



Sean. 阿辛
Portfolio 2021

设计师 / 数字体验专家 / 产品专家 / 创意总监



2001~2005

大学本科

水彩专业

2005~2007

AIGO

网页设计师

2007~2009

D-Mobile

GUI设计师

2009~2010

atunit互动营销

视觉设计师 . 设计总监

2010~2012

观止互动 . 观止教育

创意合伙人 . 课程研发总监

2012~2014

CloudM云传媒

互动总监

2014~2017

atunit广告集团 . 上海

创意总监

2017 至今

mobisport 莫比运动

互动体验总监

Sean.Xin

辛旭起

E-mail: sean.xin@qq.com

个人网站: <http://www.w1983.com/>

LOFTER: <http://xinxuqi.lofter.com/>

从业十六年来，积累了丰富的创新设计思维与团队管理经验，尤其擅长于跨界化思考。近年来为复星集团品牌设计、复星地产控股品牌设计、方太海外全球官方网站、GB香港IPO官方网站、WeWork GC大中华区APP、华宝兴业官方网站与交易系统、江苏省智慧旅游试点城市《扬州》全媒体终端数字品牌运营、大亚科技智能家居等网站或数字产品，提供极具价值的设计服务与顾问支持。

在职期间为复星、联想、佳能、阿迪达斯、富士、SONY、迪卡侬、金龙鱼、伊利、安利、联合利华、天猫、华尔街英语等国内外知名客户，扬州市旅游局、安徽旅游局、黄山旅游局等政府单位，以及上海证券、华宝兴业基金、易方达基金、华夏基金等各大金融品牌提供品牌、APP与网站设计服务。

自2017年加入mobilisport莫比运动（上海小莫网络科技有限公司），进行智能健身器材的用户体验、APP界面、品牌营销等设计工作。莫比运动旗下产品囊括划船机、椭圆机、动感单车、跑步机四大有氧设备，以及相关运动配件、莫比健身智能APP。产品具有专利的数据采集与算法模型，用现代科技与智能手段改善人们的运动生活。

在莫比运动，设计会贯穿从产品市场定位、硬件工业设计、结构设计、APP软件体验设计、与导演摄影师模特的协作、在不同营销端的展示设计、人们第一次使用时的感受、人们如何形成持续的使用习惯、人们遇到问题如何解决、服务部门如何在产品生命周期为人们提供支持……这一系列内容，需要设计师承担更广义的工作职责，通过探索系统中的各个利益相关者的需求，构建一个整体服务框架，并对服务框架中的各类触点进行设计。具体范畴：莫比健身APP中文版与国际版、硬件机身交互、产品支持与服务、小程序、网站等数字产品的策略方案与设计执行工作。



扫一扫上面的二维码图案。加我微信

2017 ~ 2021

合作品牌



小米有品



京东京造

一
条



莫比健身APP

2017~2021

iOS、Android、Pad、Watch、TV、Contest System OnLine

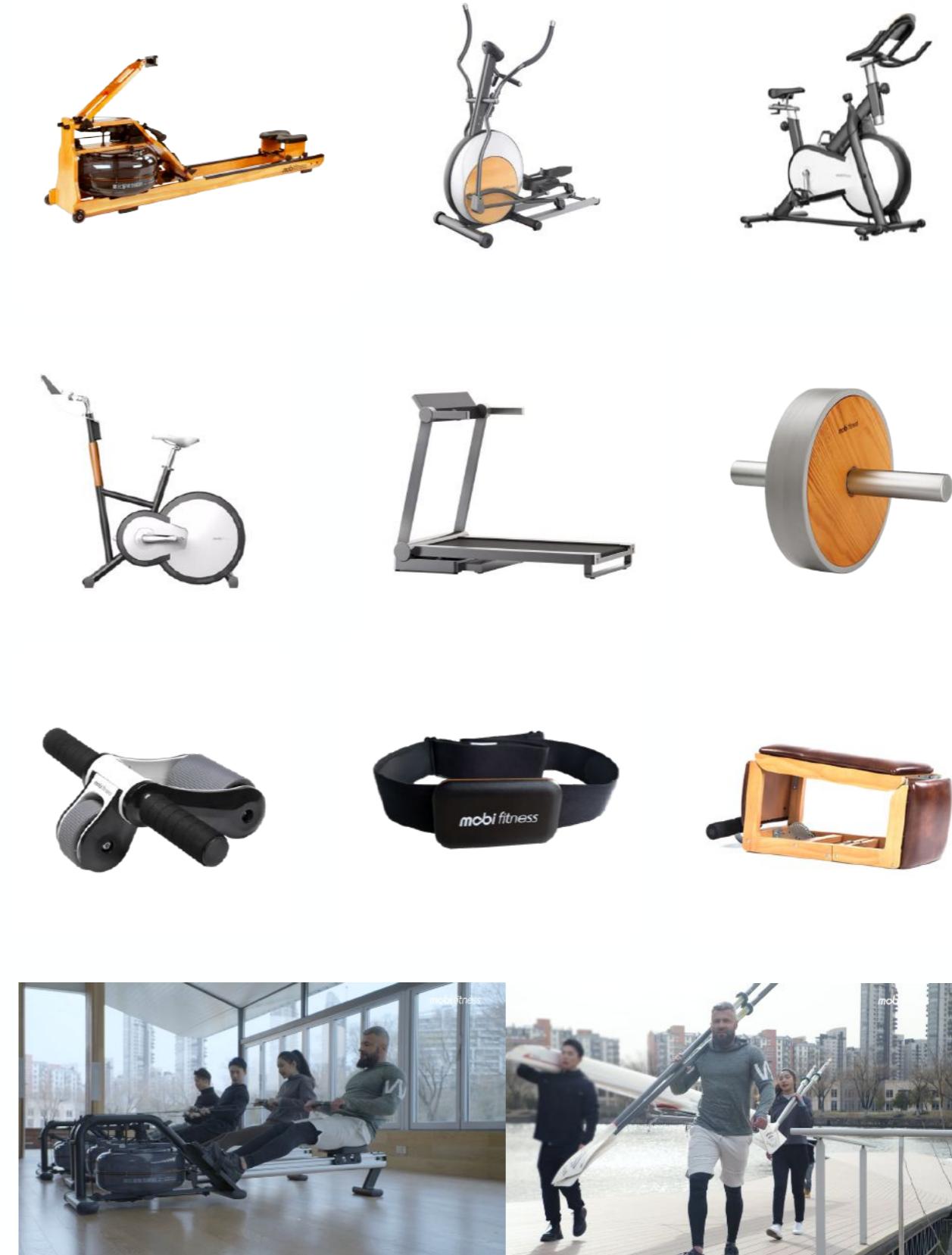
莫比健身APP采用全方位线上运动服务设计，用智能科技与创新交互解决居家运动健身难题。

通过对国内外数字产品的可用性研究，包括nest、米家、三星等智能家居类，Peloton、NIKE+、adidas等体育类，线上学习类、游戏类等产品，研究用户如何使用智能硬件、如何进行运动、如何形成使用习惯、如何感知自己的成长、如何通过系统设定级别徽章等内容可视化自己的进步。

进行功能创意模型的测试，并观察用户的反应，进行优化和调整。并且定期将研究内容汇总、进行概念设计，与研发团队分享、进行可行性评估。

通过持续性的将各种功能创新转换成界面设计与交互动效交付研发团队，经过2.0、3.0到现在的4.0中大大小小的一系列版本，将莫比健身APP从只有基础的运动训练、运动比赛功能，转变为一个包含了轻松运动（自由运动）、趣味运动（星际探险、冒险模式）、专业运动（训练模式、课程模式）、个人数据解读（运动记录、运动档案、运动计划）、运动知识、运动商城的综合化服务的APP产品。

随着五年不断更新迭代，莫比健身成长为国内智能健身设备的头部品牌，其以APP为核心的智能化体验处于行业领先地位，App Store评分超过4.6，远超平均。**截止2021年11月，累积服务超过40万精英家庭，设备日活10.77%，设备周活29.55%，平均日停留时长29.5分钟，月分享人次30000次。**（数据来源：umeng友盟2021年）



划船机运动：多传感器人体运动数据采集的可视化设计



划船机运动：好友比赛运动模式



划船机运动：游戏运动模式



This collage displays various sections of a fitness application's user interface, featuring a woman named Jessica Henwick as the primary profile picture.

Top Left: A large image of a woman in a red sports bra and leggings performing a lunge. Below it is a promotional banner for a "腰精瑜伽训练营" (Waist Training Yoga Camp) with 4位 (4 instructors) and 368 节 (368 sessions). It shows a thumbnail of three women and stats: 27 我的课表 (My Schedule) and 368 精彩课程 (Great Courses).

Top Right: A woman in a blue and yellow sports bra and leggings performing a dynamic stretch. A banner for "45分钟榨干你的脂肪" (45 minutes to extract fat) is displayed with 45 min course duration and 480 kcal estimated consumption.

Middle Left: A woman in a black sports bra and leggings performing a tree pose. A circular progress bar indicates 42% completion. Below are navigation icons: 全部课程 (All Courses), 动感单车 (Stationary Bike), 徒手训练 (Hand Training), 小器械训练 (Small Equipment Training), and 训练科普 (Training Encyclopedia).

Middle Right: A section titled "MOBIFITNESS SPECIAL" featuring a profile of Jessica Henwick. It shows her today's plan: 550kcal, -180kcal progress, and a 13% total progress circle. It also lists days 25-30 and 01, with preview cards for "极限燃脂攻略" (Extreme Fat Burning Strategy) and "瑜伽舒缓修复攻略" (Yoga Relaxation Repair Strategy).

Bottom Left: A section titled "今日直播" (Today's Live Broadcast) showing three live yoga sessions starting at 13:00:00, each 36min long and led by Daniel.

Bottom Right: A large image of a woman in a pink tank top performing a dynamic movement. To the right, a summary of today's goals: 5 sessions completed, 2 sessions for gluteal muscles, 3 sessions for extreme fat burning, and 4 sessions for lazy repair.

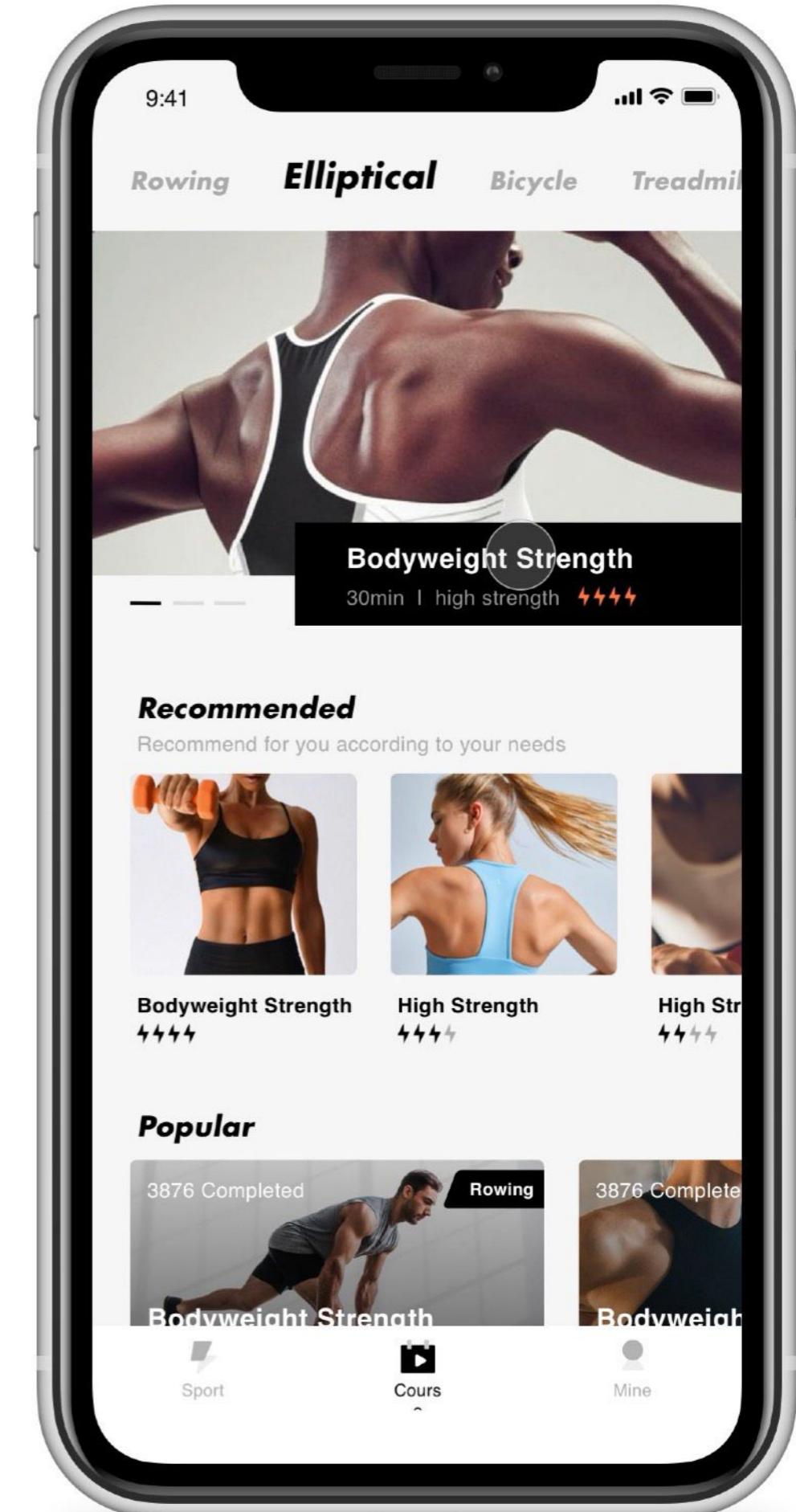


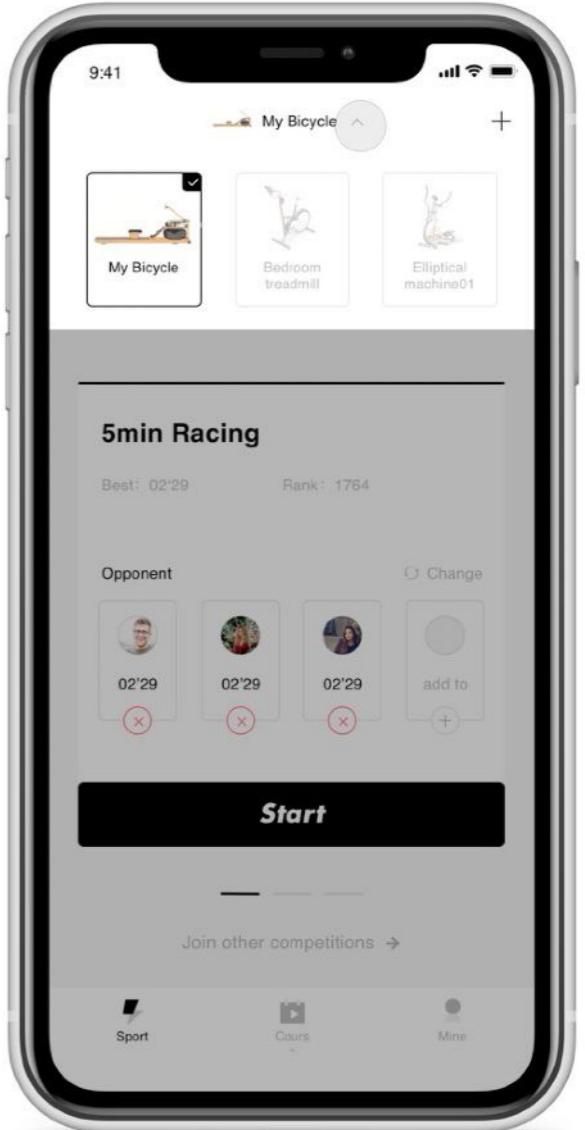
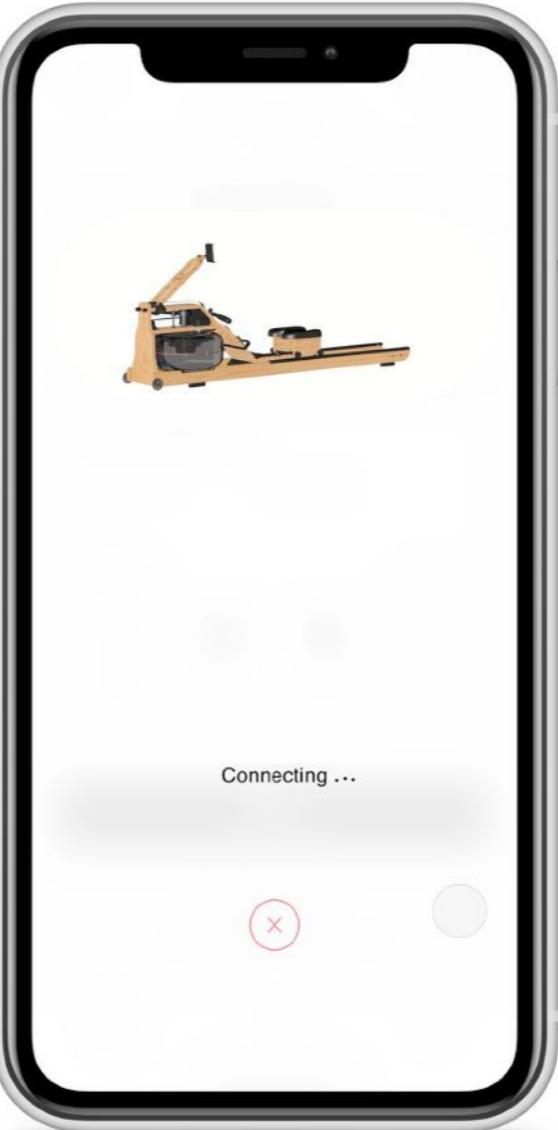
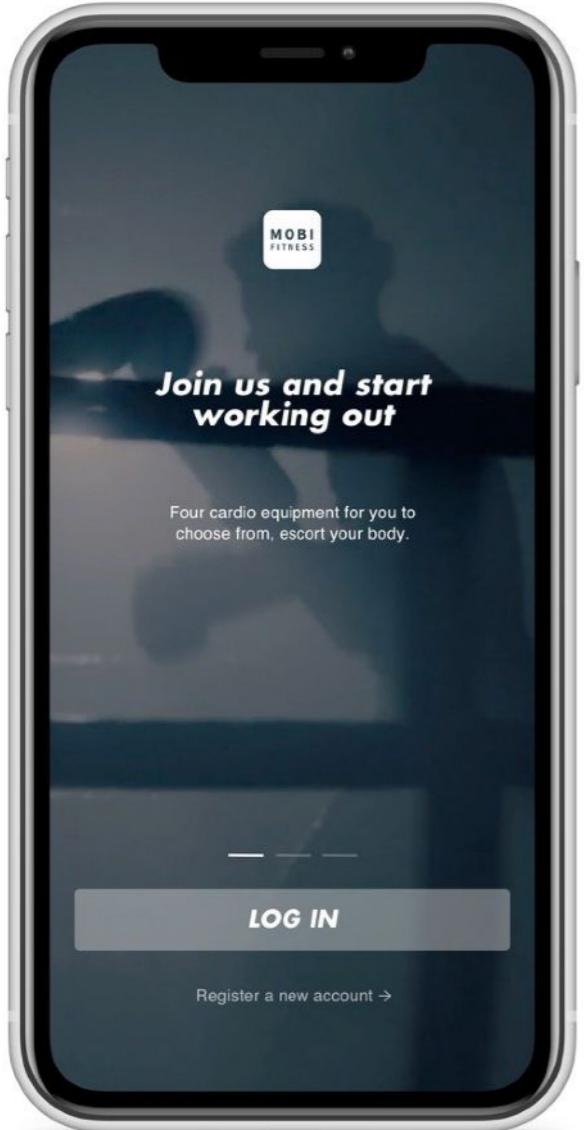
mobifitness International
2020~2021

欧洲、北美、韩国、新加坡、日本 mobifitness APP 国际版的界面与体验设计

通过研究海外不同区域用户APP使用习惯与文化传统，确定了基于精简的界面布局与交互方式，设计了全新的国际版APP。APP涵盖在线比赛、趣味游戏、直播课程等丰富的功能，为海外用户原本较为传统的健身体验提供大量创新元素。

在界面设计上，采用与国内版完全不同的白灰色系进行设计，简化主要一级功能使用路径，用户可以更快、更轻松的开始运动。随着莫比产品远销美国、欧洲、日韩、东南亚，mobifitness APP 国际版是莫比在海外市场进行营销拓展、品牌建设、用户服务的重要基石。







华为HUAWEI HiLink X mobifitness

动感单车旋钮设计&硬件体验



动感单车旋钮设计&硬件体验

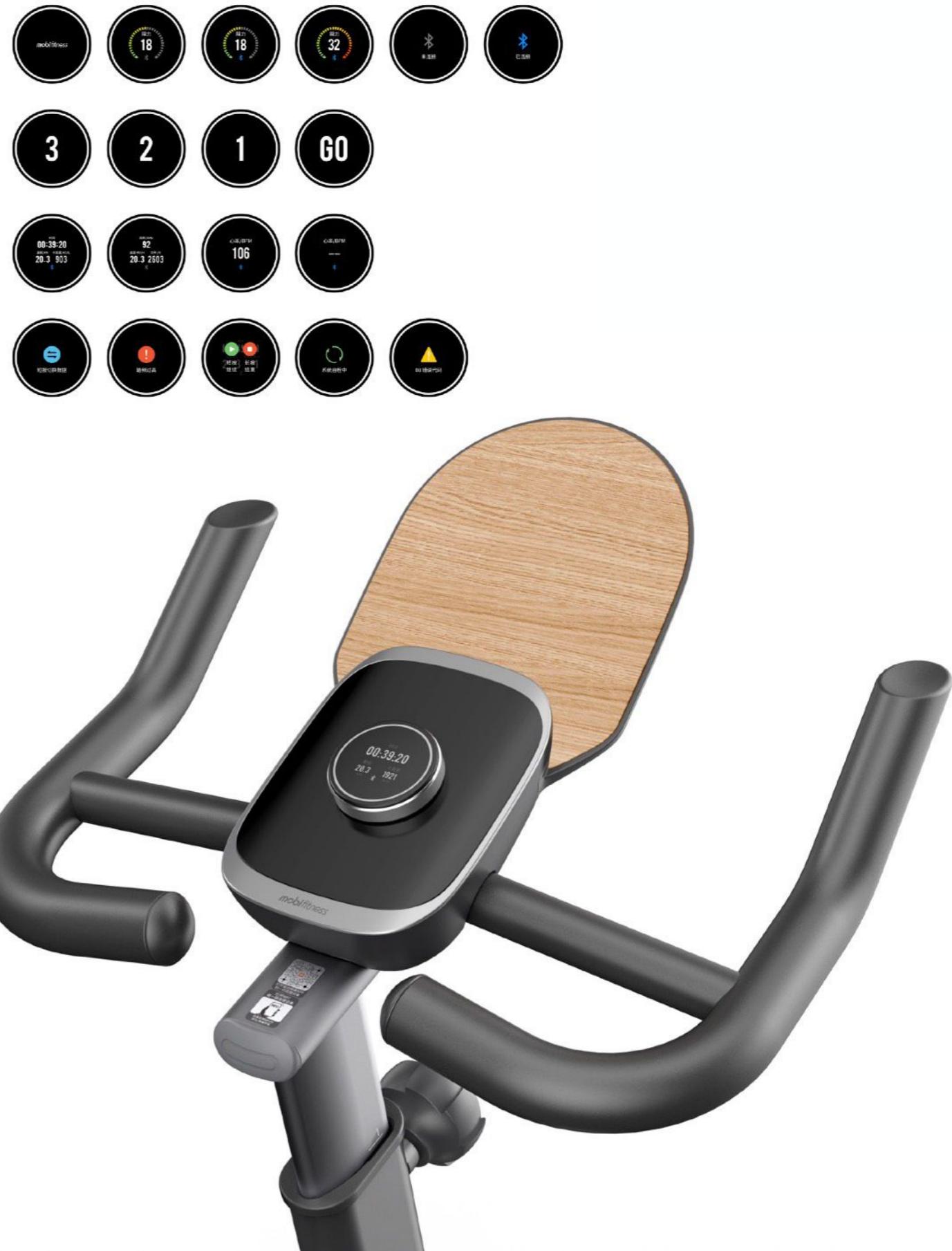
莫比健身为华为定制的动感单车，在项目中负责车身可旋转的带屏旋钮的操作流程、图形界面、交互动效设计，与华为运动健康、华为智慧生活的团队一起讨论并落实旋钮的使用体验。通过华为运动健康一碰联的方式，实现数据的互联互通，与华为手环、手表等穿戴设备进行数据互通，实现更高效的锻炼。

华为以往没有大型运动类智能设备的经验，希望给用户提供丰富的运动数据；而我们坚持不能在一个显示区域有限的微型嵌入式硬件里，呈现大量的甚至是繁杂到影响用户注意力的数据，双方据此有了大量的碰撞。

经过几个月的沟通、概念设计、测试，我们与华为达成共识，考虑到单车这种主动运动设备的特性，将旋钮的旋转选择按下确定进行反向使用，用旋转进行重要参数“阻力”的调节，用按下进行数据的快速切换，设计多组运动数据的分级呈现。既简化了信息结构，也兼顾了未来被动运动设备、功能更多层级嵌套的界面呈现方式的扩展性。

此联合品牌产品在2021年春季华为全球产品发布会亮相，同时在华为京东、天猫、Vmall等线上渠道，以及全国5000+线下门店展开销售。

作为华为智选系列运动健身设备的明星级产品，mobifitness动感单车是莫比健身与华为运动进行长期深度合作的里程碑，为接下来的划船机、椭圆机等其它智选产品的合作打下坚实基础。



mobifitness

mobifitness 动感单车

出骑智胜

华为运动健康一碰联 | 一键智控 | 12KG飞轮高效燃脂 | 课程在线互动



Works with HUAWEI HiLink



← 动感单车系列课程

轻松有趣的骑行体验，热量爆燃的释放之旅。『动感单车』系列课程，帮你暴汗燃脂瘦全身，骑出好身材！





ProMax智能划船机

产品站在小米众筹的成功上线



小米有品运动健康类目 七月流量、销售额双料冠军

2018年4月，在小米平台上众筹合作申请成功，之后是一系列公司资质、验厂、产品硬件样品测试、产品生产等一系列的对接和审核。

小米团队的合作方式是多接口一对一合作，生产对接生产、策划对接策划、设计对接设计。在项目中负责整体视觉设计，对接小米方的产品站审核设计师、图素审核设计师、上线的项目管理者。

小米对广告片脚本、分镜绘制、多角度的产品拍摄、修图品质、产品卖点的创意表达、文字排版的疏密结构等要求都非常严格，长达三个多月的合作中，一起对产品在场景中的位置、产品金属质感机身上的颜色校正、投影的合理性、对科技类引擎、光效、曲线等视觉细节逐一打磨。

产品站成功上线短短两周时间，ProMax智能划船机创下了860余万元的销售业绩，并在当月获得小米有品运动健康类目七月流量、销售额双料冠军。



智利进口松木 | 航空级聚碳酸酯水箱 | 无极变速阻力调节
智能互动 | 轻松收纳



智利进口松木 | 航空级聚碳酸酯水箱 | 无极变速阻力调节
智能互动 | 轻松收纳



一秒立正
仅占地3张A4纸大小 (0.23m²)

占地仅0.23m²，仅相当于3张A4纸。搭配地脚滚轮设计，只需抬起尾部，划船机就能轻松移走。

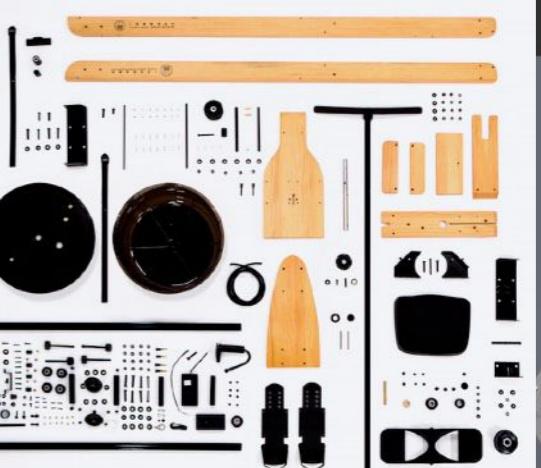
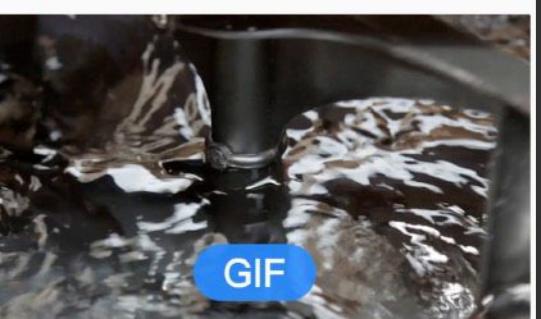


GIF

运动不插电
聆听水声悦耳 安静享瘦

运动时仅有淳淳水流与您相伴，不用担心吵到家人和邻居。

* 展示图去掉了水壶上盖，以便清晰可见桨叶运作，实际使用中请勿模仿。



GIF

* Physics of Resistance, Part I of Physics of Rowing www.rowing-at-home.com AR apk 日期:2018-07-10
* 数据由该设备测量得出。

是划船机 也是艺术品

智利进口松木+科技环保水性漆
品质甄选 回归自然本真

精选智利进口松木机身搭配三层面漆，这层出色的木纹纹理和表面色泽，松木特有的木质线条赋予整机更多亮色，为您还原自然本身的魅力。

* 水性漆检测报告：Intertek Shenzhen Intertek Group pic报告，报告号S2H01238667, S2H01238873, S2H01238823, 2018年3月通过。

* 智利进口松木：实木单板可22202018/03/13777/通过日期：2018-03-13。



航空级聚碳酸酯水箱
看透 水清如镜与浪花四溅

使用航空材料打造的聚碳酸酯水壶具有高透光、更抗冲击、防腐蚀、耐高温特性，不仅壶内水流清晰可见，更可长久保证水质清新，不易变质。

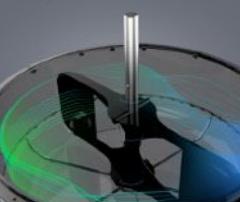


* 上述数据来自百度百科“聚碳酸酯”航空航天领域应用。

双叶无极变阻水浆
以变应变 不同人匹配不同阻力

根据水流优慢、桨桨力量动态调节水阻，才同时兼顾到要与水流速度需求都可匹配恰当阻力。水流动力设计精巧，水流均匀分布、阻力平稳输出，重现划桨过水里的真实触感。

* 展示图去掉了水壶上盖，以便清晰可见桨叶运作，实际使用中请勿模仿。





天猫、京东官方旗舰店、网易严选、京京东造、一条等
营销页面设计

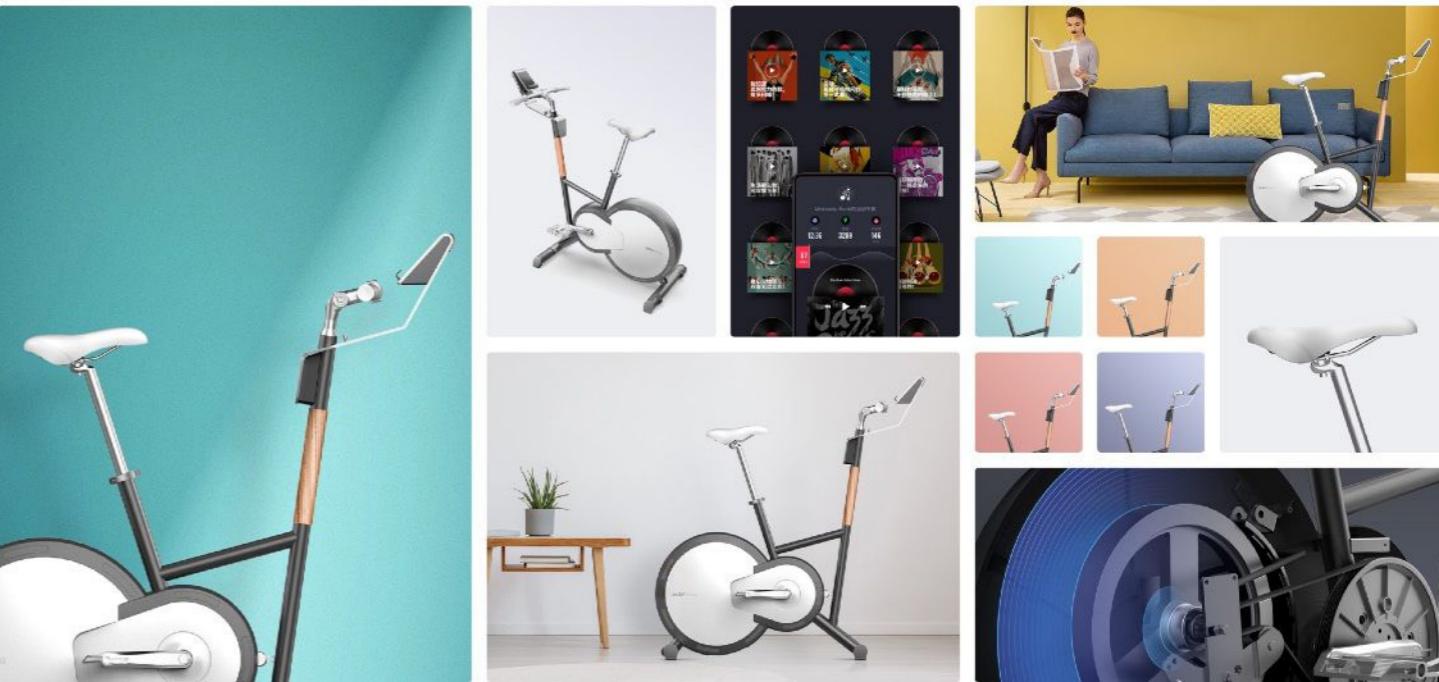
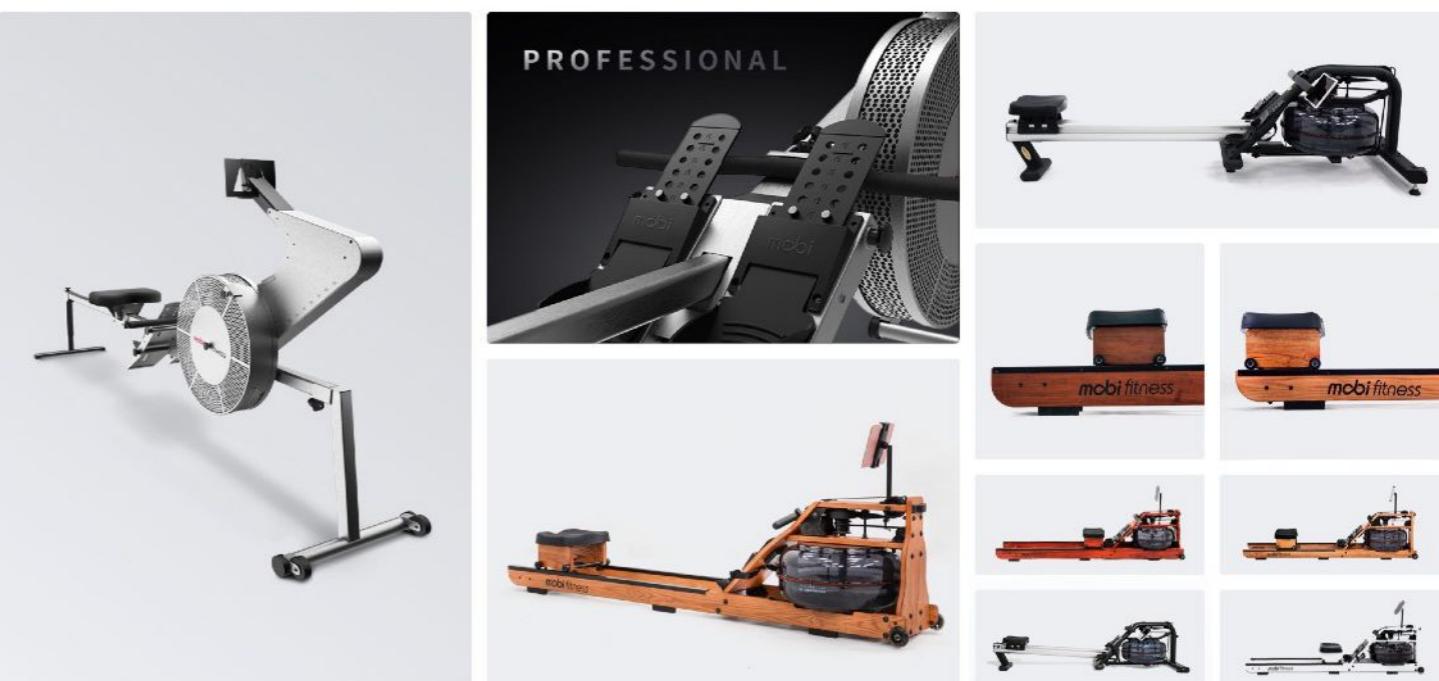
天猫、京东官方旗舰店、网易严选、京东京造、一条等营销页面设计

在电商多渠道销售体系建设中，在半年内完成了官方旗舰店天猫、京东与第三方渠道小米、网易严选、京东京造，三个子品牌、共计二十多个SKU的产品站页面设计并上线。

通过与多方摄制团队的合作、竞品分析、页面设计等，制定具体可操作的电商产品上线设计的工作流程：

为产品站策划和设计流程制定7个阶段：产品策划设计、功能点和可能性设计展示、拍摄计划、页面初稿设计、图片处理、页面优化、产品站图素&GIF设计，每个阶段都包括参与角色、协作方式、执行时间方面的详细标准，极大的提升了产品上线效率和产品站的设计品质。

经过三年多的发展，莫比智能划船机、椭圆机等品类的**销售额已经占据了天猫同品类的榜首**，用户复购率和转介绍率明显高于其他品牌，2019年完成愉悦资本领投的第五次融资。



FASHION 时尚款
动起来源于对美好的向往

CLUB 俱乐部款
随时适合多人高强度使用

CLASSIC 经典款
为你提供平衡畅快的运动感受



简约之中见优雅的
家庭运动解决方案

北欧进口山毛榉 | 航空级聚碳酸酯水箱 | 无极变速阻力
智能互动 | 轻松收纳

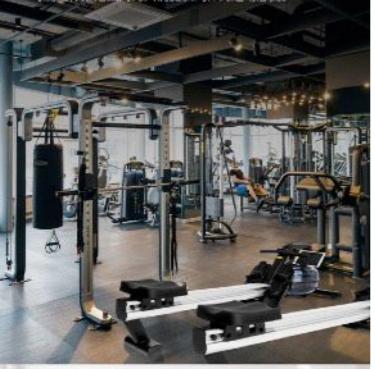
划船运动独有的特殊节奏感能让您的精神更集中，有助于
在整个繁忙的工作日和假期乐于开始你的划行之旅。



* 前中国国家队赛艇运动员、亚洲赛艇锦标赛：李封

这是锻炼本身的趣味

提高人体无氧能力、有氧能力以及神经肌肉能力。牢固而紧凑，实现在完全安全的环境中进行各种强度的室内划船运动，为你带来在水上划船的独特感受。



实用主义的朴素美学

时尚外形、精致细节、流畅线条，与你的家庭环境完美
相宜。



适应多种运动强度的设计

适应多种姿态 | 适应多种强度

完全适应人们在划船运动中可能采用的姿势和可能的活动。
不管是在快速运动时的强力冲击，还是在放松时轻柔地轻拉把手。

来一场放松身心的轻松旅程

水轮驱动结构 | 还原水上赛艇的真实体验 | 给任何室内
场所带来运动和时尚感

让您仿佛置身水面漂流之上，足不出户，亦可体验最真实的水上赛艇运动乐趣。



多重满足 超乎寻常的运动感受

进口巴西花梨木 | 航空级聚碳酸酯水箱 | 无极变速阻力
智能互动 | 轻松收纳

划船运动提供极好的运动舒适性与乐趣，将赛艇运动体
验注入其中，莫比 Ultimate 旗舰款更是其中的佼佼者。

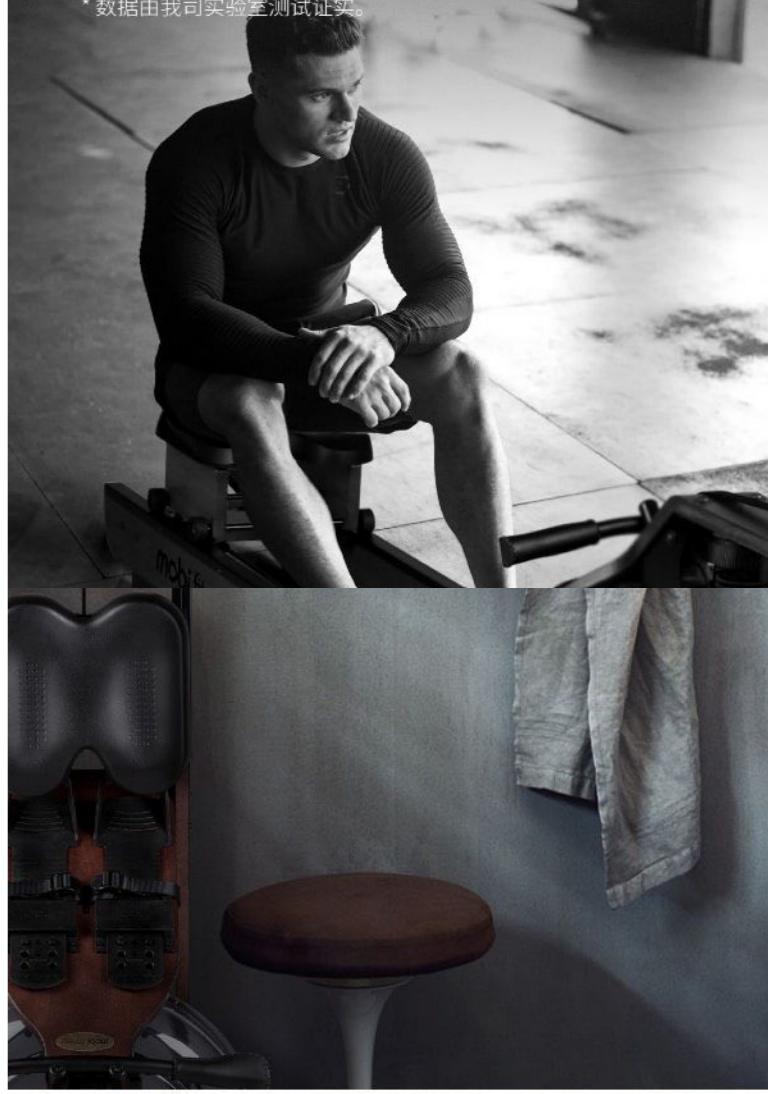


有益健康的设计

Ultimate 旗舰款具有自适应的水轮阻力驱动方式，您可
以采用不同力度进行不同级别负荷的划船锻炼。1个动
作，锻炼全身80%肌肉。这将增强您的力量，提高您的
划船水平。

* Physics of Ergometers, Part of Physics of Rowing www.eodg.at-
m.ox.ac.uk [引用日期2017-08-10]。

* 数据由我司实验室测试证实。



JOYFUL 悅动款
愈划 愈来劲



ProMax智能划船机 & 智能椭圆机

安装与使用体验设计

用设计支持公司利润结构的改善

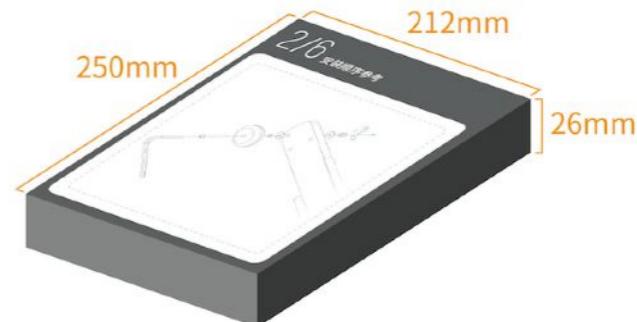
健身器材的大件物流与人工安装成本居高不下，尤其是海外的物流成本因为包装尺寸或重量的微小差别费用相差会达到十倍以上。公司立项优化重点产品的安装体验，力求提升用户自己安装的比率，以提升产品的净利润。

基于服务设计理念，带领互动体验团队通过参与式设计的方式，进行用户的定性研究，制定用户体验地图、用户情景故事，并以此为依据进行包装、服务支持网站的方案设计与原型测试，帮助用户减少产品疑惑、降低安装时间，综合提升用户的安装体验与使用体验。

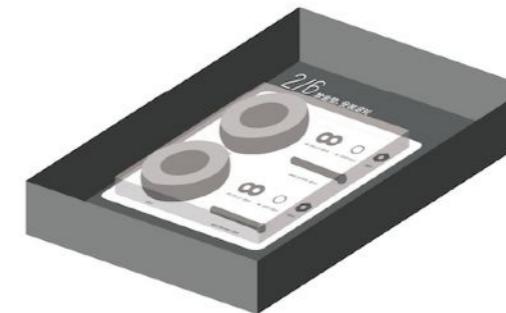
同时，通过相关物料与服务流程的持续优化，平衡内部利益相关者的配合与支持力度，使设计成果可以最大化的得到应用。

从测试前的平均安装时间**1小时32分**，**优化到最低28分钟**、**最高42分钟内完成**安装，用户通过浏览手册或是视频，全程轻松进行而没有疑虑。在物料投放后，这套设计方案显著降低了物流、售后成本，有机会每年为公司**节约数千万的运输及人工服务成本**。

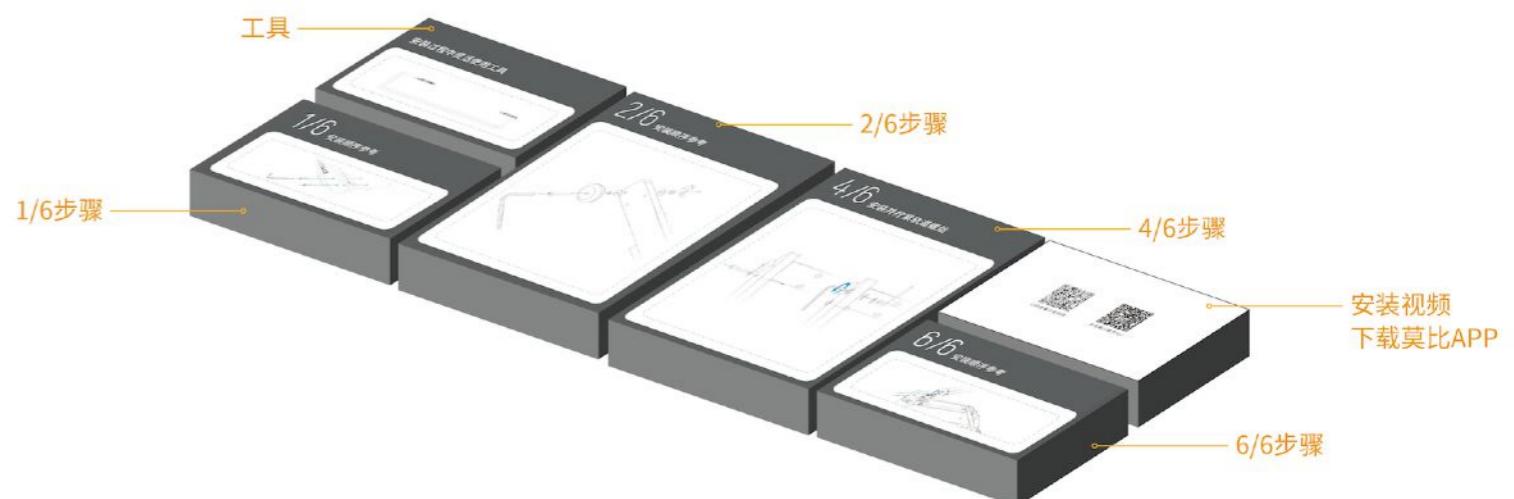
我们将持续优化重点产品的安装体验，以有效支持公司利润结构的改善。



正面



背面



洞察

01. 经验论不适用

- 对于安装师傅而言孰能生巧，对于用户而言，整个使用周期中可能只有一、两次安装的机会。
 - 我们要在安装之前给用户呈现最简单的形式、图形、文字，让用户有信心、并且没有疑惑的进行安装。

02. 模糊性表达不好把握

- 因为公差问题与木板特性，螺丝安装不能装紧，目的是让所有螺丝容易穿进去。
 - 但是“不要太紧”就像“加盐少许”，很难感知与体会，对行为的指导性不强。

03. 下意识反应最简单

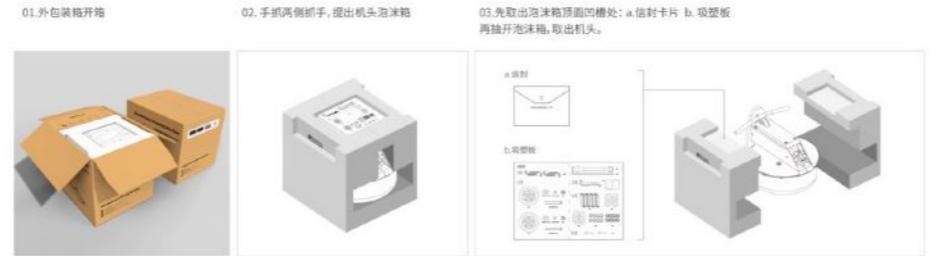
- 例如：用户拿到螺丝就想拧到拧不动为止，螺丝左转不行就右转无需学习……
 - 我们无法期待用户可以按最符合产品结构的方式安装，我们应该顺应用户的认知习惯进行安装。



主机泡沫与工具包/手册位置：

- 主机泡沫两侧要留有足够的空间位置，让用户轻松伸手进去把主机提出来。

方案一：吸塑板和信封放置在顶面凹槽处



方案二：模块化工具包和信封放置在顶面凹槽处



进阶与优化：

优化前

平均安装时间：

1小时 30分

第一轮优化

平均安装时间：

1小时 10分

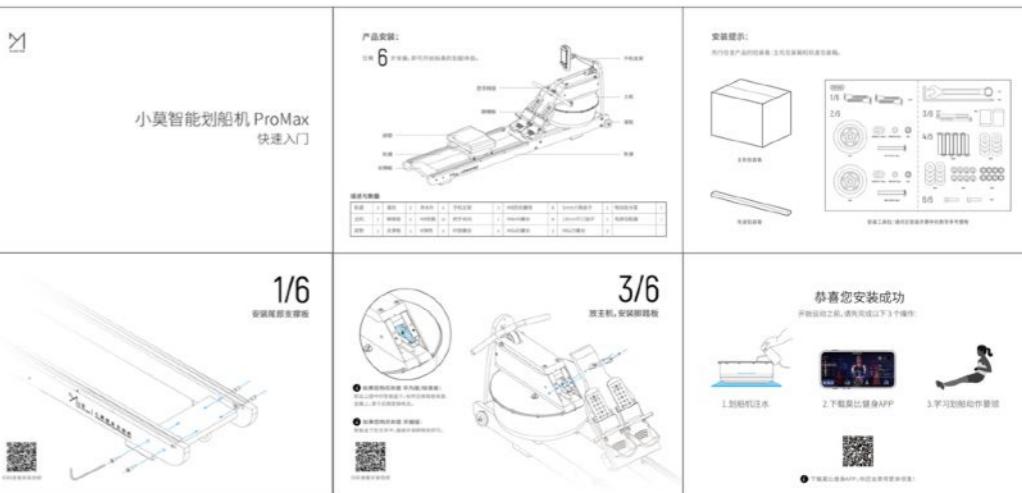
第二轮优化

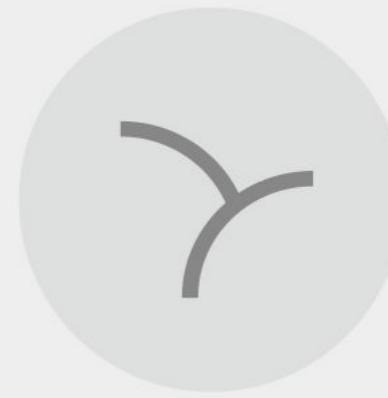
平均安装时间：

45分

第三轮优化

28分





品牌设计

CHAMINO

概念设计、形象识别设计、产品外观设计、产品包装设计

CHAMINO白茶小镇 超级工场

CHAMINO山茶本纪，源于中国安吉白茶小镇生态产业。基于白茶的功效特点，山茶本纪在全球范围选择优秀的合作伙伴，与分子生物专家一起调配出具有快速修护肌肤作用的护肤产品线。

CHAMINO超级工场，是CHAMINO位于白茶小镇万亩茶田中的超级品牌体验中心。由日本著名设计师佐藤大亲自设计，占地50亩，建筑面积10000平米，预计将于2022年运营。

作为英国极少受过古典严训的“鼻子”，Lyn为众多设计师和品牌提供调香服务，包括Solange Azagury-Partridge, Jimmy Choo, Manolo Blahnik, Anya Hindmarch, Sam McKnight, Cire Trudon, Claus Porto 等等。

在Lyn Harris以触觉与嗅觉构建的神秘世界里，将首次以安吉白茶为「自然灵感」，为CHAMINO开发出众多与白茶相关的衍生产品——茶香氛、茶护肤品、茶食品等。

与这些各行业专业人士协作，共同将产品从研发推向面世过程中，**涉及到品牌定位、形象设计、材质研究、产品设计、包装设计、宣传物料与发布会等工作内容。**



03

A

B

C



A wide-angle photograph of a theater audience during a fashion show. The seating is tiered, and the stage area is brightly lit with blue and white lights. Numerous spectators, mostly men, are wearing white shirts and dark trousers. Many are clapping, and some are looking towards the stage. The overall atmosphere is dark, with the stage being the primary light source.

品牌设计

Oriental Future

概念设计、形象识别设计

集团品牌与产品品牌 形象识别、谱系规则、颜色系统设计

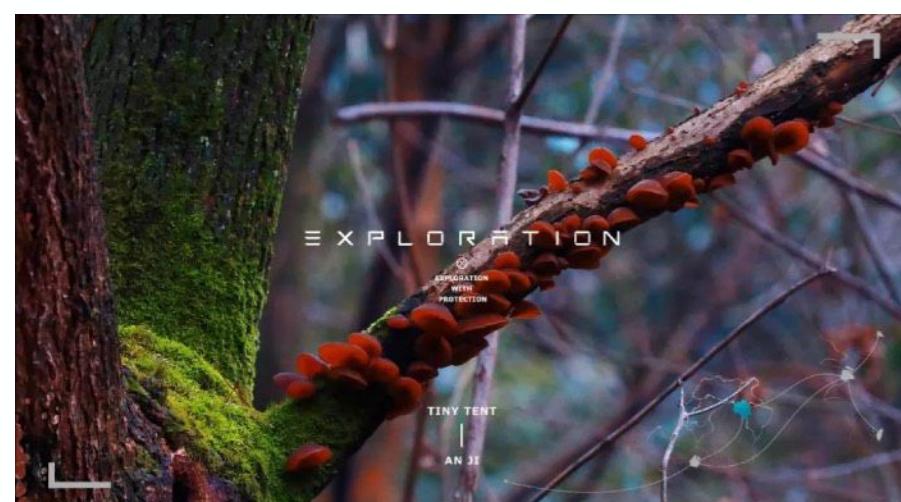
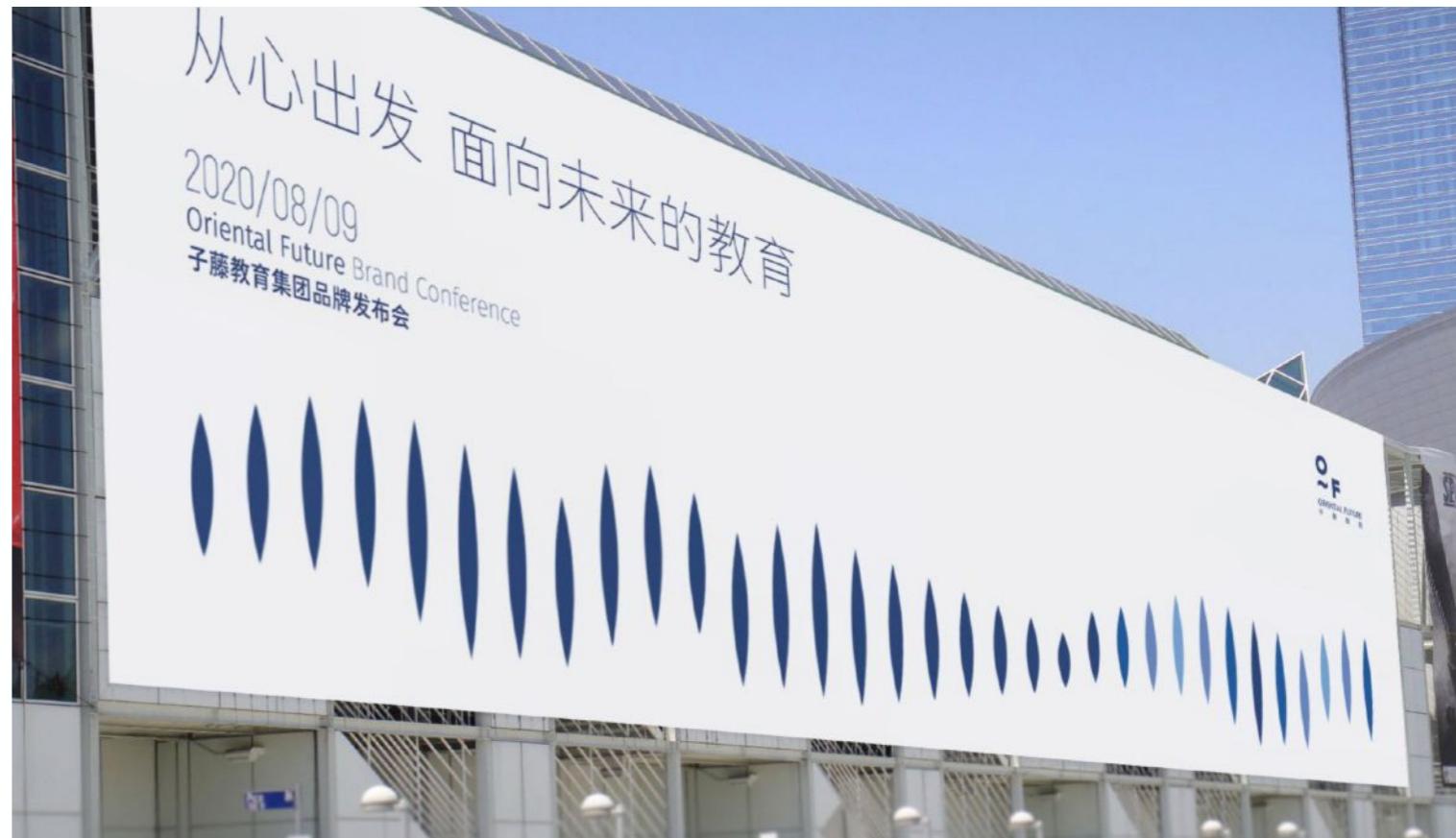
子藤教育创始人李彦漪女士，本科毕业于英属哥伦比亚大学经济专业，硕士毕业于日本早稻田大学东亚经济和产业发展并博士（Ph.D）在读。凭借艺术、科技与经济的扎实背景，致力于以学校为基础，积聚社会共识与资源，构建以创造力为核心，面向未来的教育生态，培养拥有家国情怀和国际视野的终生学习者、拥有坚定意志和有趣灵魂的创新行动者。

子藤开设托育园、幼儿园、小初高和大自然学校来实现教育培养的一贯性。未来3年内将开办60家托育园和幼儿园，推动行业一起为中国的年轻父母提供更高品质的可信赖的托幼教育产品。

子藤托育签约了包括日本校园设计大师日比野拓在内的，来自世界各地的著名教育建筑设计团队进行校园规划与建设。让校园能和自然和谐互融，能支撑多元课程体系和多种形式的教学活动，为师生提供一个能够激发创造力，并进行可持续成长的学习空间。

涉及到品牌形象设计、集团品牌与教育品牌设计、宣传物料与发布会等工作内容。





亚洲巨型TINY TENT子藤大自然学校
始终关注环保、健康与艺术

NATURE
SCHOOL
EXPLORATION
EXPLORATION WITH PROTECTION





品牌设计

集团、地产、物业

概念设计、形象识别设计

集团与子品牌 形象识别区隔设计

研究全球/地域性知名金融、地产企业的集团品牌与子品牌之间的VI视觉关系，进行视觉表现的探索，为VI的概念设计提供多种设计手法的支持。

对集团品牌核心符号，进行延续、衍变、再造，以符合集团家族谱系，同时又具有自身业务特性与品牌魅力。

设计地产、物业的VI系统在各自场景中的应用规则，同时满足以下目标：具备强力品牌特性、清晰呈现功能性、降低视觉干扰、具有丰富适配性、轻松扩展性。

Investment Affiliates		
Nissay Leasing Co., Ltd.  LEASE	Nissay Credit Guarantee Co., Ltd.  NCG	Nissay Capital Co., Ltd.  NCC
Property leases, as well as provision of financing schemes, etc.	Credit screening, guarantee underwriting, etc. related to apartment and home loans for individuals	Funding for growth companies through investment in start-ups and management support
NLI Research Institute  RESEARCH	Nissay Realty Management Co., Ltd.  NRM	The Master Trust Bank of Japan, Ltd.  MASTER TRUST
Surveys and research of pricing models, systems, regulations, etc. on an outsourcing basis	Sharing of real estate investment techniques utilizing private placement REITs	Trust bank exclusively engaging in the asset administration business, such as securities custody



Group Companies



ANA Cargo Inc



PAN AM INTERNATIONAL FLIGHT ACADEMY OVERSEAS COURIER SERVICE CO., LTD. (JP only)



avatarin Inc



OVERSEAS COURIER SERVICE CO., LTD. (JP only)



INFINI TRAVEL INFORMATION, INC.



ANA Digital Gate (JP only)



panda · Flight · Academy

INFINI TRAVEL INFORMATION, INC.

INFINI TRAVEL INFORMATION, INC.



いっしょに、明日のこと。
Share the Future
SMBC日興証券

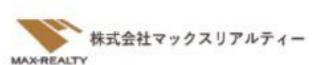
PRESTIA
SMBC信託銀行



三井住友银行



三井住友租赁



不动产



SMBC AERO ENGINE LEASE

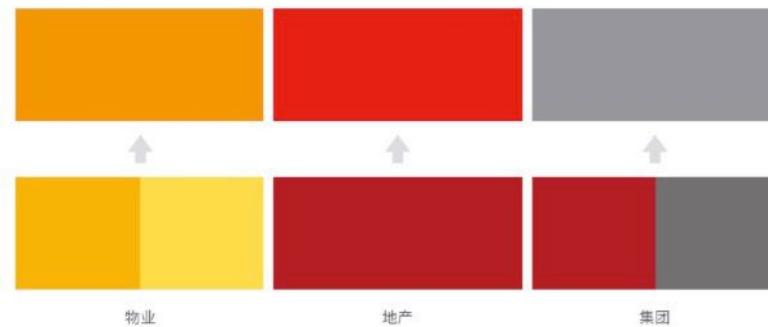


柔和的力量感

喜悦/祥和/
美好愿景

理性/睿智/
稳定/韧性

新



旧

颜色范围

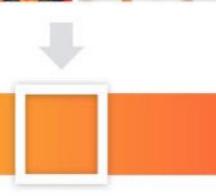
警示性太强、强烈的对比与冲突感



物业的色彩范围



地产的色彩范围



红

黄

向左过于强烈与警示，向右情感过于浓烈且与地产区分不明

温暖的日常

有爱家物业每年、每日、每时、每刻在背后的维护力量



Visual Identity System Application Rules 应用规则

A4. 颜色系统之对比应用



颜色利用对比示意：



Visual Identity System

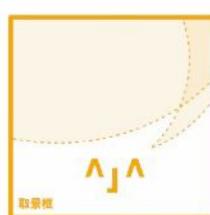
Application Rules 应用规则

A5. 图形/色彩规则之光影应用

图形各部分分层处理：遵循与头发（圆形）优先关系（矩形优先级低）。

图形所在区域：模式、方式、方向变化时，需调整对应位置及尺寸与架构的大小、调整位置，以保证协调的视觉效果。

★无论以何种形式呈现和组织内容，图形中都必须出现图形化表达。



Visual Identity System

Application Rules 应用规则

A4. 颜色系统之辅助色

以金花绿、红棕为主色，进行最广泛的物料应用，所有上墙标识、门头等重点的系统物料均以此颜色做延展。

另有基础色2倍，每两种明度的颜色组合使用，以形成明确的视觉对比。红色用于警示类、蓝色用于识别类、紫色用于区隔提示类，绿色的使用应遵守此标准认知准则。

颜色系统来自于：Before Dark



主色

MARIGOLD

ECLAIR

辅色

RED

BLUE

PURPLE

2014 ~ 2017

为atunit建立专业的 产品体验研究流程与知识管理体系

atunit所提供的优质服务，源自内部不断蜕变、革新的先进方法和知识聚合创新机制。

通过长达7年的验证，这套从内至外的机制和不断扩充的知识体系，能够始终驱动设计服务方、业务方与时俱进，走在行业前沿并有效扩展未来无限的商业可能。



3 0 L A B

30LAB
前瞻性的产品&
概念设计

我们将视野放在未来，利用新的观念与技术进行实验性产品的设计与构想，这将保障我们的服务为您的产品注入持续的活力与生命力，始终维持优势竞争地位。



Kernel Plan
内核计划

自我成长的知识生命体

技能需要思维意识的驱动才能获得良好效果。通过内核计划，我们可以使项目团队成员始终维持高水准的专业性与职业素养，这将在沟通、项目推进、成品质量上达到理想效果。



Group Lab
聚合实验室

团队聚合&知识流动

团队聚合将始终保障知识在一个高速流动的状态，并传导给组织内的成员。这将刺激成长的多样性，有利于构造完美的团队成长氛围，并将价值回馈至项目推进过程中。

服务过的品牌：



MARK FAIRWHALE



J U Z U I

M IMMOBILE



FOSUN 复星



安盛天平



富滇银行
FUDIAN BANK



银华基金
YINHUA FUND



量化自我的大数据之路
全生态的智能家居产品布局



应对挑战，ASiDEA帮助 浩泽重塑数字体验



量化自我的未来——健康大数据







START

大数聚

是眼前，更是未来

BDC涉及车联网、移动互联、电子商务、呼叫中心服务、第三方媒体检测及汽车电子产品设计研发等多方面业务领域。

我们为BDC进行第三代汽车后视镜产品的概念设计，这种情感化的产品设计表达不只好用，而且聪明！根据具体的行车阶段以及驾驶者的使用习惯，将两者优点有利结合。塑造一个更聪明，让驾驶者行驶更自由的后视镜显示系统！



The screenshot shows the AUTOlinked mobile application's main dashboard. At the top, there are five navigation icons: 首页 (Home), 车辆检测 (Vehicle Inspection), 油耗统计 (Fuel Consumption Statistics), 行车分析 (Driving Analysis), 保养维护 (Maintenance), and 车辆位置 (Vehicle Location). Below these is a large circular badge with the number '92' and the text '立即体检' (Immediate Health Check). A 3D wireframe car model is displayed with various glowing blue and red points indicating vehicle status. Below the car is a summary card for driving behavior: 驾驶行为 (Driving Behavior) score 84, 累计里程 (Total Distance) 217 km, and 平均油耗 (Average Fuel Consumption) 45 L/100km. A reminder message says '下雨路滑, 到车请注意连续驾驶' (Slippery roads when it rains, drive steadily). At the bottom, there are QR codes for download.

This screenshot shows another view of the AUTOlinked mobile application. It features a large circular badge with the number '79' and the text 'L/100km'. Below it is a line graph titled '本年度平均油耗统计' (Annual Average Fuel Consumption Statistics) showing monthly fuel consumption from January to December. A specific point on the graph is highlighted with a callout '7.8L'. Below the graph, a message states '本月车辆平均油耗 达到全国 80% 的用户' (This month's average fuel consumption is higher than 80% of users nationwide). At the bottom, there are two summary cards: '本月平均公里花费 ¥ 9' (Average cost per kilometer this month: ¥ 9) and '本月总消耗油量 82 L 共花费 ¥ 400' (Total fuel consumption this month: 82 L, total cost: ¥ 400). QR codes for download are at the bottom.

The screenshot shows the GM CBOX mobile application. At the top, it asks 'WHICH GM VEHICLE IS RIGHT FOR YOU? FIND THE GM VEHICLE THAT'S RIGHT FOR YOU.' Below this is a large image of a silver GM vehicle with glowing blue and green highlights. A button labeled 'EXPLORE ALL GM VEHICLES' is visible. The middle section is titled 'DATA SERVICES' with the subtext 'PERFORMING LIVE-BOUND OPERATIONS ON RESOURCE SETS WITH A CUSTOM DATA SERVICE PROVIDER'. It features a central cloud icon with a car and various mobile devices connected to it. Below this is a GM SUV with a grid overlay. The right side of the screen is titled 'CBOX' and lists three service options: 'Experience our Vehicles', 'View Additional Details', and 'Exceptional Owner Services'. At the bottom, there is a smartphone displaying the CBOX app interface, a download link for the app, and four circular icons representing location, connectivity, innovation, and time. There is also a section titled 'Starts our story.....' with four人物肖像 (Ramona, Old Engineer, Old Engineer, and Santa Barbara Army).

汽车智能化应用品牌官网&桌面端产品网站





好孩子中国

全平台覆盖

好孩子是全球领先的儿童用品公司及中国最大的母婴产品分销和零售平台。

ASiDEA采用响应式设计，匹配不同的桌面及移动设备。帮助好孩子中国竖立品牌形象，为其目标受众提供优越的数字体验。



全平台的响应式数字体验助力好孩子中国香港IPO



视觉语言系统

我们提炼设计中的DNA构建网站的视觉语言系统，通过这个系统的帮助，我们可以让好孩子中国衍生其它相关网站等数字产品，并避免从最初想法偏移的风险。
视觉语言系统作为在编辑、开发人员、审核人员中保持延续性和一致性的工具。



结构 棚格系统



导航



字体

一级标题

好孩子中国商贸

苹方-简 中粗体 42pt

二级标题

好孩子中国商贸

苹方-简 中粗体 30pt

导航

苹方-简 细体 14pt

正文

好孩子是中国最大型的孕婴童产品全渠道专业零售商，
是中国所有孕婴童产品零售商中领先的销售平台之一。

苹方-简 细体 26pt

图像



色调



空间



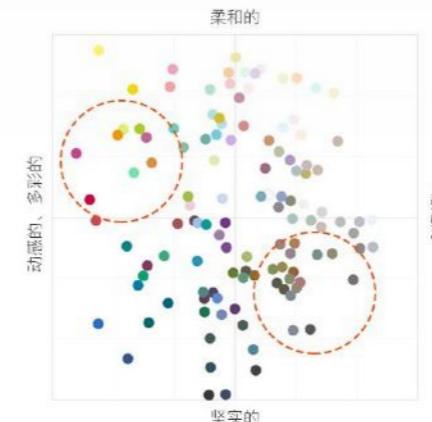
正面

调整过的图像色彩，能给人带来
温和的感受。

光线和精细的陈列，带来精致和
设计感的视觉体验。

给人以积极、阳光的感受，传递
健康、正能量的特性。

色彩



主色



HEX FF4500



HEX 313131



HEX FFFFFF

辅助色



HEX 959595



HEX 535353



HEX FAFAFA

华夏基金

创新引领者

华夏基金作为中国基金业的创新引领者，在我们的帮助下积极应对科技变革、 用户行为衍化、全球化与跨领域竞争的多种挑战。提升网站及数字平台用户体验，重新定义新一代华夏基金数字形象，再次掌握先机，引领行业创新。





“喜欢DBS的”一分钟规划我的财富”功能，可以根据我现在存款跟期望的目标来给一个简单的规划，感觉站在我的角度帮助我。”



“在银行柜台了解了我的长期投资与生活规划之后，推荐的相应的产品接受度就会很高。”



“像阿里巴巴跟腾讯的网站，每一次的新产品或功能发布，都是与时俱进，贴近用户的心声，改善人们的生活。”



“我平时会注重一些金融机构的一些行业洞见的相关文章，如果这些文章有深度，对我帮助很大，我会更加信任这家公司的专业性和权威性。”

即使需要花费额外的时间与精力，消费者们仍然乐于让更熟悉的人来与自己讨论理财问题——理财顾问可以为他们度身定制财富规划、给予个性化理财建议，这是目前网站体验中缺失的重要环节。

目前基金公司网站使用太多艰涩难懂的文字描述，还是呈现了过去工具类网站的旧形象。用户更倾向亲和、生活化的表达方式，在服务上也天然的融入用户生活，颠覆传统金融枯燥的形象。

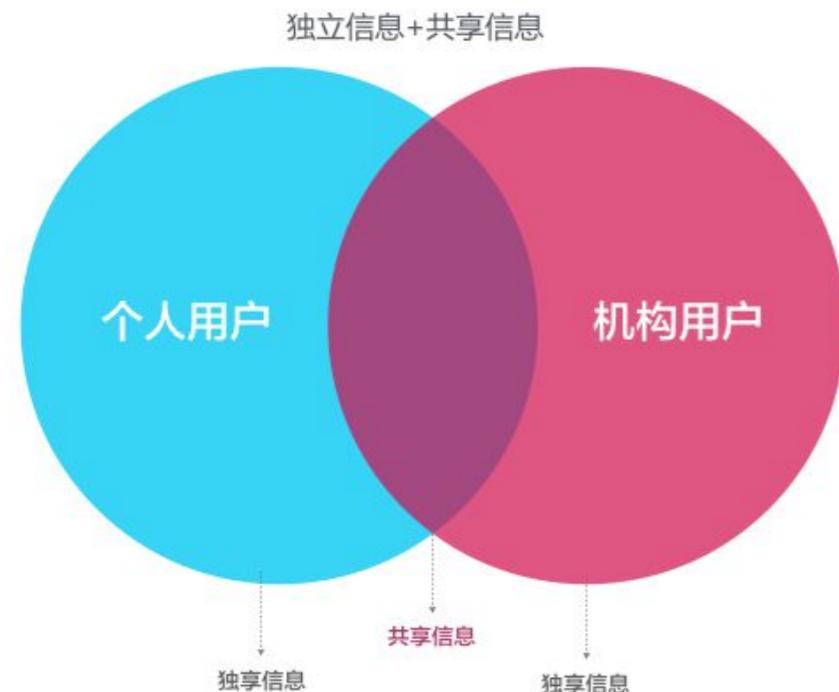
One.Wan / 华夏基金项目组.交互设计师

Gil.Gu / 华夏基金项目组.视觉设计师

1

好用的业务架构从入口分流开始

区分全局相关&不相关的内容



能与行为产生交互的产品才能成为好产品

BJ Fogg (福格) 行为模型

一个行为得以发生，行为者首先需要有进行此行为的动机和操作此行为的能力。接着，他们就会在被诱导 / 触发时进行。



让基金变成 一个你喜爱的品牌

经济基础决定上层建筑，你发现，你想的很多，都与财富增长有关。



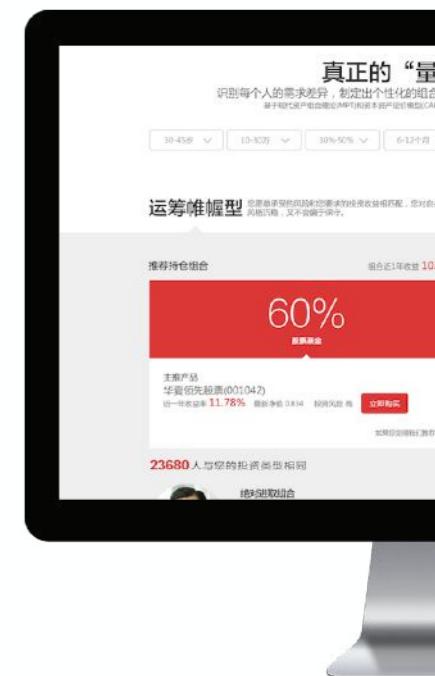
梦想实现器：定制梦想计划，依据所制定的计划或建议，规划投资，实现梦想。

The image shows a silver Apple iMac monitor displaying a mobile application interface. The app's header includes a user profile icon with the name '张现, 你好' (Zhang Xian, Hello), the logo for '华夏基金 CHINA ASSET MANAGEMENT', and navigation links for '首 页' (Home), '基金产品' (Fund Products), '服务中心' (Service Center), and '关于华夏' (About China AM).

The main content area features a grid of nine cards, each representing a different goal or service:

- 我想——**: A placeholder card with the text '只要您开始规划未来，我们就能帮助您实现目标。' (As long as you start planning for the future, we can help you achieve your goals.)
- 买车**: An image of a car with a network of lines over it, indicating connectivity or planning. Likes: 146.
- 度假**: An image of a man carrying a child on his shoulders. Likes: 69.
- 买房子**: An image of a modern house with a swimming pool. Likes: 332.
- 筹划子女的未来**: An image of a smiling young child holding a woven ball. Likes: 598.
- 移民**: An image of a British passport. Likes: 57.
- 意料之外**: An image of an orange life preserver. Likes: 127.
- 退休计划**: An image of an elderly couple. Likes: 88.
- 保护你爱的人**: An image of a young couple. Likes: 438.

30岁买房、35岁为小孩教育储蓄、50岁完成养老积蓄……
 要实现这些人生目标，只需两年和独立财务顾问见一次，确定方案、购买基金，然后坚持投资，等待目标实现。



华宝兴业

活力&信任

华宝兴业基金管理公司由华宝信托和法国兴业资产管理公司发起设立。

对于华宝兴业官网与网上交易系统，在调研与设计执行及最终的网站呈现中充分考虑到用户的心理感受，塑造优良的数字体验，创造更好的顾客参与模式，无缝衔接所有接触点，满足客户期望，稳固存量客户，提升增量客户，并最终实现收入增长。

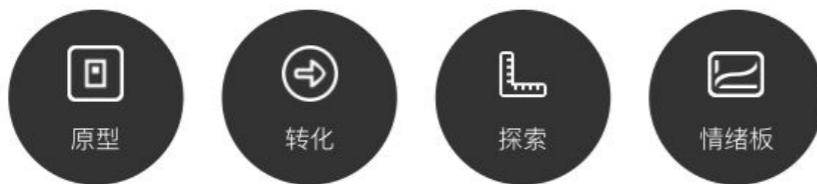




01

我们需要能代表专业的元素或者颜色来让用户萌生信任感，用户进入网站时第一时间就能感受到一个专业、严谨的品牌印象，设计形式与手法也必须同现今流行的设计手法契合。一些块面的分割能让用户感觉更简洁、干练，图形方面选择呈现更多国际化的感觉。

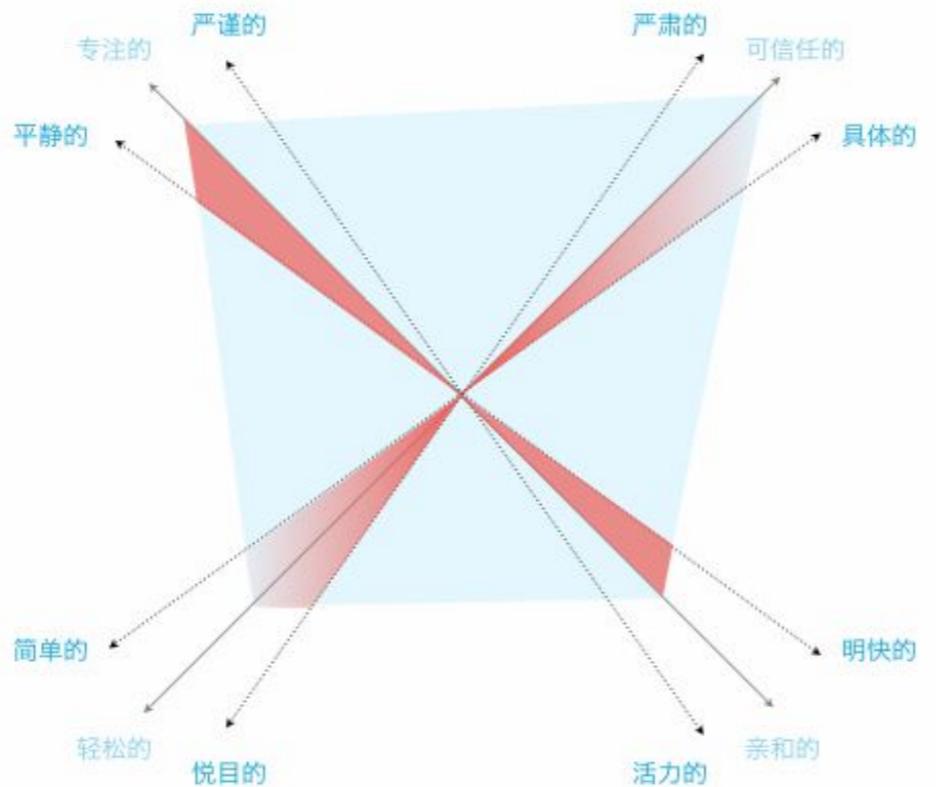
Eugene.zhang / 华宝兴业项目组.网页设计师



设计坐标

我们需要更有针对性的进行设计，这样才能更好的让设计为商业驱动服务。

在主维度衍生的亚维度中，我们划分了更详细的区间，用以更精确的应对用户的视觉及情感诉求。



02

我们提供的是金融类的产品与服务，用户对专业度过高的事物总是容易敬而远之，我们需要亲和的感受拉近与用户的距离。可以适当采用一些较为活泼的元素与颜色，让他们能感受一些舒适的氛围。这些元素也可以丰富页面的层次，让页面信息不易带给用户紧张的心理状态。多一些展现正向情感方面的或是微笑的、与人有关的图片，也能让用户对网站产生好感。同时，这些能拉近人距离的元素也会让用户操作与使用时倍感轻松。

Leo.Liu / 华宝兴业项目组.网页设计师

03

用户在浏览与交易操作的心理期望是不同的，在浏览时对一些修饰性的内容接受性更强。在进行交易的操作过程中，用户带有很直接的目的与诉求，这时候，最重要的是不要打断他的操作行为。所以干净清晰的颜色，突出的能被很快察觉的信息和功能，对于用户而言更有意义，操作使用顺畅才能产生更多可能。

Afra.Du / 华宝兴业项目组.互动设计师



专注

我们能做什么？

调研中我们发现，对于消费者而言，投资意味着将钱交给一帮陌生的专业人士打理，在这种情况下，专业与信任感是非常重要的决定因素。对于华宝兴业而言，利用专业多维度塑造信任感这一机遇，用丰富的内容体与有价值的内容点吸引用户，让他们产生惯性访问网站，不仅能帮住我们获取新用户，更能巩固现有用户信任感，建立长期忠诚度。

设想：

- 基金经理短评财经新闻：基金经理每日以简短评论帮助用户解读财经新闻，为资讯添加独一无二的附加价值。同时解决基金经理发表长篇言论比较低产的问题，以及大多数用户可能缺乏耐心阅读的问题。增加基金经理的曝光率，让用户感受到品牌勤奋和关怀的氛围。
- 建立投资者社区：开放评论，用户也可以在华宝平台上自由讨论对热点资讯的看法，为投资者打造交流平台，拢聚人气，同时也是利用用户产生内容。
- 优化内容结构：重新考虑现有信息的组织结构，去除常年缺乏更新的栏目，或以类别、重要性等其他组织去弱化其时间性。
- 凸显新内容：让用户感受到更新内容与网站活力，严格标示失效内容，可以利用时间轴等形式，增强其在网站的时效体验。

访问时机

初次访问

重复访问

用户模型

专业投资者

业余投资者

商业驱动

专业

人性化

创新

简化

华宝兴业官方网站、网上交易系统、APP





天猫双11&双12建立视觉语言规范&商品分类及分会场提供设计解决方案

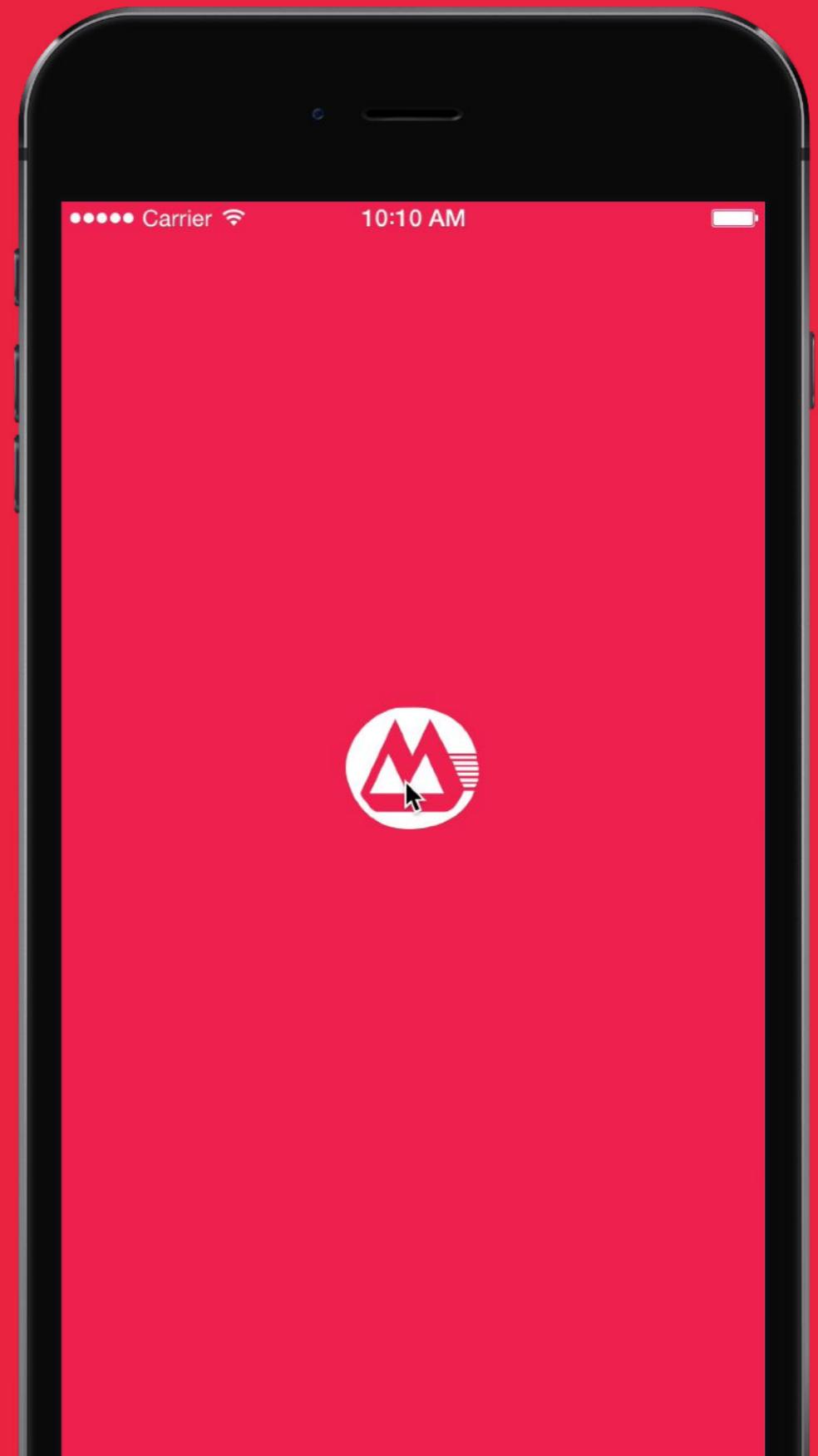
PC / PAD / MOBILE

2013





CMB Redesign for iOS

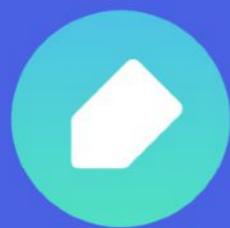




CMB Redesign for iOS

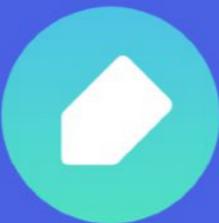
The image displays a grid of 10 screenshots illustrating the design of the CMB iOS mobile banking application. The screenshots are arranged in two rows: the top row contains five screenshots, and the bottom row contains five more. Each screenshot shows a different screen of the app, demonstrating its new visual style.

- Top Left Screenshot:** Shows the Home screen with a large circular progress bar at the top. Below it, the total assets (总资产) are listed as 54,518.11 元 and total liabilities (总负债) as 13,077.27 元. A large red and pink card-like element displays the account number 6225 3701 4250 3271.
- Top Middle Screenshot:** Shows the Home screen with a large red and pink card-like element displaying the account number 6225 3701 4250 3271. Below the card, there are three categories: 活期 (Current Account) with a balance of 3,133.82, 定期存款 (Time Deposit) with a balance of 1,033.00, and 理财账户 (Funds Management Account) with a balance of 50,033.00.
- Top Right Screenshot:** Shows the Home screen with a large red and pink card-like element displaying the account number 6225 3701 4250 3271. Below the card, there are four navigation icons: 转账 (Transfer), 理财 (Funds Management), 取款 (Withdrawal), and 缴费 (Bill Payment).
- Bottom Left Screenshot:** Shows a card-like element displaying the account number 6225 3701 4250 3271.
- Bottom Middle Screenshot:** Shows a card-like element displaying the account number 6225 3701 4250 3271.
- Bottom Right Screenshot:** Shows a card-like element displaying the account number 6225 3701 4250 3271.
- Far Right Screenshot:** Shows a profile screen with a circular portrait of a man, a balance of -12,300, and a green button labeled '中' (Middle).

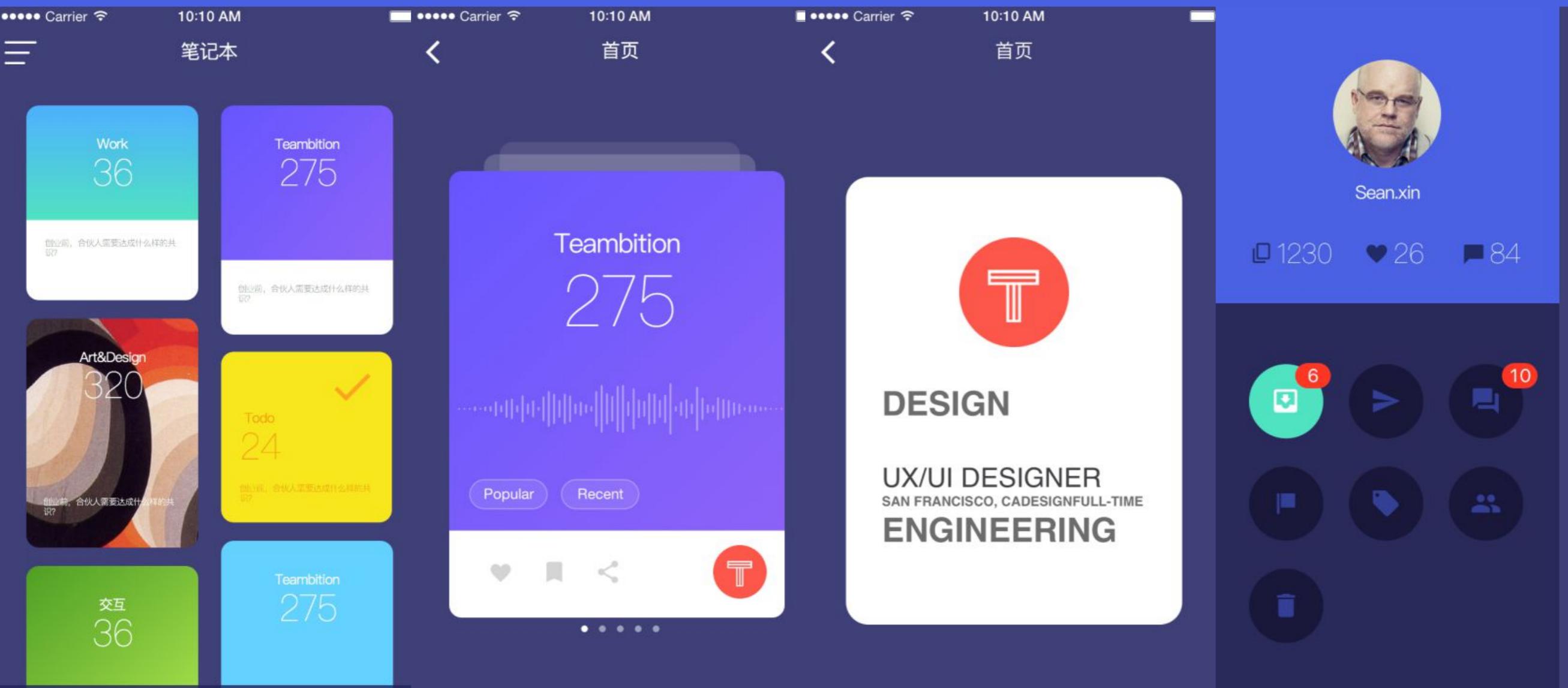


Youdao Redesign for iOS

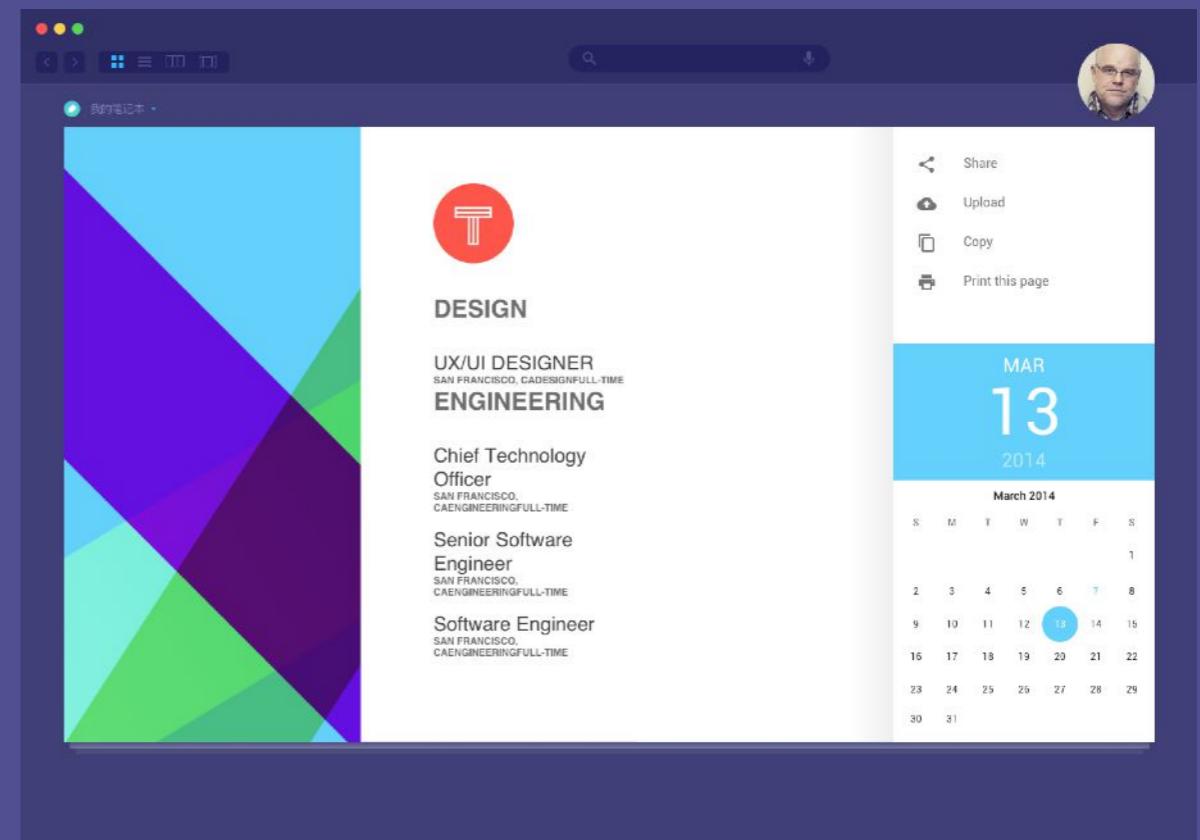
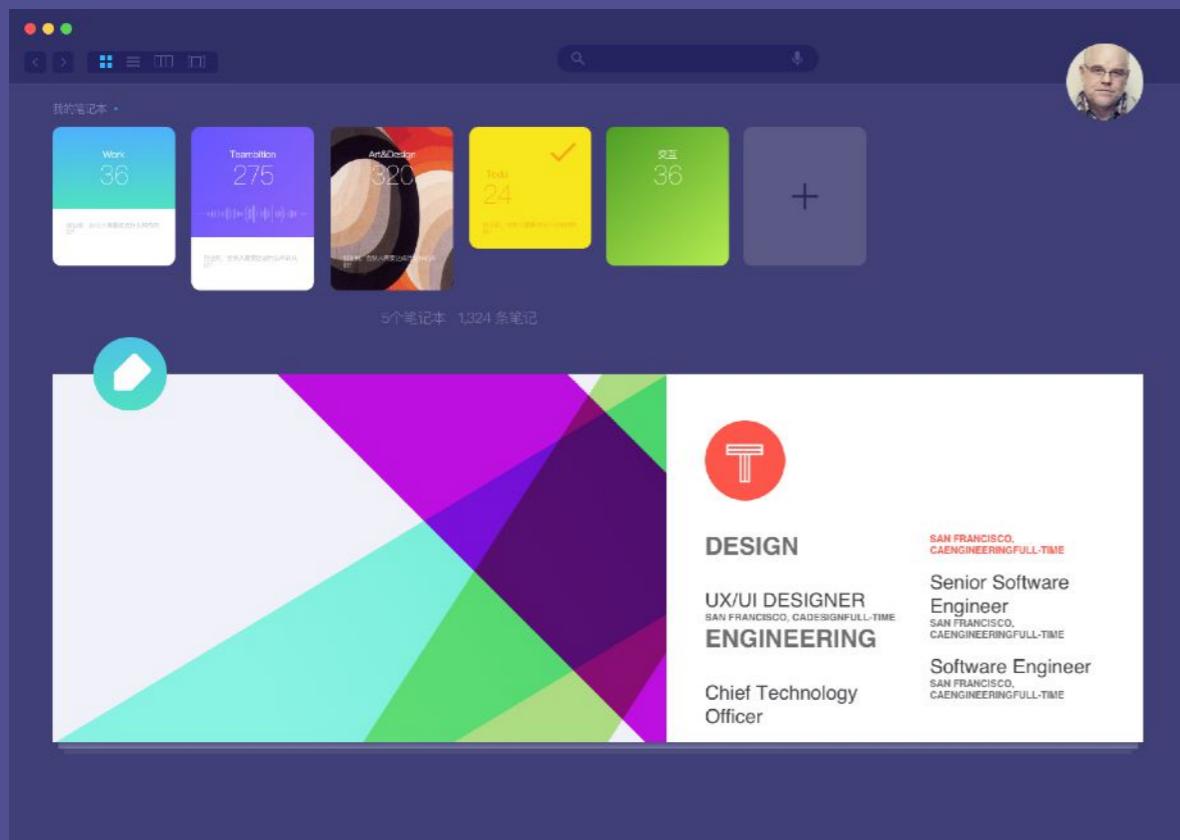




Youdao Redesign for iOS



Youdao Redesign for Mac



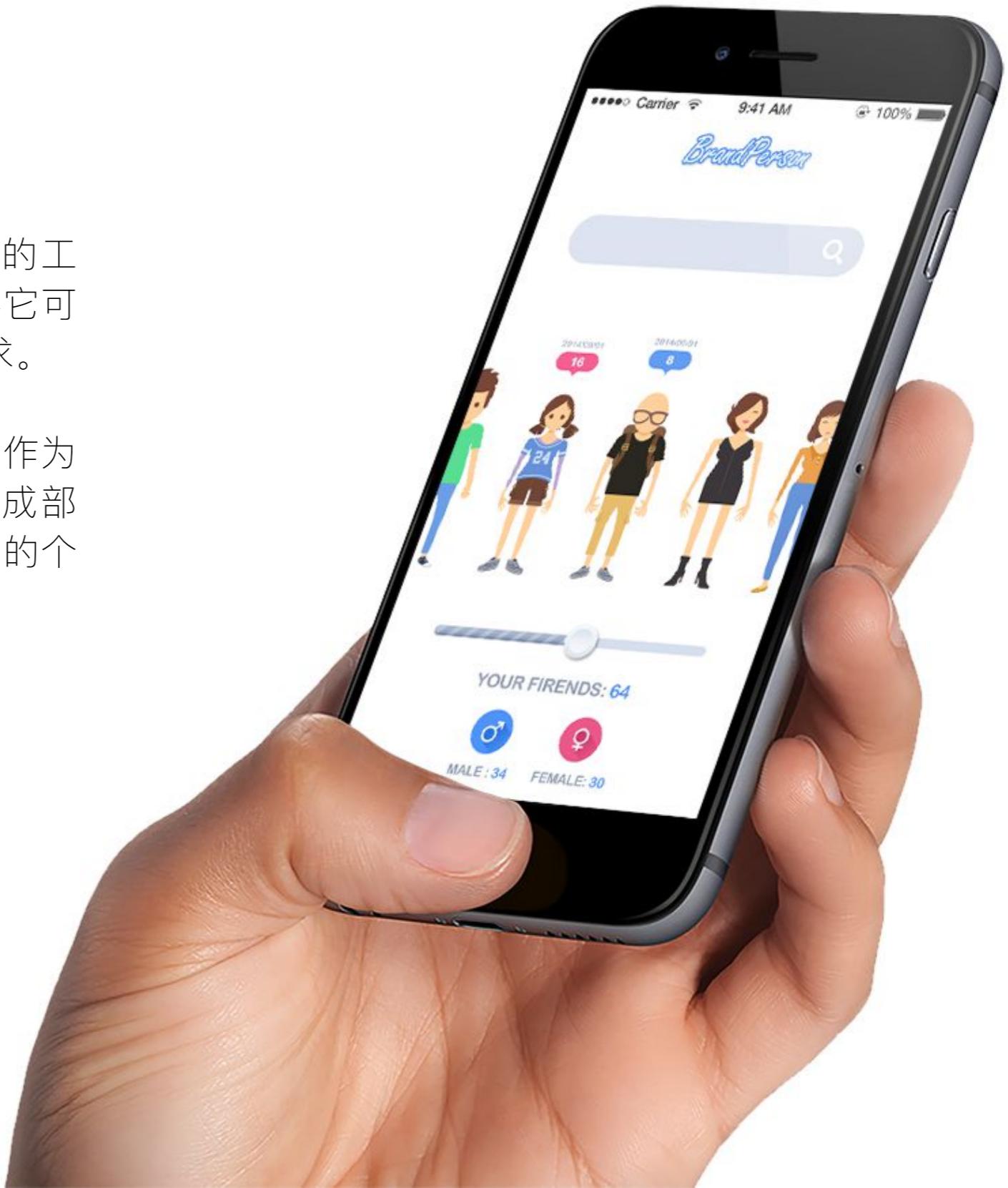
Brand Person



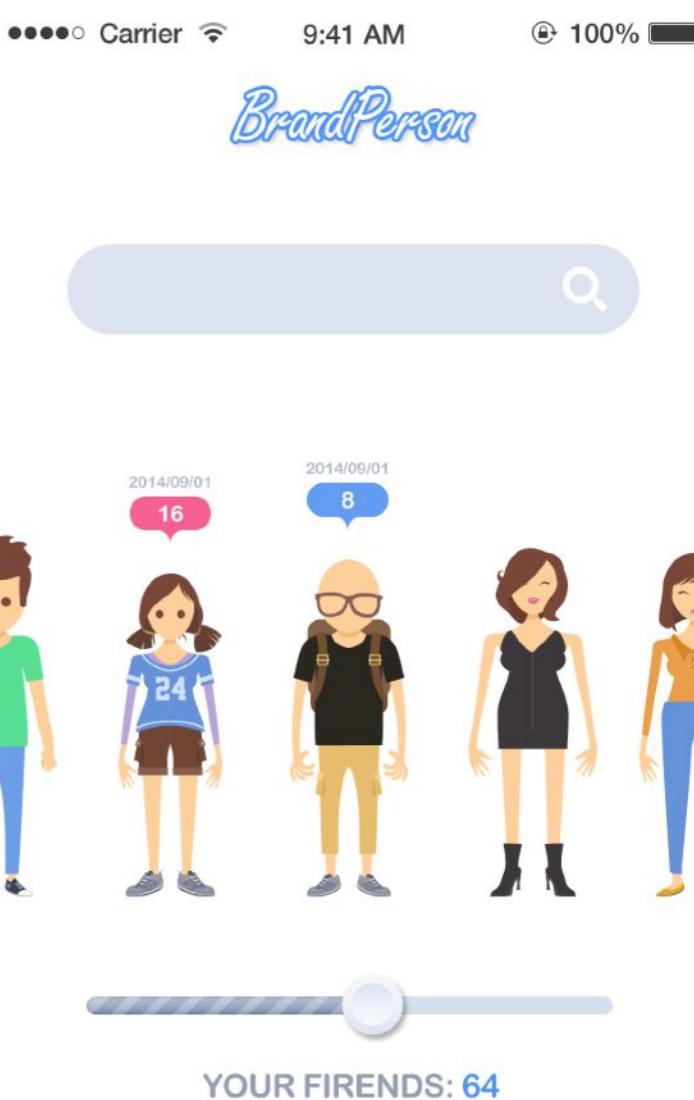
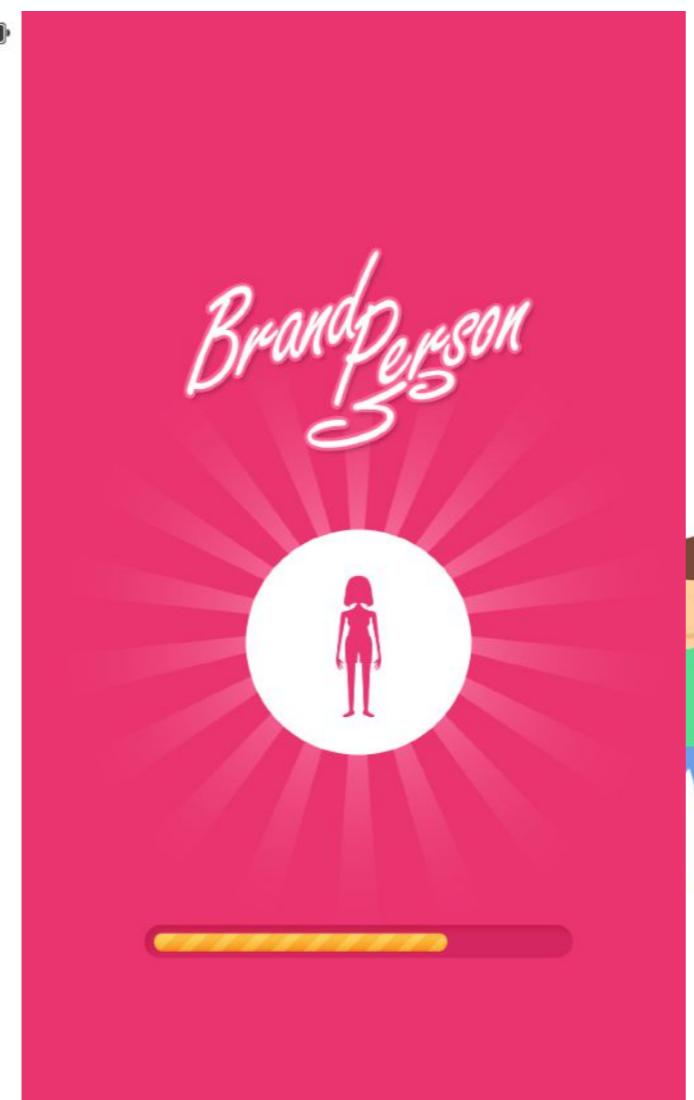
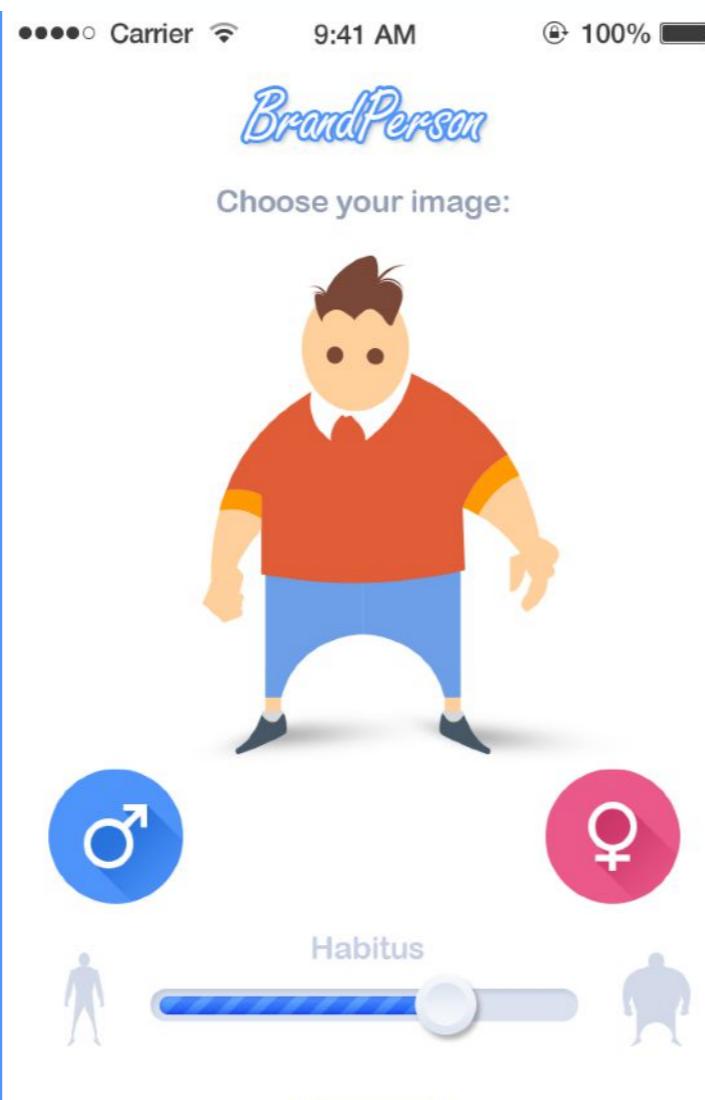


我们期待BrandPerson这个极具个人化的工具，能对人们的生活造成积极影响，虽然它可能解决的是人们生活中那些毫不起眼的诉求。

BrandPerson不是一个单一的工具，而是作为我们“个人管理三部曲”中的一个重要组成部分，我们相信，使用这三款工具，会让你的个人生活产生极大改善。



BrandPerson





Thank you!

如需了解更多，请访问：<http://www.w1983.com/>