GRAPHIC

UXUI

DESIGN PORTFOLIO

2025 · HAN YU YAN

ABOUT ME



韩雨妍

EDUCATION

哈尔滨工业大学（深圳）| 硕士	设计学	2024—至今
湖北工业大学 | 本科	数字媒体艺术	2019—2023

EXPERIENCE

武汉中蓬科技有限公司 UI设计师 2024.1—2024.5

负责公司项目的移动端及PC端的UI界面设计、UED设计、原型制作等；协助2个项目的低保真原型设计，输出交互方案提效15%；独立完成2版软件图标（适配多终端）；设计10+宣传物料/PPT，助力项目洽谈成功。

湖北广播电视台 视觉设计师 2023.2—2023.5

独立完成4期公众号海报，推文阅读量增加20%；协助综艺后期剪辑，负责片头分镜、字幕视觉包装、配合剪辑团队完成素材整合与节奏调整，最终内容在平台上播放量破百万。

AWARDS

第13届未来设计师·全国高校数字艺术设计大赛黑龙江赛区工业产品设计类二等奖
第13届未来设计师·全国高校数字艺术设计大赛广东赛区未来设计类三等奖
第二十一届中国（深圳）文博会主题展「未来潜式·设计与科技之创世纪」作品参展

SKILLS

Ae Ps Pr Ai

CONTENT



01

移动端设计

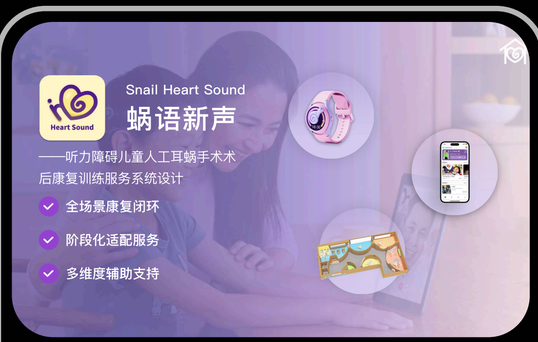
0–1　交互　视觉



02

PC端设计

B端　0–1　全管



03

服务系统设计

闭环　适配　多维



04

AR互动设计

虚实　互动　价值

UX/UI DESIGN

项目一

2025

FOCUS TRACK

心途



项目简介

产品介绍

心途（FocusTrack）是一款沉浸式专注力计时器，旨在通过模拟自然环境和白噪音，为用户打造一个安静、无人打扰的专注空间。应用界面中，行走的人物形象象征着专注任务的前进，而背景则呈现出宁静的自然风光，让用户仿佛置身于一个远离喧嚣的世界。

此外，APP引入了保证金动力机制，激励用户按照计划执行任务，确保专注力的持续和效率。

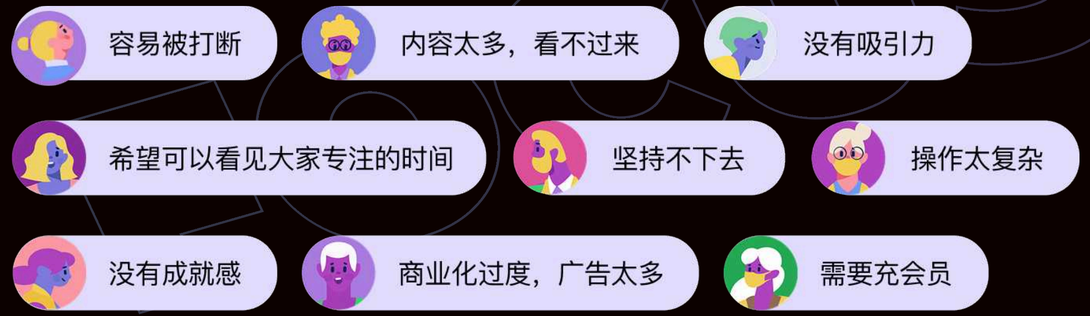
心途，让专注变得简单而愉悦。



产品定位

用户痛点

通过问卷调查和浏览各大应用市场用户评论，收集到用户对目标专注类App的看法和使用过程中的问题及要求，以便找到本产品的切入点。



竞品分析

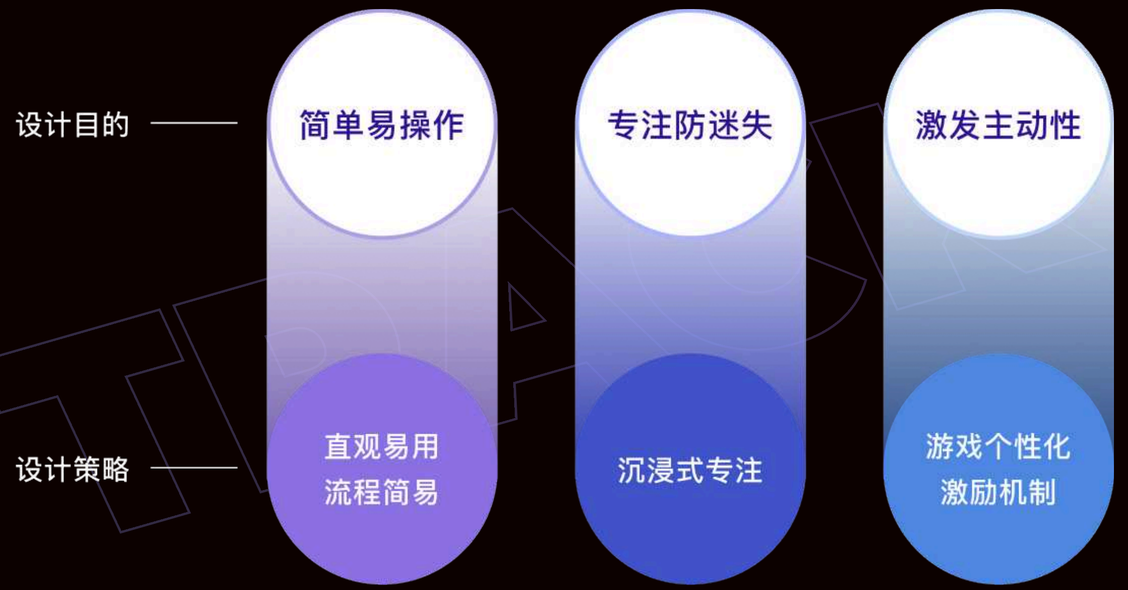
Logo	名称	痛点		爽点	
	Forest 专注森林	用户体验不足	存在社交属性问题	独特的游戏化体验	实际的成就感
	Costudy 线上自习室	进入流程过长	社交功能与氛围问题	虚拟自习氛围激励	个性化定制
	我的番茄	交互不够明确	标签多后难以管理	高效时间管理	激励机制

通过问卷调查和浏览各大应用市场用户评论，收集到用户对目标专注类App的看法和使用过程中的问题及要求，以便找到本产品的切入点。

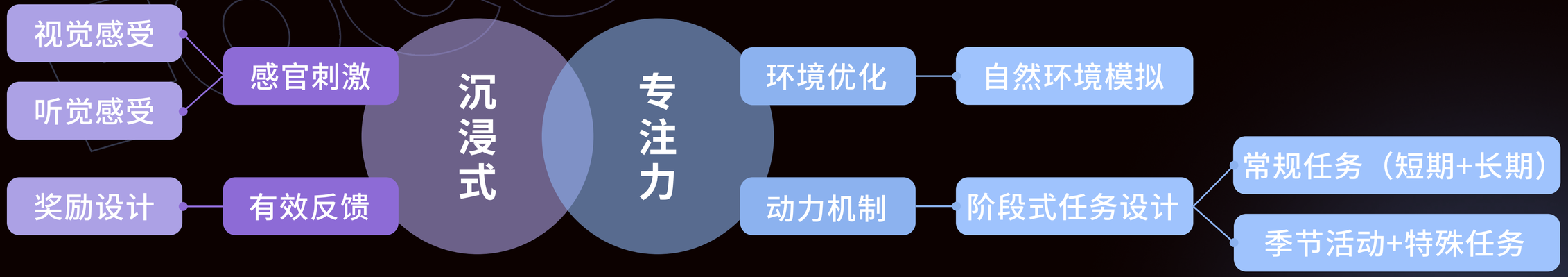
设计策略

设计目的

产品的设计目标是让用户简单好上手，能够专注于当下的同时持续主动地去完成日程中的目标任务，并不断获得成就感和幸福感。



设计方向



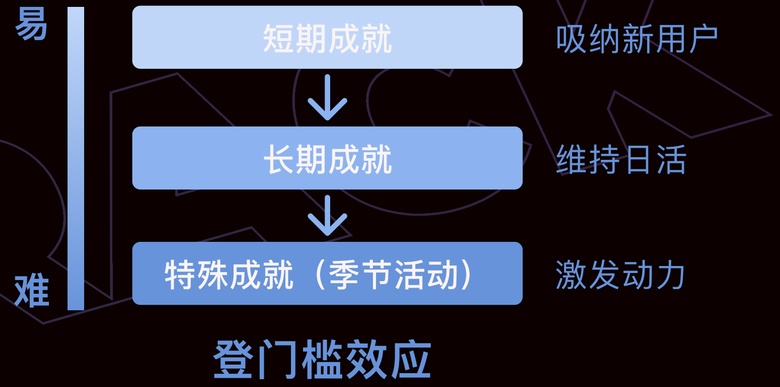
核心机制

动力机制——专注挑战

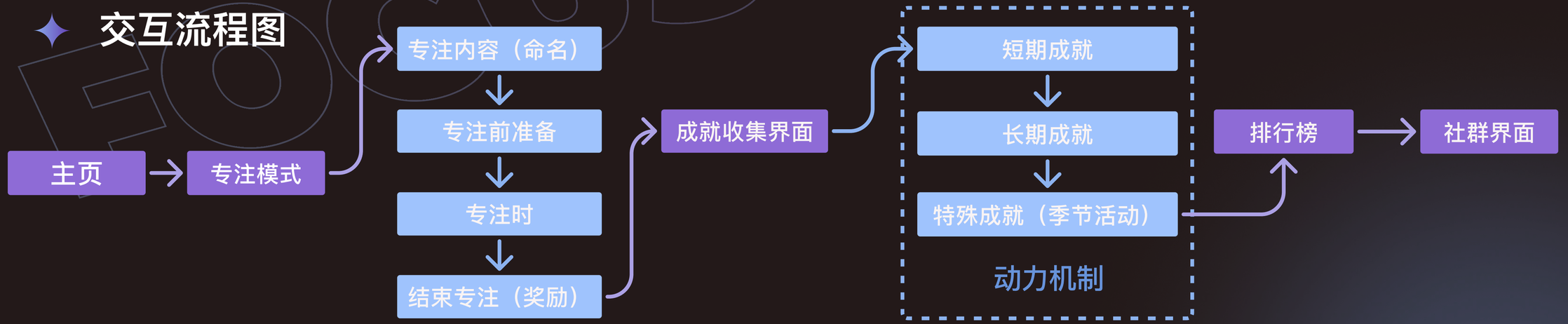
在这款app中，用户通过支付挑战金参与 21 天专注挑战，成功可拿回本金并获奖励，利用“沉没成本”效应促使用户为避免损失而完成挑战，改变行为模式保持积极态度；未完成则挑战金被回收捐款，潜在损失进一步推动用户完成挑战、减少认知失调，最终激励用户持续专注，提升任务完成率。

认知失调理论　# 负强化　#多种部分强化方式的组合

动力机制——任务奖励/成就



交互流程图



FOCUS TRACK

设计规范

色彩搭配

产品的主色调定位蓝色和紫色，这些颜色通常与智慧、信任、宁静和创造力相关联。蓝色可以激发用户的冷静和专注，而紫色则可能与创新和灵感相关，这与提升专注力和创造力的应用目标相符合。

品牌色
#623DB2

辅助色
#4254C9

#010101

#222222

#444444

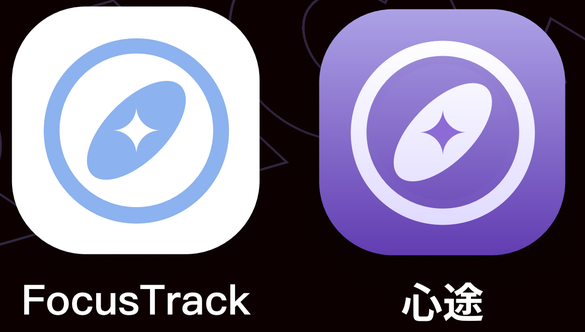
#444444

#9A9899

#F8F7FF

视觉要素

- LOGO



- ICON示例



冷静却又彰显创造力的色彩

极简风　# 弧形偏好

登录界面

流程

用户打开APP进入该界面，选择“注册新账户”或“其他登录方式”，登录APP后点击“开启旅途”按钮进入APP。



视觉

- 弧形设计：按钮和图标采用弧形，符合大脑对弧形的偏好，易于识别。

交互

- 注意理论：界面简洁，避免过多干扰元素，帮助用户集中注意力。

引导页–角色选择



外观

- 视觉层次清晰：界面通过颜色、大小、位置、透明度、模糊度的差异，形成了清晰的视觉层次。
- 中央视觉vs周边视觉：界面设计考虑到中央视觉和周边视觉的不同功能，将重要信息和操作集中在中央视觉区域，通过增加动态和丰富的细节，强化中央视觉（选中角色）；周边视觉区域用于提供辅助性信息，通过缩小元素和降低透明度弱化周边视觉（备选角色）。

交互

- 按钮设计：界面中的按钮设计简洁明了，大小适中，易于点击。文字清晰易懂，有助于用户快速了解其功能。
- 流程引导：通过“选择角色”、“输入您的名字”和“进入旅途”三个步骤的引导，界面为用户提供了一个清晰的游戏入口流程。这种流程化的设计有助于用户快速上手。

流程

用户通过点击左右箭头或左右滑动屏幕切换角色，在输入框内输入自己的名字或昵称，完成后点击“进入旅途”按钮进入下一界面。

首页界面



个人中心

旅行笔记



情感化设计

- 界面氛围营造：舒适的蓝紫色调、卡通风格图标以及富有激励性的文字说明，营造积极向上的氛围，有助于激发用户的积极情绪和动力。

可切换不通场景主题


阳光绿茵


静谧星河

- 个性化场景选择：提供可切换的场景主题，满足用户个性化需求；通过不同视觉元素和氛围营造增强用户情感共鸣和对应用的喜爱和忠诚度。

一触即达的简洁交互

自然环境的模拟

专注设置–模式/任务/时间

流程

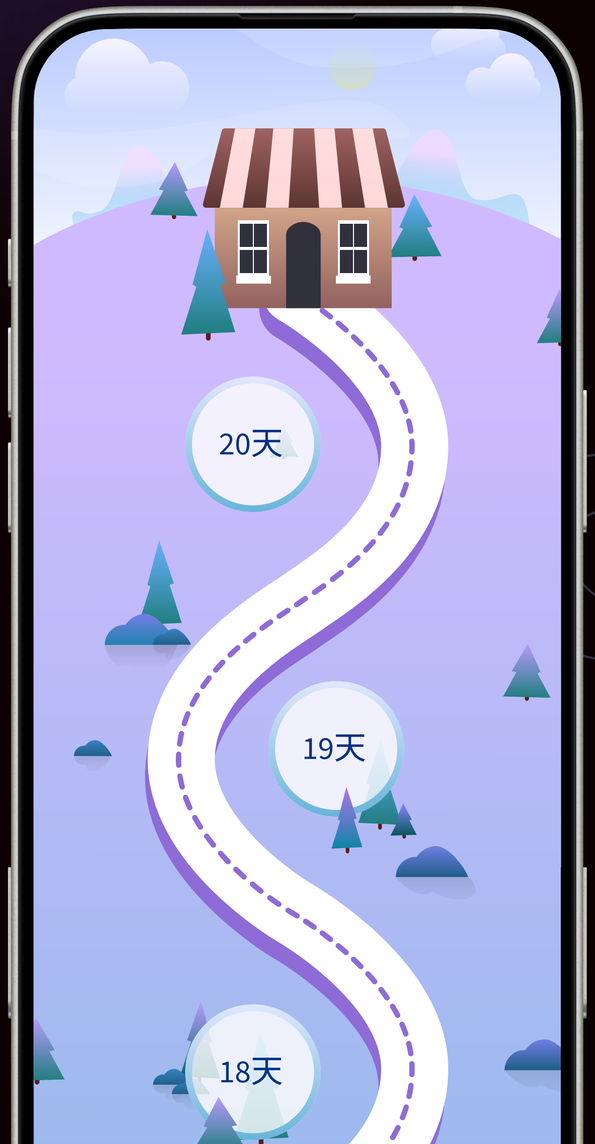
用户可选择默认任务如“学习”“工作”“运动”，也可根据引导在输入栏内自定义专注任务。点击左下角时间设定选择正向或反向计时，满足用户不同使用需求和场景，最后点击开始专注进入专注模式。

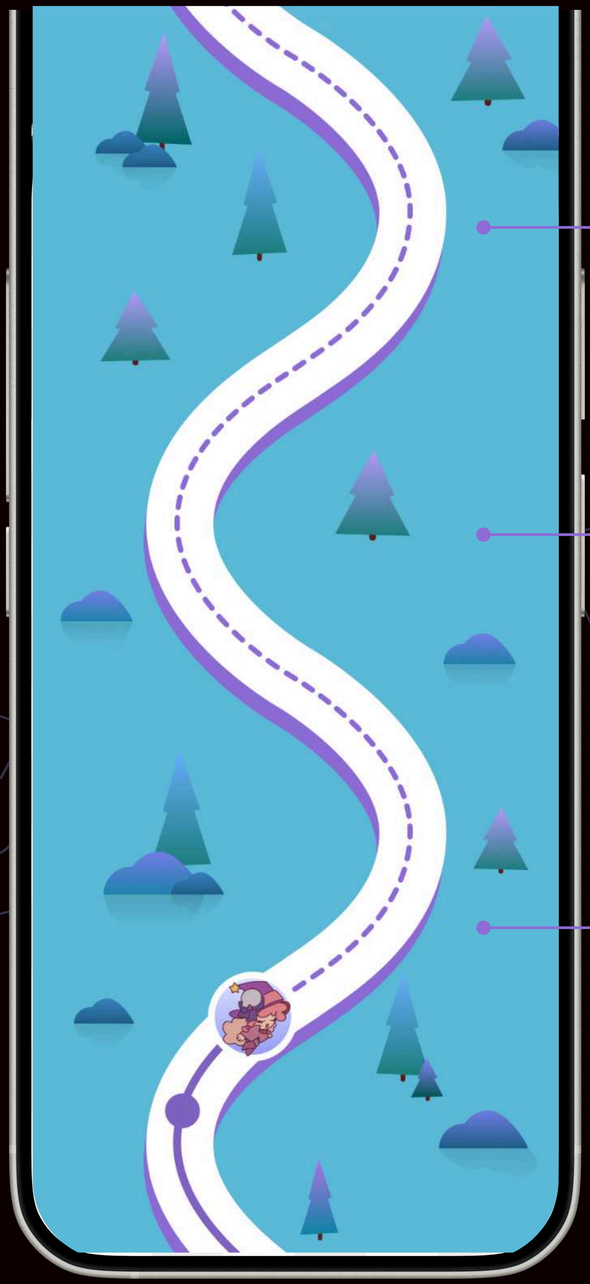
再认比回忆更容易

- 通过提供历史任务（之前的自定义记录），减少用户的记忆负担，提高操作效率。



场景地图





心流理论

- 通过提供渐进式的目标（21天专注挑战）和反馈，形成一种“正反馈循环”，帮助用户进入心流状态，提高专注力。

进步、掌握和控制感让人更有动力

- 通过提供明确的目标，激励用户朝着目标努力。这种逐步增加的天数不仅为用户设定了清晰可见的短期目标，还暗示了一个更长远、更具挑战性的成就（完成21天的专注挑战）。这有助于激发用户的动力，并促使他们保持持续的参与和投入。

固定频率的强化

- 离目标越近，人们就越有动力完成它，尤其是当成功近在眼前的时候。

专注开始–计时

格式塔理论

- 界面中的元素通过接近性、相似性等原则进行组织，使用户能够自然地将它们视为一个整体。例如，时间显示和“学习”标签的组合，以及背景中的元素如何与前景的元素区分开来。同时进度条提示用户与任务目标的距离

流程

用户完成专注设置（模式/任务/时间）后，随即进入专注模式，屏幕中间的计时器即开始计时，下方是用户选择的专注任务，环形进度条会随着专注时长的变化而变化。

点击左上角的音乐图标，可以调节专注过程中的背景音乐。点击右上角的打勾图标，即可结束专注，点击的同时APP会震动提示用户是否结束专注。



经典条件性反射

- 背景中正在走动的人物形象，既象征着前进，也象征着时间的流逝

中央视觉与周边视觉

- 时间显示位于屏幕中心，这是中央视觉的焦点区域，确保用户可快速捕捉到时间信息。

专注暂停/结束&专注结算

增加退出交互的难度

- 用户点击屏幕进入暂停状态，再点击进入专注状态。所以退出APP需要用户先点击暂停，再长按退出。

流程

用户在专注过程中点击屏幕，即进入专注暂停，可进入休息状态，再次长按屏幕的同时APP会震动提示，可结束休息状态。

在点击右上角的打勾图标，即可结束专注。用户会进入专注结算界面，APP将随机给出话语奖励。下方有分享提示，用户可以对本次的专注进行分享。





操作性条件反射

- **通过奖励机制**（例如专注结算界面的激励话语），鼓励用户形成并维持专注学习的行为。

社会影响理论

- 分享按钮利用人们受到他人行为影响的倾向，鼓励用户将内容分享到社交网络，从而影响他们的朋友和关注者。

旅行日志



流程

用户启动旅行日志应用，进入主界面查看个人信息和成就。点击头像进入资料编辑，浏览322天旅行记录和32个成就。点击成就图标查看详情，选择分享或收藏。通过主界面图标探索更多功能，如设置目标或获取帮助。操作后，应用提供即时反馈。用户完成体验后，点击退出按钮离开应用。

记忆的顺序效应

- 成就的展示可能利用了首因效应和近因效应，将最新的成就放在显眼位置，以增强用户的记忆和印象。

圣诞限定活动-21天专注挑战



季活入口





多巴胺效应

目标设定与动机激发

- 界面通过“21天专注挑战”这一明确的主题，为用户设定了一个清晰、可达成的目标。这有助于激发用户的参与动机，并引导他们持续投入时间和精力。

- 挑战金：通过投入指定金额作为挑战金，利用了用户的经济动机。用户为了避免损失挑战金，更有可能坚持完成挑战。



PAGE DISPLAY

页面展示

项目二

B端–自动化办公–交互

企效云

QIXIAOYUN

自主办公系统

本产品是面向有管理信息化需求的中小型企业的办公自动化与协同管理工具，专注解决企业日常办公、任务管理、信息共享、审批流程及知识管理等核心痛点。产品整合了 OA 审批、任务管理、团队协同、信息共享等功能，适配中小型企业运营场景，同时提供办公会议管理、人力资源管理等特色模块，支持多维度数据可视化，助力规范项目管理。通过数字化手段，产品可显著提升企业运营效率与管理水平，优化内部协作流程，降低沟通成本。采用订阅制盈利模式，为企业提供便捷高效的一站式办公协同解决方案。



需求分析



HR

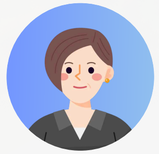
招聘信息获取不及时

打卡考勤　人事流程

→

快速跟进招聘进度

快速查看人事统计表



高层管理人员

企业运营状态不明确

高效决策　降低成本

→

明确企业的运营数据统计

快速理清当前项目状态



部门经理

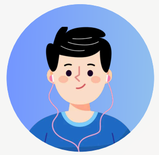
项目流程化节点不明确

简化审批　安全可靠

→

明确企业的运营数据统计

安全高效处理



员工

协作与信息获取不便捷

日常办公　查看工资

→

简化请假日常与办公设计

提升团队协作效率

招聘流程

绩效分析

分析报表

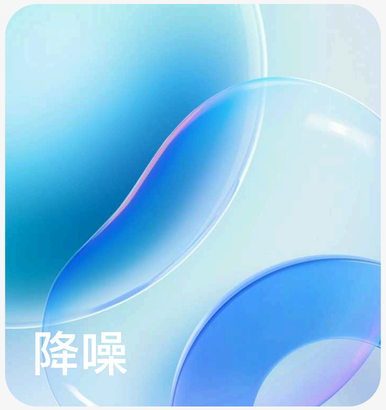
多元化工具

降本增效

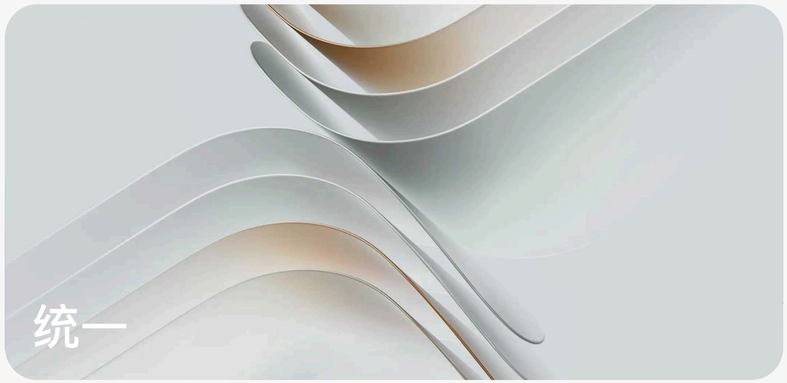
设计策略

B端用户日常高频使用产品，视觉与交互的一致性可以降低学习成本、减少操作失误，这恰好契合了提升工作效率的需求，从而得出以下关键词





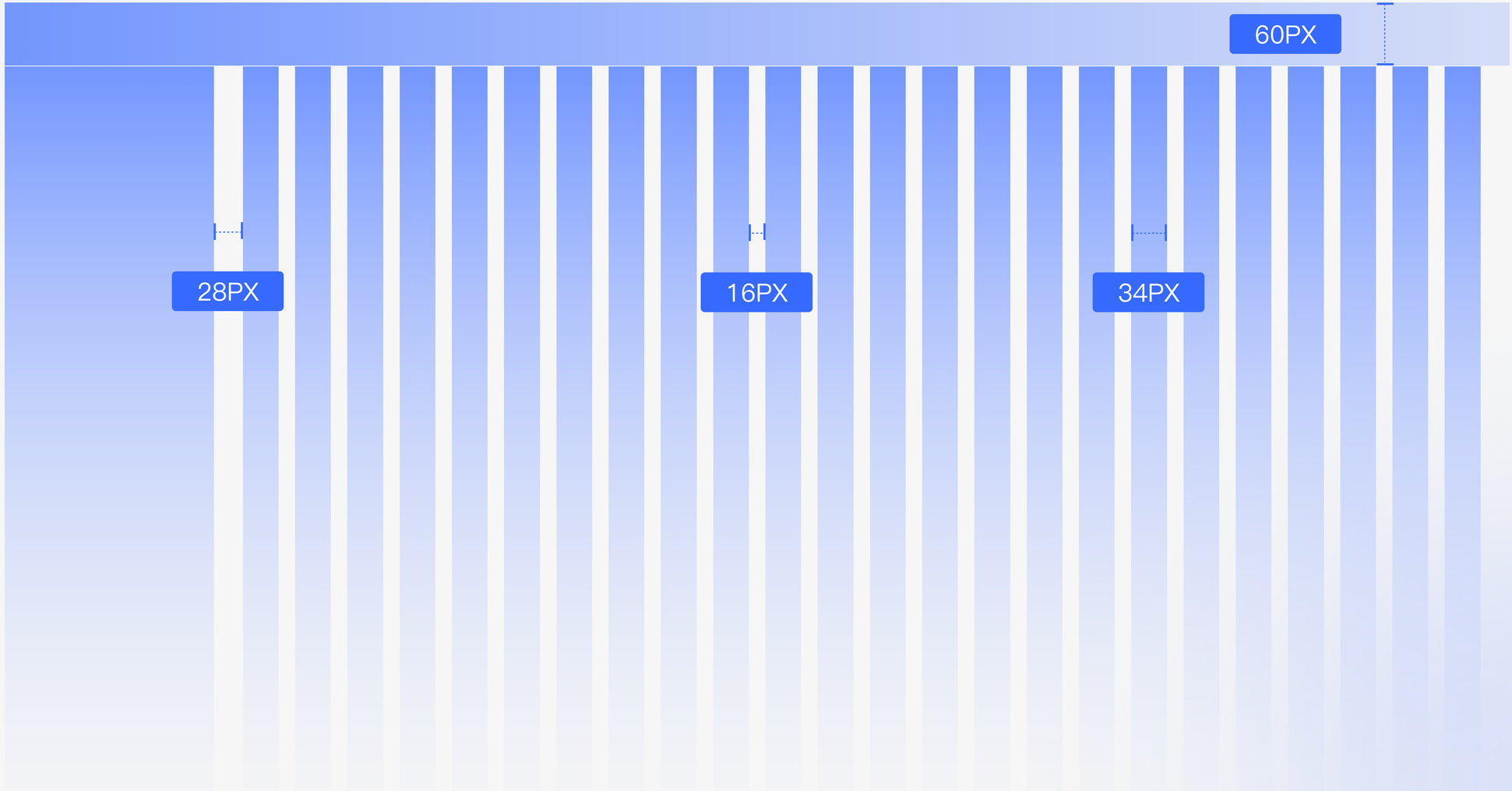




- **高效** 简化业务流程、优化功能结构，通过操作短路和少跳转二级页减少用户操作时间，覆盖多角色工作需求
- **降噪** 弱化浮夸设计，通过字体、粗细、色彩对比区分信息层级，增加留白、减少分割线，聚焦内容本身
- **安全** 依托蓝色主色调传递稳定可靠的感知，适配OA系统中公司信息与数据的安全管理需求
- **统一** 建立规范的设计语言与组件库，统一视觉与交互逻辑，既降低协作成本，也让用户在操作中感受到专业、熟悉的体验

栅格布局

利用栅格化方式可以按照科学的方式规范界面的分布比例，由于用户对于调整配置门户组件大小有比较大的期望，系统决定开放自定义程度，用户可以自行调整组建大小，设置栅格系统，引导用户完成对其指引工作。让开发更好的执行响应式设计，适配不同比例的屏幕，在栅格规范上采用24栅格比例，1440*800的界面大小，固定页间距为28PX，水槽为16PX。



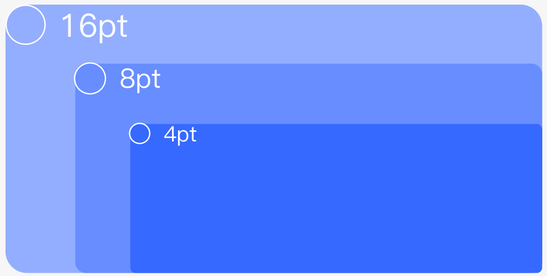
视觉规范

圆角规范

圆角统一让整个界面更加和谐，使界面具有温润的感觉，让用户视觉上更加舒适

大圆角 16pt　　中圆角 8pt　　小圆角 4pt





字体规范

苹方黑体

标题/正文/数字/英文

主要包含页面标题，页面显示内容三大模板中的文章显示



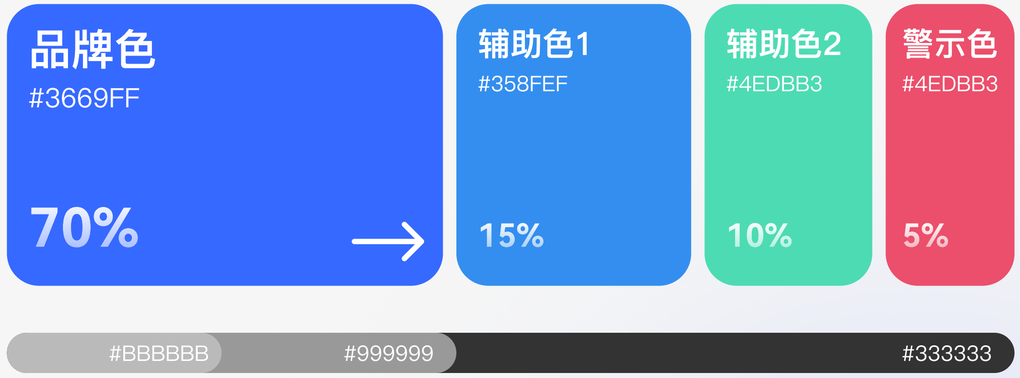


字重搭配

Regular　Medium　Bold

颜色规范

整体色彩体系以深蓝色为主视觉，辅助色与警示色作为功能区分的补充，占比相对均衡，中性灰衬层级，适配工具类产品，既统一识别又舒适协调，符合企业管理系统“专业、清晰”的视觉定位。



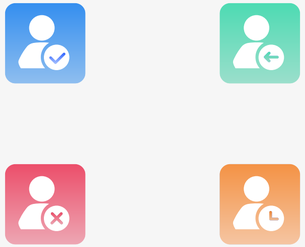
图标规范

左侧导航栏图标

图标风格简洁统一，同模块的图标造型协调、描边样式一致，仅以尺寸区分层级，既提升了界面的可读性与视觉整洁度，也能让信息呈现更直观，助力高效的操作与信息管理



功能性图标

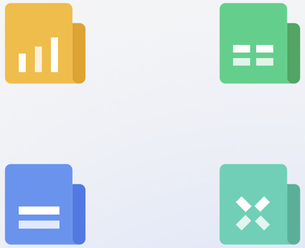


工作台图标

以品牌蓝为主色调，采用简洁的线性 + 色块组合造型，同尺寸的方形外框搭配清晰的功能符号，既直观对应待办、考勤、出差等办公功能，又通过一致的视觉语言提升了界面的整洁度与识别效率，方便快速定位操作入口



文件图标



首页展示

01 简化导航视觉权重，聚焦核心数据呈现

功能聚合易查找，操作路径短可一键触达，视觉干扰少保界面整洁，层级清晰适配多模块需求

02 轻量快捷，操作路径短

图标按钮 + 文字说明，点击可直接进入对应功能，提升操作效率

03 模块化分栏，信息层级清晰

采用左导航、中核心、右辅助的三栏布局：左栏整合功能入口，中栏以卡片展核心信息，右栏显轻量内容，模块清晰助快速定位信息。





04 品牌统一，信息区分直观

视觉上品牌统一、信息区分直观：以品牌蓝为主色调配浅灰底，辅助色分信息优先级；图标、图表统一规范，文字分层级；风格专业整洁，信息主次清晰。

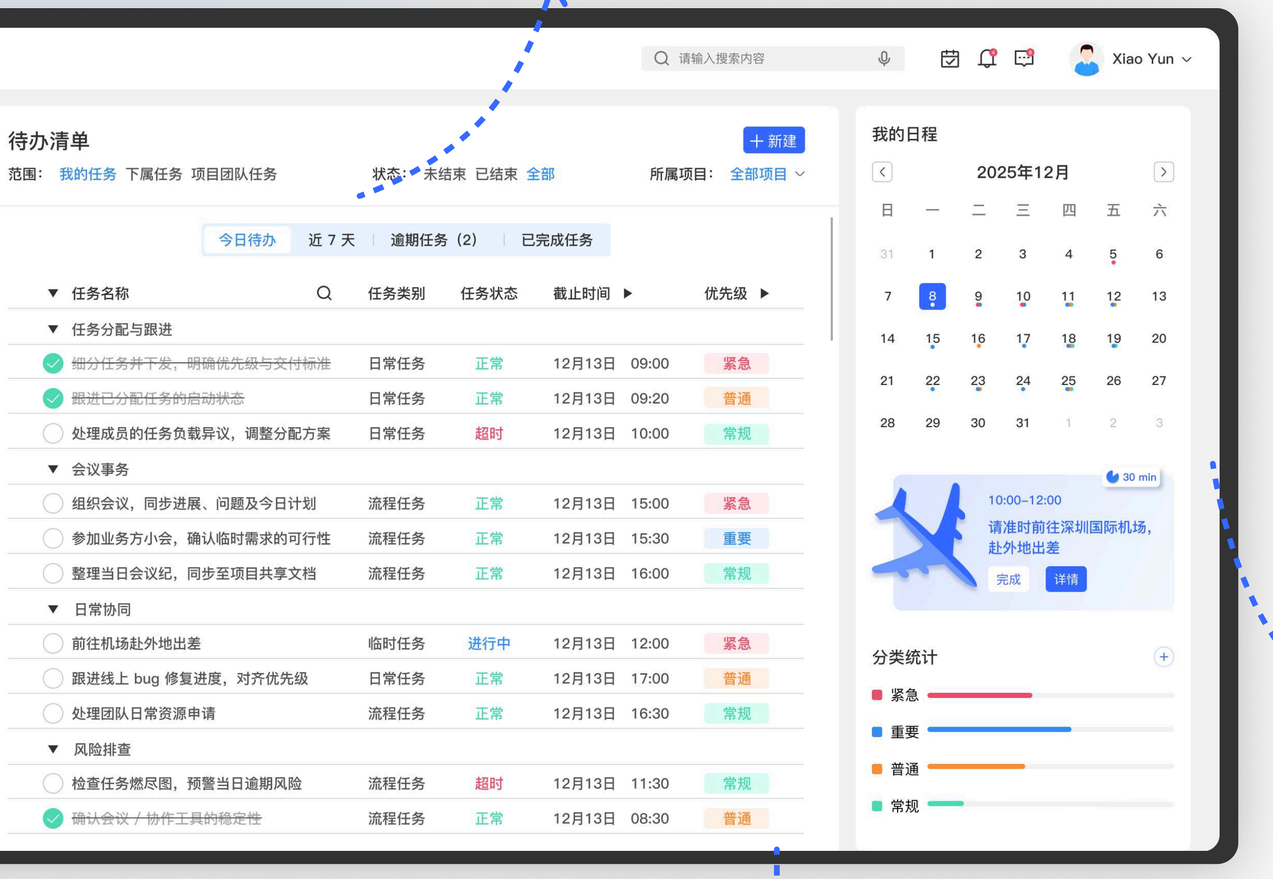
05 任务可视化提醒



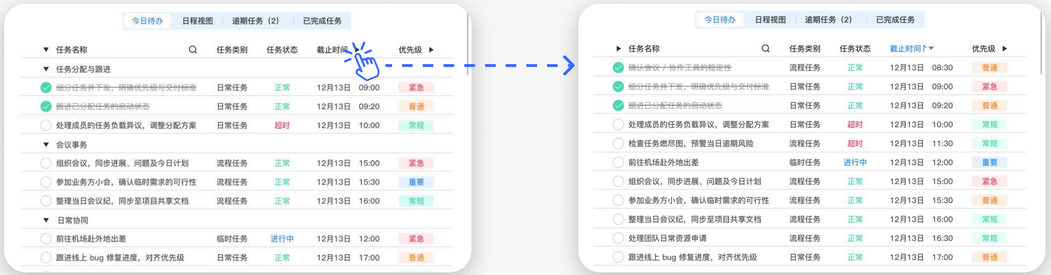
以环形可视化呈现，用数字 + 色彩区分“本月待办数”与“任务优先级占比”，信息直观易懂，能快速掌握任务概况

今日待办

01 筛选模块——重组排列、竖向压缩、节省空间



02 多维度筛选驱动的高效任务管控



顶部采用标签化筛选栏，快速切分任务分组，列表内叠加 多维度筛选项，支持精准聚焦目标任务，将“被动罗列任务”升级为“主动筛选管理”，助力用户在高密度办公场景下提升任务处理效率。

03 时间预警 + 进度联动的信息强透传

围绕“任务与时间强关联”的办公需求，该板块采用“日历 + 日程详情 + 进度概览”的组合设计，打破“任务”与“时间”的信息壁垒，既让用户清晰掌握当日日程安排，又能全局把控任务完成进度，适配“时间规划 + 任务管控”的一体化办公场景。

04 彩色标签区分任务优先级，信息层级直观，视觉识别成本低

普通 常规 紧急 重要

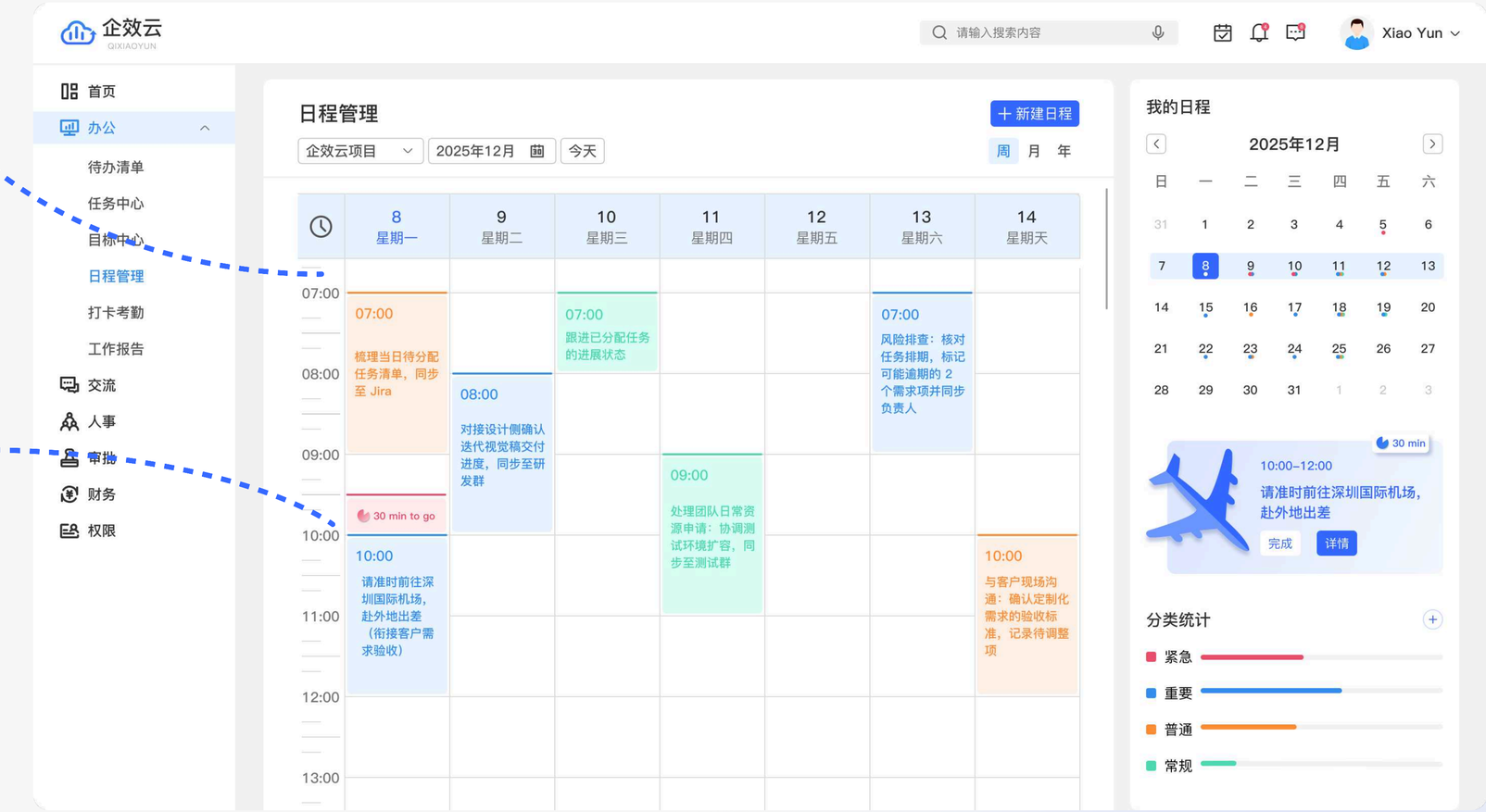
日程视图

01 色彩 + 标识的视觉分层设计

用不同色块区分任务优先级（橙 、 绿 、蓝），搭配倒计时、勾选态等标识，让“紧急任务、待办状态、时间节点”等关键信息在视觉上快速分层，用户无需逐行阅读即可捕捉重点，提升信息识别效率。

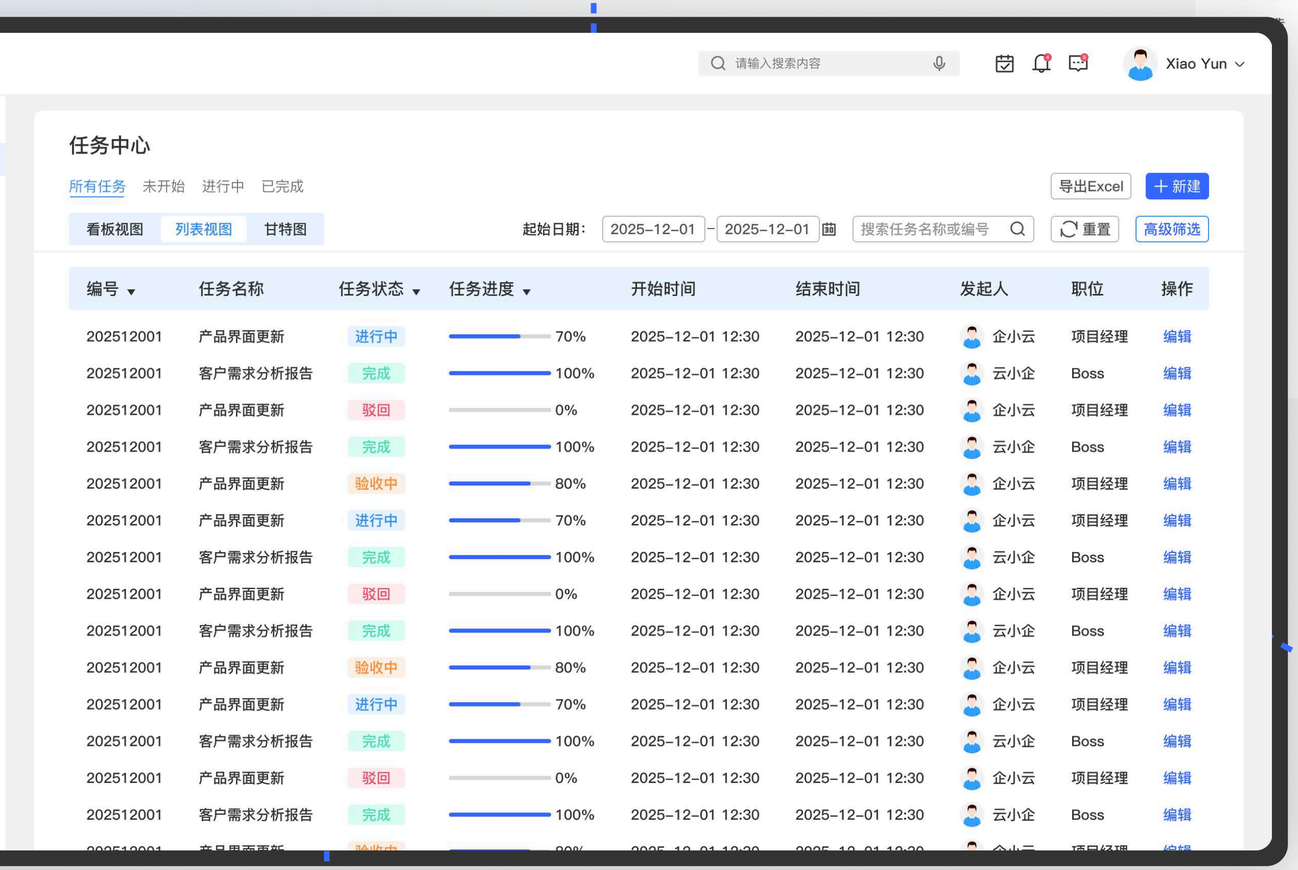
02 任务时间预警，精准触达的时间管理细节

以醒目的粉色气泡 + 进度条样式，在任务开始前 30 分钟弹出“30 min to go”倒计时提示，既通过色彩对比快速抓取用户注意力，又用明确的时间信息传递“任务即将开始”的预警信号；同时提示框与对应任务在时间轴上强关联，确保用户能直接定位到待处理的任务项。

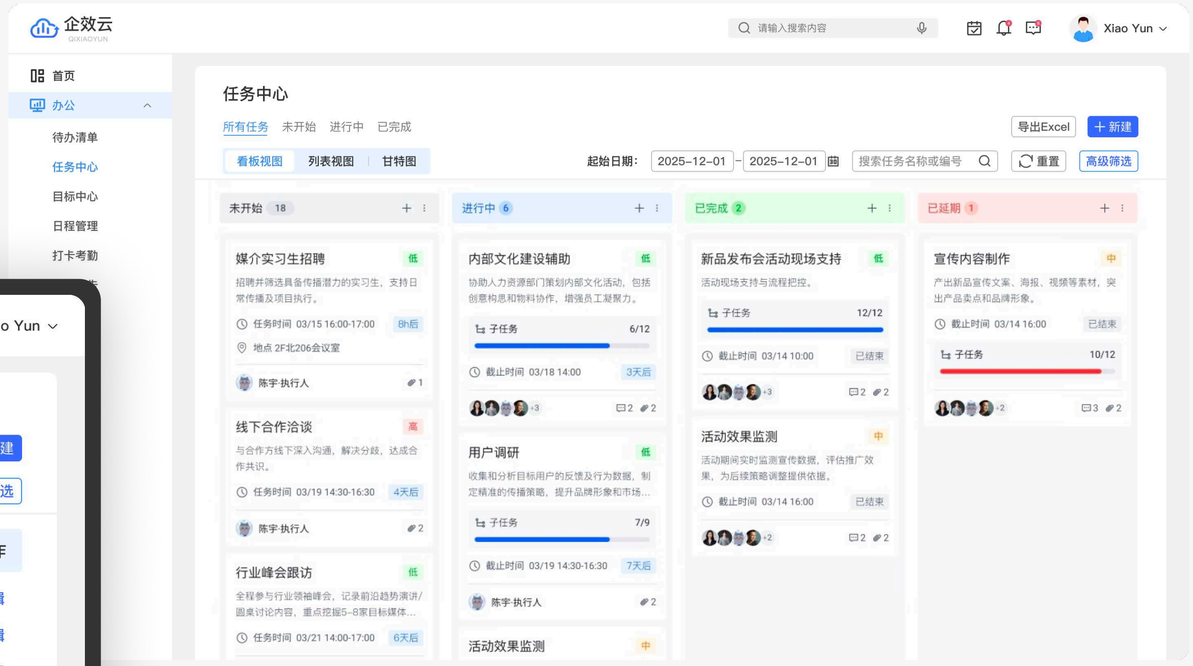


任务中心

01 状态进度可视化，任务信息透明化



02 使用彩色标签，任务状态一目了然



03 流程化、结构化、可追溯的任务管控体系

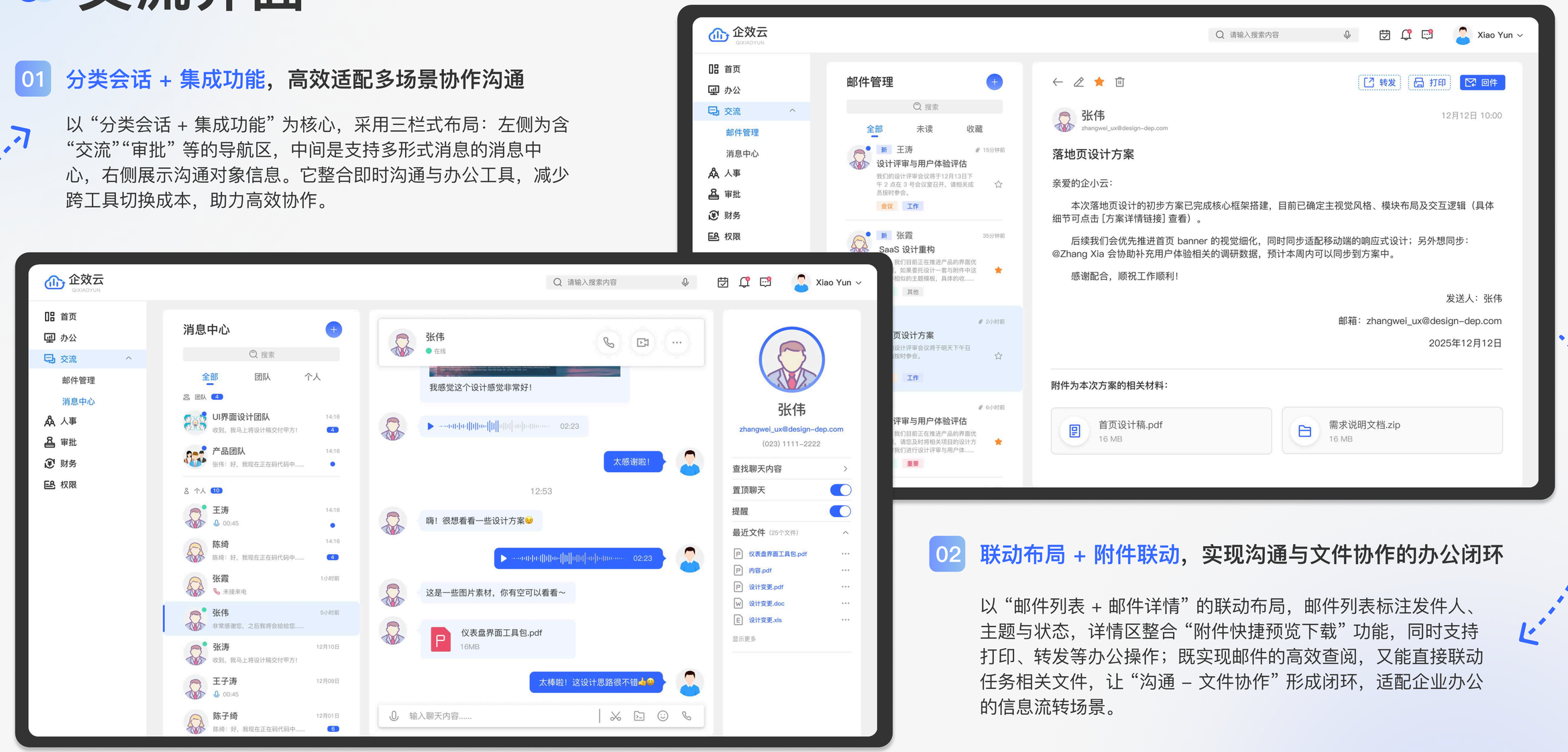


采用“顶部流程导航 + 中间阶段表单 + 右侧任务信息栏”的分区布局，信息关联展示，操作动线顺畅，高效适配办公场景。

交流界面

01 分类会话 + 集成功能，高效适配多场景协作沟通

以“分类会话 + 集成功能”为核心，采用三栏式布局：左侧为含“交流”“审批”等的导航区，中间是支持多形式消息的消息中心，右侧展示沟通对象信息。它整合即时沟通与办公工具，减少跨工具切换成本，助力高效协作。



02 联动布局 + 附件联动，实现沟通与文件协作的办公闭环

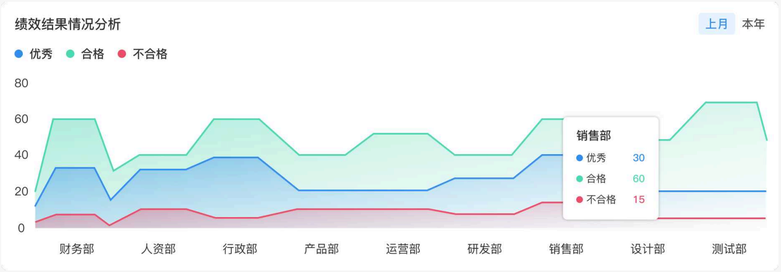
以“邮件列表 + 邮件详情”的联动布局，邮件列表标注发件人、主题与状态，详情区整合“附件快捷预览下载”功能，同时支持打印、转发等办公操作；既实现邮件的高效查阅，又能直接联动任务相关文件，让“沟通 – 文件协作”形成闭环，适配企业办公的信息流转场景。

绩效考核

01 核心指标卡片化，绩效概览一目了然



02 多维度数据穿透，部门绩效可视化



通过部门维度的趋势图 + 悬浮详情，联动呈现各部门“优秀、 合格、不合格”的绩效分布，实现从“全局指标”到“部门明细”的数据穿透，助力快速定位绩效差异环节。

03 模块化布局，信息分层清晰有序

采用“顶部指标卡 + 中部趋势图 + 底部明细表格”的模块化布局，各模块边界清晰、信息分层传递，既避免高密度数据的视觉杂乱，又适配“先看全局、再析明细”的绩效管理动线。

04 筛选 + 明细表格，绩效追溯精准高效

人员组织管理

01 数据可视化 + 多维度统计，让人员动态直观可控

左界面以“数据卡片 + 趋势图表 + 人员列表”的组合布局，用核心指标、月度人员流动趋势、分层人员信息，直观呈现组织人力动态；同时嵌入招聘进度数据，让人力管理从“零散统计”升级为“可视化、全维度的动态管控”，适配企业人力决策的高效需求。





02 组织架构 + 明细管理，实现层级化人力管控

右界面采用“表格明细 + 架构图”的联动设计：表格端覆盖组织架构的全维度信息，支持快捷操作；架构图直观呈现层级关系，既满足“精细化组织信息管理”的需求，又让层级结构一目了然，适配企业大型组织的层级化人力管控场景。

页面展示



项目三

Heart Sound

Snail Heart Sound

蜗语新声

——听力障碍儿童人工耳蜗手术术后康复训练服务系统设计







本项目围绕听障儿童人工耳蜗术后康复，打造“**数字化平台 + 康复空间 + 智能穿戴**”服务系统：空间以模块化适配不同康复阶段；APP 联动康复管理、远程诊疗与家长培训；智能手表辅助日常沟通、情绪监测与求助。该系统串联专业训练与日常适应，形成完整康复闭环，助力听障儿童身心康复。

01 设计背景 Design Background

截至2021年，我国先天性耳聋儿童人数已达460万人，并在逐年增多。



我国听力康复事业起步慢，人工耳蜗手术术后痛苦、康复效果差。

人工耳蜗手术对于中重度听障儿童不可替代，给家庭带来较大的经济压力。

02 实地调研 & 用户访谈 Site Analysis & User Interview

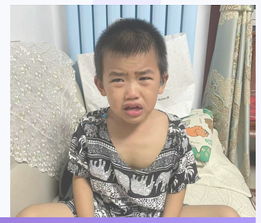






传统的课堂康复训练





痛苦的康复过程

陪伴听障孩子一生的心理疾病问题

家长认知的问题影响孩子康复

03

用户画像 Persona



小明　6岁

幼儿园小班学生

活泼好动　好奇心强　注意力易涣散

刚接受完人工耳蜗植入手术，第一次清楚地听到世界的声音。目前处于调机完成、能够适应耳蜗声音的阶段，能够说一些简单的词汇，需要接受康复训练来锻炼说话的能力。

核心需求

康复时**注意力集中、被高度吸引**
需要有**针对性、情景化、多感官互动**的教学
需要教学活动中**父母**的参与
奖励刺激，在学习中获得成就感
和其他小朋友友好相处的**社会需求**



刘巧　33岁

听障儿童家长　三线城市职工

关心孩子　工作繁忙　学习康复知识

对于自己刚接受完人工耳蜗植入手术的孩子极度关注，十分关心恢复的效果。正在恶补康复的知识，需要在家还有送孩子去县城做康复训练。同时需要工作补贴家用，压力很大。

核心需求

就近求学，**减少经济负担**
更加**高效**的康复教学方法
专业的康复资源
有关康复资源的**消息渠道**
增强孩子的自理能力和自信心



莉莉　30岁

康复机构老师　一线城市工作

富有爱心　工作忙碌　工作责任心强

已经在听力康复专业服务行业工作7年，具有专业的资格和技能。目前也有很多孩子前来进行康复训练，想尽力了解自己的每一位学生，让他们能够更好的开口说话。

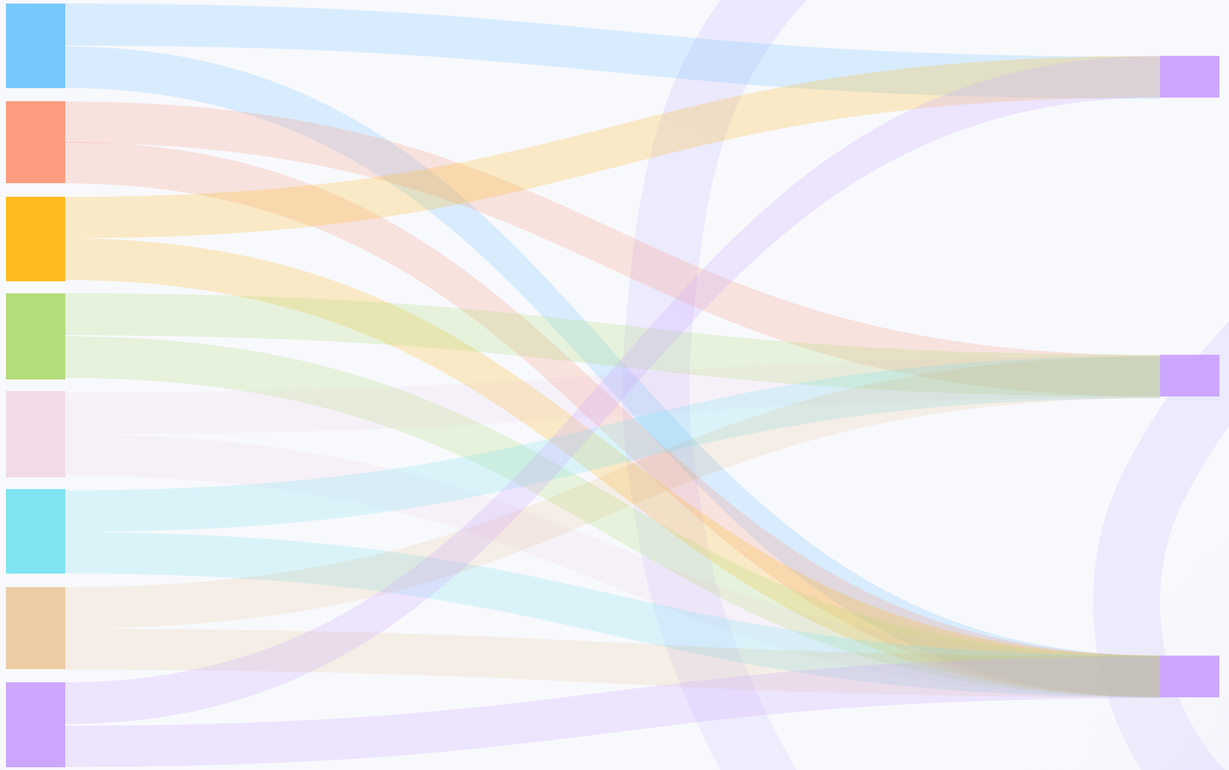
核心需求

帮助到听障儿童家庭的**成就感**
弱化专业需求，注重**监管**
儿童**家长的配合**
了解自己每个学生的兴趣和性格
高效管理每位学生的方法

04

痛点与机会点整理 Demand and Opportunity

- 情景化训练少
- 缺乏家长指导
- 课程内容乏味
- 专业老师不足
- 家长精力不足
- 经济负担重
- 社会接受度低
- 儿童归属感低



沉浸式游戏化的训练空间

提升康复的趣味性和参与度，打造契合语言康复疗程和疗法的沉浸式语言学习环境

沟通交流教学的线上平台

高效沟通孩子的康复学习进度，远程治疗与咨询，在线家长培训与支持，即时关注耳蜗状况

辅助教学和生活的便携式产品

收集孩子心情与状态的数据并处理、语音转译便于沟通、紧急情况的处理

05 服务系统图 Service System Diagram



06

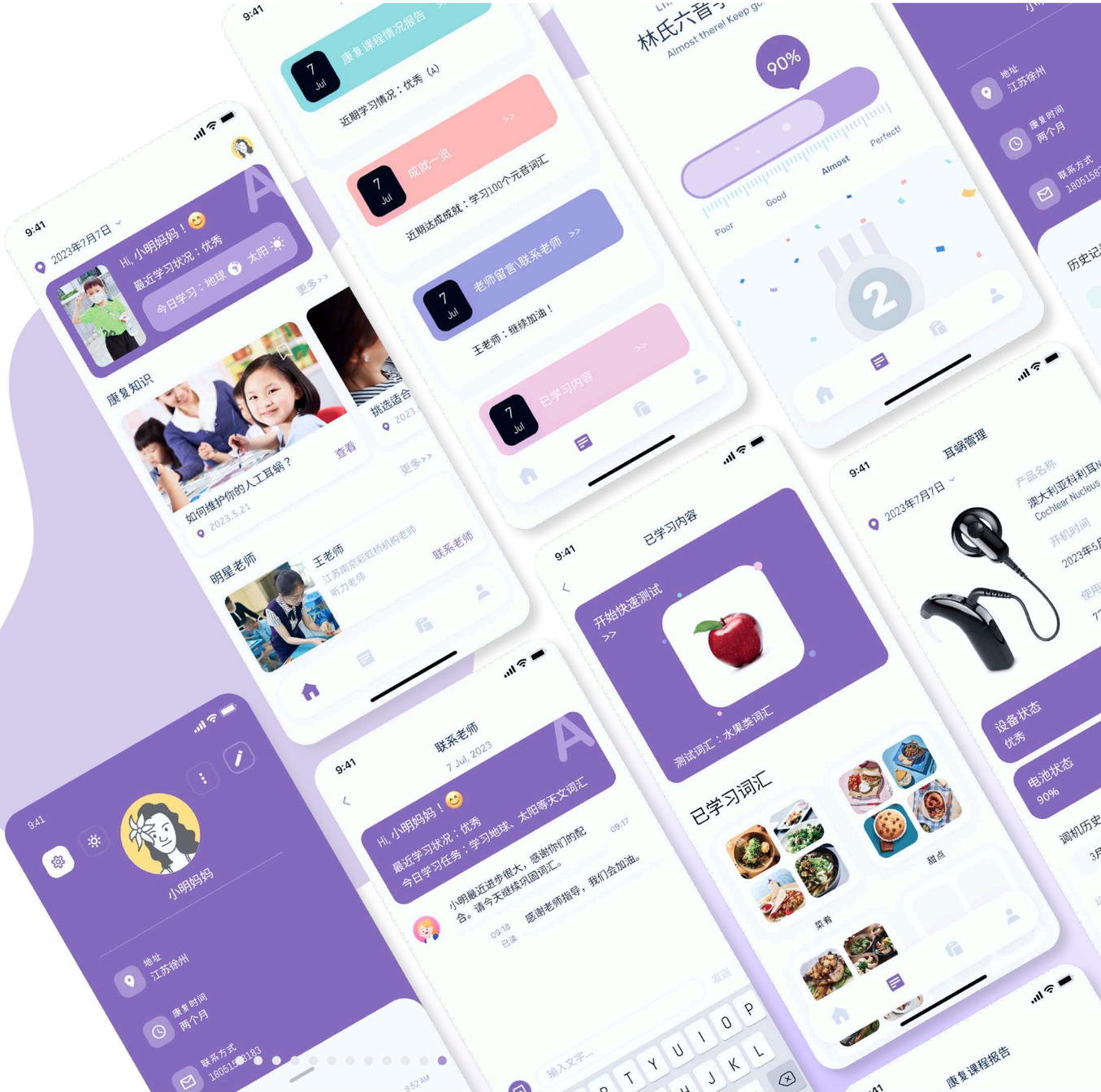
用户界面设计 User Interface Design

首页 / Screen

- 首页
- 康复报告
- 课程报告
- 达成成就
- 已学内容
- 联系老师
- 耳蜗状况
- 我的

实现家校高效互联





康复中心设计 Rehabilitation Center Design

这是一个模块化的空间，由“蜗牛树屋”“蜗牛壳”“蜗牛角”“蜗牛贝”“蜗牛派对”五个房间模块组成，以下仅以一种排列组合为例，根据不同使用场景可以改变组合方式和路线。



02 蜗牛壳

阶段：听力训练初级、中级、高级阶段
触点：蜗牛壳、互动屏幕、投影仪
目的：适应人工耳蜗声音、了解和分辨各种声音



05 蜗牛派对

阶段：和其他儿童用户互动阶段
触点：蜗牛派对、玩具
目的：和同龄人互动锻炼社交能力



01 蜗牛树屋

阶段：手术前准备、手术完成、耳蜗开机及康复后定期调机
触点：蜗牛树屋、动画片
目的：人工耳蜗植入前心理疏导、定期调机



03 蜗牛角

阶段：词义积累初级、中级、高级阶段
触点：蜗牛角、互动屏幕
目的：学习林氏六音和元音、辅音词汇



04 蜗牛贝

阶段：言语训练初级、中级、高级阶段
触点：蜗牛贝、互动屏幕
目的：学习短语和句子、情景化学习适应对话环境



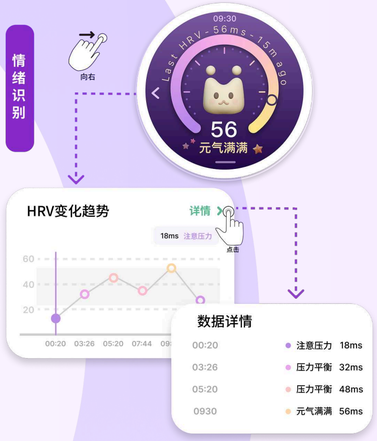




抬腕就能看到状态
随时调整自身情绪



表盘表情随压力值变化



音乐可视化



游戏化音乐感知，
练习提高手眼协调能力

初始界面

感官代偿



生活提示

手腕震动代替发声，
更适合听障儿童的提示方式

语音转译



语音识别和转译，
帮助儿童更好参与日常沟通

08

智能穿戴设备设计

Design of Smart Wearable Device

蜗牛主题创意儿童智能手表让科技与自然完美融合，这两款手表以蜗牛为灵感，将抽象艺术与童趣设计带入孩子的生活：

蜗牛创意外形

粉色款设计为抽象蜗牛造型，柔和的线条和可爱的蜗牛触角装饰，宛如一只带着好奇探索的“小伙伴”陪伴在手腕上。

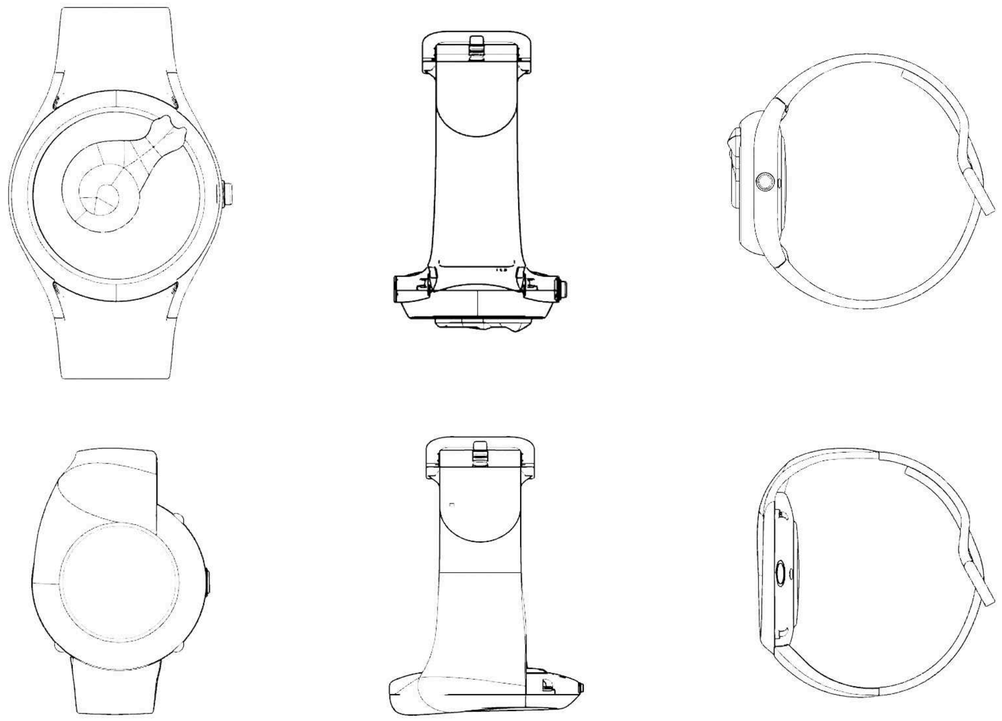
蓝色款则以蜗牛壳为主题，圆润的曲线象征着守护与安心，手表外圈犹如蜗牛盖子，寓意为孩子提供保护和温暖。

无论是抽象蜗牛的探索精神，还是蜗牛壳的温暖守护，这款手表都将是孩子生活中不可或缺的小伙伴！

09

智能穿戴设备设计三视图

Three-view Drawings for Smart Wearable Device Design







10

首页展示 Homepage Display

熄屏幕状态



抬腕就能看到状态
随时调整自身情绪

手表主页



运动监测

压力显示

语音转译

紧急情况

情绪识别

11 情绪识别界面 Emotion Recognition Interface



表盘表情随压力值变化

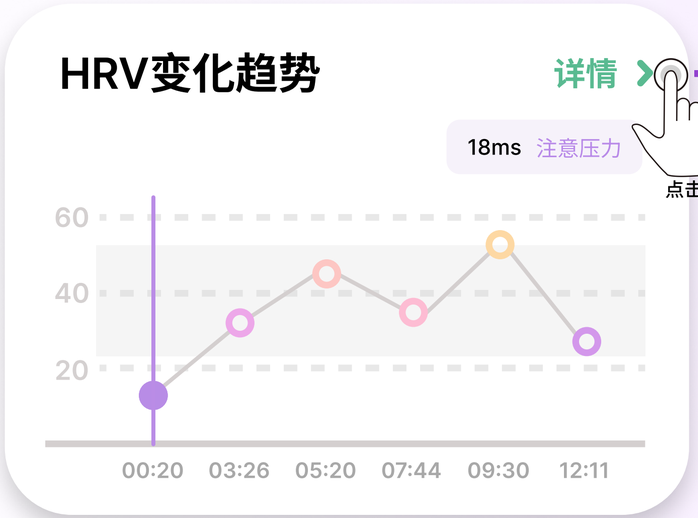
IP形象设计

三维视图 Three-dimensional view



表情延展 Expression extension





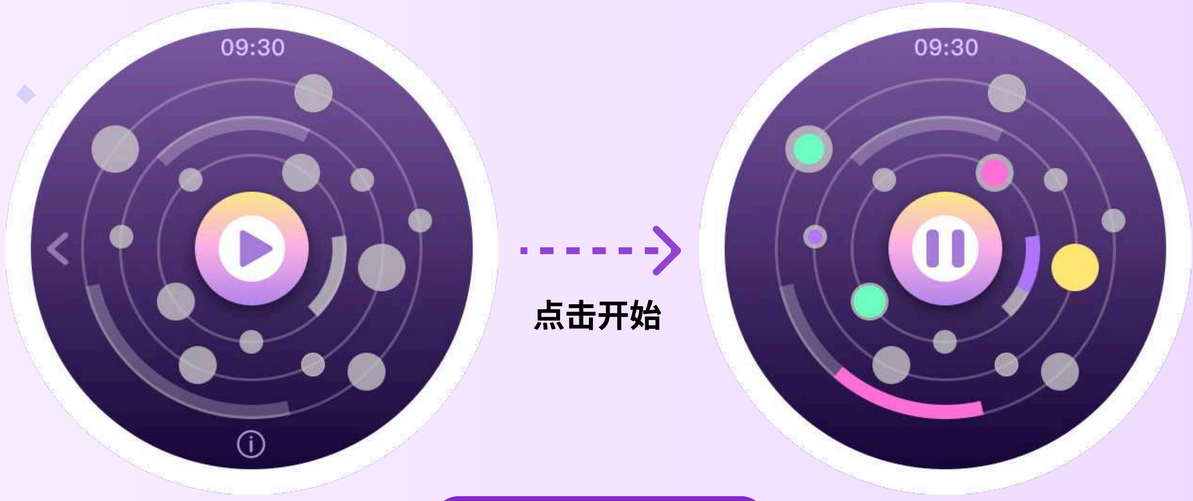
数据详情

00:20	注意压力	18ms
03:26	压力平衡	32ms
05:20	压力平衡	48ms
0930	元气满满	56ms



12

音乐可视化界面 Music Visualization Interface



在游戏中，孩子们需要关注屏幕上出现的彩色圆点或弧线，并在它们随着时间逐渐扩大至满格的瞬间，迅速地进行点击或滑动操作。这种游戏不仅考验孩子们的反应速度，还锻炼他们对音乐节奏的感知能力。通过观察和把握节奏，听障儿童可以在没有声音提示的情况下，依靠视觉和触觉来体验音乐的魅力，提高他们的节奏感和协调性，同时也为他们提供了一种有趣的方式来练习和提高手眼协调能力。

12 感官代偿界面 Sensory Substitution Interface



语音转译

语音识别和转译技术，能够实时将周围的声音转换成文字，帮助听力障碍儿童更好地理解和参与日常沟通。通过语音实时转译功能，我们希望能打破听力障碍儿童与世界沟通的壁垒，让他们能够更加自由地表达自己，享受平等的交流机会。



紧急情况



生活提示

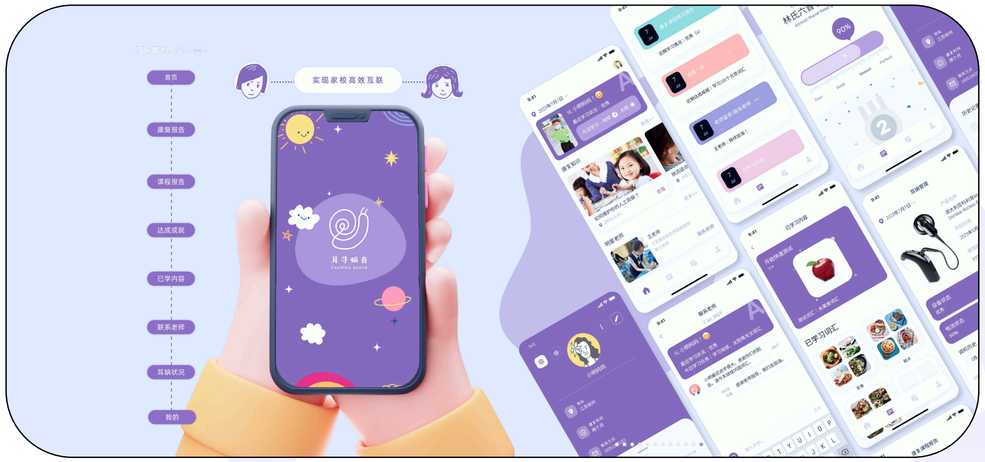
手腕震动代替发声，打造更适合听力障碍儿童的信息提示方式，高效传递

13

服务系统设计展示

Demand and Opportunity

数字沟通平台-手机APP



疗愈情境-听力康复空间



贴心生活助手-智能穿戴设备



MiraCard

-AR重构粉丝情感联结-

基于WebAR的沉浸式偶像互动小卡设计

Miracard

01 项目背景
Project Background

在粉丝经济场景中，传统实体专辑仅为静态收藏，难以满足粉丝沉浸式情感互动的核心需求。AR 技术是打造虚实融合追星体验的关键，能将专辑平面小卡转化为 3D 互动形象，让偶像以陪伴者身份融入现实场景。反观同类竞品，多依赖专用 App，仅实现简单形象展示或动作交互，未与用户日常深度结合。考虑到追星群体偏年轻化，我们打造的 AR 小卡既兼顾商业价值，更赋予社会价值 —— 让粉丝在学习、运动等日常中获得激励，实现自我成长；同时将实体专辑从单纯的收藏品升级为情感交互媒介，精准解决传统模式互动缺失、粉丝粘性不足的痛点。



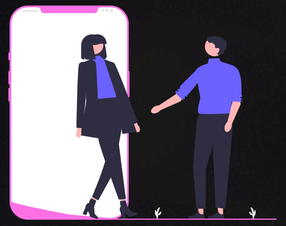
静态收藏

情感互动

AR

3D互动形象

交融



日常生活

解决方案

好奇

期待

“获得物露出动机的营造”

“代表人物偶像效应”

信任

兴奋

“情感互动无门槛参与”

喜悦

期待

“空间和陪伴在场感获得”

用户心理

02 灵感板
Inspiration board

数量庞大的追星群体，竟然催生出了一个买卖明星小卡的“卡圈”，一张小卡的市场价格在几十元到数百元不等，较为稀有的可以卖到几千甚至上万元，大量粉丝在“卡圈”交易买卖。那么让小卡增加AR功能是否能增加小卡本身的商业价值及社会价值呢?



平台热度

- **小红书平台：#小卡**话题浏览量28.4亿　**#卡牌**话题浏览量2.6亿
- **抖音平台：#小卡**话题浏览量69亿　**#卡牌**话题浏览量21亿

市场洞察

- 目前行业规模过百亿，预计到2025年市场规模将达到276.6亿元
- 直播拆卡是撬动卡牌市场迅速膨胀的推手之一，2023上半年直播拆卡行业流水达30亿。

热点事件

- 去年3月份，咸鱼交易平台一张“欧布奥特曼智勇形态卡牌”，拍出100999元天价，刷新卡牌类交易记录。
- 小马宝莉拉在二级市场溢价从几十万到上万都有，最贵的一张评价10分的紫悦小卡，二级市场价格被炒到16万。

03 用户分析
User Analysis

基于粉丝经济的高活跃度与小卡收藏圈层的小众垂直属性，其核心消费群体基本聚焦于消费能力较强的年轻人群与中年人群。所以我们仅追对粉丝圈进行分析，不同粉丝群体对小卡的需求存在显著差异。

✦Design for Whom：核心粉丝群体即粉圈小卡的消费体验主体



Pixelle

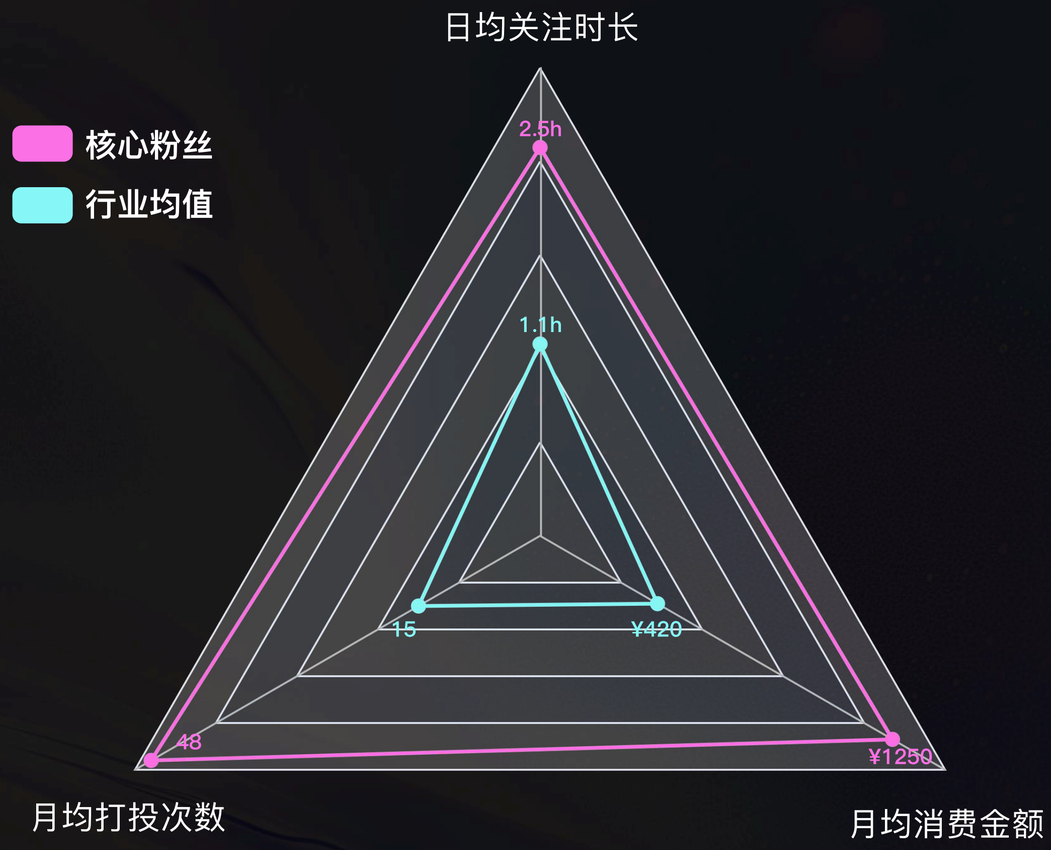
年龄：19
职业：大学生
专业：设计学
城市：广州
追星年限：2年

“我买了十几张专辑，就为了抽到偶像的限定小卡，但抽到后只能贴在墙上或者换卡。其他粉丝炫耀她们和偶像的‘专属互动’，比如签售会对话，可我根本没机会参加。小卡再好看也是静态的，要是能‘活过来’就好了……哪怕只是和我说句话呢。”

情绪敏感性

- **抽卡焦虑**：砸钱抽17张专辑囤积无用，超7成粉丝同陷“重复怪圈”却无处止损。
- **互动缺失**：每天翻看6次小卡，而沉默12秒的观看远不如偶像的一句“加油”。
- **粉圈攀比**：粉丝圈内攀比小卡稀有度，收集的小卡越稀有，越容易得到其他粉丝的吹捧。

用户行为	用户目标
省吃俭用只为集卡 匹配点：3张重复卡兑换1次AR语音彩蛋，降低沉没成本痛感，用轻量化福利留住普通用户。	**打破次元壁** 通过扫描小卡触发偶像的虚拟形象，触发语音互动，超行业均值时长，让粉丝感到“像真人聊天”。
愿为独家内容溢价购买 匹配点：添加订阅服务，解锁独特体验。推出“AR合影通行证”，付费即可解锁合影中的限定场景。	**减低无力感** 在AR互动中影响偶像的虚拟行为，获得“主动权”，降低粉丝无法在现实生活中与偶像互动的无力感。
社交动态与偶像强相关 匹配点：预设“ins风AR滤镜+文案库”，用标准化方案缩小社交差距，减轻创作压力。	**延长情感价值** 在AR合照中植入个性化彩蛋，但只存在在稀有卡之中，让粉丝创造“仅属于自己”的追星记忆。



03 用户分析
User Analysis

基于粉丝经济的高活跃度与小卡收藏圈层的小众垂直属性，其核心消费群体基本聚焦于消费能力较强的年轻人群与中年人群。所以我们仅追对粉丝圈进行分析，不同粉丝群体对小卡的需求存在显著差异。

✦NOT Design for Whom：路人粉丝群体即仅浅层关注艺人本身仅关注艺人作品体验的群体。



David

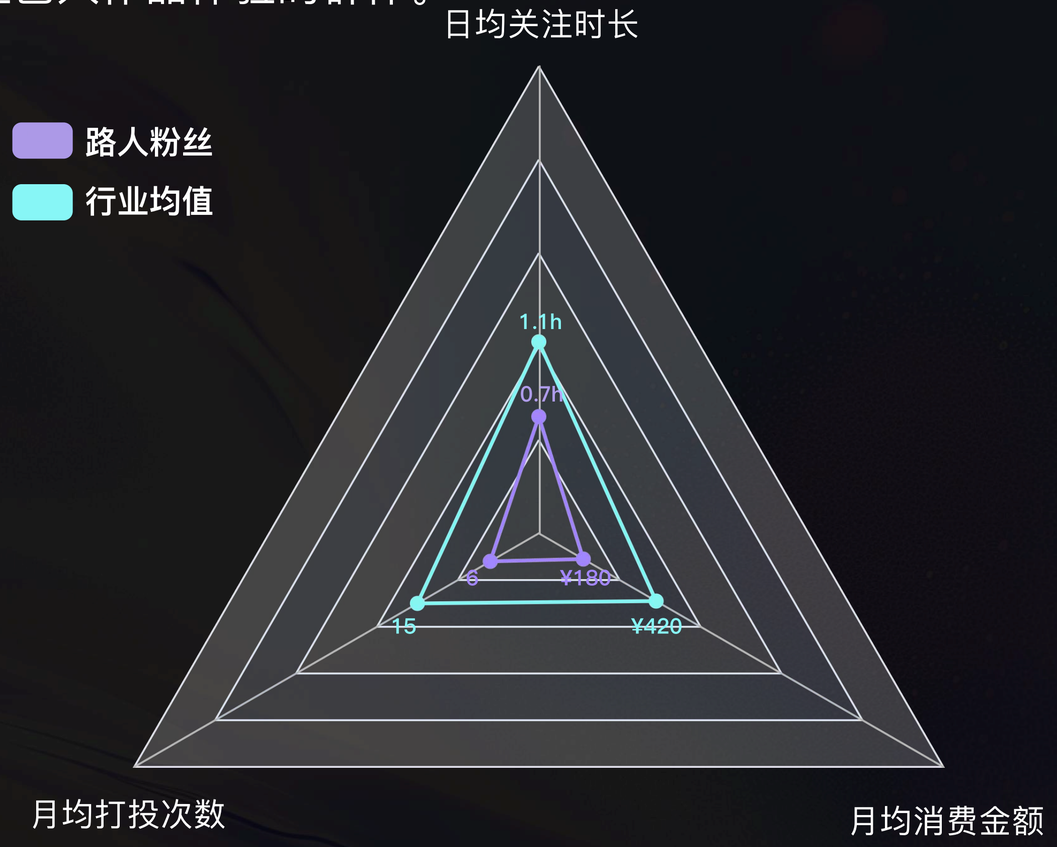
年龄：37
职业：IT工程师
城市：北京
追星程度：偶尔收听音乐，无特定偶像

“我买专辑就是单纯觉得歌好听，至于小卡、写真这些附加品，拆封后直接扔抽屉里了。歌手私生活和我有什么关系？最近看到什么AR互动小卡，简直莫名其妙——我是来听歌的，又不是来和艺人谈虚拟恋爱的。有这研发预算，不如多打磨编曲质量。”

情绪敏感性

- **价值否定者**：购买专辑时比起关心小卡收藏价值更关心音乐质量，认为音乐才是核心消费。
- **效率至上者**：仅关注作品附加品购买率不足10%，并且不认可附加品价值认为其无用。
- **饭圈文化抵触**：将AR互动视为“偶像工业PUA粉丝的新手段”，警惕情感绑定消费。

用户行为	用户目标
浅层关注与即时抽离：对于偶像仅关注自己喜欢的作品，不会关注偶像本身。会因社会事件对偶像进行不到一周的短暂关注。	**作品本体消费**：音乐是纯粹听觉艺术，追求剥离艺人形象干扰的“真空聆听体验”，不喜欢将艺人个人行为带入作品中感受。
偶发性消费行为：仅购买评价较高或者符合自己音乐审美的数字专辑，可能观看价位通常在自己月入三分之一以内的演唱会。	**反饭圈身份认同**：并不认为自己时某些艺人的粉丝，仅标榜“理性乐迷”身份，与“无脑追星族”划清界限。
中立旁观者角色：在粉丝骂战中只转发事实性报道，拒绝表态，避免卷入混乱的粉丝网络骂战中。	**成本效率最大化**：要求每一分钱都直接对应音乐价值，体会不到附加品的价值，也不觉得其有价值。



04 原型设计
Prototyping

基于WebAR技术，用户无需下载应用，通过手机扫描实体小卡即可召唤偶像虚拟形象，借助高精度空间锚定技术实现毫米级定位，用户便可自由放置于书桌、床头等真实场景。系统同步模拟环境光照与物理碰撞效果，使虚拟形象自然融入现实空间，结合多模态交互构建沉浸式陪伴体验。



05 竞品分析
Competitive Analysis

产品创新点：我们对比了市面上四款AR产品，发现它们都需要专用软件或硬件支持。而我们的产品直接升级到网页AR技术，无需下载APP，用户扫描二维码即可体验。产品特别强化了互动体验，比如让虚拟偶像自由摆姿势、换造型。还设计了限量版场景和服装，每个粉丝都能搭配出独特效果兼顾方便和好玩的同时也增加了收藏价值。

	核心特征A	核心特征B	核心特征C	本产品创新点
招商银行初音未来 AR 信用卡	通过扫描信用卡可召唤初音未来 AR 形象	伴随音乐跳舞，增强粉丝沉浸感	需要特定 App 进行识别和交互	我们的 AR 互动小卡不依赖特定 App，用户体验更便捷
琥珀音乐 PASS 卡	通过 NFC 读取卡片信息，观看专属内容	支持 MV 播放、AR 互动、专辑收听	具有收藏价值，每张卡片唯一编号	采用 WebAR，无需 NFC 设备支持，提高用户覆盖面
HYBE INSIGHT AR 小卡	通过扫描小卡，粉丝可看到偶像 3D AR 形象	可与偶像互动并进行特定动作	需下载特定 App 才能使用	增强 AR 互动性，如调整姿势、换装等功能，增强用户代入感
SMTOWN AR Ticket	通过 AR 技术增强演唱会门票互动体验	票面可显示偶像虚拟形象和信息	结合演唱会内容，增强粉丝体验	扩展至专辑市场，提供更个性化的粉丝互动玩法

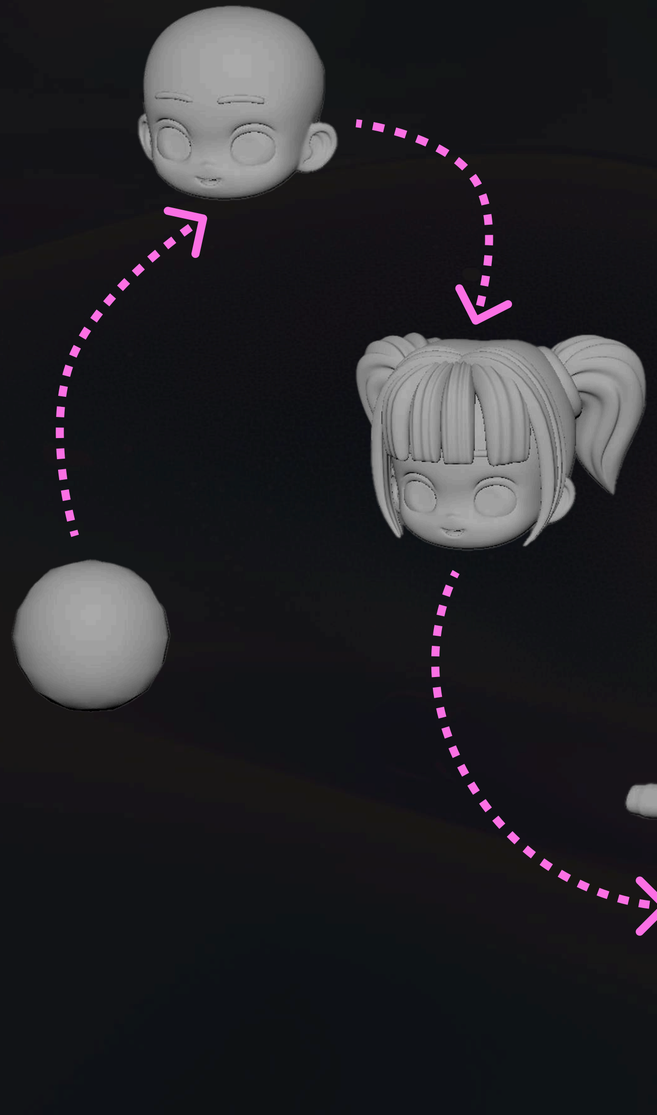
06 学习场景制作过程

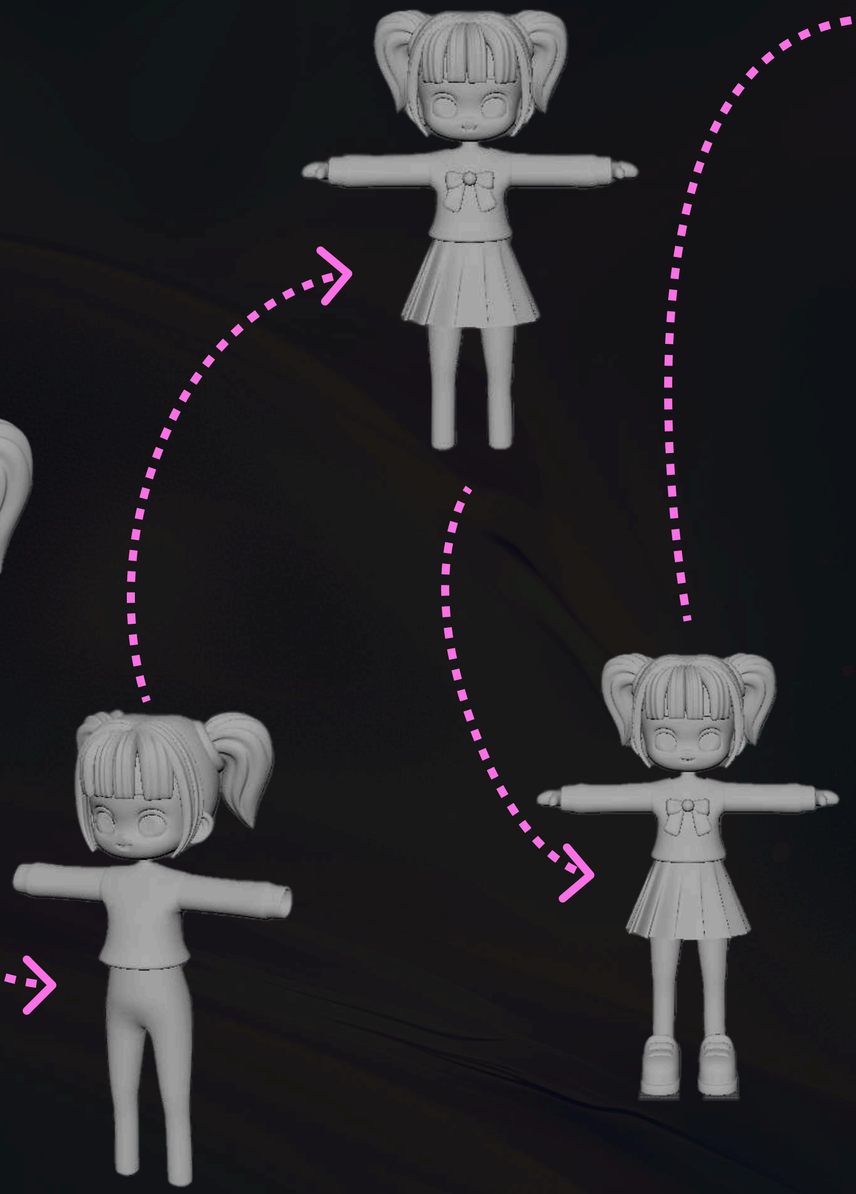
The process of creating learning scenarios

建模过程



视觉初稿



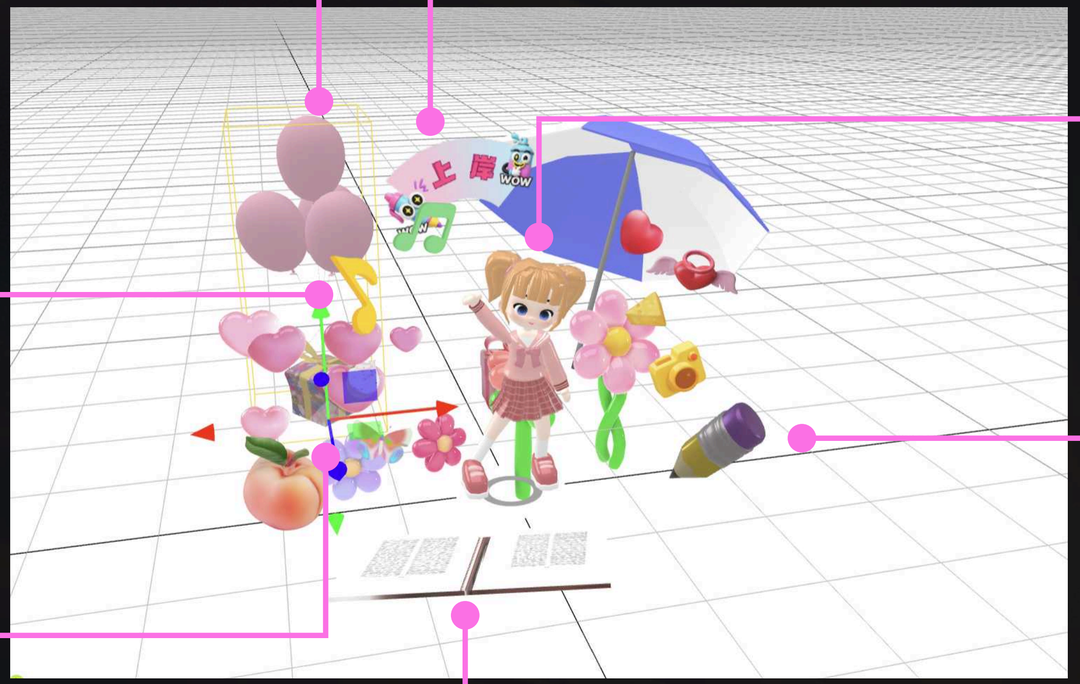




最终效果

07 学习场景设计说明

The process of creating learning scenarios



✦ “上岸”横幅

运用横幅的形象表现上岸，寓意金榜题名的方式象征学业目标的达成，立体立牌搭配 AR 特效，传递 ”努力终有收获” 的积极信念。

✦ 爱心气球元素

漂浮的爱心气球环绕场景，传递温暖与支持，用柔和视觉元素缓解学习压力。

✦ “元气满满”的小偶像

小偶像动态跳跃之后指一下自己进行鼓气的动作，展现活力与鼓励，用偶像正能量感染用户专注学习。

✦ 背景音乐及偶像的语音

轻快旋律搭配鼓励话语，营造沉浸式学习氛围，偶像声音陪伴增强坚持信念。

✦ “旋转”的铅笔

笔尖旋转特效模拟专注状态，寓意知识在笔尖流动，激发用户投入学习的热情。

✦ 惊喜礼物盒

学习完成后触发礼盒开启，内含偶像语音或彩蛋，以奖励机制的方式提升粉丝的学习动力。

✦ “翻动”的书本

书页动态翻动如知识在眼前展开，AR 效果增强沉浸感，鼓励探索知识海洋。

08 生成与使用逻辑

Generation and usage logic

场景：学习





【 学习主题小卡 】



【 生成偶像虚拟化身 】

- 沉浸式陪伴
- 交互体验
- 拍照记录



【 AR学习陪伴场景 】

小卡正面



小卡正面



小卡背面



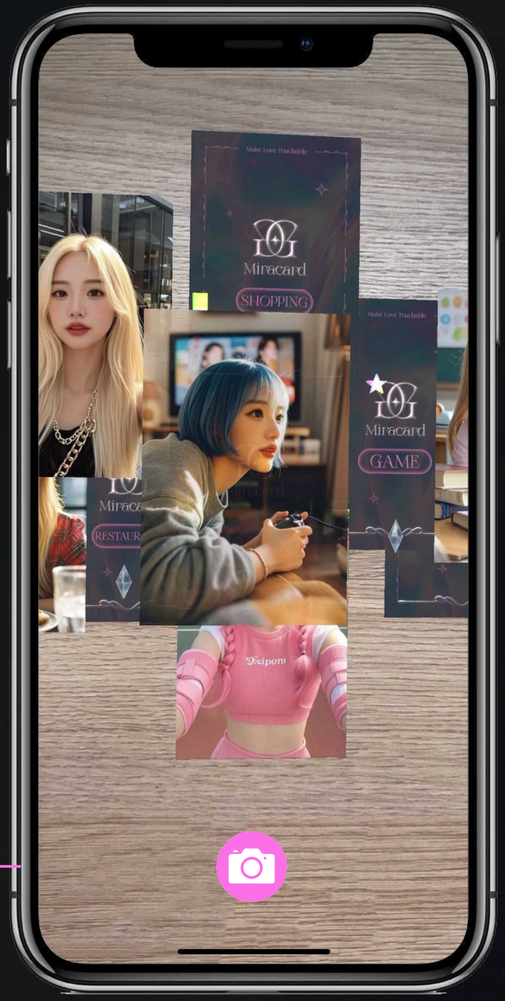


（ 运动场景 ）



（ 学习场景 ）

用户通过扫描小卡背面，即可查看
自己目前拥有的所有小卡。



（ 集卡场景 ）

08 AR互动小卡展示界面

AR interactive photocard display interface



场景3：餐厅



场景4：游戏



场景5：逛街



更多场景……