

张洋

2016–2025 | UI/UX

张洋

9 年工作经验•高级UI/UX设计师



河北美术学院工业设计（全日制本科） | 13581993713 | 958726796@qq.com

简介

0-1产品设计经验 界面设计 交互设计 AI 插画 动效

毕业于河北美术学院工业设计专业。拥有丰富的0-1产品设计经验，曾深度参与多个APP的从概念到落地的完整设计流程。擅长结合业务需求与用户痛点，通过数据驱动设计优化，打造既美观又高效的产品体验。

职业亮点

全知识（教育） 服务超过**500万**用户，其重构精英天梯学习流程，优化界面交互和视觉设计，注册用户**环比增长45,354%**为公司带来**千万元**的收入

GoFun（出行） 主导核心功能设计与用户研究，提升共享出行业务的交互与视觉体验。

阿姨一点通（家政服务） 参与**150万**用户平台的产品优化，其阿姨简历改版认证时长成功**减少28%**

萌动（医疗） 设计并优化智能孕期医疗产品，为**10万+女性**用户提供服务，成功挽救了**137位宝宝**的生命。

核心能力

交互与视觉设计：擅长复杂业务场景下的用户体验优化，精通从信息架构到界面设计的全流程。

数据驱动优化：通过用户数据复盘与分析，不断完善产品功能，提升用户满意度。

创新与趋势应用：关注最新设计趋势，擅长将AI等新技术融入产品设计，赋予产品更高价值。

设计理念

以用户需求为核心，平衡商业目标与用户体验。

善于通过简洁优雅的设计解决复杂问题。

持续学习新方法，保持对设计的热情与紧迫感。

工作经历

- 2023/05—2025/01
完美世界（教育业务）
全知识（教育）
负责全知识APP产品交互和界面设计，其中精英天梯改版注册用户注册用户环比增长45,354%为公司带来千万元的收入。通过AI为产品赋能，其中文史天梯互动界面获得用户一致好评。
- 2022/08—2023/05
首汽智行科技有限公司
GoFun出行（出行）
独立负责GoFun出行+GoFun商户移动端等产品交互和界面设计，和产品经理一起构思创意梳理需求提供设计支持，关注线上数据收集各端用户反馈，提升产品使用体验和易用性。
- 2020/07—2022/03
58·天鹅到家
阿姨一点通（家政服务）
主要负责阿姨端核心功能改版、用户调研和组件库重构。根据产品核心目标、整体规划和阶段性策略输出需求功能流程图、交互流程图和视觉设计稿，跟进功能上线，后期数据收集分析。
- 2016/08—2020/07
传世未来（北京）信息科技有限公司
项目1-萌动（医疗）
对APP功能进行改版优化，和产品经理一起参与到产品功能的讨论，梳理并结合业务和用户需求输出可行的优化方案不断挖掘用户终身价值对已上线功能定期复盘结合用户数据不断的对功能讲行完善。
项目2-奇跑线（教育）
独立负责“奇跑线”的界面和交互设计，通过用户调研竞品分析等总结出产品的不足和优化点、确定产品设计风格和调性。和产品经理一起讨论功能和交互跳转逻辑，制定设计规范、阶段性收集用户反馈并进行可用性分析，与工程师密切配合保证产品实现最优效果。



全知识x精英天梯





产品介绍

全知识是国内知名的专业人文社科APP，注册用户500W+。致力于高效地为用户呈现系统化、脉络化的知识，打造系统、权威、全面的内容社区平台。精英天梯是全知识内 8-16 岁通识教育产品



主要负责

界面UI设计，也主动参与了用户调研、功能结构、交互细节、游戏化激励等模块的设计优化

22年

23年

最初方案直接复用成年人天梯的设计思路，
上线1年效果不理想

● 注册用户 130 人

● 周活用户 8 人

● 日平均学习时长约 1 分钟

● 全部用户停留在 1 层级

3个关键问题

通过用户访谈和后台数据，我们发现了3个关键问题

课程形式为图文，孩子理解难

学习流程单一，记不住、学完就忘

页面风格不吸引青少年

项目目标

围绕“看得懂、记得住、愿意学”三个核心诉求，提升整体的学习动机与学习完成率

解决方案

第一 先优化课程形式，让用户看到懂

第二 优化学习流程，让知识点记得住

第三 优化交互，让学习有动力

第四 优化UI界面，让用户喜欢用

第一：先优化课程形式，让用户看到懂

全知识x精英天梯

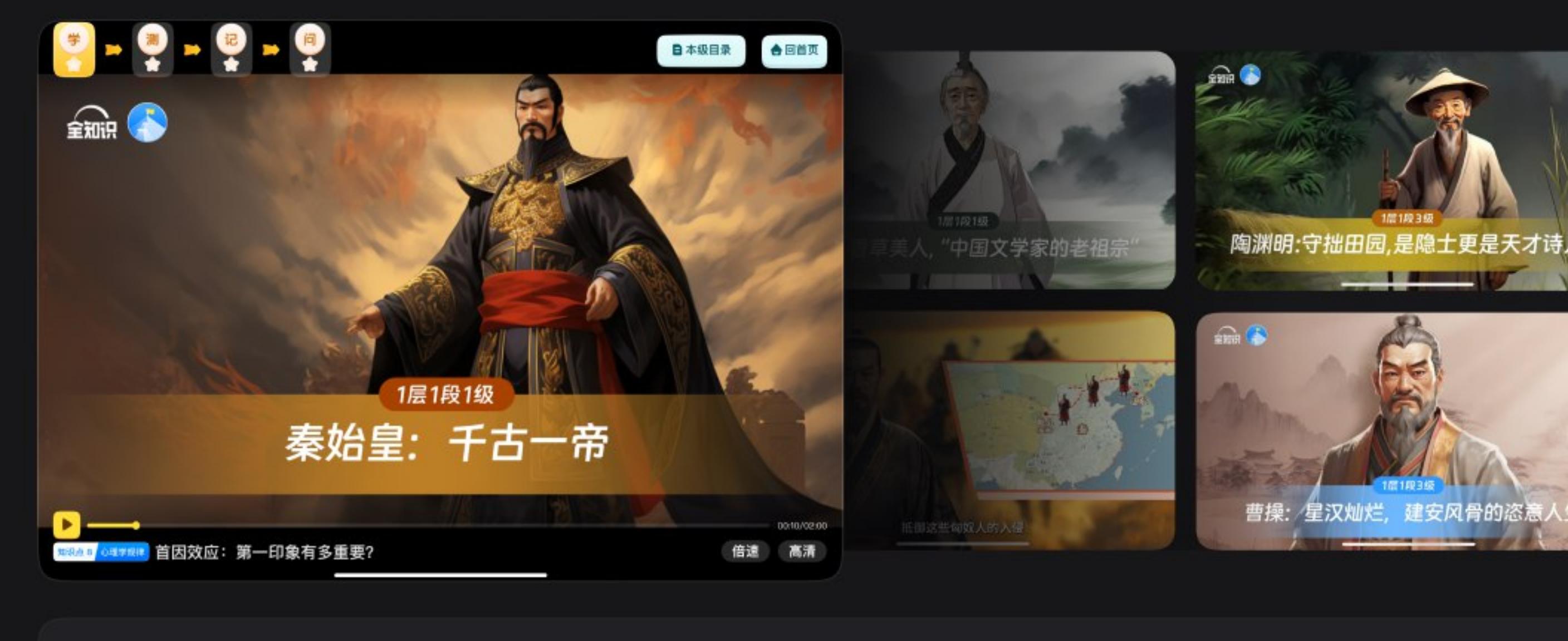
调研时发现【课程学习页】对于低年级的用户文字阅读门槛高，不适合8-10岁用户。并且文字阅读枯燥乏味缺少趣味性，很难提升用户学习兴趣。

而视频的方式能解决这个问题。通过和教研老师研究发现，可以利用AI生成课程中的视觉素材，再将内容剪辑为视频形式。不仅节约成本还能让用户看的懂。

旧版学习页



新版学习页

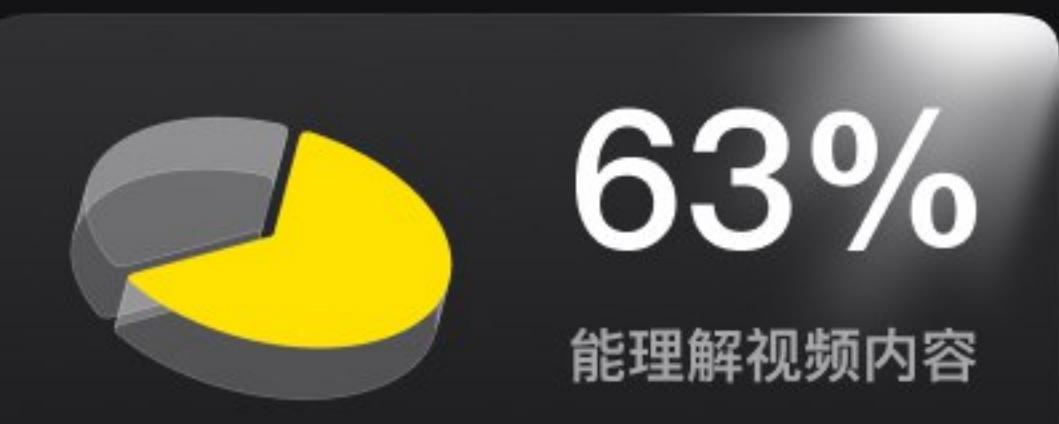


视频使用第一视角与名人对话的方式，AI还原真实历史人物形象。提升学习体验增加学习乐趣

第一：先优化课程形式，让用户看到懂

全知识x精英天梯

上线后视频模块数据收集



通过AI将 408 个视频在 5 个月内陆续上线完成。上线后对视频又做了调研。结果显示 63% 用户反馈孩子能理解视频中的大部分内容； 22% 用户反馈视频有些短； 15% 用户反馈视频讲的快；后续我们根据用户反馈进一步优化视频观看体验。



通过这次利用AI并解决业务问题的经历，让我认识到AI还有更多潜力有待被挖掘，并在后续工作中会刻意的将AI融入到不同项目中去。

第二：优化学习流程，让用户记得住

全知识x精英天梯

学习流程



之前的学习流程太简单，只有学和测2个环节，无法达到巩固记忆的效果。最好的学习方式是重复再加上用户自己的话说出来。于是我们将之前的【学+测】扩展为【学+测+记+问】4个流程，更符合记忆特性

流程复盘

产品上线后经过问卷调研获得的反馈有 70% 的孩子会在生活中用到天梯的知识点。

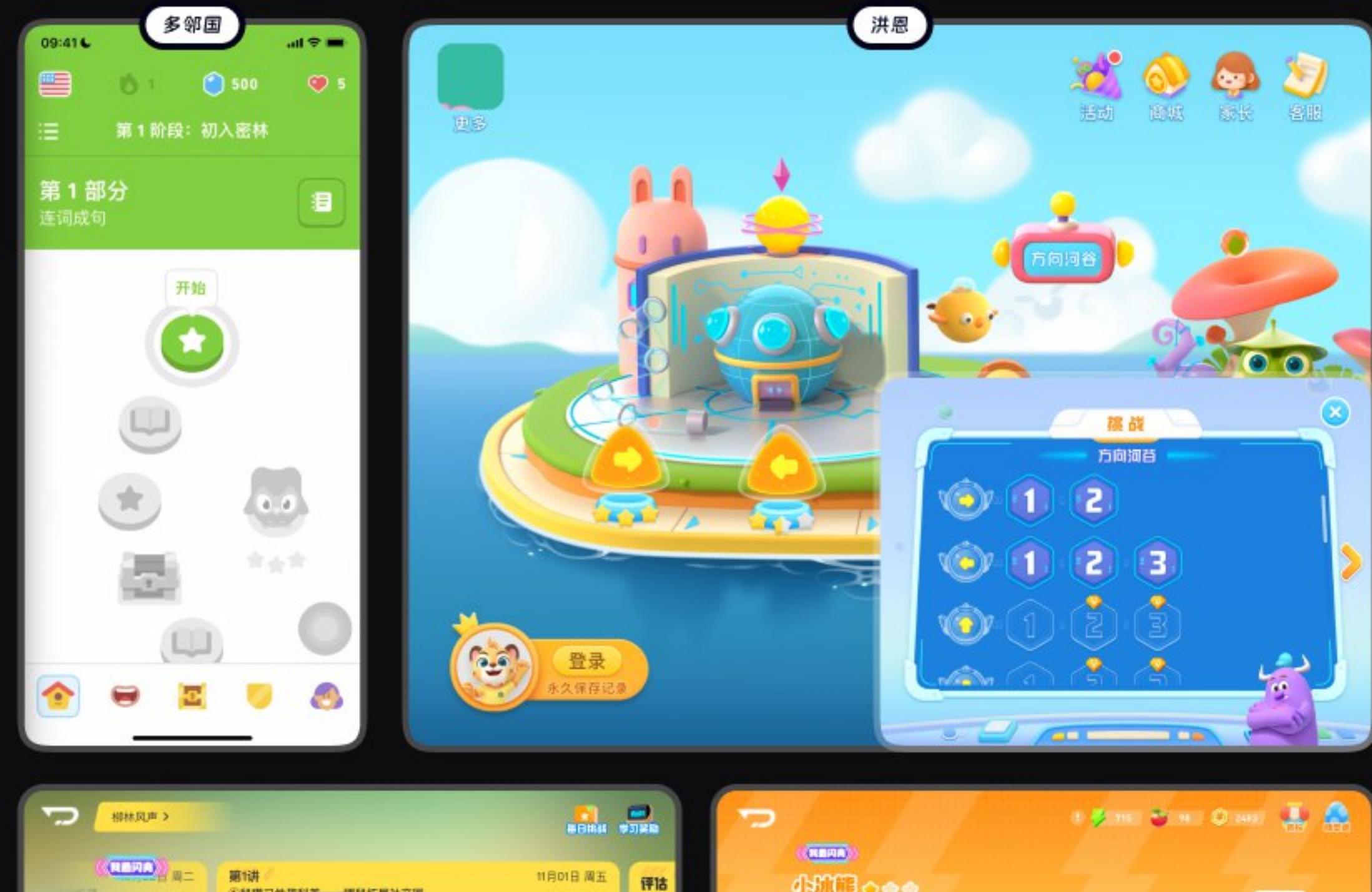
【问】环节累计收到用户想法上万条有效数据，说明用户会积极的参与并利用所学的知识点来表述自己的想法

第三：优化交互，让学习有动力

全知识x精英天梯

竞品分析

通过对比竞品发现一个共同的点是【游戏化】的学习方式。优势可以让学习更轻松同时也能提升趣味性让学习更有动力。所以此次交互方式优化核心策略是以游戏化的交互提升学习乐趣。



设计方案



引入关卡式的学习方式并加入奖励机制

第三：优化交互，让学习有动力

全知识x精英天梯



第四：优化UI界面，让用户喜欢用

全知识x精英天梯

同样通过调研竞品发现游戏化的交互搭配游戏风格的界面更能提升学习兴趣，此次UI改版的核心策略是以游戏化的风格让用户喜欢用。

通过加入太空主题、调整配色、增加音效和操作触感反馈提升学习乐趣，还调整了适合8-16岁用户的字号大小减轻学习疲劳



太空主题

01



调整配色

02



亲和力的设计

03



触感反馈

04



字号

05

第四：优化UI界面，让用户喜欢用

全知识x精英天梯

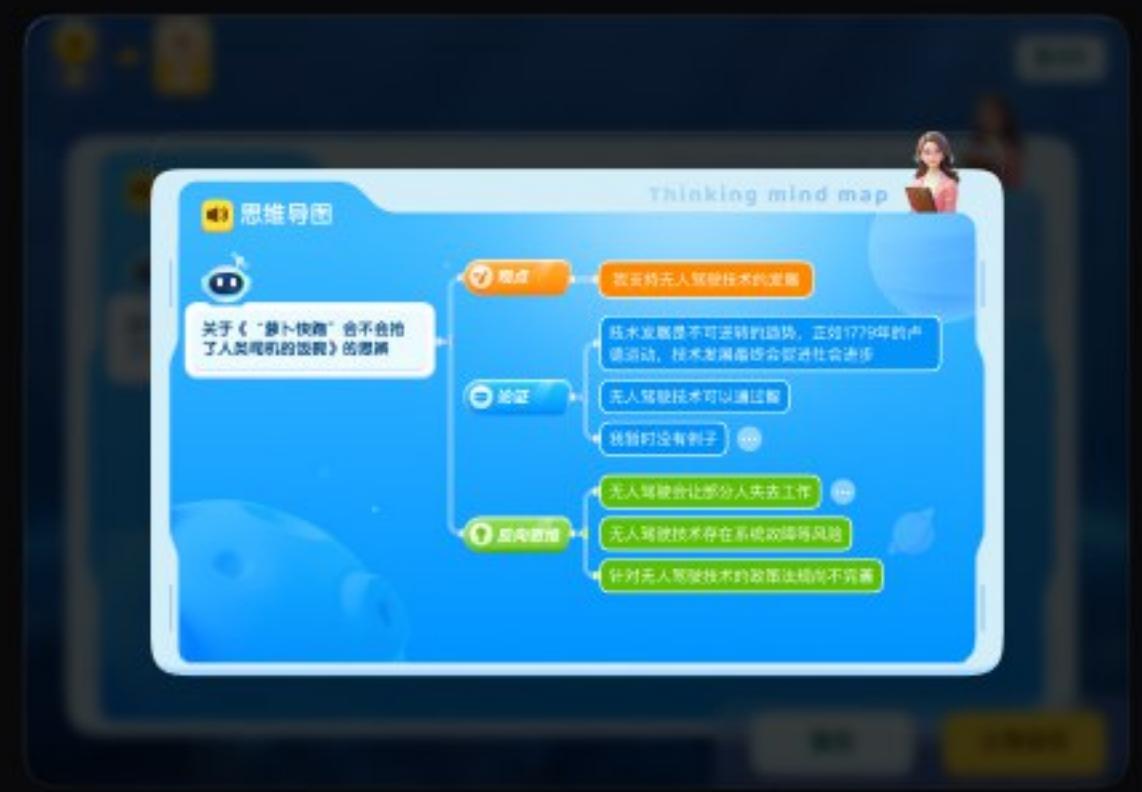
1、太空主题

太空象征着探索与发现，能够激发孩子们的想象力和创造力，同一主题可以为产品提供统一的视觉语言。

动态宇宙主题的背景



有科技感边框



太空舱元素设计



科技感卡片



第四：优化UI界面，让用户喜欢用

全知识x精英天梯

1、太空主题-徽章体系



第四：优化UI界面，让用户喜欢用

全知识x精英天梯

2、调整配色

8-16岁用户对颜色
感知特点



对高对比度颜色敏感

明亮、高饱和度的配色更容易吸引他们的注意力，而低对比度的柔和色调可能显得不够生动。



情绪与颜色的关联增强

孩子开始将颜色与情绪或概念联系起来，例如：
-蓝色：冷静、科技、信任
-红色：兴奋、活力、紧急



关注舒适性与注意力

-过于刺眼或杂乱的配色会导致视觉疲劳，而单调的颜色难以保持兴趣。
-需要在吸引力和舒适性之间找到平衡，确保长时间使用不引起不适。

第四：优化UI界面，让用户喜欢用

全知识x精英天梯

2、调整配色/确定颜色

高对比度



在RGB色轮中黄色和蓝色为互补色的亮度差异大，适合吸引8-16岁孩子的注意力，符合教育产品设计需求

情绪联系

黄色带来欢乐和乐观，增加页面活力和吸引力。

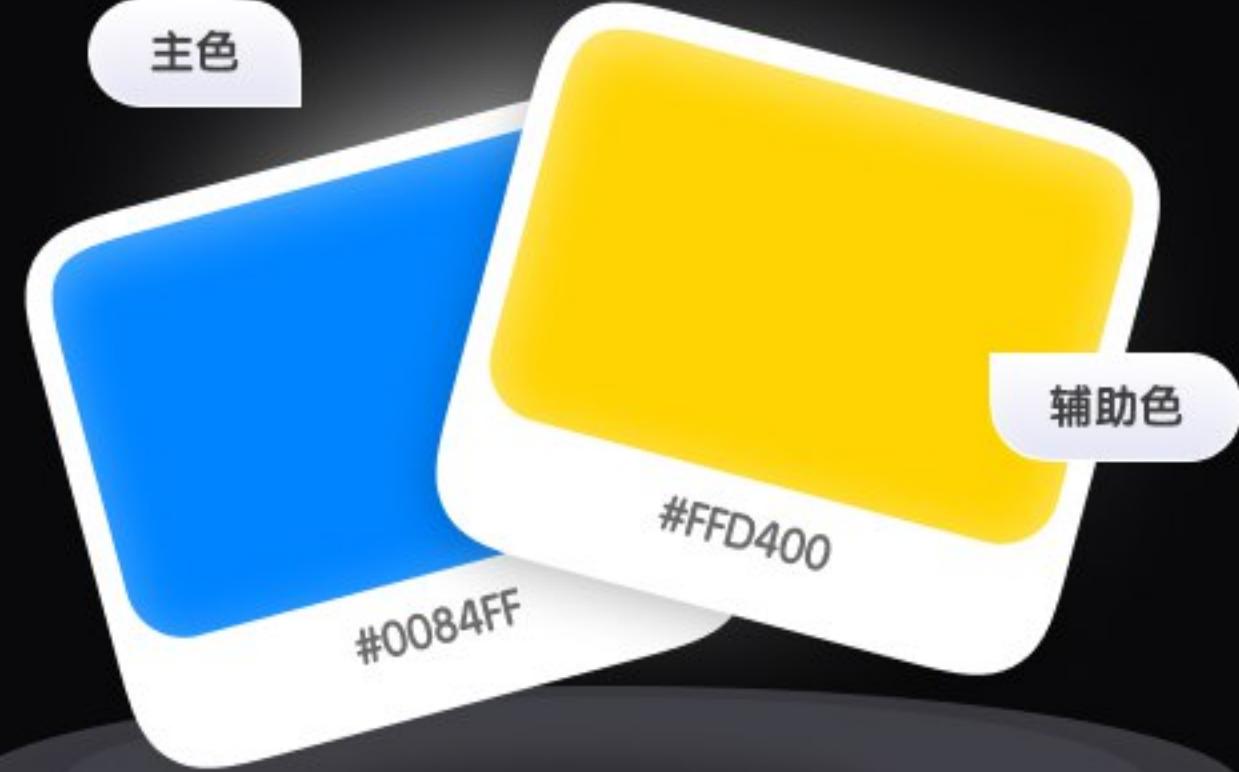
蓝色象征宇宙的深邃与神秘，传递探索未知的氛围，带来信任和稳定。

它们的组合创造平衡感

关注舒适性
与注意力

蓝色：适合作为背景色，避免界面过于跳跃。

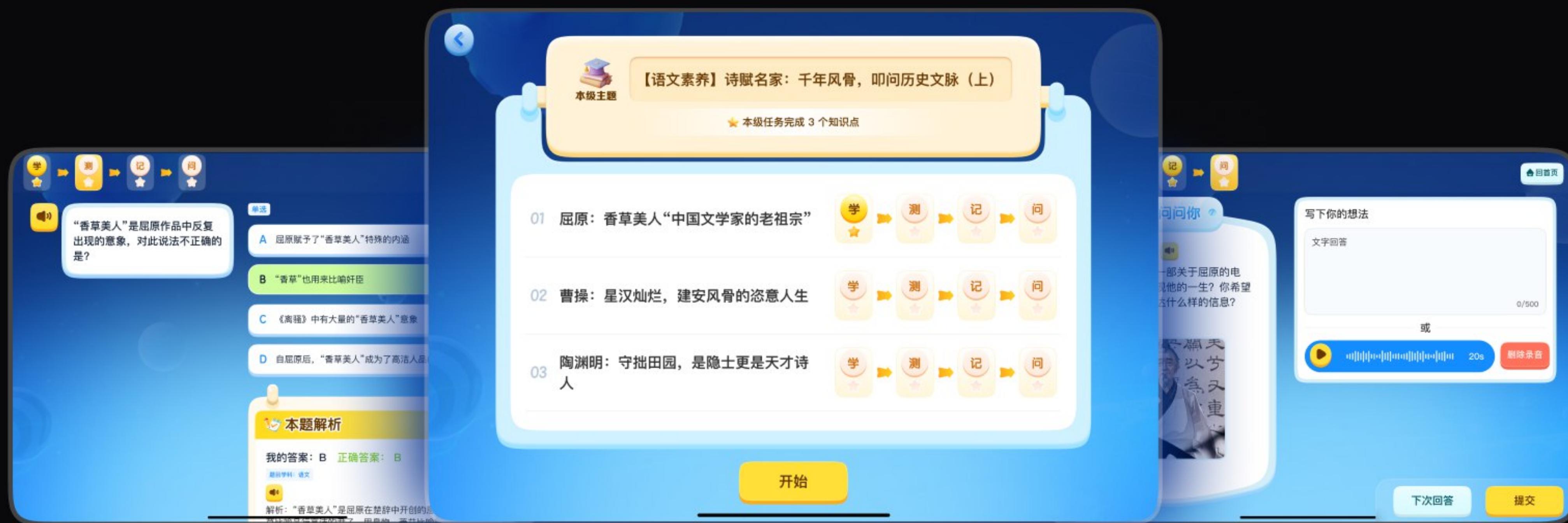
黄色：适合用于按钮、图标或关键交互区域，吸引孩子注意力



第四：优化UI界面，让用户喜欢用

全知识x精英天梯

2、调整配色/在页面中的应用



第四：优化UI界面，让用户喜欢用

全知识x精英天梯

3、亲和力的设计

图标风格

圆润边角、可爱造型、高饱和暖色系及柔和渐变的图标设计，使界面亲和活泼，符合儿童产品风格并快速吸引注意力。



加入3D风格图标，更具吸引力

界面元素



界面元素统一增加厚度，视觉上更丰富，同时有利于保持风格统一



功能类图标，使用更大的圆角

提交 提交

默认

点击

按钮通过厚度实现按下效果提升趣味性

4、触感反馈

在 apple 设计规范中，震动反馈分为4种等级。合理使用不同等级的震动可以增强用户体验

等级	描述	使用场景
轻触	轻微的短促振动	日常轻微交互，如滑动界面、滑动进度条 或 知识点列表滑动操作
轻敲	中等强度的振动	按钮点击、任务完成确认或列表项选择
强烈	较强的振动	重要操作确认，如进入新的台阶、解锁新宝箱 或 测试成功
警告	最强的振动	紧急情况，如网络断开、错误输入或系统故障

5、字号规范

儿童到 8 岁时视力已接近成人水平，但 阅读习惯 和 注意力 可能需要更大的字体以确保舒适性和可读性，以下是匹配此年龄段用户对字号做的调整

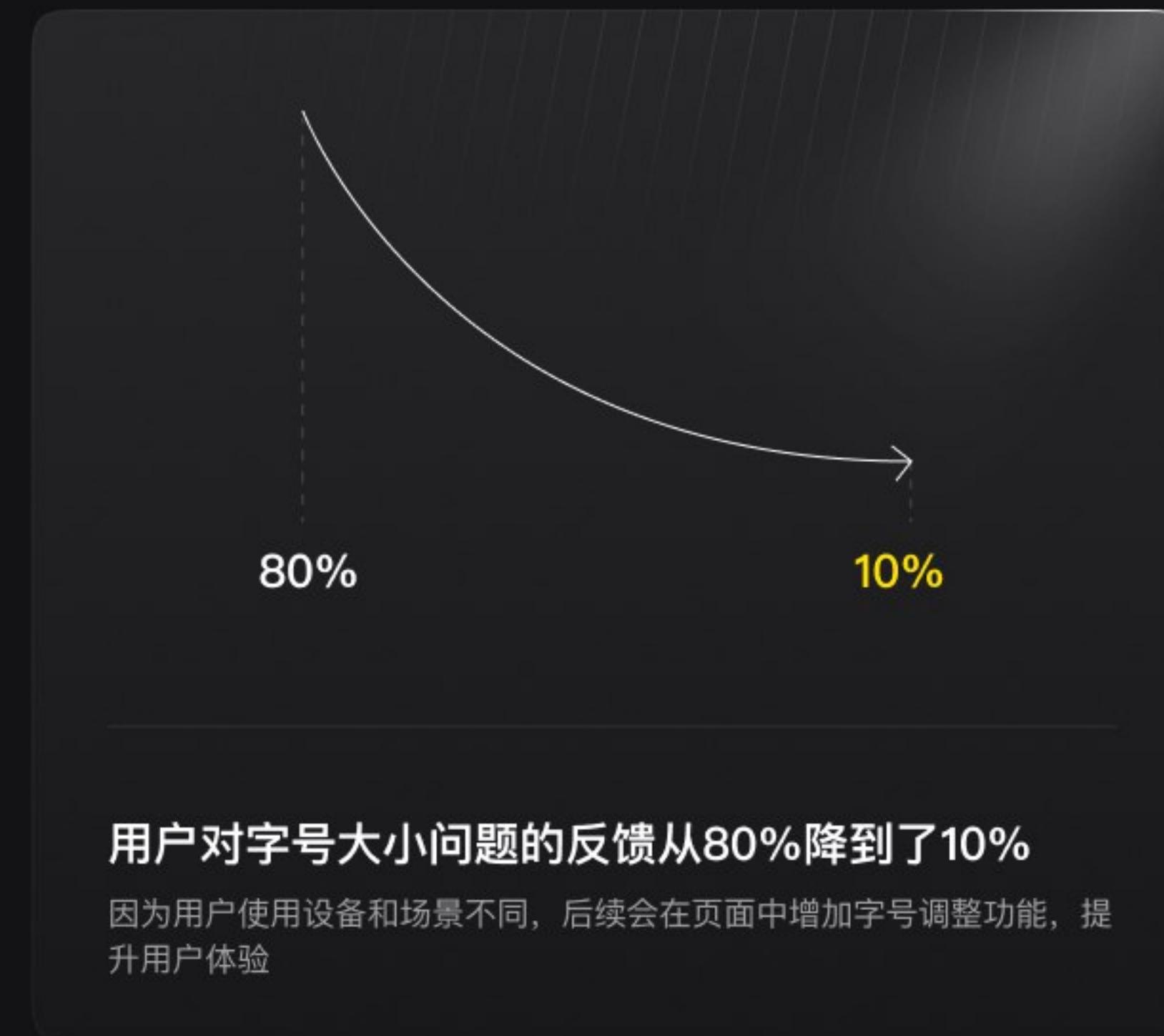
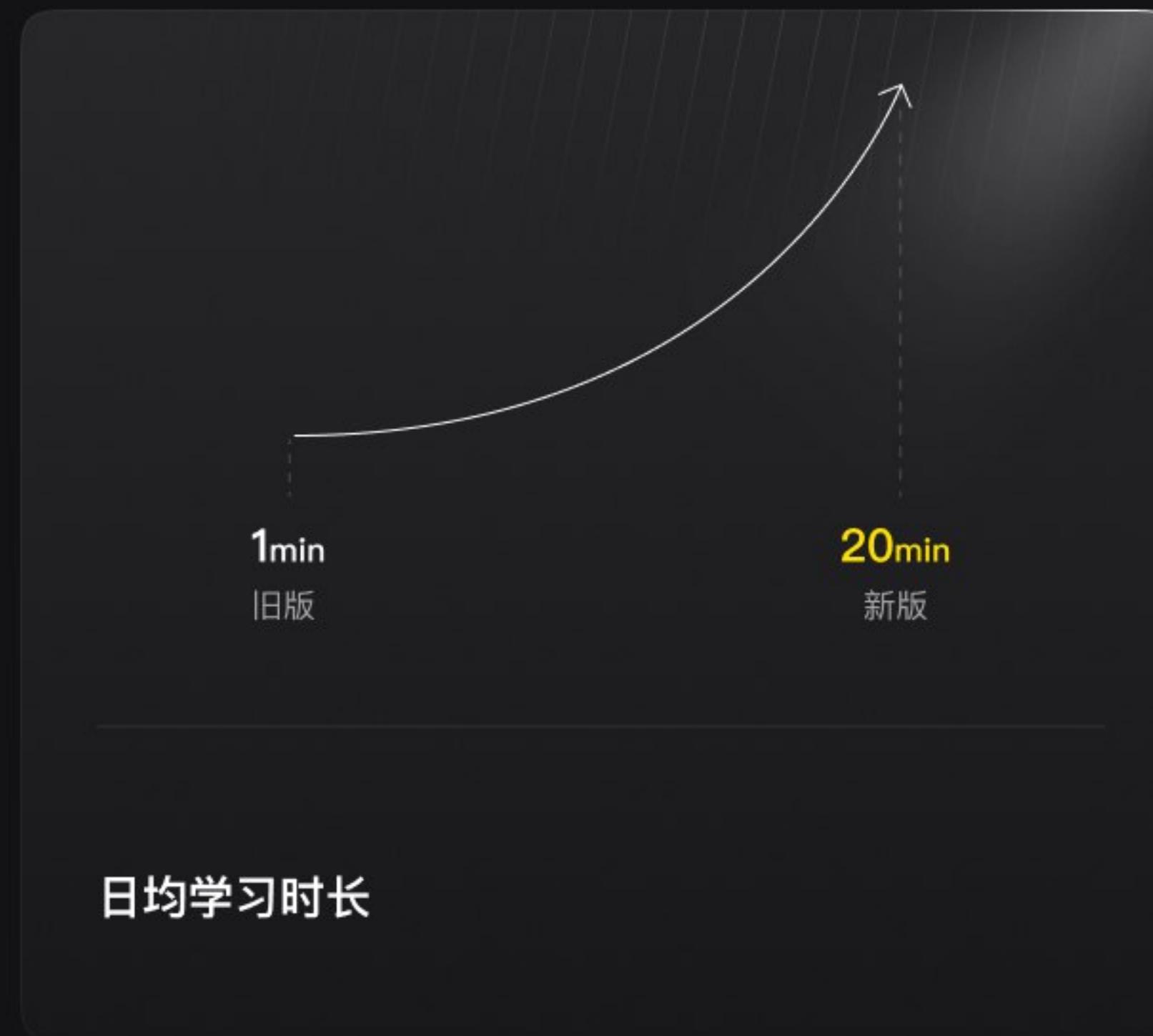
40	大标题	用于结果提示，突出标题。在功能层不用
32	大标题	用于功能模块标题
24	副标题	用于子模块标题
20	正文	常用字号
17	副文本	常用字号
15	描述类文本	辅助信息
13	说明类文本	特殊场景，跟在主要内容后做补充说明，低层级

单位:pt

第四：优化UI界面，让用户喜欢用

全知识x精英天梯

从调研结果和后台数据结果显示



用户对字号大小问题的反馈从80%降到了10%

因为用户使用设备和场景不同，后续会在页面中增加字号调整功能，提升用户体验

这些增长得益于新功能优化（如学习方式调整、界面的游戏化）和 达人直播

注册用户

↗ **45,354%**

注册用户环比增长

学习通关

0人 ↗ **306** 人

学习通关实现0突破

学习时长

1 min ↗ **20** min

日均学习时长从1分钟提升至20分钟

日活

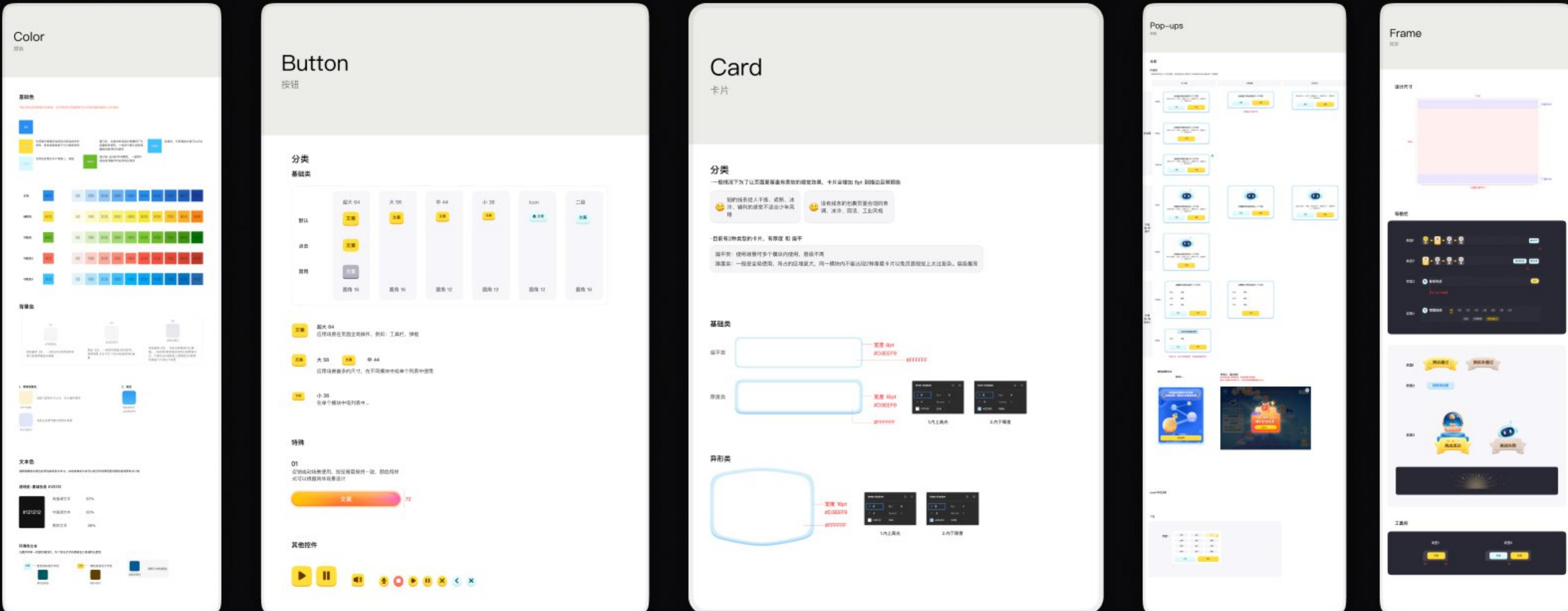
1.14 人 ↗ **800** +

通过产品改版，日活跃用户（DAU）从旧版的1.14人/天跃升至800人/天，绝对值增加近799人，增长率超过70,000%。

其他-组件库

全知识x精英天梯

因新的设计风格导致旧版组件90%会被替代，所以推动研发将新组件代码化成了最大挑战。经过项目前期会议沟通做好预期规划到优先迭代通用组件，最后按期完成了新组件的更新



更多界面

全知识x精英天梯



The image displays a 5x4 grid of screenshots from a Chinese educational application, likely 'Xiao Xiong' (Little Bear). The screenshots illustrate various interactive features:

- Top Row:**
 - Left: A news quiz interface with a blue theme, showing a list of questions and a progress bar.
 - Middle: An AI interaction screen where a user asks a question, and the AI provides a response with a video thumbnail.
 - Right: Another AI interaction screen showing a question about a movie and multiple-choice answers.
- Second Row:**
 - Left: A challenge completion screen titled 'Challenge Success' with a gold star icon.
 - Middle: A news quiz interface with a blue theme, showing a list of questions and a progress bar.
 - Right: An AI interaction screen showing a question and a response from a user named 'Malay'.
- Third Row:**
 - Left: A news quiz interface with a blue theme, showing a list of questions and a progress bar.
 - Middle: An AI interaction screen showing a question and a response from a user named 'Wang Hua'.
 - Right: A news quiz interface with a blue theme, showing a list of questions and a progress bar.
- Fourth Row:**
 - Left: A news quiz interface with a green theme, showing a list of questions and a progress bar.
 - Middle: A 'Thinking mind map' feature showing a diagram related to 'The Kick of the Cat' (猫脚效应).
 - Right: An achievement board titled 'My Achievements' (我的成就) showing various milestones.
- Fifth Row:**
 - Left: A news quiz interface with a green theme, showing a list of questions and a progress bar.
 - Middle: A game-like challenge interface with a blue theme, showing a character standing on a platform.
 - Right: A news quiz interface with a green theme, showing a list of questions and a progress bar.
- Sixth Row:**
 - Left: A news quiz interface with a green theme, showing a list of questions and a progress bar.
 - Middle: A news quiz interface with a blue theme, showing a list of questions and a progress bar.
 - Right: A news quiz interface with a green theme, showing a list of questions and a progress bar.

虽然现在的数据比之前好很多，但是70%的用户停留在1层，目前想到3个优化点：

① 提升星星币的收集感

优化方向：

采用瓶子收集星星币

- 收集感更强，直观又有趣
- 和物理世界产生映射，更有代入感
- 根据心理学知识，人有完美情节会更愿意填满某些容器的欲望



② 提升学习动力

优化方向：

增加虚拟宠物功能

根据竞品分析发现虚拟宠物可以提升用户的粘性

- 1、通过喂养虚拟宠物，孩子主动通过学习换取学习币的动力会提高
- 2、虚拟宠物的周边也能有效的消耗学习币

③ 优化视频风格

优化方向：

修改视频风格

根据后台数据显示我们主要用户为8-10岁，此阶段用户更喜欢卡通类风格的视频。目前视频风格偏写实，不太符合用户的喜好。



小天

产品IP-小天

一个具备智能对话与共情能力的虚拟伙伴。它既是学习助手，又是心理陪伴者，更是安全守护者。

三大核心功能



学习助手

提醒上课与复习，帮助规划学习节奏



心理伙伴

能察觉孩子情绪波动，提供积极反馈与正念引导



安全守护者

在识别到异常心理信号或潜在欺凌风险时，智能通知家长进行关注

项目背景

在我过往的教育类项目中，我反复感受到一个矛盾的现象：孩子们在学习上的竞争越来越激烈，但心理健康却被忽视。当今的教育环境中，学业焦虑、情绪困扰、校园压力成为孩子成长过程中的“隐性负担”。数据显示，中国儿童青少年抑郁症状检出率约为26%，这并非个别问题，而是普遍现象。

与此同时，无论学校还是教育机构，心理学课程仍然稀缺。少，不代表不重要。心理健康正逐渐成为继学习成绩之后，学校与家庭的第二个关键关注指标。



问题定义

孩子需要的不仅是知识的灌输，更需要情绪的理解与心理的支持。但现实中存在三大缺口：

1 学习工具注重效率，却缺乏心理陪伴

2 学校心理教育覆盖面小，干预滞后

3 家长难以及时察觉孩子的心理变化

设计理念

我认为，心理学是每个人都该尽早学习的知识。它让我们理解自己的情绪来源，学会自我觉察与调节，做到“**不被情绪控制，而是掌控情绪**”。

如《蛤蟆先生去看心理医生》中所说——高情商的人拥有强大的自我意识，能理解、管理自己的情绪，并懂得延迟满足、避免冲动。

这些能力，正是未来社会中真正的“核心竞争力”。因此，我希望通过设计一个“**有温度的智能IP伙伴**”，让**心理教育**不再只是课堂中的课程，而是孩子日常生活中随时可触的体验。

解决方案

一个具备智能对话与共情能力的虚拟伙伴。它既是学习助手，又是心理陪伴者，更是安全守护者。

三大核心功能



学习助手
提醒上课与复习，帮助规划学习节奏



心理伙伴
能察觉孩子情绪波动，提供积极反馈与正念引导



安全守护者
在识别到异常心理信号或潜在欺凌风险时，智能通知家长进行关注

交互特点



对话语气温暖自然，贴近儿童表达习惯



拥有情绪识别与安抚机制



具备AI驱动的学习与心理成长建议



具象化为可随身携带的小型实物IP，增强陪伴感与信任度

使用场景



场景一：学习日常助手

时间：每天放学回家

功能：时间提醒 + 学习复盘 + 情绪陪伴

- IP语气轻快：“今天的数学题做得不错！要不要我们一起复习一下昨天错的那道题？”
- 孩子做题卡壳，IP识别到语音焦躁：“别急，我们一步一步来。要不要我给你讲个小故事放松一下？”
- 系统同步生成学习报告，家长端只看进度不看成绩，避免焦虑。



场景二：心理小伙伴

时间：考试前夕 / 被批评后

功能：情绪安抚 + 正向引导

- 孩子说：“我不想去学校。”
- IP温和回应：“是不是今天有点紧张？有时候我们都会害怕表现不好。要不要我教你一个放松的小练习？”
- 之后带领进行 1 分钟呼吸冥想，引导孩子说出内心真实感受。

使用场景



场景三：校园安全守护

时间：放学后 / 网络聊天时

功能：行为监测 + 安全反馈

- 当检测到孩子输入“被同学嘲笑”“不敢告诉老师”等关键词，
- IP会温柔提示：“听起来这让你有点难过，要不要告诉我更多？我可以帮你想办法。”
- 若识别为潜在欺凌事件，系统生成匿名“安全提示”给家长端，提醒关注孩子情绪状态。



场景四：成长记录与情绪日志

功能：培养心理韧性与自我表达

- 每晚IP引导孩子回答3个问题：
 - 1、今天最开心的事情是什么？
 - 2、有没有让你有点生气或难过的事？
 - 3、明天想对自己说什么？
- 形成“情绪日记”，用图形/色彩展示心情趋势，让孩子理解“情绪也是可以被看见和管理的”。



阿姨一点通APP



阿姨一点通作为天鹅到家劳动者侧工具类APP，核心功能有找工作、职业技能提升和职业生活圈，累计注册用户 150万，是到家重要的劳动者输送和管理平台。



项目背景

阿姨简历功能作为天鹅到家劳动者输入主要入口，阿姨数量直接影响C端匹配成功率。目前线上自然用户简历填写流失严重，完成率低



业务目标

提升简历认证用户数量和简历质量





背景

为了从不同角度了解真实信息，除了用户侧访谈外决定对业务侧的有关人员进行面对面访谈。另外由于此次需求时间比较紧张并未预留调研时间，以下调研过程全部通过午休时间和其他时间来完成，虽然在精细度上有所欠缺，但是同样收获了很多有价值信息

用户侧

方式 定性访谈 操作演示

人数 月嫂 5 人 保姆 5 人

目标

了解用户习惯和简历填写时遇到的问题来分析线上流程的合理性

业务侧

方式 定性访谈 观察工作方式

人数 部门经理 1 人 招商人员 3 人 运营 2 人

目标

- 1、工作流程与内容
- 2、工作中遇到最多的问题有哪些

业务背景

机会点

认证门槛比较高

需7步（包含25个问题）

拆分信息，简化认证所需信息数量

业务

审核时间长

简历填写成功后部分信息需要人工审核，平均时间2-4个工作日

重新制定认证所需的信息，将认证所需信息统一为机器审核，提高认证效率

简历代写

线上95%的简历都是由招商人员代写。同时招商人员也能提升绩效

优化招商人员的绩效考核规则，减少人员的干预

提高用户自身的填写效率，降低人工成本

特征

机会点

年龄30-50岁之间 互联网认知较少 喜欢接触新知识

简化页面信息结构，保证清晰易阅读

用户

学习速度较慢 不习惯手机键盘输入信息 学历普遍不高

减少信息手动录入，更多使用选填的方式，提高录入效率

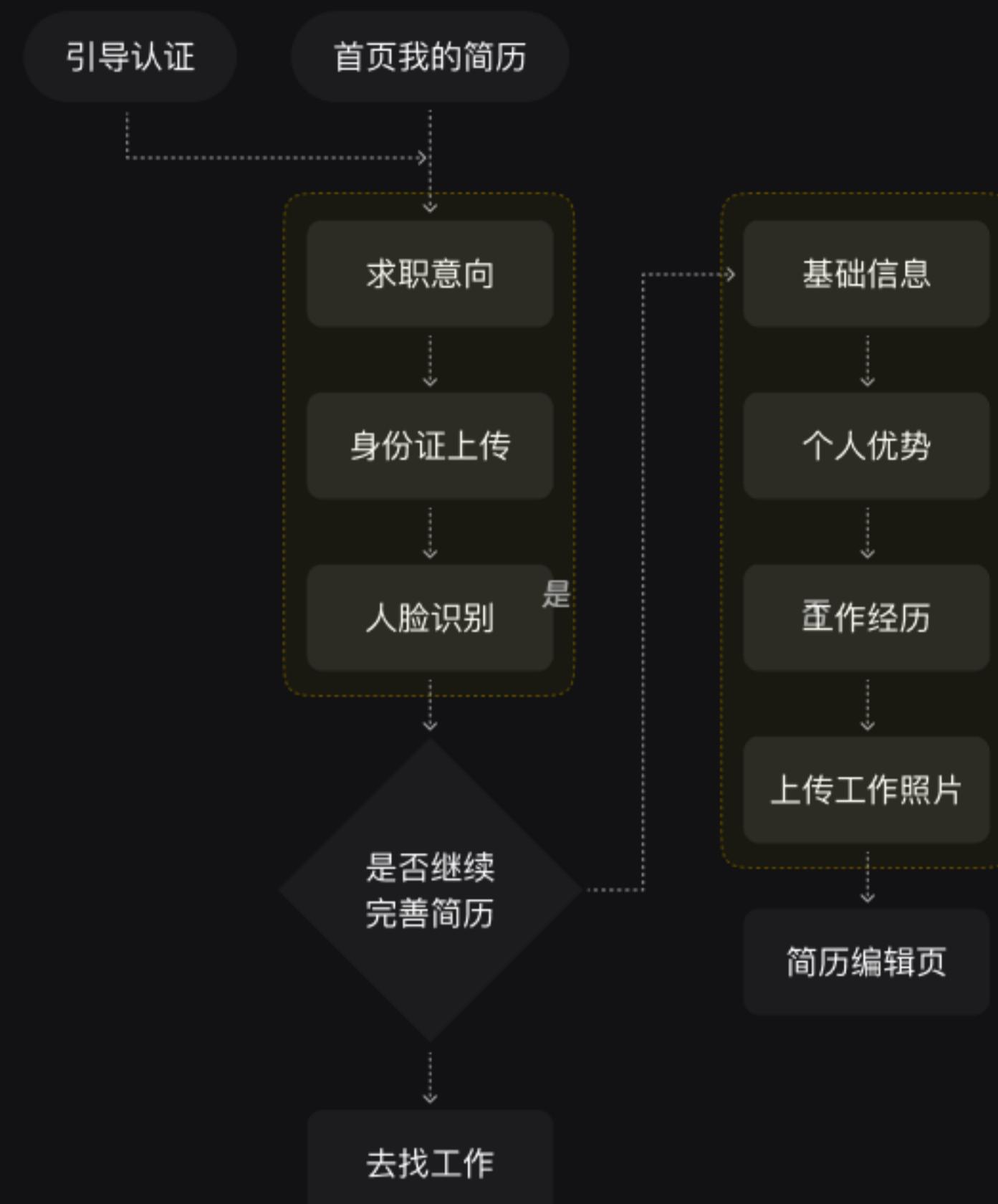
界面文字阅读吃力 对简历功能认知不够

线下培训中增加“高分简历”对找工作重要性的宣讲，提高认知



| 简化认证流程

- 重新调整了认证商家条件限制，将认证信息整合在一个流程中，只需要3步就可以认证成功开始找工作，减轻了信息录入的压力
- 认证和辅助信息统一在一套流程，降低跳出频率，用户只需沉浸在一个流程中就可以生成高质量简历

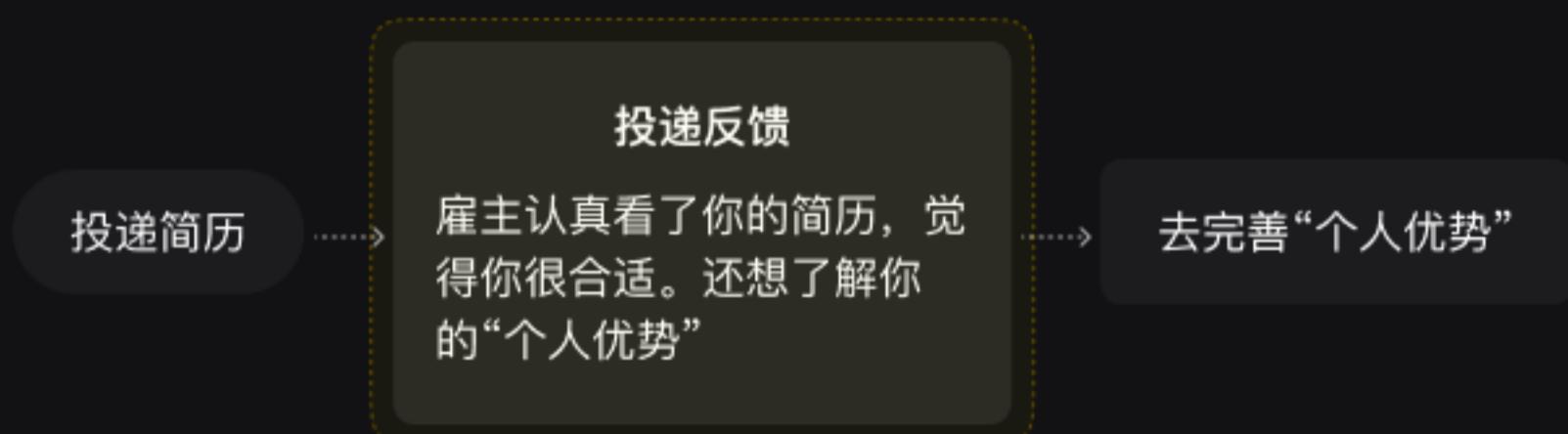


| 减轻压力

- 认证完成后设置节点，用户可以选择是否继续填写，减轻填写压力

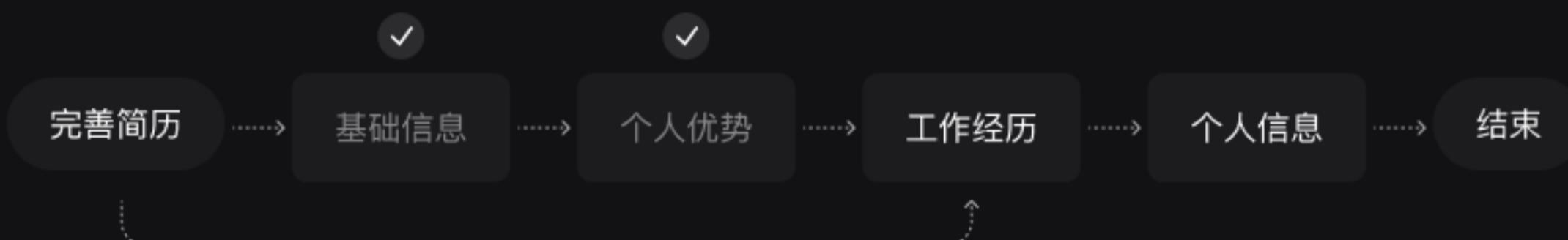
| 提升认知

- 通过投递拦截反馈弹框告知劳动者雇主会优先看简历，让劳动者注重简历的完整度



| 交互优化快速定位

- 如果用户在某个节点继续完善简历可直接跳到未完善页面，提高完善效率



| 审核权限修改

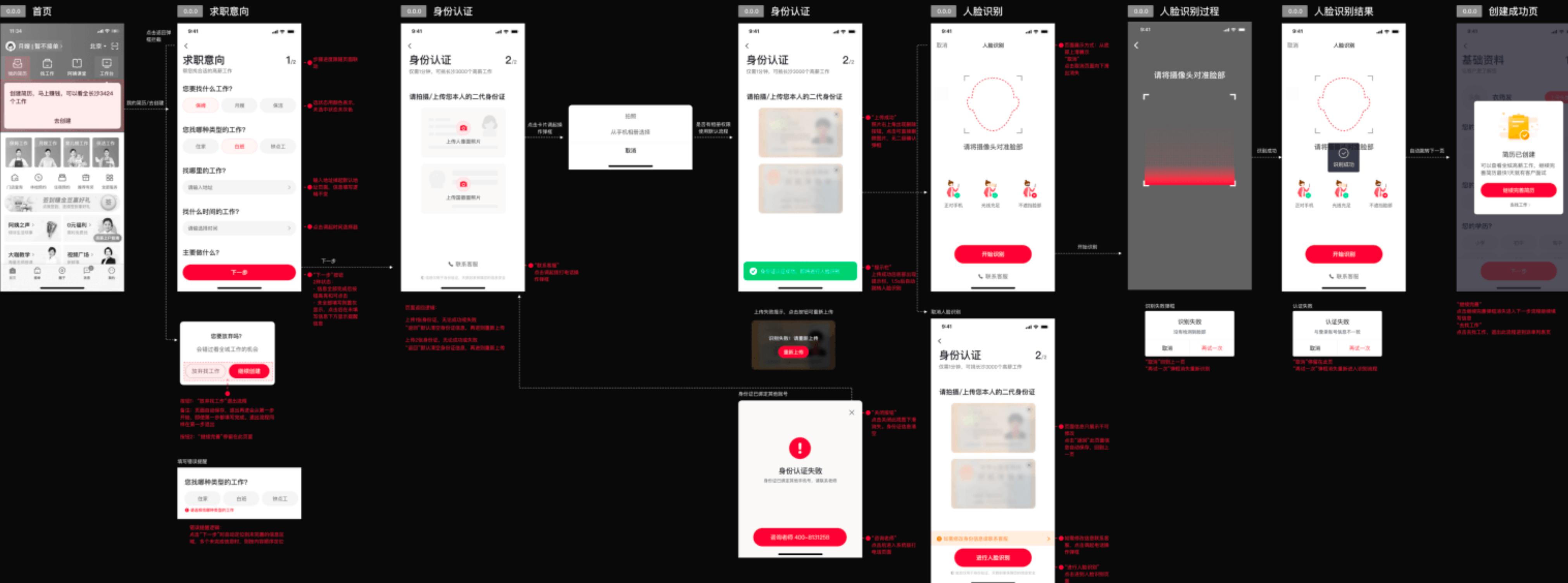
- 取消招商对简历审核权限



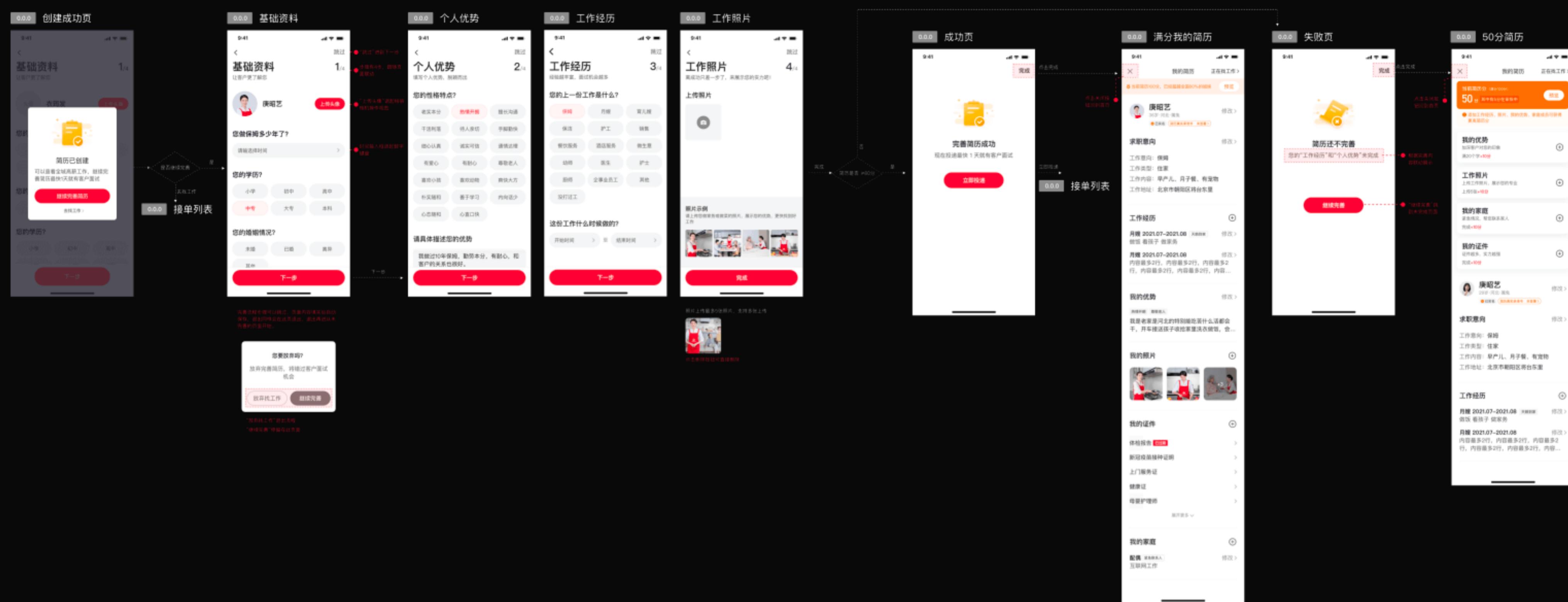
设计方案 • 交互流程

天鹅到家-阿姨简历改版

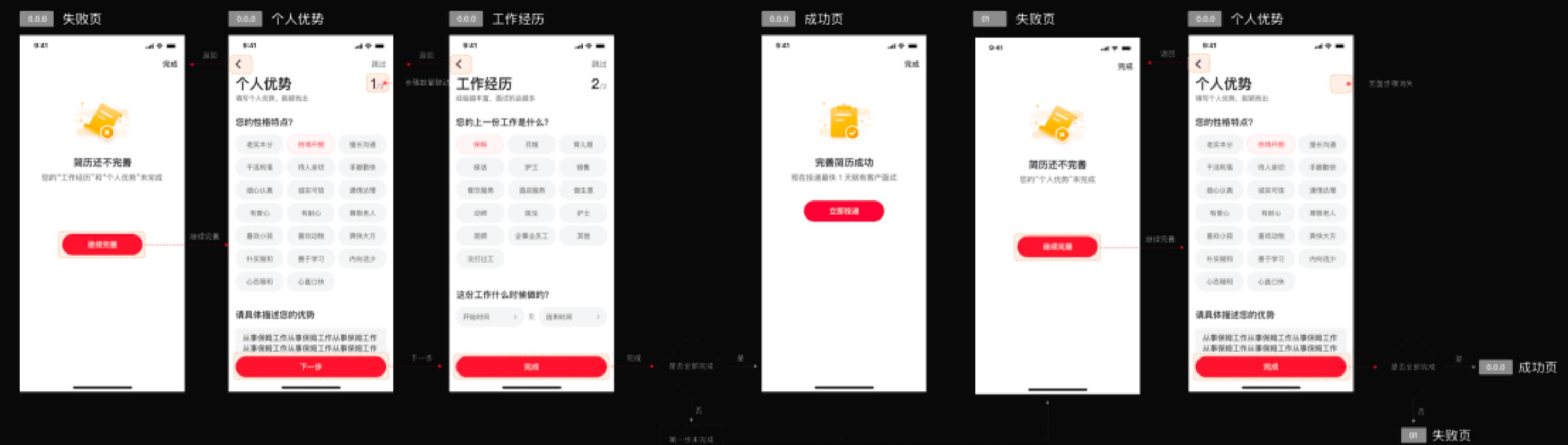
3步完成后即可通过认证审核，提高认证效率，让用户更快的去投递



认证完成可直接进入到完善流程，减少用户跳出更快完善信息



快速定位未完成信息，提高完善效率



旧版界面



1、进度反馈感知不强

分数进度用户无法感知目前处于什么位置，距离结束还剩下多少

2、无法返回和跳过

页面没有跳过按钮，由于步骤较长容易造成后续界面无法触达到用户，降低完成率

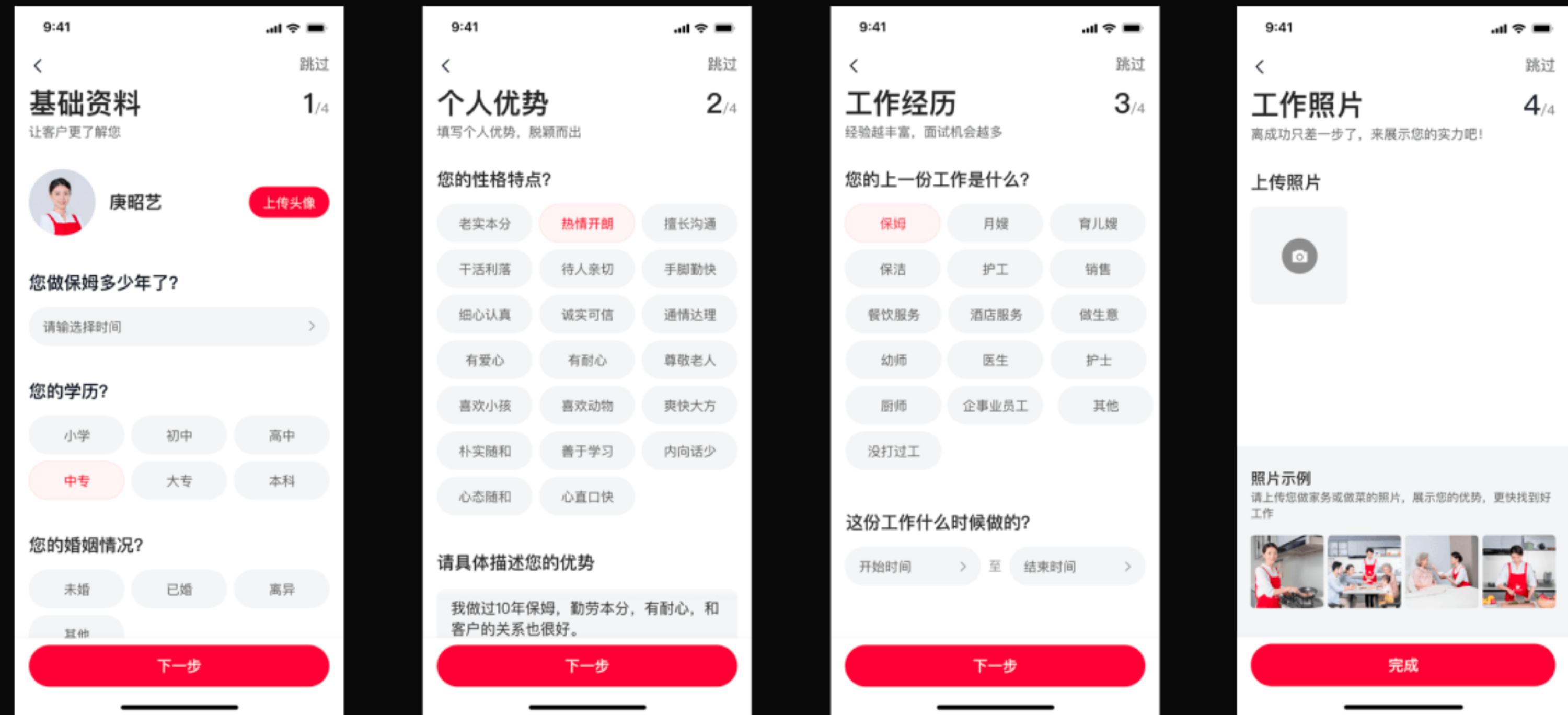
页面只有关闭按钮让用户没有安全感

3、介绍家人让劳动者感到困惑

据调研用户在填写家人信息步骤折损率仅次于身份证件和人脸识别。用户反馈对此信息比较敏感和不了解为什么要填写家人信息。所以经和产品讨论将此信息填写移除此流程

4、照片上传无示例

经后台数据显示照片上传10人中有8人上传的照片不符合规范



1、降低认知负荷

取消分数的步骤提示，使用易懂的数字进度提示从而减少认知负荷

2、优先填写容易内容

根据线上数据分析，“个人优势”比“工作经历”平均完成度要高，所以将2组信息调换位置，提高完成度

3、减少视觉负荷提升效率

头部模块简化展示，优先突出页面标题，去掉多余装饰元素突出内容，减轻视觉负荷提高阅读效率

方案落地

天鹅到家-阿姨简历改版

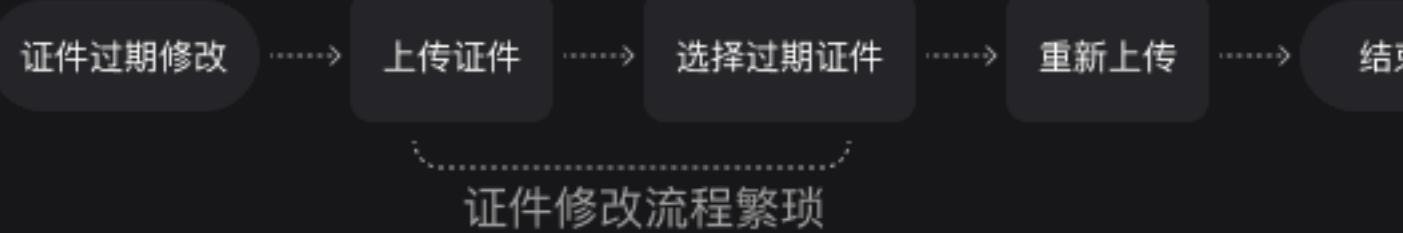
提升简历未填写信息曝光，让用户第一眼就能看到未完成的信息，提高操作效率和简历到完成度

旧版问题提炼

- 未完成的信息比较滞后，不利于继续完善，目标感不明确
- 填写信息的价值没有告知用户
- 功能模块位置不合理

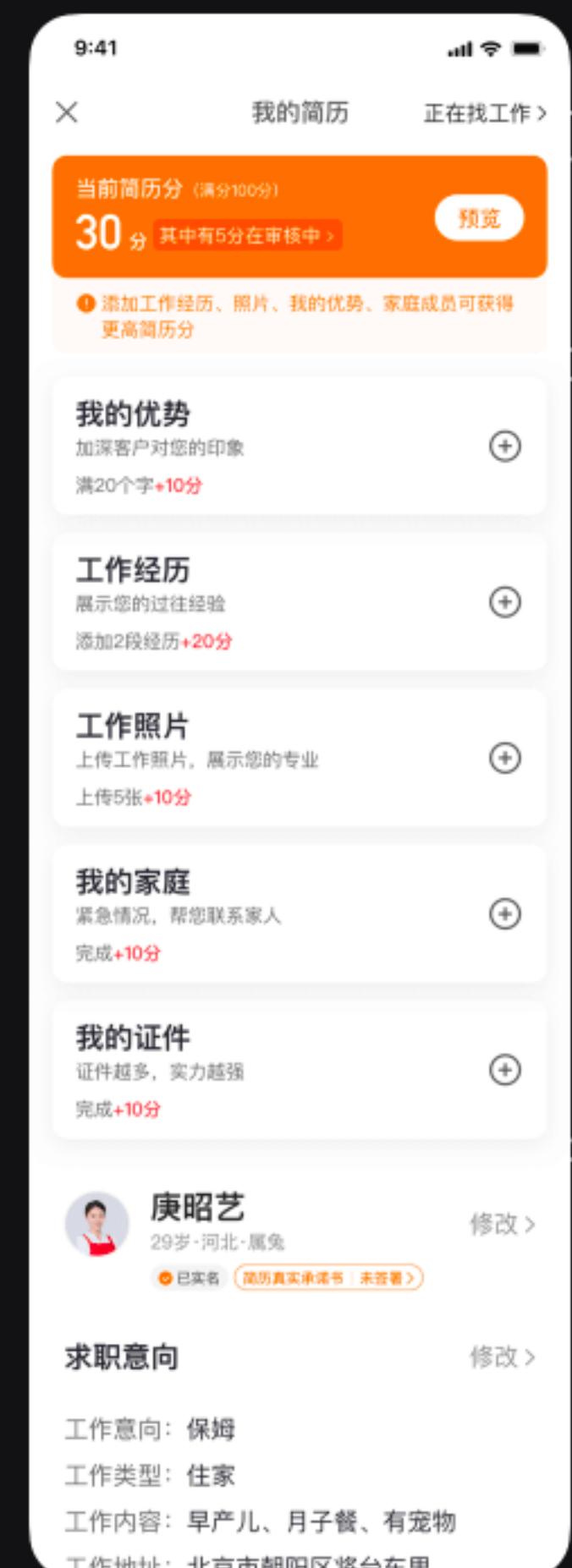


证件上传交互



优化方案

- 根据信息重要性重新整合了信息排序方式
- 对于未完善的信息置顶显示，增加曝光率提高完善量



1 工作状态

1、工作状态作为全局开关，在顶部展示最合适

2 头部展示

1、将重要信息模块化整合在一个卡片里
2、分数突出显示并告知满分，让用户心理有预期
3、对于未完善的信息增加警示提醒

3 未完善的信息

1、未完善的信息以卡片形式置顶展示，提高曝光率提升完善效率
2、告知每项填写的目的，让用户在心理上去主动填写

4 已完善信息的交互

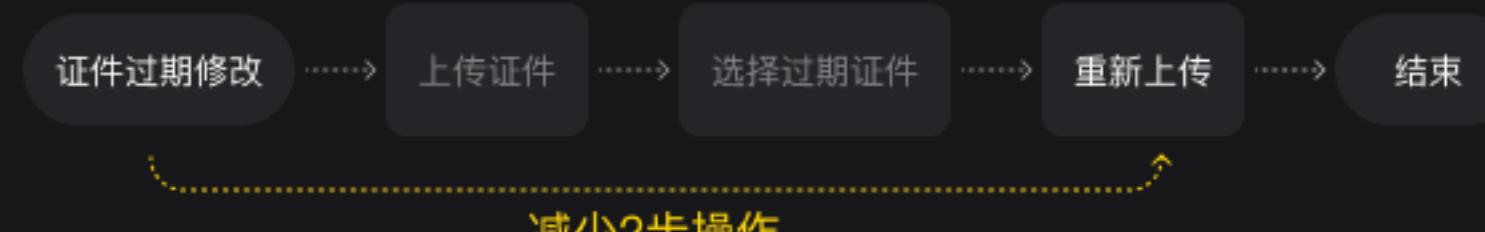
1、已完善的信息按照逻辑顺序展示在页面下方
2、实名和承诺书和个人信息整合在一起，签署承诺书用颜色表示可点击



1 证件信息

1、证件以列表结构展示，目的是方便用户查看和修改
2、默认展示5项

优化证件上传交互



其他界面

天鹅到家-阿姨简历改版





平均认证时长下降

↓ 28%



高质量简历完成率增长

↑ 30%

重构引导发布简历流程，减少APP用户认证时长，下降28%。提升简历创建及高质量简历完成率增长30%



阿姨一点通 自发需求 1

利益相关者 结构图

背景



在业务方发布的需求中，设计师往往不能很快理解各业务方职能以及流程节点，增加沟通成本

目标

- 全面了解业务方的需求**拉起认知**，更好的沟通协作
- 了解阿姨和工作人员的每个**环节触点**
- 了解我们在**为谁解决问题**，影响此问题相关节点有哪些，**拓宽思考维度**

利益相关者 结构图

经过 2 周对不同部门间接的调研沟通最终梳理完成，并在设计部组内分享宣讲，同时加入进设计部参考资料中。
这也是我在天鹅比较难忘的一次经历。

结构图



基本职能	特点	关键词	备注
电招	录入线索、认领公海线索、填写跟进记录、邀约到店	电招捞公海的线索一个一个打电话方式沟通，效率低，成功率低	线索转化
地招	录入线索、认领公海线索、填写跟进记录、邀约到店	<ul style="list-style-type: none"> ·会自己拓展线索也会在公海里捞线索 ·社群线索会交给地招，最后由地招跟进到上户，这期间也会有其他职业人员的协助进群，保障阿姨上户 	社群线索由地招跟进上户目的是更好的维护和管理线索，在上户期间同一个群里的劳动者有问题直接问地招，因为他们接触时间较长会比较了解和信任对方，如果有地招需要同事协同的会拉相关人员进群。
招商运营	1、负责阿姨到店扫码。2、阿姨身份证登记。3、录入认证信息。4、引导阿姨培训。 <small>5、对阿姨发起合同签收（阿姨和公司的合同）</small>	帮助阿姨完成认证，有pc录入和阿姨自己手动录入。引导阿姨培训 <small>自动线索：通过自己完成来获取新线索（未</small>	认证和体检 ■ 主合同签约是入库协议



阿姨一点通·萌芽日记

萌芽日记是一个记录工具。月嫂阿姨上户后需每天记录宝妈和宝宝的身体情况、喂养情况等。并会有工作人员跟进每位阿姨记录信息。保障阿姨工作的专业性。



存在2个问题

一、户主隐私有泄漏风险

产品中缺少【户主隐私不可随意泄漏】的相关提醒，可能会引起客诉。降低用户的信任度

二、未挖掘剩余价值

阿姨下户后，记录的内容被删除未发挥后续价值

一、户主隐私保护方案

1、验证问题

通过调研得出结果

90%

月嫂记录 90% 的内容都属于个人隐私范围

98%

98% 的月嫂没有意识到这属于用户隐私不能随意泄漏



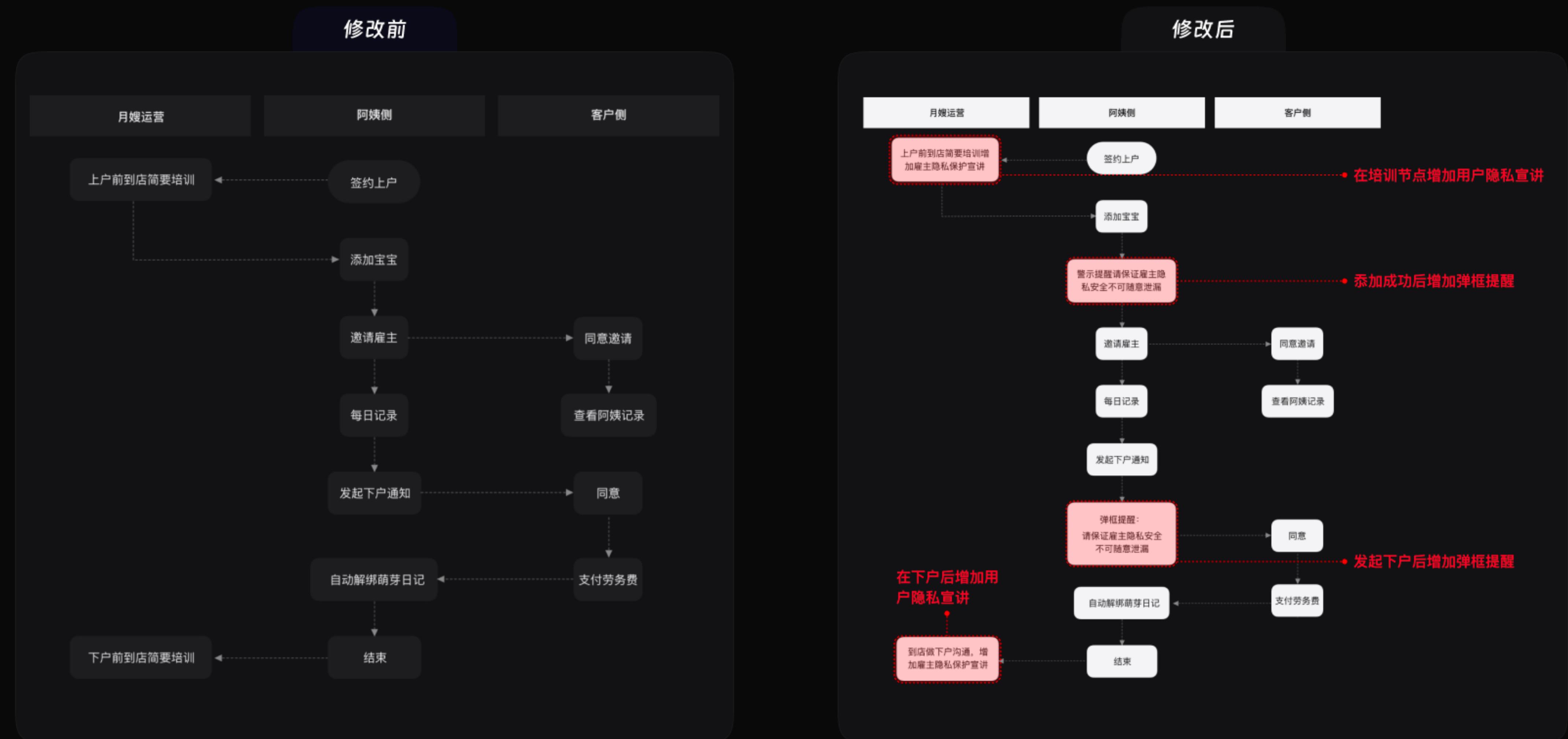
2、设计目标

提高阿姨隐私保护意识提升品牌形象，减少客诉风险

一、户主隐私保护方案

3、方案制定

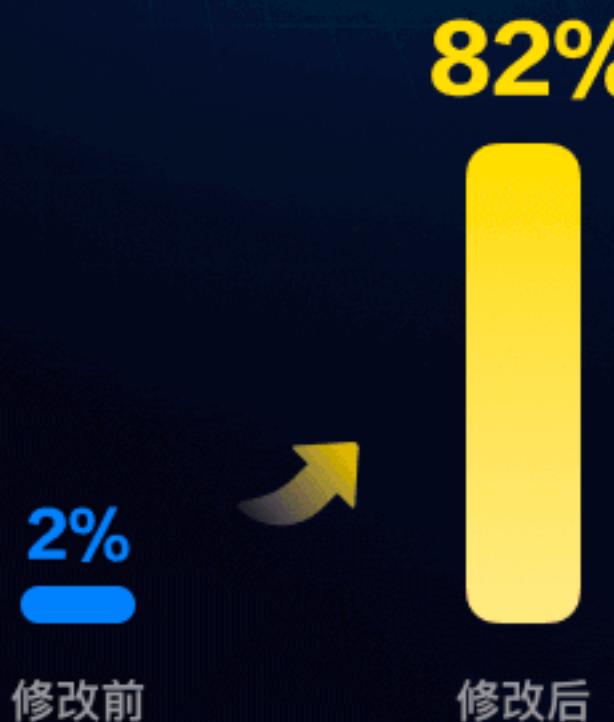
梳理流程，分别在上户前、中和后做提醒和宣讲



4、方案落地和结果



首页



间隔一月调研结果显示，有82%的
月嫂了解了相关信息

二、挖掘剩余价值

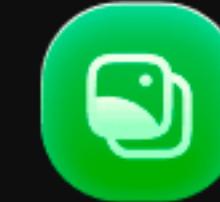
1、背景

月嫂记录的宝宝信息雇主无法转移到其他平台

月嫂下户后雇主也不能继续记录，资源浪费

2、两个机会点

概述：阿姨下户后将记录权限交给雇主，雇主可以在平台继续记录宝宝信息，并形成健康数据库和宝宝成长记录相册，继续挖掘用户终身价值，提高产品粘性。方案如下：

功能	用户（雇主）价值	产品价值
01  健康数据库	医疗数据参考 健康数据分析与建议	提升品牌价值 提高用户粘性 医疗体系布局
02  成长相册	云端相册 家庭共享	提高用户粘性 付费功能延展

虽然这类方案很难在现阶段实现，但是不能放弃创新的机会。



GoFun商户移动端

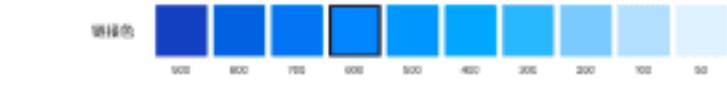
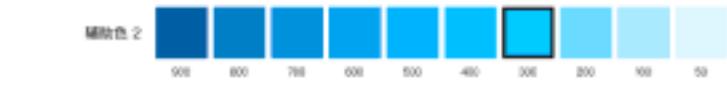
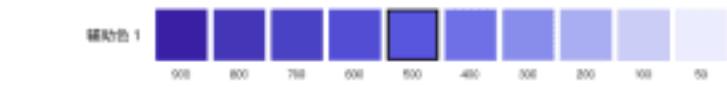
❖ 组件库

GoFun商户移动端是一款专为GoFun平台合作商打造的一站式营销管理助手，通过大数据分析洞察精准定位，了解客户需求，掌握营销效果

Color

颜色

文本 text



主色



功能色



component



首汽Go Fun-商户端

组件库

在本项目中，我负责了完整的组件库搭建工作，包括基础设计规范（颜色、字体、间距、动效）、核心组件（按钮、输入框、导航、卡片等）以及图标系统的构建。由于组件库内容较为庞大，本章节重点展示其中的“图标设计规范”，以体现组件库体系化建设的能力。

设计基调

工具类产品帮助用户以最低成本完成目标，设计基调为快捷、专业、友好

图标设计需要围绕“快捷、专业、友好”三大基调展开：以高可识别性和轻量结构构建快捷体验，以一致、克制和系统化方式体现专业感，并通过圆角、适度色彩与无噪音表达保持界面的友好性。

一、快捷

1. 高可识别性
2. 直观不做抽象表达
3. 视觉层级明确
4. 线条简洁

二、专业

1. 一致性
2. 图标与实际功能保持紧密逻辑

三、友好

1. 柔和圆角
2. 不堆砌不必要的小点、小线段
3. 在不同使用场景下保持可读性

首汽Go Fun-商户端

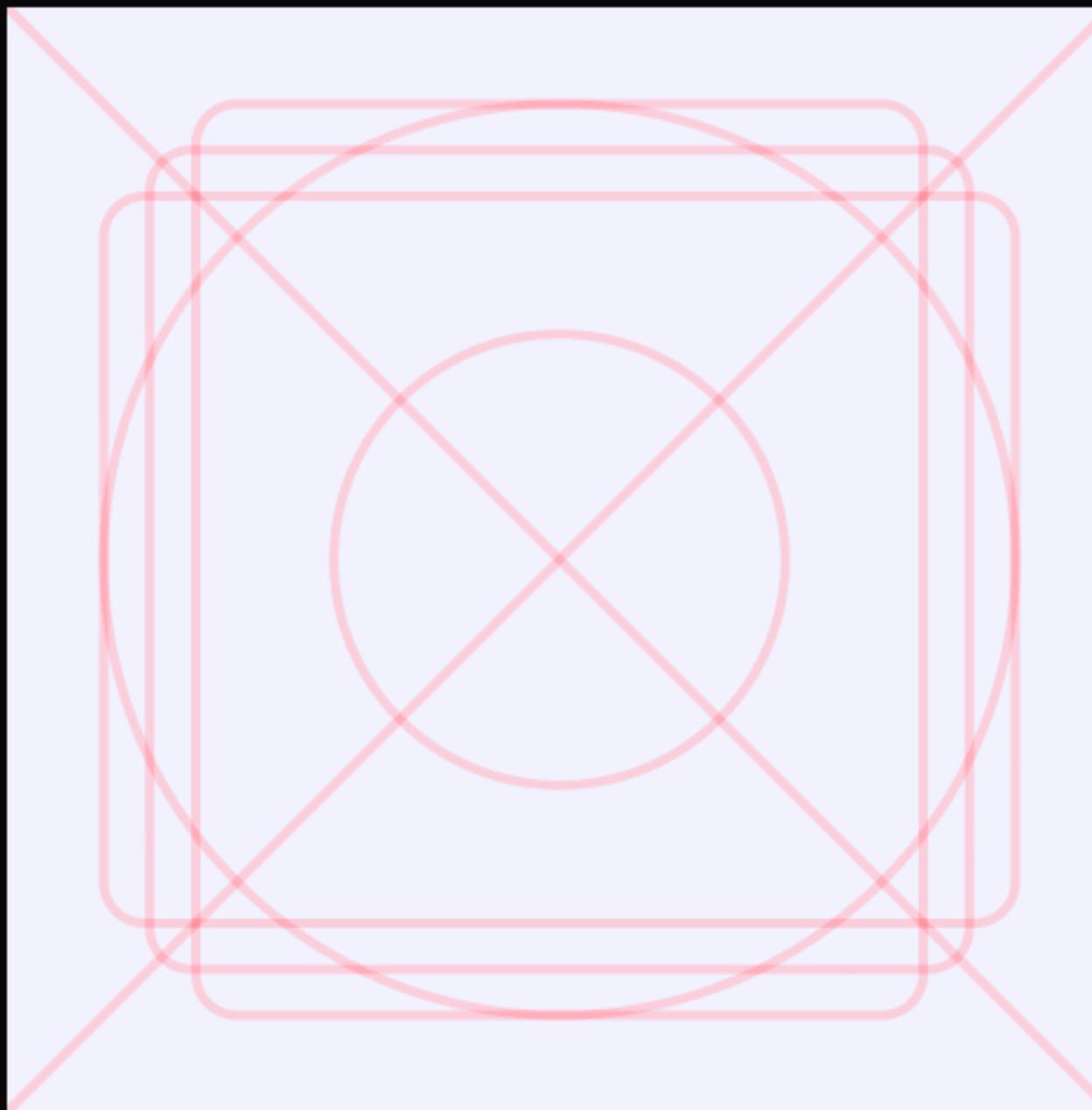
组件库

设计目标

- 确保最小尺寸（16px）的笔画宽度至少为1px，以保持可读性
- 出于以下原因，对于24px大小，请使用比2px更细的笔画

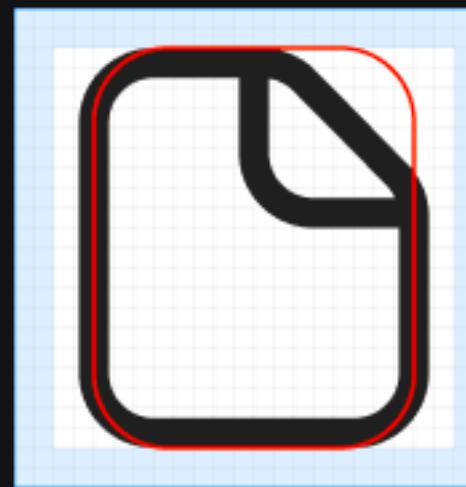
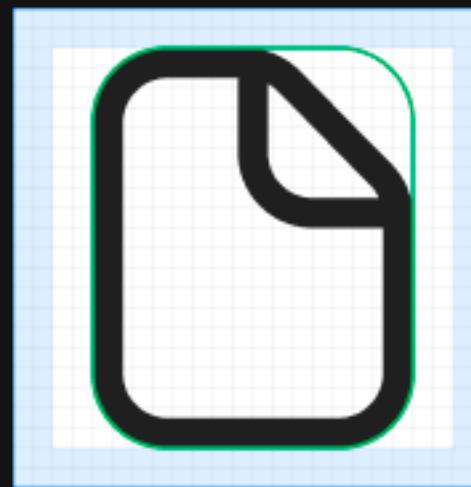
在信息密集、专业工具中，2像素的描边通常太粗，使得表达变得困难
2px笔画限制了图标结构的选择

- 对于24px大小，默认笔画宽度为1.5px。对于其他大小，笔画宽度按比例缩放，视觉调整保持灵活



网格以24px为基准

基础规范

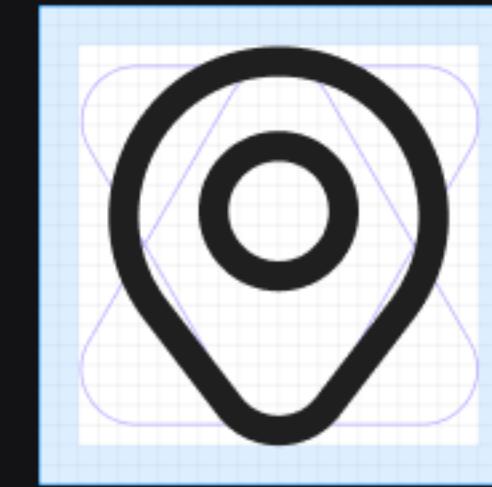


DO

精确地将您的轮廓对齐到关键线。

DON'T

避免设计明显比关键线更大的设计。



DO

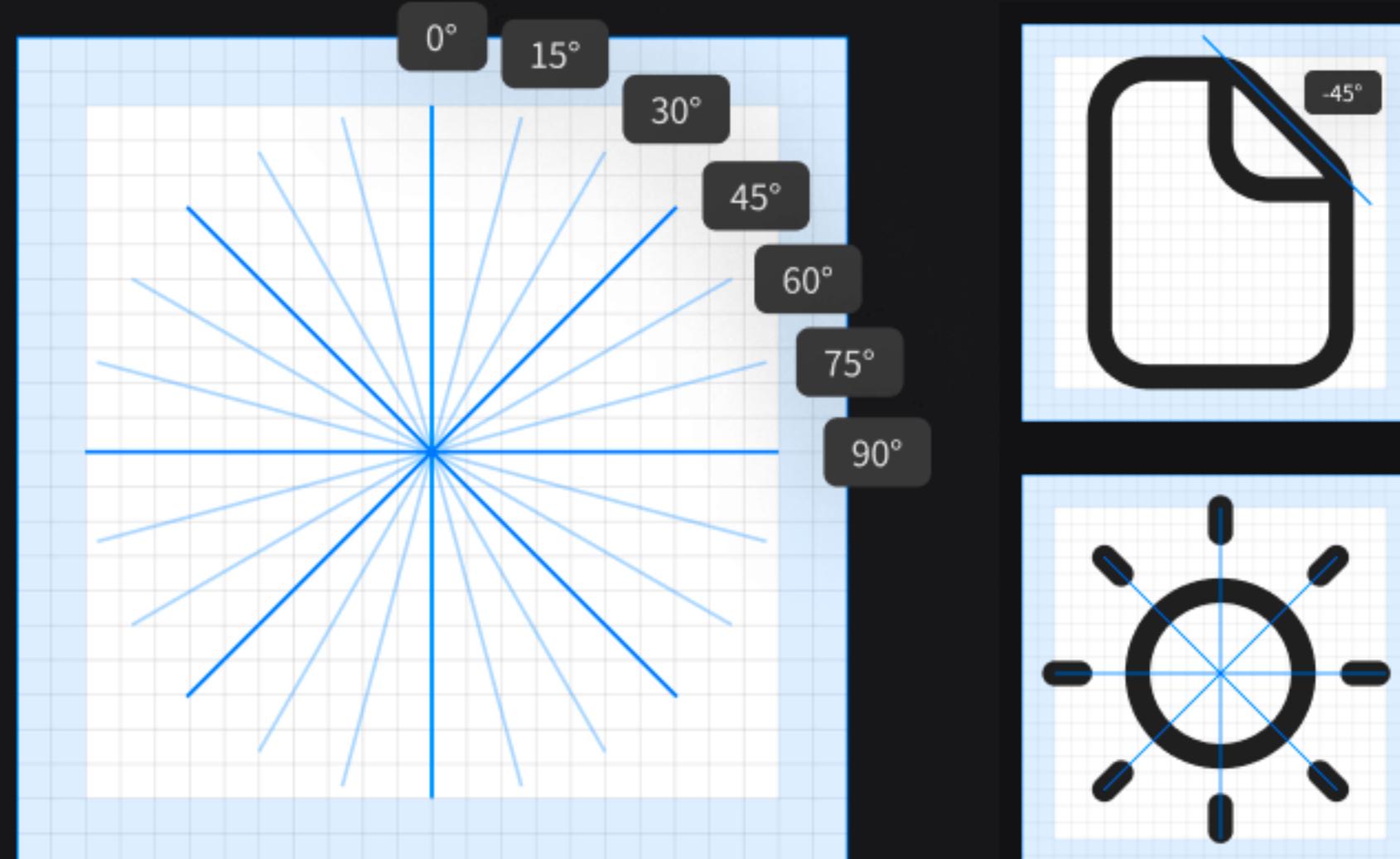
处理大角半径时，让尖锐或尖锐部分延伸超出关键线。

DON'T

基础规范

以15°的增量调整角度

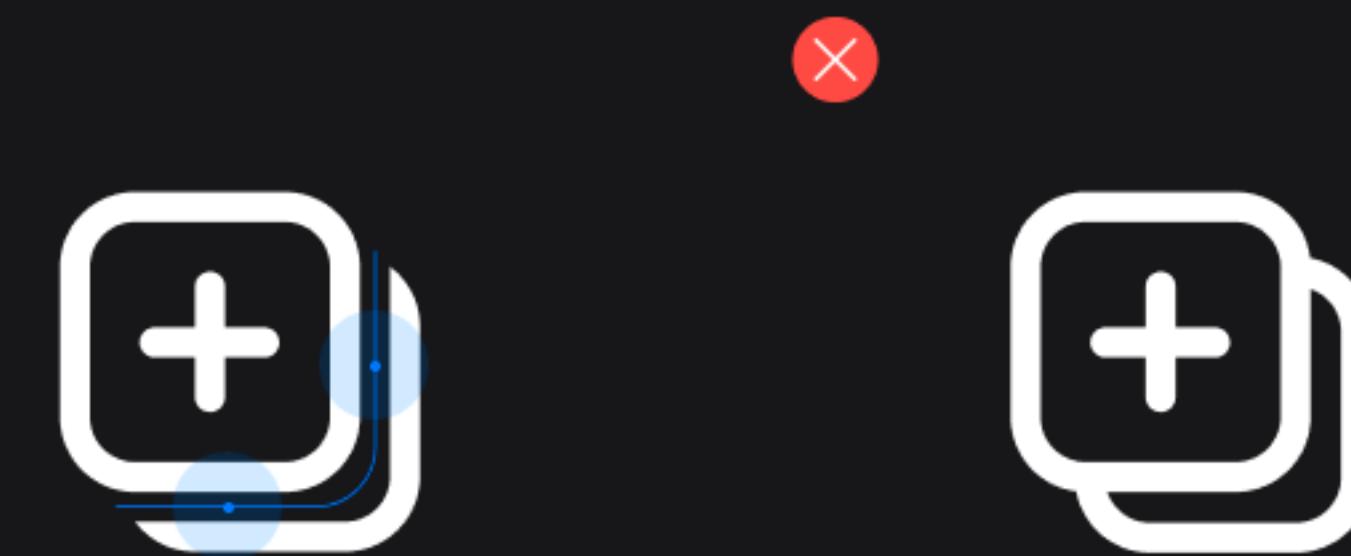
为了简化决策，元素被旋转并以15度的增量放置。在Figma中操作对象时按住Shift键可以快速进行15度的旋转。



对象之间的间距

当对象重叠时，在它们之间引入间距可以增强它们的独特性，并提高图标的整体可读性和理解性。我们将这种间距称为“切除”。

切除的厚度应与描边宽度相同：从1.5像素开始，根据需要进行调整。



DO

使用与主要对象或隐喻之间笔画相
同厚度的剪影。

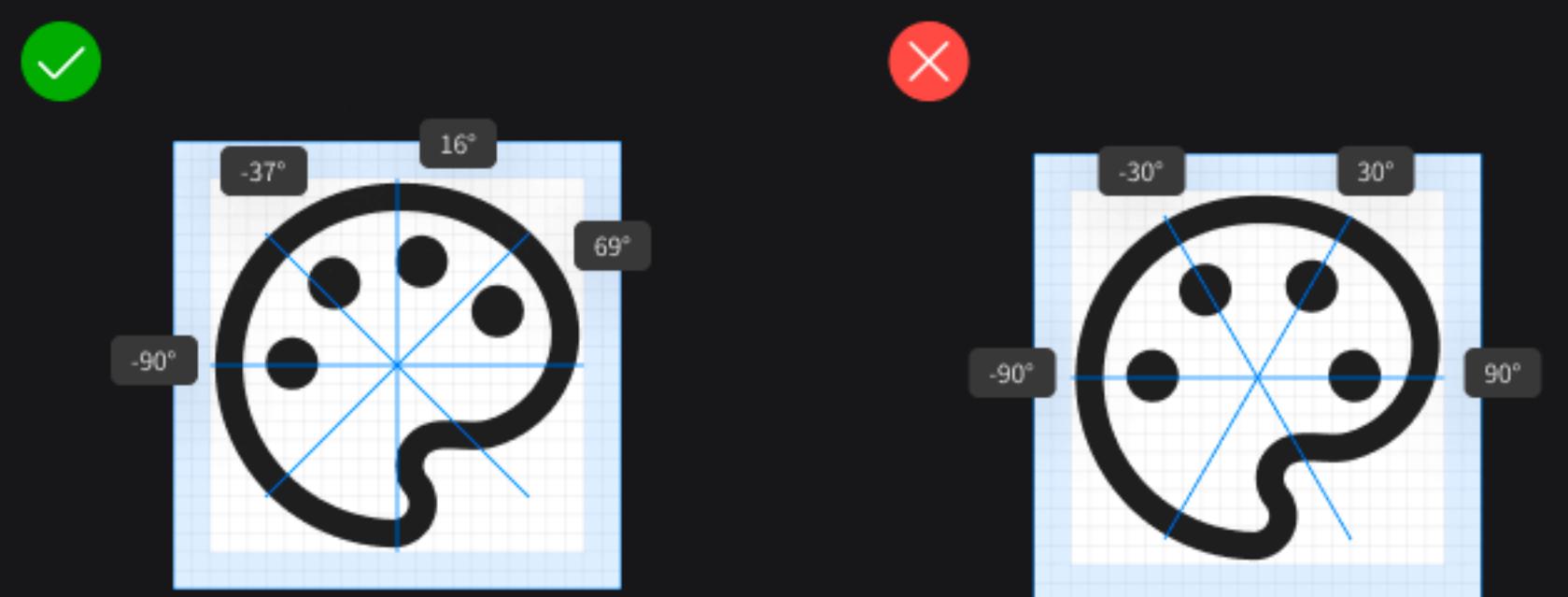
DON'T

避免重要元素重叠。

基础规范

遵守视觉平衡

如果遵循规则会造成不平衡，可以做出例外并优先考虑平衡。



DO

如果违反规则会导致更好的平衡，不必遵守规则。

DON'T

如果严格遵循指南会破坏平衡，请避免这样做。

调整笔画和点的粗细

为了使笔画和点在视觉上看起来大小相同，点需要比笔画稍微粗一些。作为一个易于记忆的参考数值，增加点的大小0.5像素是一个不错的选择。



DO

使点比笔画厚0.5像素，以实现视觉统一。

DON'T

如果点和笔画都是1.5像素粗，那么点看起来太小。

首汽Go Fun-商户端

组件库

命名规则

命名的层次	描述	举例
等级1: 核心要素	对于图标的含义来说，这是中心隐喻/概念的名称。(如前所述的“基本命名”部分的内容)	 folder  image  layer
等级2: 核心要素的变化	这是用于区分“Level 1: 核心要素”变体的描述。	: dots.vertical ... dots.horizontal  tap.1-finger  tap.2-fingers
等级3: 外框	最外层框架的元素名称。	… dots.horizontal.circle  x.octagon
等级4: 角标记	“Level 1: 核心要素”是添加到角落和空白处的元素的名称。 (通常是修改器)	 layer.add  layer.text  cloud.sync

首汽Go Fun-商户端 组件库

Tab

标签

标签页 / 一级/基础样式-固定数目

标签页 / 一级/滚动

标签页 / 二级/操作按钮

标签页 / 二级/基础样式

标签页 / 二级/基础样式-固定数目

标签页 / 二级/基础样式-滚动

标签页 / 二级/基础样式-带图标

标签页 / 二级/基础样式-多行列表

标签页 / 二级/基础样式-分组

底部下拉菜单

Picker

基础选择器

选择器 / 基础样式 / 无标题

选择器 / 基础样式 / 带标题

选择器 / 基础样式 / 多行列表

单项选择器

分组分类选择器

Forms

表单

表单 / 描述信息

表单 / 表单分组

表单 / 表单布局

Dialog

对话框

对话框 / 无标题

对话框 / 有标题/无内容

对话框 / 多个操作

对话框 / 自定义

对话框 / 通知类对话框

Color
颜色

文本 Text

#000000

#00008B

#0000CD

#0000FF

#008000

#008080

#00A0A0

#00B0B0

#00C0C0

#00D0D0

#00E0E0

#00F0F0

#000080

#0000A0

#0000C0

#0000E0

#0000F0

#0000FF

#00008B

#0000CD

#0000FF

#008000

#008080

#00A0A0

#00B0B0

#00C0C0

#00D0D0

#00E0E0

#00F0F0

#000080

#0000A0

#0000C0

#0000E0

#0000F0

#0000FF

#00008B

#0000CD

#0000FF

#008000

#008080

#00A0A0

#00B0B0

#00C0C0

#00D0D0

#00E0E0

#00F0F0

#000080

#0000A0

#0000C0

#0000E0

#0000F0

#0000FF

#00008B

#0000CD

#0000FF

#008000

#008080

#00A0A0

#00B0B0

#00C0C0

#00D0D0

#00E0E0

#00F0F0

#000080

#0000A0

#0000C0

#0000E0

#0000F0

#0000FF

#00008B

#0000CD

#0000FF

#008000

#008080

#00A0A0

#00B0B0

#00C0C0

#00D0D0

#00E0E0

#00F0F0

#000080

#0000A0

#0000C0

#0000E0

#0000F0

#0000FF

#00008B

#0000CD

#0000FF

#008000

#008080

#00A0A0

#00B0B0

#00C0C0

#00D0D0

#00E0E0

#00F0F0

#000080

#0000A0

#0000C0

#0000E0

#0000F0

#0000FF

#00008B

#0000CD

#0000FF

#008000

#008080

#00A0A0

#00B0B0

#00C0C0

#00D0D0

#00E0E0

#00F0F0

#000080

#0000A0

#0000C0

#0000E0

#0000F0

#0000FF

#00008B

#0000CD

#0000FF

#008000

#008080

#00A0A0

#00B0B0

#00C0C0

#00D0D0

#00E0E0

#00F0F0

#000080

#0000A0

#0000C0

#0000E0

#0000F0

#0000FF

#00008B

#0000CD

#0000FF

#008000

#008080

#00A0A0

#00B0B0

#00C0C0

#00D0D0

#00E0E0

#00F0F0

#000080

#0000A0

#0000C0

#0000E0

#0000F0

#0000FF

#00008B

#0000CD

#0000FF

#008000

#008080

#00A0A0

#00B0B0

#00C0C0

#00D0D0

#00E0E0

#00F0F0

#000080

#0000A0

#0000C0

#0000E0

#0000F0

#0000FF

#00008B

#0000CD

#0000FF

#008000

#008080

#00A0A0

#00B0B0

#00C0C0

#00D0D0

#00E0E0

#00F0F0

#000080

#0000A0

#0000C0

#0000E0

#0000F0

#0000FF

#00008B

#0000CD

#0000FF

#008000

#008080

#00A0A0

#00B0B0

#00C0C0

#00D0D0

#00E0E0

#00F0F0

#000080

#0000A0

#0000C0

#0000E0

#



奇跑线

0-3岁线上育儿APP，2大核心功能有量表定制化课程和成长记录，为家长提供可量化的宝宝能力成长教育工具

角色和职责

用户研究

用户体验设计

用户调研

0-1风格制定

原型

UX设计

UI设计

插画

组件库搭建

好书共读

带领家长一起学习新知识



早教经典系列《小王子》

父母要学会帮孩子建立目标感...



经典《缺陷也是一...

家长学院

在育儿的道路上少走弯路



带你走出敏感期的迷思

孩子两岁了，不好好吃饭，我们该怎么办？现实生活中两种家长很...

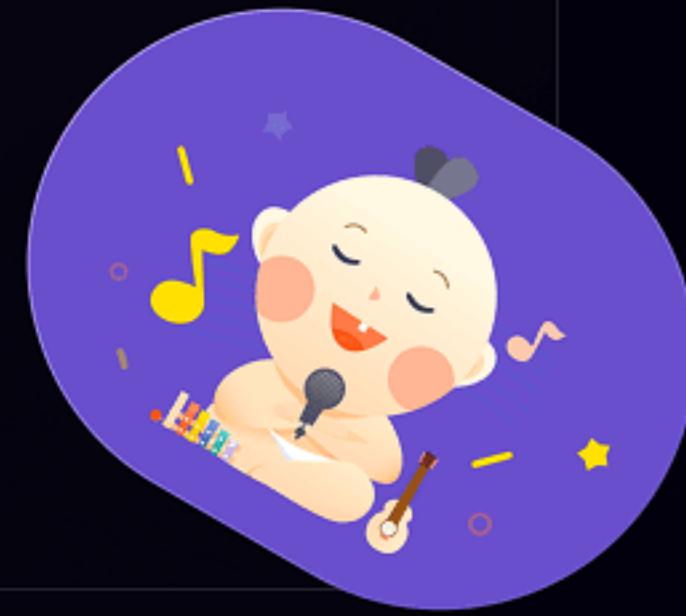
为你解忧妈妈发烧了还可...

01

项目介绍

目标用户/痛点

产品框架



02

设计方案

界面设计

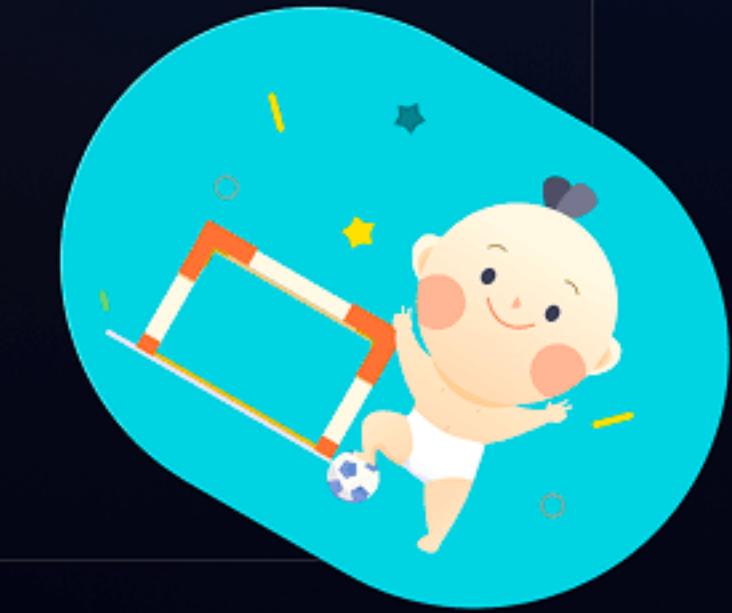
情感化设计



03

设计复盘

项目总结



项目介绍·目标用户

产品初期由于时间和成本问题目标用户根据定性用户访谈得出



核心功能

1 课程学习

量表评测

定制学习计划

专家定期讲座

经典书籍解读

2 成长记录

邀请家人

上传照片或视频

生长曲线



目标用户

特点



全职妈妈

有时间，全身心育儿

痛点

- 市场上育儿产品种类繁多，很难分辨
- 没有科学的育儿方式

特点



上班族

痛点

- 父母很难接受新的育儿方式
- 专业的育儿嫂比较贵
- 自己陪伴孩子时间有限
- 期望有简单高效的方式

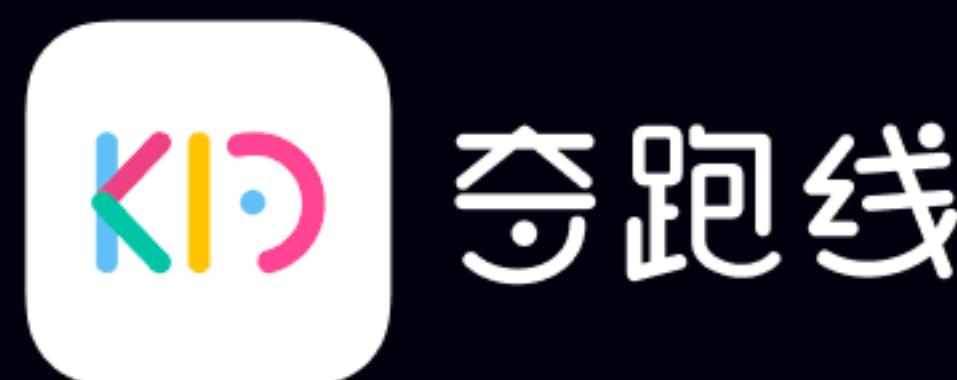
其他问题

家庭中带宝宝的角色多以直系亲属为主，0-3个月中参与家庭培育的其他角色以育儿嫂为主，但育儿嫂参与系统化早教的在此月龄并不多见。而以母亲、老人带娃为主的群体中，老人使用软件带娃的学习成本高昂。效果不理想。并且说服老人按照课程方式带娃需要强有力的“权威”支撑。

设计规范

Logo

logo 是中文“奇”和英文“kid”都组合体，可以很好的将品牌功能和品牌名联系起来利于加深用户记忆



颜色

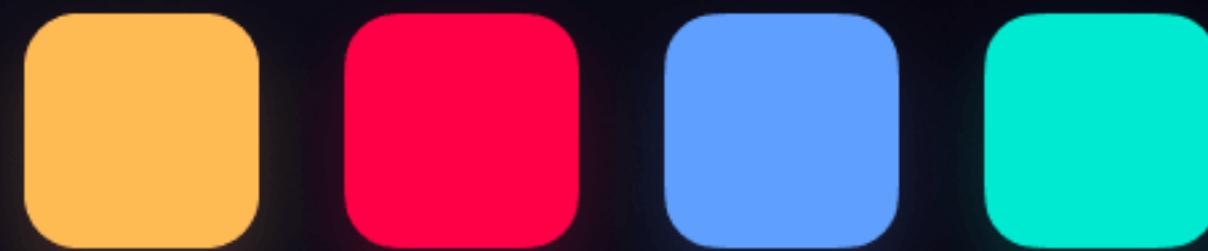
根据产品愿景、属性和情绪版的研究等，探究契合产品属性的色调

品牌色

#F66D84

温馨、明快

辅助色



中性色



High Emphasis
#0D0B18



Medium Emphasis
#0D0B18



Disabled
#0D0B18

设计规范



字

基准尺寸24x24pt | 角半径3pt | 倾斜角度以15度为基准 | 厚度1.5pt



字重

- 使用2种字重效果，font-weight: 400 和 font-weight: 600
- 字重400等于 Regular 显示效果；字重600等于 Semibold显示效果

字阶

标题 1	32	超大字符多用于页面标题性质的排版/独立的导航栏标题字等
标题 2	22	作为每个功能模块描述性标题字
标题 3	20	作为每个功能模块描述性标题字
副标题	17	作为页面模块副标题使用，尽量少用
正文	17	所有正文类别、阅读性文字都使用此字号
副文本	15	用作低层级阅读性字号，例如正文补充类提示信息
引用文	13	对于引用文本尽量在较小范围内使用
辅助说明	11	小字描述、灰色辅助说明文字、占位字符等

核心页面

第一屏

This section displays the main course completion summary, personalized learning recommendations, and a weekly topic discussion.

每周课程

1、每周5节课程，全部学完后可以在此点击复习

其他课程推荐

1、个性化课程为免费课程，为用户提供更多选择

本周话题

1、利用父母比较敏感的话题来吸引用户参与促进活跃

2、模块使用灰色底大标题增强对比，提高易读性

3、用红（红色是产品主色）和蓝（蓝色是红色邻近色能和红色形成对比）代表正反2方

4、底部操作区，突出已参与了多少的用户来提高参与感

5、上线一个月内用户参与度为98%，效果达到预期

This section shows the weekly course schedule, a live lecture by a professor, and a recommended book reading.

每周课程

1、模块使用左右滑动方式，让用户更容易聚焦到当前课程

专家解读

1、为了给用户提供权威的回答，专家解读卡片放置在投票的下方，进入专家解读的uv是此页面uv的87%，用户在参与的同时也需要专业的回答

第二屏

This section shows a live lecture and a recommended book reading.

如何轻松搞定爱发脾气的“熊孩子”
67800人在收听

查看往期

早教经典系列《小王子》
播放量300万

直播讲座

1、语音的直播方式，为了体现权威性将人物作为卖点，突出人的属性。同时展示在线收听人数

2、直播结束依然展示最新讲座模块

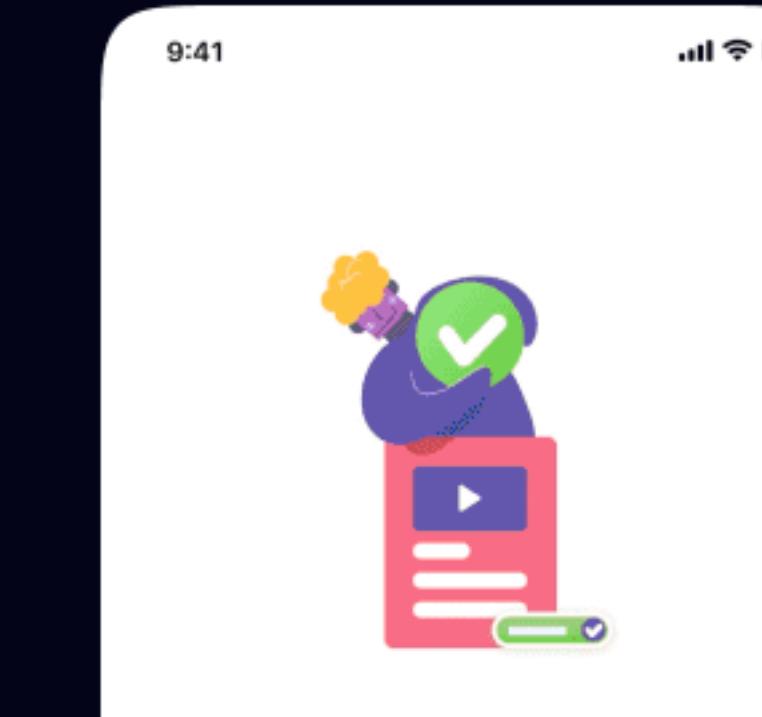
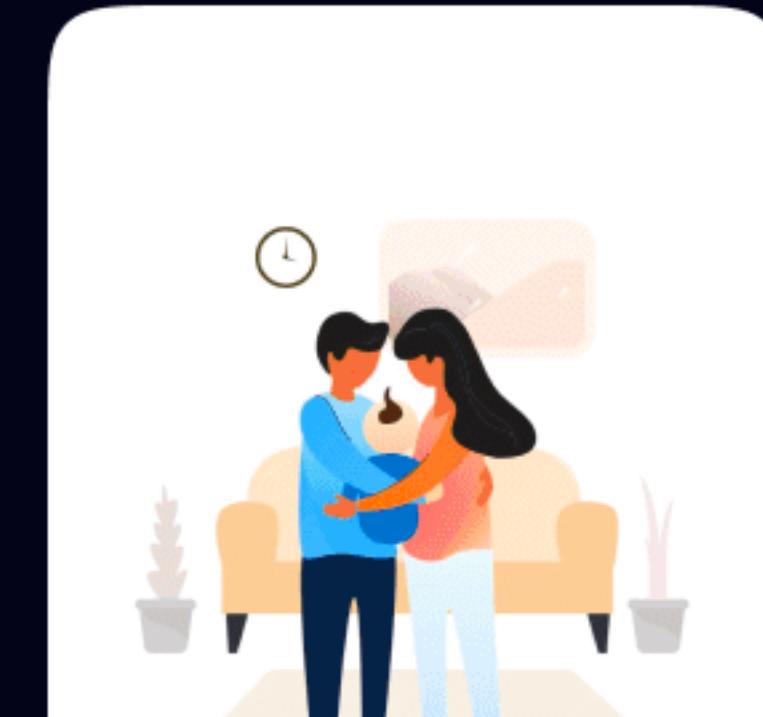
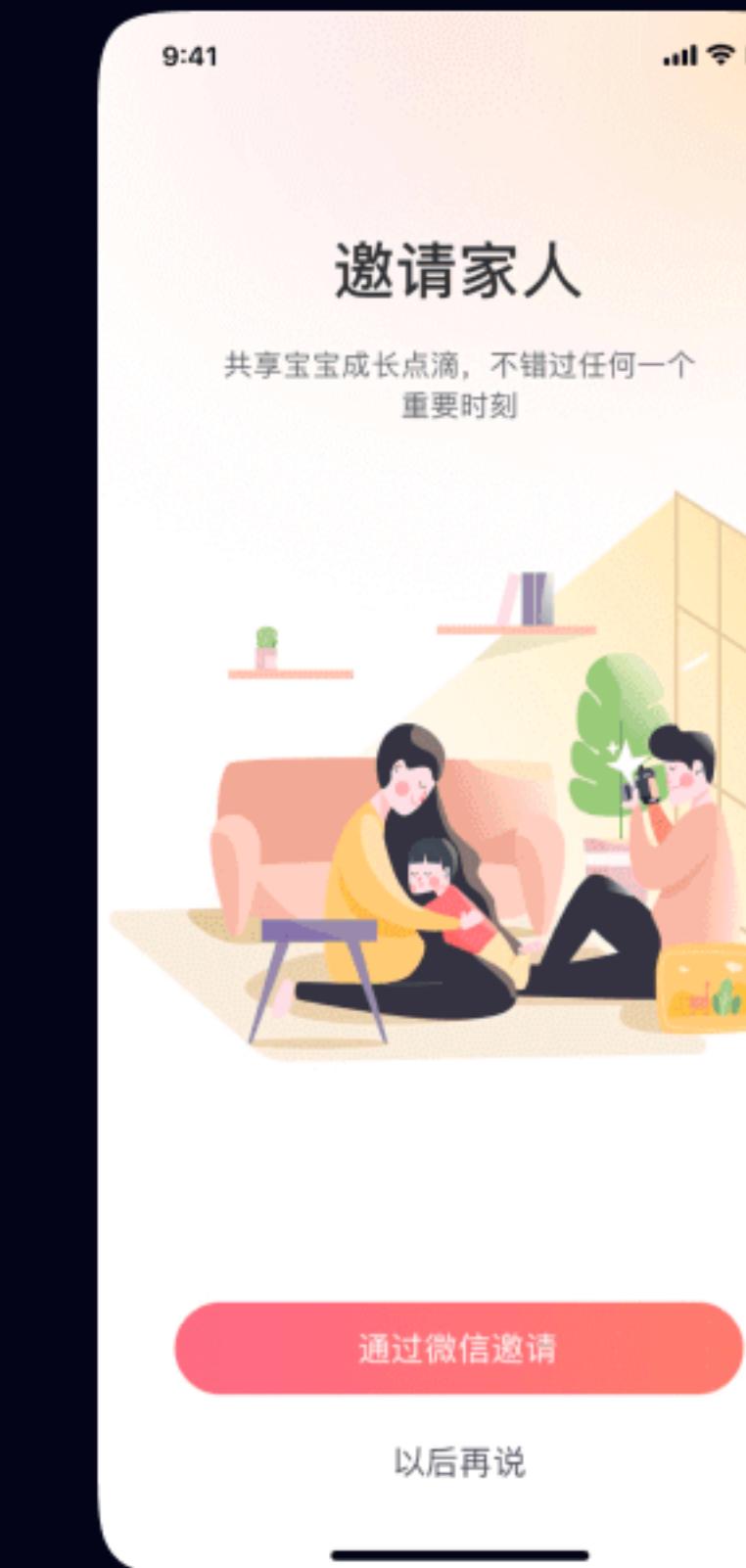
好书共读

· 业务目标利用现有资源丰富产品功能
· 好书共读利用用户没时间看书的痛点，将经典书籍由专业的人员拆解后进行讲解，缩短了获取知识的时间成本

1、模块使用左右滑动方式突出书籍本身，吸引用户

67

部分界面

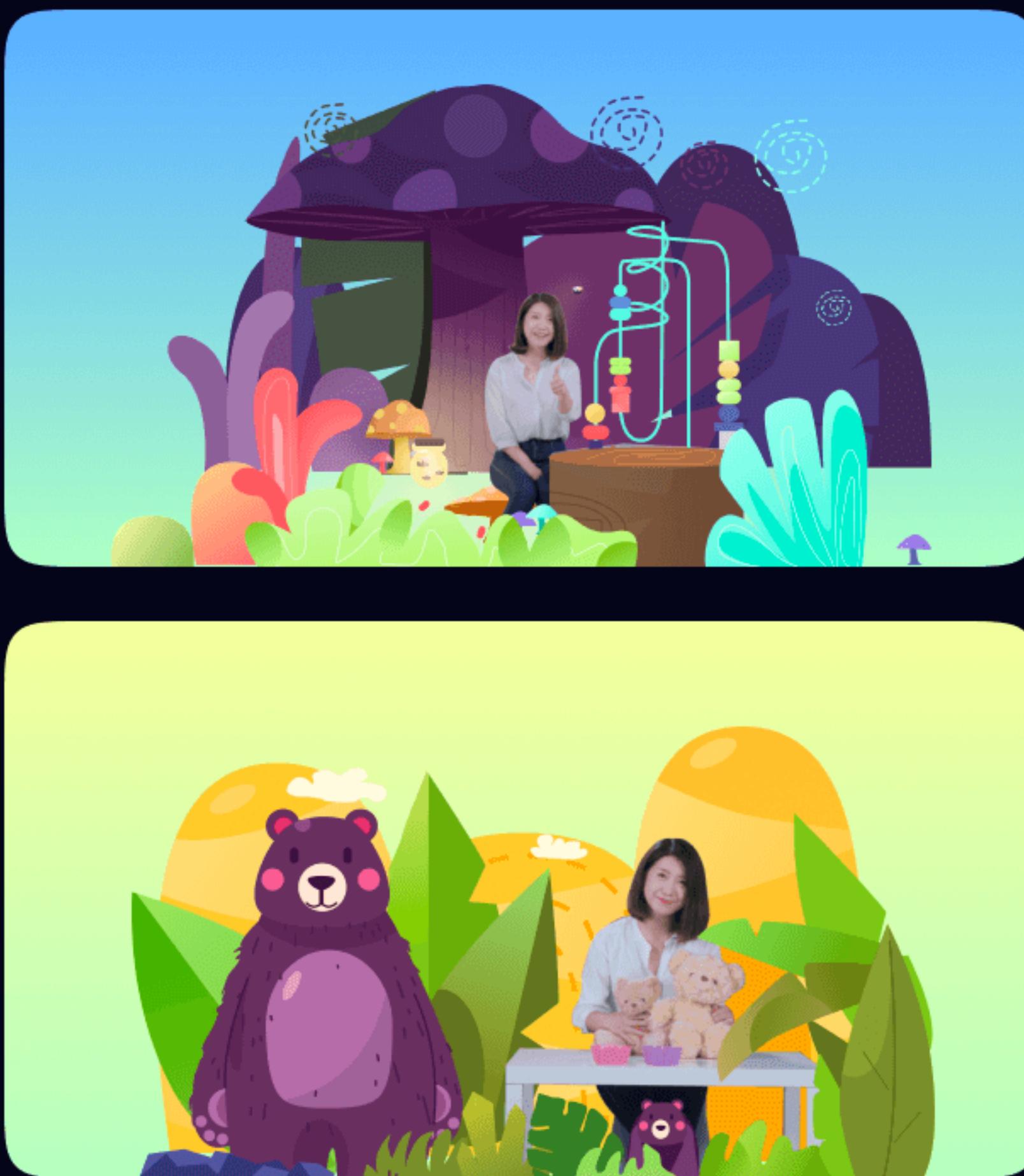


视觉页面插画

活动-人物插画



课程封面





AI赋能



AI制作视频互动图

为了增添学习的趣味性，让用户更快的记住知识点，在每个视频中插入知识点测试题。背景主题分为了古代、近代和现代3种类型，丰富画面同时还有答对答错后的交互效果。所有的背景全是AI生成，降低了绘画门槛提升制作效率。



知识卡牌



IP形象

Midjourney

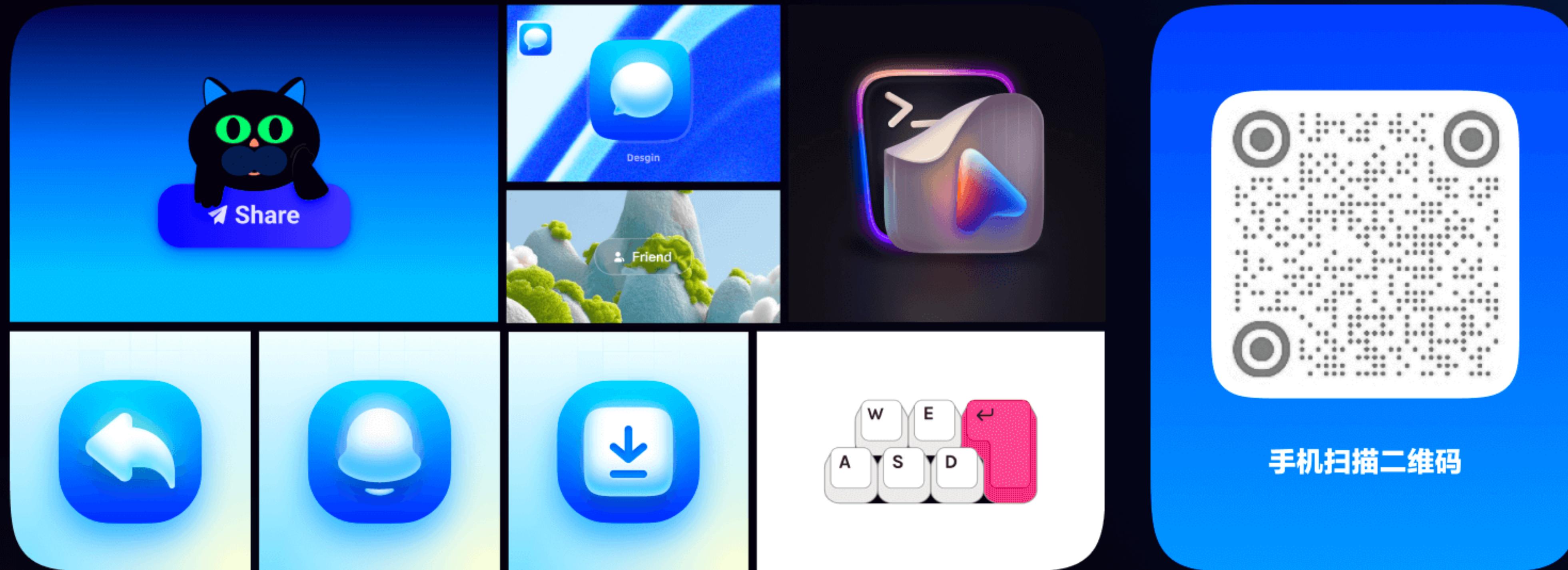


AI赋能-材质更换





更多个人作品 可扫描二维码查看



手机扫描二维码



谢谢

电话/微信

13581993713

邮箱

958726796@qq.com