

DESIGN PORTFOLIO



潘芷莹 PAN  WORK COLLECTION

VISUAL DESIGNER \ OPERATING ACTIVITIES \ BRAND VISION

CREATIVE DESIGN TREASURE BOX READY GO 



LEXIN
SINCE 2021-2026
UI UX **DESIGN**



作品集

往后翻页 动动手指

UI设计

交互设计

运营活动

品牌设计

视觉创意设计设计师

工作经验

2019.08-2019.11
深圳市上尚艺术有限公司 实习生

- 1.暑假实习、参与顺丰异地招生视频剪辑
- 2.后期特效制，中国招商银行经济服务20周年宣传

2019.12-2020.01
深圳市聚源科技有限公司 实习生

- 1.UI实习 (线上)
- 2.制作公司网页移动端视觉设计

2020.02-2021.04
深圳海道科技教育有限公司 设计师

- 1.负责在线教育类产品的运营设计、品牌设计
- 2.包括线上活动H5页面、视频素材、线下物料以及品牌形象
- 3.负责1V1教育页面，拓展新业务等

获奖经历

- 蝉联三年奖学金“一等奖”
- 蝉联三年国家励志奖“一等奖”
- 荣获兆艺美术两年“优秀教师”及作品奖“一等奖”
- 创意设计学院设计作品“优秀奖”
- 广东青少年反腐设计奖“优秀奖”
- 科技学术3D创意设计学院“优秀奖”
- 寻找AI创意比赛“三等奖”

2021.04-至今
深圳乐信控股有限公司 体验中心UI设计师

- 1.负责消费金融业务的UI设计输出、运营设计输出
- 2.曾担任过普惠业务的UI设计输出、及线下店提案设计
- 3.曾担任过海外泰国市场和印度市场的APP设计

Personal Design/Collection of Works



我叫潘芷莹

- UI设计
- 运营设计
- 动效设计
- AICG设计
- 品牌设计
- 三维设计

学历：本科

专业：16级数字媒体艺术

电话：18938367111

邮箱：1540277110@qq.com

微信：zy1540577110

个人技能 加载

UIUX设计

运营设计师

APP

AICG

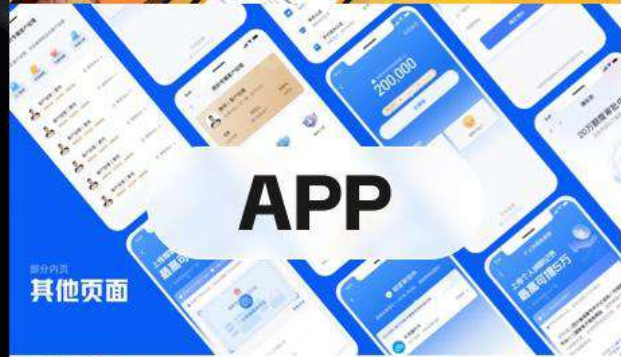
运营设计

B端



墨西哥
从0到1视觉产品

CoatitCap
Mexican APP from 0 to 1 visual product



APP

部分内容
其他页面

乐信

AI设计辅助

运营活动

Web Side & Components

网页端&组件

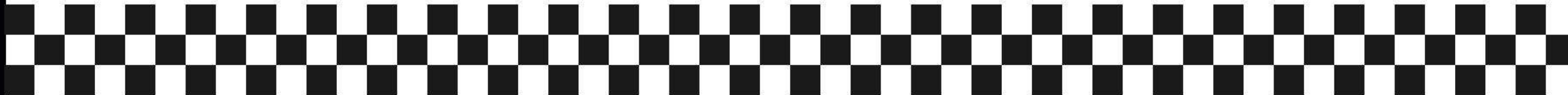
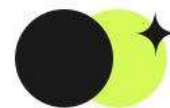
结构化人才管理系统



B端

目录

DIRECTORY



2022-2023
LEXIN ConfíoCash

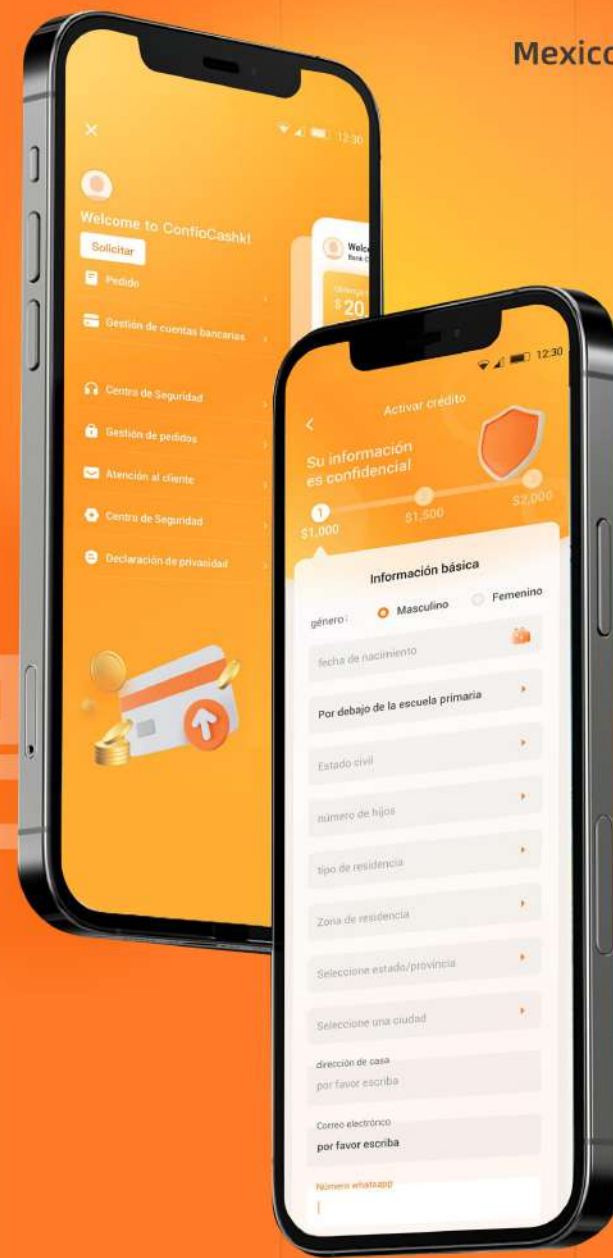
Mexico Project ▶▶▶



墨西哥 ConfíoCash 从0到1视觉产品

调查分析现状 / 内容结构设计 / 视觉界面设计

Mexican APP from 0 to 1 visual products



DESIGN PROCESS

设计流程

ConfioCash

Mexico Project ▶▶▶

沟通需求

Communication Needs

根据产品所提出的需求，通过十字法分析，对应用户的需求进行优先级划分。根据产品的特性进行分类

用户研究

user research

对于海外用户进行分析，详细了解不同用户的需求；对国外的金融产品分析；根据群体现象设计对应风格架构等

原型设计

Prototyping

根据不同的用户角色在原型阶段进行功能的划分，结构化清晰布局

细化原型

Detailed prototype

对原型图进行进一步的细化，制定组件规范与栅格化布局

数据监测

Data monitoring

根据用户的使用频次和各个功能点的点击率来进行分析总结

设计交付

Design delivery

对原型图和组件进行视觉设计，优化信息层级的划分，手机用户的实际使用数据和功能点的触达频次



人群概述



群体现象



支付习惯



金融产品分析

印第安古文明、热情、外向

65%没有银行账户、现金社会

OXO、SPEI、信用卡借记卡

nubank、stori、mintos

风格
字体

风格简洁、扁平为主

标题、重点使用大字号

字号、字重对比强烈

图形
布局

图文降低用户理解成本

视觉比重低、内容为主

大面积留白突出重点

业务
属性

易懂易理解、金融性、

信誉、信任

年轻、热烈、向往

主视觉总结

COMPETITIVE ANALYSIS

竞品分析

ConfioCash

Mexico Project ▶▶▶

01 nubank



品牌色是紫色，神秘 时尚，倾向墨西哥亡灵文化。

整体风格简洁，颜色和页面的布局使设计操作流程非常聚焦。

02 Stori



品牌色是绿色，绿色偏翡翠绿，安全可靠，亲和便捷的印象。

满足短期需求的灵活贷，整体颜色老气，布局对比不强烈。

03 M-PE SA



巴西的一款金融产品，绿色是亮色系的，安全可靠，亲和便捷的印象。

简洁扁平风格，字体偏大，没有图形干扰，页面留白较多，信息识别更快。

04 mintos



贷款平台，偏蓝色调的绿色，金融性更强，传达出冷静/理性。

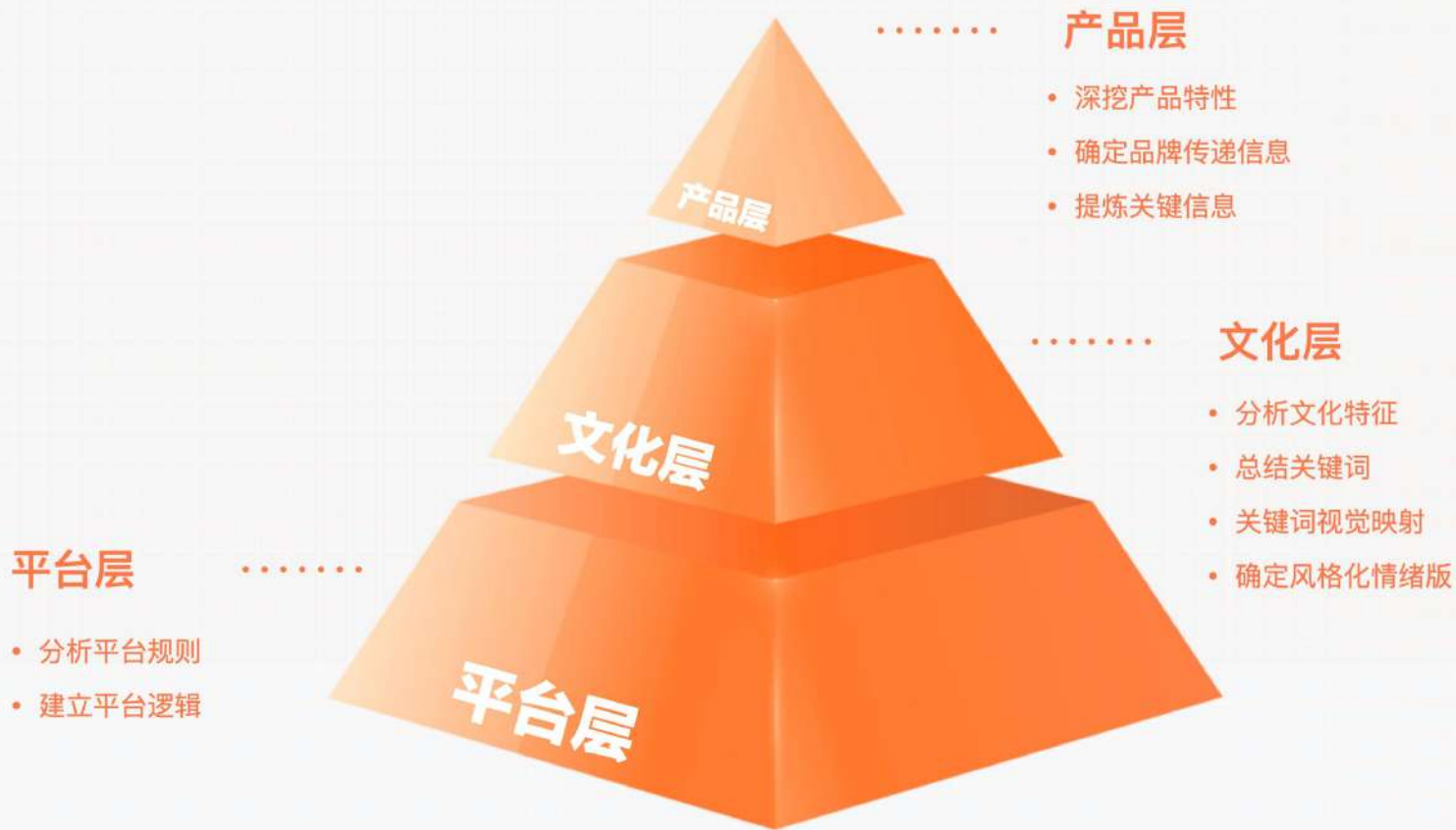
整体布局较密集，模块化布局，数字化视觉更强烈，功能化，没有任何运营模块打扰。

Disassemble product objectives

拆解产品目标

ConfioCash

Mexico Project ▶▶▶





通过市场调研（这部分过长仅带过）、用户分析（RFM模型、情感曲线、问卷收集、用户画像、北极星指标等模型得出简版）、竞品分析（分别在本地金融、本地使用电子支付和海外巴西国家做了一次设计上面分析、

01

提高借贷率

首页会有登陆注册的牵引，进到首页后会有主要的卡片金额模块，通过banner和借贷金额吸引留存用户出发借贷行为

02

新用户引流

线下宣传、线上APP排名，商品上架图吸引用户，安全快速审核，加强用户对平台的信任

界面简洁

界面信息清楚简洁，入口简而易见，有效触达，卡片化进行区分，信息层级明确，功能易用

03

04

品牌风格化

建立明确品牌风格，颜色，字体，icon，组件化平台规范，增强品牌记忆，渗透品牌

设计品牌LOGO

Mexico Project >>>

LOGO



反白



标准



文字 LOGO

CONFIO CASH

设计思路

乐信的文化都是以LE或者微笑来赋予意义的，所以LOGO会有微笑元素，钱包是国际上通俗易懂的物品，最后的符号是代表此个国家的金币符号，也是产品属性的明显漏出，打开墨西哥的市场，有一个通俗易懂的LOGO最为关键

钱包

构思关联

LE微笑

赋予意义

符号

产品属性

Building a system grid

圆角规范、边距结构、网格制定

超大圆角 16 pt

(应用于大弹窗、大板块页卡、大按钮)

大圆角 12 pt

(应用于气泡框)

中圆角 8 pt

(应用于常规类图片、中按钮)

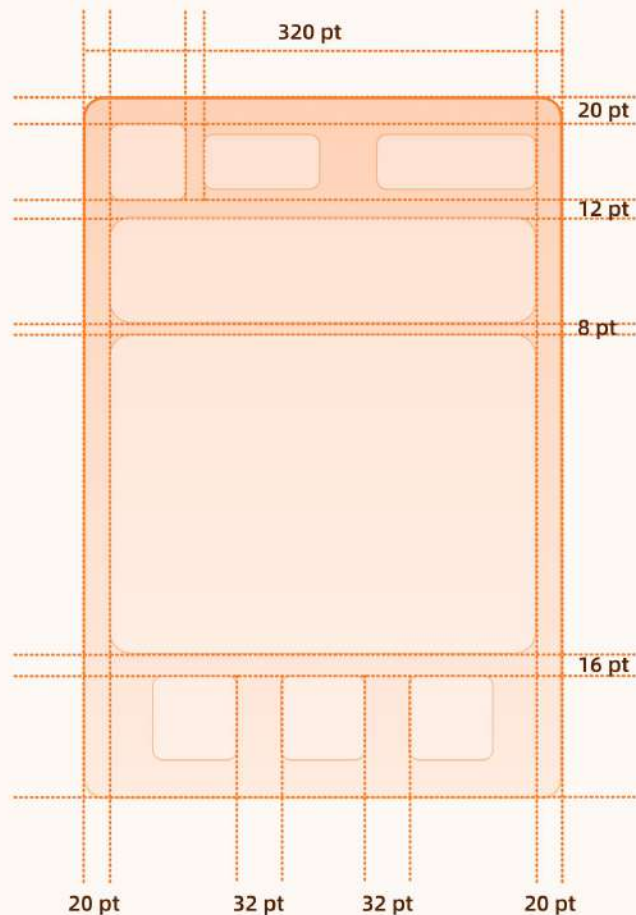
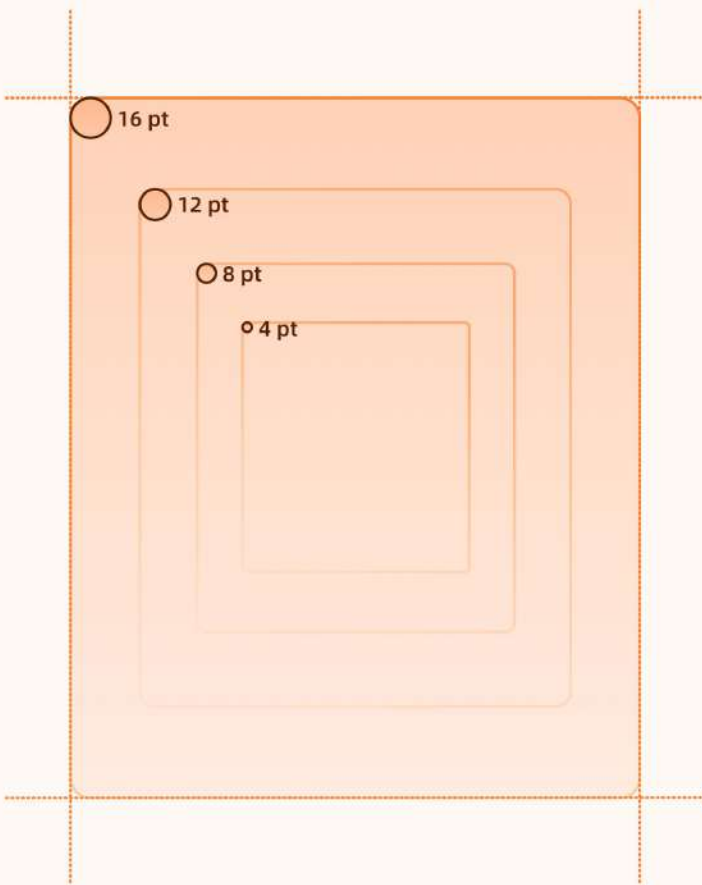
小圆角 4 pt

(应用于大小标签、小按钮)

边距结构、网格制定

设 8 pt = X; 12 pt = 2X; 16 pt = 3X

形成统一圆角规范, 彰显产品调性, 丰富界面设计规范感



Building a system grid

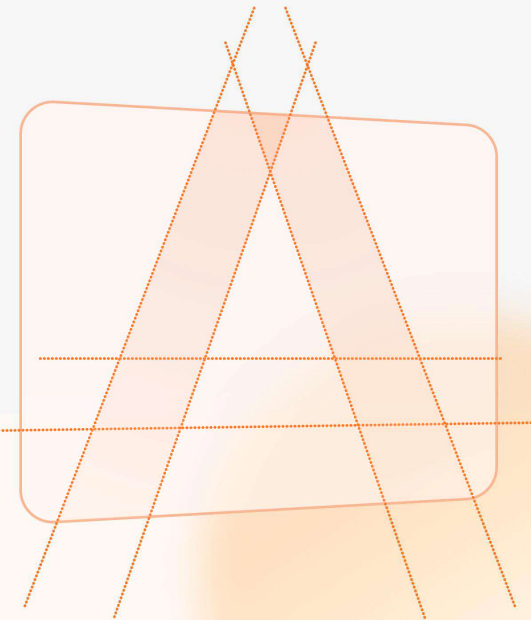
安卓规范字体、文本定义

安卓系统标准字体 Roboto
(其他免费的安卓系统可在Google Font选择开源字体)

文本定义
单行间距与程序开发保持一致 (字体字号+2)
多行文字间距设定 (字体字号的1.25倍)

Roboto

字体属性	使用范围	使用字号
Huge	特大文案	Regular 40
Headline	重点标题	Regular 32
Title	主要标图	medium 28
Subtitile	次要标题	Regular 26
Body	文本	medium 24
Secondary	次要文本	Regular 20
Button	按钮	Regular 18
Tages	标签	Regular 16



色彩规范

ConfioCash

Mexico Project ▶▶▶

Color matching

颜色搭配

- 主色选橙色热烈的色调，更贴近本地化，亲切感安全哈。
- 多彩的点缀颜色，取自己的临近色和互补色，使界面协调的同时嘛，增加活力，符合品牌原有的视觉定位，画面上暖色可以多数的活动促销的氛围，让用户更易有消费心理

字体颜色

- 黑色不用纯黑，用同系色的黑，衬托界面的亮色，突出标题



Icon and graphic design

图标、配图设计

ConfioCash

Mexico Project ▶▶▶

ICON



配图

Overall page style

页面整体风格

页面设计思路

头部选择风格

橙色的头部和整个页面的颜色都是用了品牌色，混合黄色做个渐变，显得更加透气灵动，突出品牌色印象

模块化处理

同个模块之前绑定同组信息合集，区分模块用颜色区域做对比，将同类型主要信息前置，色块突出

插图设计思路

毛玻璃&质感

根据调研总结，海外用户更喜欢实体的呈现效果
因此用3D插图，通俗易懂的展示行动指南



主流程页面

营销页（额度吸引）

额度期数在前营造金融氛围

为英文（多语言同理）预留更多的空间，避免横向多个信息内容。

在按钮的设计上也要避免拥挤，可以单独设置区域更大的按钮。



额度中心

额度的多少，吸引用户使用

行动指引

按钮的设计上要避免拥挤

功能介绍

业务属性，可以用到的地方

运营位

接地气、当地口语化文案

交易页（简易操作）

运营位牵引用户留下、易操作下订单

避免横向出现并列的文字按钮，这对手掌相对较大的欧洲用户也更友好。



运营位

针对用户的数据
推荐合适吸引力

操作杠杆

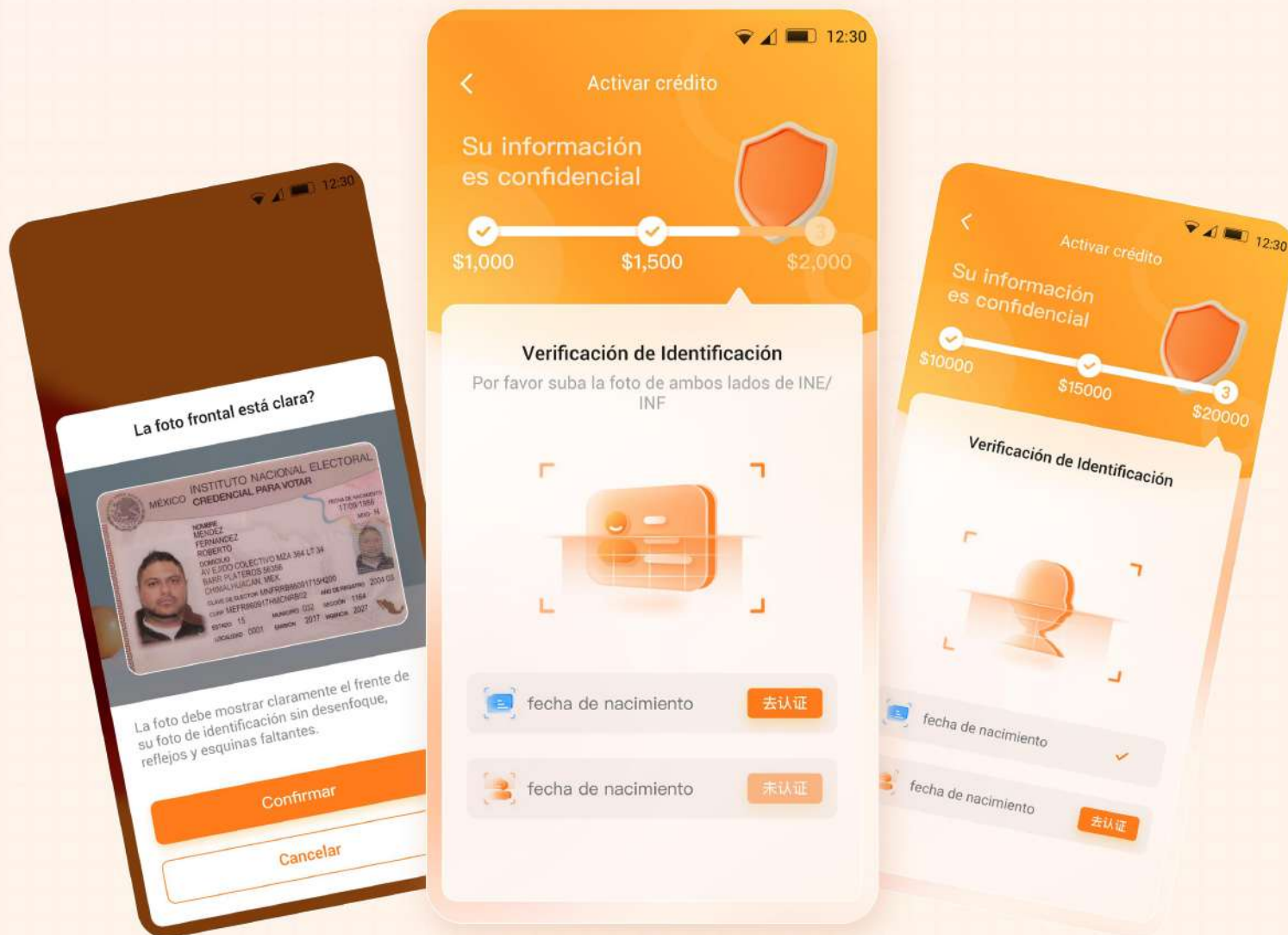
额度选择、分期数
产品属性，仅整数借款

信息确认

分期数、分期日期和银
行卡

行动指引

颜色区分、提交订单突出



信息填写页面

具体产品研究与“海外范”。首要信息遵循原则：聚焦核心内容，减少信息密度

身份证验证

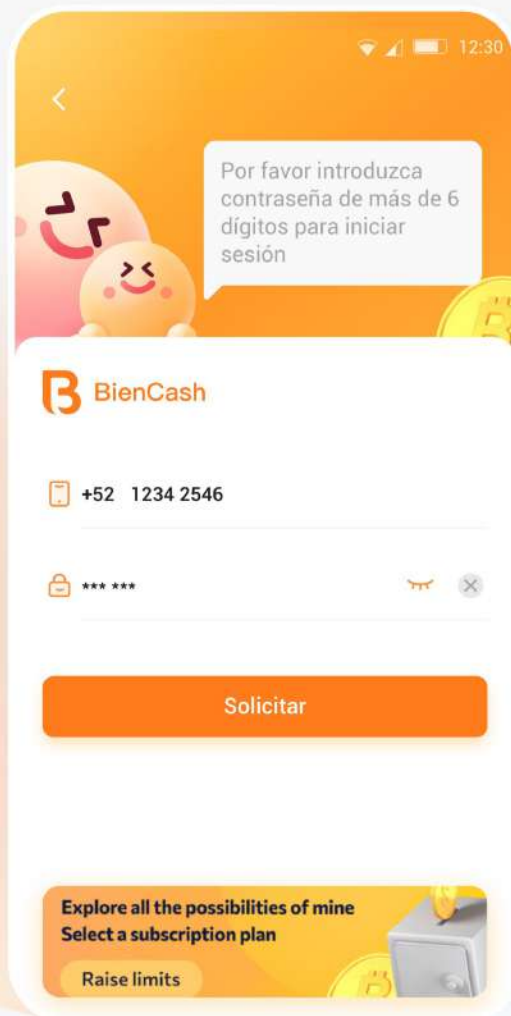
这些产品的单页信息量相较国内应用都更少一些，所以在海外产品的设计上可以尽量保持信息精简，内容聚焦，转变内容呈现的思路

刷脸验证

海外用户可以接受更多的滑屏，但是难以忍受单屏爆满的信息。OCR认证从展示身份证正反面（没有实际意义只是图的展示），改成身份证大图展示。



情感化设计心理学



设计目标:

提升用户登录时的安全感知

加入情感设计，不阻碍整体流程。登录页面是除首页外，每个用户大概率要进入的页面。如何给予用户安全感知，同时增强产品记忆点。将温度、安全品牌打入市场，添加LE的感知。

设计方案

密码未输入时眼睛睁大，开心的样子。输入且眼睛未打开，表情会眯着眼睛，同时也能带来乐趣的形象



还款主要页面

目标：用户按时还款

解决问题

- 1.账单过长，主操作超出一屏
- 2.减少主操作以外的事情

约翰逊界面原则

先考虑功能，再考虑展示，产品最主打的功能，用来过滤一层没有相关需求的用户

线下支付途径



账单模块 ★

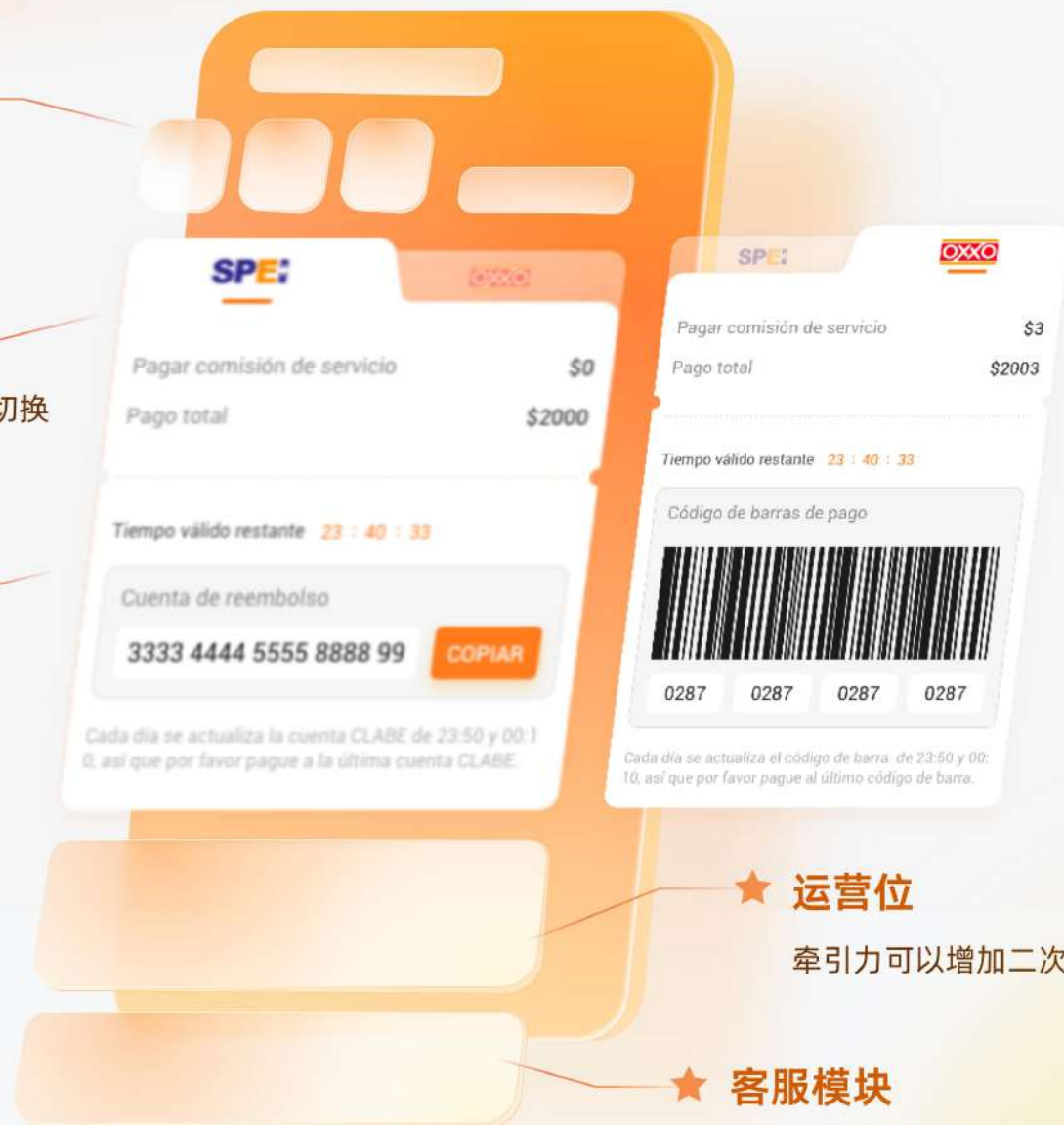
借款金额、预期金额

支付途径 ★

两种线下支付方式、运用Tab切换

支付方式 ★

需要用户去复制订单



★ 运营位

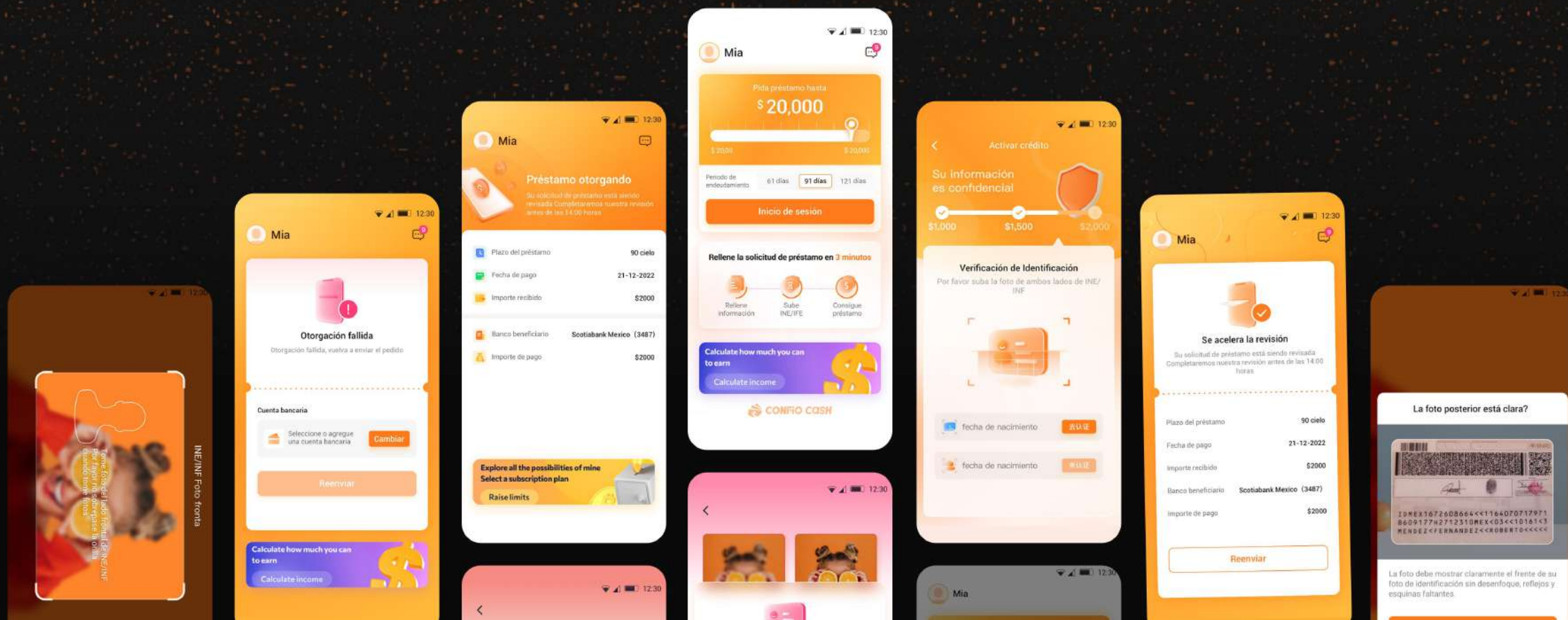
牵引力可以增加二次借钱

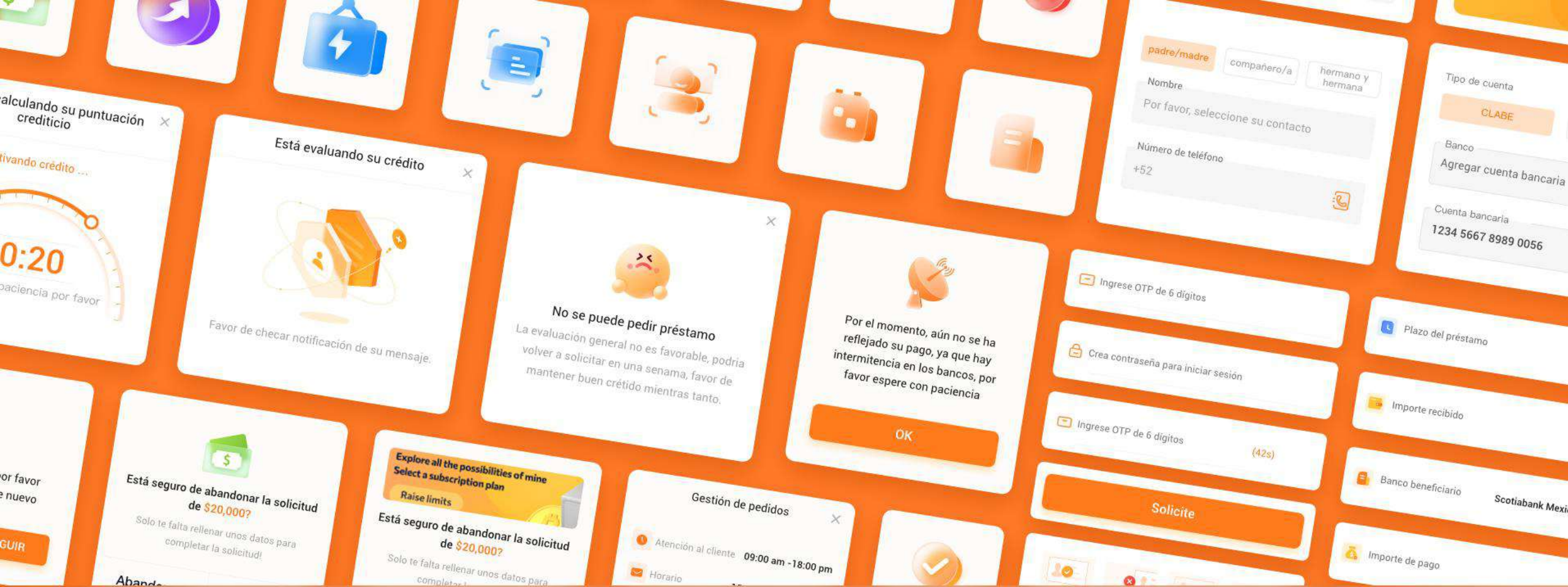
★ 客服模块

牵引力可以增加二次借钱

REPAYMENT MAIN PAGE

界面总览





墨西哥 ConfioCash 从1到n视觉产品

换肤设计 / 数据观察 / AB测试

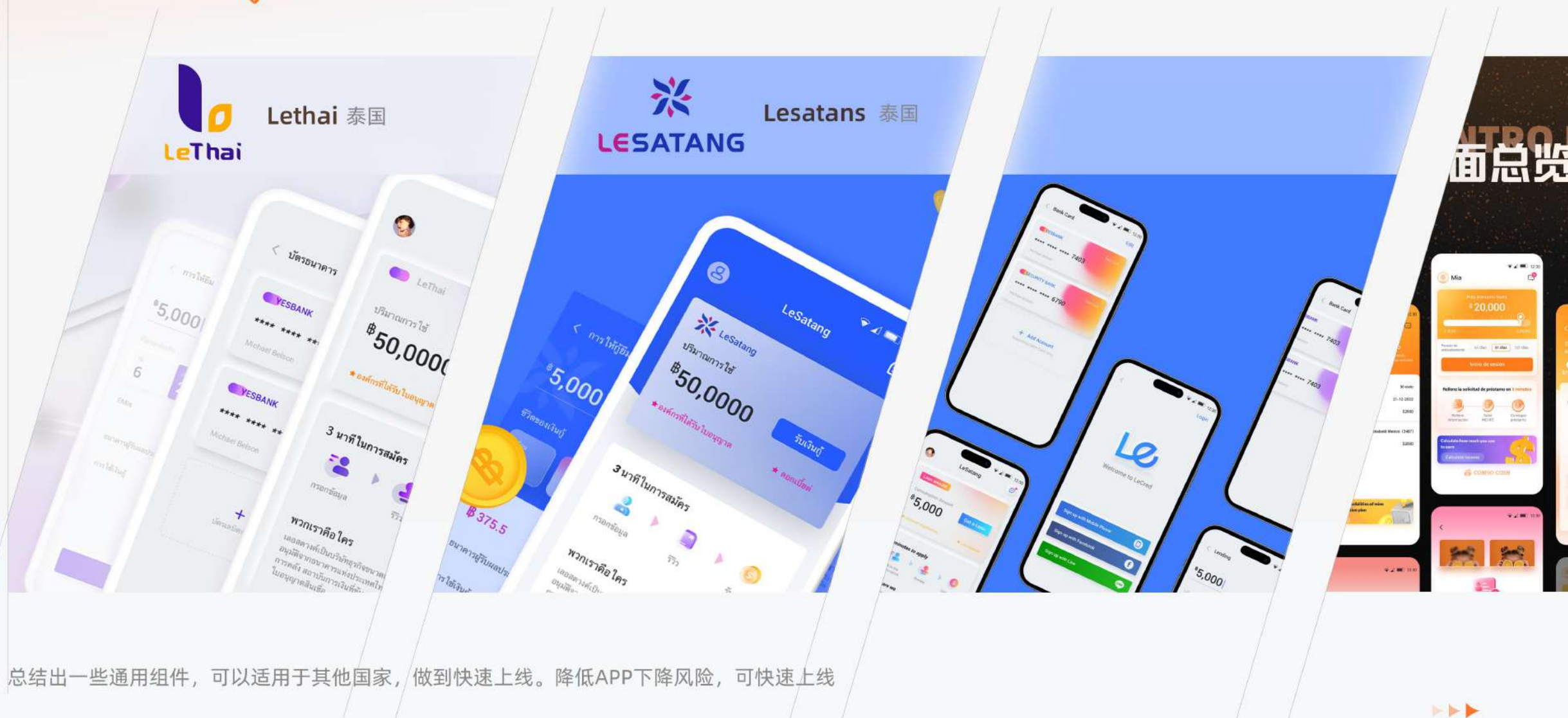
Mexican APP from 1 to n visual products

Multiple styles of design

多样风格设计

ConfioCash

Mexico Project ▶▶▶



总结出一些通用组件，可以适用于其他国家，做到快速上线。降低APP下降风险，可快速上线

Post launch data

迭代改版

提升用户操作效率 尽量减少当前页面任务操作跳转次数



填写信息——银行卡

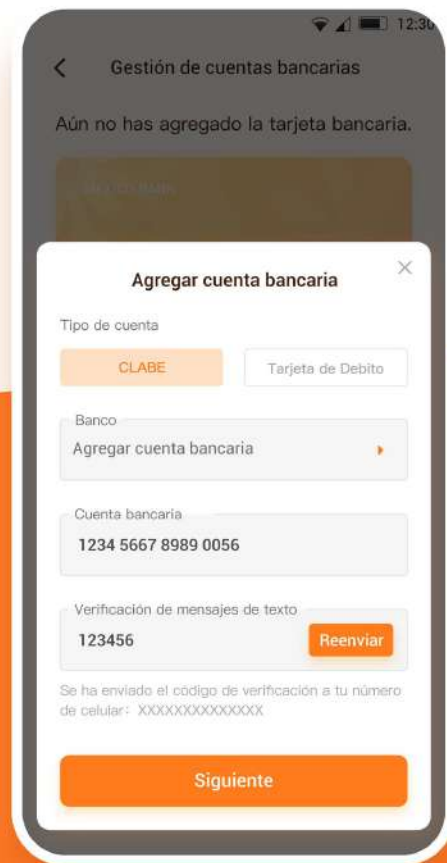


改版前

跳转填写银行页面

57%

用信申请率



改版后

当页填写完成弹窗

80%

用信申请率

Prueba AB

Mexico Project ▶▶▶

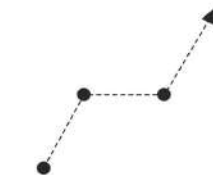
AB测试

减少信息干扰，仅保留一个核心利益点，让用户快速理解当前主要任务



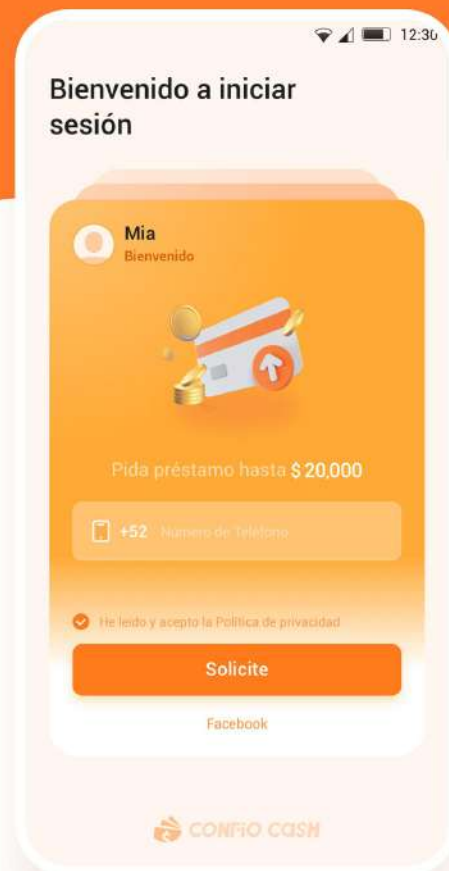
实验组

跳转填写银行页面

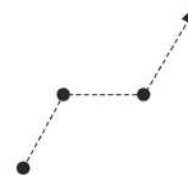


76%

登陆注册转化率



跳转填写银行页面



89%

登陆注册转化率

对照组

数据驱动设计

下单按钮CTR的提升之路

第一期



从 CTR 数据洞察：金融借贷按钮 AB 测试与设计优化指南

立项业务挖掘需求

明确问题确立目标

多方测试验证

引言 下单页礼品卡购买流程

金融借贷行业竞争日趋激烈，优质体验已成为撬动业务转化的核心支点。针对 24 + 客群，本次聚焦下单页中收产品礼品卡的售卖场景，通过差异化按钮设计吸引用户点击并完成转化。测试将围绕「按钮形式、文案表达、角标设计」三大核心维度，深度拆解不同设计要素对点击率的影响逻辑，最终以精细化设计优化实现点击率 10% 的提升目标。（数据已脱敏）



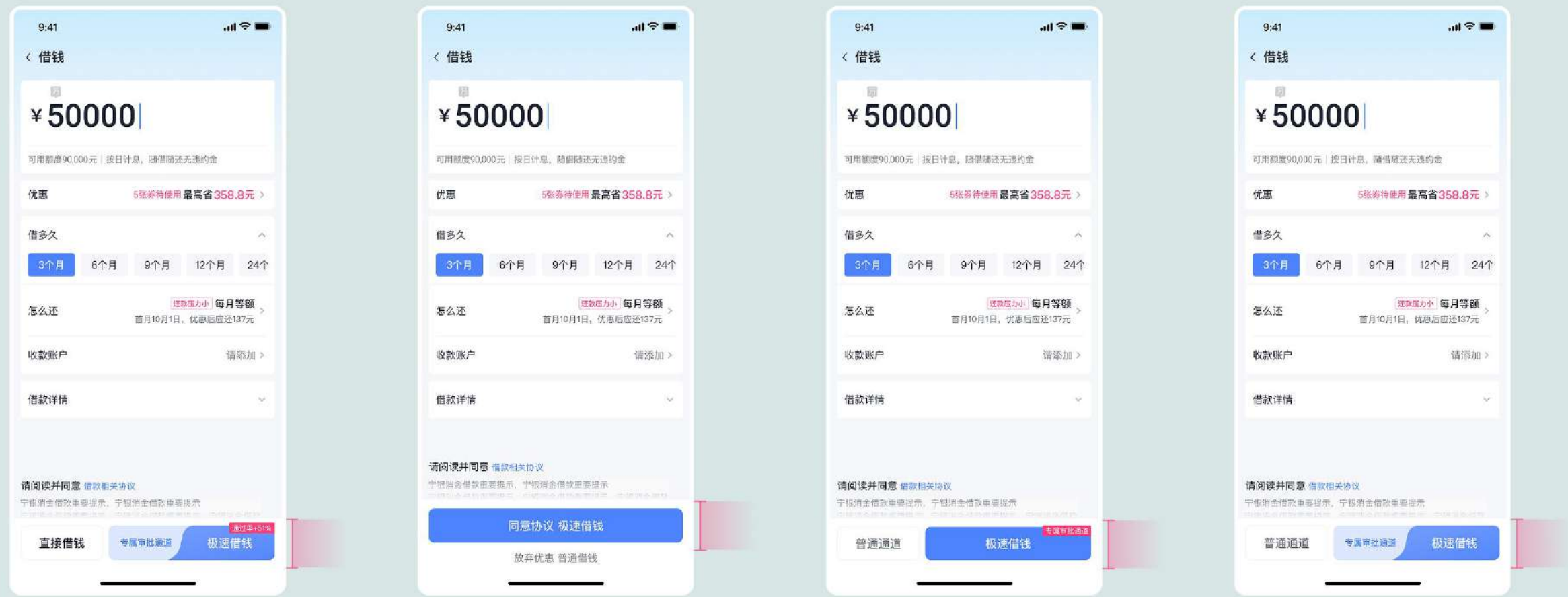
Banner形式



按钮形式



本辑测试内容，下单页各个形式的按钮，先猜猜哪个点击率更高？



对照组：27.16%

实验组A

实验组B

实验组C

记住你的答案，我们往下看 ✎

三大维度开展测试

一级纬度

二级总结

大按钮+灰色文案
+10%

双按钮+有角标
+7%

三按钮+无角标
+12%

按钮颜色
不做“宣兵夺主”的事

按钮副文案改为灰色，通过
弱化其视觉存在感，减少干
扰，可提升主按钮的点击率

... ..



按钮文案
精准传递行动指令

按钮文案对点击率的影响显
著，绝非可有可无的细节

... ..



按钮角标
“做减法”还是“做加法”

必要信息做加法，冗余干扰
做减法，角标的核心价值是
“精准补充信息”而非“堆砌
元素”，准确设计表达才能
降低用户决策与视觉成本。



高效开展AB测试的核心方法

/最后总结/

设计样式调整需依托 AB 测试推进，通过持续、多元的测试验证设计方案，而非依赖经验定版，保障设计优化的科学性与有效性



＜ 得出最后结论 ＞

摒弃经验主义局限

勿以“按钮面积越大点击效果越好”等过往经验或单一场景结论套用于所有场景，主观经验无法替代针对性测试，避免固化认知影响判断

变量拆解与多元尝试

测试不可局限于“按钮数量 / 面积”单一形式变量，需拆解文案表达、样式设计、信息清晰度等关键维度，通过多变量组合测试，才能精准找到当前场景最优解

坚守数据驱动核心

实际数据常打破固有认知（如加标签后的按钮数据反倒不好），需以客观数据为决策依据，而非主观臆断，确保结论贴合实际场景

消金授信流程 V2白皮书



01 项目背景

BACKGROUND

授信流程的改版，授信是借款人有授信资金需求时,应根据银行的要求提出授信申请。所以授信流程的改版决定了最后GMV的提升。

因线上授信流程版本较老，交互体验有较大的优化空间。为了提高授信规模，提升用户转化率及用户体验。对分期乐借钱授信流程以及极致快速的目标方向做流程改版

- 低门槛
- 易授信
- 提升GMV



02 旧版本问题

Old version issues

梳理流程

证件上传

信息确认页

学历选择

信息确认页

紧急联系人

信息提交

刷脸引导

结果



交互

1. 身份证不在身边
2. 流程过长
3. 重复页面间穿梭多
4. 补充资料项多

视觉

1. 结构乱
2. 视觉各式各样
3. 模块多 割裂感重
4. 视觉较老派

用户进入授信流程时遇到以下障碍。导致用户完成流程的动力不足。从而影响授信的提交率

04
优化后

Interactive optimization

证件上传引导



自动刷脸引导



成功



学历选择



联系方式



任务重组 次要任务后置

授信提交率 **87%** 提升 **28%** *数据脱敏过

03 改版目标

Revision target



一、简化信息架构

1. 主要信息模块加大
2. 流程简短
3. 同个产品保持一致模块



二、提升品牌价值感

1. 做品牌差异的视觉
2. 有品牌安全符号
3. UI统一全局画面



三、提升服务转化率

1. 牵引力运营
2. 有效性信息
3. 不重复填写信息

05 改版原则

Interactive optimization

合并信息

复杂流程

状态可视化

缩短路径

协议和填写信息合并
架构重组

刷脸完成率 **90%**

提升 **20%**

*数据脱敏过



补充刷脸-新



补充刷脸-旧



补充刷脸-旧

05 改版原则

Interactive optimization

合并信息

复杂流程

状态可视化

线性任务

填写信息的流畅性
信息较多时 需要聚焦任务 这里的填写先出现QQ，填写完毕后再出现联系人



补充资料-1



补充资料-2

刷脸完成率 87%

提升 28%

*数据脱敏过

05 改版原则

Revision principles

合并信息

复杂流程

状态可视化

牵引力

UI保持统一
进度条牵引力&信息条做AB测试

资料完成率 **60%**

提升 **5%**

*数据脱敏过



实名认证



刷脸认证



学历认证



联系人

LXPUHUI

乐信普惠线上

用户端



LXPUHUI



LXPUHUI



LXPUHUI



LXPUHUI

Product architecture

产品架构

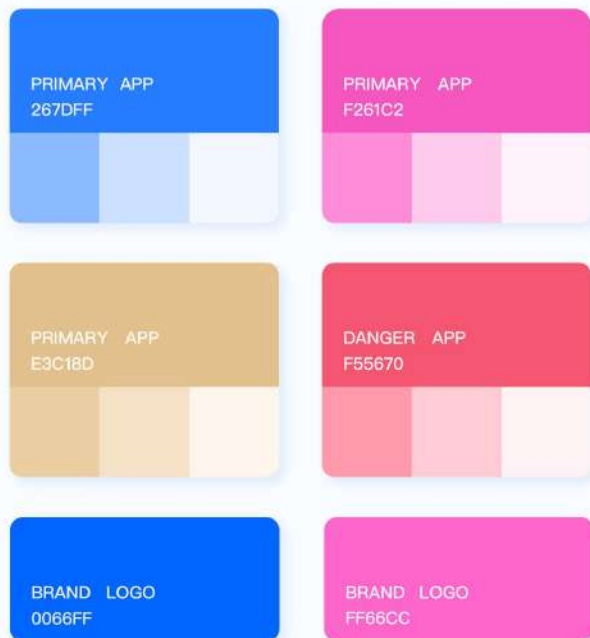


Color and font specifications

颜色、字体规范

根据前期整理的情绪版以及产品定位生成主次颜色，蓝色和粉红色的结合也能与乐信产品保持一致，提高明度，视觉清晰干净

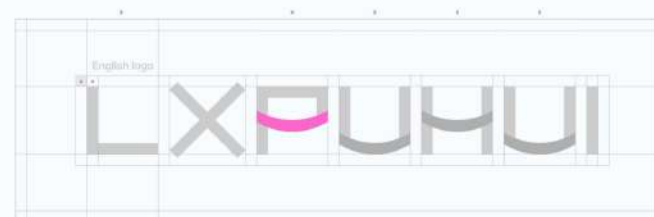
○ 界面颜色



○ 字体颜色



乐信普惠



Icon Style

图标样式

带有品牌基因的icon



自动还款



还款提醒



结清证明



在线客服



还款专线

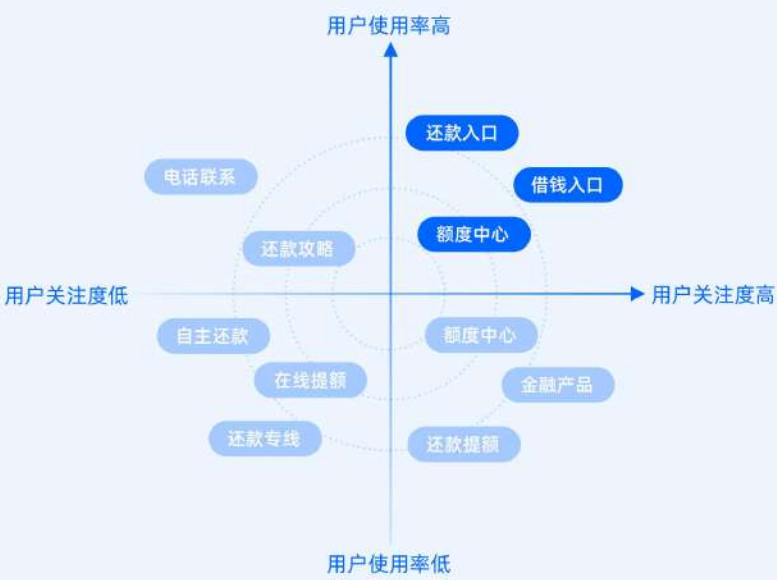


Home page tool layout

首页工具布局

借钱Tab的主要信息突出产品的核心点，会有不同的用户状态，所以运用了卡片式布局，层级划分明显，增强对比，颜色拉开层级，视觉更集中，提升用户使用率

账单Tab基与BD反馈数据分析，还款助手按照用户需求进行排列组合，其他的功能按照重要层级排布，千人千面的做出展示



借款主要功能

- 展示借款产品的特点，用品牌色配大卡，突出明显操作

还款主要功能

- 提醒用户还款；可以通过不同方式、不同渠道的还款，信用提升和金融健康，并提供更好的用户体验和便利性；提供个性化推荐或优惠活动，鼓励用户使用金融产品或服务，从而增加还款的机会。



展示门店信息有助于提供更多选择和便利性，同时建立信任和可靠性，为金融机构和客户之间建立了更紧密的联系。视觉上面给到最真实的反馈，包括对接人员的信息、展示评价

我的Tab主要展示个人信息、用户的账户管理。提供一个账户概览模块，显示用户的账户余额、交易摘要和最近的活动。这样用户可以快速查看自己的财务状况。这里用到表达卡片和列表区分工具和概况

门店展示

- 门店作为物理实体的存在，可以增加金融机构的信任度和可靠性。展示门店信息可以向客户传递一种安全感和正式性，让客户对金融机构更有信心，因为他们知道有一个实地存在的机构来支持和处理他们的需求。

专属服务

- 上门服务是保留了传统的专属服务，更强用户对品牌的信任感，而不是随意的借贷金融。给用户更专属定制感



Landing page

O2O项目落地页面

入口在普惠精选产品，根据以往数据，用户扫二维码进入到流程，直接通过BD的讲解才能了解产品。直接搬到现在线上的流程，可能用户会有突兀。这时候需要一个产品介绍充当BD的指责，讲解产品内容，并且让用户得到有用信息，从而达到转化

平台背书

额度、产品特点

行动按钮

预约步骤



背书通常会公司背景，平台的正规。这里是营业执照的提额审核，按道理我应该放的是营业执照的配图。营业执照的审核需要人工审核，这里我们更想突出服务是上门，也是突出O2O的特点，表达产品特色：低、快、灵。

金融产品要介绍的要素：额度、利率、放款速度、期数

CTA按钮设计原则：具有视觉表现力，色彩和大小的对比，按钮样式的强调，文案简洁明确；页面第一屏，悬浮页面顶部/底部；对比鲜明且突出，有充分行动的理由，符合用户行为习惯。

步骤的简易可以让用户选择留下，也能更快的知道下一步需要准备做什么

Multiple withdrawal processes

多种提额流程

优化提额流程，“以用户为中心，以需求为导向，以体验为根本”的产品设计思维，从客户应用场景出发，想客户之所想，加强用户提额顺利体验，人性化提示还能召回用户回到本站。



旧版本

新版本



支付流水



查看示范



提醒弹窗

设计思考?

- 一、遇到步骤较多时，拍照+填写资料+协议提交，增加强相关
- 二、有个别项没有填写资料，直接告诉用户步骤
- 三、每个人的地点不一样，可能当地没开通这项服务，增加安全跳转弹窗

多种提额方式插图展示



9:41

车产提额

上传机动车行驶证
最高可提3万

• 专属提额顾问上门服务

芝麻分大于等于680 行驶证性质需为个人

仅用于资料认证, 未经授权不对外提供

中华人民共和国机动车行驶证

上传行驶证

查看范例

车牌号
行驶证上的数字O用0表示

请输入车牌号

车架号
(车辆识别代号VIN) 不含字母I, O, Q

请输入车架号

车辆类型
车辆类型需要区分是否是新能源

请输入车辆类型 >

9:41

微粒贷提额

预约微粒贷认证
最高可提3万

• 专属提额顾问上门服务

芝麻分大于等于680 行驶证性质需为个人

以下是预约微粒贷步骤介绍

1.查看是否开通
“微粒贷”是微众银行面向微信用户和手机QQ用户推出的纯线上小额信用循环消费贷款产品。点击“微信钱包”查看微粒贷借钱是否开通

2.预约BD上门服务
点击立即预约后, 填写时间、地点, 金牌顾客经理会为你上门核实信息

9:41

信用卡提额

上传信用卡信息
最高可提2万

• 专属提额顾问上门服务

持有信用卡账户即可
支持银联单币卡及带银联标识的VISA/MASTER卡

填写以下信息

仅用于资料认证, 未经授权不对外提供

信用卡号 请输入信用卡号 支持银行 ①

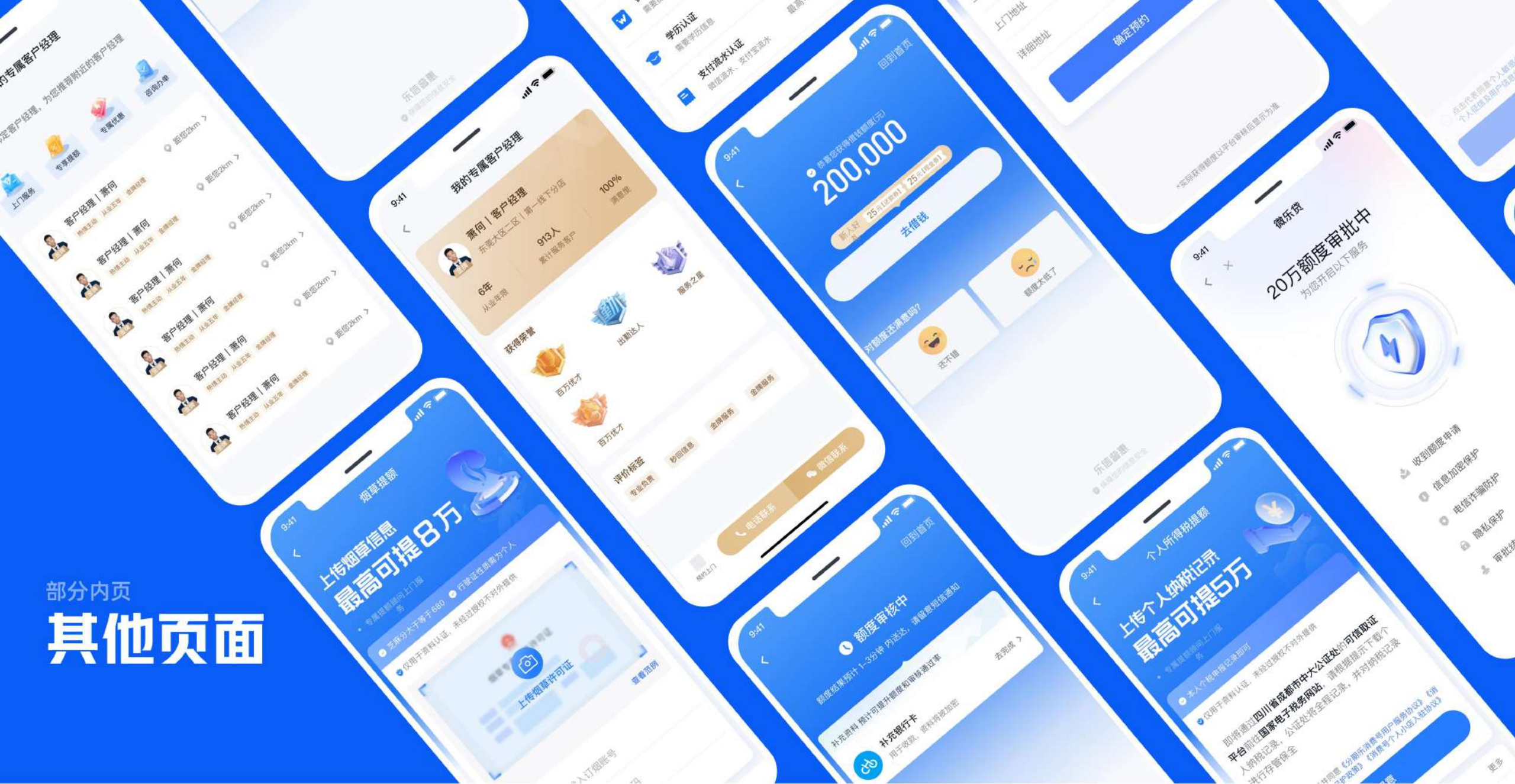
手机号码 请输入银行预留手机号

验证码 请输入验证码 获取验证码

提交信息

信用卡不在身边, 试试设置提醒?

您输入的信用卡属于敏感个人信息, 我们将为您加密处理, 主动上传并点击“提交信息”代表您充分知悉并同意我们基于协助授信机构额度评估的目的处理您的上述信息, 如您拒绝授权, 将影响您的额度评估。



部分内页
其他页面

乐信普惠

BETTER CREDIT BETTER LIFE

LXP UHUI

BETTER CREDIT BETTER LIFE

普惠B端 乐销线下BD工具

- 此产品为客户经理使用的APP，可以接单处理用户工单，转化和维护普惠用户等
- 提升工作效率，使用时候如同就是自己的“吃饭”工具，情感化设计不能少
- 使用时候的流程要便捷，更好的针对用户刚需进行运营，大数据推动下精细化运营

Design goal

设计目标

为了更好的让BD使用上增加联系强度，在落实框架之前，通过分析用户痛点，做到板块快速迭代。让BD喜欢用，做到“饭碗”不离身，增长用户粘性。结合产品体验五要素，决定从五个层面确立最终设计方向



Home page tool layout

首页工具布局

首页主要展示BD使用功能，功能按照使用频次布局，智能化推荐工单信息；线下运营注重简洁顺手，还能自定义功能及朋友圈。

白天



黑夜



根据时间定制温暖话语，做“有温度”的产品

日常任务

主要业务

售后功能



售后功能

用户运营

次要业务



intelligent design

智能化设计

针对用户进行精细化运营，分别出了：智能助手催逾期用户；圈子运营维护朋友圈运营，将新老用户进行日常联系；经营锦囊可以给BD推荐精准用户



智能助手



圈子运营



智能机器



经营锦囊

Withdrawal process

就业花提额流程

落地页

提额规则

信息填写

结果页

落地页

结果页

提额规则
信息填写

增加二维码
后续回捞用户



保存图片



旧版本

填写率 40 %

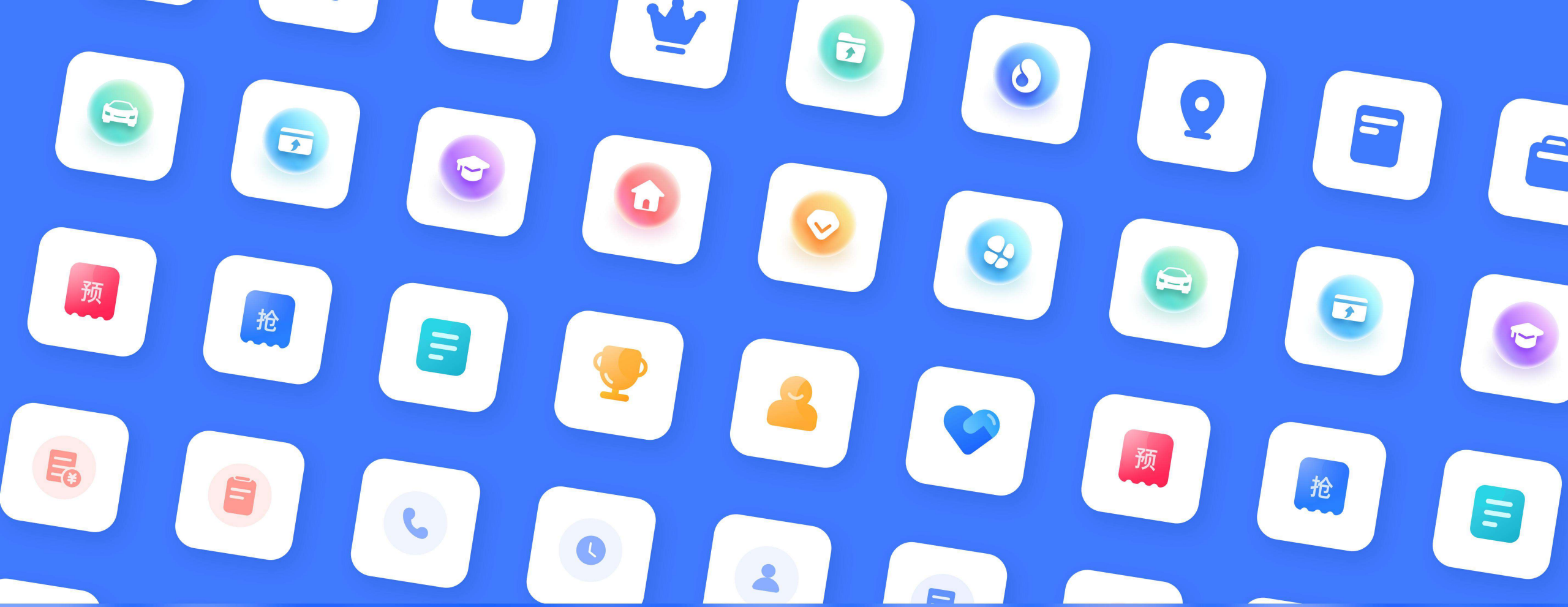


改版页面

填写率 88 %

增加点

- 安全信息保障, 分期乐的品牌背书
- 落地页与功能相结合, 缩短用户填写时间, 提升效率
- 增加用户的闭环, 填写资料后续如何捞回



图标合集

图标搭配使用时候更加容易知道功能属性，在线下使用也会更快的找到功能，更具有亲和力且指代性更强





入学时间 必填 >

预计毕业日期 必填 >

提交信息

9:41

勋章名称

业绩王

累计出勤1000天
2021.10.10 获得该勋章/暂未获得

累计xxxxx即可获得
已出勤889天

9:41

共获得 3 枚成就徽章

里程碑勋章

出勤达人
累计出勤1000天
已出勤889天
炫耀一下

50万达成
累计出勤1000天
已出勤889天
炫耀一下

100万达成
累计出勤1000天
已出勤889天
炫耀一下

月度挑战

新人王
累计出勤1000天
已出勤889天
炫耀一下

业绩王
累计出勤1000天
已出勤889天
炫耀一下

其它

额度

- < 2w 56.2%
- 2w-5w 29.2%
- > 5w 14.6%

定价

- < 18% 56.2%
- 18%-24% 29.2%
- > 24% 14.6%

区域分布
数据更新于 2021.09.10

按城市 按省份 按大区

开户人数 交易人数

广州 1024 699

深圳 888 666

9:41

就业花

亲爱的同学
你已完成就业花信息填写

愿你出走半生，

9:41

就业花

分期乐·普惠

预填写资料
领取第一桶金
毕业后激活额度

● 非在校生 ● 大专及以上学历的毕业生
● 18周岁及以上 ● 芝麻分大于等于640分

填写以下信息

公安三级安全保护

专业 填写学校名字

院校 填写学校名字

层次 必填 >

入学时间 必填 >

预计毕业日期 必填 >

提交信息



线上APP准备完毕

未完待续 →

激励用户的
成长体系

现金个人 成长体系

落地页助力业务赋



产品描述

由于用户数量的增加，将用户分层的需求量过载，将用会员体系进行划分；还能改变现有增长模式，达到用户粘性，拉升业务的营收，优质用户变现。所以制定一套用户成长体系，快速搭建用户层级

优质用户变现，提升转化率

激励用户，产生情感依赖

提升对用户的服务质量，制定服务

助力电商业务，探索新的增长模式

业务洞察



解决策略

打造拓展性产品，构建会员体系

会员管理机制增强用户黏性

增强会员身份认知，提升尊贵感

融入电商模块，设计闭环

等级规则

等级评定

白银成就	黄金成就	铂金成就	黑金成就	钻石成就
白银	黄金	铂金	黑金	钻石
LV.1	LV.2	LV.3	LV.4	LV.5
100	(100, 2000)	[20000,200000)	[200000,500000)	≥500000

会员等级是根据会员系统上线之日起会员在平台使用业务获得相应的成长值决定的，成长值达到则自动升级。用户成长等级计算的是获得的总成长值，在积分商城消耗积分不会影响用户等级。





基础认知

价值关联

价值扩大



会员成长等级

用户需求布局

用户增长模式

激励用户的

会员成长体系组成

个人成就专属

精美专属卡片

01完善会员价值体系

02品牌化会员尊享感

03会员权益行动走向

04用户黏性扩大价值



链路化设计

所有路径应该做到产品最终目的，闭环用户流程。签到有始有终、任务做到电商联动、积分也能与任务强相关，操作行为都有目标导向。



提示明天签到

召回式



与电商业务联动

增加链路路径



积分与任务捆绑



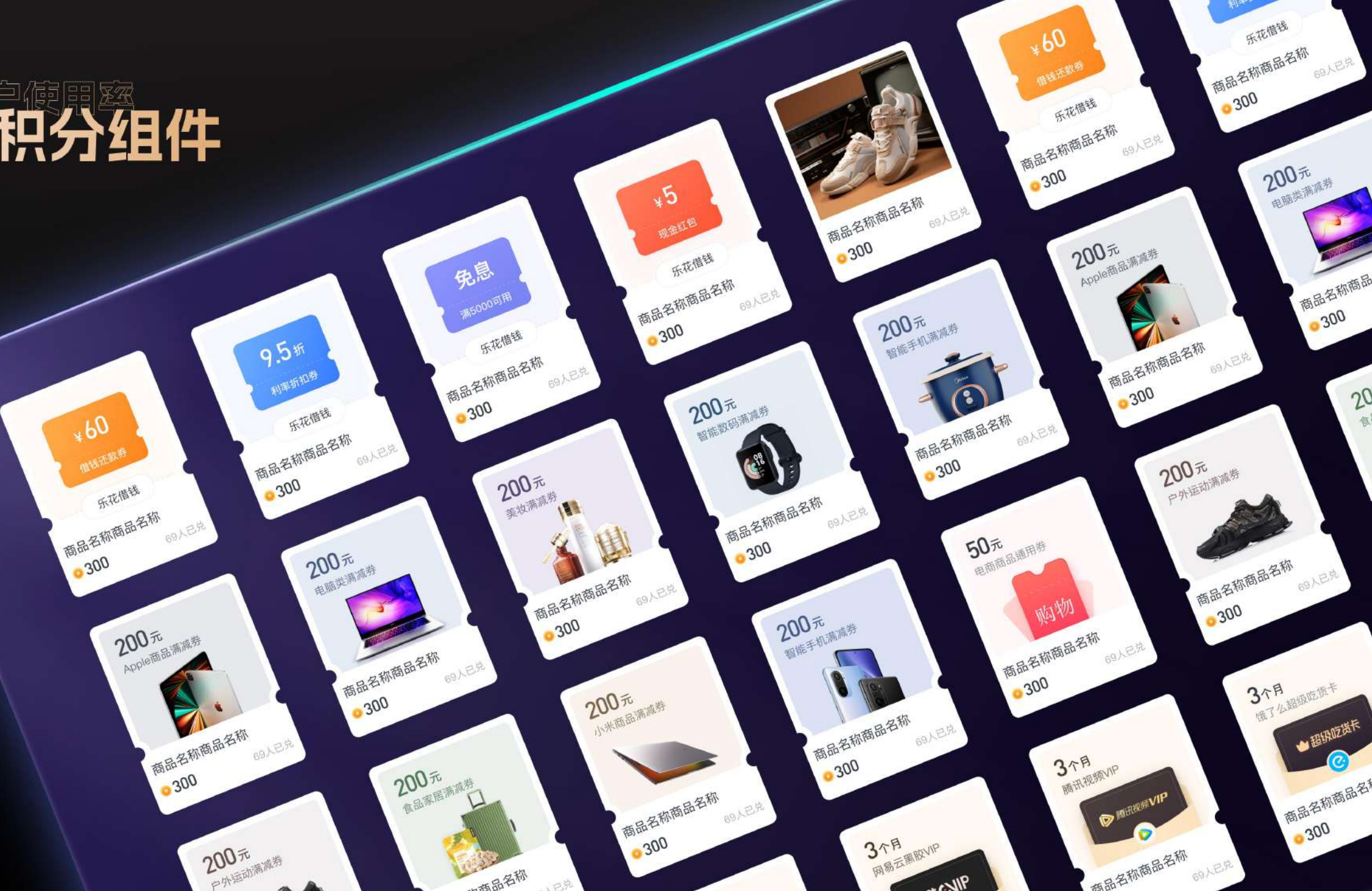
兑换商品与任务捆绑

激励用户的 会员页面



增加用户使用率

兑换积分组件





#消金拓展业务

小程序 车抵贷 借得到



#消金新展业务之二

先享后付 0元用餐

开通饭卡 → 用餐支付 → 下月还款



0利息
交易还款0费用

返大额券
首次消费返券

不上征信
安全合规放心用

189 3836 7111

☐ 我已阅读并同意《注册协议》《隐私政策》

立即开通饭卡

饭卡可用金额

500.00

先消费，每月20日还款

信息加密保护中 ———— **安全通过**

个人资料上传 ———— **审核中**

莫着急马上好

饭卡开通中

预计还需5分钟

每月20日还款

完成实名认证 立即获得饭卡额度

用于核验身份及保障您的账户安全，资料将被加密保护

真实姓名

请输入您的姓名

身份证号

请输入您的身份证号

☐ 我已阅读并同意《饭卡额度》《信息协议》

免费激活额度

7月待还

8月待还

7月20日前应还

52.00

立即还款

完成刷脸 获得饭卡额度

用于核验身份及保障您的账户安全，资料将被加密保护



*万 请根据提示完成刷脸操作

吃饭快捷支付



安全合规

不上征信

饭卡开通失败

经综合评估，你暂不符合申请条件



返回

饭卡额度已冻结（逾期金额还清可恢复）

¥480.00

总额度：500.00

每月20日还款

7月待还金额 **已逾期**

643.86

尽快结清，别影响使用咯

立即还款

8月待还金额

643.86

不用着急还，没到出账

查看账单 >

账单明细

7月15日-8月14日

肖三胖

7月18

¥42.05

肖三胖

7月20

¥26.67

老碗会

7月22

已逾期 -¥26.67

饭卡可用额度

¥500.00

先消费，每月20日还款



先享后付

当月消费下月还



0息费

没有任何附加息费



不上征信

使用不查征

#校园饭卡业务

先享后付

年轻化

高效直达

#消金新展业务之一

APP

AICG

运营设计

B端



APP

AI设计辅助

运营活动

B端

目录

DIRECTORY



实现设计流程全面

「项目介绍」

AI工具化的工作模式

根据现有的UI工作流程，痛点：大部分时间都在画图标和落地页面模块上，攻克的时间较长，落地页模块更是每天都在更新，

以提升设计效率  质量

瘦身的工作流程  AI组件化调用

提升设计效率50%

前提情要

产品需求工作流程 -- 瘦身化

现有流程

需求梳理

设计分析

UE 设计

UI 设计

设计走查

发布上线

未来 工作 流程

复杂需求
提升10%

需求梳理

设计师

设计分析

AI

UE 设计

UI 设计

AI

设计走查

AI

发布上线

需求梳理

设计师

设计输出

AI

设计走查

AI

发布上线

局部调整
提升100%

需求生成

AI

设计师

开发跟进验证

AI

发布上线

提效一

增强辅助能力搭建 —— 一键换图标风格

一键换风格

登录 

 上传稿子

 图标风格

 批量生产

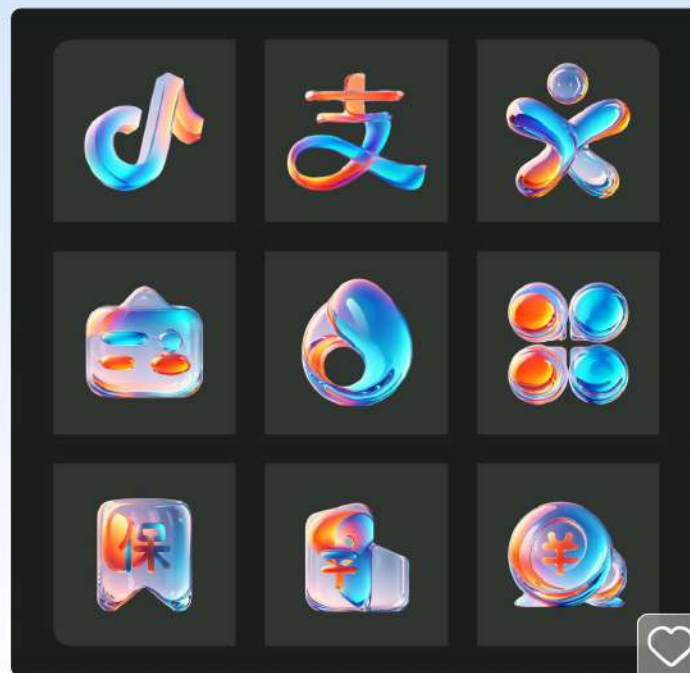
上传图片



刷新风格

玻璃质感

毛绒质感



收藏记录

历史记录

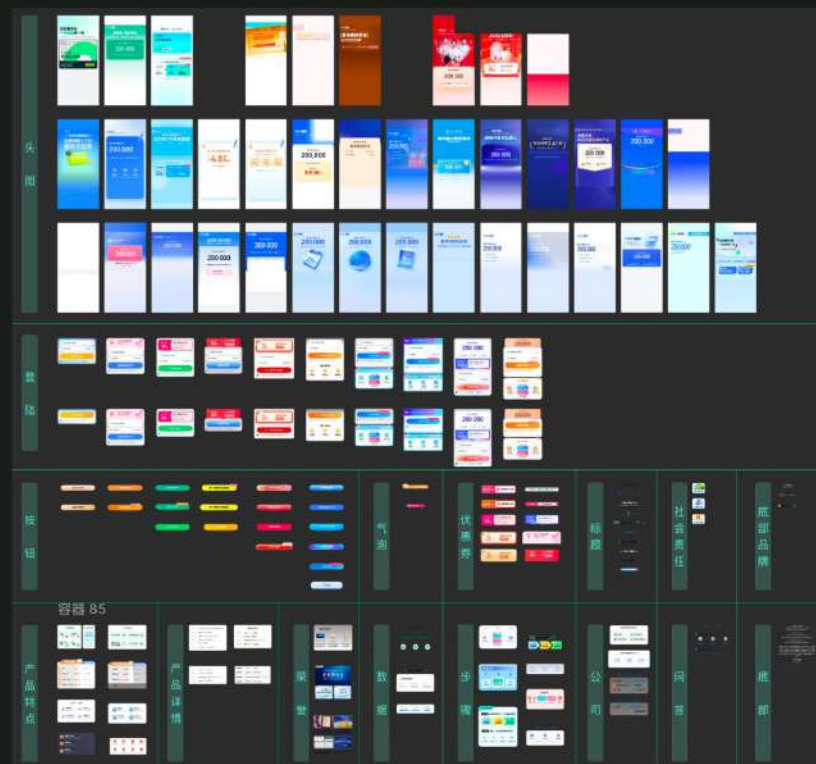
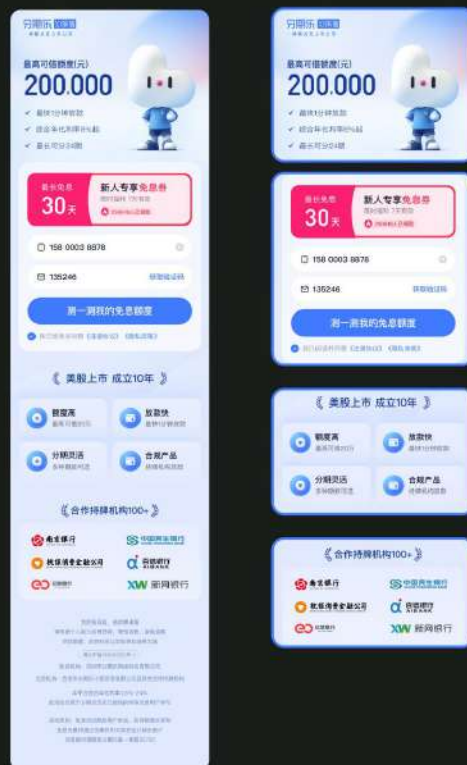
提效二

搭建落地页组件库 —— 后续做成skills, 快捷调用

搭建装封

拆解 ✓

组装 ✓



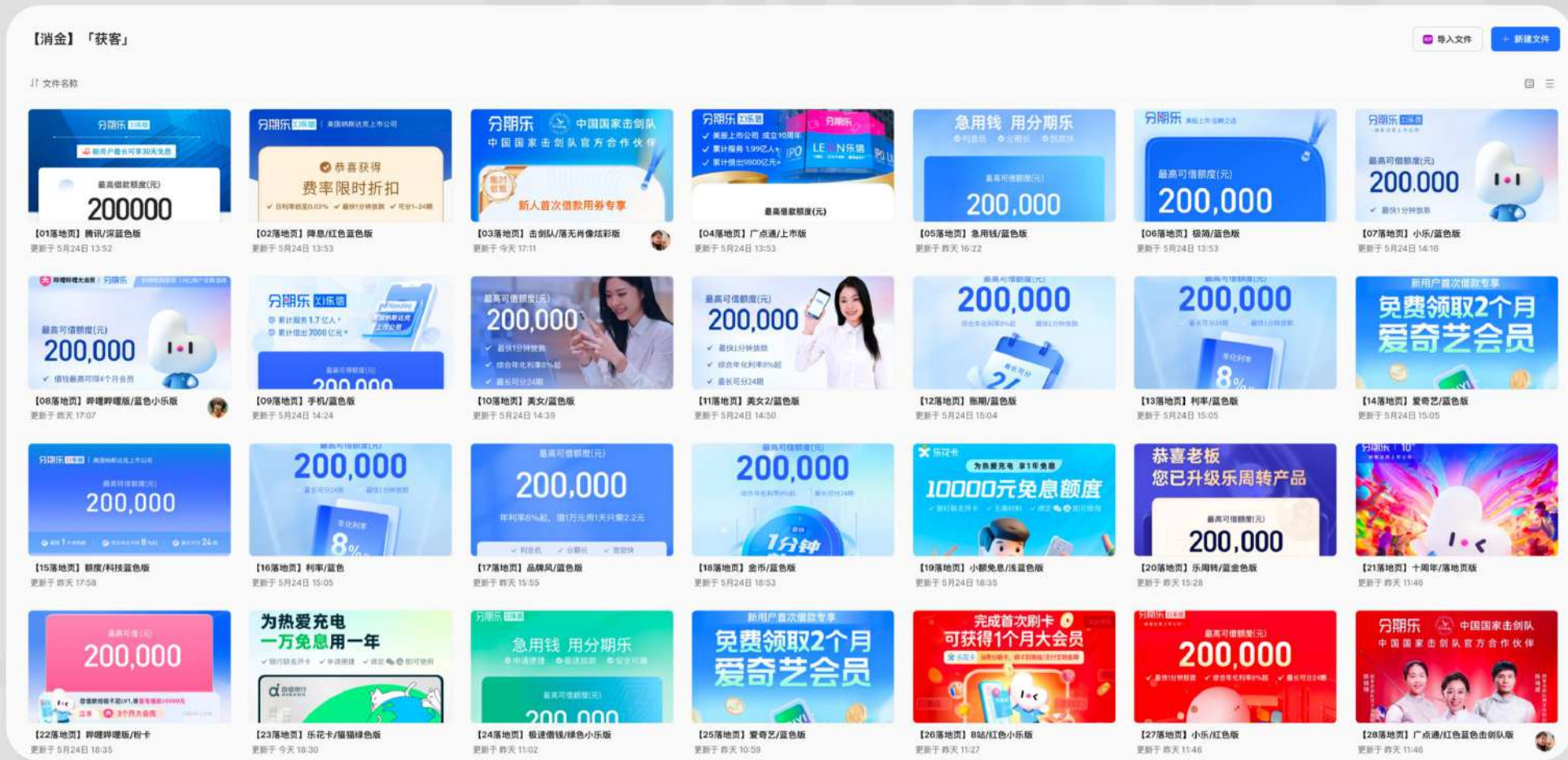
落地页组建

落地页 38模版

组建 180组

工作效率提升

+80%



Landing Page Assembly



落地页

助力业务赋能：多种样式、利益点、设计风格进行测试

提升工作效率：运用pixso工具实现快速搭建落地页，随时修改文案移动模块，提高工作效率



提效三

AI辅助设计 -- 时光代理人

AI辅助前

3天



AI辅助后

2天

主题生成

扩图+装修

整体效果



APP

AICG

运营设计

B端



APP

AI设计辅助

运营活动

B端

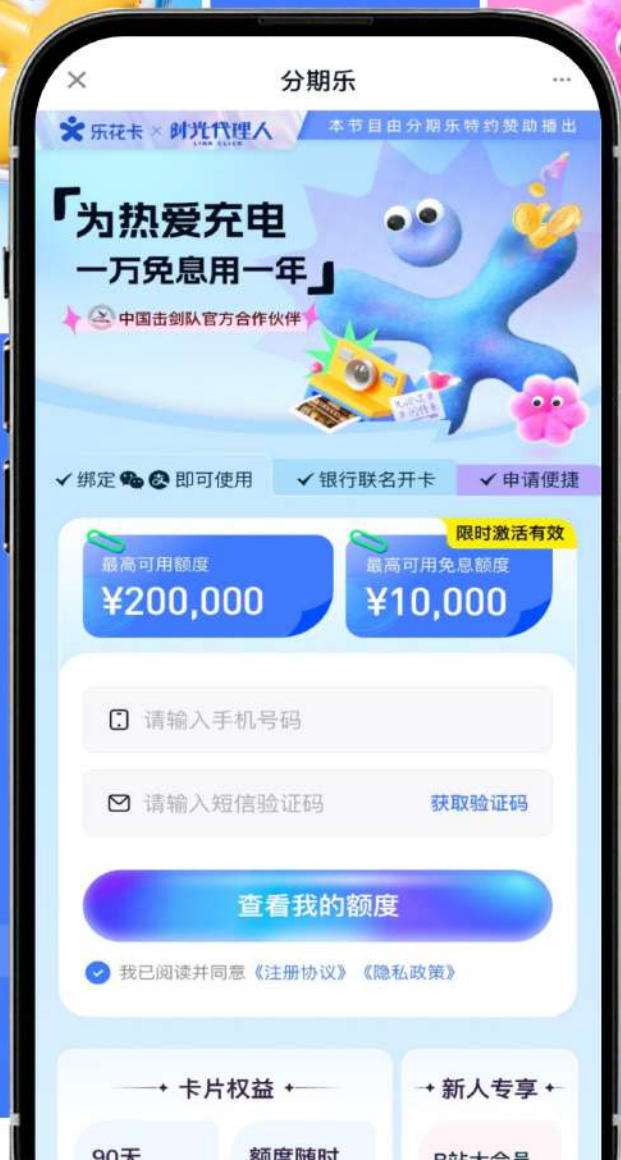
目录

DIRECTORY



包站运营视觉图





Superbrand
Symbol

乐花卡 运营投放

探索IP形象

获客运营

视觉传达

风格测试

材质

超级品牌符号

Superbrand Symbol

9:41

乐花卡

乐花卡全新升级

人人可得80元升级礼包

升级乐花卡

升级卡 送大礼包

升级成功可得

% 首单5折起优惠

+ 15-30 还款券

价值¥80 升级礼包

升级卡 完整步骤

乐花卡全新升级

绑定乐花卡

升级礼包

80元礼包

9:41

乐花卡

活动规则

我的奖品

购物

刷乐花卡抢返现

每人返现 超1111元

去升级

乐花卡

刷卡返现

每人最高可超1111元

立即参与

乐花卡

返现

最高可得1111元

立即参与

刷乐花卡

抢1111元返现

报名返现

乐花卡

乐花卡好礼

新人免费领取

30元消费券

办乐花卡 消费无忧 申请简单

3543711

3543711

快来扫码领取吧

下载APP

本活动由分期乐公司提供

购物

刷乐花卡抢返现

乐花卡 时光代理人

本节自由分期乐特约赞助商播出

为热爱充电

一万免息用一年

中国击剑队官方合作伙伴

绑定即可使用

银行联名开卡

申请便捷

最高可用额度

¥200,000

限时激活有效

最高可用免息额度

¥10,000

请输入手机号码

请输入短信验证码

获取验证码

查看我的额度

我已阅读并同意《注册协议》《隐私政策》

卡片权益

90天0利息

额度随时取现

绑定使用

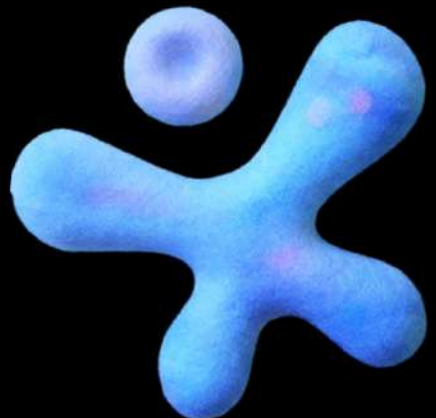
卡片0年费

新人专享

B站大会员

新人首月专享

大吉庆





乐花卡&双旦



#圣诞节#元旦节

双旦新营销，推出双旦活动。
福利营销、用户互动，将节日融入乐花卡场景中，激发消费者兴趣，提升用户活跃度，参与进来。





恭喜您已成功猜出剧名!



喊朋友一起猜

运气不错哦!



去乐花借钱



X

Brand exposure

品牌曝光设计

与运营日常的活动不同，品牌曝光活动更多是增加产品曝光度，提升品牌熟悉度为目的的营销活动





激励海报

YUN YING SHE JI



COLOR:



T H E B
E S T R
D S S I G
N L I Y

// DESIGN

APP

AICG

运营设计

B端



APP

AI设计辅助

运营活动

Web Side & Components

网页端&组件
结构化人才管理系统



APP

目录

DIRECTORY



Web Side & Components

网页端&组件 结构化人才管理系统



更精准

查结构 | 查人力 | 查数据

01

更省时

人才分析 | 人岗匹配

02

更便捷

AI迭代 | 系统化管理信息

03

项目目标

/// Project Objectives

由于团队的快速扩张迭代，针对员工出现突发离职、升职、调离等情况，做了一套人才系统管理后台
解决公司管理员工的调动问题，有助于上级能观察员工在全方位的考核

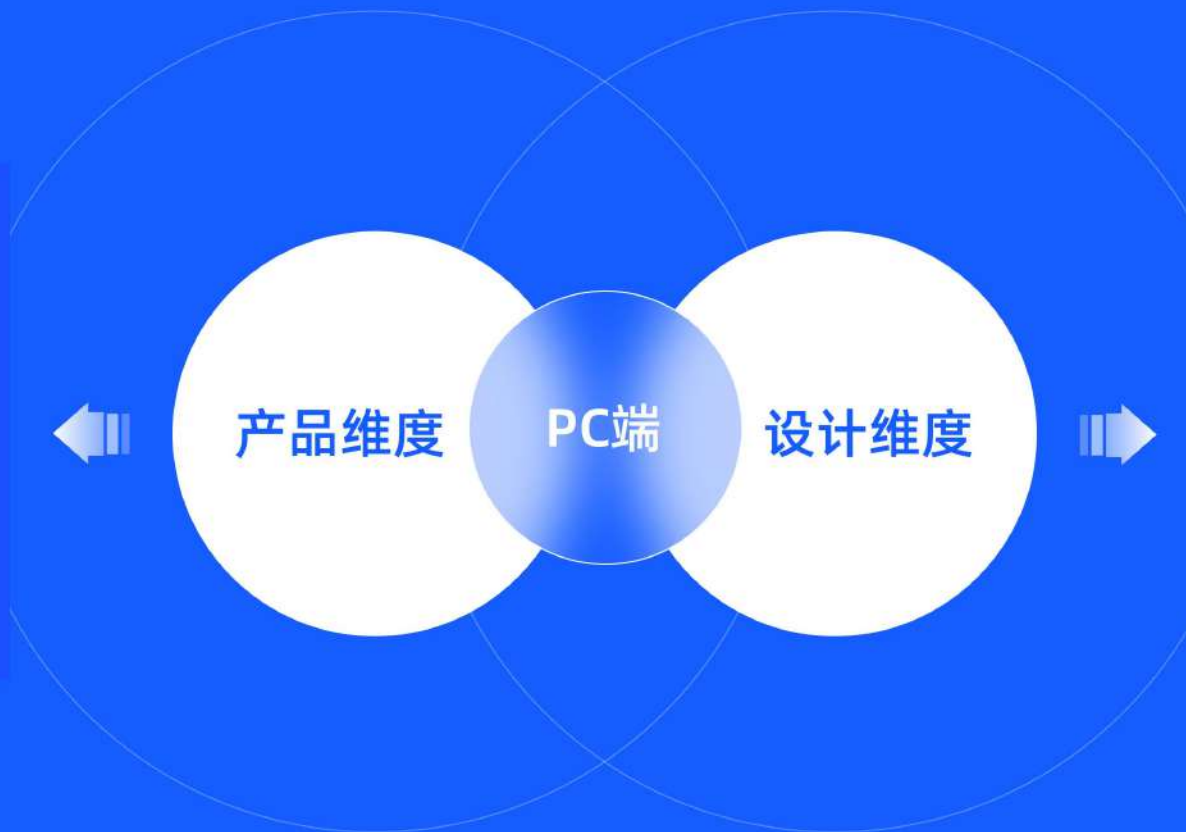
○ 信息化管理

人才系统管理员工岗位信息情况，
解决人员较多岗位复杂多样

规范管理、提升形象：介入信息、
整合资源：传递信息，数据共享

○ 降本增效

提升效率、节省成本，通过降低成本、
提高效率，增强企业的可持续发展能力，
为企业的未来发展奠定坚实的基础。



○ 组件化设计统一

维护成本高、效率低、统一性差、
开发成本高、复用性差和难以协同
等6大问题。

○ 简化信息处理

精细化场景构建

数据简化处理，可以进行数据的分
析和挖掘，让使用者在接手时候不
被信息差所影响，

响应式布局

/// Responsive layout

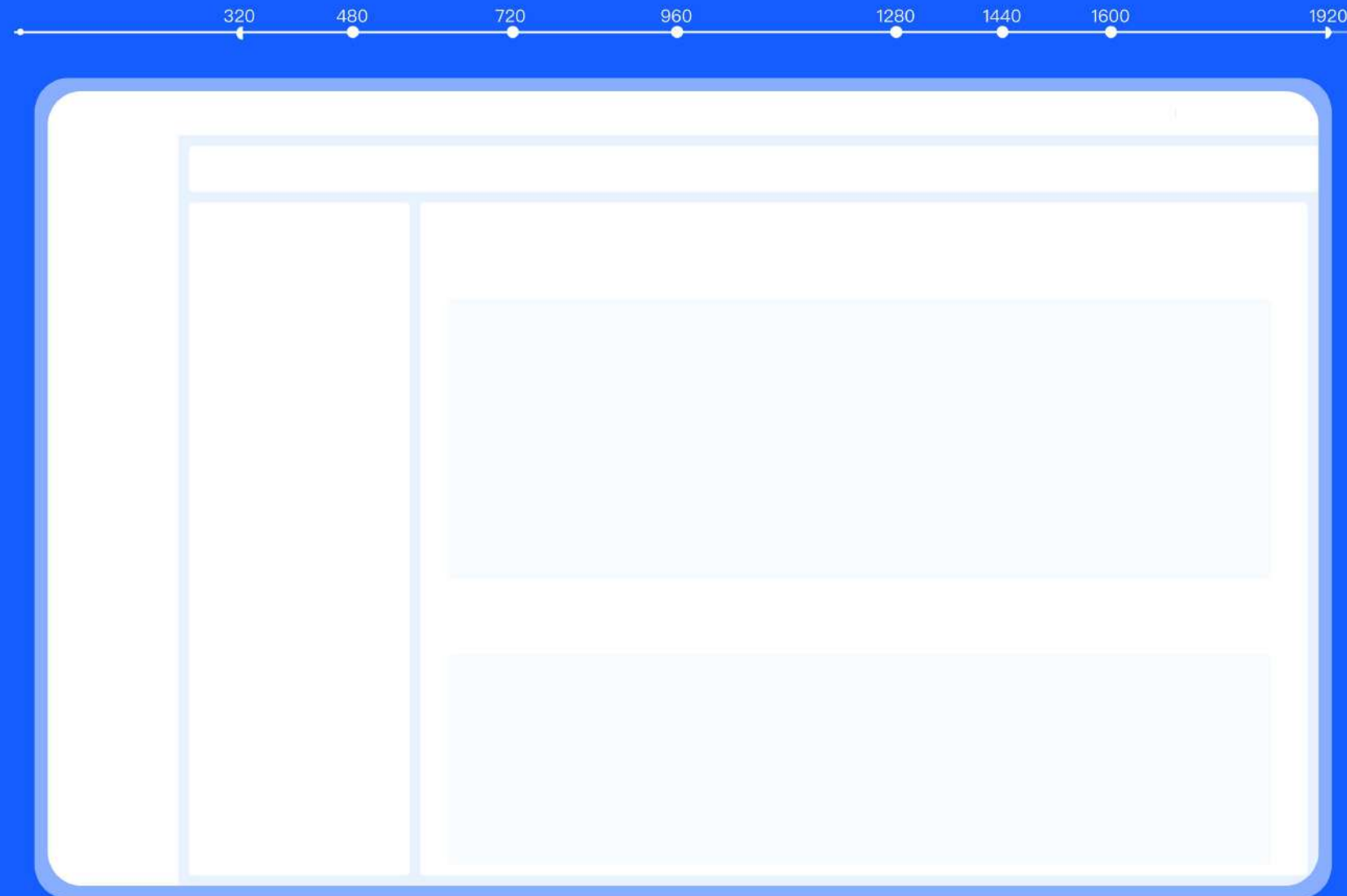
网格单位

HR-X Design 通过网格体系来实现视觉体系的秩序。网格的基数为 8，不仅符合偶数的思路同时能够匹配多数主流的显示设备。

对于设计师：提升效率、减少决策、同时让元素之间保持一种协调的节奏。

对于团队：设计师和工程师之间更容易达成默契，工程师可以较轻松地用肉眼丈量 8 的倍数，而不是趴在那一个一个数像素。

对于用户：这让他们信赖的品牌得以保持高质量的一致性体验。并且在自己的设备上也不会出现模糊的半像素偏移。

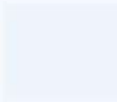
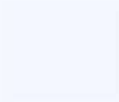


颜色字体

/// Color Font

Brand color

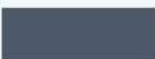
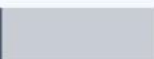
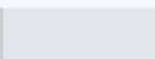
主色序列 Brand Color

						
Brand1-6 常规	Brand1-5 悬浮	Brand1-7 点击	Brand1-4 特殊场景	Brand1-3 一般禁用	Brand1-2 文字禁用	Brand1-1 浅色/白底悬浮
#165DFF	#4080FF	#0E42D2	#6AA1FF	#94BFFF	#BEDAFF	#EBF3FF
						
Brand1-6 常规	Brand1-5 悬浮	Brand1-7 点击	Brand1-4 特殊场景	Brand1-3 一般禁用	Brand1-2 文字禁用	Brand1-1 浅色/白底悬浮
#165DFF, 10%	#4080FF, 10%	#0E42D2, 10%	#6AA1FF, 10%	#94BFFF, 10%	#BEDAFF, 10%	#EBF3FF, 10%

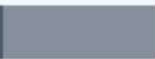
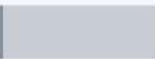
Neutral color

线条 Line

填充 Fill

					
Fill-6 强调/图标/特殊场景	Fill-5 重/特殊场景	Fill-4 深/灰底悬浮	Fill-3 一般/常规/白底悬浮	Fill-2 浅/禁用	Fill-1 白色
#4E5969	#C9CDD4	#E5E6EB	#F2F3F5	#F7F8FA	#FFFFFF

文字 Text

				
Text-5 强调/正文标题	Text-4 次强调/正文标题	Text-3 次要信息	Text-2 置次信息	Text-1 纯白文字
#1D2129	#4E5969	#88909C	#C9CDD4	#FFFFFF

Font usage rules

在基于电脑显示器阅读距离（50 cm）以及最佳阅读角度（0.3）情况下，14px大小的字体在多数常用显示器上的用户阅读效率最佳，所以我们的正文字体使用大小的是14px。
对于小屏幕，使用了高分辨率，电脑会自动放大150%分辨率，这时候建议使用12号字体，作为正文字体。

伯牙平台	伯牙平台	伯牙平台
PingFang SC	Hiragino Sans GB	Microsoft YaHei
中文优先	中文备用	中文次级备用
Boya	Boya	Boya
San Francisco Pro display	Helvetica Neue	Arial
英文优先	英文备用	英文次级备用



行高 = 字号 + 上边距4PX + 下边距4PX

字阶和行高影响着轻应用整个界面的秩序，一定要使用正确的字阶和行高，减少间距上带来的问题。字阶是指有一套规律的不同尺寸的字体的。行高可以理解为一个包裹在字体外面的无形的盒子。

正文（小屏电脑）	size : 12px - height : 20px	用 HR-X 快速搭建页面
正文	size : 14px - height : 22px	用 HR-X 快速搭建页面
标题	size : 16px - height : 24px	用 HR-X 快速搭建页面
大标题	size : 18px - height : 36px	用 HR-X 快速搭建页面
大标题	size : 20px - height : 38px	用 HR-X 快速搭建页面

组件规范

/// Component Specification

按钮

+ 添加关键岗位

批量导入

导出数据

重置

确认

离职风险：

不限

关键人：高

关键人：中

关键人：低

备份人：高

备份人：中

备份人：低

弹窗&侧边弹窗

添加客服小组代理组长备份人

备份人1

* 备份人姓名

Allenguo(郭艾伦)

* 人才盘点结果

Q5 稳定贡献者

离职风险

低

* 备份准备度

RN 立刻使用

* 是否可随时调出

否

* 调出所需要时间

7

自然日

负责方向

人事系统

请选择失效关键人的原因：

离职

转岗

其他

请说明失效原因

请选择一个备份人来接替此关键人：

Janehuang(黄小健)

Janehuang(黄小健)

Janehuang(黄小健)

取消

确定

请选择失效关键人的原因：

离职

转岗

其他

请说明失效原因

该岗位暂无备份度为RN的备份人，请及时添加新的关键人

取消

确定

表单列

李雷 开发工程师，负责：乐协作系统。 离职风险：中 ，原因：任务重，压力大 专业职级P6 无管理职级 未评估人才 暂无绩效 2021-08-11入职	失效 编辑 接替
小明 开发工程师 离职风险：高 ，原因：任务重，压力大 专业职级P6 管理职级L1 Q2双高人才 近三次绩效(由近到远)：A，A，A 2020-03-22入职	失效 编辑

空白页



提示通知栏

用户主动操作后的反馈（成功）

顶部通知一般性信息内容文本

失败或错误提醒

警示类提示

- + 添加关键人
- + 添加备份人
- 编辑关键岗位
- 失效关键岗位

关键研发 布局总览

Layout Overview

模块式设计把操作区域进行概括收归，提升内容区域感，增强视觉空间感

- 关键岗位模块
- 数据统计
- 组织架构

高频 —————> 低频

根据用户使用功能模块的频次，对应的模块进行划分



关键研发 小弹窗

/// Small pop-up window





提升个人技能

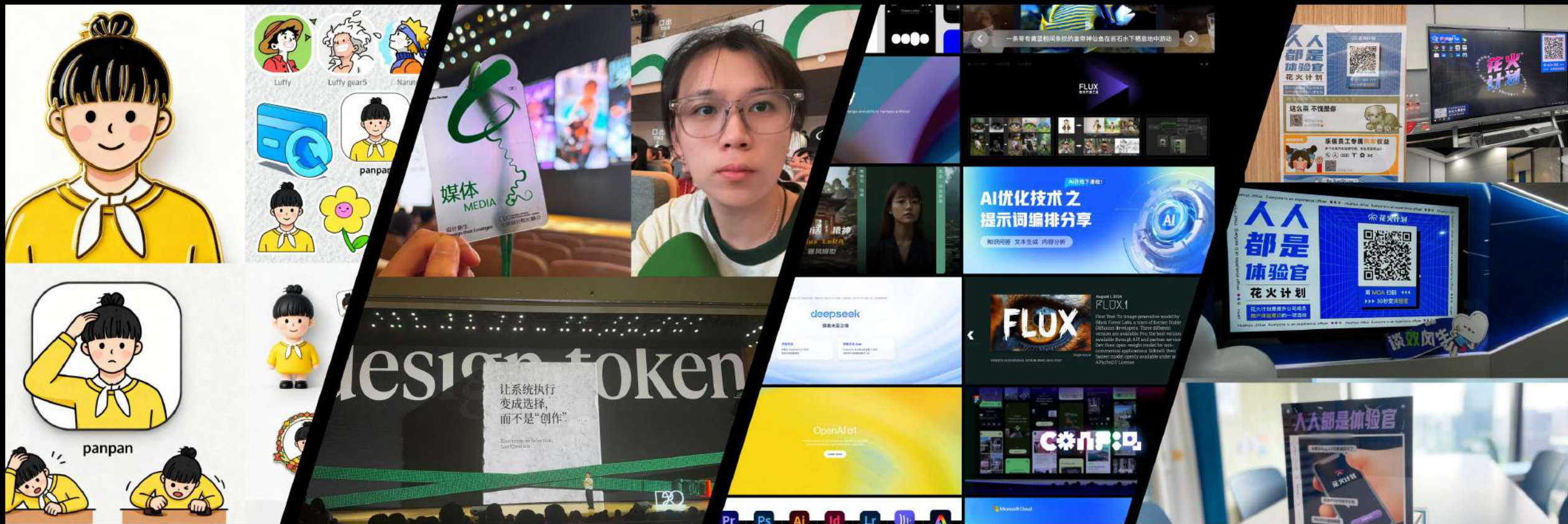
BLENDER 3D 课程练习

(部分3D练习合集)

继续做



2025-至今 AI技能+演讲能力+对外输出



新技能更新

AIGC 全球设计院长峰会 AI资讯 花火计划

(AI时代技能快速迭代)