2023-2025

INTERFACE/USER EXPERIENCE/APP/WEB

作品集

UI&UX DESIGN

PORTFOLIO

崔静雯

交互与体验设计.27硕

Hello!

我是崔静雯。

用户研究 • 交互设计 • AIGC创意

白羊座INFJ-A

2002.03

来自江苏徐州

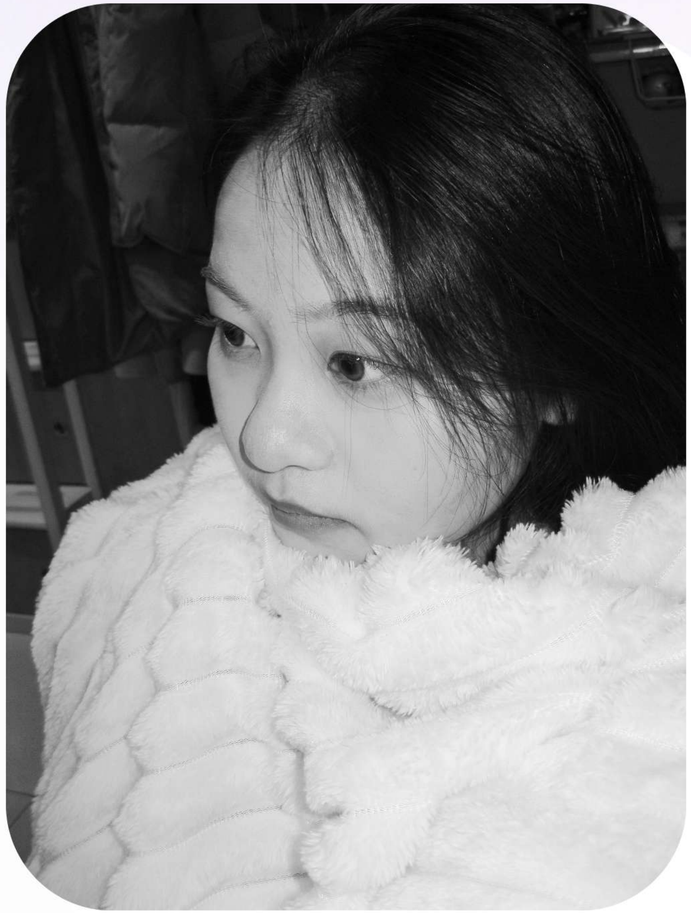
大英赛二等奖

英语六级650

计算机（Office）二级

普通话二甲

擅长以用户为中心，通过需求拆解、竞品分析、数据驱动完成产品迭代与体验优化，熟练掌握全流程设计工具与 AI 辅助工具，能高效输出 PRD、交互原型等成果。跨团队协作经验丰富，具备较强的需求拆解、项目统筹能力，可协调多方资源推进项目落地。



基本信息 /INFORMATION

- 2024.09~至今
  - 江南大学（211 设计学科A+）
  - 硕士-交互与体验设计
- 2020.09~2024.06
  - 江南大学
  - 本科-工业设计

技能

UI&UX

代码编程

平面&剪辑

AI - 设计生成/辅助优化

建模&渲染

联系方式

邮箱
582465779@qq.com

手机
15365860557

实践经历 /EXPERIENCE

25.07 ~ 25.10

上海萌泰数据科技有限公司 实习-产品经理（兼设计）

- 【核心产出】主导核心产品（锐研问答 RAG、云统计 AI 分析、云文献、应急 AI）的功能迭代与体验升级，同时承接高校定制化网站搭建需求，协调前端、后端与算法等团队，把控关键节点与交付质量，确保功能与体验目标达成 。
- 【需求拆解与产品定位】基于用户画像与竞品分析，拆解核心产品痛点，输出结构化需求文档，明确产品差异化优势与功能优先级。
- 【全流程设计与落地】独立统筹高校定制网站的用户需求拆解、信息架构设计、交互原型输出及视觉美化，主导核心产品前台样式升级与后台信息交互流程重构。

25.01 ~ 25.03

美团 基础研发平台部 实习-体验设计师

- 【交互优化与走查】基于交互设计原则，完成 Ingee 平台核心功能模块交互走查，输出 15 条可落地优化建议并负责迭代设计、上线前测试，降低用户操作路径长度 25%。
- 【竞品分析与决策支撑】构建竞品分析框架，测评 3 款主流 AI 设计工具的功能模块以及实现效果，输出 wiki 分析报告，明确产品差异化方向，为设计决策提供依据；通过Excel对设计部 HC 数据进行筛选与统计，为人力配置提供数据支撑。
- 【需求分配功能移动端建设】拆解移动端业务需求，作为主R独立绘制详细的交互流程图，根据流程图完成交互原型图制作，参与需求评审并协调视觉、研发推进项目进程。

25.10 ~ 25.11

Orither 水晶饰品电商平台（web端+app端） 项目-体验设计

- 【用户洞察与体验重构】梳理国外年轻女性对饰品电商的核心需求，重构产品信息架构，优化关键交互节点，根据竞品分析及体验设计五要素等理论，进行低保真页面设计。
- 【品牌规范与跨端输出】制定品牌视觉体系（如品牌色、辅助色、字体字号标准等），确保跨端一致性，基于此输出高保真设计稿，覆盖 web+app 双端页面设计。

25.11 第十届两岸新锐设计竞赛・华灿奖 国赛三等奖

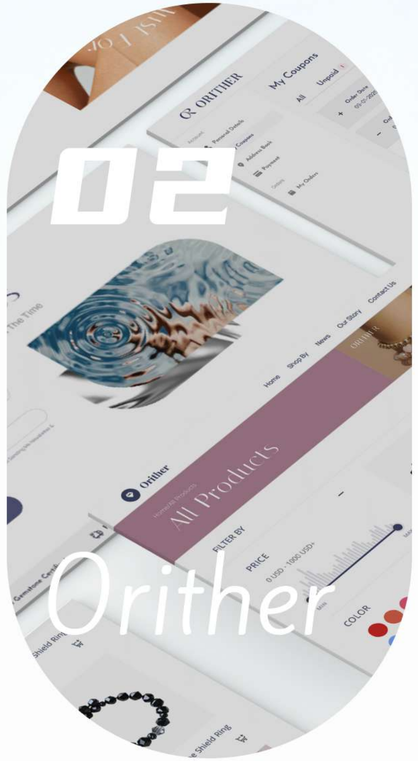
25.09 Home+国际服务设计大赛 铜奖（全球6强）

2023-2025

INTERFACE/USER EXPERIENCE/APP/WEB

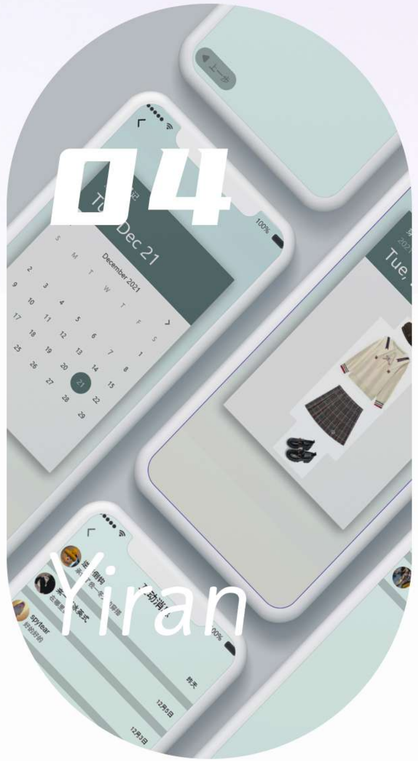
CONTENTS

锐研核心产品体验升级

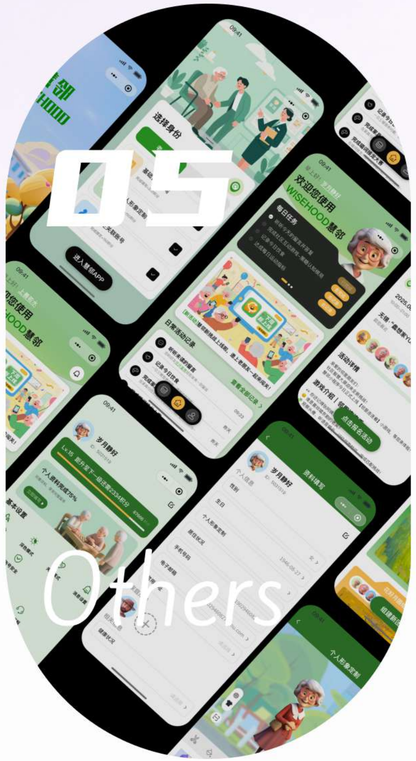


Orither 水晶饰品电商平台

美团印记平台移动端建设



掌上衣橱管理及穿搭APP



健康设计/叙事性交互设计等

UX Design

2025.07-2025.10

01-1

锐研问答

RAG驱动的智能知识问答平台 2.0 体验优化

- 支持结构化与非结构化文本快速搭建知识库
- 支持快速创建多知识库融合的AI智能体
- 支持人工干预与提问模版，提升问答质量

视觉升级　体验升级　RAG项目

需求背景

Background of Requirements

该项目核心迭代目标是**扩充用户群体**，打破仅聚焦专家用户的局限，覆盖新手用户，增强产品竞争力。

改版前**前台视觉粗糙沉闷，缺乏引导性**；**后台架构不合理，业务动线冗余卡顿，配置操作过于专业**，难以吸引新手用户。

设计师需要在此基础上重新定义符合业务与全用户需求的设计体系，优化交互动线，**兼顾专业与易用性**，推动业务增长。

锐研问答

风格定义

Style Definition

通过竞品分析以及与业务方的讨论后，在设计风格的定义上总结出以下三个关键词。

专业。

轻盈。

简洁。

设计风格定义

Style Definition

页面视觉粗糙沉闷

整体以低明度颜色为主

减少色系数目

提高颜色明度

蓝色系设为主色

组件及图标设计未成体系

统一使用圆角矩形

采用柔和的线性图标

hover交互为面性反馈

页面各元素间距不合理

内间距下限 8px

外间距下限 16px

大模块间距下限 24px

Primary Colors

#597EF6　#BECCFA

Sub Colors

#F9FBFF　#F9F9F9　#333333

设计界面展示

Showing design page

30+ | 40+

验收Bug数

RAG 问答系统的「第一触点」

品牌感知 — 用户信任建立 — 新手引导 — 降低使用门槛

嗨！我是AI小助手

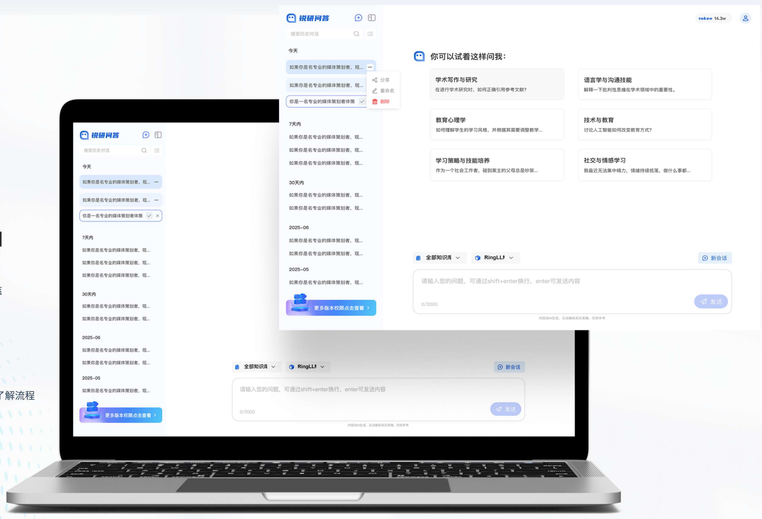
- **从「技术工具」转向「陪伴式助手」**

  采用可爱亲和的形象，建立视觉记忆点

  弱化冰冷的技术术语，用拟人化口吻降低用户心理门槛

- **用户操作预设**

  后台可配置推荐问题，引导用户通过实际体验了解流程



「分层展示+即时反馈」提升效率

- **回答信息分层**

  将AI回答拆解为「深度思考」-「结论输出」-「搜索结果」

  让用户清晰看到「分析逻辑」-「最终结论」-「信息来源」

- **「状态可见」+「即时反馈」**

  通过按钮多状态反馈、AI 生成流式输出、异常情况友好提示，构建完整的反馈体系

  让用户在对话全流程中始终清晰感知系统状态，提升易用性、安全感与体验流畅度

「结构化拆解+资料溯源」降低门槛

- **结构化输出**

  用“总分结构”拆解回答的分析维度

  通过编号，标题字号大小等手段等手段分层，使回答逻辑展示更清晰

- **资料溯源**

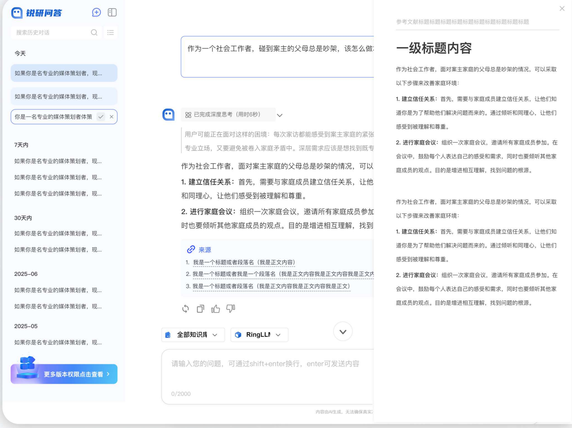
  关联智社内的真实案例库+智能体后台的知识库

  用户可通过右侧抽屉快捷查看信息来源，增强结论理解力与信任感

- **风险提示**

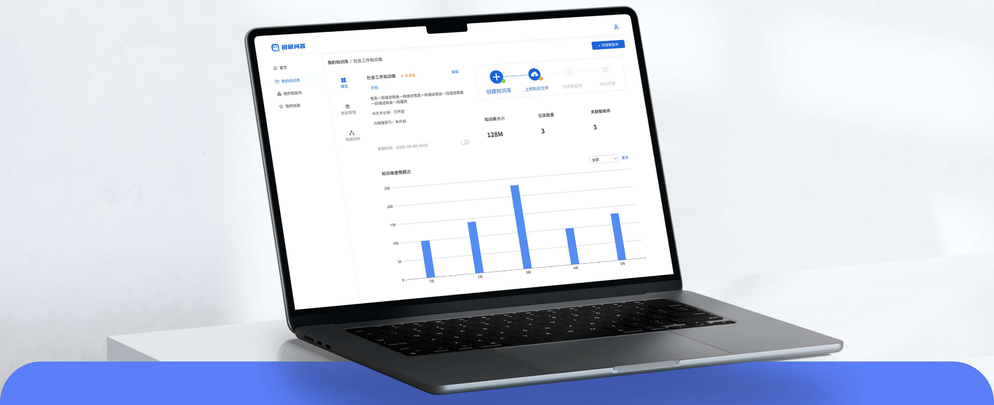
  在对话框底部固定显示相关风险提示语，构建负责、可持续的 AI 对话产品体验

  内容由AI生成，无法确保真实准确，仅供参考



后台-优化界面布局，提高信息透传

Showing design page



优化导航层级结构
构建双轴高效路径

导航层级与分类逻辑优化

通过重新评估原有一级导航的合理性，将部分归类不当的功能收拢为二级导航，让信息架构更清晰、层级更合理。

组件复用体系设计

采用左侧竖向一级 + 二级导航的结构形式，组件库复用保证页面风格统一的同时，降低开发成本。

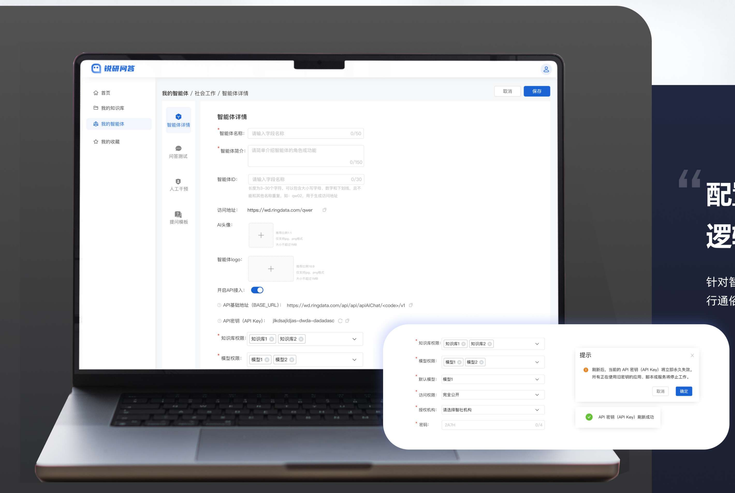
纵横向双轴导航设计

横向增加页面定位导航，形成纵向层级 + 横向定位的双重导航模式，提升用户在复杂功能模块间的切换效率与路径清晰度。

采用垂直滚动内容常用界面尺寸**1440*1280**进行基础界面的设计，开发同事根据不同屏幕尺寸进行适配。

普适化用户视角的后台配置体验优化

niversal User-Oriented Background Configuration Experience Optimization



配置表单根据业务逻辑有序排布

针对智能体后台配置场景，将专业参数与配置信息进行通俗化释义，按业务逻辑有序排布，降低专业门槛。

优化表单交互

对可预设选项与默认值的配置项，统一采用下拉选择替代开放式输入，减少用户理解成本与操作失误，提升配置效率与准确性。

可视化对话调试

搭建前后台一致的对话测试环境，支持**实时调试**查看效果，实现配置与效果可视化闭环。

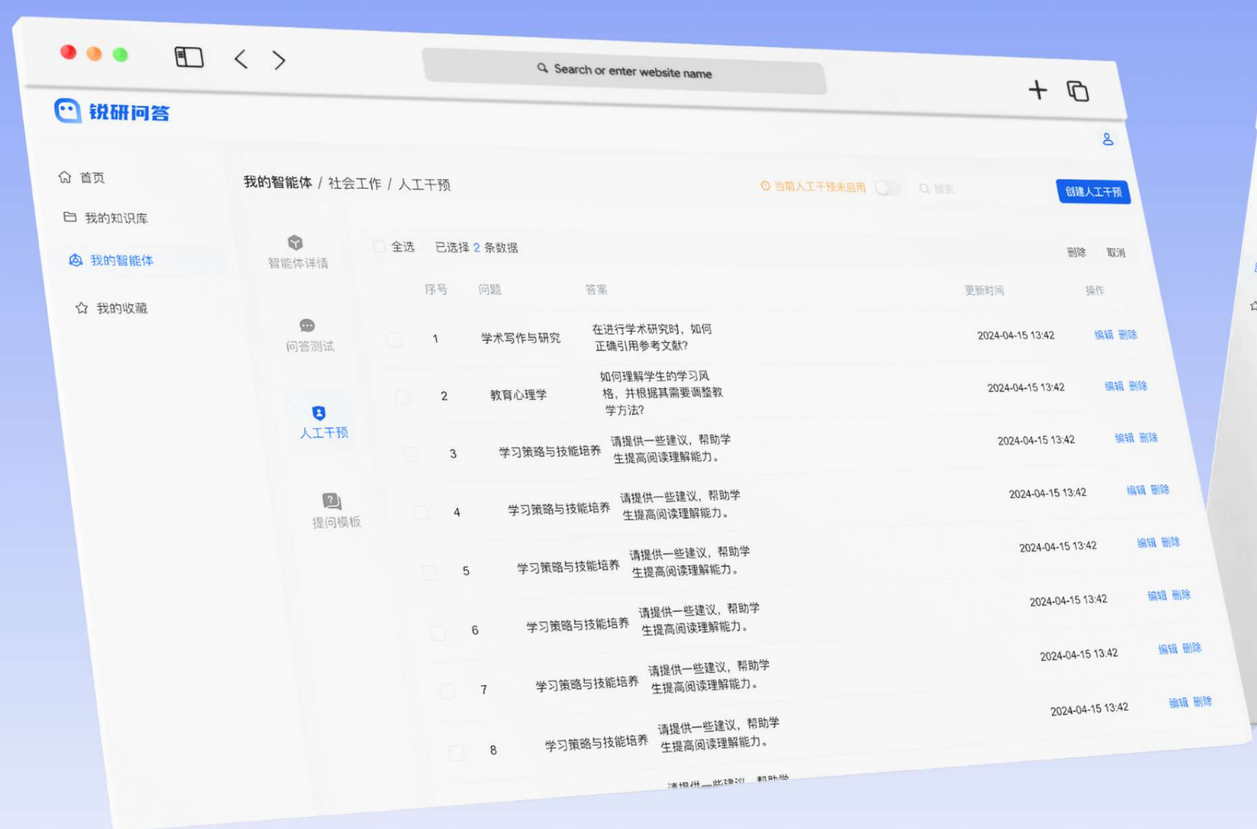
专业参数通俗化转译

对后台配置中的专业参数转化为用户可感知的语义描述，部分参数提供默认推荐值，减少用户理解与决策成本，提升配置效率与使用体验。

支持人工干预与提问模板，强化智能体可控性

人工干预

建立人工干预机制，针对偏离主题、无效或敏感问题预设标准答案，避免智能体无效应答、资源浪费与可靠性下降，提升系统稳定性与回答规范性。



提问模版

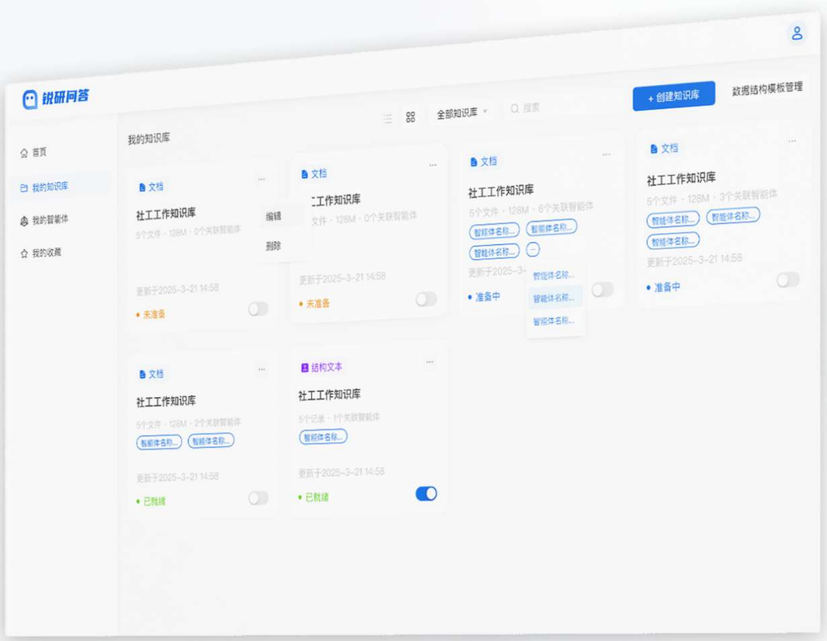
为智能体提供预设提问模板，引导用户提出更恰当、高效的问题，规范交互行为。

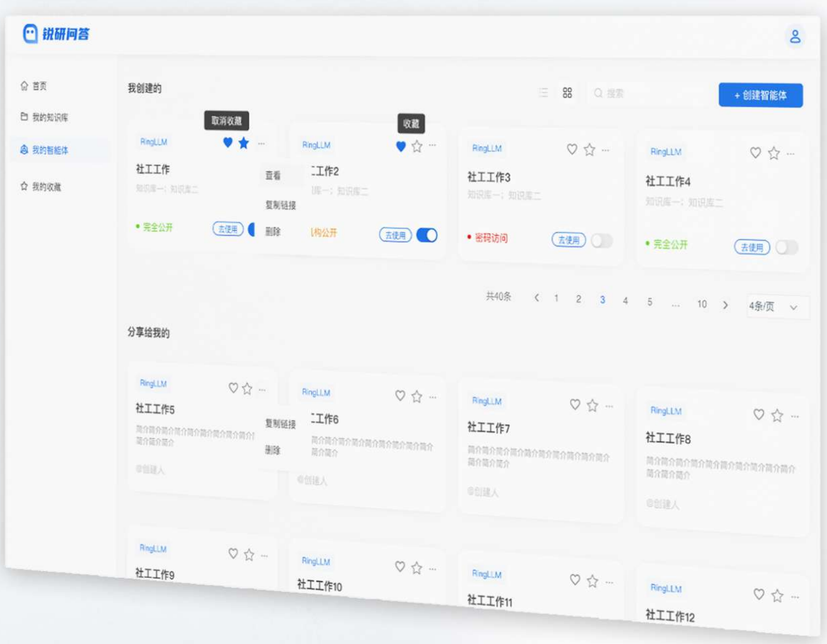
智能体与知识库双向关联展示，智能体可查看绑定的知识库，知识库也可追溯关联的智能体，便于统一管理与维护。

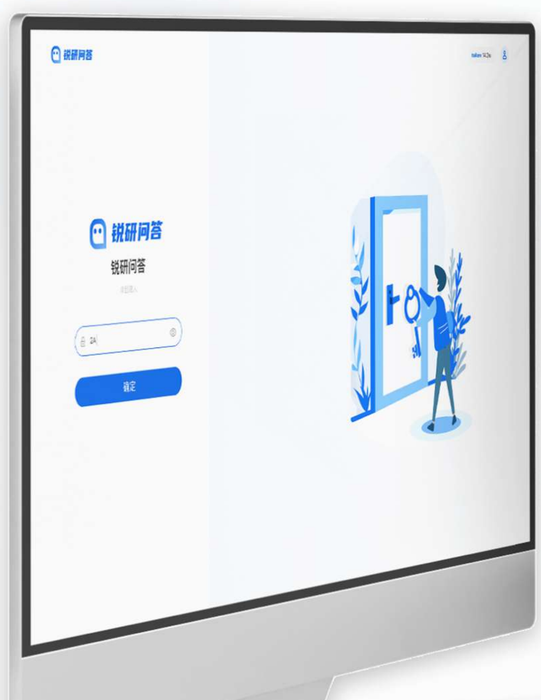
同时支持生成带密码保护的分享链接，兼顾协作便捷性与数据安全性。

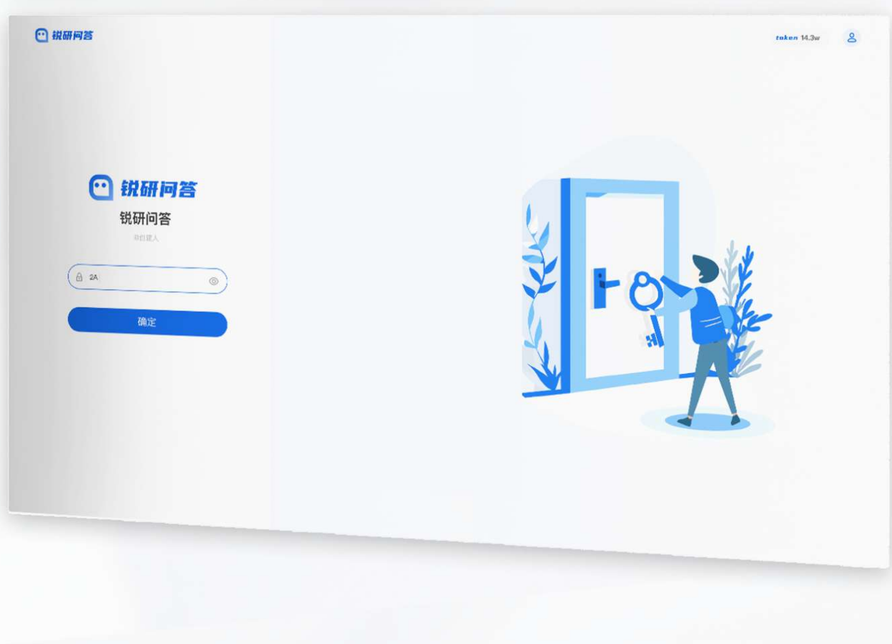
支持基于单知识库一键创建智能体，通过复用系统默认参数快速生成，大幅简化配置流程。

智能体与知识库「双向关联」一键创建与安全共享









UX Design

2025.07-2025.10

01-2

锐研 · 云统计
RING STATISTICS

云统计共享及AI分析

- 本项目围绕云统计**数据共享与权限管理**展开，通过定义数据权限、分析结果权限等多级管控策略，实现不同角色间差异化的功能开放与内容展示。
- 同时面向非专业用户新增 **AI 分析功能**，降低数据分析门槛，在保证数据安全合规的前提下，提升平台易用性与普惠性。

权限管控　AI分析　数据共享

需求背景

Background of Requirements

本项目致力于打造云端智能统计分析平台，旨在解决传统数据分析中的核心痛点：一方面，数据协作依赖大量的文件传输，**分析过程和结果难以共享与回溯**；另一方面，**专业统计软件难以在短时间内系统掌握**，无统计学背景的小白用户难以将原始数据转化为有效见解。

为解决上述问题，本项目聚焦构建**精细化共享协作生态**，通过AI 智能分析降低使用门槛，实现“让分析触手可及，让共享安全可控”。

设计方向

Direction of Design

搭建**多维度权限体系**，明确协作中的数据访问与操作边界

引入**AI智能分析引擎**，支持自然语言交互与专家委托分析双路径

优化协作流程，实现数据安全共享与高效协同

云统计共享权限界定

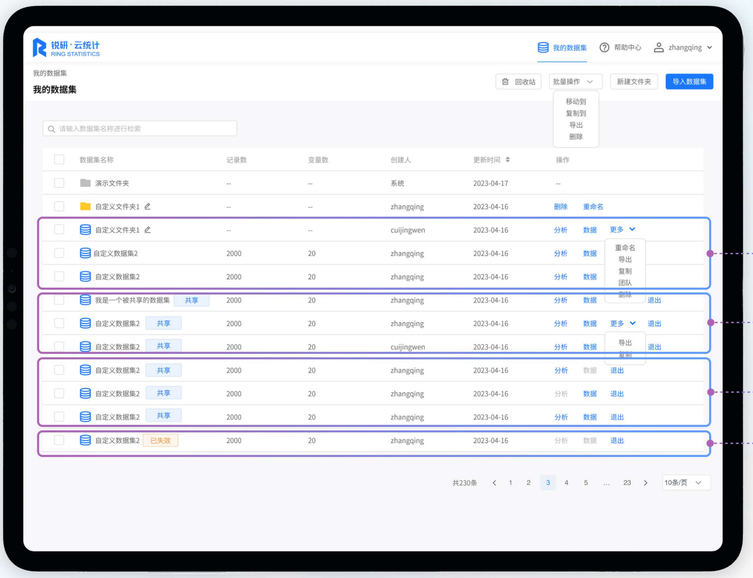
Definition of Sharing Function Permissions

云统计共享功能

- **数据权限**
  - 无权限
  - 查看：仅支持查看数据
  - 编辑：可以修改数据，不支持复制和导出数据
  - 管理：可以修改数据、复制和导出数据
- **分析权限**
  - 无权限：不能在数据集上做任何分析，也看不到他人的分析
  - 仅分析：可以基于数据做分析，但只能看到自己的分析
  - 全局查看：可以查看基于某数据集的所有分析（不能修改他人的分析）
- **数据创建者拥有数据管理，分析和全局查看的权限**

数据集权限界面展示

Showing design page



- **「权限分层+标签体系」明晰数据集权限**

权限默认由高到低聚类排列，对无权限功能执行隐式屏蔽或禁用处理，减少无效操作与认知干扰，降低用户误触与理解成本

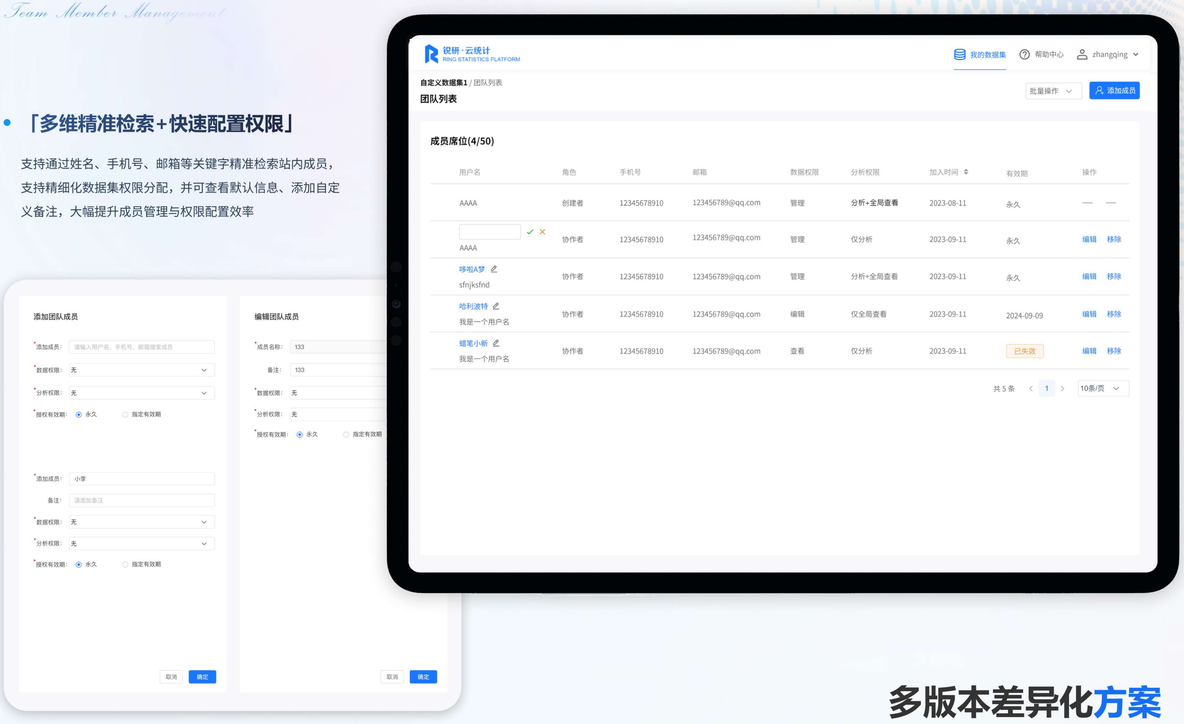
采用多色标签可视化方案，在视觉层面快速建立信息层级与类别区分，帮助用户在浏览、筛选、检索时快速定位目标数据

团队成员管理

Team Member Management

- **「多维精准检索+快速配置权限」**

支持通过姓名、手机号、邮箱等关键字精准检索站内成员，支持精细化数据集权限分配，并可查看默认信息、添加自定义备注，大幅提升成员管理与权限配置效率



多版本差异化方案

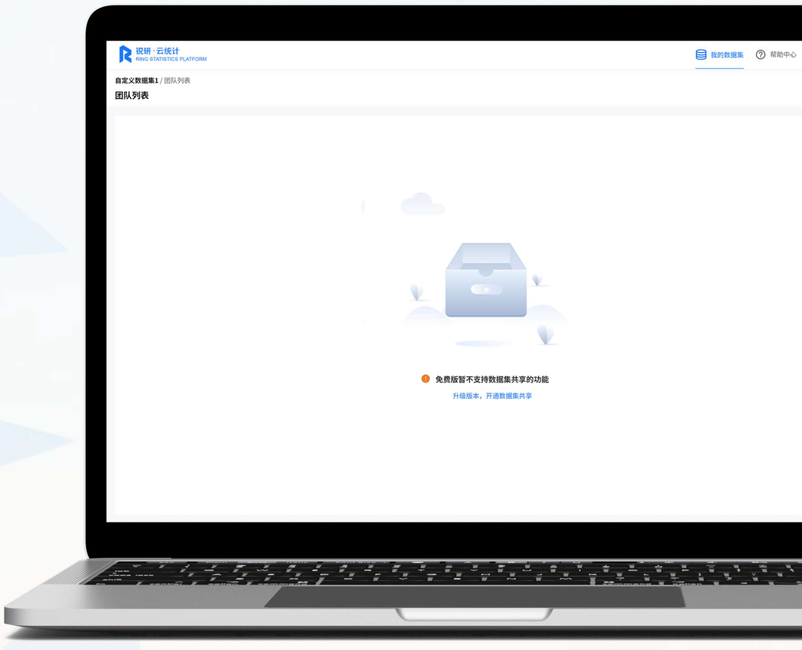
Multi-version Differentiation Scheme

- **「版本化权限分级管控」**

通过版本化权限分级管控，为不同付费等级的用户**提供差异化功能开放**策略

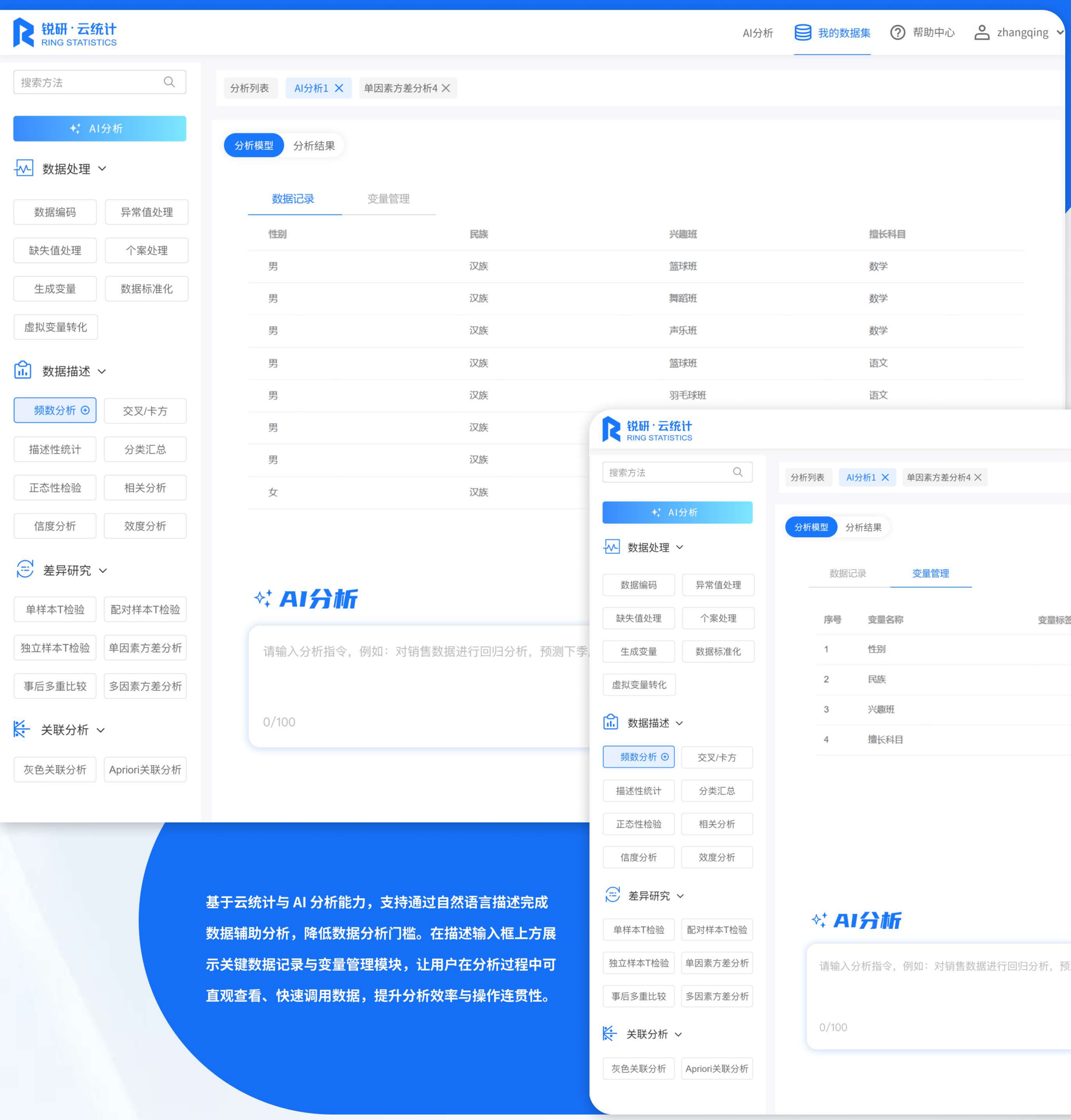
精准匹配企业、用户的实际使用场景的同时，支撑产品**商业化分层运营**

帮助产品实现基础版引流、高阶版增值的商业目标



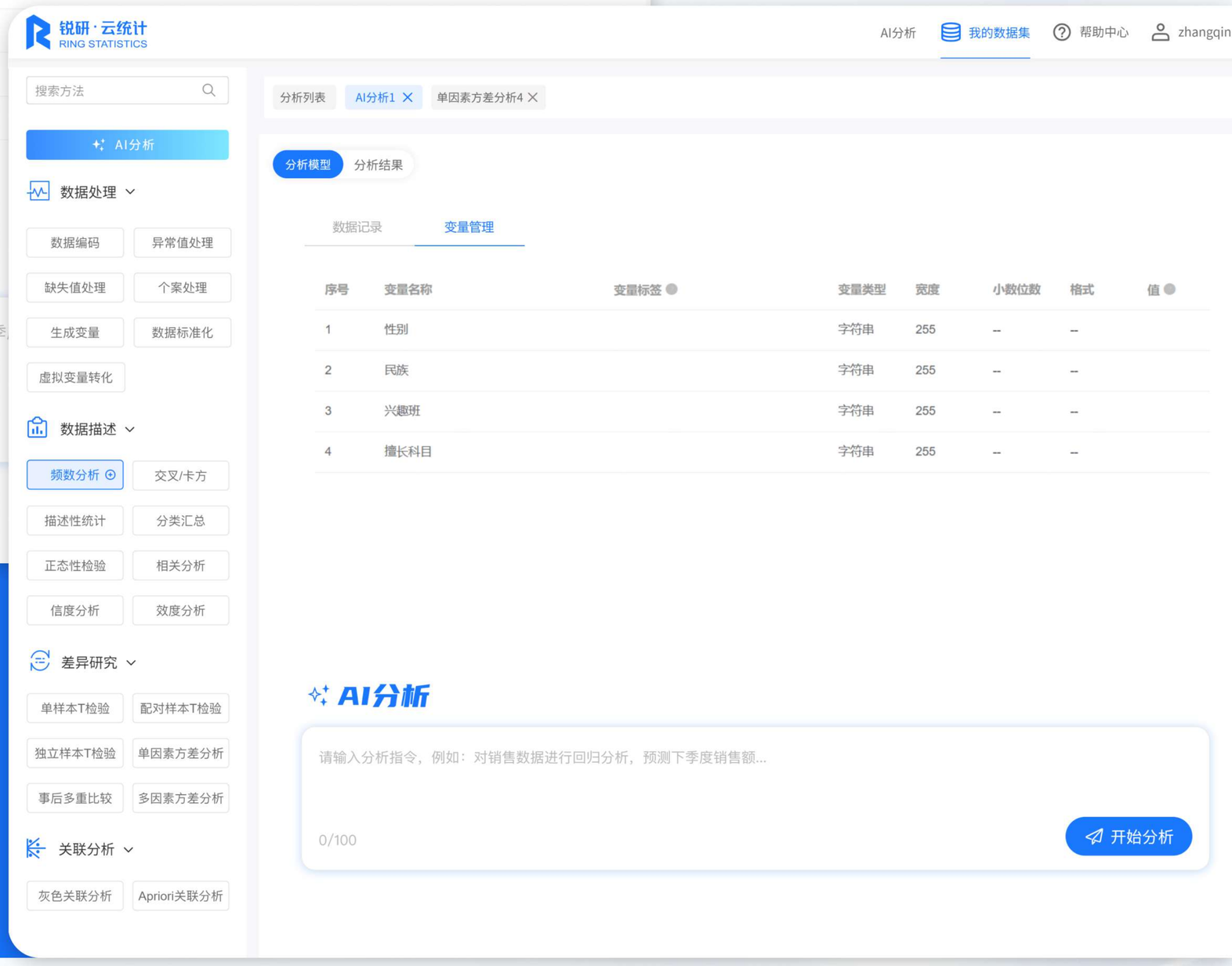
云统计AI分析

Intelligent AI assisted Statistical Analysis



数据变量快捷查看

AI 自然语言分析

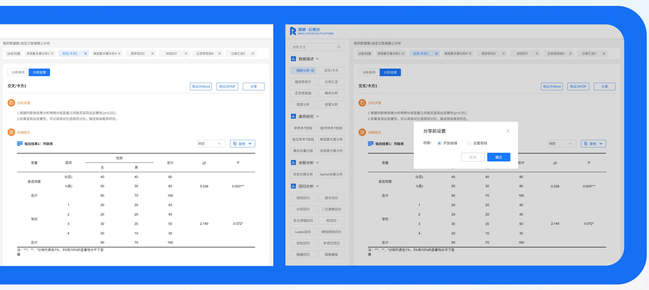


基于云统计与 AI 分析能力，支持通过自然语言描述完成数据辅助分析，降低数据分析门槛。在描述输入框上方展示关键数据记录与变量管理模块，让用户在分析过程中可直观查看、快速调用数据，提升分析效率与操作连贯性。

分析结果页

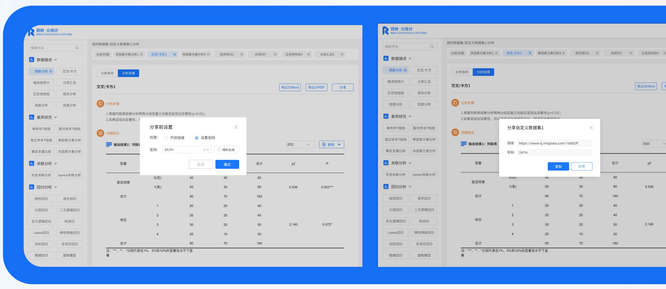
分析结果链接共享

Analysis Result Link Sharing



- 「版本化权限分级管控」

支持基于数据分析结果生成专属分享链接，提供**开放共享与密码校验双重分享机制**
用户可根据数据隐私需求自主配置访问权限，实现高效分享与安全管控的平衡



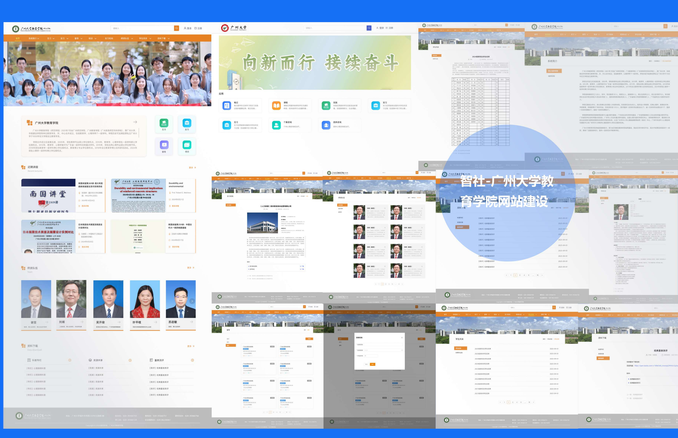
- 将统计分析结果以**模块化内容块 + 可视化图表**的形式分层呈现，帮助用户更直观地理解数据规律

- 支持用户**自主编辑图表样式**（标题、xy轴名称、图例），提升数据展示的灵活性与个性化表达

“通过「信息可视化」简化复杂数据信息

其他项目和成果

Other Projects & Achievements



UX Design
2025.11-2025.12

国外电商 | 双端页面 | 体验优化

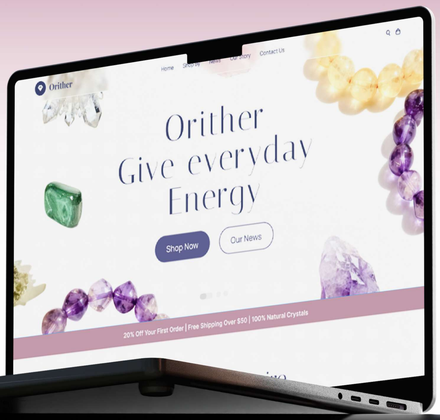
02

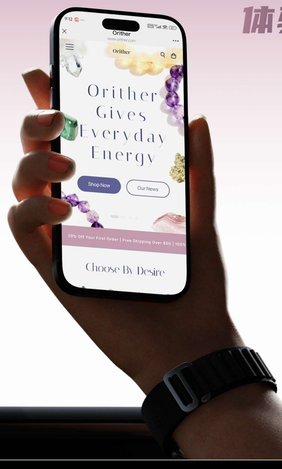
水晶饰品电商平台

体验优化

Orither

本项目针对海外高净值女性，聚焦水晶饰品电商双端页面优化。以简洁交互、高端质感为核心，结合不同文化审美偏好，强化产品展示、选购流程与品牌氛围，提升用户沉浸感与转化体验，打造适配高端圈层的轻奢水晶购物平台。





项目背景
Background of Project

随着海外灵性消费与疗愈文化兴起，水晶饰品不再只是装饰，更成为女性寄托信念、追求能量共鸣的精神载体。目标用户以海外高净值女性为主，对品牌质感、审美格调、购物仪式感与信任感要求极高。
原有 Orither 电商平台视觉风格简陋、界面粗糙、交互体验不流畅，信息层级混乱，既无法体现水晶品牌应有的优雅、神秘、轻奢气质，也难以让用户产生情感共鸣与消费信任，严重影响品牌形象与转化效率。

设计目标
Design Goals

针对原Web端进行全面体验优化，补增App端建设，以灵性美学、轻奢质感、流畅交互为核心，重塑品牌视觉语言，优化交互逻辑与操作流程，强化水晶能量与女性化的情感表达，提升页面质感与信任感，助力品牌形象升级与消费转化。

设计策略
Design Strategy

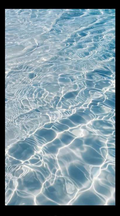
视觉策略：轻奢灵性美学
采用柔和高级的色彩、流动光影，营造优雅、治愈、神秘的氛围，强化女性向审美。

交互策略：简洁流畅，层级清晰
简化选择、浏览、加购、查看详情等核心路径，增加清晰反馈，提升操作愉悦感。

情感策略：强化女性向与疗愈感
通过文案、视觉符号、氛围营造，与追求能量疗愈的女性用户产生深度共鸣。

质感

简约


清透

关键用户数据
Key Data of Target User

全球灵性市场性别占比：
（VMR 2023, Etsy 2024, Euromonitor 2024）
女性 61.2%-79%

销售额年龄主力：
18-35岁（Z世代+千禧一代）58.7%-80%

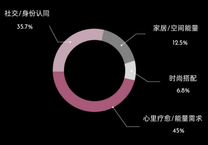
北美/欧洲 25-45岁女性中：
灵性爱好者 75%

美国18-34岁女性中：
过去一年买过疗愈性水晶首饰 58%
（NPD Group 2024）

消费能力：

客单价： $50-$150（亚马逊水晶类目 Top3 品牌）
高端线： $100-$200+（带能量认证、天然水晶）
63% 用户会重复购买，42% 会为不同场景 / 功效购买多款

消费动机：



市场规模与增长：

全球水晶疗愈市场： 2026 年 1.3 亿美元，2035 年达 3.3 亿美元，CAGR 11.15%
北美占比 38%，欧洲 22%-23.7%，为核心目标市场
TikTok 水晶相关内容： #crystalhealing 超 800 万条帖子，紫水晶单月销量 15,000+

FONTS&COLORS

Web/ 1440
APP/ 375*812

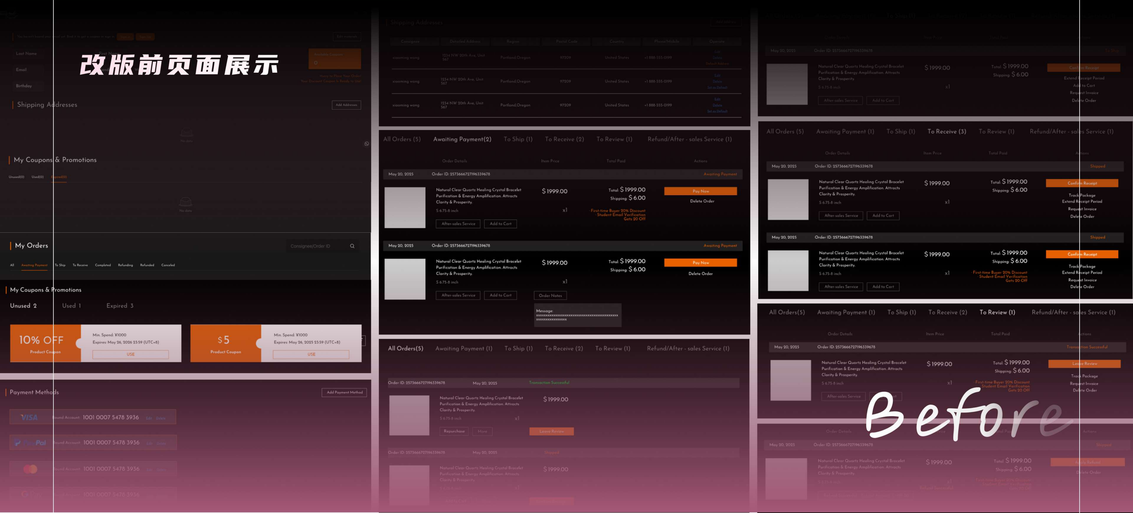
标题、装饰	Italiana	大型标题	58px / 32px
功能介绍	Manrope	标题	20px / 20px
装饰性介绍	Khula	小标题/正文	14px / 14px
数字、标签等	Josefin Sans	副文/备注/标签/装饰	12px / 12px

Primary Colors

Sub Colors

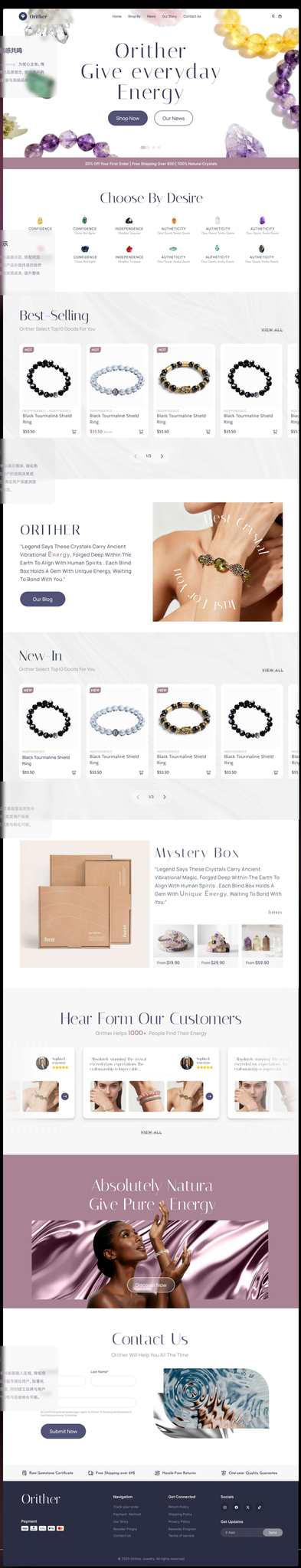
#AB8494 | #505275 | #949494 | #F0F0F0 | #333333

改版前页面展示



改版后Web端页面展示

Web/



建立品牌认知与情感共鸣

以 "Orither gives Everyday Energy" 为核心主张，传递水晶疗愈日常能量的核心价值，精准触达目标人群的主要消费需求，强化疗愈品牌与消费端品牌的情感连接。

水晶能量可视化展示

采用风格统一、质感精致的产品图片，展示饰品、搭配对应能量属性说明，从品质出发，强化产品价值传递的合理性，通过直观视觉呈现，提升产品吸引力与转化效率。

热销爆款推荐模块

在主页核心区域设置热销款展示模块，强化热门款与用户从众心理，降低用户决策成本，同时设置复客更多投入品类用户深度浏览需求，引导流量进入产品页面，提升转化。

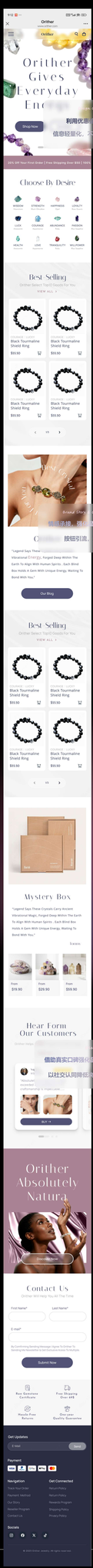
新品推荐模块

超强爆款模块统一排版，保证产品视觉吸引力与品牌整体调性，突出新品属性，吸引用户探索欲，丰富产品选择，提升浏览深度与转化可能。

底部联系我们模块

在页面最底部设置简洁的联系方式，邮箱输入区域，降低用户使用与登录门槛，便于后续营销推广，短期内，通过邮件营销，同时建立品牌与用户的长期沟通渠道，提升用户粘性与后续转化可能。

APP/



利用优惠信息刺激首次转化

值感轻量化，不干扰品牌气质

借助真实口碑强化品牌信任

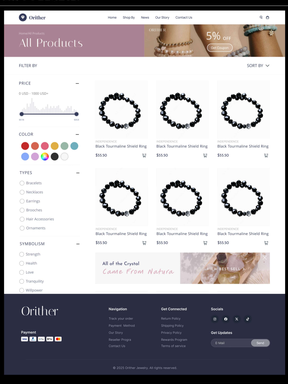
以社交认同降低决策成本，提升转化

Orither gives Everyday Energy

简约轻盈·轻松引导

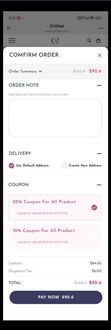
页面底部,像轻盈浮动的广告,轻盈地不会打扰您浏览一切,并给您最方便地一键关闭的权利。通过引导用户使用,引导用户参与活动,并能留下,提供用户下单便捷,且通过引导能有效加强活动手段。

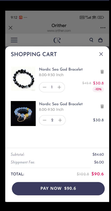
All Products/

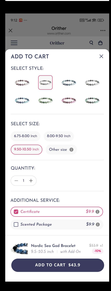


精准筛选·视觉优化

选择商品页以瀑布流方式为核心,结合分类、颜色、等级属性,能直观呈现产品多样性,帮助顾客快速找到需求。



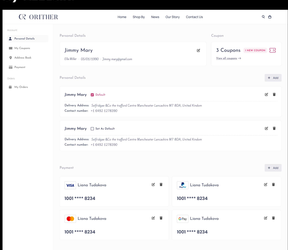


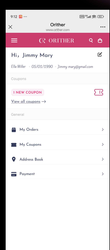


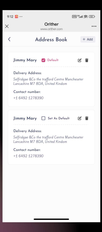
左侧导航栏超级重要!

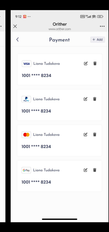
左侧导航栏将"Account (Orders)"设置,核心是基于用户需求和重点优先级来排序设计。Orders一直是最高优先级,因为这是用户最频繁的查看内容,而将其置于顶部可为用户提供最高效率。将重要信息(订单状态、Tracking Number)放在最显眼位置,可减少用户寻找信息的时间,提升满意度。将Coupons放在第二位,因为这是用户最关心的内容,可能会直接影响购买决策,鼓励用户下单。将Address Book和Payment放在后面,这些是设置类内容,通常只需偶尔查看,放在顶部会干扰日常操作。

My Account/





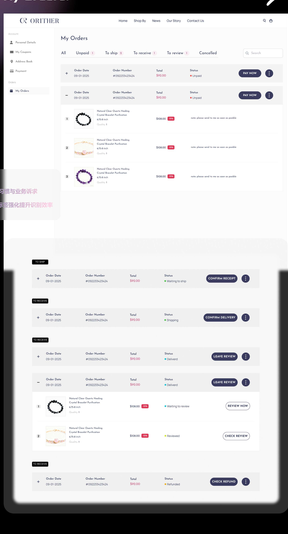




精简结构·安全可控

取消"登录/注册",简化结构,减少干扰。"登录/注册"涉及密码、验证码等模块,复杂度高,易出错,增加用户流失风险。将用户核心需求(订单状态、物流信息)优先呈现,提高用户体验。

My Orders/



Order Confirmation

排序逻辑用户直接关注与处理需求

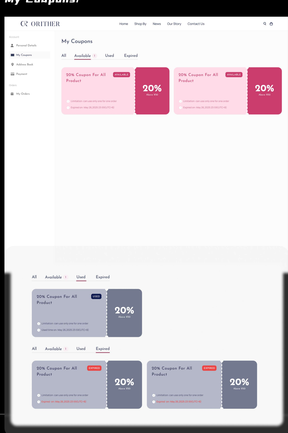
按简背景·高对比度强化操作区域

Information Priority

「用户高频查看·核心需求」筛选信息

「冗余信息」次级展示(更多操作)

My Coupons/



突出核心·轻盈设计

使用"可收集/多张/每张"设计,核心优惠突出醒目,使用简洁大胆字体,轻盈。

Orither gives Everyday Energy

UX Design
2025.01-2025.03

03

需求分配
Demand Allocation System Development

移动端建设
For Mobile

美团 美团 Ingee

Design problem insight 项目背景

需求分配功能未在移动端进行适配

在大象手机端收到需求录入与需求分配消息提醒，点击去分配进入需求分配页面，页面仍显示网页端格式，无法快捷处理。

需求分配不及时导致需求处理延迟

需求分配后，被指派的设计师才能知晓该并处理该需求。因此，需求分配不及时会导致需求处理延迟。

影响需求响应时间以及需求处理效率

需求分配流程不复杂，但缺少移动端适配带来许多不便，如出现负责人请假等情况，则需求分配较为麻烦。

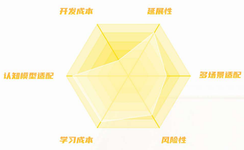
方案与设计策略
Scheme and Design Ra

路径1 （建设移动端）

移动端与 Web 端功能语义一致，用户认知模型可实现无缝迁移，延展性高但开发成本也高。

需求分配无移动端适配 → 增设移动端需求分配渠道

移动端功能优先级不清晰 → 通过数据埋点确定优先级



建设移动端，但受限于移动端**屏幕尺寸**与用户**碎片化使用**场景，其**信息承载容量**显著低于网页端。因此需对移动端功能架构进行**轻量化重构**，确保核心功能路径清晰直达。

路径2 （优化网页端机制）

核心用户与相关用户需轻度学习，但开发成本低。

委托分配机制未成型 → 开通临时需求分配权限

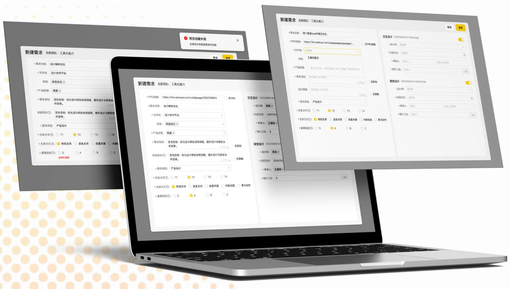
不考虑搭建移动端的做法，从优化网页端机制出发，在网页端的基础上增加**临时权限转移功能**，后续分配工作仍然在网页端完成。

通过**雷达图评估**，结合该需求**紧急程度不高**的客观情况，最终选择**建设移动端**的方案。同时，对于需求转派、需求回绝以及新建需求功能进行**埋点**，为后续路径的功能层级优化以及路径2的必要性考量提供数据参考。

分支流程
- 需求转派
- 需求回绝
- 需求撤回

主流程
需求分配
- 内部需求
- 外包需求

- 团队选择
- 项目参数
  - 需求名称
  - PRD链接　需求描述（无PRD链接时展开）
  - 文件夹
  - 标签
  - 产品经理
  - 需求目标
  - 体验目标
  - 需求分类
  - 任务分布
  - 支持方式
  - 需求类型
  - 重要级别
- 环节参数
  - 交互设计
  - 视觉设计
  - 设计资源　内部、计件、驻场、离岸
  - 设计师
  - 约定交付
  - 审核人
  - 预计工时
  - 供应商
  - 设计类目
  - 关联PR
  - 交付位置



Web端组织架构梳理
Organization Structure

需求转派交互页面展示

Demand dispatch interface

分支流程①转派

{组织架构选择}

- **「通过组织架构选择转派对象」**

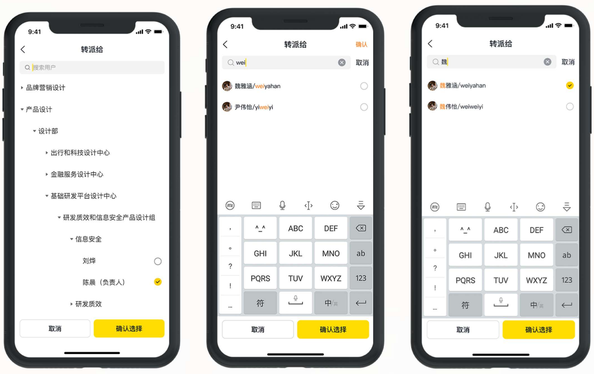
  页面加载后列表默认为收起状态，用户可通过滑动浏览完整信息，点击左侧箭头自由切换子列表的展开与收起，提升信息浏览效率

  考虑移动端垂直浏览、触控操作、屏幕空间有限的特性，最终选用树形级联选择器

- **「通过搜索选择转派对象」**

  提供全局搜索功能，支持通过 MIS 号或用户名进行模糊检索，关键词输入后自动高亮展示，提升检索效率与操作感知

{全局搜索}



需求回绝交互页面展示

Demand dispatch interface

分支流程②回绝

{新建需求页} *{回绝需求弹窗}* *{输入回绝原因}* *{回绝成功}*

- **「回绝需求弹窗」**

  当用户未输入原因或输入字数未满足最低要求时，点击按钮将触发即时校验并展示对应错误提示。

{异常状态}

需求回绝交互页面展示

Demand dispatch interface

分支流程③撤回

{需求撤回提示}

确定按钮保持可点击状态。用户点击按钮将触发即时校验并展示对应错误提示，引导用户补充完整信息，从交互层面避免无效提交，提升后台数据准确性与审批流程效率。

- **「需求目标撤回提示」**

  撤回原因与撤回弹窗中信息一致，如未填写则不显示。

需求分配页面展示

Demand allocation page

{团队选择}

{项目参数}

{环节参数}

在设计多个步骤填写的页面后，决定采用一个页面滑动填写全部信息，新建按钮不做置灰处理，方便核对与报错提醒

报错情况

天然卖点+热销引流

团队选择

[团队选择页]

[滑动选择]

[团队信息更新]

自动定位到默认值，无需手动选择

点击选择后即返回首页并更新团队资料

「团队选择」吸顶固定

团队选择模块支持在参数填写的任意阶段随时修改，无需滑动到顶部操作，有效减少流程切换与重复操作成本，提升表格配置效率与操作连贯性。

长字段折叠处理

文件夹选择

[标建需求页]

[选择文件夹]

[空页面]

- 「选择文件夹」

  根据所在团队展示该团队下的文件夹列表，存在选中信息则展示选中态/文件夹显示空状态。当用户无新建文件夹权限则不显示该通道。

- 「新建文件夹」

  输入不超过30字符的文件夹名称后，确认跳转新建需求页面并更新信息，确定按钮保持激活态，未输入或字数超出时显示报错情况。

[标建文件夹]

[输入文件夹名称]

[文件夹为空]

[超标字段超出]

标签选择

多个标签：展示不下横滑，右侧有渐变蒙层

[标建需求页]

[标签选择页]

[标签超出更多]

其他项目参数选择页

{新建需求页}

{需求分类}

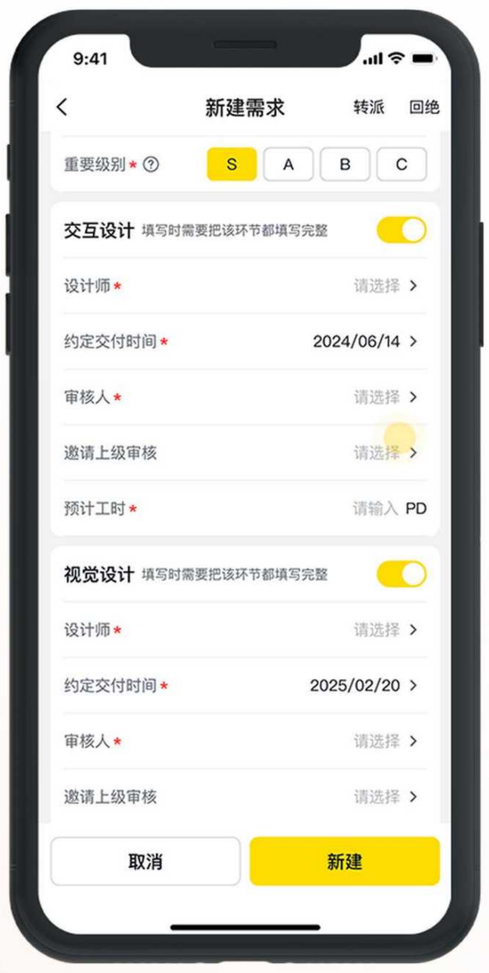
{任务分布}

{支持方式}

简化选择步骤

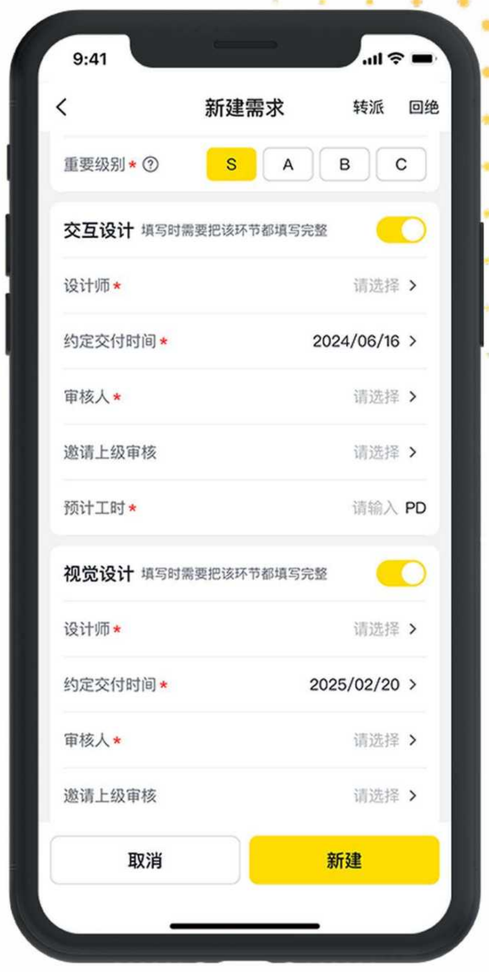
无需确认，选择后立即返回更新

日期选择



{新建需求页}

{选择日期}



{返回页}

- 「选择日期」

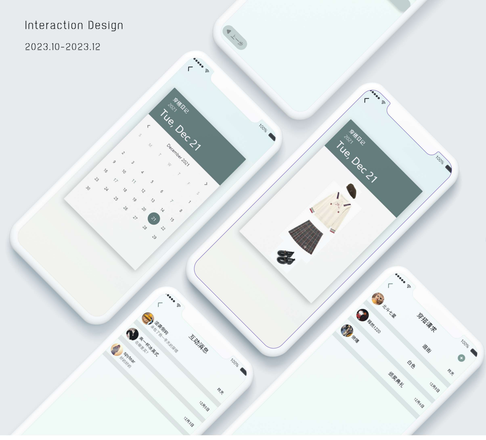
定位到业务方填写的日期，通过上下滑动切换月份。

ToolTips

- 「设计资源-内部填写信息-附件折行」

Interaction Design

2023.10-2023.12



“精简衣橱，
便捷穿搭。”

04

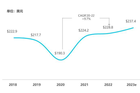
YIRAN-衣然（衣橱管理及穿搭APP）

“衣然”旨在帮助用户打造有条理的衣橱，实现实体衣橱和掌上衣橱同步管理，避免浪费时间去整理收纳不穿的衣服，以“衣物穿搭管理一体化”为设计思想。契合APP提供的“精简衣橱，便捷穿搭”的核心功能理念。真正做到解决闲置处理不妥善、衣物过多、风格小众人群难寻知己、风格局限、穿搭困难等用户痛点问题。

Design problem insight 市场趋势 洞察分析 — 现存问题 洞察分析

2018-2023e全球人均服装消费支出

经济的逐渐回暖连带着全球消费者信心逐年恢复，22年全球人均服装消费支出较20年增长9.7%。



数据来源：Euromonitor、OECD、Meet Intelligence

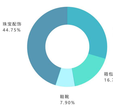
服饰穿搭笔记趋势图

2024年上半年，服饰穿搭相关种草笔记量同比去年增长120%+，预估互动量同比增长42%+，月均互动量近2亿。

数据来源：千瓜数据

品类笔记占比

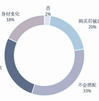
珠宝配饰占比44.75%，居并TOP1，较去年同期笔记数量增长200%+，互动量增长92%+；其次，服装占比30.56%，箱包占比16.79%，鞋靴占比7.90%。

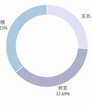


数据来源：千瓜数据

问卷数据及访谈分析

Issue and solution





Q 是否有要去特殊场合，面对一衣橱的衣物选择困难的经历？

Q 是否有跟着别人学穿搭的习惯？

Q 是否愿意和别人分享自己的穿搭习惯或者帮助别人搭配呢？

1V1访谈

Q：您有某天突然收拾出很久闲置或已经遗忘的衣物的经历吗？

A：很定有啊！有些衣物质地以前还挺喜欢的，过了一段时间后数还已经跟不上潮流了，甚不太会想起来穿了，衣橱太小，有些衣物放不下，堆在收纳箱里直到换季整理可能才会想起来。

Q：平时都是如何处理闲置衣物的？

A：一般质量还行的都是放在小区的公益箱里，有些太久的衣服就直接扔掉了，但是好像有些地方的公益箱因为管理不善被拆除了，不太清楚。

Q：平时会有不知道如何选择搭配已有衣物的情况吗？

A：有吧，有时候买回来的衣服当时穿着好看，拿回家不知道怎么和自己的衣服搭配，还会就导购意思买上一整套衣服，基本什么衣服配什么裤子，常年不变。

Q：了解过穿搭学习的渠道吗？

A：现在网上不是很多人会发衣服搭配的技巧和方法吗？还能直接搜到购买，挺方便的。就是不太容易找到自己喜欢的，看得眼花。

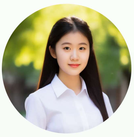
不会搭配
想学习穿搭
买不到喜欢且合适的服饰

由于不会搭配
年龄增长
或喜好变化
产生的旧衣仍有价值空间

希望旧衣服
通过捐赠或转卖
发挥剩余价值

用户画像

User Persona



林小美/

age:19　女大学生

对衣服的新鲜感留存时间短
苦于某些小众服饰找不到交流的同好
衣物配饰多收纳困难 容易遗忘

核心用户I型

用户动机/
- 提升审美
- 便捷实用
- 易懂易用
- 兴趣吸引

用户目标/
- 衣橱管理
- 穿搭灵感
- 旧衣处理
- 寻找同好

张铁梅/

age:27　公司公关部长

出入各种场合较多 难以选择服饰
不善于尝试新风格 想提升审美能力
每个季度有固定的购衣计划
工作临时需求购衣 闲置衣物多

核心用户II型

用户动机/
- 提升审美
- 便捷实用
- 易懂易用
- 兴趣吸引

用户目标/
- 衣橱管理
- 购买穿搭
- 旧衣处理
- 社交分享

APP使用场景扩展

APP usage scenario expansion

用户		需求及场景	问题解决
APP使用场景扩展	针对性人群	精致的年青一代	衣物太多	使用衣物信息录入功能整理归纳
				使用转卖和捐赠旧衣物功能
			注重穿搭	录入身体数据参考系统推荐搭配
				使用自主搭配功能
				使用社区功能搜索关键词学习
		管理衣橱的家庭角色	有管理需求	使用衣物信息录入功能整理归纳
				使用转卖和人捐赠旧衣功能
			帮家庭成员搭配	使用为他人搭配衣物功能
				使用自主搭配功能
				参考系统推荐
	其他用户	穿搭小白	想学习个性化穿搭	录入身体数据参考系统推荐
				使用社区功能学习
			不了解特殊场合穿搭	参考系统推荐
		热爱分享的达人	纠结每天穿搭时	参考系统推荐
			纠结每次选购时	根据系统商城的推荐购买
		选择困难的纠结型人		使用社区功能分享穿搭

智能录入身体数据衣物信息

自主搭配邀请搭配

专属商城

社区学习分享灵感

转卖与捐赠旧衣

APP视觉风格及功能定义

App visual style and function

视觉风格定义 VISION DESIGN

简约风

APP风格及布局简洁化，在方便用户直观且交互的同时，契合我们“精简衣橱”的设计理念。

唯美风

配色和元素偏向柔和唯美，致力于打造温馨的掌上衣橱空间。

时尚元素

加入时尚元素，帮助用户树立穿搭理念，同时增加APP视觉活力。

功能定义 FUNCTION

衣橱管理

主要提供衣物信息录入、按风格类别快速搜索等功能。

穿搭交流

系统根据环境和预测推荐每日穿搭，用户可以分享自己的穿搭心得，或请求及应答别人的搭配邀请。

旧衣处理

为用户提供旧衣处理的渠道，并提供积分激励系统。

交互方式定义 INTERACTION

滑动交互

通过手势滑动顺利与加载页面，交互符合自然的态配原则，方便用户使用。

点击交互

通过单击触发进入与确定效果，操作简单符合用户日常交互习惯。

语音交互

支持语音输入输出，低文化水平用户也能顺利操作。

字体

黑体　仿宋　Bahnschrift　Arial

字号

动画加载字-30px

主标题-28px

副标题-20px

正文1-16px

正文2-14px

辅助信息-12px

页边距

x-16px

y-46xp

APP低保真原型

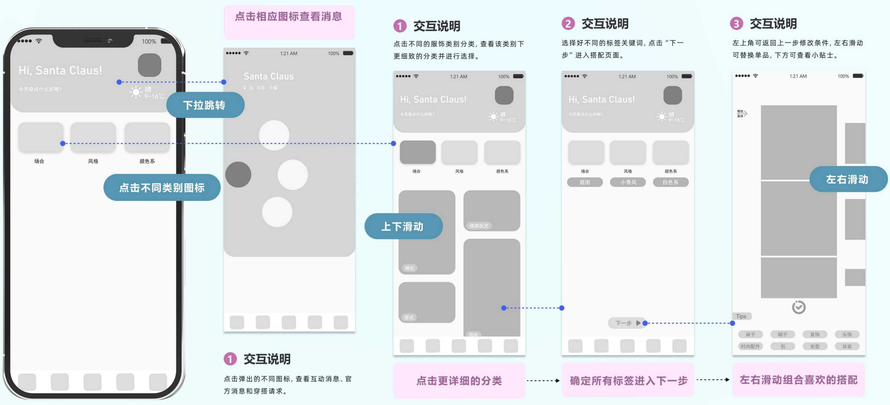
A.P.P low fidelity

交互流程展示

Interactive process display

页面关系/

交互逻辑/



1 交互说明

点击弹出的不同图标，查看互动消息、官方消息和穿搭请求。

1 交互说明

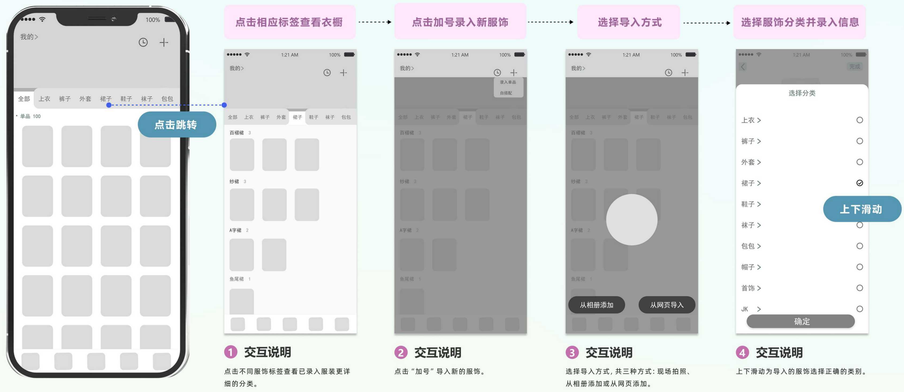
点击不同的服饰类别分类，查看该类别下更细致的分类并进行选择。

2 交互说明

选择好不同的标签关键词，点击“下一步”进入搭配页面。

3 交互说明

左上角可返回上一步修改条件，左右滑动可替换单品，下方可查看小贴士。



1 交互说明

点击不同服饰标签查看已录入服装更详细的分类。

2 交互说明

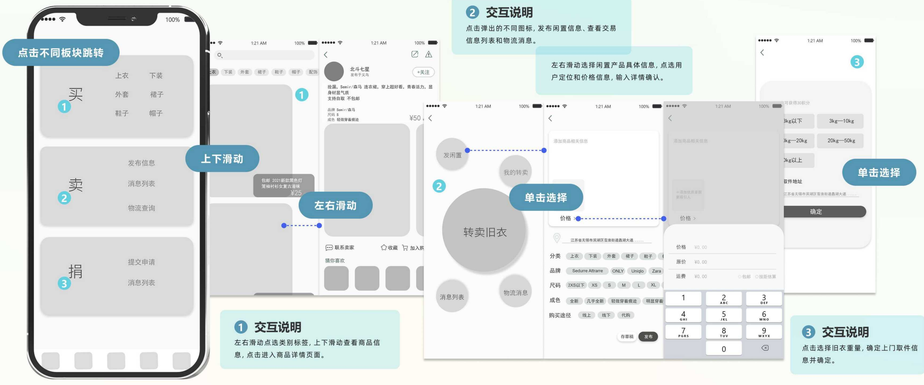
点击“加号”导入新的服饰。

3 交互说明

选择导入方式，共三种方式：现场拍照、从相册添加或从网页添加。

4 交互说明

上下滑动为导入的服饰选择正确的类别。



1 交互说明

左右滑动点选类别标签，上下滑动查看商品信息，点击进入商品详情页面。

2 交互说明

点击弹出的不同图标，发布闲置信息、查看交易信息列表和物流消息。

左右滑动选择闲置产品具体信息，点选用户定位和价格信息，输入详情确认。

3 交互说明

点击选择旧衣重量，确定上门取件信息并确定。

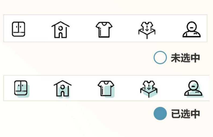
界面细节展示

Interface details display

1 线性图标

2 面性图标

3 主要图标

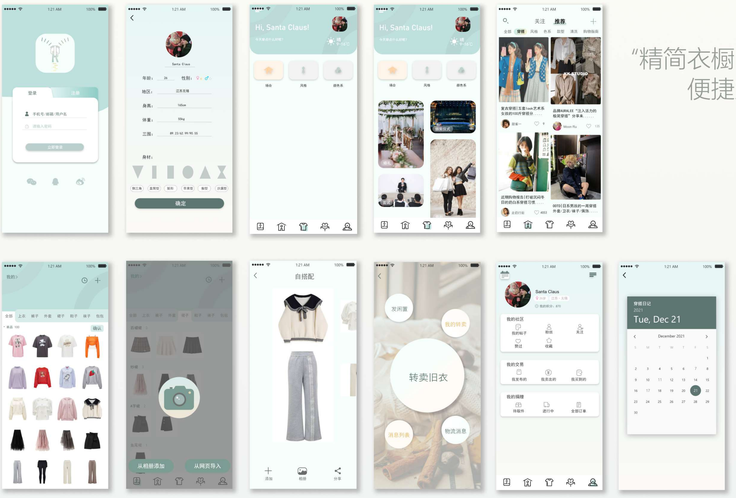


4 标签风格

5 页面风格

高保真界面展示

High fidelity interface display

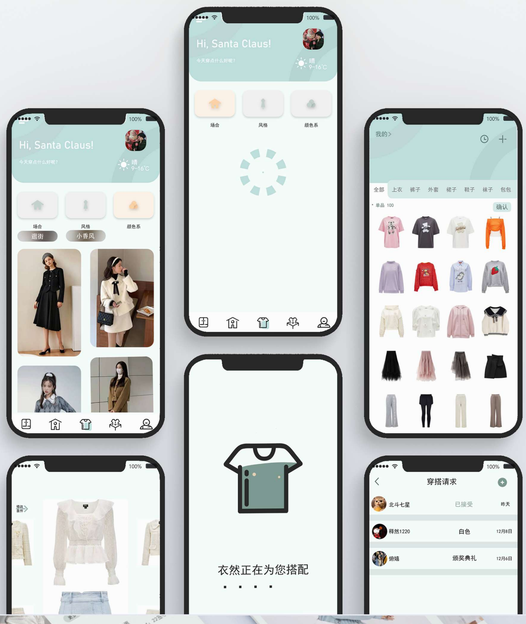


“精简衣橱，
便捷穿搭。”

- 「设计思路」

本板块以**「衣物穿搭管理一体化」**为设计思想，通过**管理＋搭配双模块协同设计**，实现实体衣橱与掌上衣橱同步，帮助用户打造有序衣橱、减少无效整理时间。同时依托智能搭配与场景化推荐，解决穿搭困难、风格局限、小众风格难寻知己等用户痛点，形成**「高效管理 — 轻松搭配」**的完整体验闭环，真正提升穿搭效率与生活便捷度。

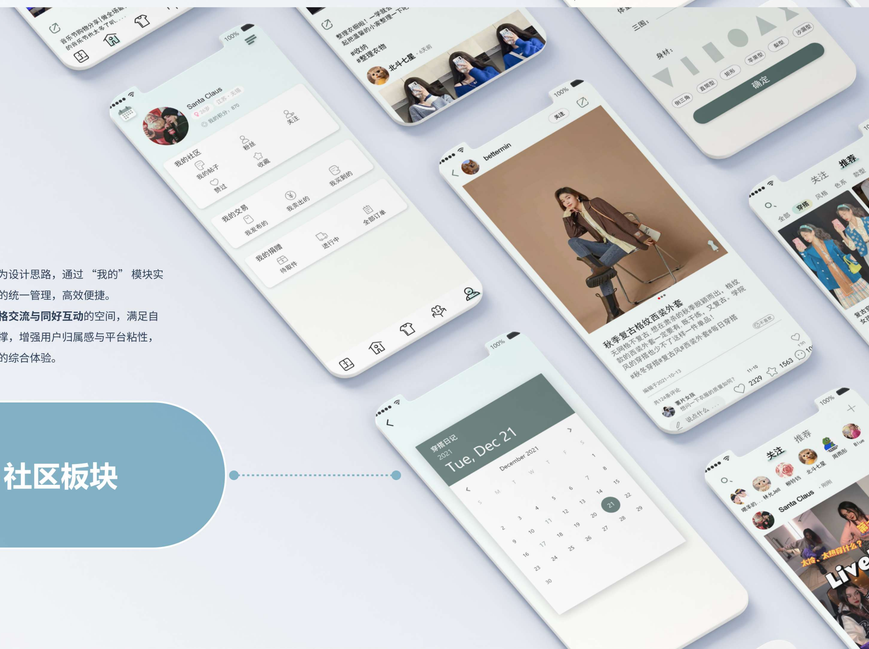
“衣然”板块：管理+搭配



- 「设计思路」

聚焦用户闲置衣物处理难、资源浪费、处置渠道单一等痛点，本板块围绕买、卖、捐三大核心场景构建**衣物循环生态**，延续「精简衣橱、高效利用」的设计理念，让闲置衣物得到**合理流转与二次利用**。既帮助用户轻松清理不再穿着的衣物、拓展环保可持续的生活方式，又实现资源高效循环，打造有温度、有价值的衣物循环平台。

“衣旧”板块：买 卖 捐



- 「设计思路」

本板块以**个人管理与兴趣社交一体化**为设计思路，通过 “我的” 模块实现个人信息、穿搭记录、订单与足迹的统一管理，高效便捷。
社区板块则为用户提供**穿搭分享、风格交流与同好互动**的空间，满足自我表达与社交需求。两大模块相互支撑，增强用户归属感与平台粘性，打造便捷管理、自由交流、同好共鸣的综合体验。

“我的“+社区板块

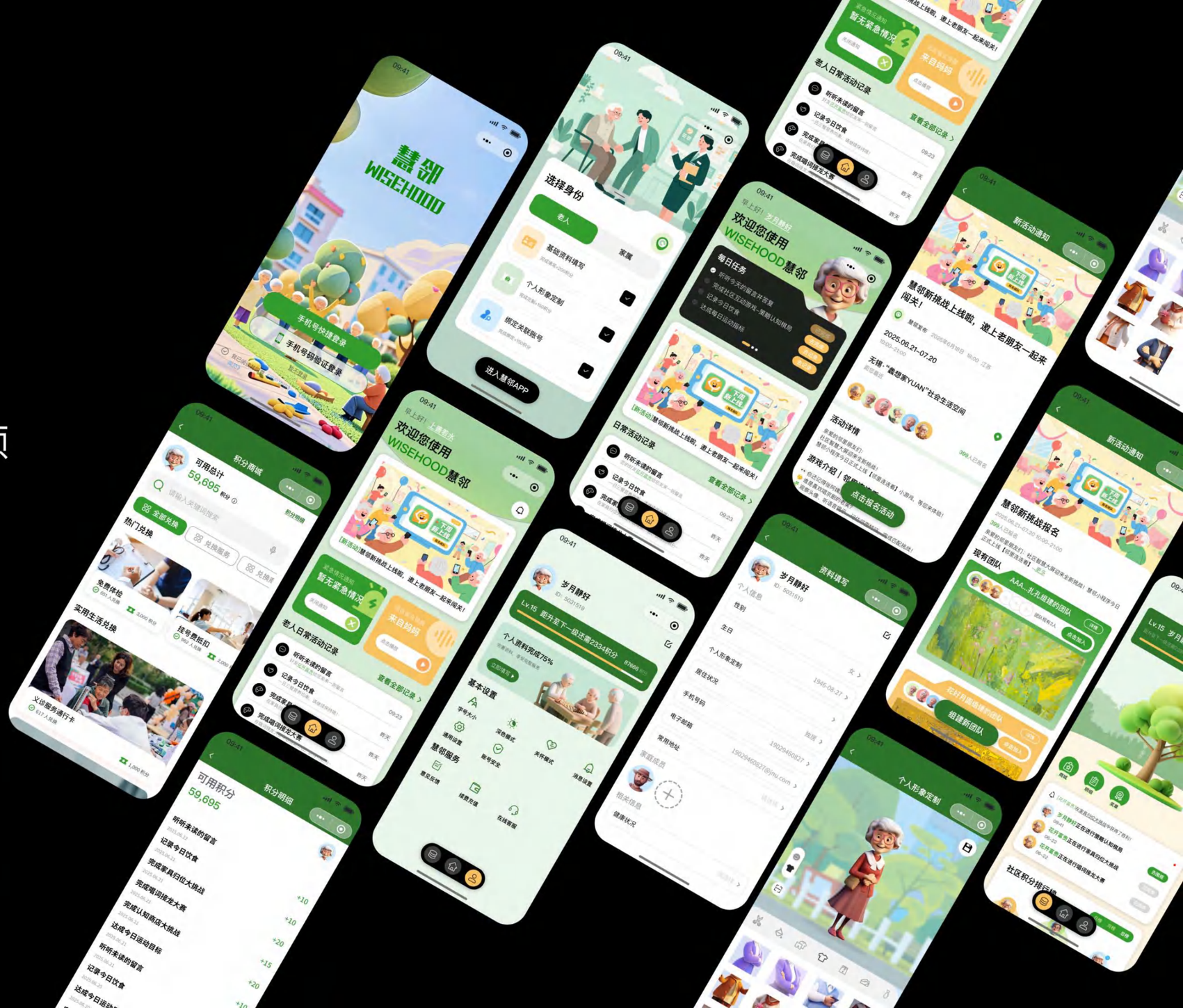
2025.5-2025.6

WISEHOOD

慧邻

AI赋能的社区老年人认知健康干预小程序设计

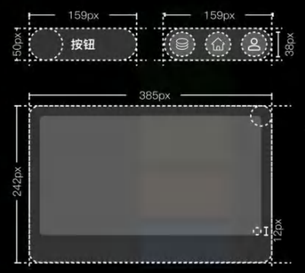
Design of a Mini Program for AI-Enabled Cognitive Health Interventions for Elderly People in Communities



配色

1D511A
369D30
C2E28B
FAC361
16A2FF

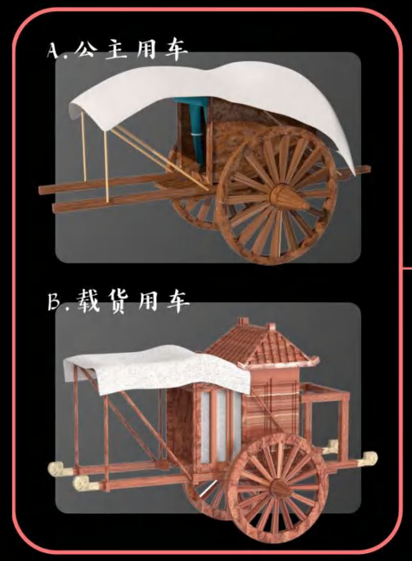
组件设计规范



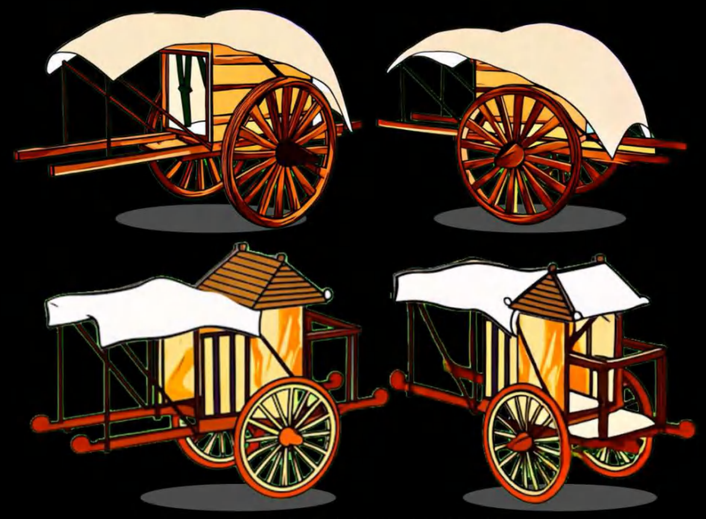
布局栅格

翻阅绘本的片段中，出现在绘本里的模型，都在Runway中进行了绘本风格渲染，以增加与绘本风格的契合度

提示词： cartoon lighting,cartoon style,green background,wood and fabric



Runway



绘本中驼车表现形式

契丹绮梦·和亲录

——辽代驼车叙事性交互设计

江苏高校哲学社会科学研究重大项目

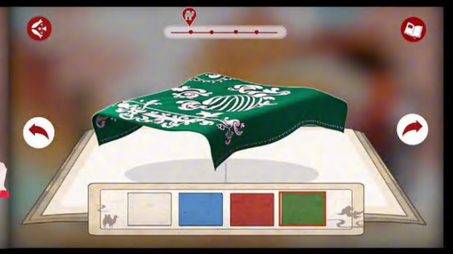
叙事性交互设计是一种将叙事理论与交互设计相结合的设计方法。通过构建连贯的故事线、角色设定、情感脉络或情境体验，让用户在与产品的交互过程中，不仅完成功能性操作，还能像“参与故事”一样产生情感共鸣、沉浸感和意义建构。

Narrative Interaction Design

2024.9-2024.11

旋转展示车辆
滑动查看信息卡片

左右点击查看部件信息



切换顶篷颜色与纹样

车辆与部件观察
信息卡片查看

Vehicle and component
observation information card view

THANKS FOR WATCHING

15365860557 / 582465779@qq.com