

# 作品集 x 简历

# PORTFOLIO

背景图片来源与个人摄影

# 余 毅

LuckWihser

湖北 / 武汉

武汉大学东湖分校 / 平面设计系 / 2015届

PS / AI/SKETCH/XMIND  
/AXURE/MOCKPLUS



15271849575

yy496369587@qq.com

2014.6–2015.1

## 湖北日报传媒集团

楚天都市报 娱乐刊 美术编辑助理

2015.7–2017.4

## 武汉斯塔博瑞互联网有限公司

“壹化网”、“人动力”、“卖飞机网”、“海购网”等项目， UI设计

2017.5–2018.3

## 武汉洞见科技有限设计

“Herpink”、“毒设计”、“宝宝时光机”等项目， UE/UI设计

2018.4– 至今

## 武汉秒车网科技有限公司

秒车网二手车小程序频道， UE/UI设计

我是一位热衷于将复杂问题转化为有意义的解决方案的 Designer，在与创业公司和企业合作过程中，我擅长实践敏捷，连接不同的利益相关者并思考用户和业务价值。

交互设计作品



## Herpink

这是一个女性社区产品的迭代设计，客户要求我们对其原本的交互和界面重新梳理和设计，从而提升用户体验。我在项目中负责交互设计工作。



## 毒设计

“让设计离群众更近一点”，产品目标是将已有web端毒设计网站的基础上，构架和设计出一款移动端app。我在其中参与前期产品构建和交互设计。

视觉设计作品

## 理想生活

创业项目，为想要创业的新中产们提供的餐饮加盟平台

## 手机淘宝主题设计

参加的由UI中国携手淘宝举办首届手机淘宝主题设计大赛

## 企业LOGO设计

为一家即将注册的金融机构的标识设计

## 运营视觉设计

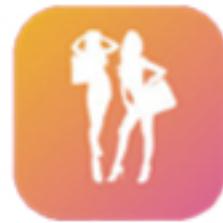
## 企业VI设计

其他作品

曾经为开发产品进行前期调研时而做的产品分析报告（见附件1）

墨刀的线上产品设计比赛：解vol1x石墨文档 解vol2x网易云课堂（见附件2）

交互设计作品



**Herpink** (app迭代)  
女性社交平台

## 项目背景

这是一个女性社区产品的迭代设计，客户要求我们对其原本的交互和界面重新梳理和设计，从而提升用户体验。我在项目中负责交互设计工作。

## 项目介绍

Herpink是一款同城品质女性活动聚发、社交平台，旨在提高广大女性的生活品质。

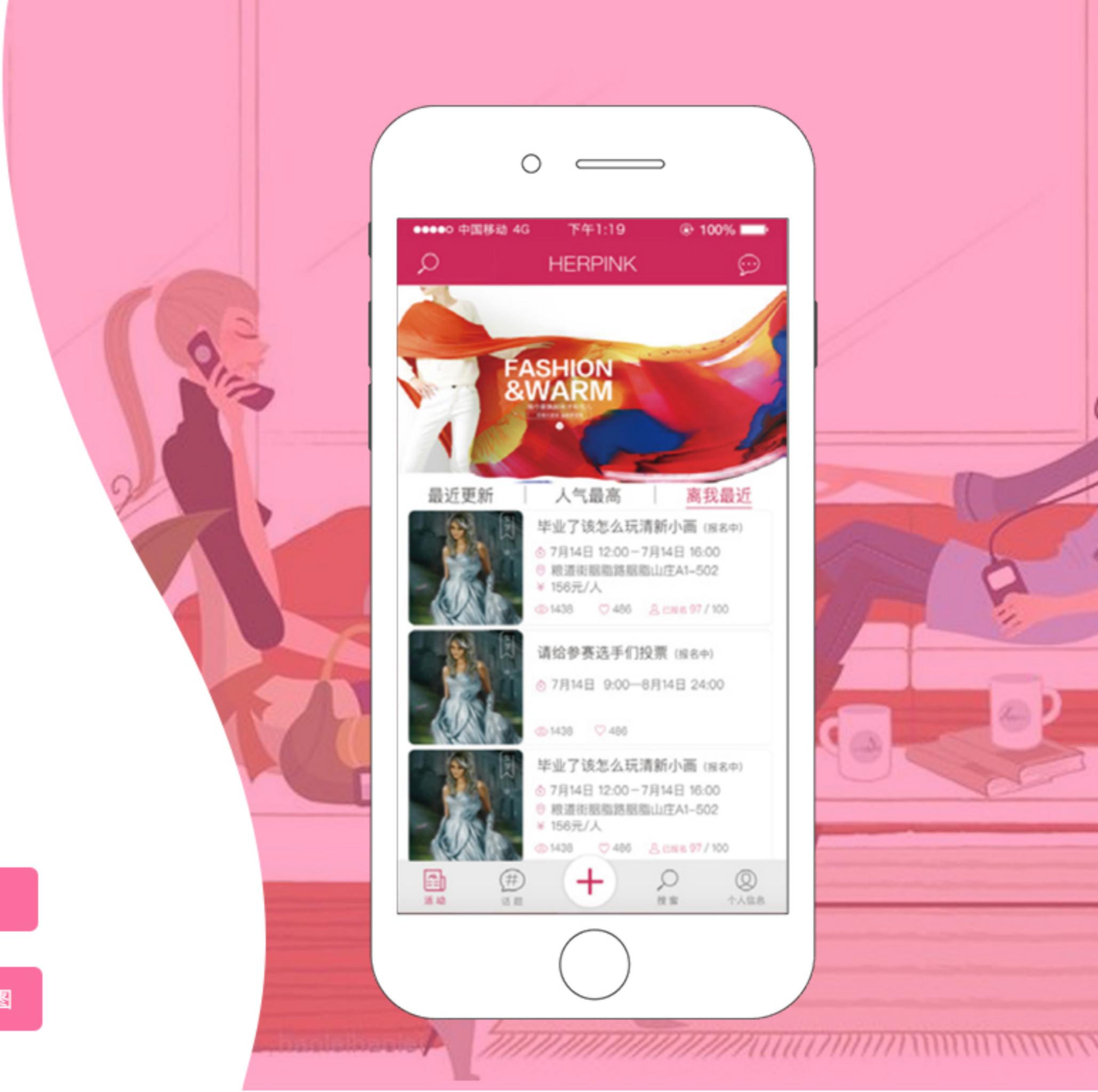
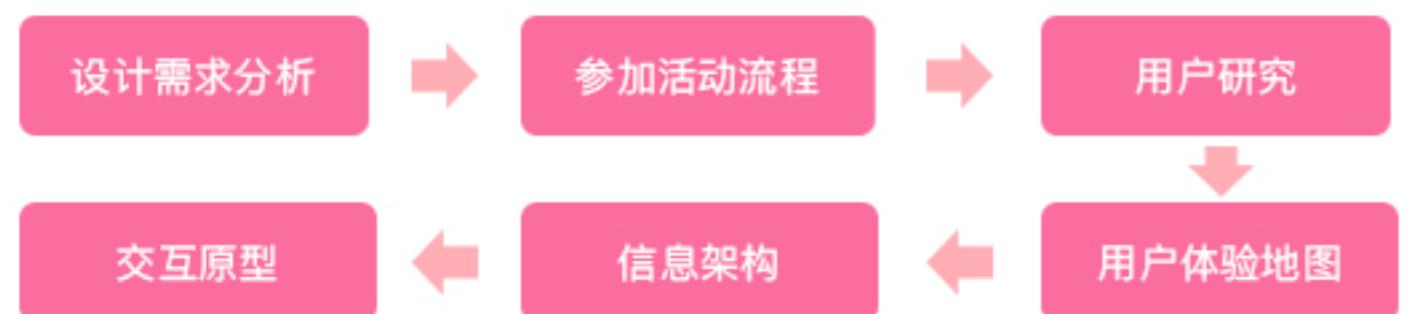
## 产品定位

一款专注于提升女性生活品质的互联网产品。

## 担任角色

交互设计

## 项目流程



## 01 需求分析



### 设计需求

- 梳理参与活动流程中的问题，理清信息架构，给出设计方案。
- 找准用户的需求，并切实的转化至功能点上，提升用户体验。



### 是什么

- 现在的流程有哪些问题？
- 用户是怎样使用的？
- 用户有什么问题？
- 要达到什么效果？



### 怎么做

- 走查页面，参与活动流程，发现问题。
- 通过用户调研，进行可用性测试；深入了解用户是怎样操作的？操作流程中有什么问题？
- 整理问题，给出解决方案。



思考

## 02 关键流程页面走查

分析完需求后，我将整个参与活动流程（核心业务）进行了页面走查，理清楚了整个参与活动流程的每个关键节点，每个关键节点可能出现什么问题。



## 03 用户研究

对整个参与活动的流程有了基本的认知后，开始调查研究用户在参与活动时的困惑。从而更准确的判断产品的问题所在。



研究方法

从这次产品的迭代需求来看，在研究的方法上使用了一对一认知走查法，通过一对一的走查，让用户体验产品1.0版本中的不同核心功能并采访收集用户在体验过程中的感受和痛点。



原版1.0界面			
用户痛点	<ul style="list-style-type: none"><li>·这个活动什么时候开始？</li><li>·活动举办地点在哪里？</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>·报名完成后，我在哪儿可以查看我的状态？</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>·填了报名信息后，竟然才告诉我报名人数已满？</li></ul>
总结	<p>通过走查我们共得出<b>18个</b>痛点，以上是最具代表性的4个痛点页面。从中可以分析出用户在使用产品的时候首先感到的是迷茫，功能点和关键信息不易找寻，甚至一些功能点的描述也让用户无法理解。</p>		

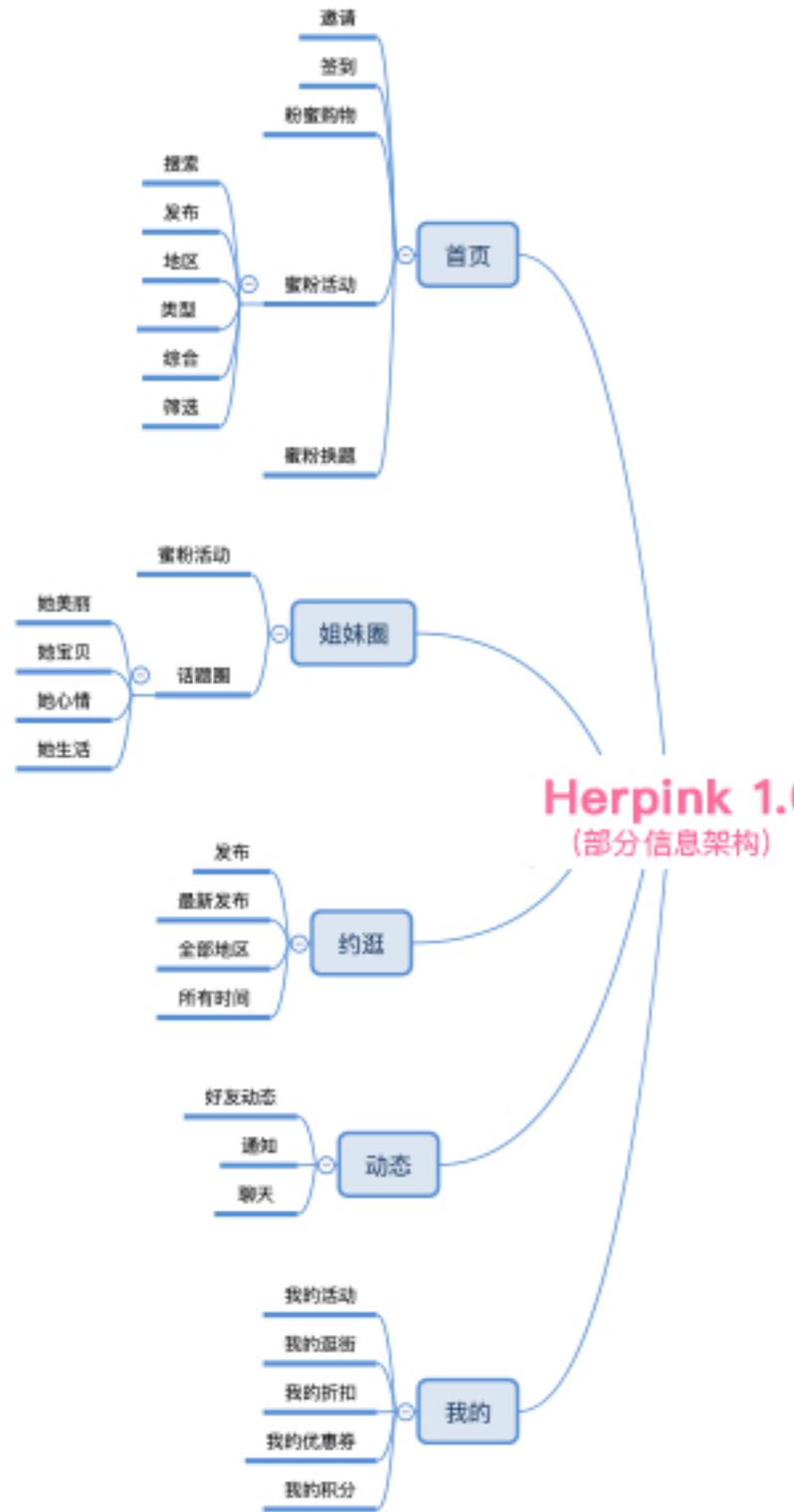
## 04 用户体验地图

做完用研之后，将用户研究的结果通过用户体验地图的形式呈现出来，便于从用户的视角，指导参与活动页面的改善。

阶段	想要参加活动	寻找感兴趣活动	了解活动详情	报名活动	获取反馈	联系活动方
行为	1.打开app 2.找到活动板块 3.进入活动板块 4.了解活动人数	1.匹配类型 2.匹配时间 3.匹配地点 4.了解活动人数	1.查看活动内容 2.查看活动评论	填写报名信息	观察反馈	电话联系
接触点	app、活动板块	活动列表	活动详情页	活动报名页	提示框	拨号
目标	找到活动入口	选择活动	了解更多信息	输入信息	了解当前状态	参加活动
问题点		列表信息少， 只有图片和标题	1.逻辑混乱 2.缺少收藏功能 3.查看评论功能， 层级太深		1.报名信息填完， 提示人数已满。 2.没有给出报名 信息。	联系方式不好找
情绪						
解决方案		将活动信息提前置放到首页，方便用户查看主要信息进行筛选。	1.将信息分类，按商业重要程度排序。 2.将评论信息提前，减少层级。		在详情页面显示已报名人数和全部人数状态，提醒用户。	报名完成后，提示报名成功的同时给予参与活动信息。

## 05 信息架构

前期分析过后，先从架构方面，将整个活动板块整合后放置于底部一个button，并将其命名改为语义更加清晰的“活动”。



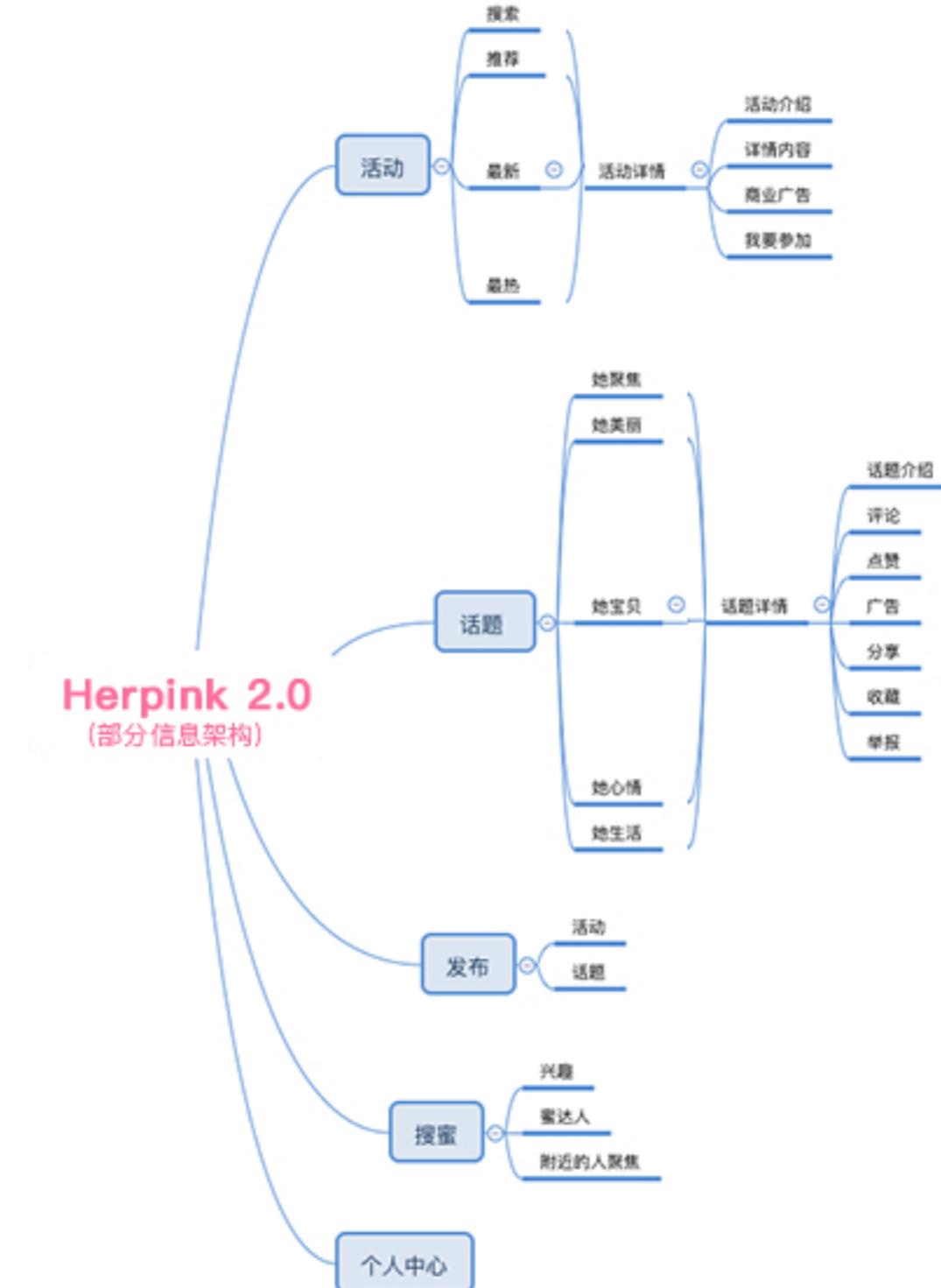
Herpink 1.0  
(部分信息架构)



通过对架构的重新梳理，明显可以看到1.0版本中的以下问题：

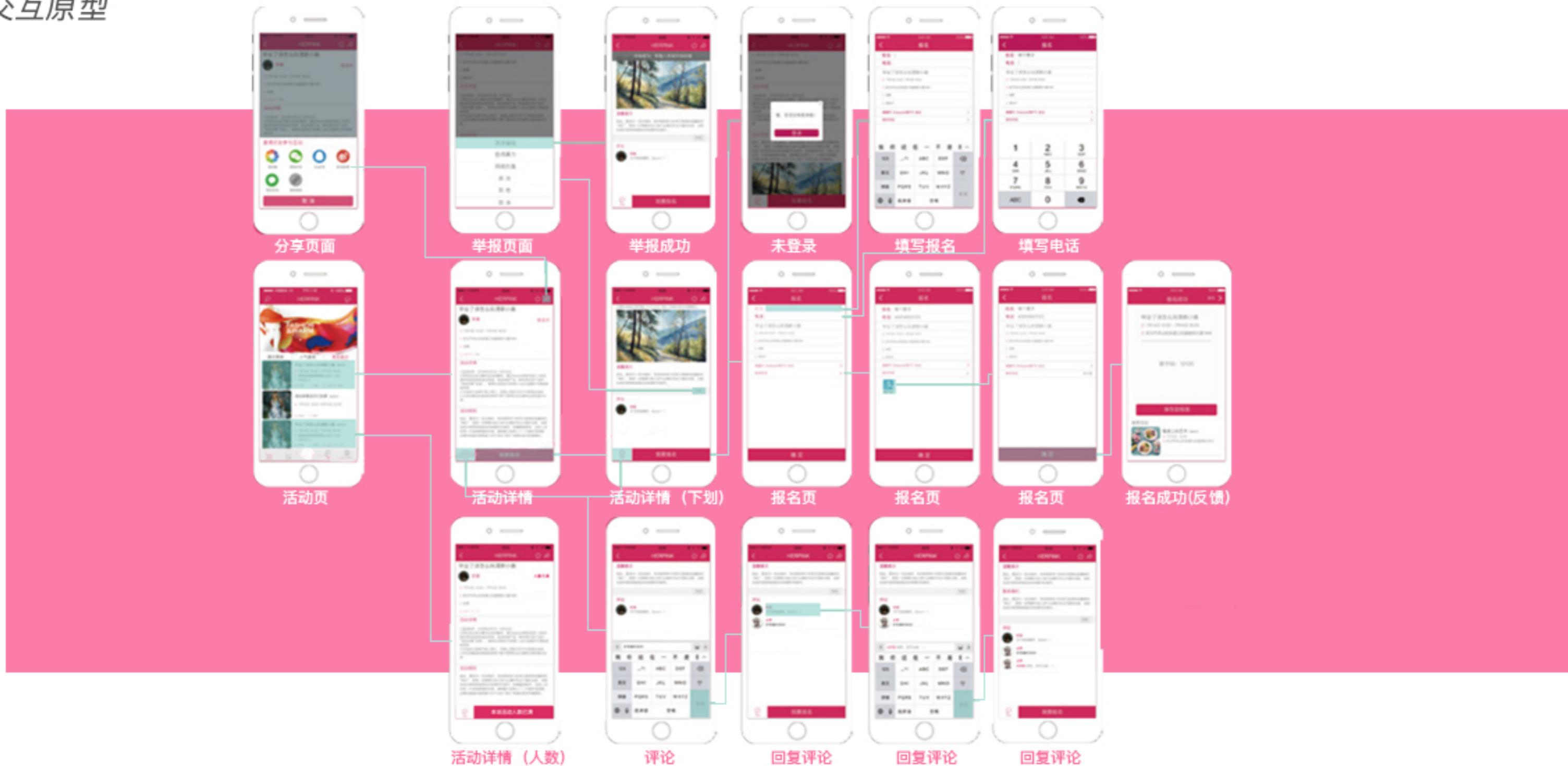
- 1.信息的层级混乱无序
- 2.核心功能隐藏较深
- 3.一些自定义功能语义模糊（如姐妹圈、约逛）

在2.0版本中，从“用户层面”出发，明晰了5个主要功能，以此为架构出的信息架构，保持主干清晰、枝干适度的原则，且保持信息分类时的一致性、相关性和独立性，使用户更加便于理解产品。同时，将发布功能置于顶部tab使得B端用户更加直接的满足其需求。对活动、话题的量大核心功能使用“用户语言”且更加符合用户的心智模型，得以降低用户的认知成本。



Herpink 2.0  
(部分信息架构)

## 06 交互原型



相较于1.0版本的参与活动流程，2.0版本使活动板块的定位更加明晰，作为一个核心功能，将首页Tab第一个位置放置为活动，可以让用户高效快速的找到活动、参与活动，完成活动流程的业务逻辑；信息层级的减少，信息语义的传达更加清晰明确，将整个发布活动流程形成一个闭环，从而提升用户体验。

## 1.0版本 (发现问题)

用户在填写完报名信息之后，提示报名人数已满，对用户内心造成严重的失落感。



用户使用频率低，而且产品以活动社交为主，加入附近的朋友功能不符合产品定位。

用户一般只有在了解或参加活动之后会有邀请朋友的行为，所以邀请icon放置于首页的重要位置显然不符合用户的操作路径。

仅仅显示图片和标题，重要信息（时间、地点）没有显示，用户需要反复进入详情页查看，增加用户操作成本。

命名为首页，已无法满足日益增长的大众用户体验心智模型；且首页内容逻辑混乱。

在报名完成后，返回详情页，给出提交个人信息成功提示，但用户却还需要再次进入我的活动查看个人报名信息。

点击评论跳转评论页面，增加了用户操作负担，评论层级过深。

## 2.0版本 (解决问题)

在评论区外点击“评论”icon，画面下移至评论区再次点击“评论”则弹出键盘可直接评论，相较于1.0版本，减少用户层级。



报名人数已满时，按键呈不可点击状态，提前告知用户活动报名状态，降低用户失落感。



用户一般只有在了解或参加活动之后会有邀请朋友的行为，所以邀请icon放置于首页的重要位置显然不符合用户的操作路径



仅仅显示图片和标题，重要信息（时间、地点）没有显示，用户需要反复进入详情页查看，增加用户操作成本。

命名为首页，已无法满足日益增长的大众用户体验心智模型；且首页内容逻辑混乱。



在报名完成后，返回详情页，给出提交个人信息成功提示，但用户却还需要再次进入我的活动查看个人报名信息。

点击评论跳转评论页面，增加了用户操作负担，评论层级过深。



## 项目背景

在web端毒设计（设计史解说家）的基础上，重新设计移动端 毒设计。

## 产品定位

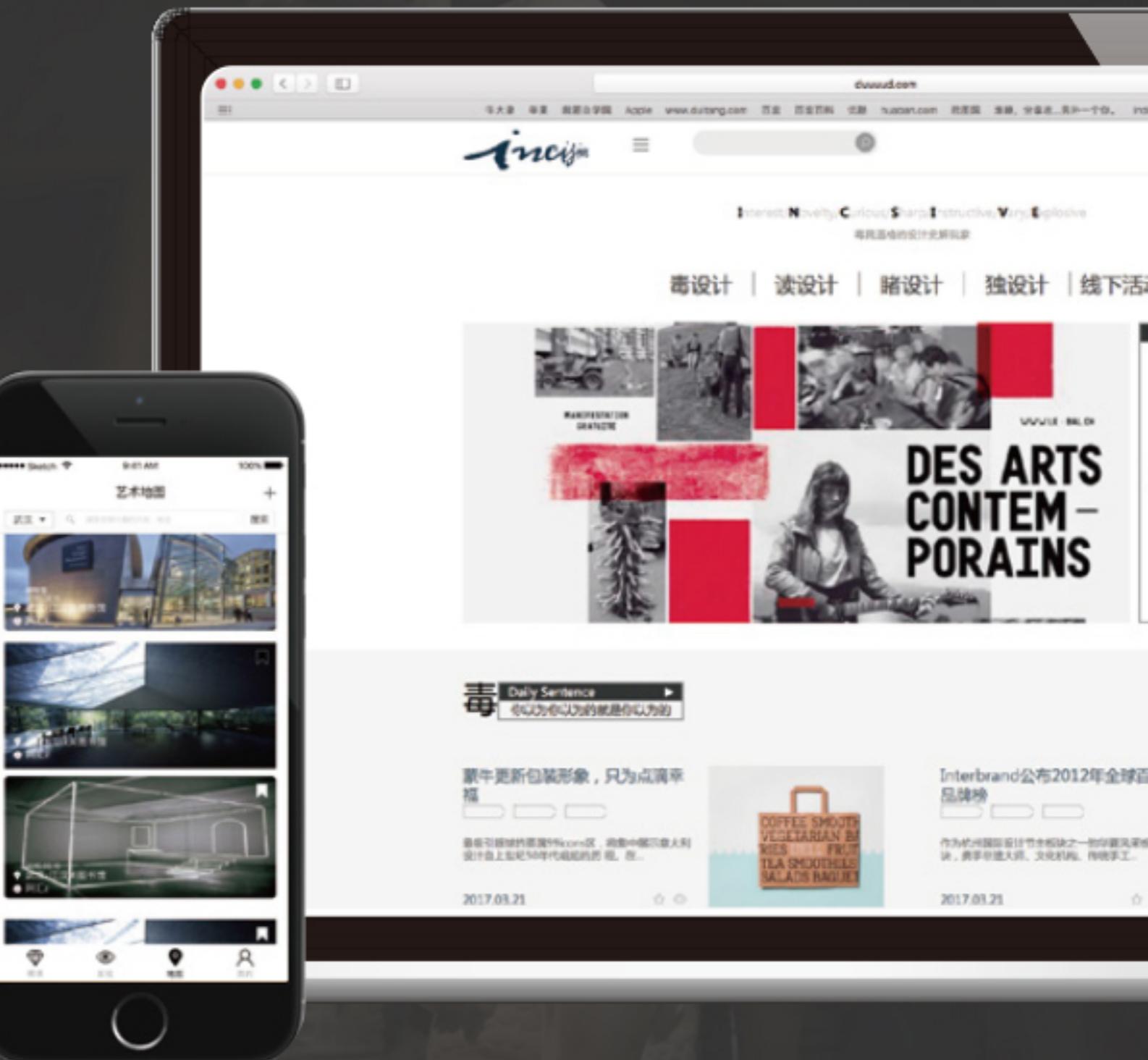
以设计 / 艺术内容为主，线上、线下相结合介绍设计、感受艺术的文艺生活类App。

## 工作内容

前期辅助产品经理定义产品，  
后负责交互设计。

## 担任角色

交互设计



# 01 项目分析

## Web介绍

### 毒设计Web端简介

slogan: 毒具逼格的设计史解说家

这是一款深度、系统的内容输出类产品，它以独特的切入点深度剖析设计史。横向汇集不同低于之间的风格、流派和故事；纵向解读设计史的演变及发展历程。

## 目标用户

设计相关从业者；  
泛艺术工作者；

## 产品目的

它让设计史非常容易被接受；  
它让设计史变得好玩、有趣；  
尽可能有针对性的获取用户群体；



### web端现有问题

PC端限制较大，增加移动端是趋势；  
仅文章一种形式，内容单一，不易粘住用户；



### 产品方向思考

用户人群——先阶段Web端有效用户较少，如何扩大用户人群？如何吸引潜在用户？  
商业模式——线上、线下相结合。如何与线下设计讲座 / 展览 / 活动 / 艺术店铺等合作？  
产品功能——内容形式的多元化。是否增加视频、音频等阅读形式？



### 移动端目的

PC端限制较大，增加移动端是趋势；  
仅文章一种形式，内容单一，不易粘住用户；

## 02 用户调研

### 调研方法

在前期立项阶段，投放大量的调查问卷到相关利益人员，以定量研究的方式去侧面验证做毒设计APP的必要性，并对两类用户的审美习惯、阅读习惯做一个大致了解和揣测。

用户访谈利用团队成员身边资源，进行半结构化非正式用户访谈。没有采取正规化的用户访谈，一是因为团队资源不够，并且成本过大；二是因为用户访谈的局限性，如若没有专业的主持，其实是非常容易让访谈的结果有是偏颇的。

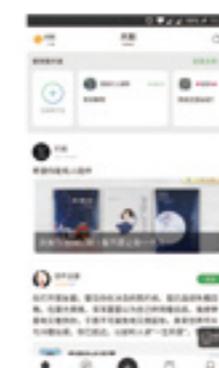
利用团队现有的设计师资源进行焦点小组讨论，不仅弥补了以上两种调研方法的瑕疵，也可以对设计相关从业者用户的一些有关问题进行深入了解。

#### 用户访谈 用户会在什么情况下通过何种方式了解设计？

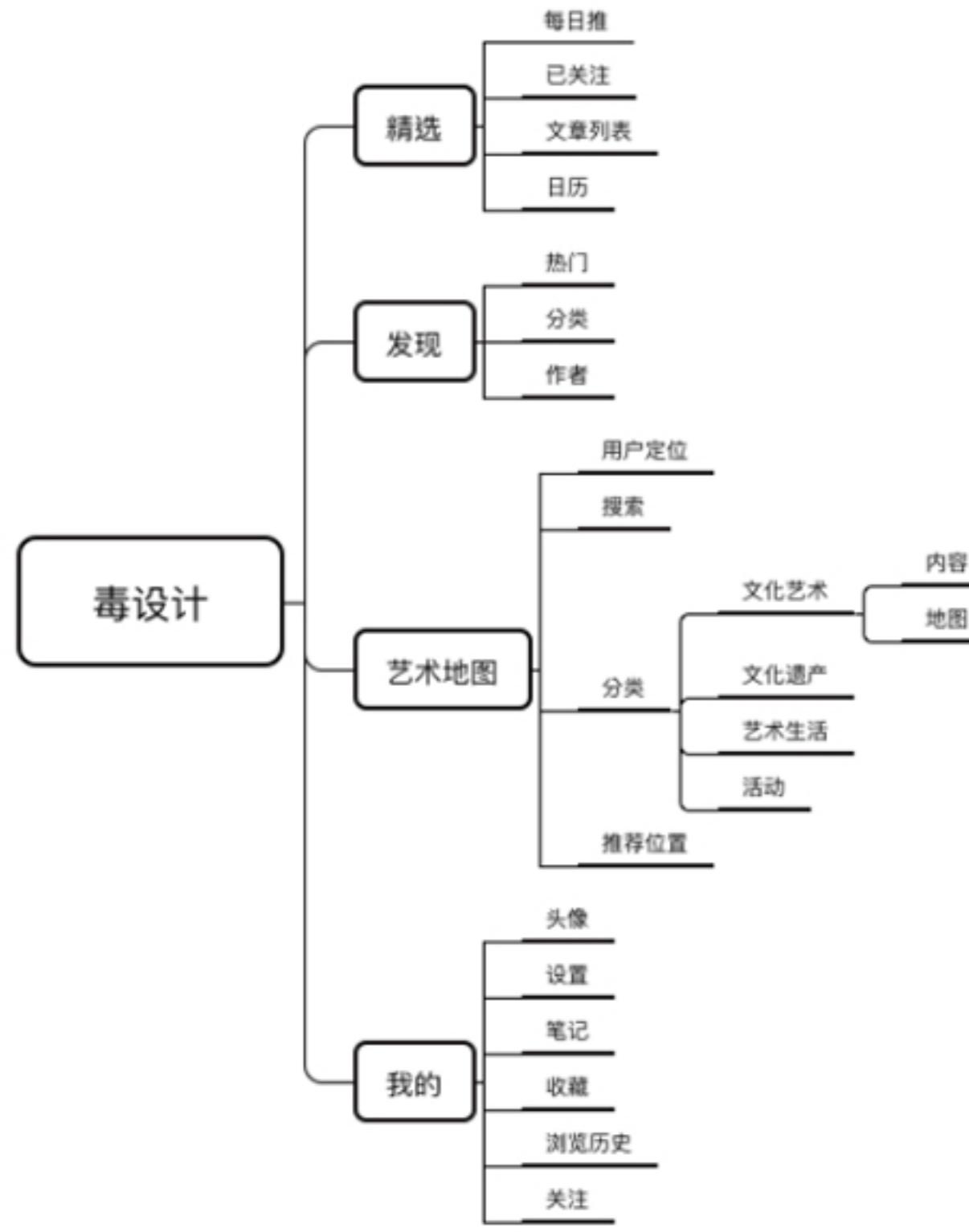


## 竞品选择

通过各大应用商店 / 市场和艾瑞咨询、易观千帆等数据咨询平台，寻找与设计、艺术相关的应用，进行筛选，择优进行横向分析。

			
产品类型	资讯阅读类	资讯阅读类	资讯阅读类
slogan	用有趣定义自己	世界在下沉 我们在狂欢	世界很美，而你正好有空 用文字交换世界
产品目标	将优秀的传统媒体内容以及线上优秀内容进行分发，成为移动端的代替纸质杂志的竞品阅读。	展示青年文化的平台，VICE的内容涵盖新闻、音乐、旅游、体育、科技、时尚等诸多领域。	片刻旨在为用户搭建最有创意的文字视听平台，挖掘有才华的文字创作者，在浮躁的互联网世界中建立一个纯净文艺的空间。
用户人群	有较多碎片化时间，但对于不能及时获取知识感到恐慌、对于社交谈资的缺乏感到焦虑的、对新鲜事物有别样追求的文艺青年、大学生和白领。	为了猎奇，感受别人的思想文化或打发时间的大学生，刚入职场的白领，艺术从业者等。用户多为90后。	主要用户为城市上班族、文艺青年
特点	走的合作媒体路线，定位偏文艺，文章质量高，采用的是人与机器共同推荐的机制：MONO会选择内容提供数据库里点击率在前30%的内容，再由编辑对这些内容进行挑选、策划。采取个性化阅读，及时根据每个人选择的兴趣爱好，推送不同的内容。	输出的内容并不是专业性的知识，而是社会的比较反叛和不为人知的一面。通过多种媒介，用直白、主管、在现成的方式，展示这个奇异的世界。VICE中国是一个用不同的方式讲述世界的应用，用他们总编的话说是把高校的事用严肃的话说，把严肃的事用幽默的语言说。主打视频讲述故事，以纪录片的形式。	产品的特色在于内容的形式多样化：用户既可以阅读、写作，还可以听电台和音乐，还可以发表一些优美的句子，抒发自己的感情，还可以参与话题讨论，结识更多志同道合的朋友。强调碎片化创作。

## 04 信息架构+原型



### 结论

经过一系列的前期调研及分析，暂定毒设计App的四个板块：

- 精选：每日3-5篇优质泛设计内容
- 发现：进一步探索更多优质内容（文章 / 短视频）
- 艺术地图：结合线下设计生活方式
- 我的：个人信息及设置

### 思考

在设计产品架构时，提出艺术地图的想法，目的是让用户更多的结合线下，并且可以连接线下b端用户，使产品在未来商业变现上有更多的空间和可能性，同时在同类竞品中进行找到差异化，



视觉设计作品



# 理想生活

在这里寻找你的理想生活方式

## 项目背景

这是一个创业项目，创始人多年沉浸于餐饮行业，他想在餐饮加盟这一块做一个加盟平台，谓之新餐饮。在他去在线下运营的同时需要平台运营页的冷启动。

## 产品定位

高品质的餐饮项目加盟

## 工作内容

协助项目创始人将项目所需求Web端、移动端网页进行设计。

## 担任角色

视觉设计

理想生活  
有梦想，并且和你理想生活方式

首页 更多项目 梦想社区 关于我们 联系我们 梦想入驻

这家火遍魔都的粉红汉堡，想邀你一起来开店  
连续三年蝉联“上海最佳汉堡餐厅”

新的梦想故事

查看更多 >

李洋

给你设限的，是你心中的坎儿

MacBook

## 01 定义需求

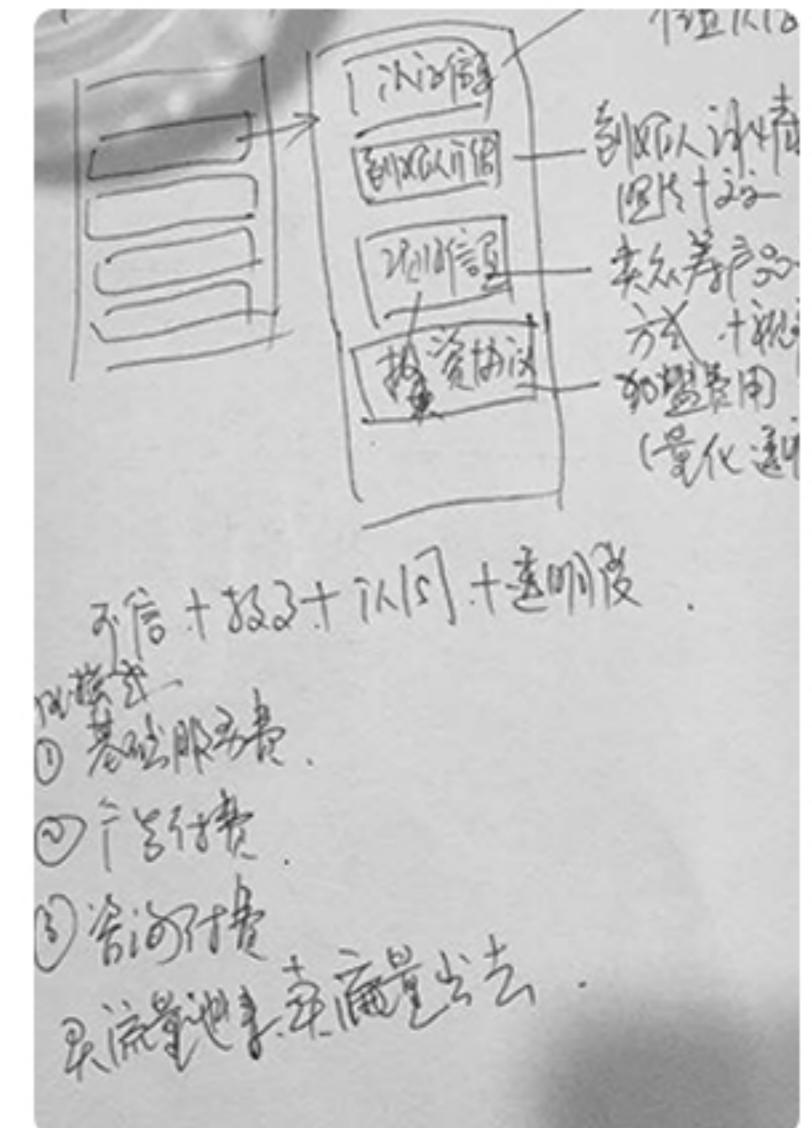
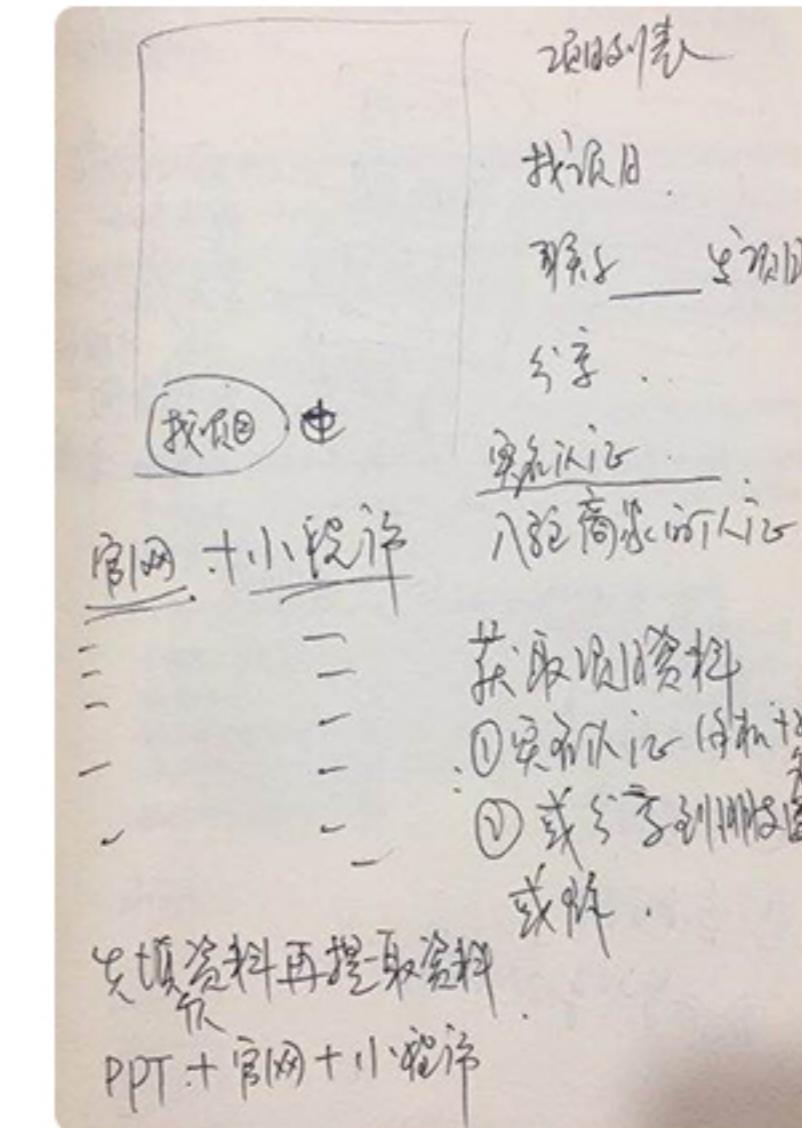
在我与创始人的前期沟通中去理解他想做什么？

在现在餐饮行业的加盟领域，混乱，信息不对称，档次偏低；当今中产阶级的崛起、消费升级，传统的加盟已经无法满足那些手上有资金，想要创业，却无计可施的新小资们。搭建一个连接品牌商和优质投资者的产品。

现阶段需要什么？

现阶段项目冷启动，需要在市场中进行项目推广，移动端在线下是主要的推广场景，主要以展示项目为主。

在需求的对接阶段，可以归纳出以下页面的构架和设计要点：



02

## 设计思考

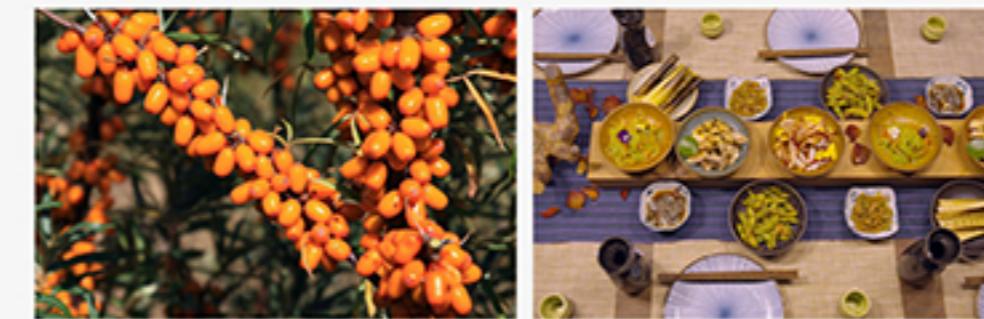
在理解用户群体和项目需求后，我会去寻找类似性质竞品，我寻找的方向是互联网众筹产品（京东众筹、多彩投、轻松筹、开始吧）、互联网媒体产品（虎嗅网、一条、36氪）。

互联网众筹产品在商业性质上与加盟类似；而36氪等互联网媒体产品，则是切中相同类型用户，并且现阶段的移动端的页面信息流展示也是与媒体产品契合。



### 新的梦想故事

查看更多 >



### 值得信赖的加盟体系和资金安全保障

银行资金存管，行业规范的先行者。为了让您获得优质的投资体验和资金安全保障。开始吧一直在前行

#### 最高级别的资金保障

与恒丰银行合作，成为国内消费投资领域唯一一家银行资金存管的平台。



#### 公开透明的加盟合作

与恒丰银行合作，成为国内消费投资领域唯一一家银行资金存管的平台。



### 成为更成功的合伙人

梦想合伙人已帮助超过1500位梦想投资人找到梦想合伙人实现梦想



### 合作伙伴



还等什么，在追寻梦想的道路上，快去找到与你有相同信仰的小伙伴！

发起我的项目

查看更多项目

#### 梦想合伙人

Mobile Technology Co., Ltd  
客服电话: 400 811 7799  
北京梦泽科技有限公司

#### 产品

众筹  
轻筹  
智筹

#### 生活

威士忌  
葡萄酒  
智筹

#### 关于

关于 MoMo  
新闻  
加入我们  
联系我们

#### 社交媒体

微博  
微信  
知乎  
Facebook

# 03

## 页面设计

Banner轮播图以真实的品牌商照片作为背景，给用户带来信任感和亲切感

移动端的推广场景下，第一任务是推广项目，所以页面少尽量避免更多的分类逻辑。

信息流展示，页面干净、简单，只保留重要的信息在首页。



项目详情页第一屏，以短视频的形式展现品牌商家。加深信任感，并且可以让兴趣用户更加深入的了解品牌加盟商。

项目介绍、团队介绍、认证信息、加盟条件，将投资者所有的顾虑一一阐明，让加盟信息公开透明。

图文的讲述故事的方式让兴趣用户离品牌创始人更近，品牌认同、价值观认同这是新中产的创业燃点。





# “大魔法师”

每一个清空你购物车的都是大魔法师

## 首页-魔法帽

魔术师的帽子中总能变出各种东西，  
比如一只小白兔



## 微淘-魔法球

用带魔法的魔法球来预测未来，  
也来预测到更多的宝贝

## 消息-魔法书

魔法书里记录了各种各样的魔法咒语，  
妈咪妈咪轰，变变变~



## 购物车-魔法碗

魔法碗里面似乎有长生不老的秘密，  
快到碗里来~

## 我的淘宝-魔法盒

魔法盒子里不仅有魔法道具还有宝贝，  
快去淘到你需要的东西吧~

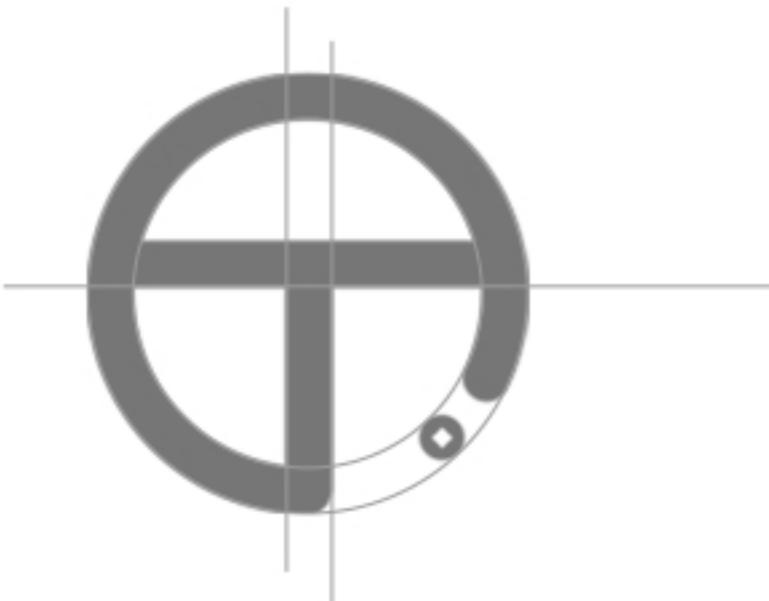


首届淘宝主题大赛  
手机浏览链接 <http://m.tb.cn/h.WDJqbOK>



# 独甲资本

独甲资本管理有限公司LOGO设计



**设计说明：**湖北独甲资本管理有限公司， 甲：第一； 独：唯一,以及中国古代货币“象征金融”。图形融合古代“甲”字的书写，唯一的一枚古钱币。整体来看遵循金融货币形式，以及采用的logo色系，象征本企业所属行业，经营业务。





# 运营视觉设计

公司进行跨境电商的项目（海购网）时，我会兼任负责运营视觉设计。

## 宣传页卡通形象设计：

以公司一位女性员工为原型绘制的卡通海购网购物形象。



## 网页ICON设计



## BANNER设计

# 优品果依VI设计



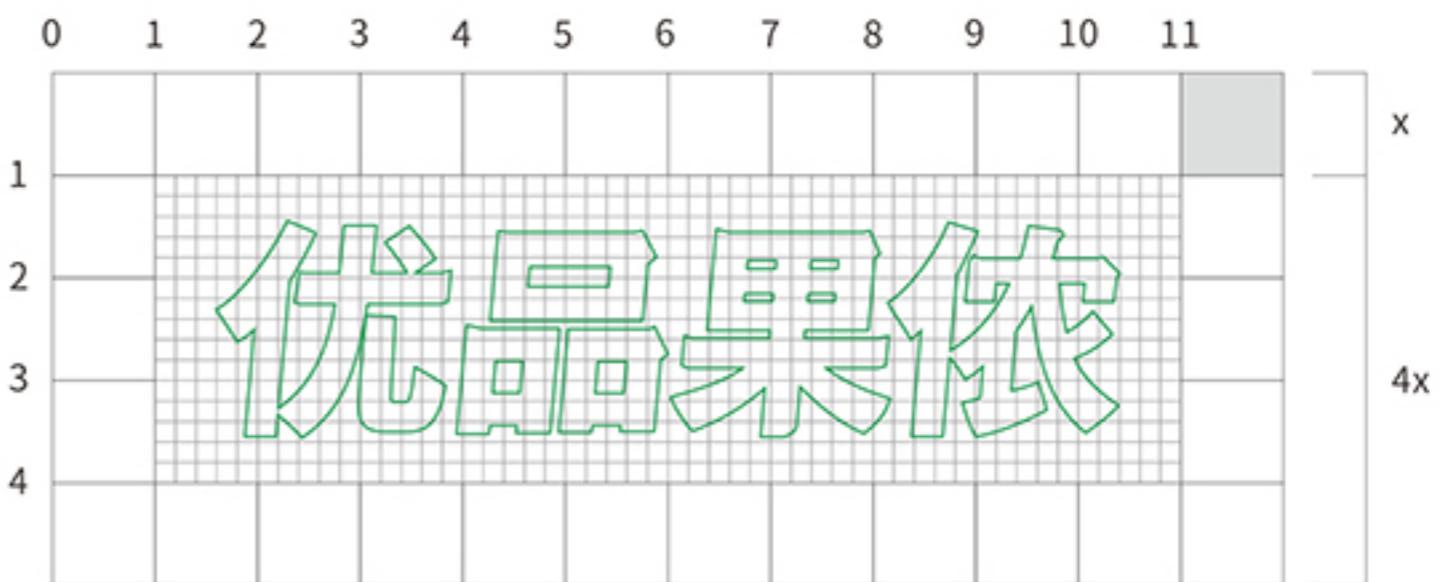
以老农夫的形象为原型，给人一种真实和蔼，值得依赖的感受。用图章的表现风格来强化承诺，保障。颜色选用绿色，代表绿色新鲜、希望和生命，象征着优品果依是一家专注全球绿色蔬果，真实、平宜近人、值得信赖的企业。



# 优品果依

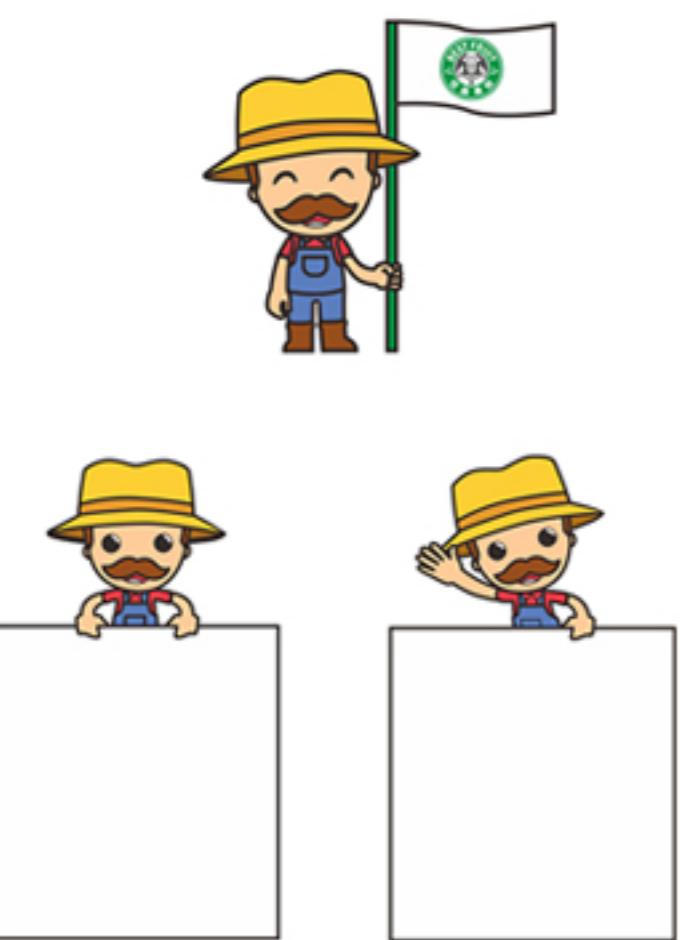
优品果依

优品果依



# 优品果侬VI设计

吉祥物展开使用规范



企业辅助图形



标识颜色色彩搭配规范

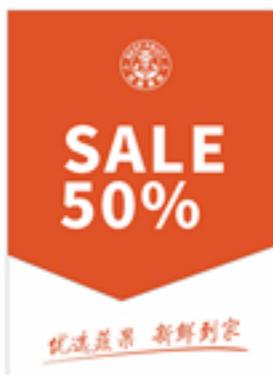
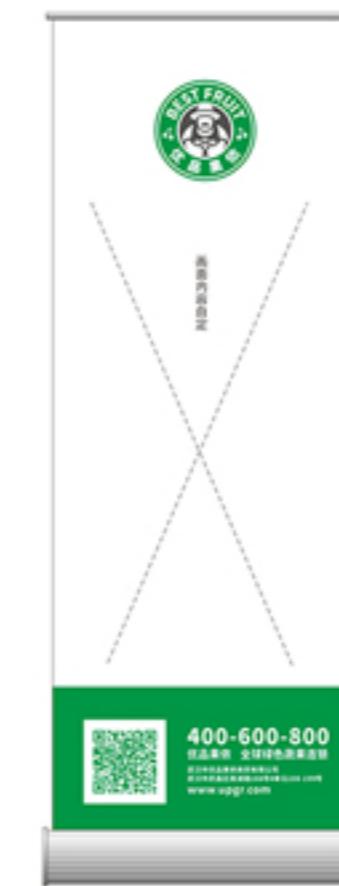


# 优品果侬VI设计

公事物用品设计



优选蔬果  
新鲜到家



## 写在最后：

你好，以上两个交互项目作品都是面向c端产品，且不是逻辑业务线复杂的项目，我选择它们放在此作品集中只因为它们在实际工作场景下更便于运用了用户体验设计的方法论，也更利于描述或讲述我在设计工作中的思考和方法，让设计过程更加的可视化了；视觉作品则是在以往工作中存留的部分作品。在我曾经的设计服务工作中其中还有面向b端产品、后台设计，有些项目已停摆或者被改动，但我还是将他们的网址链接附在下面：

卖飞机网 <http://www.mfj365.com>

壹化网 <https://www.1chemic.com>

海购网 <https://www.haigo8.com>

人动力网 <http://www.renturbo.com>

领航通航 <http://www.linghangair.com>

感谢您的耐心查看，非常希望能够加入您的团队！