

PERFORM CONTRNT

PROJECT DESIGN



PORTOLIO

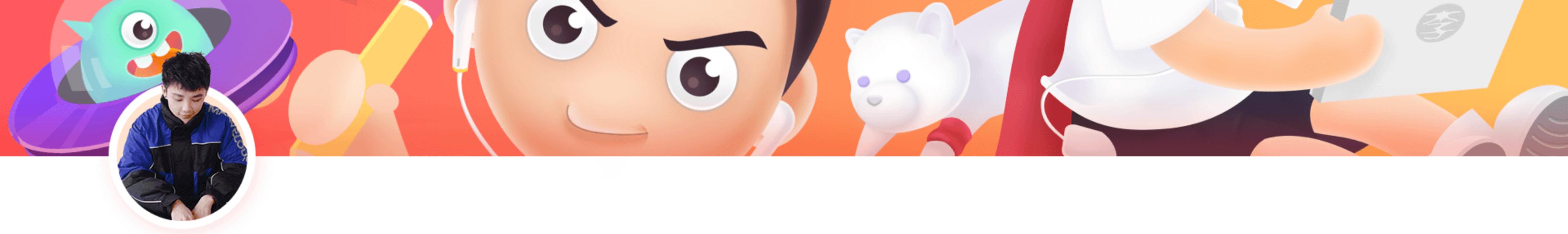
部分作品集

DESIGN BY

李沂燃

+





李沂燃

U I 设计师

视觉设计师

2 7 岁

成 都



ABOUT

ME



PHONE

15608171005



411620908

SCHOOL

成都理工影视

视觉传达

SKILL

手绘
动效

WORK

EXPERIENCE



2019

软通动力

UI设计师

2018

康拓邦科技

UI设计师

2016

来瞧网络科技

UI设计师

2015

文轩教育

UI设计师

WORK

CONTENT



UI/UX设计

4年多接触众多线上线下设计相关工作，注重日常学习积累和练习。熟知产品整体设计流程、IOS、Android界面设计规范。根据反馈分析讨论，参与产品交互方面工作。具有多端设计、视觉设计能力、协作沟通能力等等

插画/平面设计

精通主流设计工具，负责公司品牌设计、运营相关工作。小时候便喜欢画画，工作后慢慢转向鼠绘、板绘，喜欢挑战不同风格。

关于其他

了解HTML+CSS，与技术对接沟通无障碍。工作中配合产品开发人员的及时沟通、提高功能、交互可行性，保证设计还原度和真实的呈现。热爱生活、喜欢摄影；具备一定的文案、创意思维和组织能力。

项目经验 PROJECT

EXPERIENCE

2016 - 2019

APP

PROJECT

+

0 1

咪咕音乐

音乐类APP

UI设计

0 2

必顾健康

专业健康知识付费APP

品牌设计 – UI设计

0 3

必顾小神通

一体机线上购物APP

品牌设计 – UI设计

0 4

约歌

约人唱歌社交APP

品牌设计 – 产品设计 – UI设计

WEB

PROJECT

+

0 1

康拓邦

企业官网

UI设计

0 2

必顾养老管家

照护类后台管理系统

UI设计

0 3

必顾学院

职业技能提升的在线学习平台

产品设计 – UI设计

0 4

必顾养老通

养老院优惠信息推荐平台

产品设计 – UI设计

H5/小程序

PROJECT

+

0 1

咪咕音乐

咪咕音乐微信小程序

民族音乐H5

0 2

必顾养老管家

运营周报

微官网小程序

一卡通项目

0 3

必顾小神通

线上商城



+



MIGU-MUSIC

咪咕音乐

放肆听·趣玩乐

全链路设计展示

品牌设计

形象设计

产品设计

UI设计

The image displays two side-by-side screenshots of the MIGU-MUSIC mobile application. Both screens show a top navigation bar with icons for signal strength, time (9:41 AM), battery level (100%), and a circular profile picture. Below the navigation bar is a search bar with a magnifying glass icon and the placeholder text '搜索'. The main content area features a large promotional banner for the movie '双影' (Shuang Ying) with two female actors. Below the banner are five navigation icons: '歌单' (Songlist), '电台' (Radio), '榜单' (Champion List), '歌手' (Singer), and '彩铃' (Ringtone). A live broadcast section shows a thumbnail for 'Real Me · 来电之夜' with the text '正在直播' (Live Broadcast) and the date '8月18日'. A '推荐歌单' (Recommended Songlist) section displays three songlist thumbnails with titles: '最好听的故事，最动' (The best story, most moving), '不得不听的粤语歌' (Must-hear Cantonese songs), and '感情不过酒一蛊，愿' (Feelings are not over one cup of wine, I hope). At the bottom, there is a footer bar with icons for '喜欢你的喜欢' (Like your like), a play button, and a music note icon.



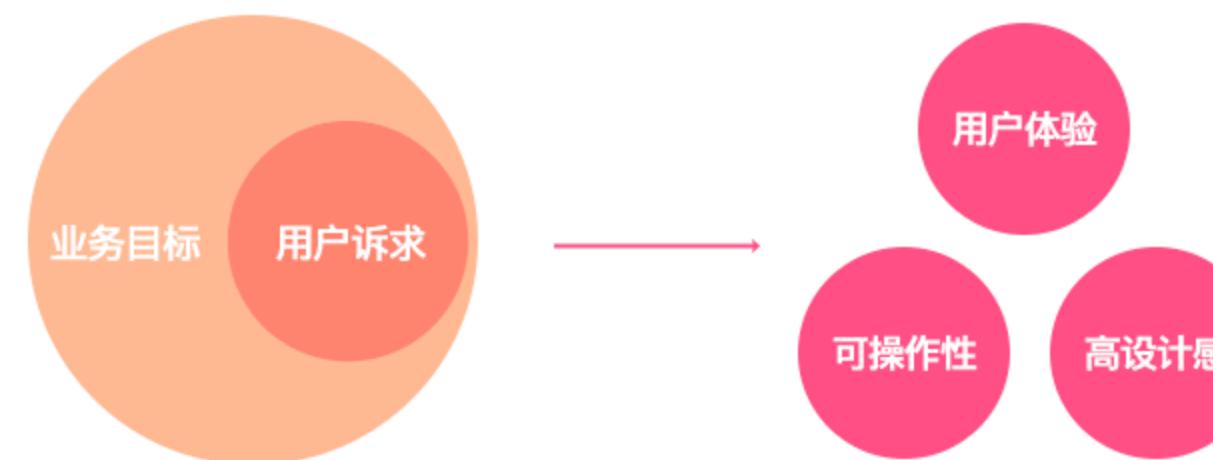
咪咕音乐

提供音乐首发、高品质音乐试听、彩铃订购、歌曲下载、铃音管理、音乐电台、音乐视频等一站式音乐互动体验APP



产品设计分析

- . 根据“**业务诉求**”与“**用户诉求**”理又有据的执行“**设计目标**”，从交互与设计方面进行优化改进。
- . 可操作性 优化布局对ICON的大小及颜色种类进行精简，提高用户的可操作性。
- . 用户体验 规范交互、动效，在交互细节上精益求精，全面提升用户体验。
- . 高设计感 设计上尝试更大胆更新颖的设计方案，提高整体页面设计感。



用户画像

- . 人群年龄 22~45岁的喜欢听歌的人群。
- . 性别分布 女性 53% 男性 47%
- . 行为偏好 习惯网购，喜欢音乐，热爱交友。
- . 兴趣特效 有直觉独特的音乐喜好。

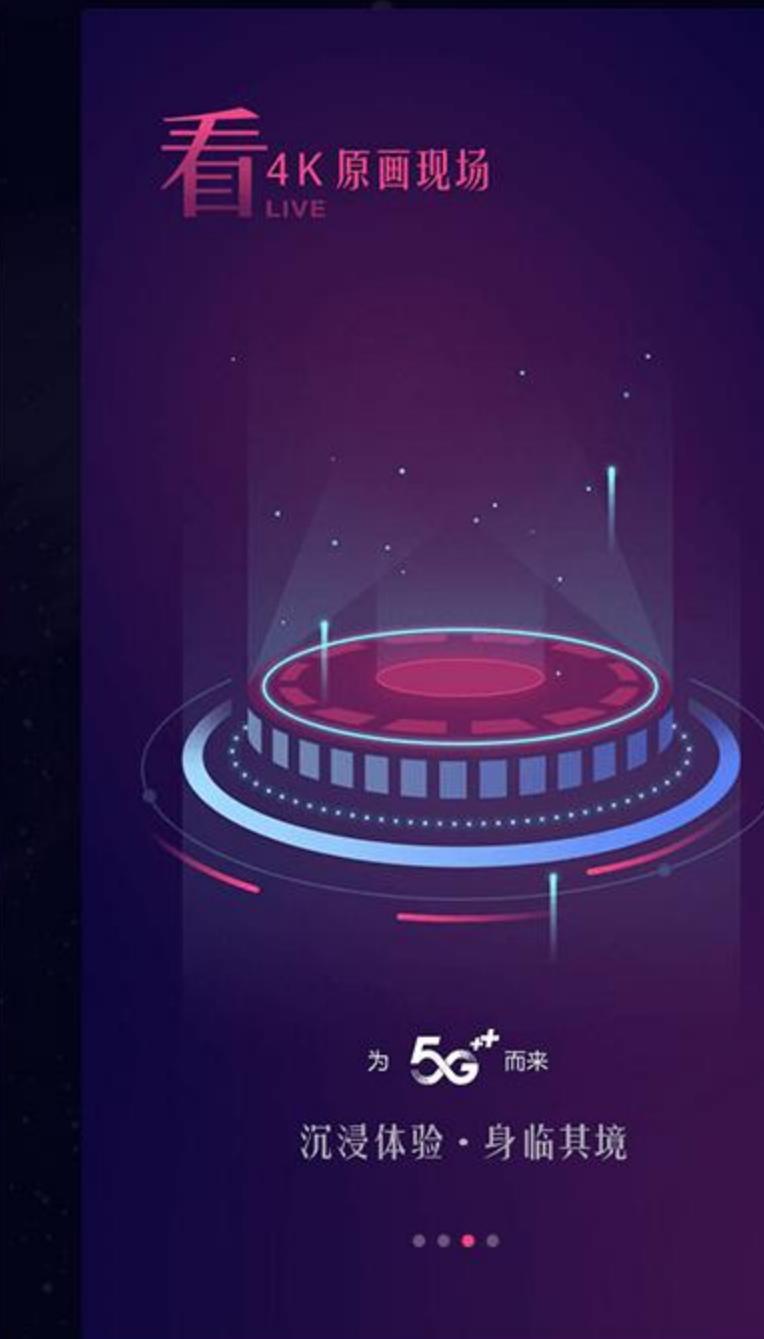
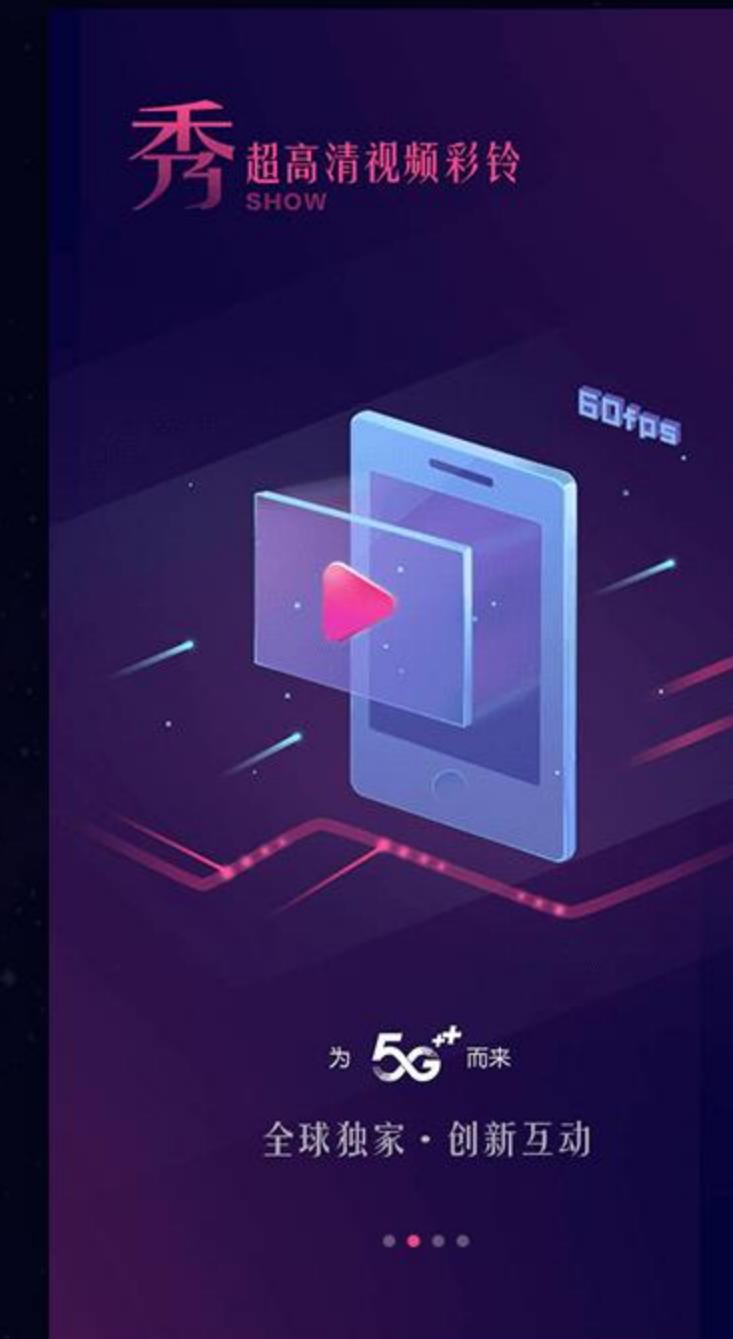
90后公司白领
28岁 女 职业：白领 竞品用户：QQ音乐
主要使用QQ音乐、网易云音乐、咪咕音乐。是QQ和微信腾讯系产品的重度用户，平时使用最多的是QQ音乐APP。主要看中QQ音乐的版权较为丰富。愿意为喜好的音乐支付一定费用。

85后在职员工
30岁 男 职业：白领 竞品用户：网易云音乐
平时使用网易云音乐，喜欢网易云音乐的每日推荐歌单，比较喜欢小众简洁的设计风格，比如网易云和咪咕音乐。喜好操作简洁，内容指向性明确，例如搜索结果较少结果，不用用过多选择，没使用过其他竞品。

BOOT PAGE

UI EXHIBITION

01



微信小程序

UI EXHIBITION



The image displays four screenshots of a WeChat Mini Program named "Meiguo Music".

- Home Screen:** Shows a song preview for "劈你的雷正在路上" by 王心凌. It includes a play button, a progress bar from 01:00 to 04:10, and icons for heart, pause, and share.
- Album Details:** Shows a song preview for "你还记得哪些感动的情让你深深地哭泣么" by 飞行的疯子象. It includes a play button, a progress bar, and a large red "播放歌曲全部歌曲" (Play all songs) button.
- Music Library:** Shows a list of "收藏的音乐 (6)" (Collected music). It includes song cards for "劈你的雷正在路上" (HQ), "Angels and Harmony" (SD), "琢磨" (SD), "Kindling Kindling (Fickle Flame Fla..." (HQ), "...Ready For It?" (SD), and "老冰棍" (SD).
- Download Page:** Shows a list of "收藏的歌曲 (12)" (Collected songs) and "收藏的音乐 (4)" (Collected music). It includes a large red "免费下载歌曲" (Free download songs) button.



动效+界面设计

The image displays three screenshots of a mobile application interface, likely for a music or entertainment platform.

Screenshot 1: Home Screen (Top Left)

- Header: 9:41 AM, 100% battery, 中国移动 signal.
- Content:
 - Top bar: "我家的天猫盒子" (My Taobao Box), "正在投屏中" (Mirroring in progress).
 - Buttons: "换设备" (Change Device), "退出" (Exit), "标清" (Standard Definition).
 - Progress bar: 02:25 - 45:25.
 - Text: "遇到你的时候多有星星落到你的身旁" (When I meet you, there are many stars falling on your shoulder), "让我感觉到了" (Let me feel), "张学友" (Jacky Cheung).
 - Icon: "一键设置 视频彩铃" (One-click settings Video Ringtone).
 - Section: "推荐MV" (Recommended MV) with thumbnail for "遇到你的时候多有星星落到你的身旁" by 张学友.
 - Thumbnail for "星空" (Starry Sky) by 五月天 (Mayday).
 - Thumbnail for "遇到你的时候多有星星落到我头上" (When I meet you, many stars fall on my head) by 五月天 (Mayday).
 - Bottom: "写评论 (300字以内)" (Write a comment (up to 300 characters)), "收藏" (Save), "分享" (Share).

Screenshot 2: Multi-screen Viewing (Top Middle)

- Header: "多画同看" (Multi-screen viewing).
- Content:
 - Section: "推荐演唱会" (Recommended Concerts) with thumbnails for "正在播放" (Playing) and "正在播放" (Playing).
 - Text: "这里是短视频切片名称短视频切片名称..." (This is the name of the short video clip).
 - Section: "现场速递" (Live Report) with thumbnails for "正在播放" (Playing) and "正在播放" (Playing).
 - Text: "这里是短视频切片名称短视频切片名称..." (This is the name of the short video clip).

Screenshot 3: Live Broadcast Detail (Top Right)

- Header: 9:41 AM, 100% battery, 中国移动 signal.
- Content:
 - Header: "音频直播中" (Audio live), "锁屏或退到后台也可以继续收听声音" (You can continue listening even when locked or in the background).
 - Buttons: "回到视频直播" (Return to video live), "详情" (Details), "互动" (Interaction).
 - Text: "星光闪耀, 尽享盛典超然现场, 咪咕音乐" (Shining stars, enjoy the grand ceremony in real life, Meitu Music), "第十一届咪咕汇 VIP" (11th Migu Music Awards VIP).
 - Information: "22339人预约" (22,339 people registered), "2019-04-16 07:30" (April 16, 2019, 07:30), "成都桃源剧场" (Chengdu Tao Yuan Theater).
 - Description: "周杰伦是2000年后亚洲流行乐坛最具革命性创作歌手, 其才华不仅体现在超强的现场即兴创作能力和对乐理、各种乐器的精通, 还体现在颠覆常人不入俗套的创作思路。周杰伦在乐曲中融入了各式东西方古典音乐, 从融入最古老的中国风到欧洲中世纪巴洛克风格音乐、格里高利圣咏音乐、古典奏鸣曲、交响曲, 跨界各类现代流行音乐, 各种Jazz、蓝调、摇滚、那卡西、民谣、DJ搓盘、嘻哈、福音音乐、美乡村音乐、进行复杂而微妙的相互融合。" (Jay Chou is a revolutionary songwriter in the Asian pop music scene after 2000. His talent lies in his exceptional live performance skills, deep understanding of music theory and various instruments, and his unique creative thinking that defies conventional norms. He has integrated various styles of classical music from East and West, from the most ancient Chinese style to European Baroque music, Gregorian chant, sonatas, symphonies, and various forms of jazz, blues, rock, folk, DJ, hip-hop, gospel, and country music, creating complex and subtle interactions between them).
 - Countdown: "距直播开始还有" (Time until live start), "08 天 18 小时 34 分 26 秒" (8 days 18 hours 34 minutes 26 seconds).
 - Buttons: "已预约" (Already registered).



On Site

现场界面优化



旧



新

ICON

通过格式搭配原理保证ICON视觉大小一致
通过相同元素投影保证ICON统一性



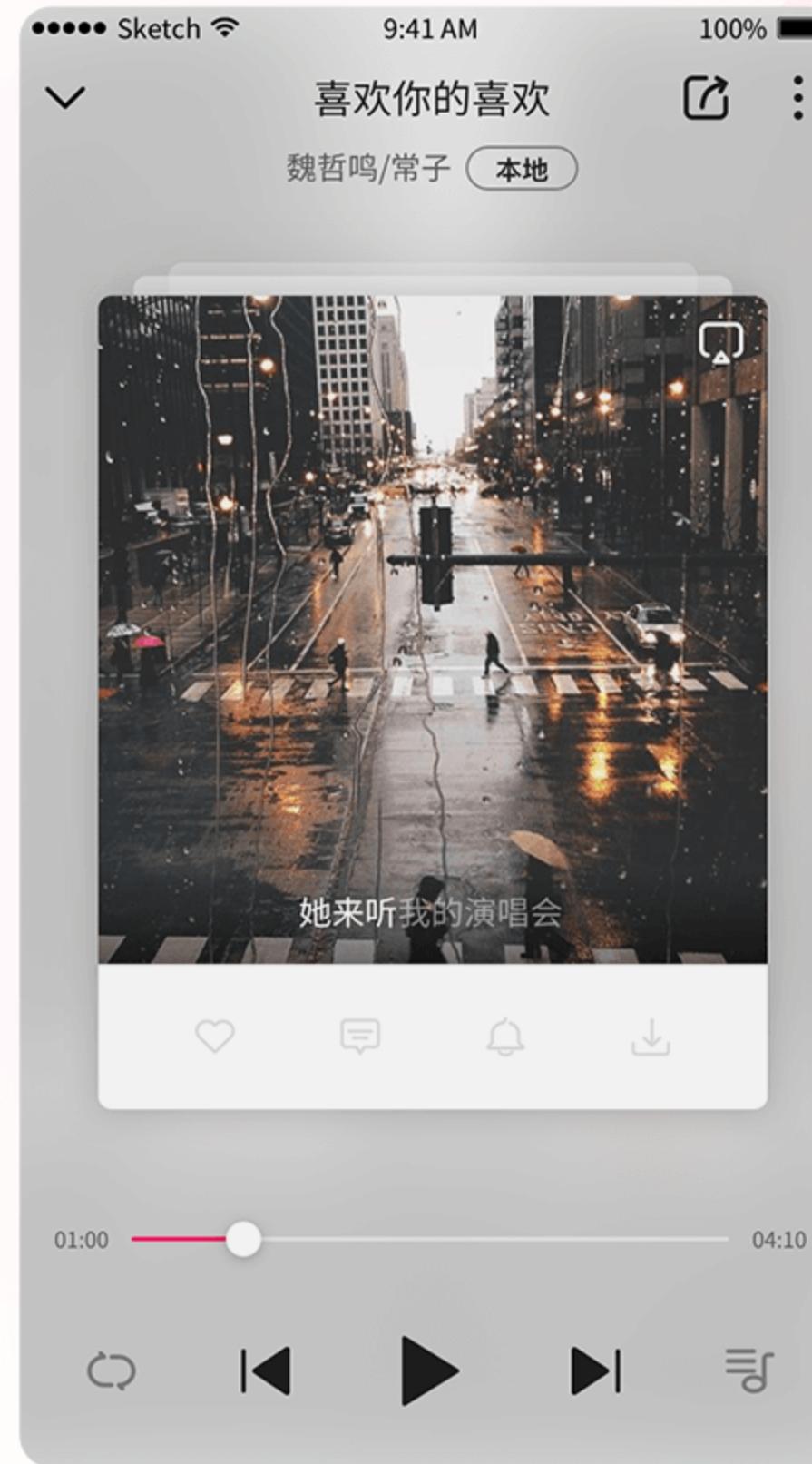
整体界面设计

- . 改版后风格变得干净清新，界面更加轻盈。
- . 图标加文字的组合方式，使界面视觉传达上更加清晰。
- . 活动改版后直观，互动性更强。
- . icon图标统一,留白空间增加。
- . Meb风格相对比较过时，改版后APP整体风格更加统一。



Player

播放器优化



旧



新

新播放器设计

老版播放器留白过多整体看起来很空不够协调，根据“**用户需求**”重新设计播放界面设计。希望达到音乐播放器的转化率、新用户次周留存率解决用户高频反馈问题，提升用户满意度。

- 新版播放界面采用了极简黑白灰的设计风格。
- 完整的专辑封面，底部是模糊毛玻璃效果，显得更加通透清新。
- 屏幕可以左右滑动切换歌词等界面。
- 突出常用底部播放操作按钮，整体页面排版清晰，方便单手操作。
- 整个界面干净整洁，不会视觉疲劳。

ICON设计

品牌色是红色系中偏紫的红色，明度及亮度都比较高，视觉冲击很强。

- 降低品牌色在app里面的使用频率，减少app使用过多的颜色
- 使用降低明度的同色系和黑白灰等中性色来中和高饱和颜色带来的视觉冲击。



Song List
歌单



歌单界面设计

咪咕音乐整体简约风格，严格的按照自己的规范进行设计。页面布局都比较合理，通过留白手法，区分层级信息，减少视觉干扰，整个界面更加透气，清爽。

- 图片高斯模糊叠加白色毛玻璃效果的设计风格，整体页面干净清晰。
- 交互上，批量操作从底部弹出新开一页的方式，动效过渡自然，操作直观易达。
- 排版上，Icon大小适中易操作，做到了主持分明。

榜单界面设计

- 可操作区集中，便于用户单手操作，页面简洁，视觉引导清晰。
- 从字大小、颜色、上做了很明显的区分，层级结构明显。

品质ICON颜色

通过“色彩心理学”确定icon颜色

- 专业
- 权威
- 尊贵
- 神秘



设计规范

Standards

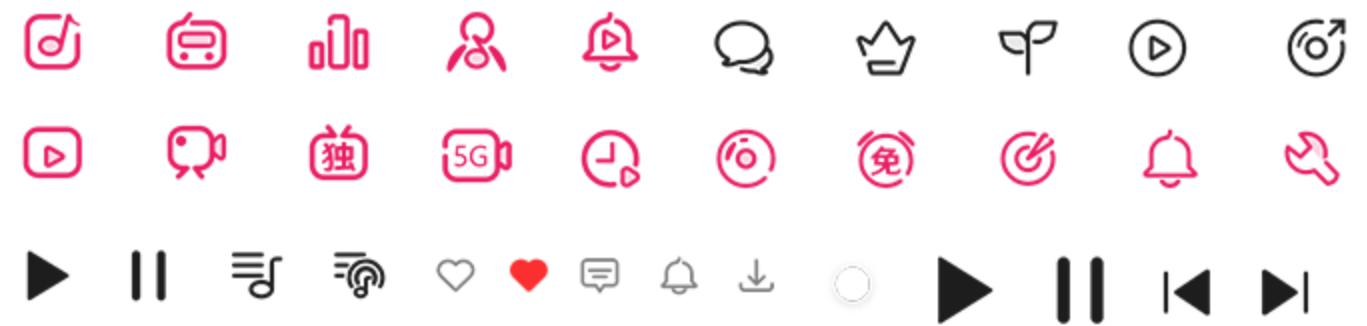
01 标准色 colors

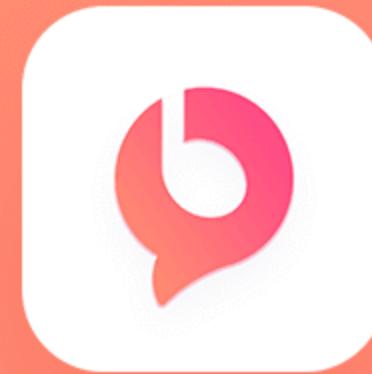
- #E91E63 主色：用于头部导航栏、重要文字，按钮、icon
- #FB2F2F 辅助色：用于icon提示红点
- #FA6866 辅助色：价格，提示性文字，收藏，点赞
- #507DAF 带连接文字颜色、搜索关键字颜色等
- #DBB565 VIP色：用于VIP相关的icon、按钮、重要文字等
- #1E1E1E icon、文字主色：用于icon、导航、标题、正文、功能图标、歌曲名等主要文字
- #5E5E5E 文字颜色：用于次重要的标题、图标名称，正文、用户名等文字
- #7E7E7E icon颜色：用于次非强调性图标颜色
- #999999 文字辅助色、icon颜色：歌手名、描述、歌单介绍、次要icon颜色、默认状态文字等
- #E2E2E2 不可点击按钮颜色，灰色背景上的分割线，无版权文字颜色、分割线
- #F6F6F6 预加载背景色：图片、头像等占位颜色、列表按下状态填充

02 标准字号 fonts

标准字效果	字号	行高	行高/字号	段落间距	使用场景
咪咕音乐	18dp	28dp	=1.55	/	少数重要标题 导航标题文字，按钮文字，弹出层名称，标题、歌词等重要文字
咪咕音乐	16dp	24dp	=1.5	/	少数重要文字 标题、用户名、按钮、歌词、标签等
咪咕音乐	15dp	23dp	=1.53	15dp	副标题列表文字 副标题、歌曲名、非模态浮层（及时提示）
咪咕音乐	14dp	21dp	=1.5	14dp	主要文字 评论正文、详情简介正文、tab选项卡、按钮文字icon文字，标签文字、列表文字等主要文字
咪咕音乐	12dp	18dp	=1.5	12dp	大多数文字 歌名单、歌手名副，时间、地点描述等主要文字
咪咕音乐	10dp	15dp	=1.5	/	文辅助文字 描述、备注、提示、试听播放量等

03 图标 ICON





SABOUT- SING

约歌

最懂你的约歌APP

全链路设计展示

品牌设计

形象设计

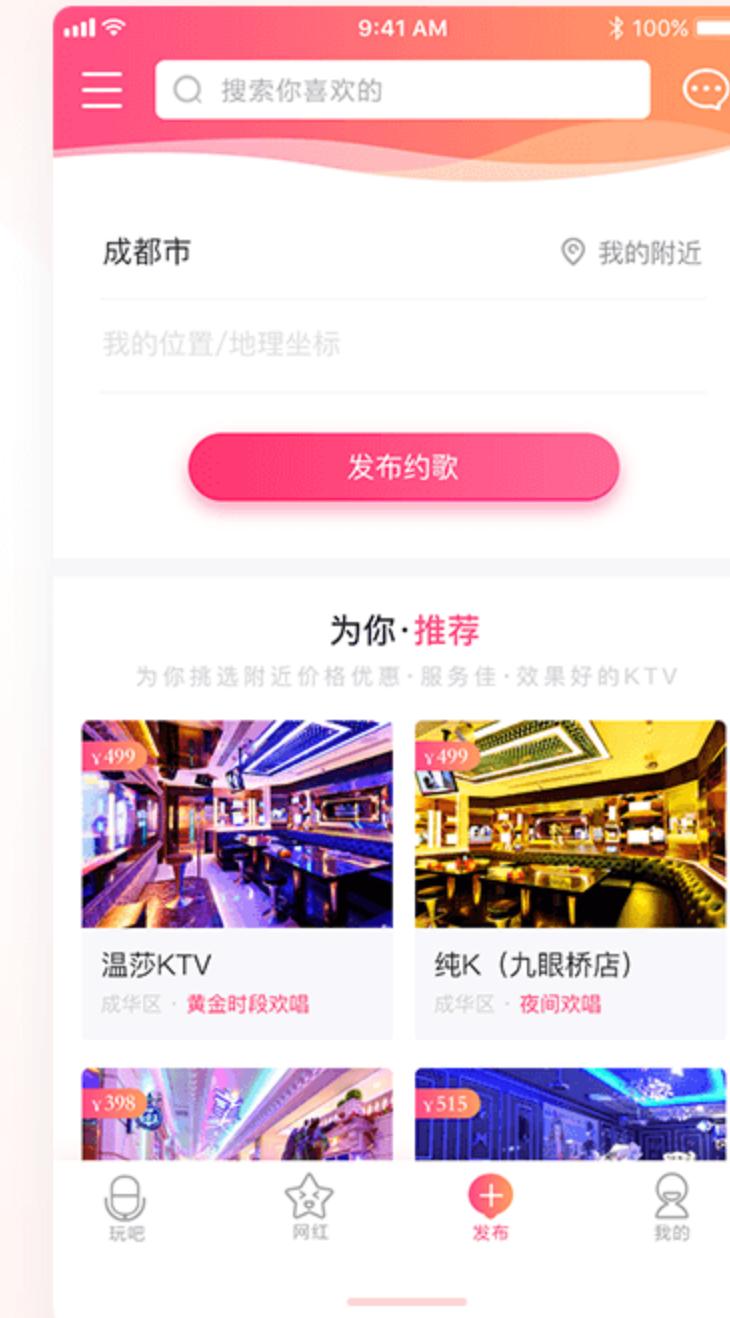
产品设计

UI设计

The image displays two screenshots of the SABOUT-SING app's user interface. The left screenshot shows the main home screen with a search bar at the top, followed by a promotional banner for Valentine's Day表白专场 (Proposal Special). Below the banner is a grid of icons for various services: K歌 (Karaoke), 酒吧 (Bar), 棋牌 (Chess), 网咖 (Internet cafe), 影吧 (Movie), 运动 (Sports), 会所 (Club), and 更多 (More). Further down are sections for 优惠推荐 (Promotional Recommendations) featuring offers like 免费欢唱 (Free singing) and 限时折扣 (Limited-time discount), and 合伙闪购 (Partnership flash purchase). The bottom navigation bar includes icons for 玩吧 (Play), 网红 (Influencer), 发布 (Post), and 我的 (My account). The right screenshot shows a different part of the app, likely a messaging or social feed, with a search bar at the top. It features sections for 约歌音乐 (Sing約歌 music), 心情故事 (Mood stories), 社区红人 (Community influencers), 畅聊聚地 (Interactive gathering places), and a list of recommended users like 威尔, 杨晟, 何丹, 艾薇等. At the bottom are buttons for 红人 (Influencer), 发布 (Post), and 我的 (My account).

SABOUTSING

UI EXHIBITION





约歌

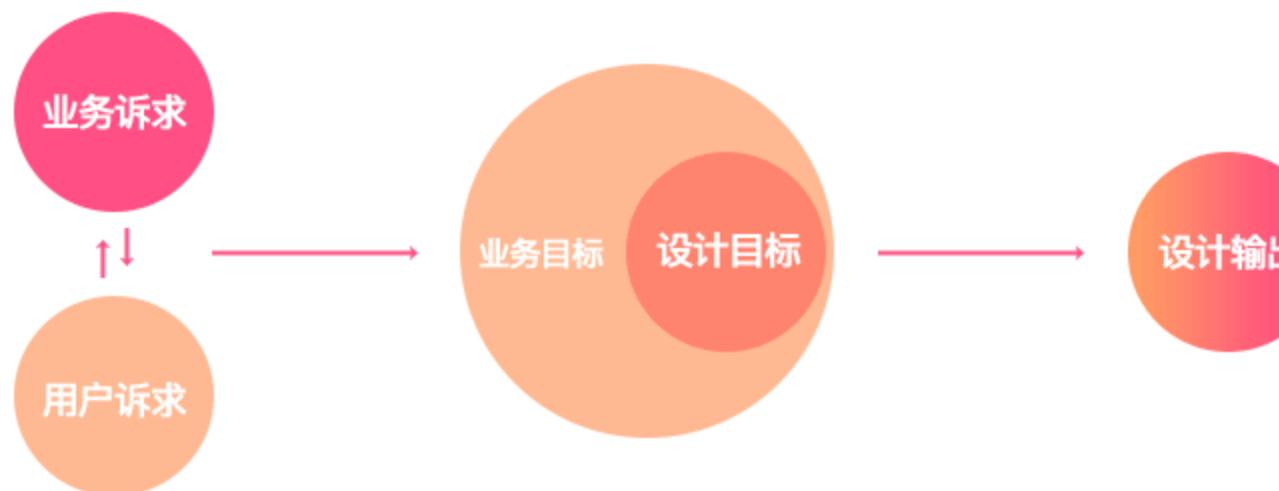
是一款定位于一二线城市年轻白领用户的线上约唱歌交友的社交APP



项目分析

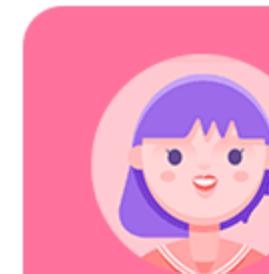
根据“**业务诉求**”与“**用户诉求**”通过商业分析得到完整的“**业务目标**”，从而根据业务目标有理又有据的执行“**设计目标**”

- . 业务诉求 为城市白领用户放松心情、宣泄情绪的寻求朋友和寄托
- . 用户诉求 更便捷、更便宜、更安全、的寻求共同爱好的新朋友
- . 业务目标 高效转化，增加黏性，高信任度



用户画像

- . 人群年龄 22~35岁的年轻白领和大学生
- . 性别分布 女性 59% 男性 41%
- . 行为偏好 习惯网购，喜欢唱歌，消费能力强，热爱交友。
- . 兴趣特效 愿意尝试新鲜事物，好奇心强



95后在校大学生

22岁 女 职业：学生

平时上学期间有大量时间，学习或放松的时候喜欢音乐唱歌，因为时间自由且充裕，所以有更多的时间结交朋友，找到属于自己的唱歌圈子。



85后在职员工

30岁 男 职业：白领

工作压力大，喜欢独处，渴望找到知音，喜欢思想层面的交流，希望通过唱歌来舒缓压力，也很愿意去找寻结交志同道合的音乐知音。



Reflection

项目前期分析

设计目标

根据“**业务目标**”与“**用户画像**”定制“**设计策略**”

- . 可信任 通过凸显品牌调性、平台保证增加平台信任度
- . 高效率 良好的流量分布，促销导购提升下单转化率
- . 粘性 通过社区、畅聊、故事等兴趣填补碎片时间

可信任

品牌感
信任度

高效率

流量分布
促销导购
转化率

粘性

社区红人
畅聊聚地
心情故事

推动设计

推动各版块完成
业务目标

唱吧

- . 流量分布 通过合理的UI布局做好用户流量分布，提升效率
- . 品牌调性 品牌蛇、ICON规范、延伸点缀凸显品牌调性，增强信赖
- . 主题分布 根据不同主题的列表排布、减少时间成本

红人

- . 用户粘性 通过社区、畅聊、故事、音乐增加用户活跃时间与粘性

发布

- . 建立认知 通过定位、品牌门店，初步建立认知
- . 建立信任 保障有房、闪退服务建立品牌信任
- . 促销导购 闪购、秒杀、满减促进下单

我的

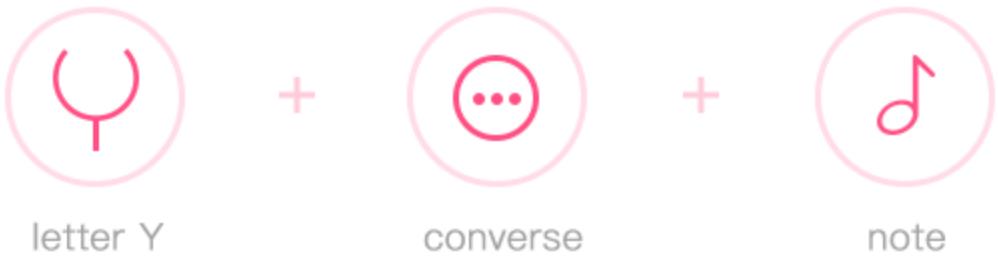
- . 交互体验 根据重要与紧急两个维度合理布局功能，提升交互体验



品牌设计

Design

Brand



letter Y

converse

note

字体目标

字体设计灵感来源于西文粗衬线体 Slab Serif，字体特征为：文艺复兴时期的手写骨架、古典主义几何化衬线，代表字体：

- . Rockwell Converse
- . Guardian 纽约时报

约歌字体设计思路：

- . 文艺 宋体衬线凸显文艺内涵
- . 潮流 几何骨架结构表现现代潮流

色彩心理学

“普通用户”为一二线城市22~28岁年轻、时尚的用户，性别分布女性更多，根据“产品特性”，定义颜色方案：



- . 活力
- . 兴奋
- . 年轻时尚
- . 神秘浪漫

SABOUTSING

UI EXHIBITION



01

优惠唱歌
尽情欢唱 优惠尽享

约歌交友
交友唱歌 就在约歌

畅聊心情
社区红人 尽情畅聊

立即体验

—
2.5D BOOT PAGE





首页

Design

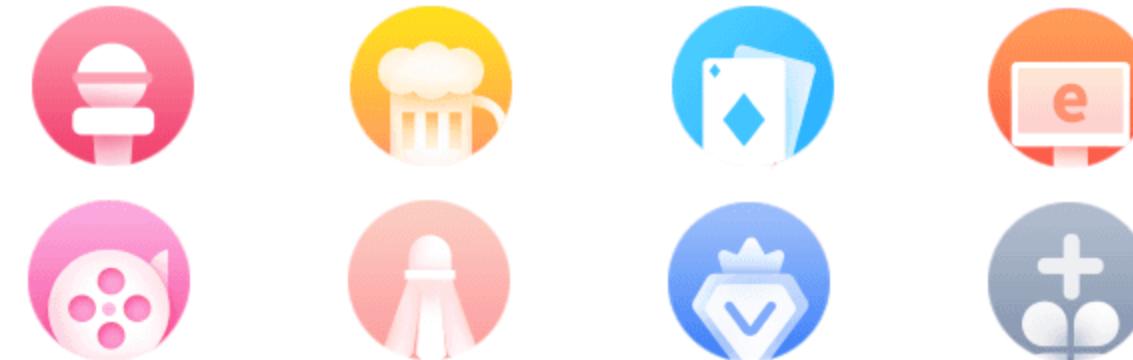
Home



金刚区ICON设计

通过“**用户画像**”定义功能ICON规范，整体风格采用：

- . 黄金比留白、采用微写实风格设计
- . 渐变背景、弥散投影凸显信息层级



ICON颜色制定

通过“**色彩心理学**”确定icon颜色，提高辨识度，增加品牌信任度。



- | | | |
|------|------|------|
| • 热情 | • 快乐 | • 神秘 |
| • 专业 | • 轻松 | • 放松 |

首界面设计创意

顶部区：导航采用非通栏布局，强化搜索功能

广告区：卡片式Banner让界面具有呼吸感，凸显产品活力感

消息区：提炼近期热度高的话题，提升产品使用率和发布率

瓷片区：根据十字交叉分析，通过“**价格**”“**销量**”两个维度进行排布

背 景：首页背景大胆的使用了渐变配色，突出品牌色和加强用户印象

底 部：图标融入品牌色，采用线面结合，识别度更高。

社区

Community

Design



ICON制定

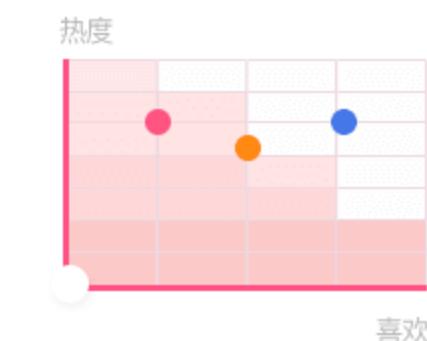
通过格式搭配原理保证ICON视觉大小一致

通过相同元素保证ICON统一性



社区列表优先级

通过十字交叉分析法排布卡片顺序 (喜欢X热度)



- 金刚区
- 推荐区
- 畅聊区



详情

Design

Ware page

The screenshot shows a product detail page for a singing session. At the top, there's a large circular image of a purple and gold decorative panel with a cracked glass effect. Below it, the price is listed as ¥320.00, with a note that it was originally ¥460.00. A red banner indicates '离结束还剩 07:28' (Time left until end). The main title is '约闪购 成都成华区音乐房子KTV晚上黄金时段5小时欢唱小包'. Below the title are two buttons: '闪退' (Refund) and '送小吃果盘' (Free snacks). The address is listed as '成都市成华区双成五路联盟路8号3楼'. The section '欢唱时间' (Singing time) shows '5月28号 周三 晚上 4小时 18:00开始'. At the bottom, there are three buttons: '¥320.00', '加入购物车' (Add to cart), and '立即购买' (Buy now).

详情页UI布局

以“促进下单”为核心设计功能布局



1 建立认知

图文结合展示商品

2 增加信任

闪退建立信任

3 促销导购

活动优惠促进下单

商品图尺寸规范

为了在首屏展示更多内容，减少运营适配图片，图片比例采用9:8



倒计时氛围提升

通过倒计时增加抢购氛围

背景采用红色更有抢购氛围

0 7 2 8

个人

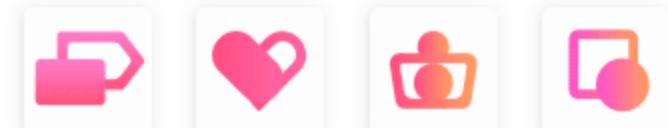
Personal

Design



功能入口优先级

功能入口根据优先级与用户使用频次确定排布顺序



功能列表排布顺序

通过十字交叉分析，根据“对用户重要”“对用户紧急”两个维度将功能分区排



区域划分

通过中间不闭合分割线使三个分区更加“相对具有联系性”



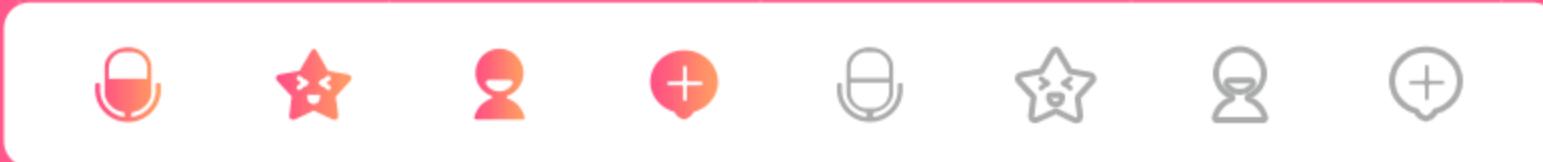


设计规范

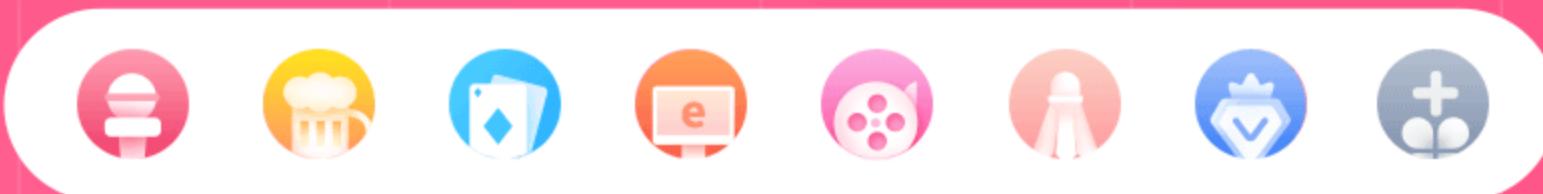
Design

Standard

底部标签栏图标 48*48px



首页快速入口图标 80*80px



我的页面图标 64*64px



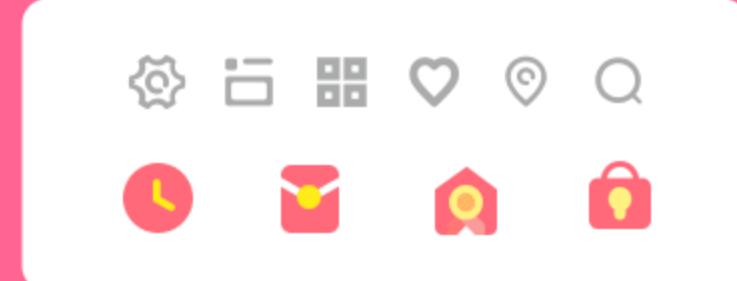
社区图标 70*70px



优惠区快速入口图标 64*64px



其他图标 70*70px



类别 色块 色值 使用场景

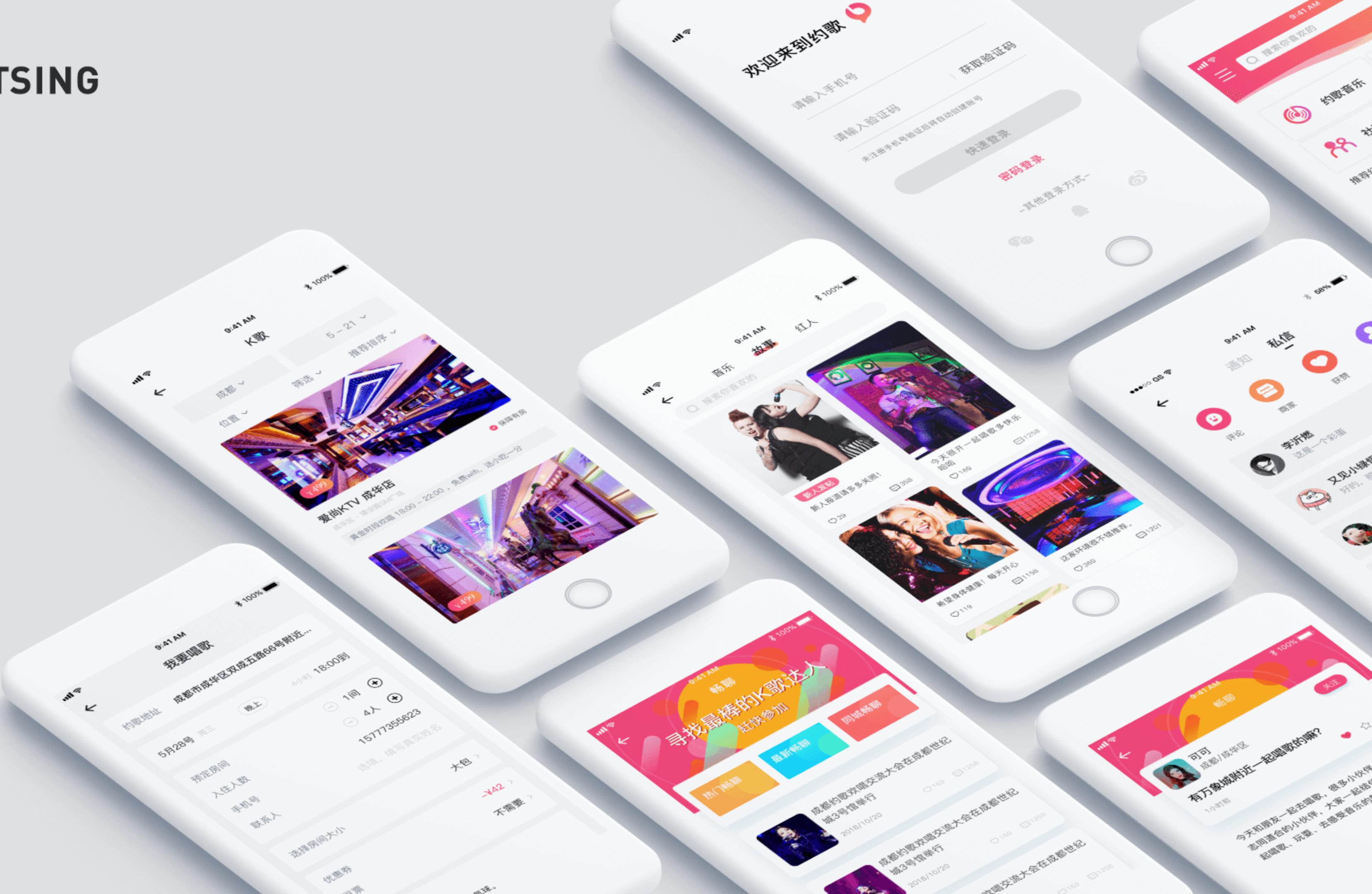
主色调		#ffa260-#ff4f84	LOGO色, 主体色
辅助色		#ff4f84	用于应用中按钮
		#ffffff	用于应用中按钮
文本色		#333333	用于一级文字信息
		#717171	用于二级文字信息
		#ababab	用于说明文字信息
		#ffffffff	用于反白文字

字体 样式 号数 使用场景

苹方	标准字	44px	重要标题或操作按钮
苹方	标准字	32px	一级标题
苹方	标准字	30px	快速导航入口文字
苹方	标准字	26px	正文文字
苹方	标准字	24px	辅助文字
苹方	标准字	20px	用于说明性文字

SABOUTSING

UI EXHIBITION



APP
EXHIBITION



BEGOOD- HEALTH

必顾健康

■ 移动健康管理私人教练

全链路设计展示

品牌设计

形象设计

产品设计

UI设计



BE GOOD HEALTH

UI EXHIBITION



01

项目前期分析
Reflection



必顾健康

是一款致力于改善职场人的亚健康问题，提升职场人的品质生活的APP

+

项目分析

根据“**业务诉求**”与“**用户诉求**”明确产品的“**业务目标**”

- . 业务诉求 提供健康管理私人教练，改善亚健康，提升职场人的品质生活
- . 用户诉求 城市白领因为工作原因缺乏锻炼，身体亚健康，情绪管理差。
- . 业务目标 丰富的使用场景，高效易用，易于传播



用户画像

- . 人群年龄 22~35岁的年轻白领和大学生
- . 性别分布 女性 51% 男性 59%
- . 行为偏好 手机使用率高，生活时间紧凑，缺乏锻炼。
- . 兴趣特效 爱好玩乐，喜欢分享，关注健康



90后在微商

22岁 女 职业：健身达人

软件小白，喜欢健身生活时间宽裕，喜欢把自己的健身成果分享，并发送到微信和微博。



85后公司白领

30岁 男 职业：白领

喜欢新奇的事物，喜欢关注新闻，关系自己身体健康，有需要克服自己的坏习惯。

01

Reflection
项目前期分析

设计目标

根据“[业务目标](#)”与“[用户画像](#)”定制“[设计策略](#)”

TARGET 01

■ 简洁性

- . 简单易用 减少用户操作步骤，合理的操作提示，良好的用户反馈，增加产品易用性
- . 界面简洁 视觉设计层级清晰，关键控件使用企业色

TARGET 02

■ 多场景

- . 风格模板 提供各种场景模板（学生，上班族，健身达人），增加用户使用场景；场景优先级使用KANO模板
- . 离线缓存 考虑用户弱网状态的使用场景，可以在弱网状态下继续使用课程或习惯。

TARGET 03

■ 高效率

- . 完成奖杯 完成任务，打卡，奖杯功能。提高用户满足感，提升效率
- . 习惯模板 根据不同场景提供模板，降低用户学习和使用成本
- . 平台分享 多平台一键分享，提高产出

02

Brand

品牌设计



必顾健康
Be in good health



white collar



complete

字体目标

必顾健康字体设计思路，凸显工具精简的特性，根据用户的年轻化，字体象征年轻人文：

- . 工具 集合骨架结构表现出工具的精简
- . 人文 圆头衬线凸显情感化

西文字体选择人文无衬线 Univers，符合必顾健康带有情感的工具化特点，西文特征：

- . 工具 无衬线
- . 人文 文艺复兴骨架的手写痕迹

色彩心理学

“目标用户”为一二线城市22~30岁年轻、时尚的用户，性别分布女性更多，根据“产品特性”，定义颜色方案：



专业蓝
#1286f3



健康绿
#10d6b8

- . 专业
- . 健康

03



Home 首页



首页计划UI布局

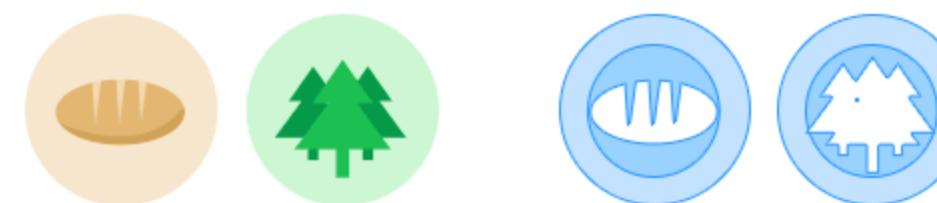
沉浸式卡片呈现，提高用户对内容使用率，根据“KANO”模型对界面设计，在通过“对用户重要”、“对业务重要”两个维度定义功能布局：

- . 待完成项 展示还需完成的内容、提高产品对用户的使用率
- . 每日鸡汤 增加对新用户吸引度，以及老用户黏性，可关闭
- . 习惯计划 展示习惯和私人计划，提高用户对产品付费内容转化率

界面风格设计

根据“用户画像”定义ICON，整体风格采用：

- . 黄金比留白、低纯度配色
- . 精简图形表示内容，风格统一



03



9:41

问问 动态

问题/课程

#坚持每天早起# 参加活动送课程~ 习惯手册「健康生活」 小习惯 大生活

娜美咯 情绪管理 15:35

每天不想见人，不想说话，只想一个人，一个人的时候也很不错，爱上寂寞。

我寂寞寂寞就好 你真的不用来我回忆里微笑
我就不相信我会笨到 忘不了赖着不放掉。

五天改善坏脾气

娜美咯 情绪管理 15:35

我增肥失败了怎么办啊乡亲们有没有什么办法啊，来帮帮啊！不想胖下去了！

计划 发现 广场 消息 我

说点什么吧 627 38

9:41

文章详情

娜美咯 15:35

每天不想见人，不想说话，只想一个人，一个人的时候也不错，爱上寂寞。

我寂寞寂寞就好 你真的不用来我回忆里微笑
我就不相信我会笨到 忘不了赖着不放掉。

五天改善坏脾气

评论

龙之芥 15:35

很久很久以前，大家还不懂心理学的时候，生病了只能自己承受，现在不一样了。

春夏秋冬的树 15:35

很久很久以前，大家还不懂心理学的时候，生病了只能自己承受，现在不一样了。

问问板块的设计

通过对BANNER的拆解，获得高效可复用的方法：



- . 文案 运营板块的主体，体现易读性
- . 主视角 根据文案关键词，确定视觉形象
- . 点缀 采用跟文案与主视角，悬着简单干净的点缀
- . 背景 采用跟文案内容契合的渐变色

问问主要内容分布

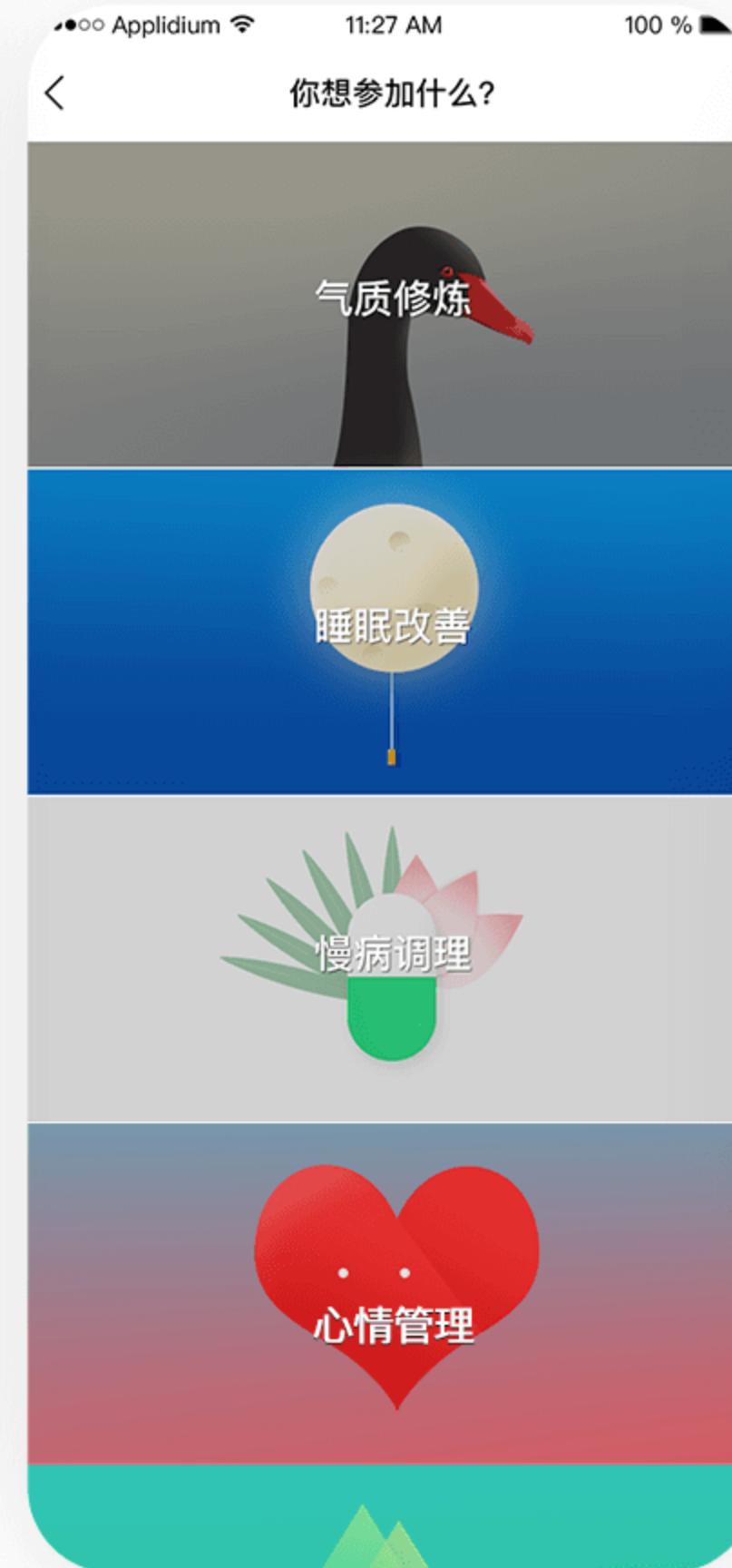
以“提高使用率”为核心设计功能布局：

- 1 高效率阅读 上文下图，提高阅读效率
- 2 增加互动性 收藏点赞功能提高产品互动
- 3 促进付费内容 付费问题显示促进付费

03



广场



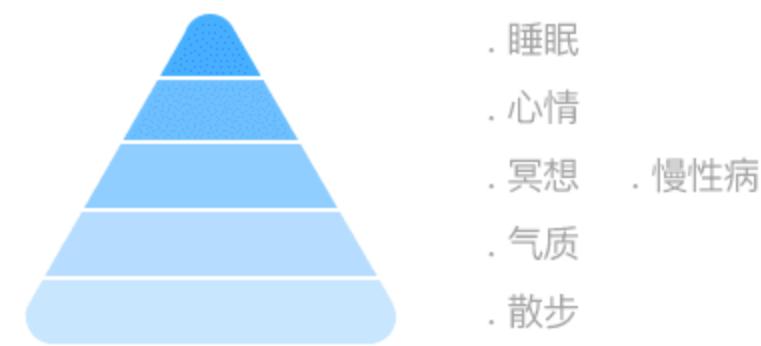
广场 UI 布局

通过分析“[用户使用场景](#)”得出布局特点：

- . 快 能快速找到想看到的，即用即走
- . 简 操作便捷，提高使用率
- . 轻 能轻松解决用户对应的需求

轻量小习惯优先级

根据目标用户，使用“[KANO模型](#)”对主题优先级进行排序：



03



我的

Personal



功能入口优先级

功能入口根据优先级与用户使用频次确定排布顺序，重要功能凸出显示，增加转化率



功能列表排布顺序

通过十字交叉分析，根据“对用户重要”“对用户紧急”两个维度将功能分区排



区域划分

通过中间不闭合分割线使三个分区更加“相对具有联系性”





颜色

#ff4f84
主色

#ff4f84
辅助色

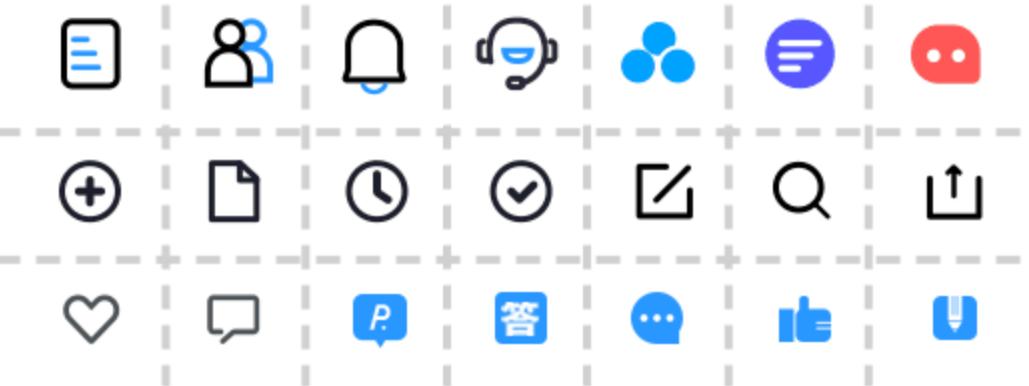
#ff4f84
点缀色

根据APP对应人群结合情感，在配色上选择给人较为明亮色调的彩色配方

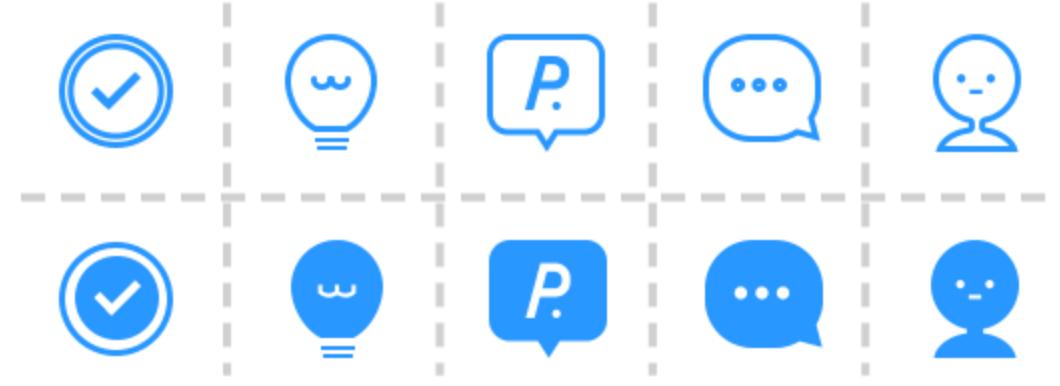
字体

苹方	标准字	44px	重要标题或操作按钮
苹方	标准字	32px	一级标题
苹方	标准字	26px	正文文字
苹方	标准字	24px	辅助文字

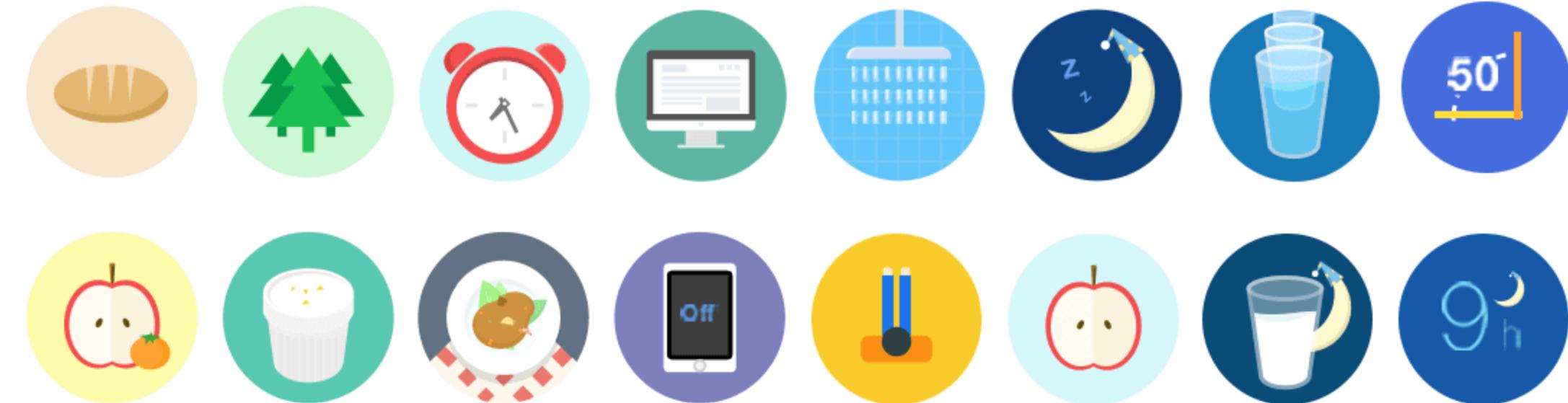
功能性图标



标签栏



习惯图标



BE GOOD HELATH

UI EXHIBITION



APP
EXHIBITION



必顾小神通

■ 养老院最贴心的一体机商城

全链路设计展示

品牌设计

产品设计

UI设计

BEGOOD- MARKET





必顾小神通

是一款内置在养老院一体机上的商城

+

项目分析

根据“**业务诉求**”与“**用户诉求**”明确产品的“**业务目标**”

- . 业务诉求 方便快捷让养老院的老人和护工购买日常必需品
- . 用户诉求 老人很少使用APP购物，护工文化程度低缺乏专业的购物知识
- . 业务目标 专业垂直，高效易用，圈子性强



专业垂直



高效易用



圈子文化

用户画像

- . 人群年龄 45~85岁的老年用户和护工
- . 性别分布 女性 55% 男性 45%
- . 行为偏好 子女购买麻烦，附近购买昂贵和缺少
- . 兴趣特效 节约、不常网上购物、生活圈子窄



75岁李奶奶

65岁 女

平时不想麻烦子女购买用品，但是又不懂网上购物，养老院附近的小卖铺商品昂贵，并且可选择性稀少或是短缺。



45岁的护工阿姨

45岁 女 职业：护工

平时急需使用趁手的护理用品，没有专门的统一的护理用品，需要的时候只能去附近购买

01

Reflection
项目前期分析

设计目标

根据“业务目标”与“用户画像”定制“设计策略”

TARGET 01

■ 高效易用

- . 简单易用 界面简洁，界面简洁，屏幕巨大，方便操作增加产品易用性
- . 交互友好 根据用户群体，深色背景，高纯度界面，交互便利

TARGET 02

■ 垂直专业

- . 商品针对 提供目标用户提供对应需求的商品，商品排序使用KANO模型，提高产品针对性
- . 专业可信 凸显品牌调性，增加卡通形象，产品垂直，增加专业度

TARGET 03

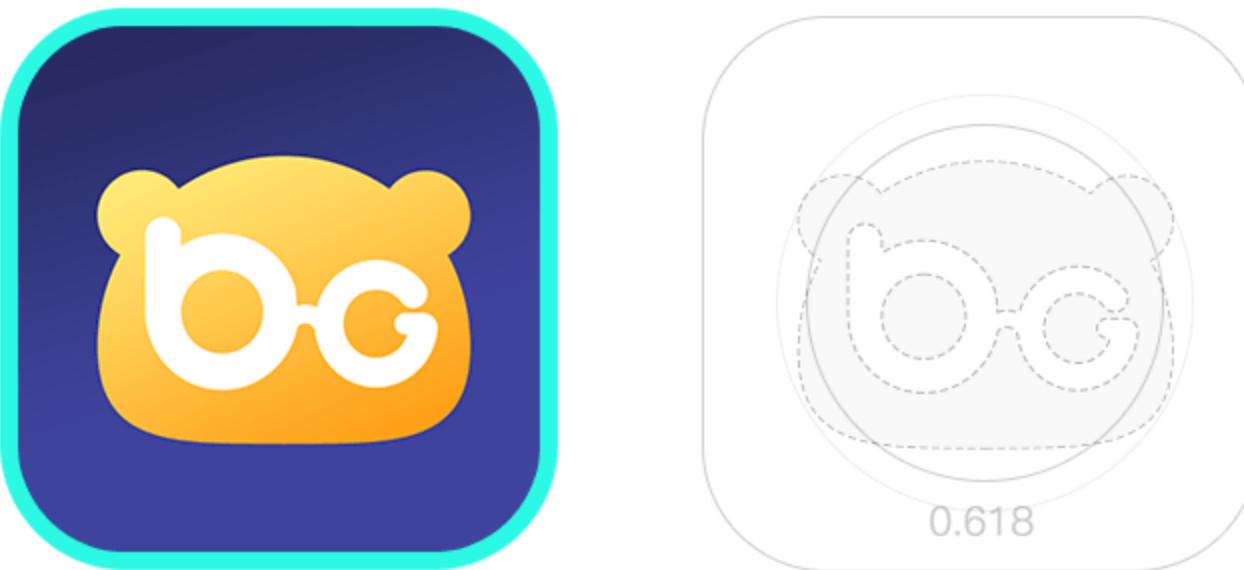
■ 用户黏性

- . 圈子文化 通过一体机内置院内，用户形成圈子文化，黏性强
- . 护工推销 护工可以通过个人营销，增加黏性
- . 可选择多 产品丰富，可选择范围广，购买方便，价格低廉

02

Brand

品牌设计



LOGO设计思路

必顾小神通LOGO设计思路，根据“产品定义”与“用户群体”，从三个角度进行创意设计：

- . 汉字 整体结构采用“必顾”两字的英文“b”和“G”，
- . 眼镜 英文“b”和“G”组成一幅眼镜，契合产品定位的用户群体
- . 小神通 延伸卡通形象契合产品名，增加用户亲密度

色彩心理学

“目标用户”为城市45~80岁老人和护工的用户，根据“产品特性”，定义颜色方案：



- . 权威专业
- . 创造力



MASCOT



03



首页



首页计划UI布局

通过“对用户重要”、“对业务重要”两个维度定义功能布局：

- 轮播区 展示养老院信息、优惠商品、提高产品使用率
- 交互区 布局合理，提升效率，减少时间成本

ICON设计

根据“用户画像”“产品定义”定义ICON，整体风格采用：

- 一体机屏大，ICON占比更多，便于操作
- 用户群体很少上网，ICON需要表达更加明确
- 2.5D设计风格展示，传达更多信息

ICON颜色制定

通过“色彩心理学”确定icon颜色



- 温暖 ● 快乐
- 专业 ● 健康



ICON

三



+

MORE- DESIGN

更多设计

H5设计

WEB设计

其他设计



01

GUI
SABOUTSING
BEGOODHEALTH
BEGOODMARKET

更多APP设计

APP DESIGN

+

H5设计

HTML5 DESIGN

+

Web设计

Web DESIGN

+

其他设计

DESIGN



有心而来，乘兴而起，天地之间
我们终于找到你。

我们能提供什么？

整个活动将围绕“天地间”民族音乐专区及榜单进行开展，将为参与活动的民族音乐人提供以下扶持：

- O1 · 优秀民族音乐作品推荐**
参与活动的音乐作品都有机会获得咪咕矩阵（包含微博、抖音、31省移动公司…）及超千家咪咕合作方联合推广，立享千万级网络宣发曝光。
- O2 · 线下专业民族音乐培训**
作品参与榜单打榜的优秀民族音乐人，将有机会参与到我们组织的民族音乐线下培训营，接受专业的演唱、表演、乐理、演奏、市场等全方位专业教师指导。
- O3 · 年度民族音乐大碟制作**
计划在优秀民族音乐作品中，由专业评委选出4~6首作品，收录至今年底发行的民族音乐大碟内，届时将有专业知名制作人为你量身指点录制。
- O4 · 民族微综艺纪录片拍摄**

如果你是作品在手只缺一个平台的民族音乐人！

请有意参与的音乐人与我们联系，咪咕音乐将对你的作品在咪咕矩阵进行重点推广，同时还有机会获得专访、培训、公益活动等一系列扶持。
最终经过考核的音乐人将入选年度民族音乐大碟的录制和年度民族音乐纪录片的拍摄当中，更有机会参与咪咕七大厂牌和两个盛大的演出！

如果你是对民族文化保护事业充满热情的人！

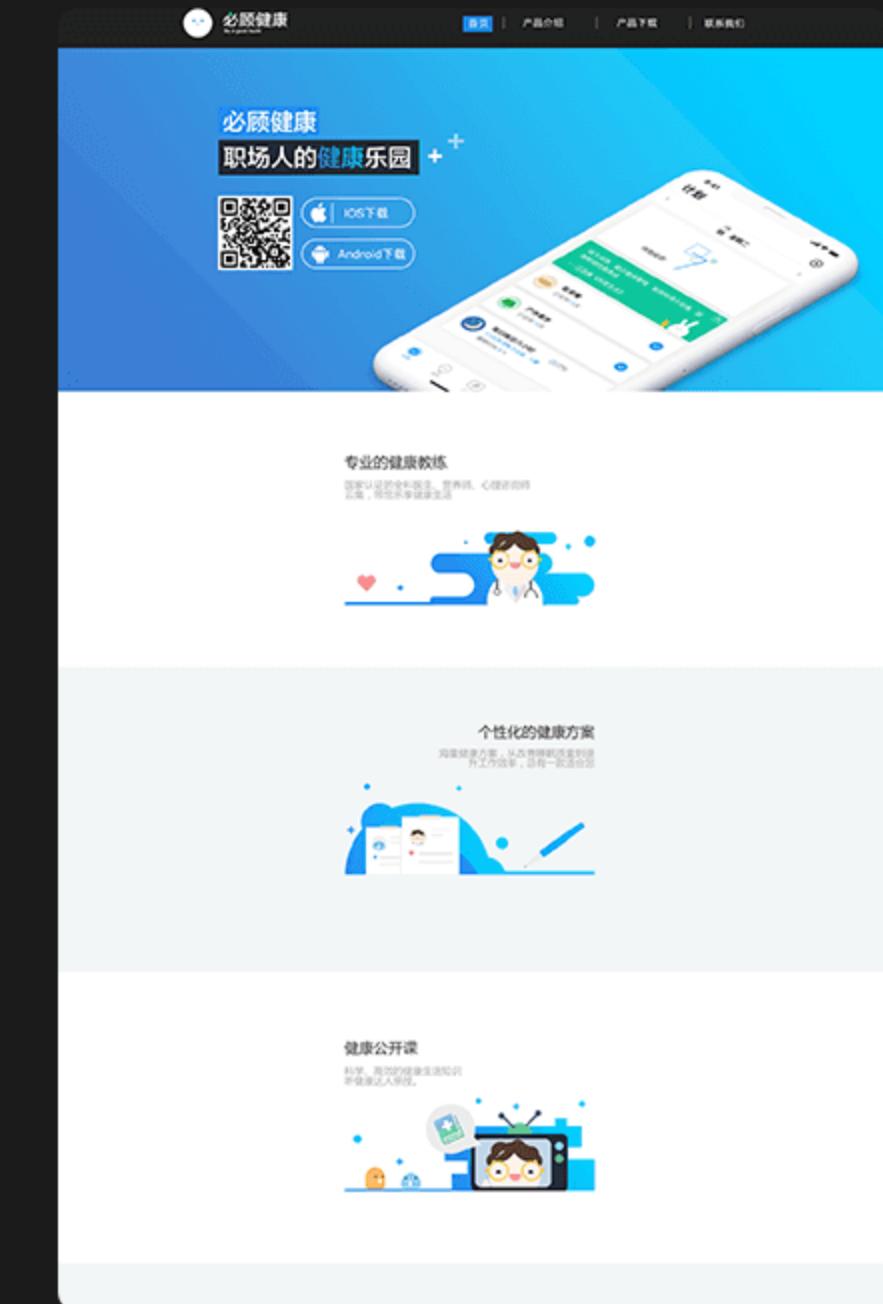
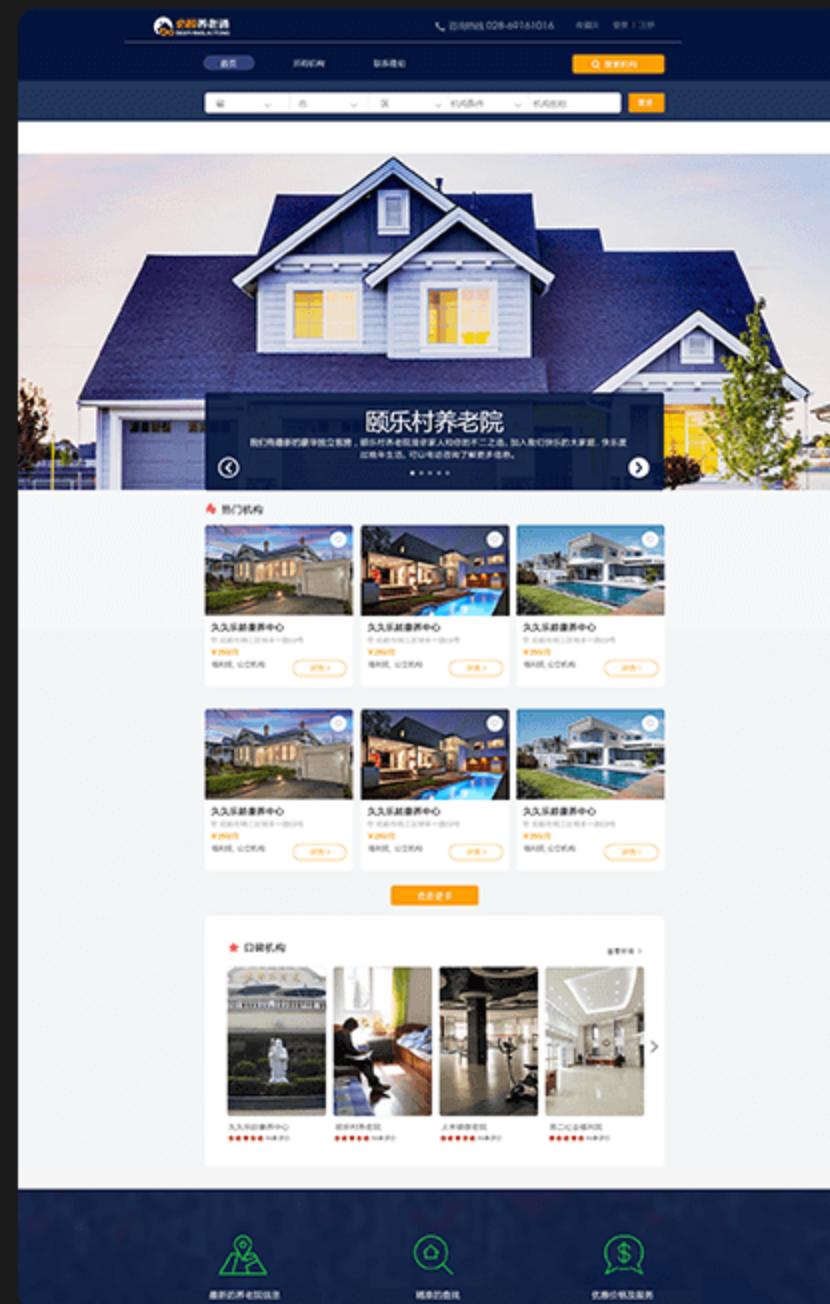
请您与我们联系，将您认可和关注的民族音乐&民族音乐人、研究的民族文化内容、有趣的民族传说…推荐给我们！

如果你是观点犀利审美独到的媒体人！

请您与我们联系，大量优质民族内容需要您独到的点评和推广！

联系我们

请发送邮件至tiandiji@migu.cn



 手绘插画
HAND-PAINTED

+



+



+

THANKS FOR
WATCHING



C O N T A C T M E

QQ

411620908

+

PHONE

15608171005

+

WECHAT

vlnenguo

+