*

# 个人中心， 此刻焕然一新。

个人中心与情绪报告合并，通过合理的分类，现在更具实用和美观。



## 1 个人资料区

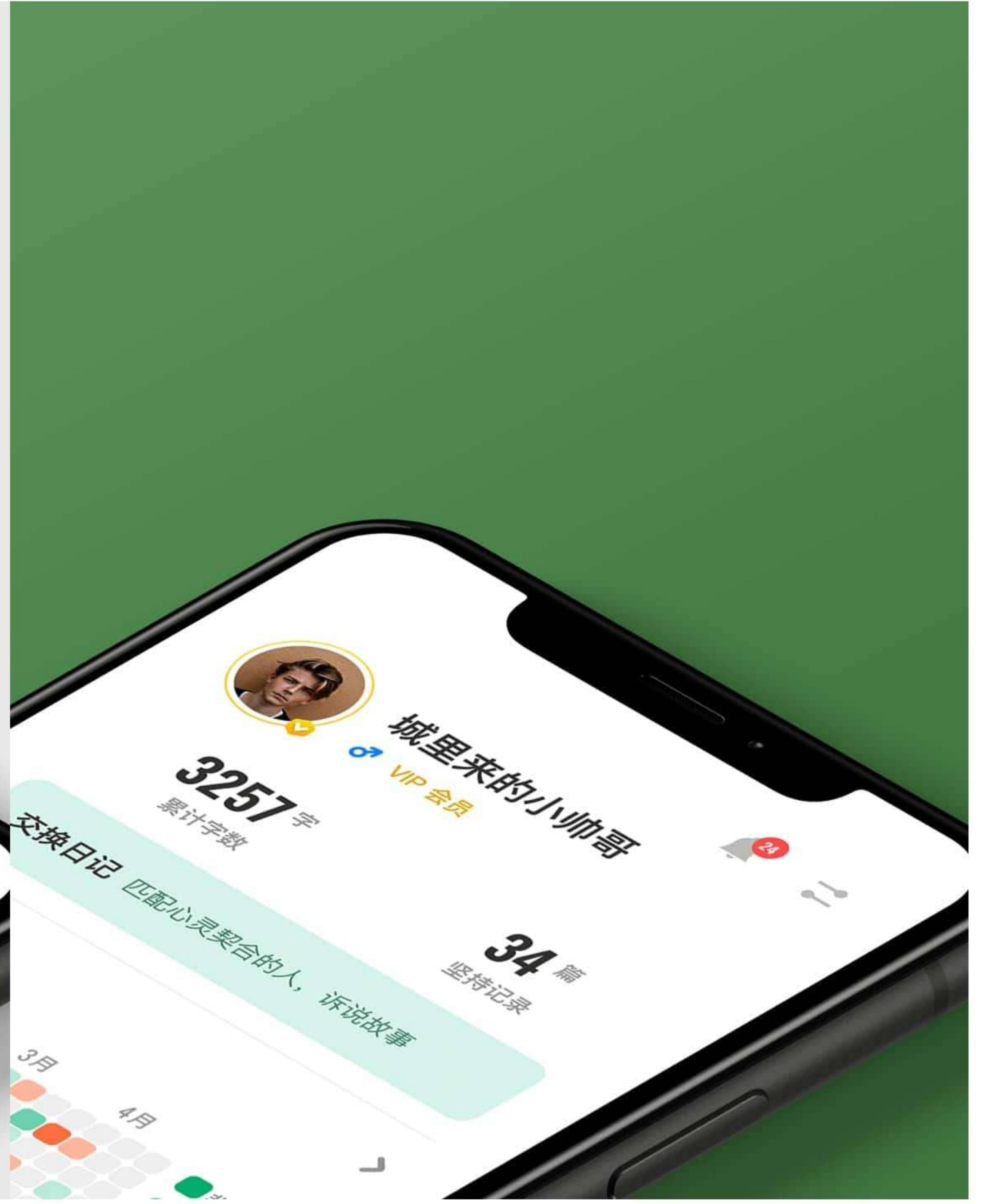
关于个人的一切都在这里了，当然除了情绪数据。

## 2 功能入口区

订阅入口 + 交换日记入口

## 3 情绪报告区

情绪格子 + 情绪折线图，用户可以通过滑动来查看。



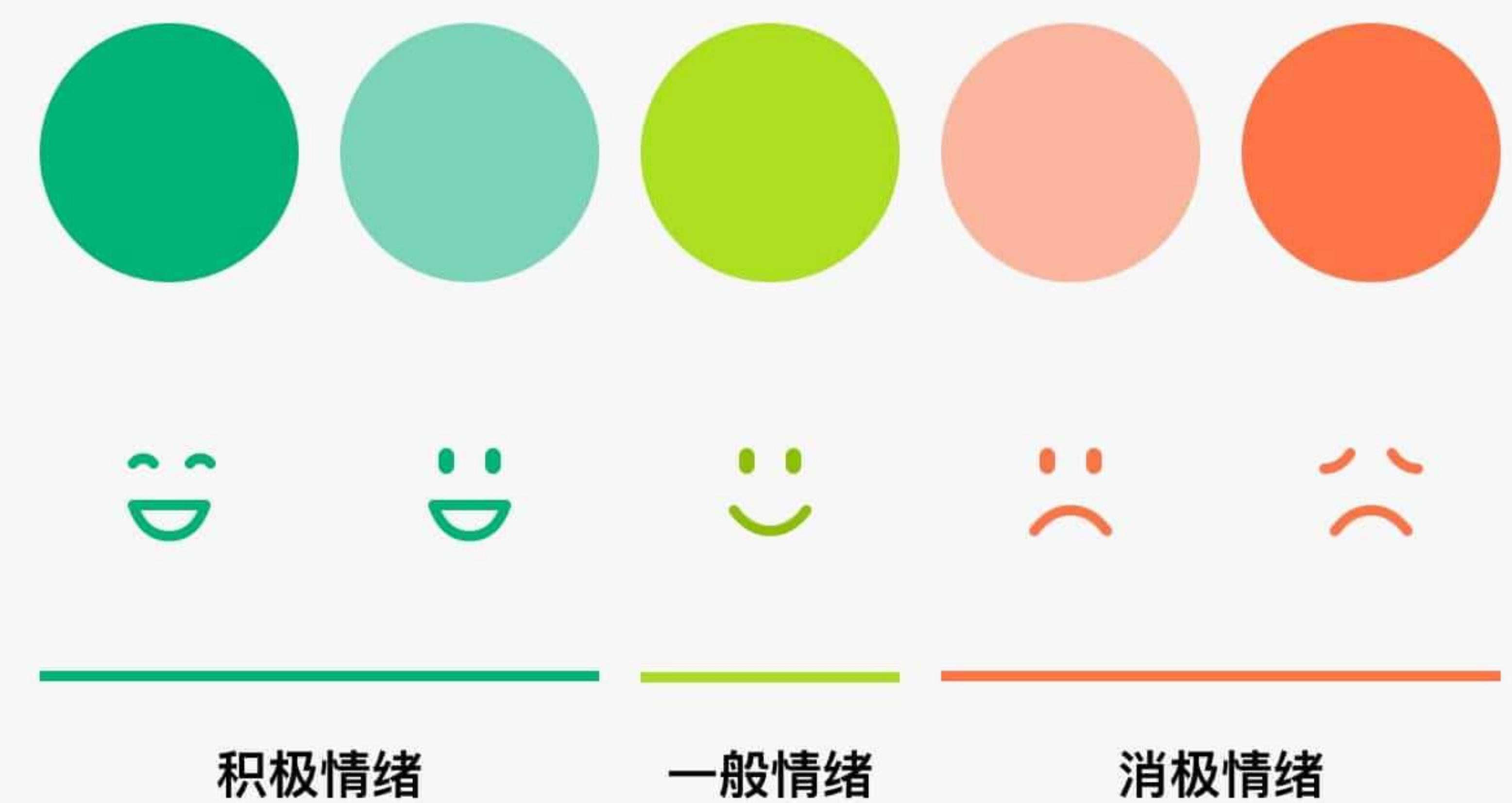
# 嬉笑怒骂， 尽收眼底。

利用 NLP 算法，对日记进行情绪判断。情绪数据使用格子图、柱状图和比例进行解读。



## 情绪

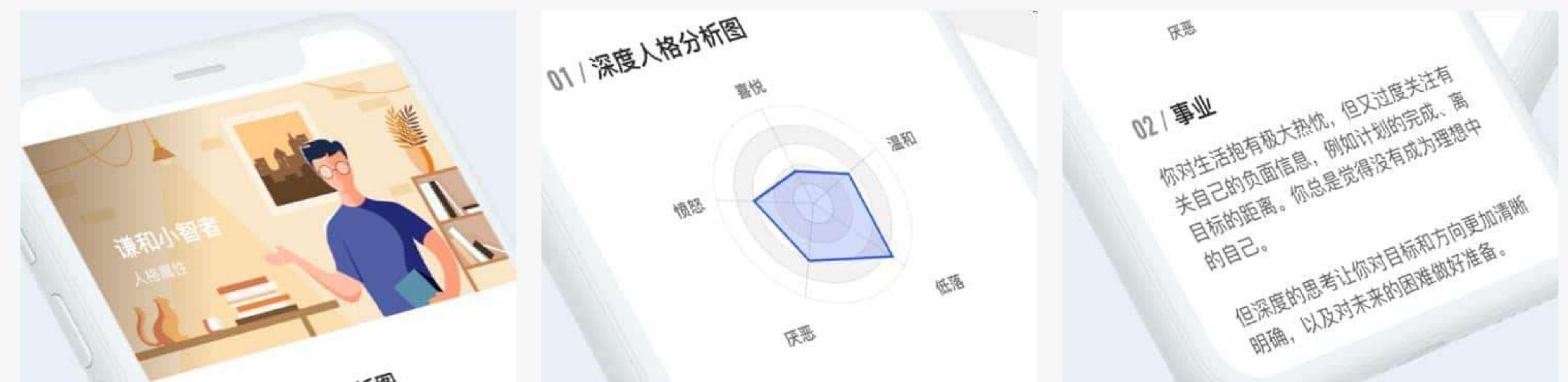
由于情绪的种类太多，为求简化，情绪被划分为积极、中性和消极这三类。积极和消极各有两个不同的程度。





# 趣味人格测试， 来认识你自己。

我们邀请心理专业的研究生做了一份 85% 信度的人格测量问卷。最终拟定了 5 种人格分类，并设定了 15 种性格，同时为每种性格设定了「趣味建议」+「人格插画」。



插画

人格分析

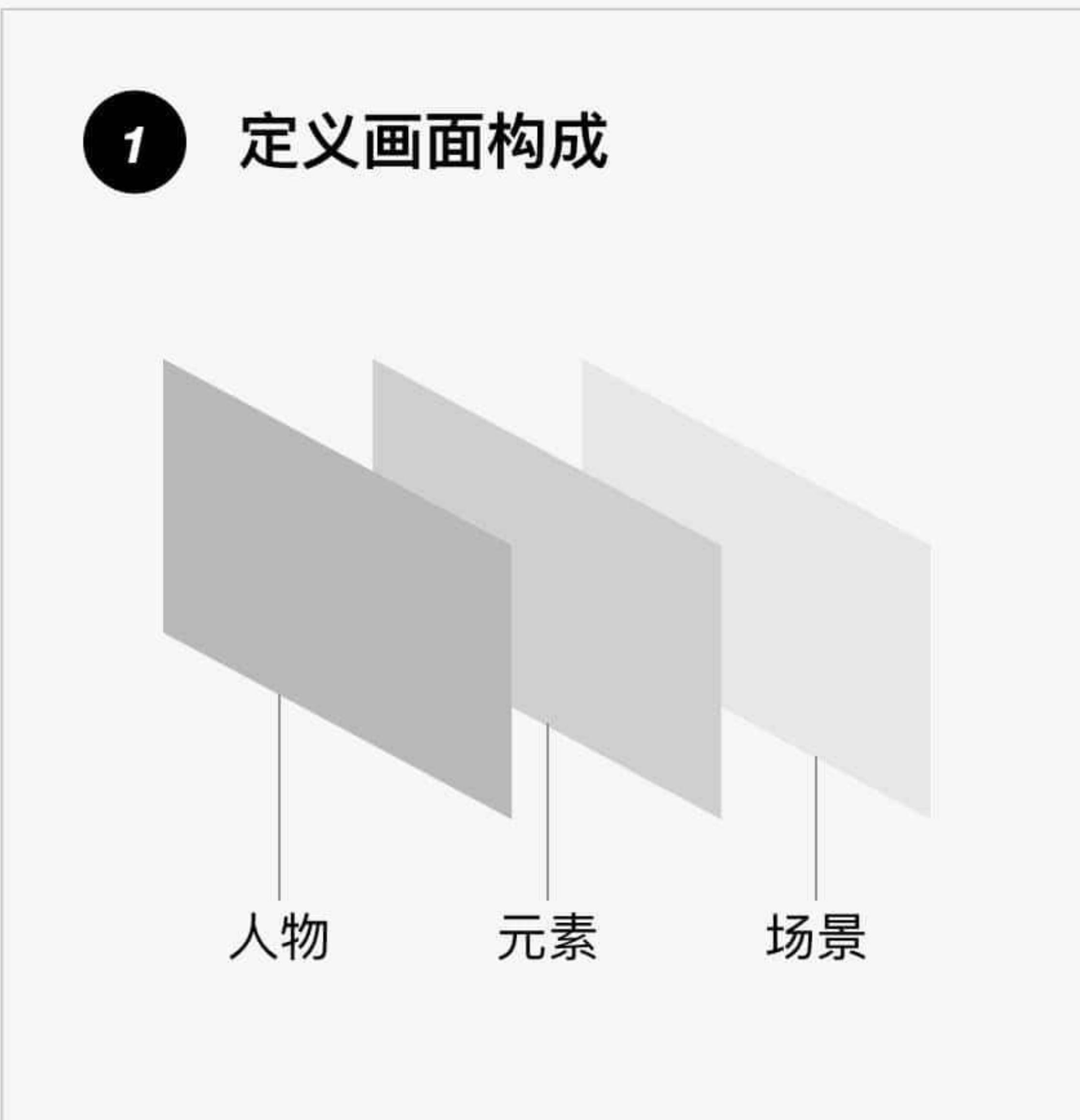
趣味建议

## 旧版插画问题



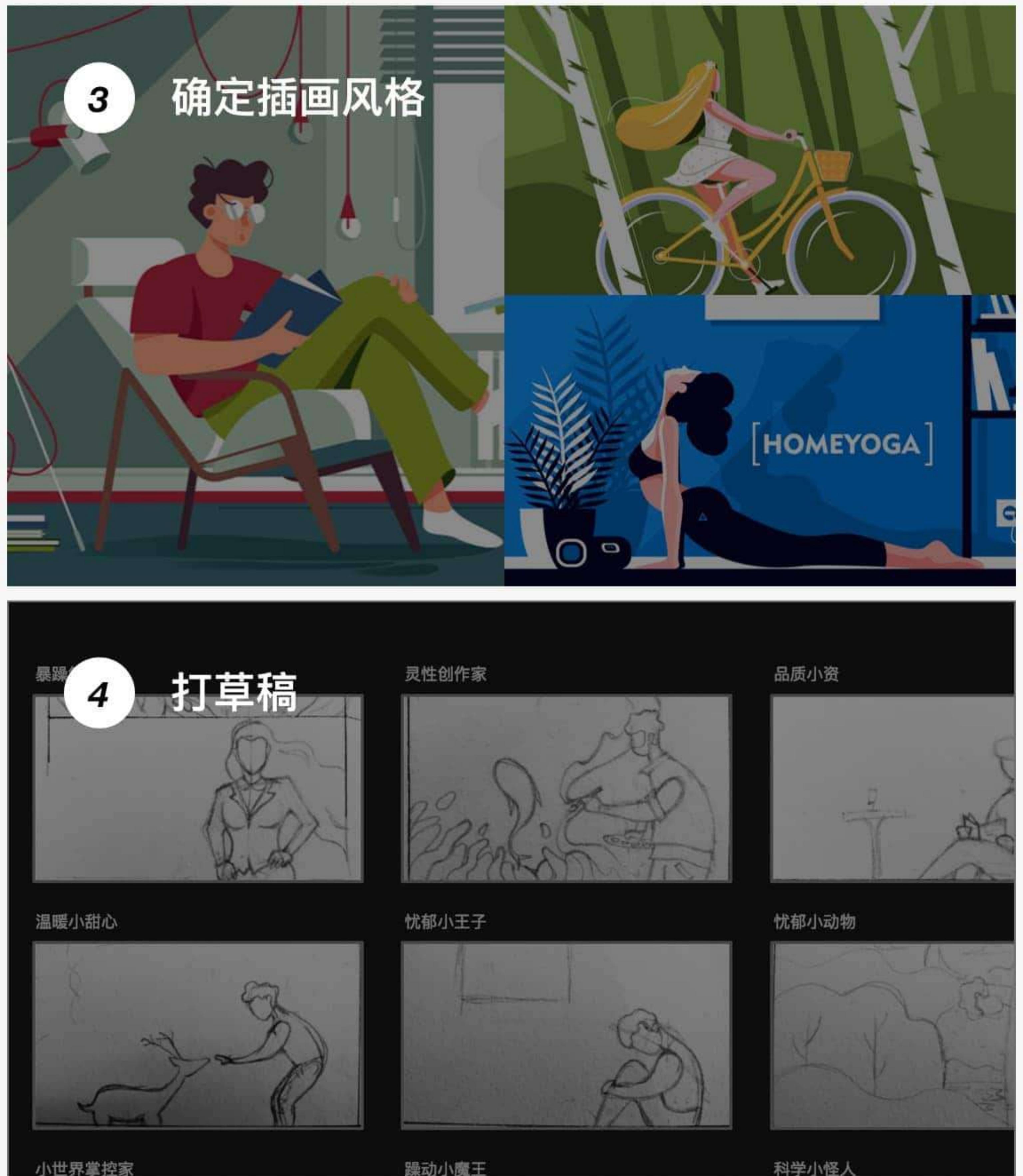
旧版插画是别的插画师设计的。由于之前在沟通上的问题，未对插画的造型、颜色等做出要求，导致效果不如人意。

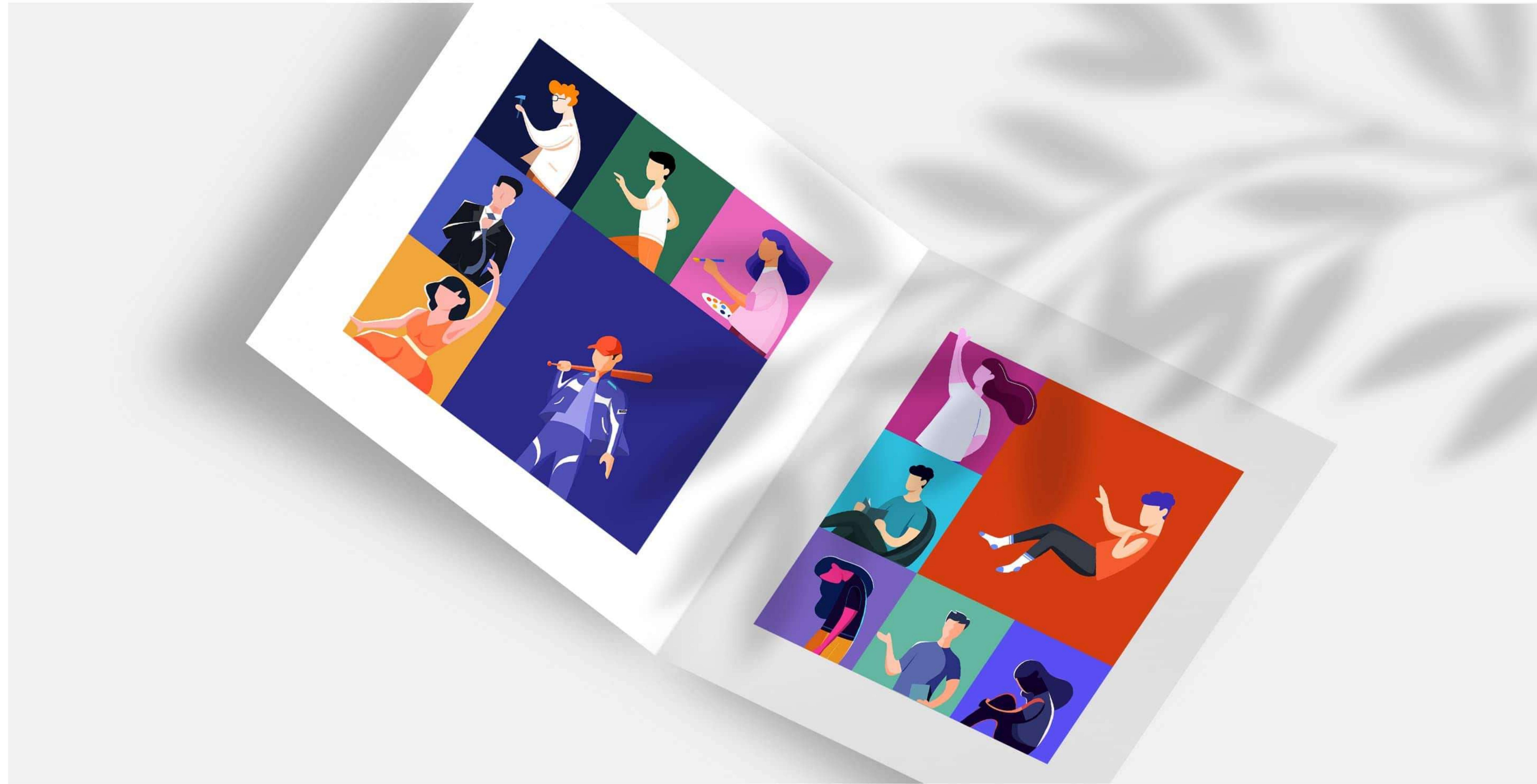
## 新版插画构思



### 2 定义画面细节

- 颜色：与主色调一致
- 造型：契合性格特征
- 背景：与角色行为相关





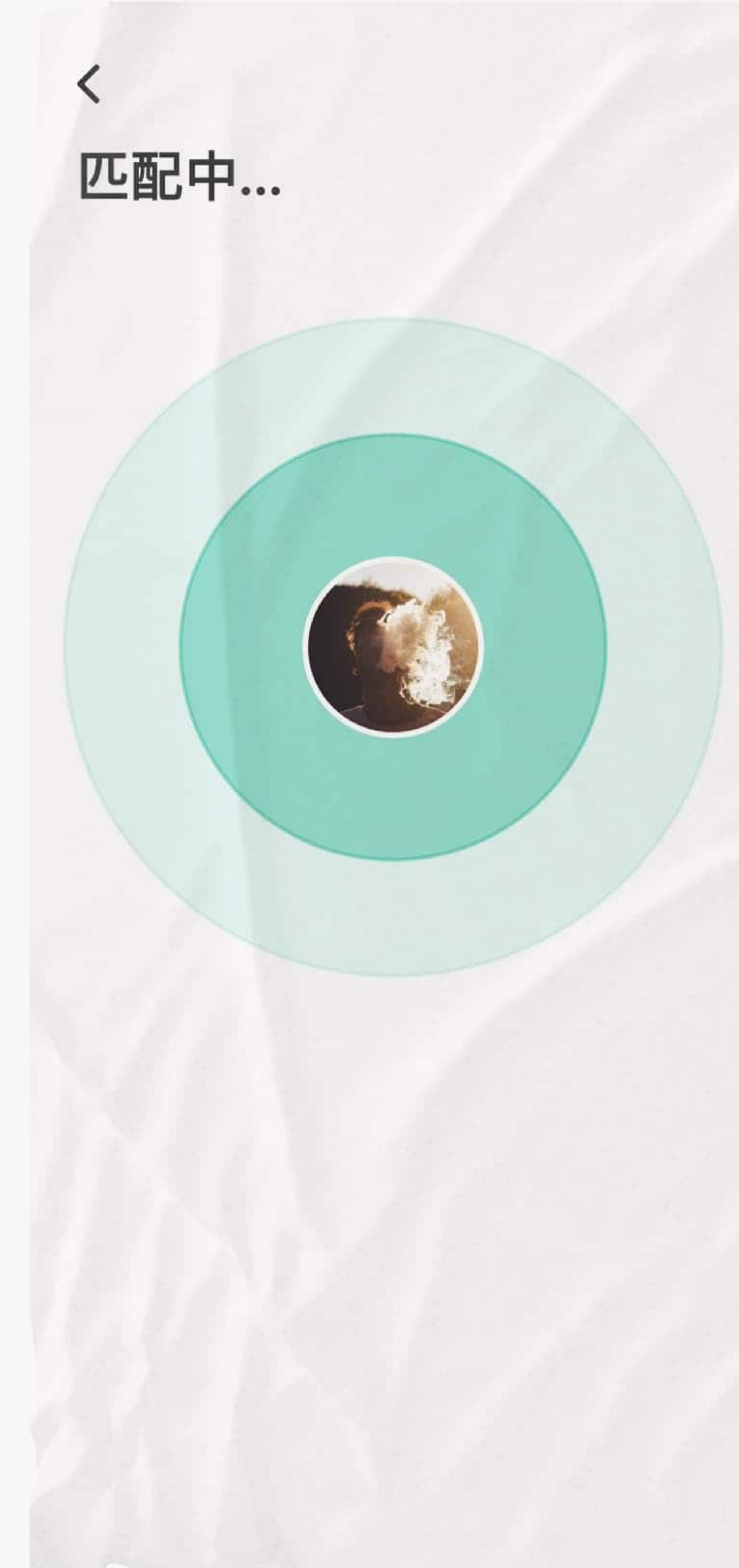


# 旧的匹配页， 冷冰冰。

世界上每个人，过着不一样的生活，对事物的感受也不同。匹配功能让用户找到能够倾听自己内心情感的另一人，并互相给予对方心灵上的支持、安慰和帮助。

## 1 设定复杂，布局差劲

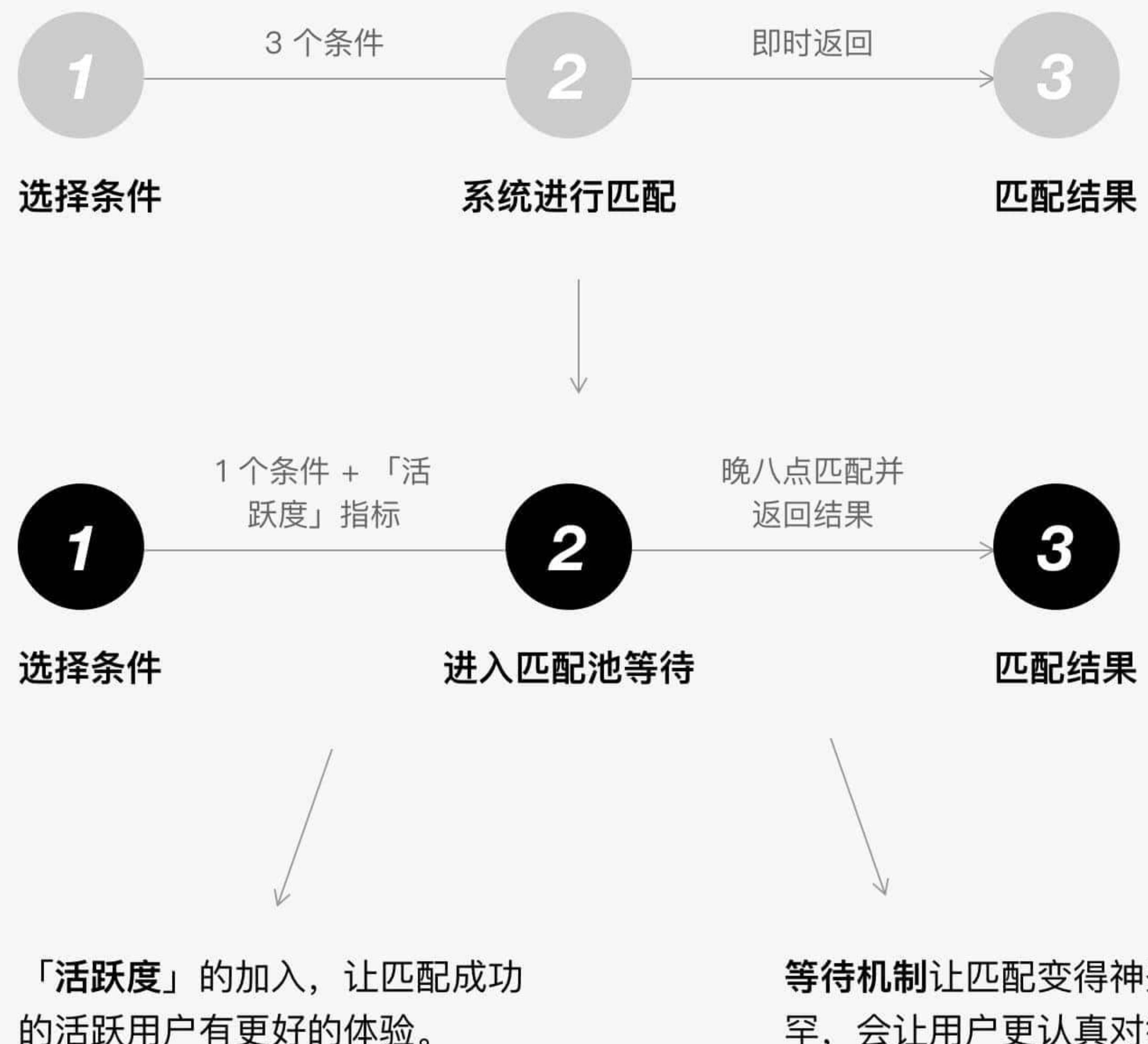
匹配的规则相对复杂而不友好，此规则下的匹配结果令人不满。样式布局与整体不统一，显得很突兀。总体看起来像填写表单。



## 2 糟糕的等待体验

匹配是短时间内就有反馈，但用户在等待过程中，页面设计却呈现“加载”的感觉，加剧了其焦虑感。如果连续匹配失败几次，将会给用户造成很大挫败感。

## 匹配规则调整



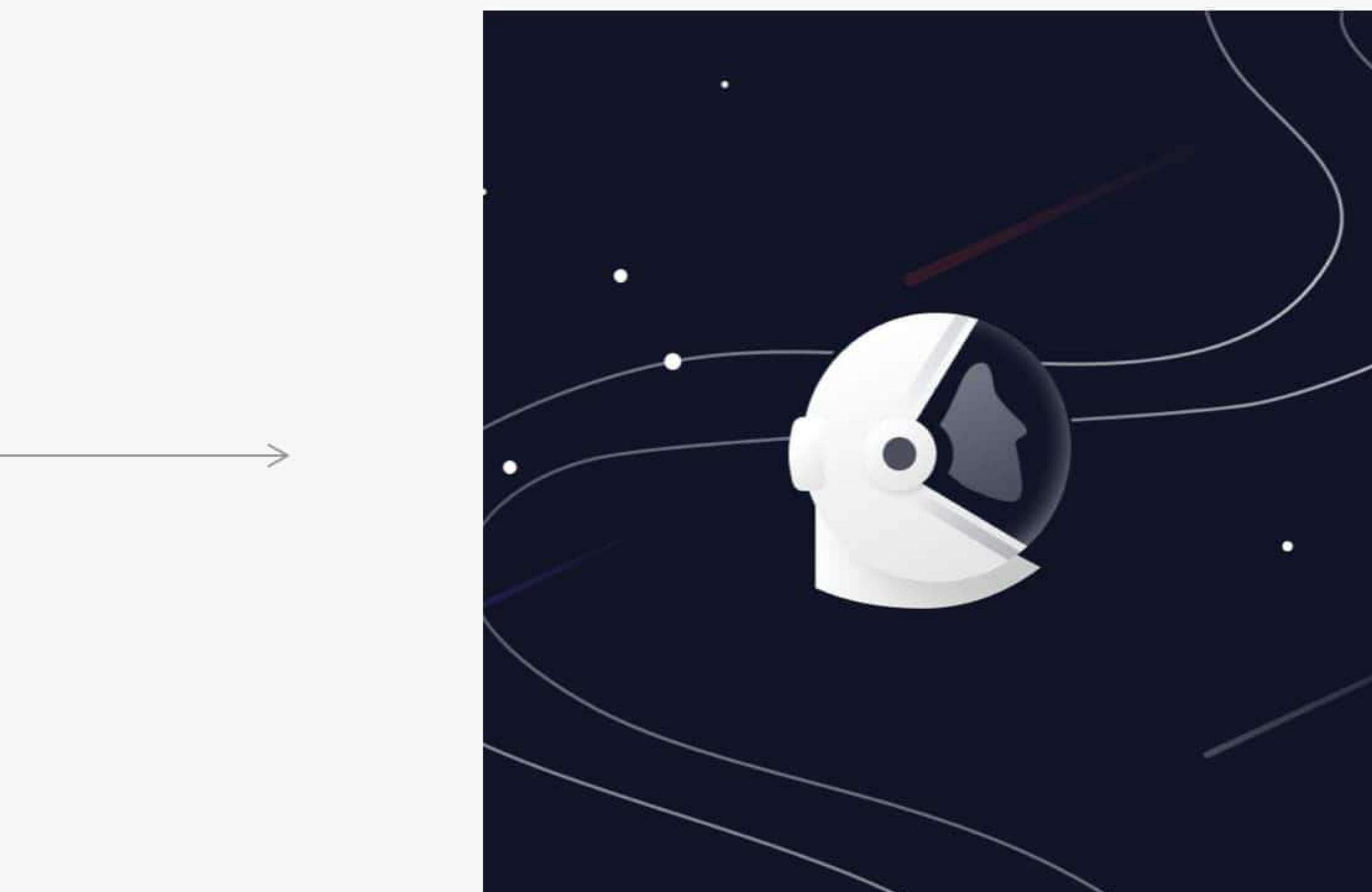
## 视觉构思

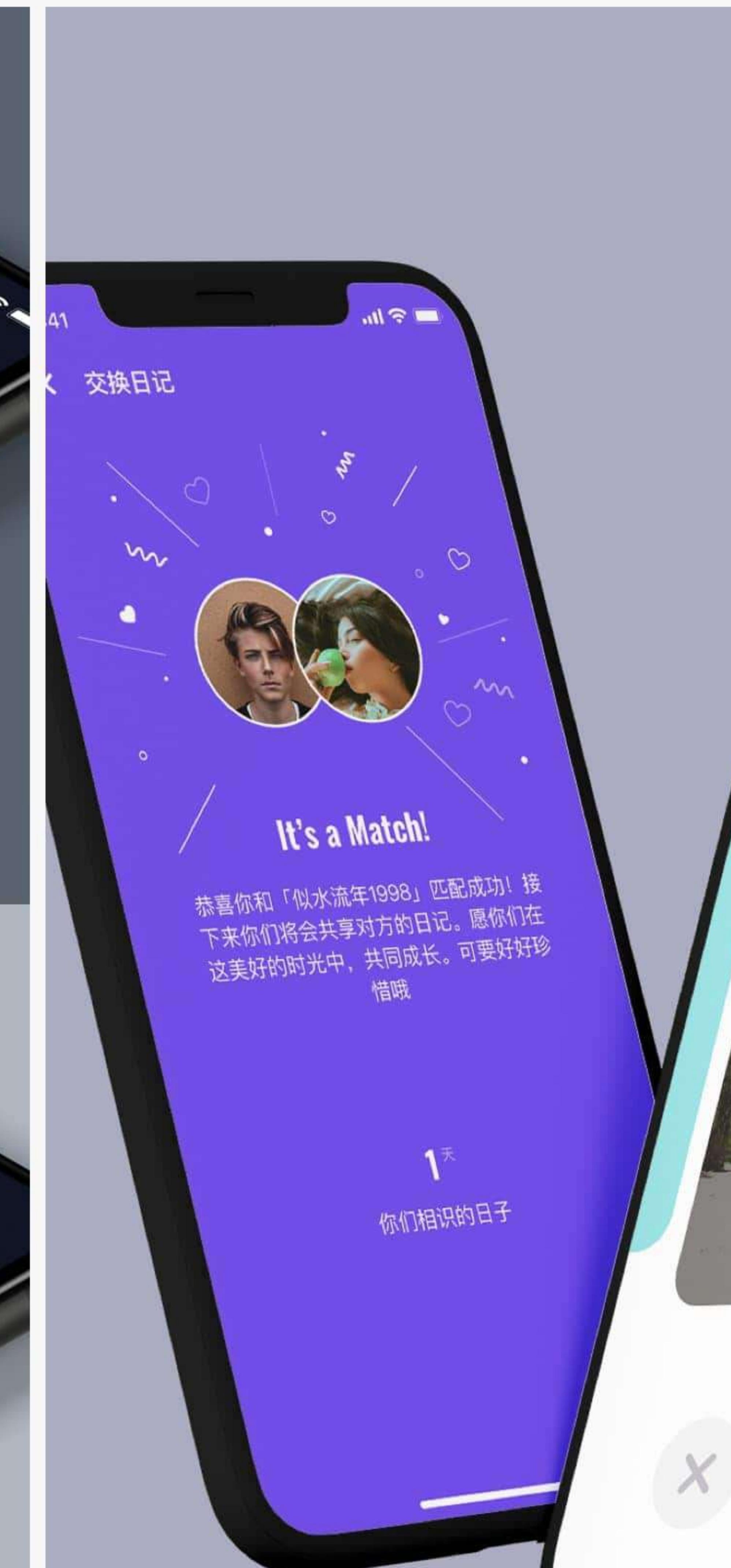
无论规则如何，用户都需要时间来获取结果。为了减少用户潜在的挫败感和焦虑感，我决定在趣味性上下功夫。



## 创意构思

经过思考，我以宇宙为灵感，构建一个在宇宙中向外界发出交友信号的场景。宇宙营造足够的孤独感，人物仰起的头代表了想要连接和倾诉的愿望。





# 人是铁饭是钢， 一顿不恰饿得慌。

原来的订阅页从策略和视觉的上都不够吸引力。作为一款工具类软件，核心功能做好了用户才想付费，但精美的订阅页也可能提高用户付费的意愿。



## 1 会员功能欠缺吸引力

高级会员实际享受到的仅是图片不被压缩这一功能。还有那尴尬的未来承诺。

## 2 视觉难以转化购买

插图和总体设计显得比较冷淡，并没有鼓励用户购买。

## 策略调整



### 1 Call to action 插画

插图用正面积极的方式激励用户购买，辅以用户行为召唤的文案，用以激起用户购买欲。

会员类型	续订方式	价格	优惠
Pro会员	连续包年	¥120	省30%
VIP会员	连续包月	¥15	

立即开通  
7天免费试用

### 2 对比原理说服购买

设定 Vip 和 Pro 两种会员身份以及年订阅和月订阅。优先展示 Pro 会员和年订阅，因其定价相对较高，对比下 Vip 则更具性价比。




### 3 颜色更有购买欲

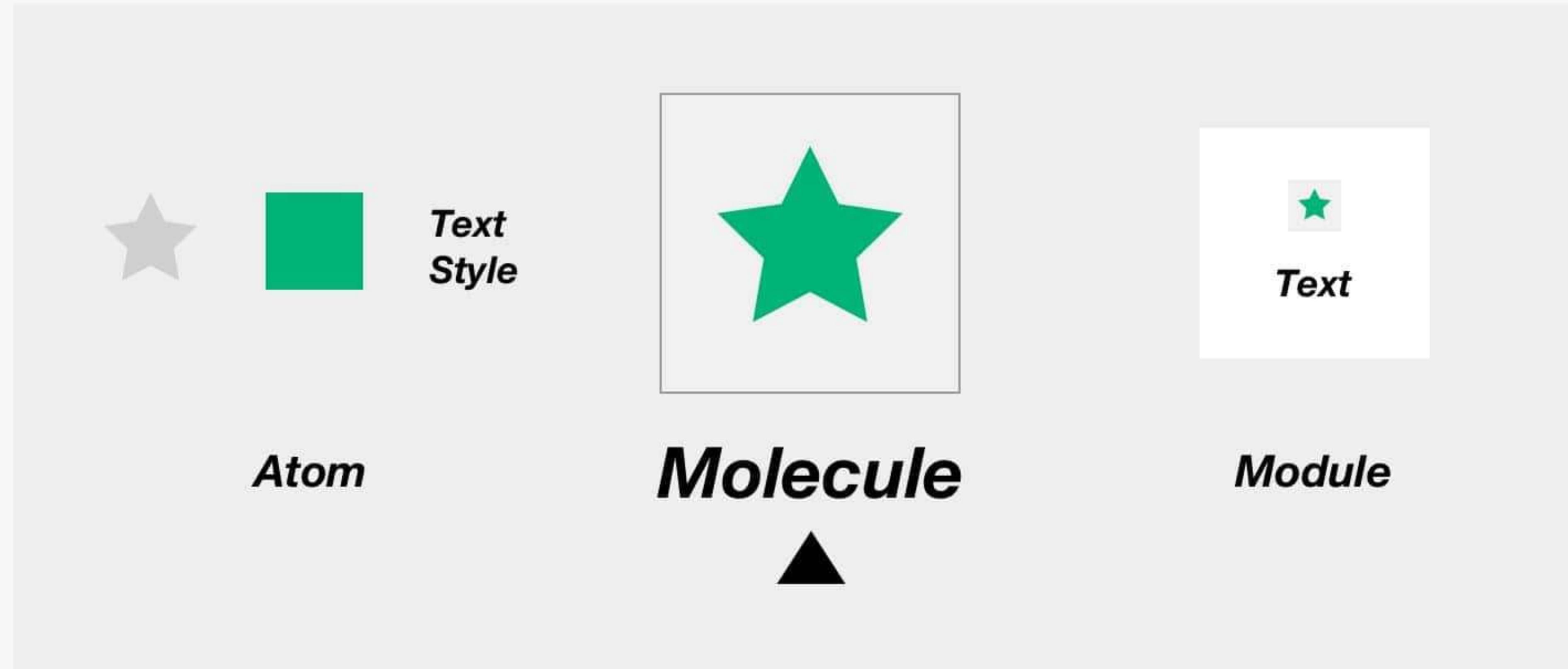
\* 价格仅供设计效果参考，与实际上线时不一定一致。

### 4 新增高级功能

在基本型和期望型需求上进行了调整，九宫格的排布在视觉上让人觉得会员会享有更多的功能、更实惠。



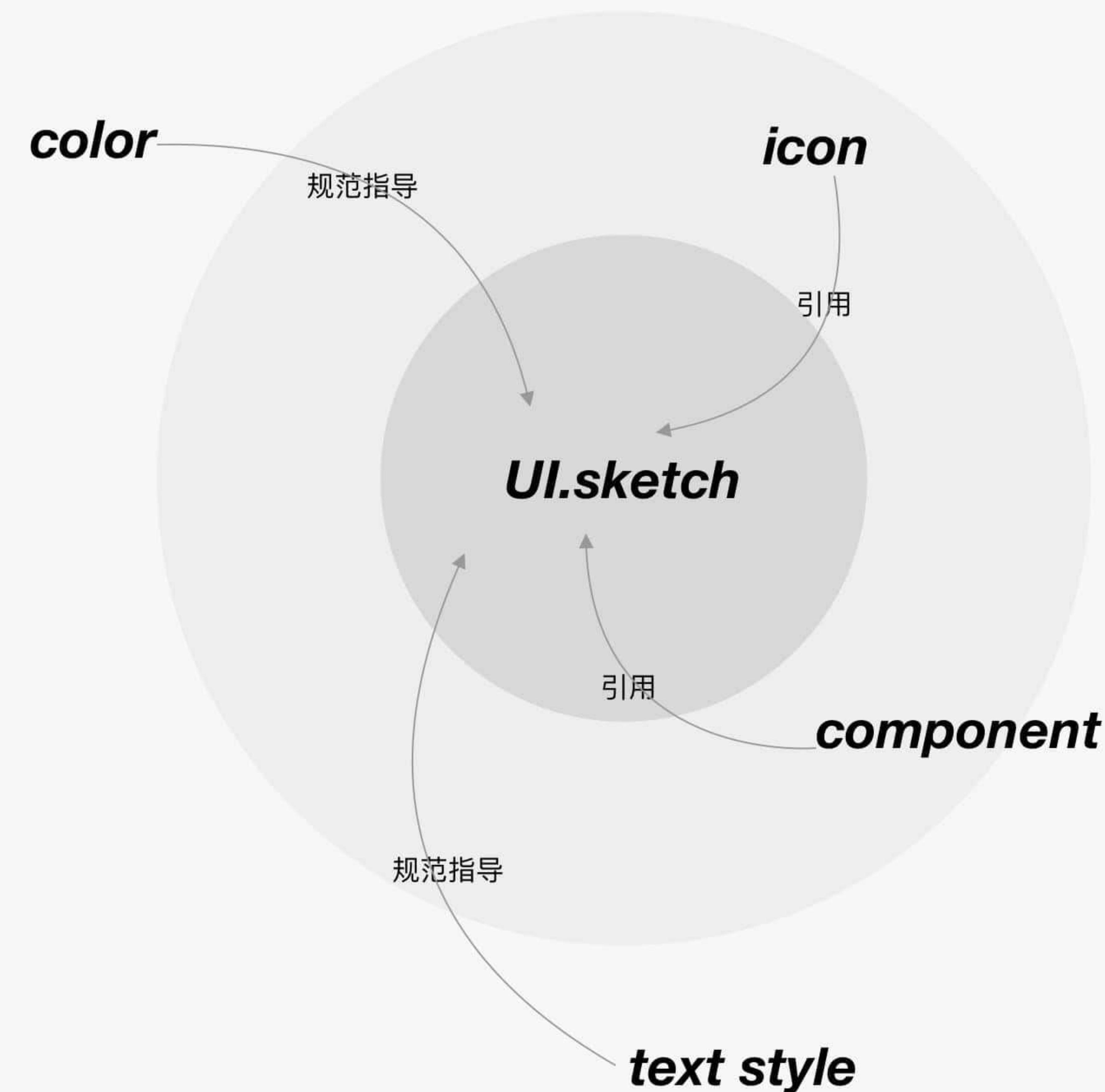
## 次最小粒度的组件化



## 设计理想和操作成本的平衡

理想的组件化是样式与内容分离、视觉和交互一致性、便于维护和协助。但这样就需要原子设计和大量的时间精力去制作，而且为了将自己的重点放在设计而不是制作上，我在组件化上做了平衡，没有在最小粒度上制作组件库。

## 组件化实践





02

# iArt Camera

图片 × 后期 × 潮流

每个人都可以是  
艺术家。

Everyone can be an  
artist.



# 人人都是 照片艺术家。

iArt Camera 是一款能制作多种惊艳效果的照片后期软件，主要面向海外用户。

艺术滤镜

*Art Filter*

双重曝光

*Double Exposure*

动态照片

*Animation Photo*

背景置换

*Background*

动态天空

*Dynamic Sky*

迷人叠加

*Overlap*



# 出海创业， 业务为先。

公司的策略是不断尝试新业务，并进行商业化。  
这意味着业务为先，一开始我们就是在探索，不断的推翻和重建。

项目难点

业务  
迭代

功能  
研发

提高  
页面  
转化

功能都是新的，团队没有做过，  
需要从 0 到 1 的研发出来。

界面&功能要快速更换，重要控件提高复用率，方便业务扩展。

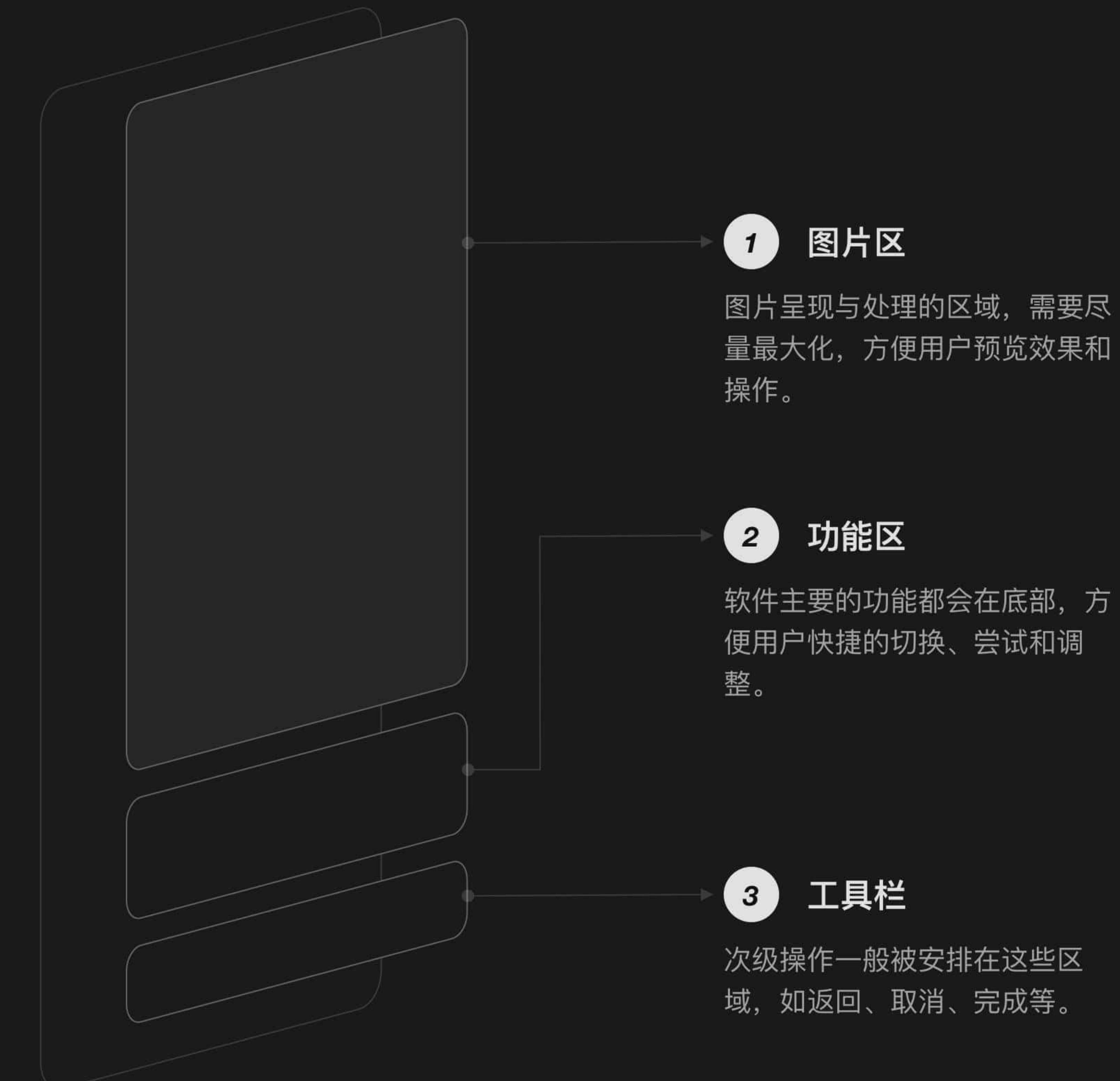
如何让画面更吸睛，来吸引用户  
下载和付费。

# 设计一个 有扩展性的框架。

由于业务的性质，我们在功能上是不断探索的，因此设计一个什么样的框架才能满足不断扩展的业务呢？

## 定义框架

在调查了多款主流的和主打不同功能的相机应用之后发现，它们的编辑页面基本都可以归纳为一个分为三层的通用框架。



# 为业务设计 和而不同的容器。

根据不同功能的需要，我们基于基本型的容器，  
对其进行了扩展设计。



自定义图标



装载效果图片



选中状态



一见倾心的效果，  
全是自主研发。

在拿到运营给的素材方向后，我对其进行逆向破解和研究，并与开发一起研究实现的具体方法。最终我们自主研发了这些经验的效果。

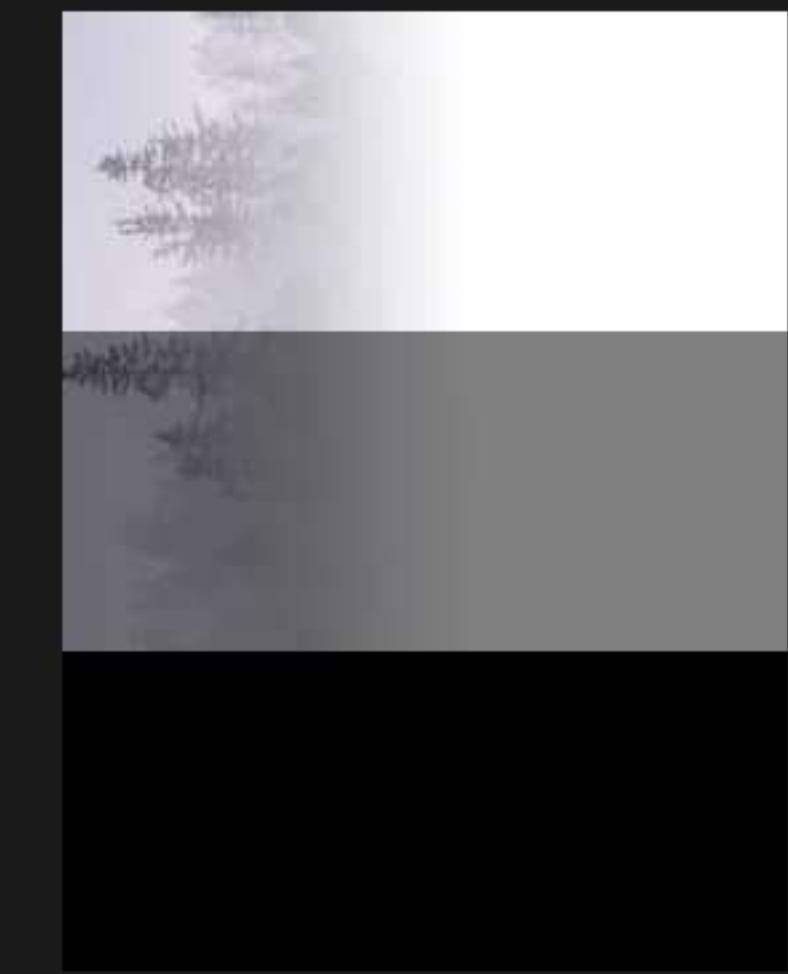
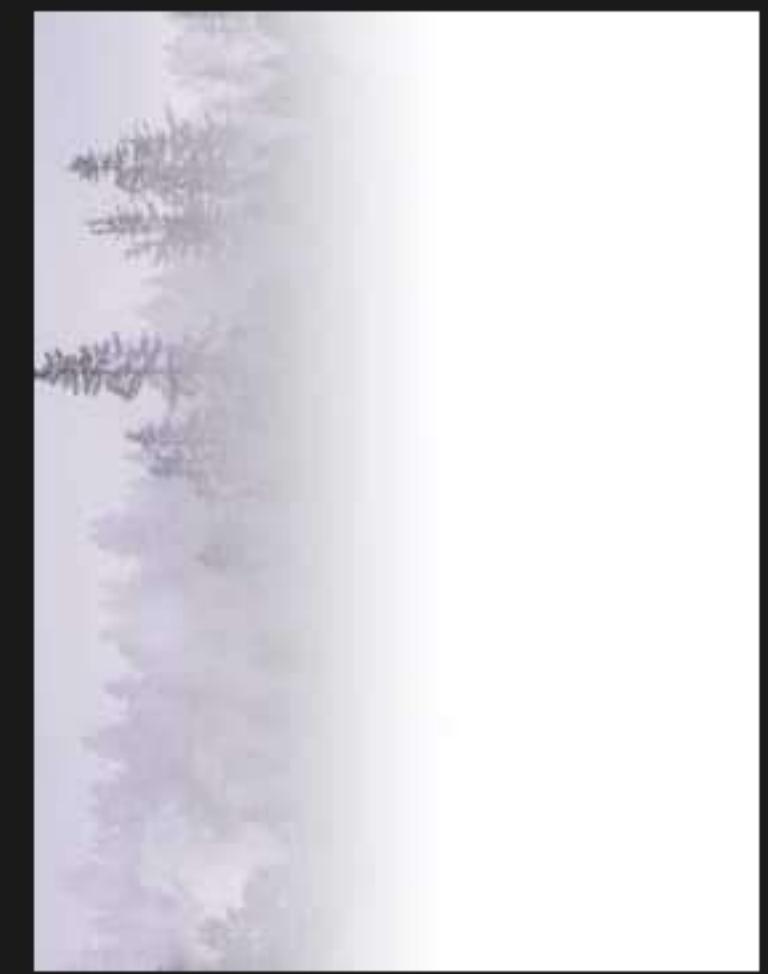


### 为上中下游而设计

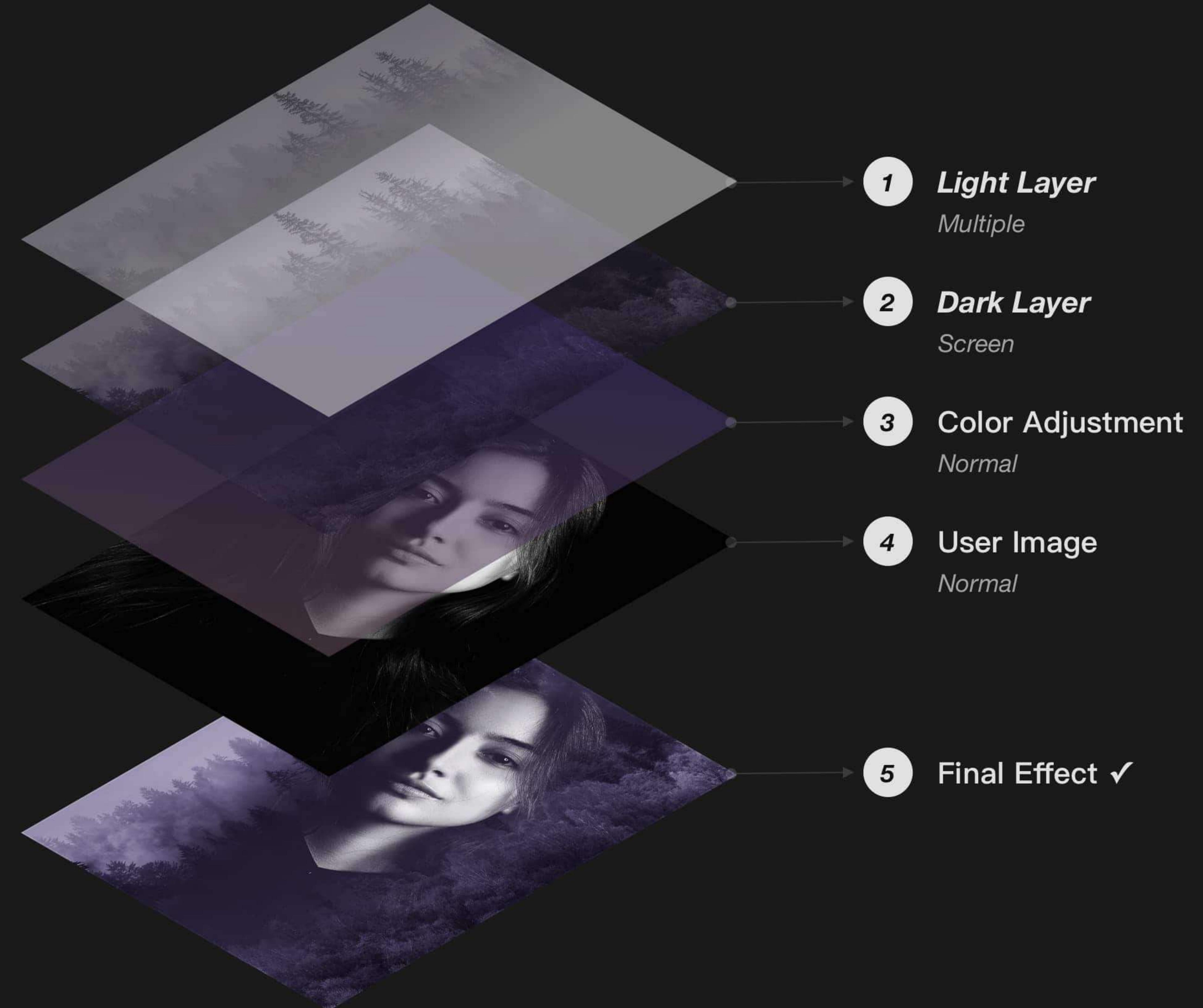
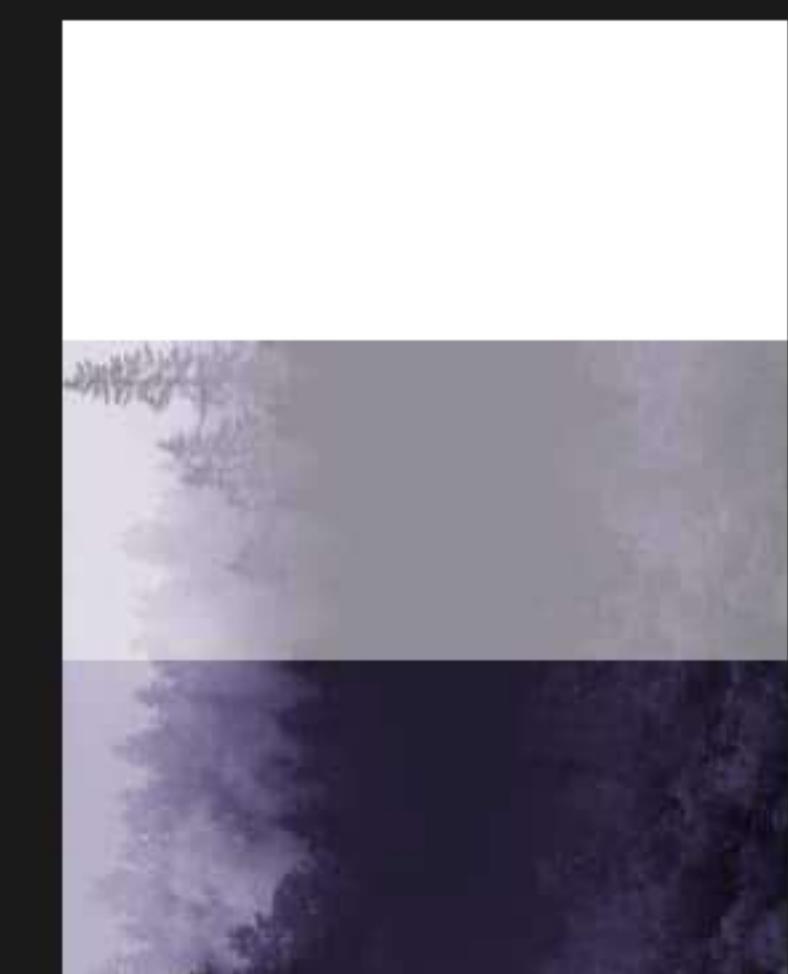
Example: 我们研发的效果之一「双重曝光」，它的制作方法多种多样。根据运营的数据，我研究了竞品中较热门的几种效果，并对它们进行了逆向破解。



## 逆向破解实现原理



正片叠底：给亮部加素材。



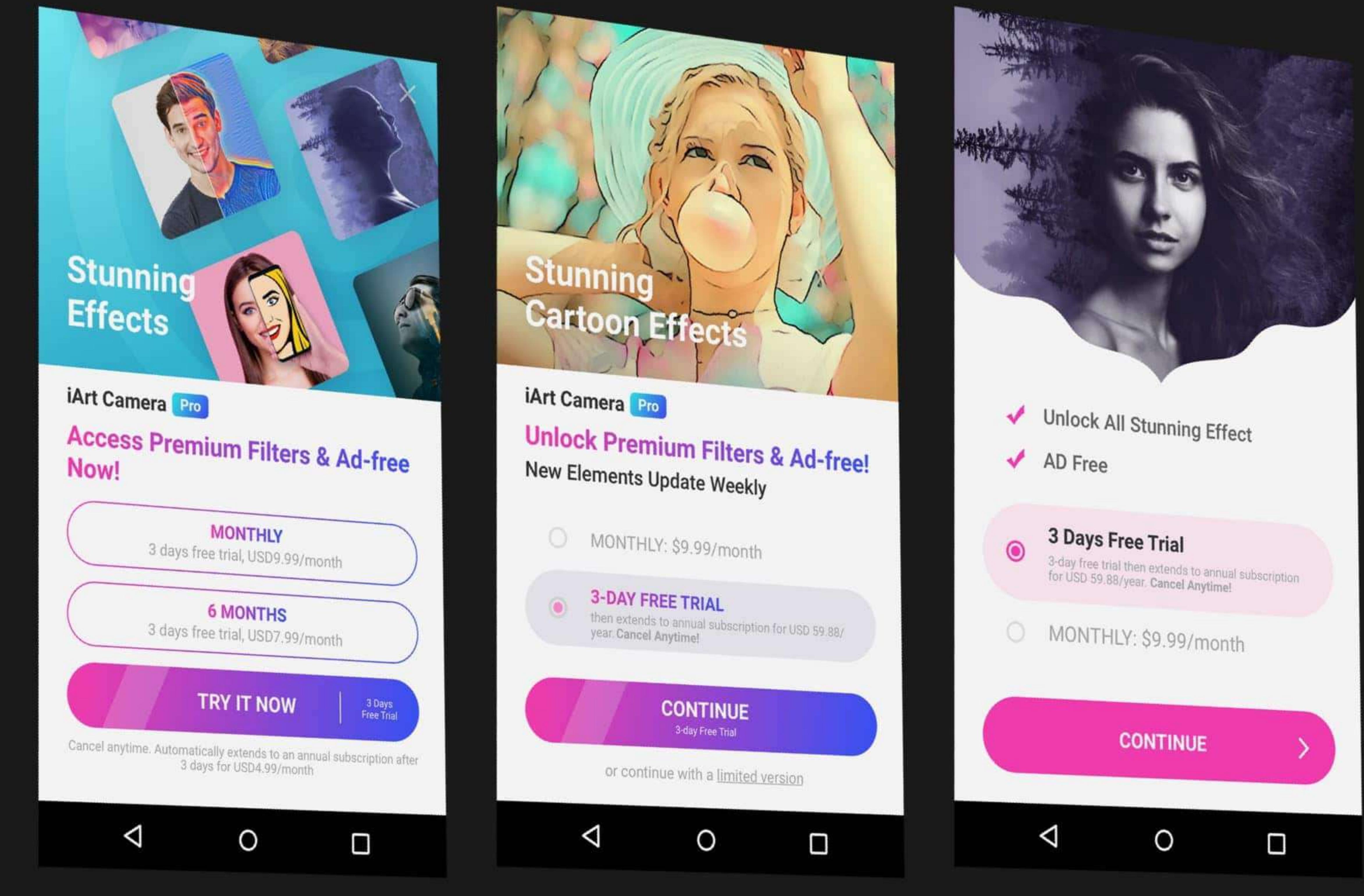
滤色：给暗部加素材。

## 提高转化率

### 宣传效果



### 订阅页优化



信息复杂度高  
重点信息多

弱化次要信息，增加重要  
内容视觉比重

减少无用信息，再次加重  
重要内容视觉比重

