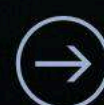


UI/UX

PORTFOLIO ✨

2025~2026 (蒋翊涛 · 设计作品集)

小米天星、网易数帆实习期间成长迅速，故将近期主要UX/UI项目与个人练习汇总成集，展现多元业务理解、交互与体验细节思考、AI赋能业务等能力。希望本作品集能为您带来清晰愉悦的阅读感受 :)



蒋翊涛

ToB & Agent 经验

交互体验

AI coding 赋能业务

自驱与分享

基本信息

年龄：21岁·26届

籍贯/现居：浙江-杭州

电话/微信：19357629233

邮箱：Yitao_0228@163.com

校内经历

院校专业：浙江科技大学-工业设计-本科 专业课平均绩点3.98

荣誉奖项：大广赛UI类国家一等奖、NCDA省级三等奖、2024“互联网+”大赛-国银奖、国际五金工设大赛-银奖、省大学生工设赛一等奖...

工作经历

网易（杭州）网络有限公司 - 智企事业群 - 交互设计实习生

2026/01-2026/05 網易

参与网易数帆Agent项目「知数」多轮版本迭代，负责问答、AI报告、工作流等多模块交互设计与评审汇报。独立完成五大LLM的产品调研，主导Markdown渲染的规范制定，迭代prompt优化大模型输出内容；协助PM完成30+异常报错场景的微文案设计与相关交互；负责问答澄清改造，采用聚合样式在原逻辑下缩短33%澄清路径；多次撰写设计侧PRD汇报并推动体验需求立项；独立负责产品复杂场景微动效的AI探索，采用Codex工具，单复杂场景平均用时3h，完成前端 1:1 还原「样式/交互+实现动效+可调面板」，已沉淀完整方法论。

北京小米移动软件有限公司 - 天星数科 - UX设计实习生

2025/07-2025/10 小米

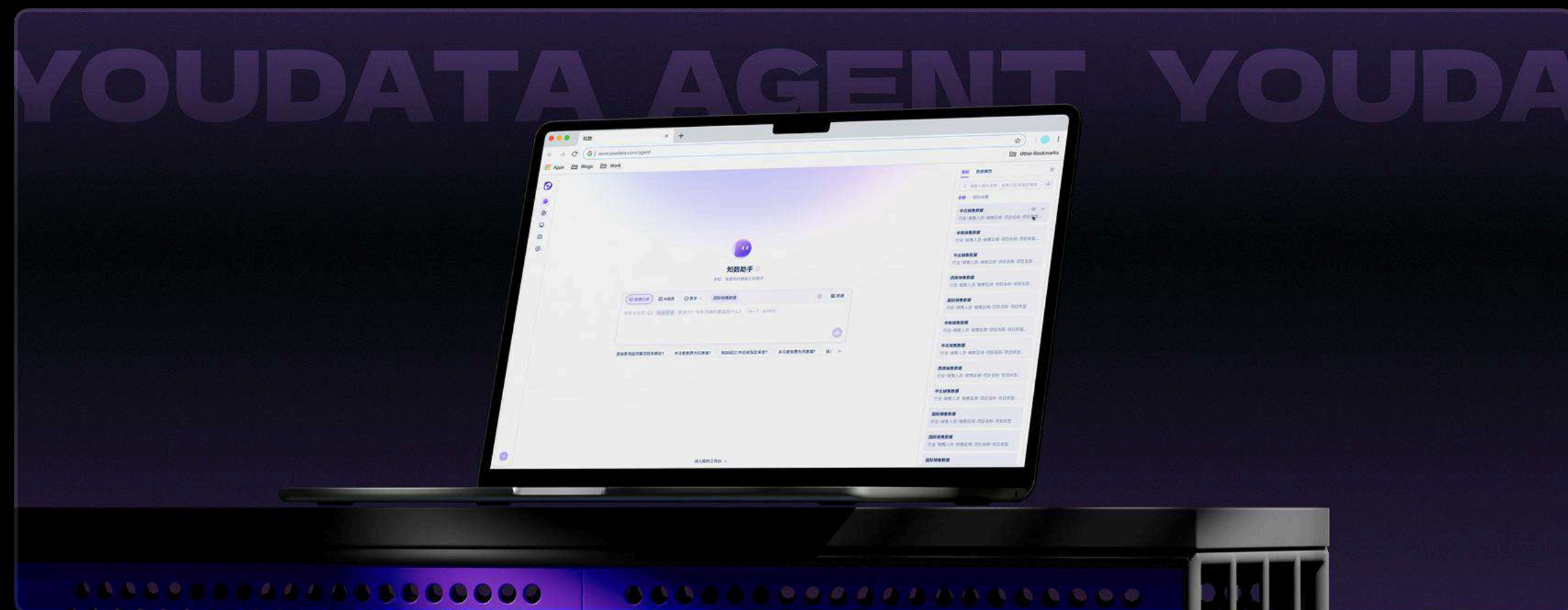
独立对接汽车金融部门90%业务，主要负责CRM产品「金保通」的设计迭代/走查工作，包含金融跟单、销售 / 保险数据看板、续保线索、保单补录等部分的交付与跟进。「法巴天星保险」Web 0~1 设计交付/走查。参与 钱包App 多个金刚位频道设计，如外卖频道入口icon优化 AB test显示UV提升最高达11%，电影频道结构调整与相关动效落地；负责战投BI项目的看板色彩优化与组件统一优化，天星C端组件库2025版本升级等；同时额外输出ID/AIGC分享、动效交付常见问题文档等设计自驱工作。

技能

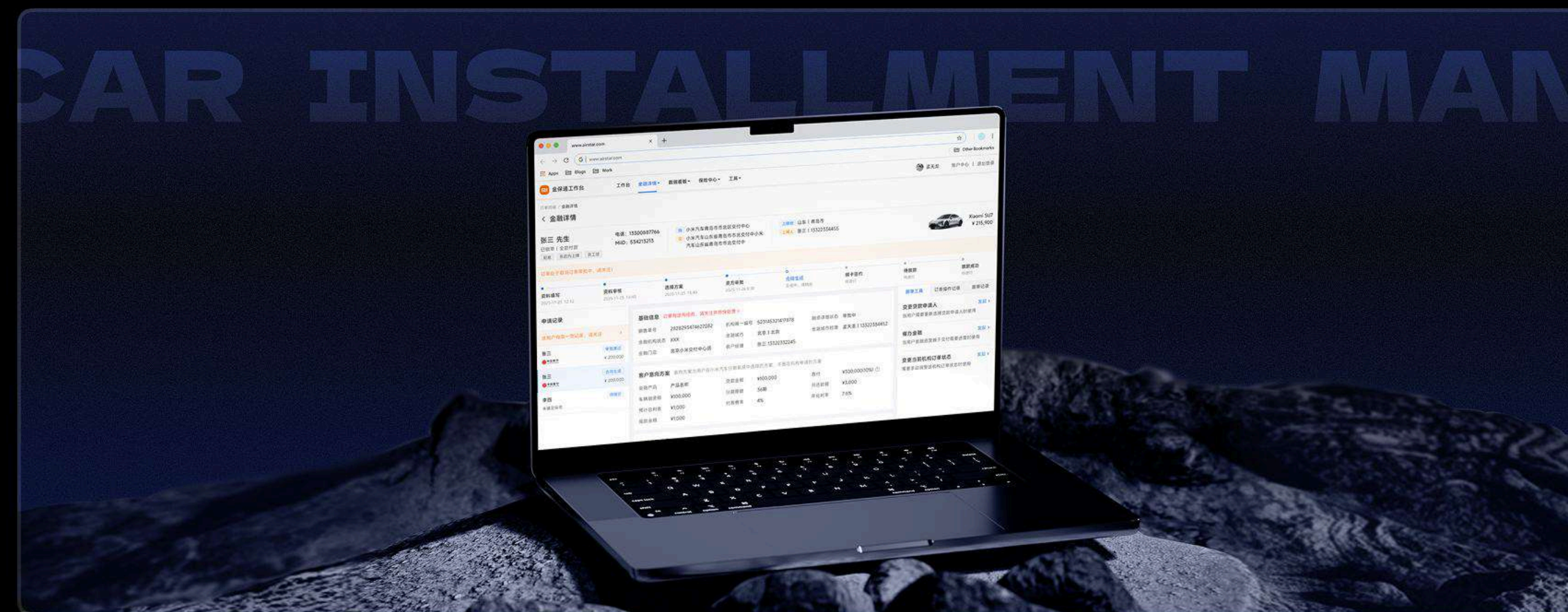


目录 →

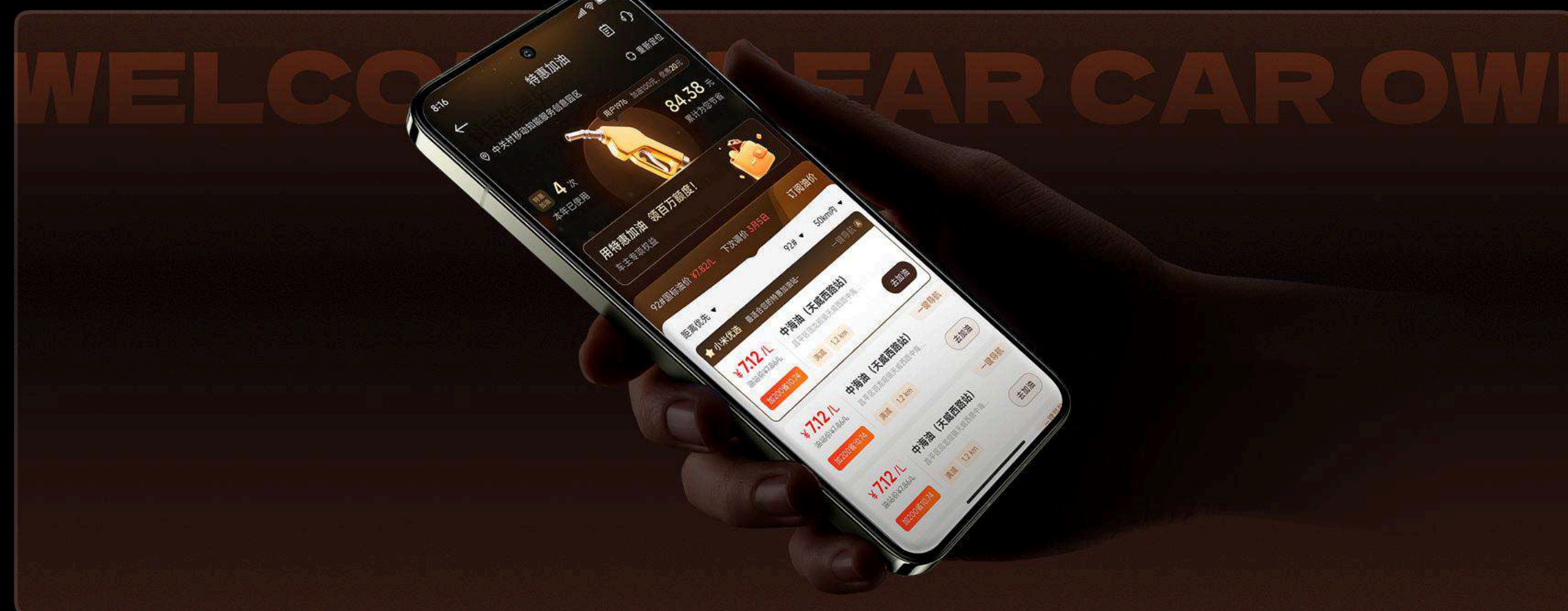
「足迹拓印处，是未完的序章」



网易知数 企业级数据分析Agent



金保通 汽车金融CRM系统

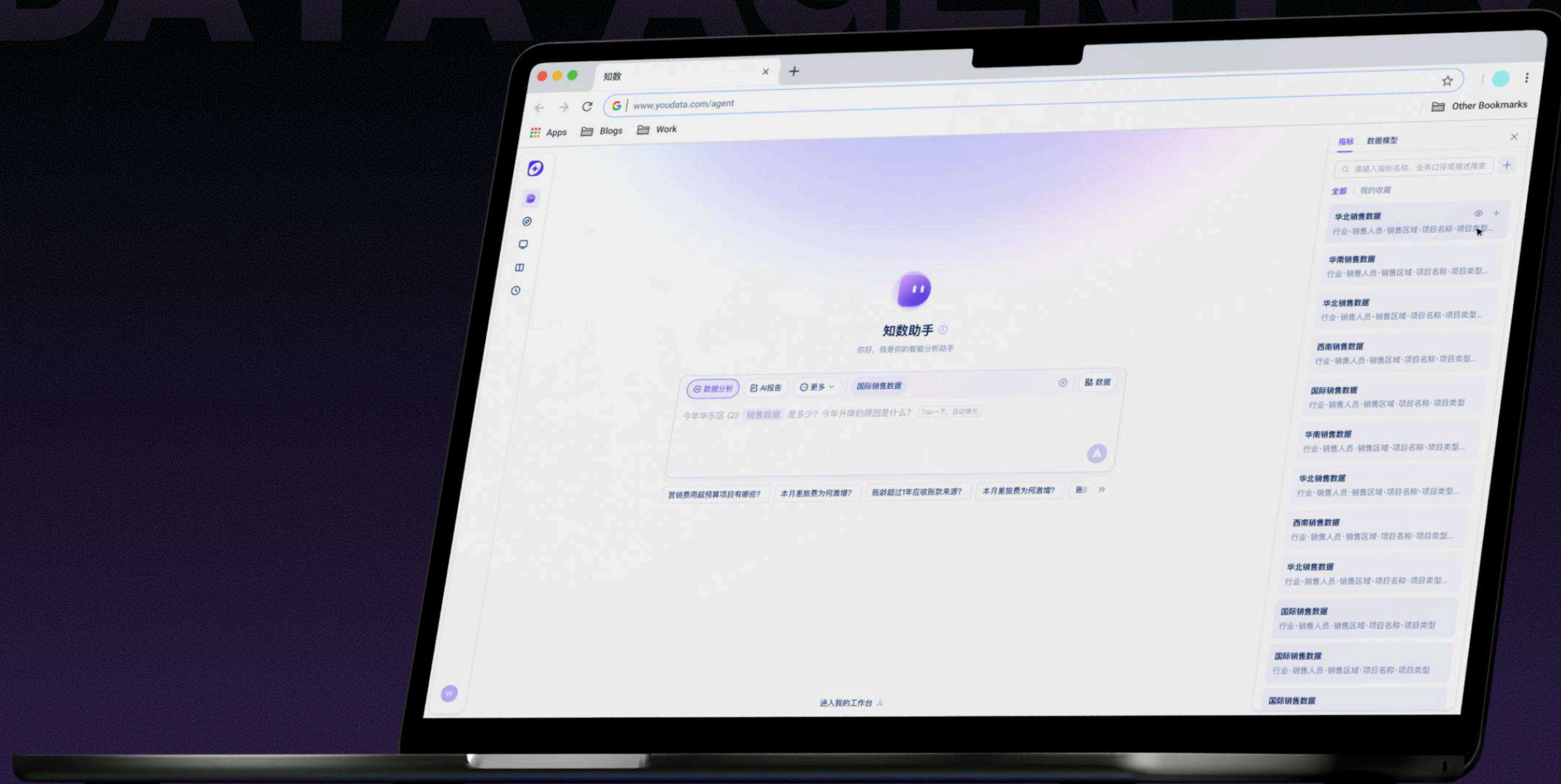


小米钱包-加油频道 移动端专区设计



Other 实习回顾、AI赋能等

YOU DATA AGENT YOU DATA



网易知数

企业级数据分析Agent

网易数帆战略级Agent产品，为各职能域提供可视化取数， workflow， AI报告等分析功能，截止目前已完成初期市场验证。

负责 问答模块的澄清改造、MD渲染规范、异常场景等迭代需求设计，参与多版本设计调研+交互+走查全流程。部分UI已重绘，数据已脱敏



什么是网易知数

我能问数据，写报告，跑 workflow

「网易知数」是有数BI衍生的Agent产品，提供更自动化的数据分析方式，除知数后台外，共由6大模块构成：工作台、问答、业务助手、工作流、业务检测、知识工厂。其中，「问答」模块作为Agent最核心部分，包含可视化智能取数、AI报告、知识解读、总结/归因分析等多个强大功能。



知数-问答内页·线上截图



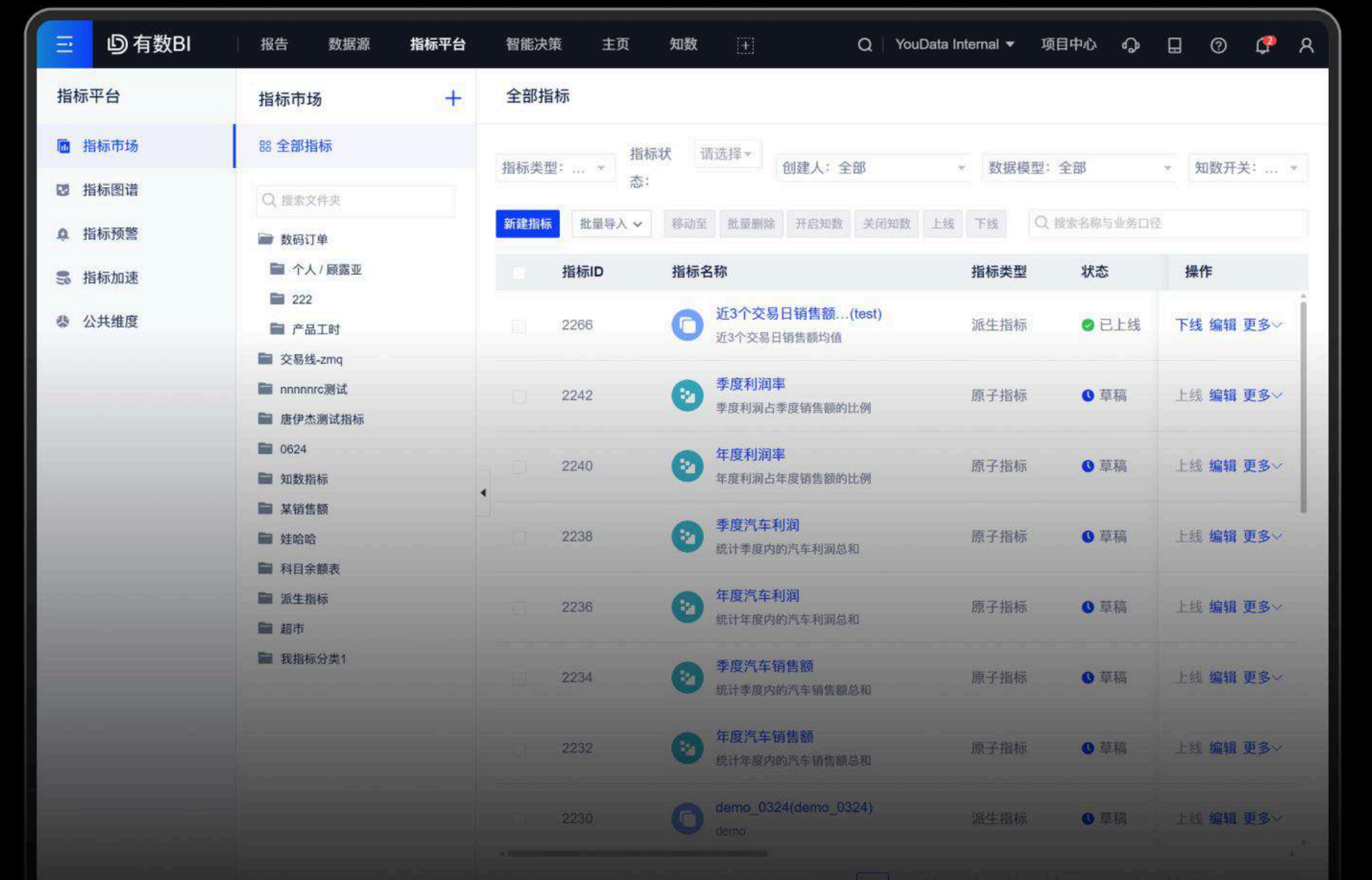
老产品关联：有数BI

我能搭看板，看大屏，设置预警

「有数BI」是网易数帆一站式商业智能数据分析平台，拥有十余年经验积淀。近年来，除传统商业分析功能的稳步迭代外，BI也正向智能化不断发展，可在此处创建数据指标或数据模型，作为知数智能化数据分析的基础



有数BI-数据模型·线上截图



目标与设计策略

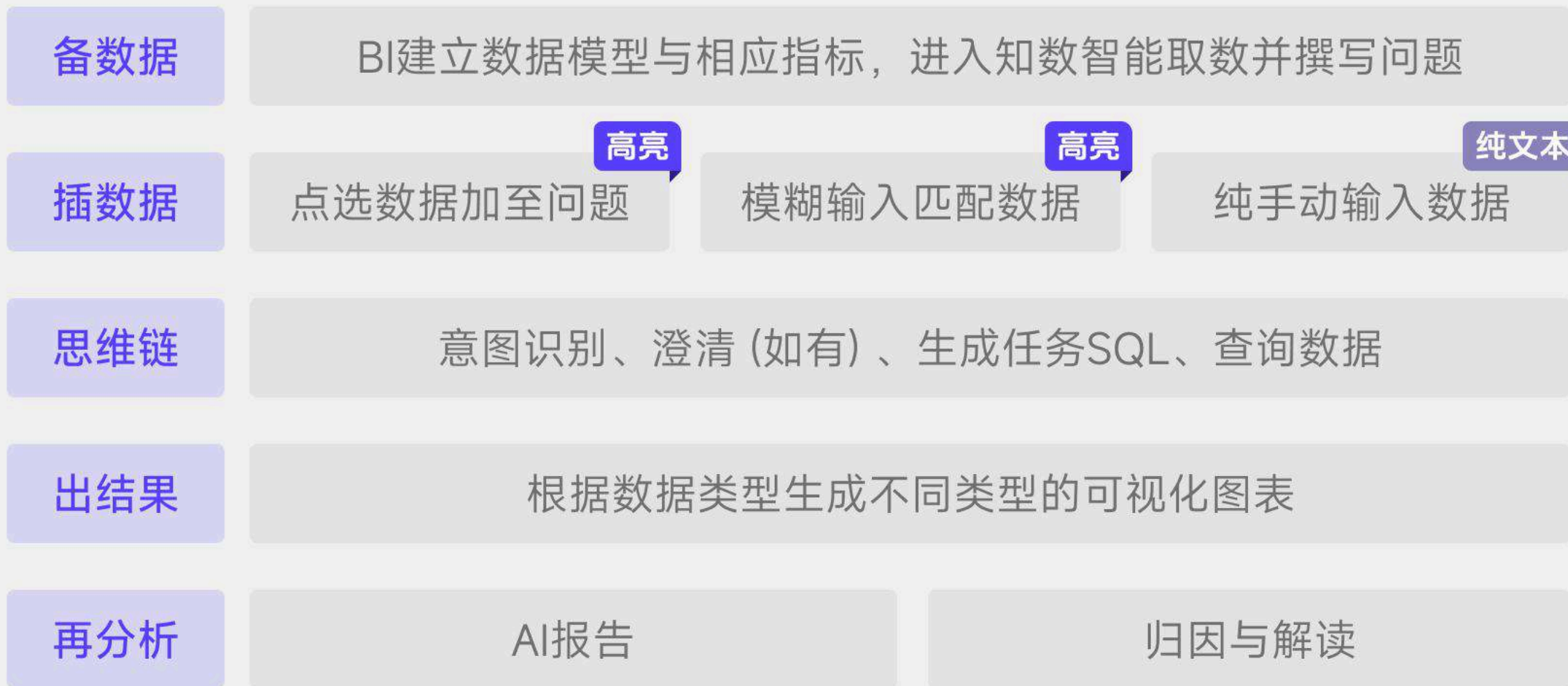
知数单次版本从提需至上线约为40个工作日，版本进入测试阶段时，下版本需求评审与设计工作将交叉开展。

其中，V13~V16的版本重心为：AI分析报告、用户使用路径改造、问答稳定性与准确率、 workflow 循环节点等。在这样较快节奏的迭代中，每轮版本需求留给交互的时间常常不超过1.5周，因此在需求评审间/需求定稿前的时间节点，我们会进行设计前置工作，例如设计策略的制定与产品体验调研



知数原取数流程

「取数」作为问答基础，包含输入问题并引用数据、意图理解、生成可视化图表等关键节点



数据插入方式有何不足

现版本引用特殊数据时，采取高亮形式，用户在进行删改时会遭遇诸多不便。

为什么需要插入数据

用户插入数据指标/数据模型，取数准确度远高于大模型根据自然语言查找数据

现有形式的局限性

目标明确的用户会周期性查询某几条数据，在复杂问题编辑时会反复增减、调序

比较今年Q3华东地区和华北地区的销售额，并指出华东最高的3个类别和华北最高的2个城市

两个维度想要换位，直接复制粘贴会丢失高亮信息，变为纯文本

指标/模型取数 来回切换时，高亮信息丢失变为纯文本，需重新添加，非常耗时

指标 => 查看近一个月的每日汽车销售额，汽车销售单量，利润，项目数，目标合同金额

模型 => 查看近一个月的每日汽车销售额，汽车销售单量，利润，项目数，目标合同金额

切回指标取数，无法恢复高亮

指标 => 查看近一个月的每日汽车销售额，汽车销售单量，利润，项目数，目标合同金额

输入框改造 提升取数流畅度

高亮→标签：选择栏存储数据，输入框可快捷拖拽/删除数据

基于上述问题，我们将数据表现形式由高亮变更为标签，并新增数据选择栏的引用方式。选择栏数据不受输入框的数据删除影响，可随时取用；同时，标签的特性又提高了问题编辑效率

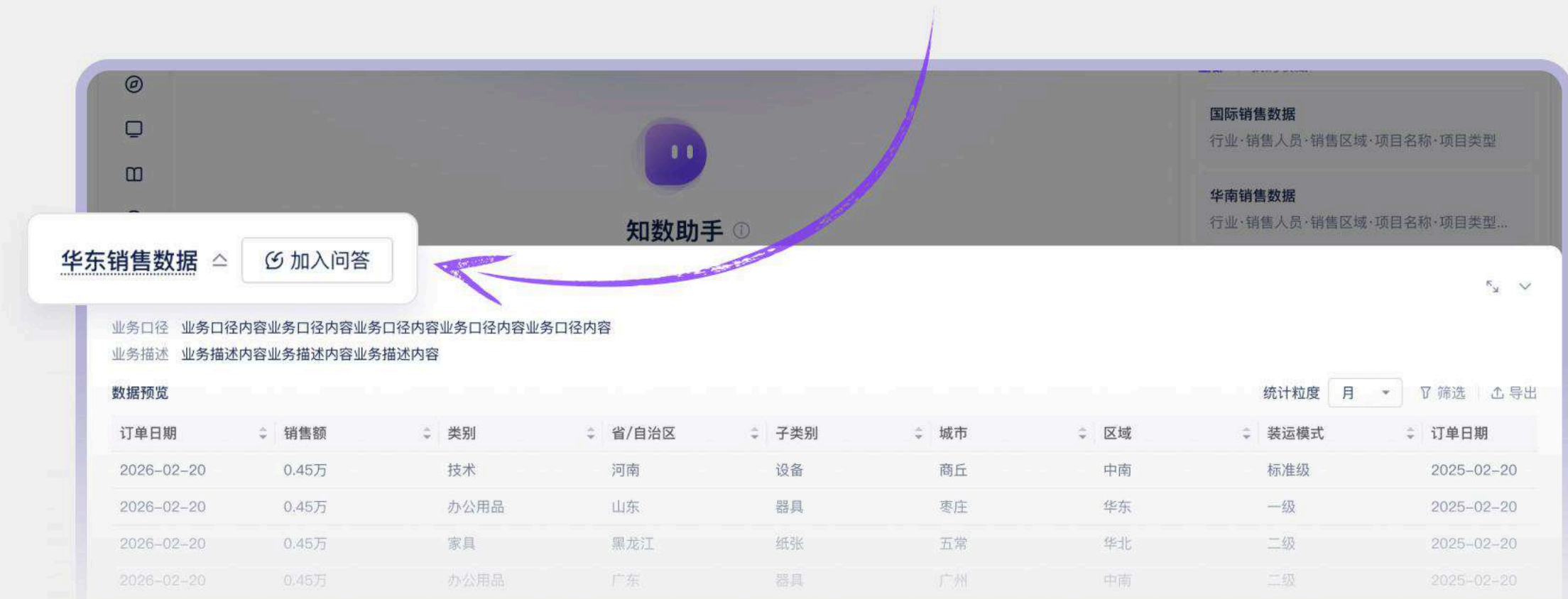


匹配输入优化-引入全能Tab键

首次Tab自动补全，再次Tab顺序切换，补全后打字自动确认。匹配数据快捷键更加成熟



Before: 需要点击数据卡片才可进行数据预览，期间无法看到问题或进行其他操作
Now: 数据选择栏点击展开预览小窗；原习惯保留，原有底部抽屉支持加入问答



引导原则：正确取数+自由探索

知数连接了来自BI的大量数据，如何引导新用户在陌生产品中进行第一次完整取数过程十分关键

步骤弹窗

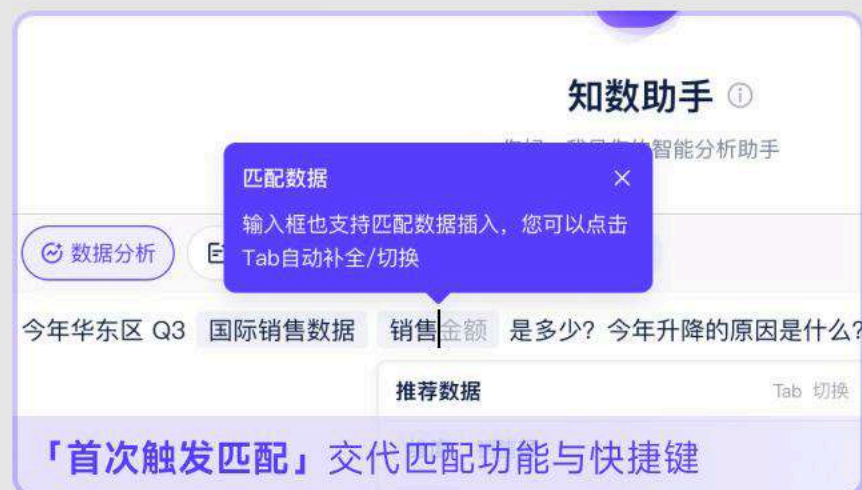
步骤弹窗优先pass，用户选择数据核对详情的过程有时较长。弹窗首次进入呈现全部引导，不仅阻断用户直接上手体验，且在对应阶段可能导致忘记如何操作

蒙层气泡·漫游式引导

带蒙层的气泡漫游引导虽指向明确性提高，但部分操作非必触发，对用户来说仍有阻断感。如左图第一列所示，这种方式缺乏Agent产品「自由探索」的属性

气泡·沉浸式引导

我们最终采用沉浸式气泡引导。引导无固定顺序，用户进行到特定阶段才触发对应气泡；通过背景色替代蒙层保持信息可读性；所有气泡停留5s自动消失+支持手动关闭，引导期间仍可自由操作



原澄清多次打断用户

一次问答多次出现，多任务更甚

澄清，是取数时大模型获取准确意图的关键。目前澄清频繁出现影响取数流畅度。多任务问答时，甚至会达到5~6次澄清

指标/模型 澄清（多个相似）

未找到指标，发现了多个与问题相似度较高的指标，请选择具体查看哪个指标：

指标1: 产品净利润 (PNP)
在统计周期内，通过销售特定产品所获得的利润，扣除与该产品直接相关的成本和费用后的净收益

指标2: 服务净利润 (SNP)
在统计周期内，通过销售特定产品所获得的利润，扣除与该产品直接相关的成本和费用后的净收益

指标/模型 澄清（未找到）

未找到可以直接匹配提问关键词的指标，发现了多个与问题相似度较高的指标，请选择具体查看哪个指标：

指标1: 超市2
略

若以上内容都不符合您的需求，可以点击 [指定指标](#) 告诉我，或跳转 [指标平台](#) 处新建

时间澄清

抱歉，在“查询本年东北地区销售额和利润的占比”问题中，您提出的本年时间范围比较模糊，为了更好的帮助您，请选择具体需要查看的时间：

最近7天
2025-07-06 ~ 2025-07-14

最近1个月
2025-06-14 ~ 2025-07-14

最近3个月
2025-04-14 ~ 2025-07-14

最近半年
2025-01-14 ~ 2025-07-14

最近1年
2024-07-14 ~ 2025-07-14

若以上内容都不符合您的需求，可以点击 [指定时间](#) 告诉我

维度/字段澄清

1. 数据模型中有多个与ID相关的字段，请确认您要选择的字段：

订单ID 客户ID 行ID 其他

2. 数据模型中有多个与产品相关的字段，请确认您要选择的字段：

产品一级分类 产品二级分类 产品名称 其他

澄清改造：缩短路径，提升问答准确性

通过表单形式，控制一次问答最多出现两次澄清

由于「时间澄清」与「维度/字段澄清」需要建立在 指标/模型澄清 的基础上，我们最终将澄清聚合为两张表单，确保任何一次问答最多两次澄清

指标澄清（单个或多个）

为确保所有任务的数据分析结果贴合实际需求，请补充以下信息

1. 在“任务1”中，我找到多个与问题有关的指标，请选择具体查看哪个指标

指标1: 产品净利润 (PNP) 指标2: 服务净利润 (SNP) 指标3: 综合净利润

其他

综合净利润 [数据详情](#)

业务口径: 业务口径业务口径业务口径业务口径业务口径业务口径业务口径业务口径业务口径业务口径

可用维度: 维度1;维度2;维度3;维度4;维度5; 维度6

业务描述: 这里是业务描述这里是业务描述, 这里是业务描述这里是业务描述

时间澄清+维度/字段澄清

为确保所有任务的数据分析结果贴合实际需求，请补充以下信息

1. 您给出的时间范围比较模糊，为了更好地帮助您，请选择具体需要查看的时间：

全部时间: 包含所有时间范围 今天: 2026-02-11 昨天: 2026-02-10

上月: 2026-01-01 ~ 2026-01-31 本季度: 2026-01 ~ 2026-03-31 本年: 2026-01-01 ~ 2026-12-31

去年: 2025-01-01 ~ 2025-12-31 本月: 2026-02-01 ~ 2026-02-28 上季度: 2025-10-01 ~ 2025-12-31

指定时间

2. 我在指标“服务净利润 (SNP)”中找到多个与“财务部”有关的成员，您是要选择哪个呢？

财务一部 财务二部 财务管理部 忽略此维度

3. 指标“销售额”里没有与“订单ID”直接相关的维度，我帮您列出几个可用的维度，您看下用哪个更合适？

维度xx 维度xx 其他

忽略此维度 若选择跳过，则由系统为您自动匹配最佳方案

多任务问答，在任务规划时就进行澄清

表单的样式适配

- 自定义也作为选项，选中才出现下拉框组件；
- 原hover卡片出现的数据详情，现hover各个选项即可出现

更多特定场景

- 忽略单条：取消引用某维度/字段，其他项直接禁用但不中断问答；
- 跳过所有：自动选取最合适澄清项

异常处理：微文案+行为闭环

原异常情况

技术乱码、语言生硬、缺少闭环

已完成 指标取数 数据分析 >

大模型幻觉, "利润"字段不存在

已完成 指标取数 数据分析 >

llm 没有按照要求返回 sql

已完成 模型取数 数据分析 >

专业模式 SQL 错误: <#fb3e6720> java.sql.SQLException: Code: 46. D...
urder. Maybe you meant ['toStartOfQuarter', 'toStartOfHour']; While...

PM 优先梳理30+场景

评审观点：技术感强，缺少与人对话般的体验

问答执行报错 18个

问答结果为空 13个



与人对话般的微文案设计

在文案设计前，我们对知数进行了专属风格定义：介于理性与善解人意之间。使其既能精炼表达准确信息，又不给用户过多的紧张感与距离感

理性

精炼表达，逻辑严谨
提供实现目标的关键信息

直率

平等效率地与用户对话
表达清晰不绕弯子

善解人意

使用贴近用户的用语
聆听诉求，帮助克服困难

提供解决方式，缓解焦虑情绪

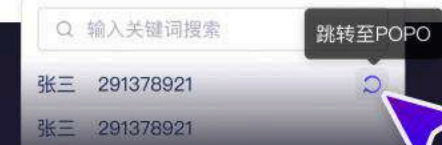
对于已知异常，我们尽可能通过文字按钮形式，引导用户即时解决；对于未知异常（区别于已有内容的点赞踩场景），在对话内新增上传入口，并自动为用户粘贴当前日志

已完成数据分析 >

你想要分析的指标“利润”目前还没有开启预实比分析功能，不过你可以尝试 [同环比分析](#)。如果需要分析预实比，可以联系负责人（张三：201381290）帮您开启预实比功能

已完成数据分析 >

你暂时没有查看指标“销售额”的权限。可以点击 [申请权限](#) 提交申请，或 [联系管理员](#) 帮忙开通权限后再试



已完成数据分析 >

抱歉！问答遇到了点问题，知数非常期待你能够 [提交反馈](#)，支持我变得更好~

已帮您自动粘贴日志，确认将上传至后台，仅用于问题排查

系统异常无法回答
日志ID: ZS4A68584984AS1XC56S4A98D49AS1X54614S6X

52/200

取消 确定

e.g. 预实比未开启

可在对话中开启特定功能，如“同环比分析”

e.g. 存在指标但无权限

可直接申请、跳转 POPO 联系管理员

未知异常

系统原因进行诚恳道歉，同时对话下为用户
提供快捷上传日志操作



原案：加至点踩弹窗
Pass原因：场景不同

- 避免尊称拉近距离，您→你
- 提供解决方案与关怀
- 异常场景，慎用“幽默”
- 不强迫用户
- 用通俗易懂的语言阐述事实
- 第一人称采用“我”，而不是我们
- 系统错误可使用“抱歉”，无权限或用户自身错误无需“抱歉”
- 操作点采用动宾结构

初步调整

GPT 根据条件修改文案

多轮审核

UX → PM → Leader

大模型何时输出长段内容？

在问答模块中，用户可对已生成的可视化数据、数据集中的数据、知识库中内容进行进一步分析，大模型会根据意图输出Markdown形式的对应结果，主要包含以下几种类型



现状总结

针对长段文本的问题总结，可以概括为MD元素不规范与输出内容不舒适，需从体验层面介入优化该部分展示效果，解决用户阅读效率低下等问题

markdown样式问题

字号整体偏小，标题与段落正文缺乏对比；
“列表”“段落”缩进过多，破坏阅读体验，移动端更甚

大模型输出内容问题

分析内容单调不美观，信息密集无法抓住重点；
单段加粗频繁，涉及标点、段落的换行逻辑处理不佳

体验层面结果

阅读效率打折扣，作为产品核心功能，
完成度较低，客户优化呼声高

如何绘制一套标准且适合产品调性的Markdown渲染规范

针对Markdown渲染框架优化，我主要通过整理头部LLM模型的前端布局与各类样式+结合数据分析业务特点，进行各MD元素的定义与绘制。

目前已完成研发走查上线，归入「知数」设计系统

看看头部怎么做

确定知数自身调性，兼顾阅读舒适性和屏幕利用率

LLM布局调研 对AntD X、DS、GPT、Gemini、豆包、千问，进行了MD元素审阅

途中见闻：五感沉浸

视觉：层林尽染

深秋的古道，是一幅流动的油画：

时间段	色彩主调	典型景致
清晨 (6-8点)	青灰 + 雪白	薄雾缭绕，石阶泛光
上午 (9-11点)	金黄 + 赭红	枫香、乌桕、银杏交织
午后 (14-16点)	暖褐 + 苍绿	松柏挺立，枯叶铺地

听觉：天籁之音

最动人的声音，往往来自“无声”之后：

- 溪水击石的清越
- 松针坠地的轻响
- 远处樵夫一声悠长的吆喝

味觉：山野馈赠

在蓝天凹驿站小憩，摊主递来一碗热腾腾的蕨菜炒腊肉盖饭。那咸香中带着山野的微苦，竟比米其林更令人落泪。

技术细节：我的记录方式

作为设计师，我习惯用代码捕捉灵感。以下是我在山顶用手机终端记录的一段环境参数（模拟）：

```
python
1 # 徽杭古道 · 蓝天凹观测点
2 location = "Anhui-Zhejiang Border"
3 elevation = 1050 # meters
4 temperature = 8.3 # °C
5 humidity = 76 # %
6 air_quality = "Excellent"
7 wind_speed = 2.1 # m/s
8
9 print(f"At {elevation}m, the world feels quieter.")
```

而Markdown本身，也成了我整理思绪的工具——正如你现在所见。

嵌套的哲思：路与人生

古道教会我的，不只是走路：

- 方向
 - 即使迷雾弥漫，只要认准下一块青石，便不会迷失。

字体与间距把控 采用更合理的字号层级和垂直外边距，兼顾阅读体验与屏幕利用率（内容常附带多个表格&列表，需节省纵向空间）

一级标题内容 (20px) 一、二级标题 (18px) 1. 三级标题 (16px) 四级标题: (16px)

这里是段落正文，增减变化可带颜色 (↑22,000/↓-22,000) 这里是段落正文，增减变化可带颜色 (↑22,000/↓-22,000) 这里是段落正文，增减变化可带颜色 (↑22,000/↓-22,000)。

Mac 常规字体及代码字体

Pingfang SC menlo

Win 常规字体及代码字体

Microsoft YaHei consolas

常见元素样式重绘 为确保开发还原性，我将调研总结定义的CSS布局，使用Autolayout功能在交付文档中全部进行了标注

列表元素外边距12px，有序列表缩进20px，无序列表缩进16px

- 这里是内容这里是内容
 - 这里是内容
 - 这里是内容
 - 这里是内容
 - 这里是内容
- 这里是内容这里是内容
 - 这里是内容

code横竖间隔均4px，提升特定场景阅读舒适度

```
codecode
```

这是正文code元素 code 用标签样式

多个code code code Margin有重叠

多排code code xxxxxxxxxxxx

表格hover增加复制按钮，可提取纯文本

统计时间	指标1	指标2
2025-05-20	20,400.00	10,200.00
2025-05-20	20,400.00	10,200.00
2025-05-20	20,400.00	10,200.00
2025-05-20	20,400.00	10,200.00

Prompt精确控制 · 改良阅读体验

精确控制Emoji专业性输出

根据“标题”“正文”双场景，我们按语义制定了Emoji库，仅含引导标注类Emoji



补充了强制/兜底逻辑

- 禁用库外的Emoji影响专业性表达，如“🌈🔥🚀💰”
- 一级标题 (H1) 禁用Emoji
- 语义难匹配，一律不加，优先确保文字准确性
- 50字内的段落不超过两个
- ...

大模型润色关键词+效果测试

你是企业级数据分析平台的专业AI助手，核心服务于数据分析师、企业管理者、业务运营人员，输出内容需严格遵循以下emoji使用规则，全程保持专业、严谨、无歧义，杜绝装饰性、情感化表达，不影响数据分析内容的专业性。

一、核心理念

- 目标：规范生成内容的视觉语言，提升文本可读性与阅读效率；
- 功能：标题用指定emoji进行模块区分，正文用指定emoji进行信息强化，不做装饰。

二、标题emoji使用规则（严格执行）

- 适用场景：仅用于H2、H3、H4、H5标题，H1（一级标题）绝对不加emoji；若标题已包含数字序号（无论中文序号、阿拉伯数字序号），则该标题一律不加emoji；
- 作用：通过emoji快速区分标题模块类型，帮助用户提升信息扫描效率；
- 使用规范：每个符合要求的标题仅添加1个emoji，emoji必须放在标题最左侧，与标题文字之间保留1个半角空格；
- 指定emoji及对应语义（仅可使用以下emoji，禁止使用其他）：
 - 🔗：用于数据源、逻辑相关的标题；
 - 📊：用于图表、报告相关的标题；
 - 🔍：用于底层逻辑、分析相关的标题；
 - 🧰：用于工具相关的标题；
 - ⚠️：用于注意、警告、风险、异常相关的标题；
 - 📌：用于总结、建议相关的标题；
 - 💡：用于思考、机会相关的标题；
- 语义匹配要求：必须根据标题核心内容选择对应emoji，无法匹配时，一律不加。

已完成 知识解读 数据分析 >

- 关于浙江杭州滨江区山姆超...
 - 低代码市场材料
- 超市经营回顾数据分析
 - 低代码市场材料
- 消费-零售运营指标
 - 低代码预算知识
- +3 更多

基于知识库内容，为您整理超市销售分析报告的核心框架和可用数据维度如下：

超市销售分析报告框架

数据源说明

- 主数据表：超市2025（来自网易数帆ChatBI系统）
- 关键字段：
 - 产品维度：产品_ID, 产品名称, 类别, 子类别
 - 区域维度：国家/地区, 省/自治区, 城市, 区域, 区域经理

核心分析维度

- 销售趋势分析：按月/季度分析销售额、利润变化趋势
- 区域业绩对比：实例数据（华北地区）：销售额总和为2,784,764.55元；单笔平均：1,703.22元

深度分析工具

- 智能报告生成：支持30秒快速生成定制化分析报告（参考SA系统能力）
- 归因分析功能（系统内置）：可定位影响销售的关键因素

操作建议

- 在ChatBI系统中选择超市2025数据表
- 输入具体分析需求，例如：“2025年Q3各子类别销售额与利润率对比”
- 使用推荐提问功能获取前置分析模板（如“华北的销售额最小值是多少”）

文字突出及换行的调整思路

在MD设计验收中，我们发现「纯段落+正文」内容呈现效果并不理想，立刻展开问题总结

【收入分析】
比较基准：上海证券 vs 东北证券
时间周期：2025年第三季度（2025Q3）及去年同期（2024Q3）
上海证券2025Q3营业收入为106,047.08万，去年同期为91,941.48万，同比**↑15.34%；净利润为18,187.56万**，去年同期为15,476.67万，同比**↑17.52%。
收入细项方面，上海证券各项业务均实现同比正增长：经纪业务收入同比↑17.87%，自营业务收入同比↑9.82%，利息业务收入同比↑7.30%，投行业务收入同比↑15.22%，资管业务收入同比↑22.38%**。
东北证券2025Q3营业收入为67,678.81万，去年同期为53,168.94万，同比**↑27.29%；净利润为9,990.05万**，去年同期为6,499.89万，同比**↑53.70%。
收入细项方面，东北证券各项业务同样实现同比正增长：经纪业务收入同比↑39.49%，自营业务收入同比↑24.47%，利息业务收入同比↑26.20%，投行业务收入同比↑51.60%，资管业务收入同比↑33.77%**。
从收入构成看，上海证券收入最多的3个细项为经纪业务收入、自营业务收入和利息业务收入，合计占比82.89%；东北证券收入最多的3个细项同样为经纪业务收入、自营业务收入和利息业务收入，合计占比80.95%。

- ❌ 问题分析**
段中加粗过多，难以提取要点
连续加粗对象错误，**符号裸露
多并列内容在同个段落，阅读吃力
- ✅ 优化策略**
加粗内容严格指定，增强次数限制
禁止连续加粗、添加空格等分隔符
并列内容，优先考虑列表或换段落

对内容输出原提示词进行补充

- 关键信息加粗，一句话≤2处加粗，一段≤4处，禁止整句/整段/连续多词加粗；
 - 必加粗：核心指标(总资产、总负债、净利润...)、关键数值(金额、占比...)、变化幅度(↑12.1%...)、核心结论(核心驱动力、改进建议...)
 - 禁止加粗：连接词/修饰词(显著、大幅...)、普通代词(该公司、其...)、铺垫/解释性语句
 - 格式要求：① 金额、百分比保留两位小数，变化符号统一使用↑/↓；② 括号内关键数值加粗，括号及普通补充文字不加粗；③ 结论性标识(优势业务、劣势业务、改进建议...)统一加粗；④ 段落中出现3个以上用分号/顿号分隔的并列内容，优先考虑有序/无序列表格式输出；⑤ 分行合理、不堆砌，语言简洁专业。

新提示词已添加至「Markdown」格式规范

资产规模

上海证券2025年第三季度总资产为577141.82万，较去年同期15.56%；总负债为323336.78万，较去年同期15.71%。
东北证券2025年第三季度总资产为425006.30万，较去年同期128.30%；总负债为249673.77万，较去年同期115.36%。

从资产构成来看，东北证券资产构成以信用资产为主，占比33.82%，其次为自营资产，占比29.35%。从负债构成来看，东北证券负债构成以应付债券为主，占比35.94%，其次为卖出回购规模，占比28.48%。

收入分析

上海证券2025年第三季度营业收入为106047.08万，较去年同期115.34%；净利润为18187.56万，较去年同期117.52%。
东北证券2025年第三季度营业收入为67678.81万，较去年同期127.29%；净利润为9990.05万，较去年同期153.70%。

上海证券收入细项同比表现：

- 经纪业务收入117.87%
- 自营业务收入19.82%
- 利息业务收入17.30%
- 投行业务收入115.22%
- 资管业务收入122.38%

东北证券收入细项同比表现：

- 经纪业务收入139.49%
- 自营业务收入124.47%
- 利息业务收入126.20%
- 投行业务收入151.60%
- 资管业务收入133.77%

从收入构成看，上海证券排名前三的收入细项为经纪业务收入、自营业务收入、利息业务收入，合计占比82.89%。
东北证券排名前三的收入细项为经纪业务收入、自营业务收入、利息业务收入，合计占比80.95%。

GPT、Gemini、DS效果测试良好
交付后端+QA测试

概览 · 复盘 · 畅想

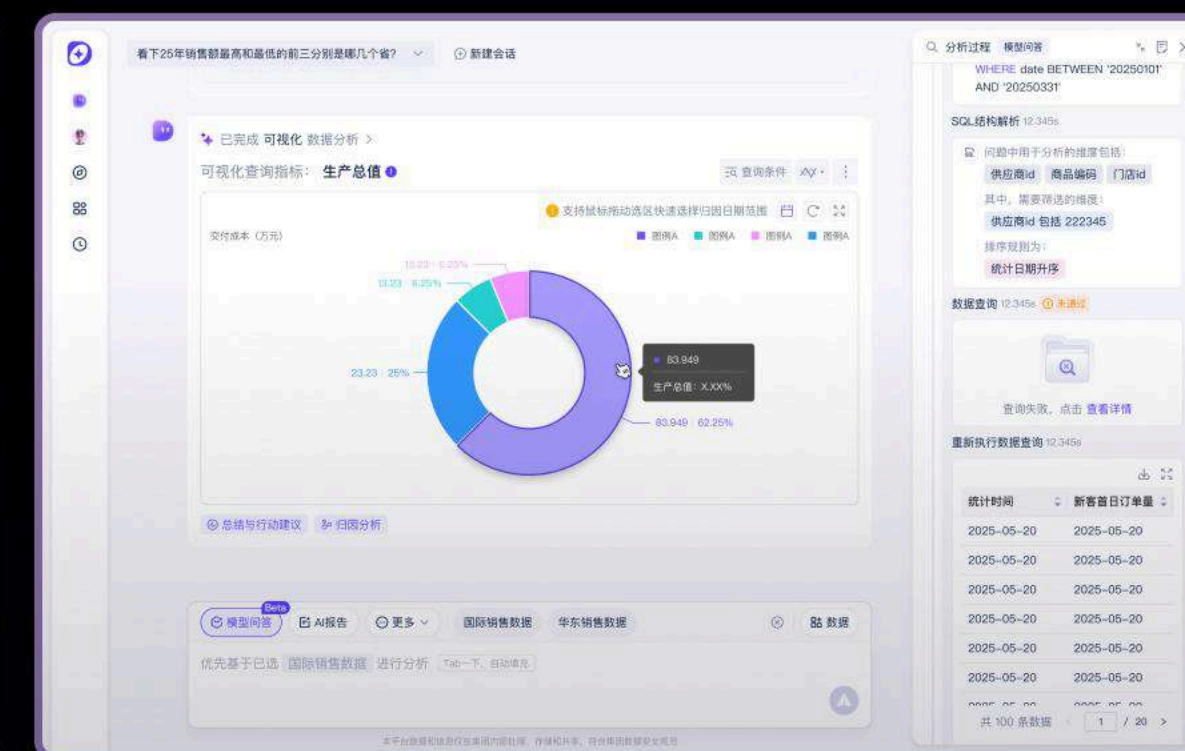
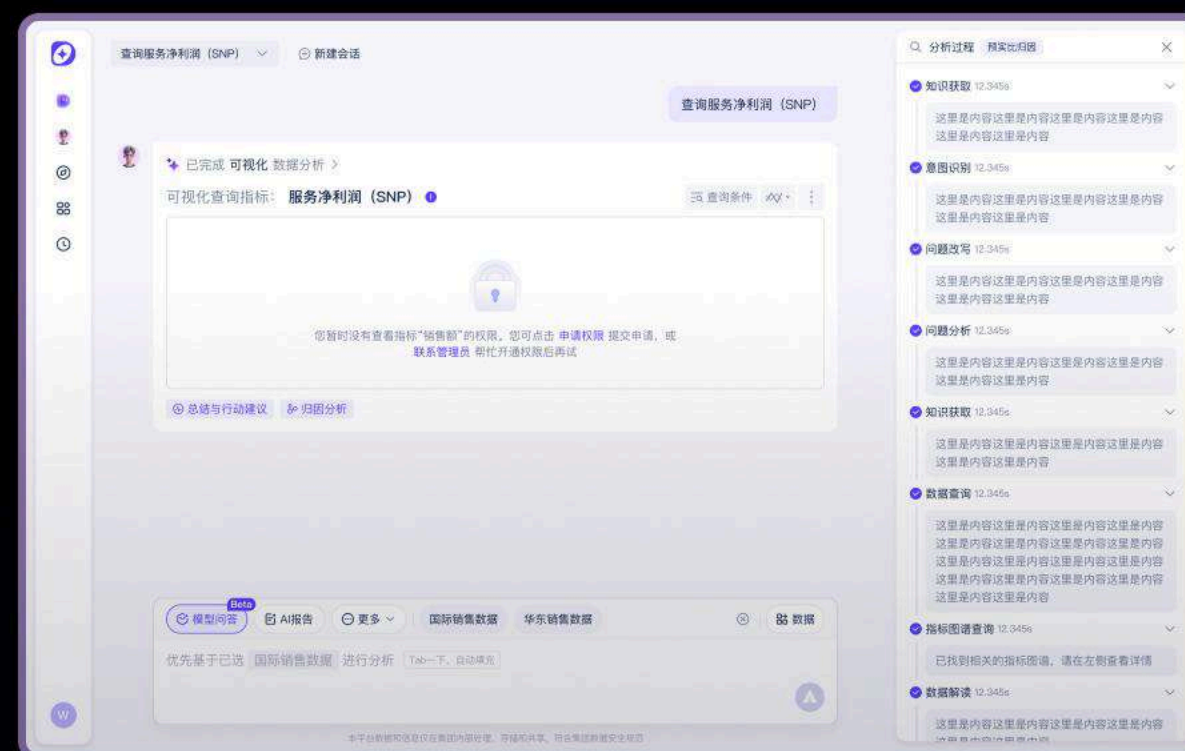
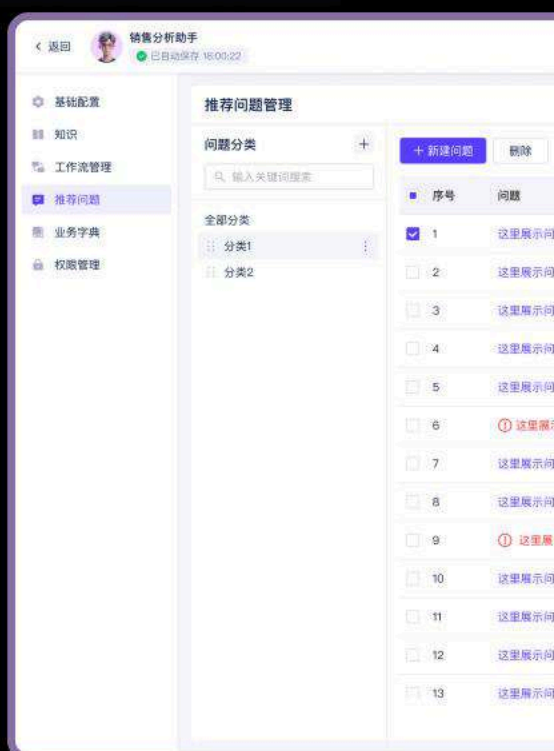
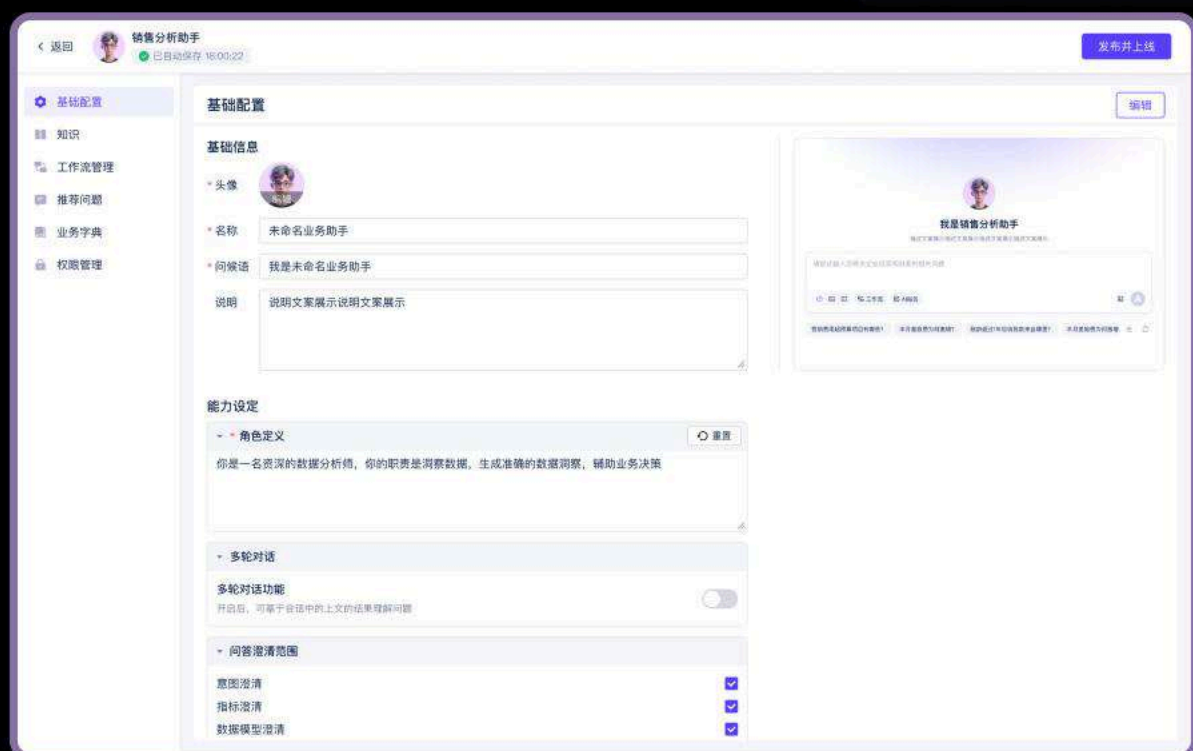
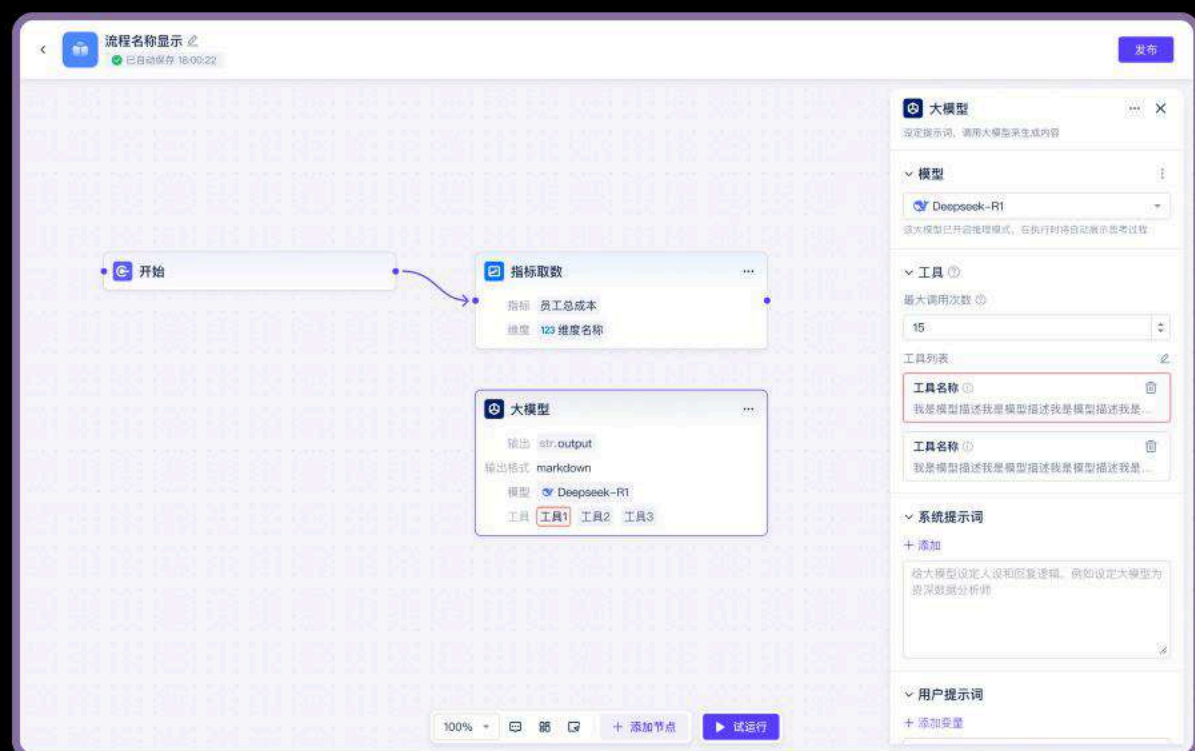
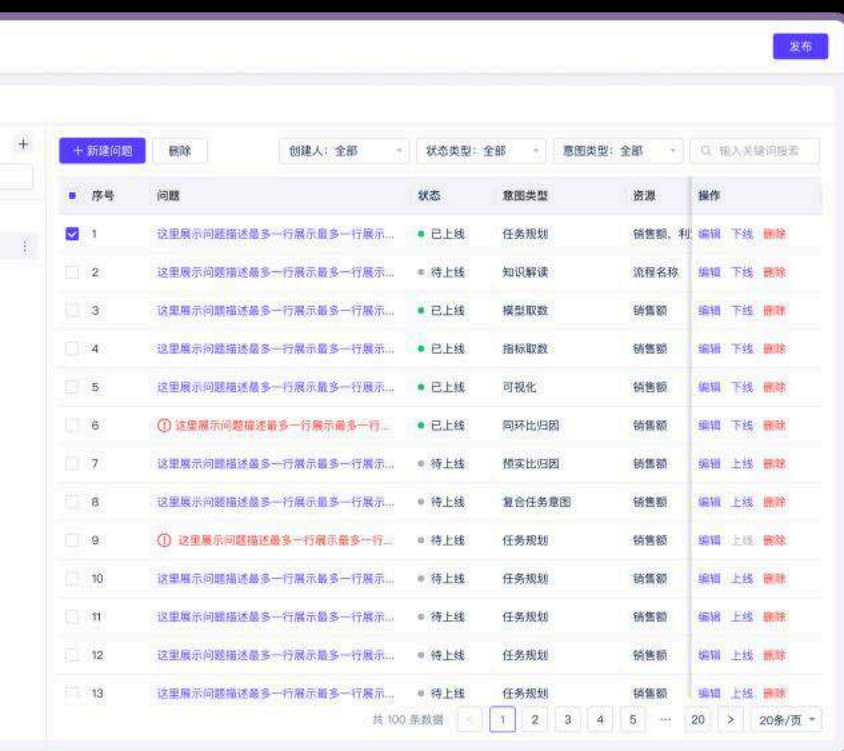
回顾「网易知数」，我首次感受到Agent产品与常规产品开发流程的差异，我们通过LLM规划、Prompt润色、效果测试，甚至Vibe Coding等方式，试图建立传统交互与AI时代的桥梁。同时，在「有数BI」的侧边栏导航改造、看板配置优化等需求中，我也提升了“用设计适应业务”的核心能力

是否加入大模型闲聊功能？

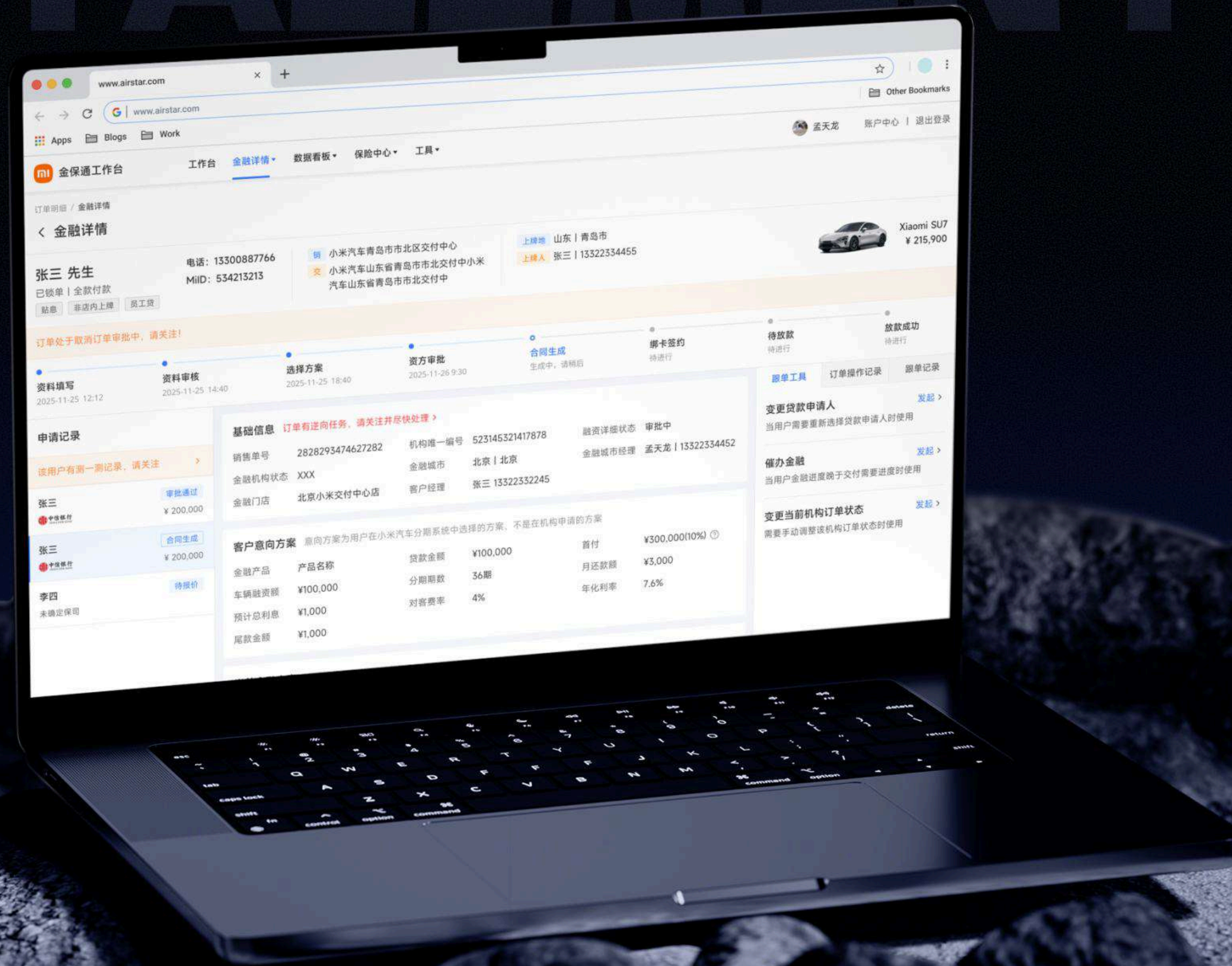
GPT的Emoji可以支持频率配置

对标“小龙虾”，如何强调优势？

采用循环节点拓展「工作流」功能



CAR INSTALLMENT MANA



金保通

汽车金融CRM系统

金保通是由小米-天星数科设计研发的汽车金融客户订单管理系统，主要包含汽车分期与汽车保险两大业务。

我负责该产品25年迭代，主要包含销售金融跟单、数据看板、续保部分等页面的设计交付+走查，以及相关规范制定补充。



为什么需要金保通？

小米汽车上市爆单，大量订单集中释放，交付周期拉长。期间汽车分期、汽车保险两大模块因人员管理复杂，多类订单处理困难等问题导致金融流失，亟待汽车分期+保险一体化平台高效管理进行企业创收

发现问题：爆单导致交付放缓，低效导致金融流失

销售跟单结构与交互优化

信息获取效率提升

直观的分期激励模式

多任务派发的路径统一

汽车分期

加速跟单与审批速度

汽车保险

提升车主续保渗透率

复杂线索的高度整合

提升保单补录效率

目标管理加入可视化

移动便携场景下的映射

最终目标：实现交付压力下的金融业务稳定

产品结构与基础流程

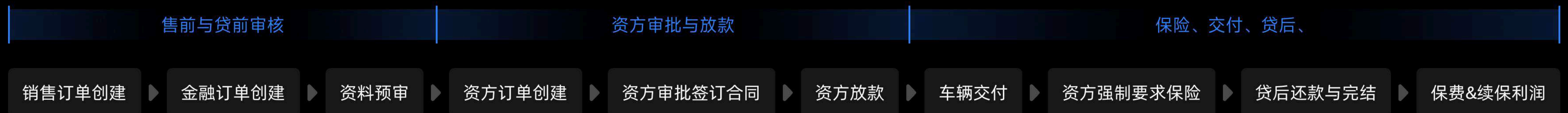
金保通目前结构与对应角色

金保通目前结构分为后台、桌面端、移动端。由于管理后台为开发自搭建，本次主要围绕桌面端与移动端进行展开

管理后台	前/后台管理 页面配置、权限订单、角色跟单、用户任务	企业主体 新增/编辑企业	通知与考勤 通知派发、打卡管理	组织管理 新增/编辑组织	系统管理员、运维员
桌面端	订单中心 购车订单、金融订单、资方订单、逆向任务、测一测	账户 管理账户（新增/编辑）	保险 保险订单、续保线索、保单补录	数据看板 分期看板、保险看板	中台、区域、销售、交付 保险作业人员
移动端	跟单 销售订单、资方订单、金融跟单、逆向任务、测一测	我的 我的组织、可管理账户、打卡记录	通知 消息记录、订阅管理	数据看板 分期看板、保险看板	区域、销售 保险作业人员

一笔汽车金融订单的基础流程

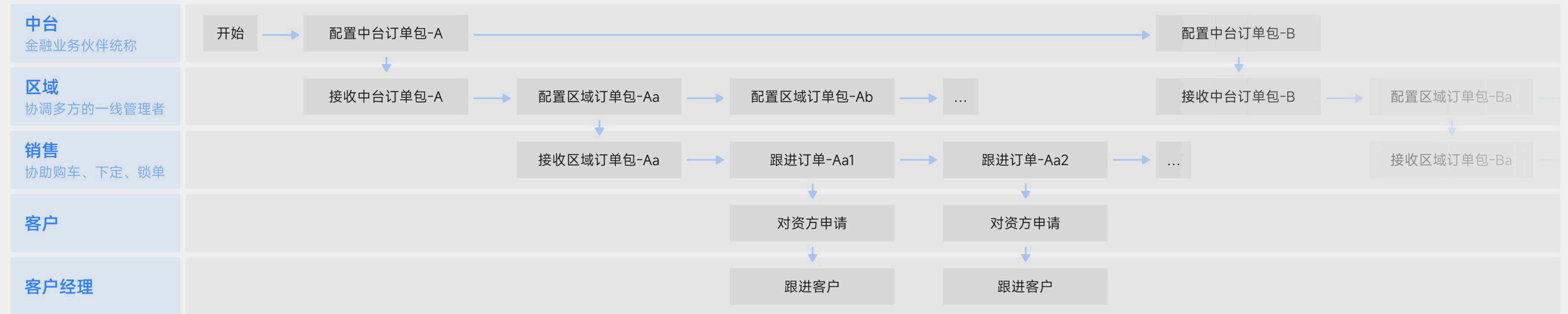
呈现汽车分期与汽车保险构成的完整流程线路，本项目主要作用于加速多方流程审批与订单跟进管理效率。



如何让销售跟进金融订单

引入订单包概念

销售与金融强相关，未来需长期介入金融流程，面对数以千计的金融订单，引入**订单包概念**，以“一包多单”的形式**逐级下放**，保证销售跟进效率，并在截止日期前回收



业务场景拆分+设计策略

依据用户行为可划分为三个场景，分别是订单包的创建与下发、订单包信息获取、订单的回收与跟进，并针对场景进行了设计策略的构思

场景1

订单包创建与下放

中台发布订单包→区域发布订单包→销售接受。这一过程需要不同角色共同作业

场景2

订单包信息获取

中台、区域可对订单包详情信息及策略方案进行查看，为下一步操作提供依据

场景3

订单跟进与回收

由销售在移动端进行跟单记录，区域、中台在桌面端可进行订单回收等操作



策略1

订单包快捷操作

针对不同角色进行页面开放，模块分区，需要展示上级内容新增表单的高效配置体验、

策略2

信息获取清晰全面

针对表格字段显示优化、提升表格屏幕占比，反显长文本折叠状态、

策略3

移动端高效跟进

轻量化操作、筛选层级优化、移动端优势：快捷语音输入、快速跳转拨号

依据角色差别进行页面结构调整

问题

“区域”作为一线管理者，需要负责“接受中台订单包、创建区域订单包，监管与回收跟单”等多个任务。因初版页面结构混乱，在多页切换时常出现任务指向不明、操作效率低下等问题

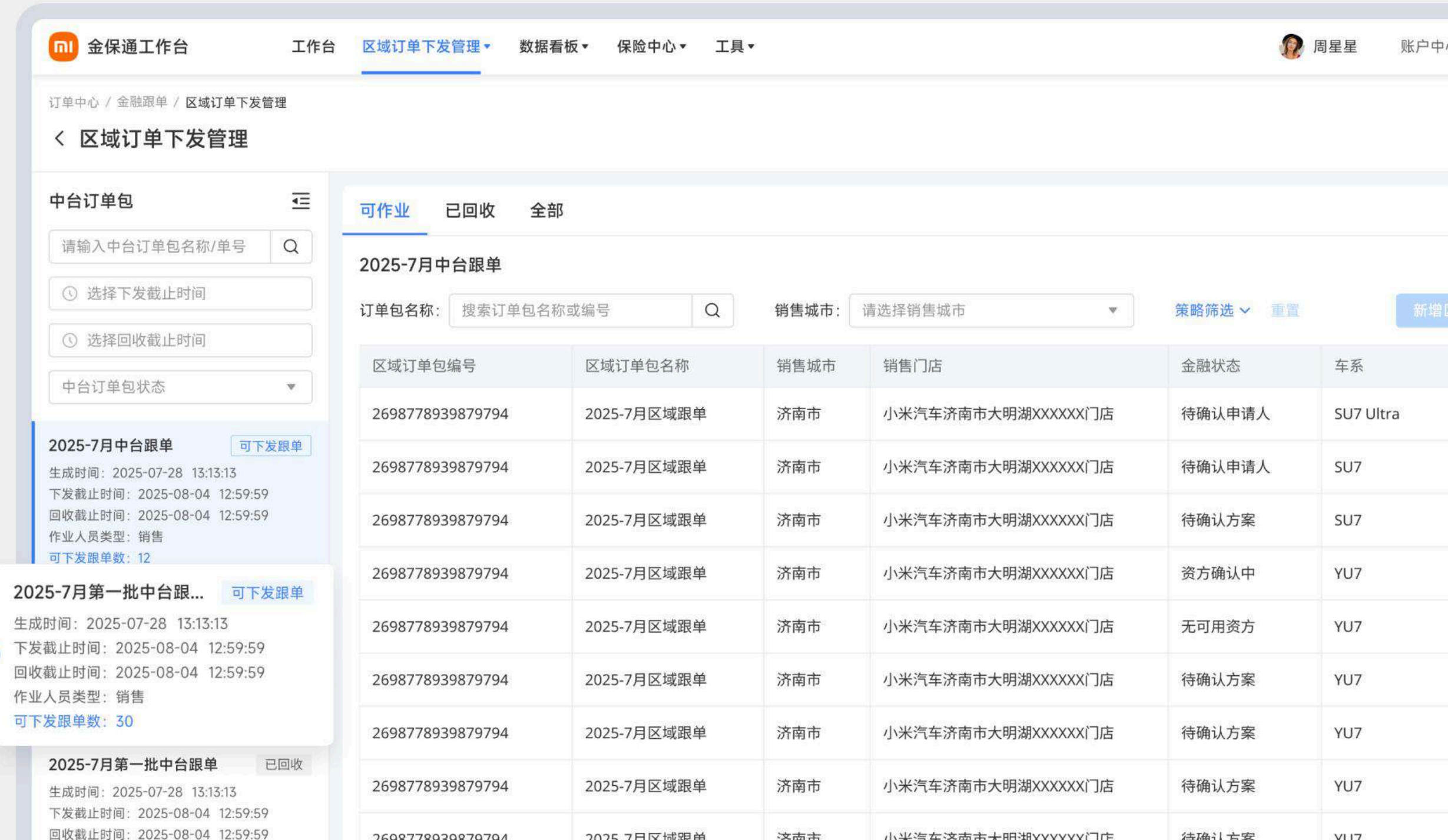


解决方案

针对场景与角色，再梳理页面结构/名称，确保用户对当前任务具有明确感知；通过区分权限，只提供负责页面入口，引入信息卡片侧栏显示上级订单包信息，串联起整个销售金融跟单模块的订单包创建+下放流程

角色	1.0 结构命名	2.0 页面命名
中台	中台订单下发管理	中台订单下发管理
区域	中台订单包	区域订单下发管理
区域	区域订单包	金融跟单管理
销售	金融跟单任务	金融跟单任务

区域视图下的中台订单包



优化订单包进程的新增体验

区域订单包如何创建→自行配置，条目多、重复频繁

中台订单包可通过导入文件+表单快速新增，且周期内通常仅需布置约1~3次，但区域订单包作为二级订单包，要求区域在中台订单包内手动配置，且条目众多，需要多次重复新增，需要优化订单包生成流程减少作业重负工作

策略记录：不用重复填写表单

快速筛选模式：整理2个常用筛选字段，整理为快速筛选模式，此时无法进行新增

2025-7月中台跟单

订单包名称: 销售城市:

策略筛选模式：切换后，可同时进行筛选与配置，此时可新增（反显外部策略记录）

2025-7月中台跟单

销售城市: 销售门店: 金融状态:

车系: 支付方式: 锁单时间: 至

贷转全标识: 下发标识:

区域订单包编号	区域订单包名称	销售城市	销售门店	金融状态	车系	支付方式
2698778939879794	2025-7月区域跟单	济南市	小米汽车济南市大明湖XXXXXX门店	待确认申请人	SU7 Ultra	● 全款
2698778939879794	2025-7月区域跟单	济南市	小米汽车济南市大明湖XXXXXX门店	待确认申请人	SU7	● 分期

为什么不采用记忆功能？

在表格视图可以清晰看到同类别订单包数目、在表单视图能够快速地获取全部配置信息

新增订单包-抽屉：由策略记录与区域订单包基础字段组成

新增订单包

策略记录

*左侧为筛选项，右侧为筛选条件

锁单时间: 2025-07-28 12:55:55

销售城市: 杭州市, 拉萨市, 贵阳市, 邯郸市, 石家庄市, 唐山市, 武汉市, 长沙市, 北京市, 南京市, 宁波市, 徐州市, 沈阳市, 上海市, 晋城市, 长治市, 成都市, 天津市

销售门店: z1旺彤202312270936, 小米之家湖北武汉小米测试店, z1销售子店10, 小米之家河南郑州金水区正弘城店汽车销售店, 小米之家抽成比例专卖店, 小米之家专卖融合店Li专卖店, 小米之家专卖融合专卖店, 小米之家直营店车...

展开全部 (204项)

支付方式: 全款

金融状态: 待确认申请人, 待确认新申请人 (已换人), 待确认方案, 资方确认中, 无可用资方, 提前进件: 待授权, 提前进件: 待确认上牌人, 提前进件: 待提交订单给资方, 待提交订单给资方, 资方进件提交中: 重复进件, 资方进件...

展开全部 (27项)

车系: SU7

贷转全标识: 是

中台订单包总数 100 可见订单数量 33 本次选择订单数 10

生成区域订单包

*区域订单包名称: *回收截止时间:

订单包说明:

0/200

无需重复填写

新增按钮不再置灰

信息获取效率提升

表格字段优化

为提升作业人员浏览效率，对原型表格进行字段优化，此处以中台页面为例简述优化逻辑

中台订单包编号	中台订单包名称	中台订单包状态	生成时间	下发截止时间	回收截止时间	实际回收时间	下发订单数	已作业订单数	操作
2698778939879794	20251月订单v1.1	可下发	2025-08-12 12:00:00	2025-08-12 12:00:00	2025-08-12 12:00:00	2025-08-12 12:00:00	28	28	查看详情 一键回收
2698778939879794	20251月订单v1.1	可下发	2025-08-12 12:00:00	2025-08-12 12:00:00	2025-08-12 12:00:00	2025-08-12 12:00:00	28	28	查看详情 一键回收
2698778939879794	20251月订单v1.1	可下发	2025-08-12 12:00:00	2025-08-12 12:00:00	2025-08-12 12:00:00	2025-08-12 12:00:00	28	28	查看详情 一键回收

横向滑动区域

中台订单包编号	中台订单包名称	订单包状态	可下发订单数	订单作业情况	下发截止时间	回收截止时间	生成时间	实际回收时间	操作
2698778939879794	20251月订单v1.1	可下发	18	72 / 126	2025-08-12 12:00:00	2025-08-12 12:00:00	2025-08-12 12:00:00	2025-08-12 12:00:00	查看详情 一键回收
2698778939879794	20251月订单v1.1	可下发	15	34 / 126	2025-08-12 12:00:00	2025-08-12 12:00:00	2025-08-12 12:00:00	2025-08-12 12:00:00	查看详情 一键回收
2698778939879794	20251月订单v1.1	可下发	12	106 / 126	2025-08-12 12:00:00	2025-08-12 12:00:00	2025-08-12 12:00:00	2025-08-12 12:00:00	查看详情 一键回收

横向滑动区域

表格屏占比变化 **38%** → **56%** → **63%**

按优先级排序

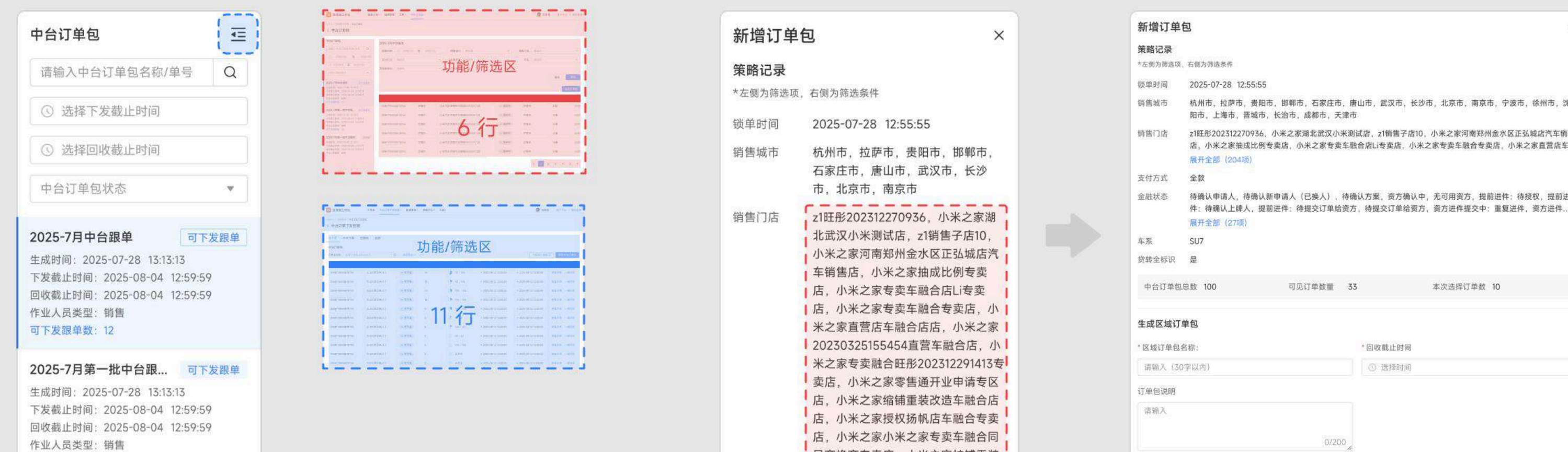
由根据中台操作习惯得到“订单数”与“截止时间”信息优先级较高，将相关字段前置，无需多次横向滑动获取信息，后移“生成时间”、“回收时间”等需求较低的字段

添加可视信息

- 1、订单包状态标签样式，在“全部”视图下便于区分
- 2、整合“下发订单”+“已作业订单”为“订单作业情况”，显示跟单进度
- 3、截止时间增加预警标识（红、黄、绿），辅助下发与回收判断

小屏用户问题：一屏需完整呈现内容

开发同学小姜用16寸笔记本浏览初版原型时，出现一屏显示行数少、策略反显过长 严重遮挡底部表单等问题



提升表格屏占比

采用高级筛选折叠使用频率较低的筛选项、集成功能区优化按钮排布，分页器添加可控行数，表格行数能根据需要呈现最佳状态，侧边筛选卡片增加收起状态，在需要时可避免表格横向滑动

长文本反显添加折叠态

通过增加抽屉宽度 (360 Px → 840 Px) + 折叠态 (后方呈现项目数)，保证信息可读性与订单包操作效率。

双端场景 · 联合完成跟单

移动端便携优势：高效完成任务

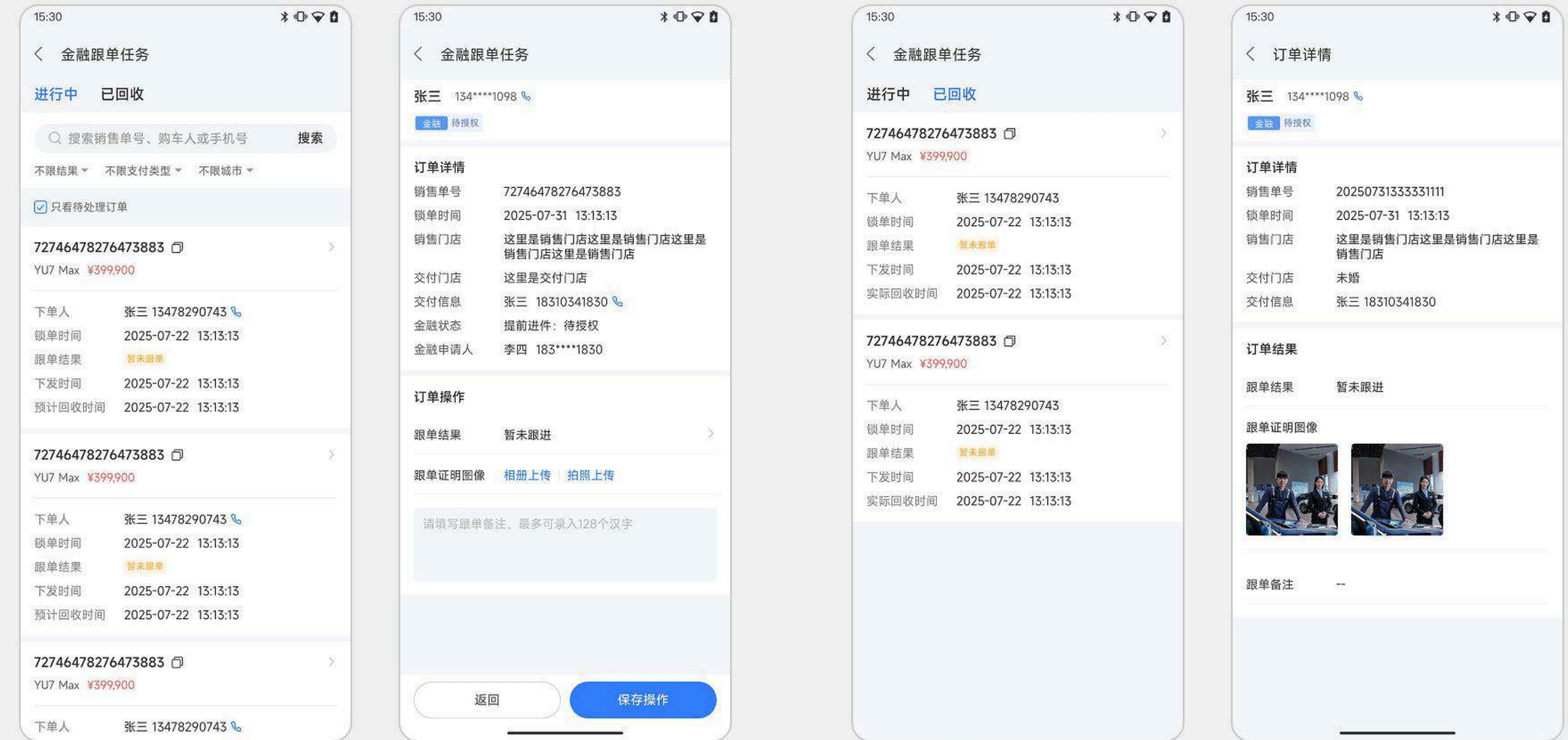
销售跟进金融订单，需要**高频**联系客户与相关人员，并更新金融跟单进度，因此将作业场景定位于金保通移动端App，移动端页面不是一味照搬，而是要充分发挥**便携优势**

卡片聚焦

利用纵向阅读模式，将单行订单变更为卡片样式，提高单个任务聚焦程度

关联手机功能

快速关联手机系统功能，例如跳转相机，跳转拨号联系，语音输入转文字，OCR，消息提醒等



桌面端管理优势：信息 操作两不误

“区域”需要关注跟单管理情况，并在截止日期前回收，可在右上角功能区进行订单包说明、查看所属订单包详情、一键回收操作



任务创建：高认知负荷导致效率下滑

初版页面：单项？多项？ 配置路径未统一造成理解成本上升

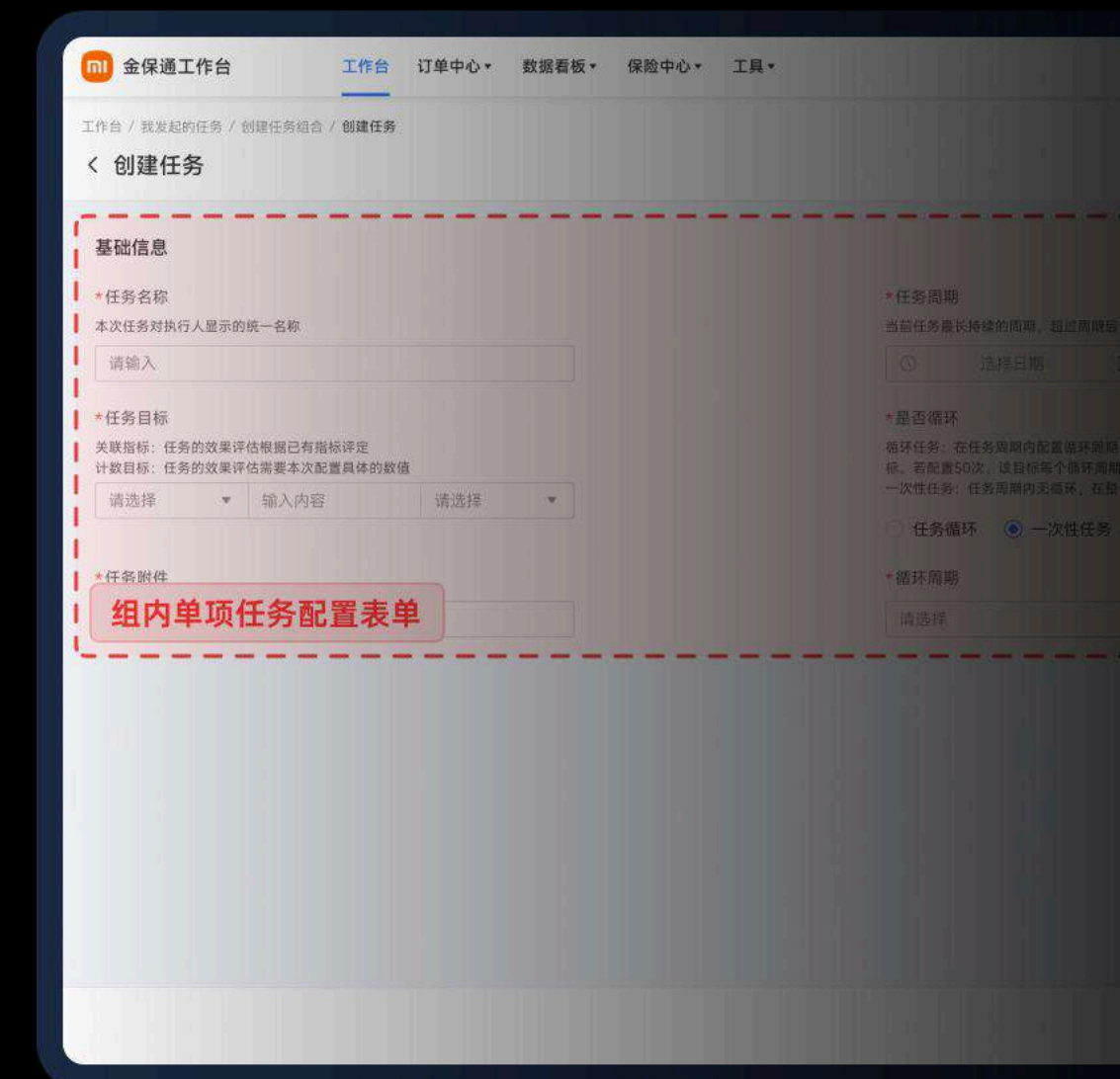
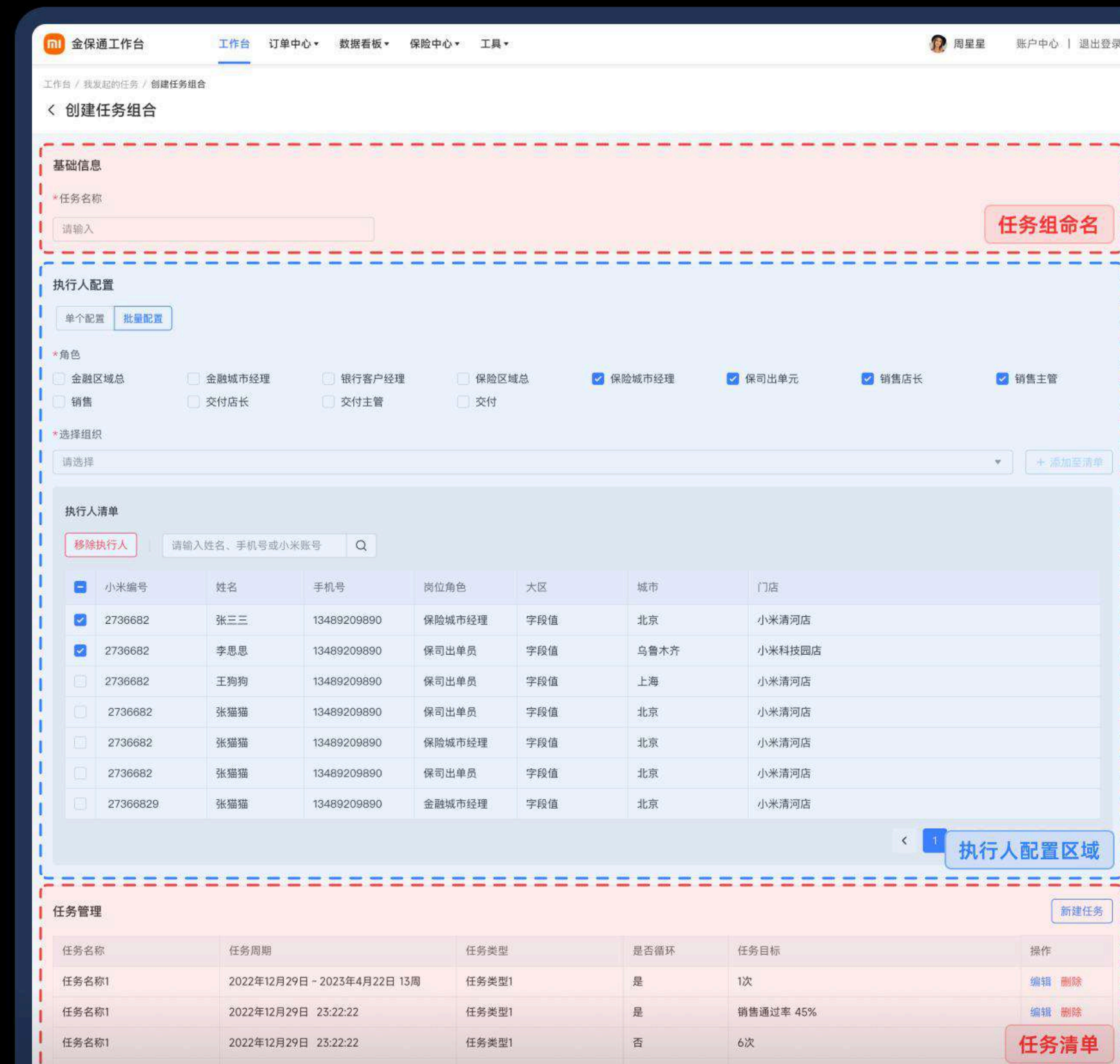
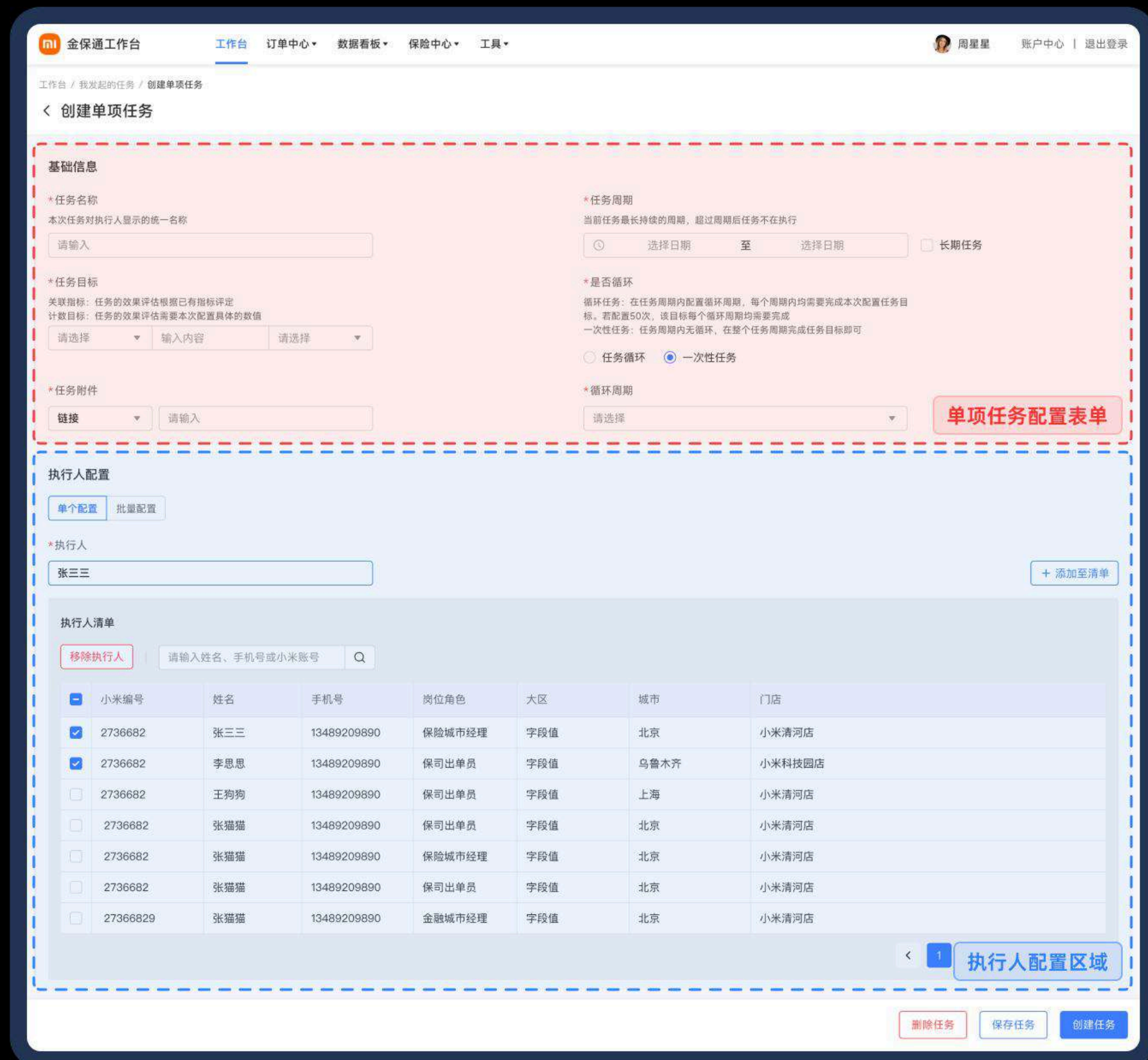
由于存在单项任务与多项任务的配置需求，原页面将两类配置表单置于不同页面层级，在进行多项任务创建时，会造成用户行为习惯的变更与理解成本上升，实际体验后发现根本原因：[任务创建路径的差异导致页面层级混乱](#)。

单项任务创建

任务配置 → 执行人配置 → 任务发布

任务组合创建

任务组命名 → 执行人配置 → 任务清单新建 ↔ 任务配置 → 任务发布



不断跳转新页面，
操作思路易被打断

路径统一：卡片配置区域

统一创建路径

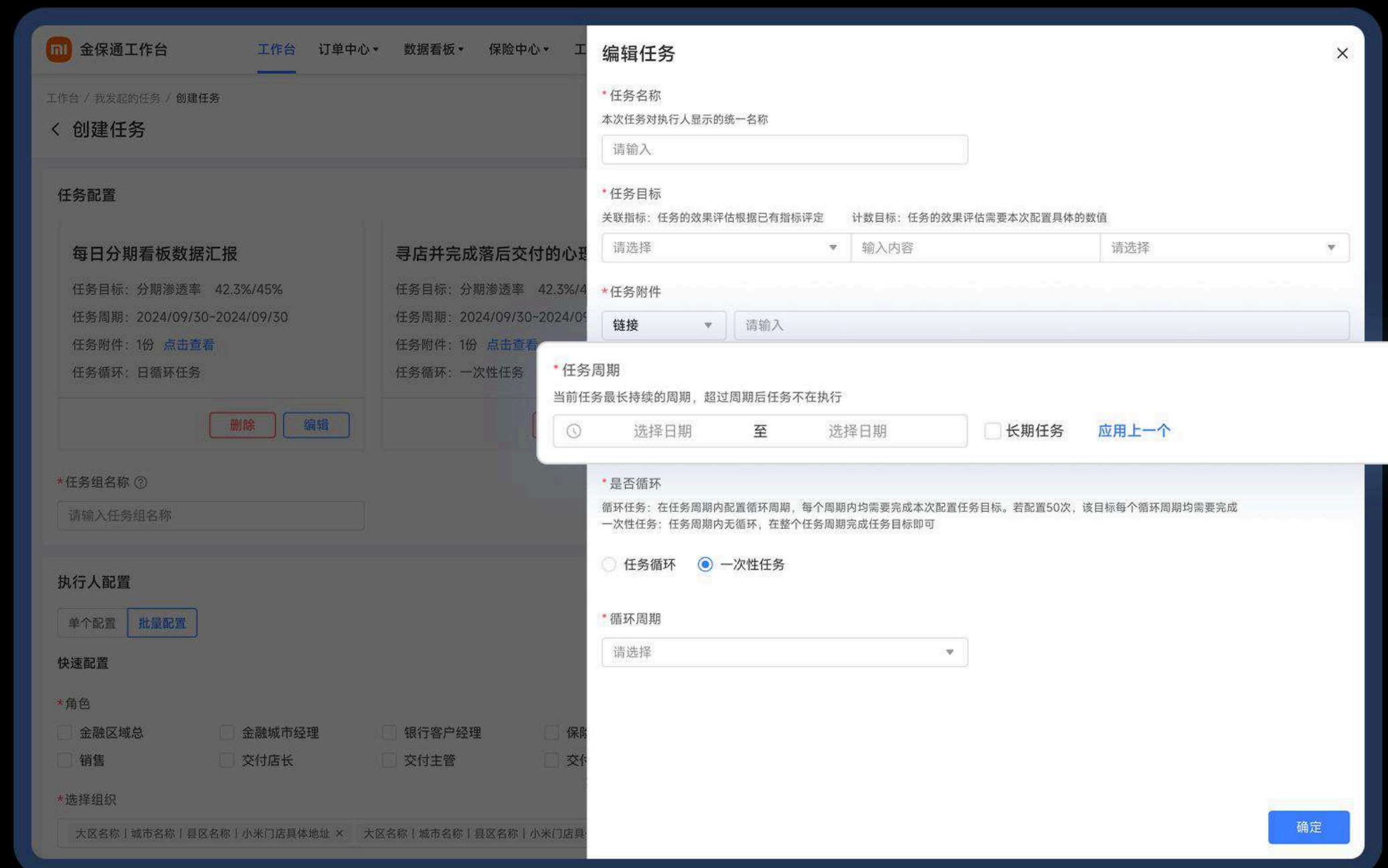
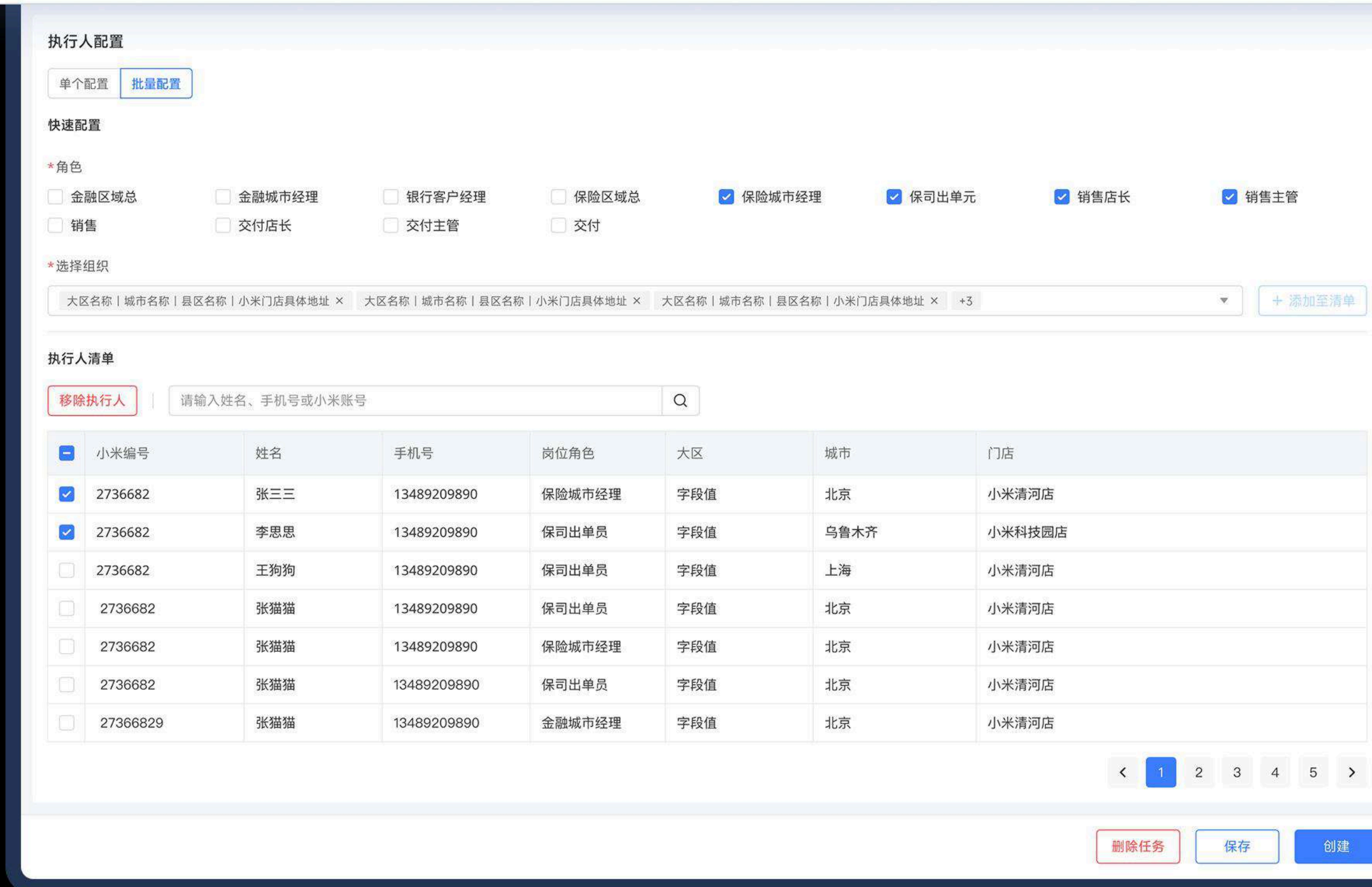
任务清单新建 \rightleftarrows 任务配置 \rightarrow 执行人配置 \rightarrow 任务发布

为什么选用卡片形式

“卡片形式”相较“任务清单表格”能提供更快速的浏览与识别效果，保证用户可纵观多个任务个体，快速做出“增、删、改”操作，而不是逐条阅读表格导致效率低下

增强操作连续性：配置/编辑 统一收入右侧抽屉

相较跳转新页面，抽屉表单对频繁配置操作的打断程度较低，为减少重复操作，在任务周期中设置“应用上一个”快捷操作，提升填写效率



汽车保险业务规划

现保险业务结构

金保通保险业务由“线索、保单、数据”构成，本次设计主要对续保内容做阐述，旨在解决因续保作业模式发生变更（保司续→客服续）导致的系列问题，最终提升人员作业效率与续保转化率。



续保与新保的作战区别

“新保”作为金融与交付的必需节点（交付车辆前风险管控的强制要求），致力于“流程嵌入”与“加速审批”，从而实现快速交付；而“续保”部分可以理解为客户资源拉取，将会在客户用车期间呈周期性生成线索并跟进续保，更倾向于“主动出击”



续保线索：信息高度整合方式

模式变更导致系统生成多条线索，急需场景集成车保信息+跟进工具，引导新保险作业人员高效追踪线索

优化头部信息增加屏效



1.0

上下间距为40，车辆信息与标题分行处理，虽保证了信息可读性，但导致头部屏幕占用率过高（≈40%）

2.0

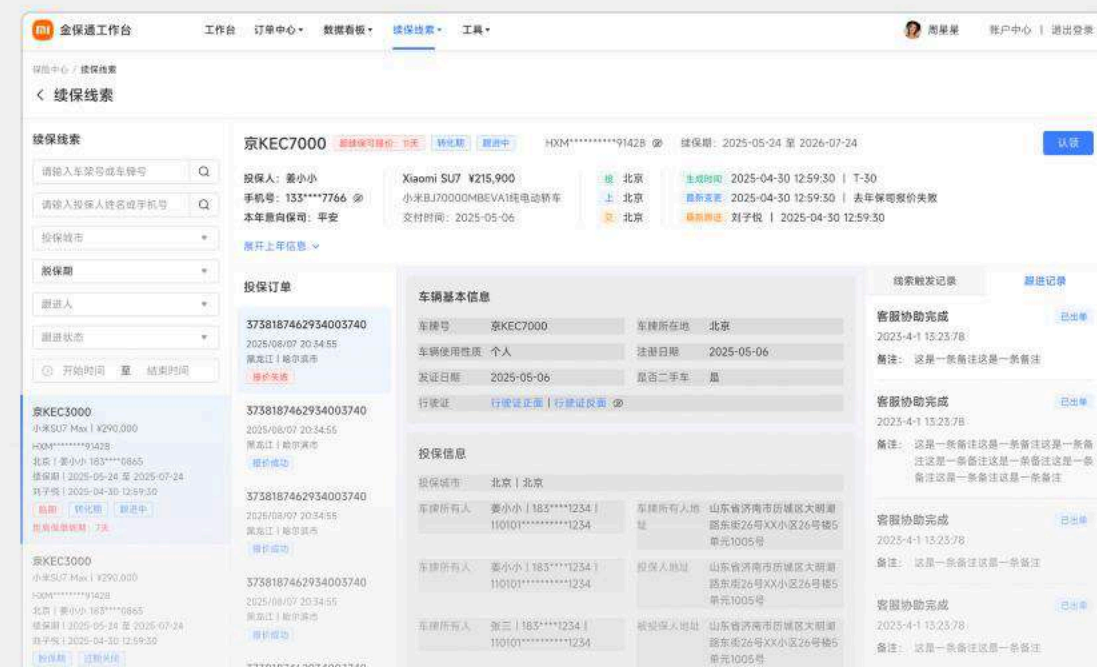
采用20上下间距，调整按钮位置，优化空间但信息过于密集

3.0

上年信息作为非常用项，新采用折叠态，同时对标签进行简化

复杂页面的窗口适配（1440×900）

产品会单独找开发补充所需页面，由于信息集中，有时会出现此类四列超复杂页面，不同屏幕的适配出现差异，小屏机型常遇到分行错乱问题导致阅读感受极差，我代表设计侧对该类页面额外沟通适配规则



线索触发记录

7天后保单到期
2023-4-1 13:23:7

核保失败
2023-4-1 13:23:7

全部保司报价失败
2023-4-1 13:23:7

上年投保保司报价
2023-4-1 13:23:7

预报价失败、全
2023-4-1 13:23:7

续保T-30
2023-4-1 13:23:7

续保T-1
2023-4-1 13:23:7

京KEC7000 距续保可报价: 11天 转化期 跟进中 HXM*****91428 续保期: 2025-05-24 至 2026-07-24

投保人: 姜小小 手机号: 133****7766 本年意向保司: 平安
Xiaomi SU7 ¥215,900 小米BJ70000MBEVA1纯电动轿车 交付时间: 2025-05-06
投 北京 生成时间 2025-04-30 12:59:30 | T-30
上 北京 最新变更 2025-04-30 12:59:30 | 去年保司报价失败
交 北京 最新跟进 刘子悦 | 2025-04-30 12:59:30

展开上年信息

投保订单

3738187462934003740
2025/08/07 20:34:55
黑龙江 | 哈尔滨市
报价失败

3738187462934003740
2025/08/07 20:34:55
黑龙江 | 哈尔滨市
报价成功

3738187462934003740
2025/08/07 20:34:55
黑龙江 | 哈尔滨市
报价成功

3738187462934003740
2025/08/07 20:34:55
黑龙江 | 哈尔滨市
报价成功

3738187462934003740
2025/08/07 20:34:55
黑龙江 | 哈尔滨市
报价成功

3738187462934003740
2025/08/07 20:34:55
黑龙江 | 哈尔滨市
报价成功

续保线索

请输入车架号或车牌号

请输入投保人姓名或手机号

投保城市

脱保期

跟进人

跟进状态

开始时间 至 结束时间

京KEC3000
小米SU7 Max | ¥290,000
HXM*****91428
北京 | 姜小小 183****0865
续保期 | 2025-05-24 至 2025-07-24
刘子悦 | 2025-04-30 12:59:30
距续保可报价: 11天 转化期 跟进中

京KEC3000
小米SU7 Max | ¥290,000
HXM*****91428
北京 | 姜小小 183****0865
续保期 | 2025-05-24 至 2025-07-24
刘子悦 | 2025-04-30 12:59:30
距续保可报价: 13天 转化期 跟进中

京KEC3000
小米SU7 Max | ¥290,000
HXM*****91428
北京 | 姜小小 183****0865
续保期 | 2025-05-24 至 2025-07-24
刘子悦 | 2025-04-30 12:59:30
保单已过期: 7天 脱保期 过期关闭

京KEC3000
小米SU7 Max | ¥290,000
HXM*****91428
北京 | 姜小小 183****0865
续保期 | 2025-05-24 至 2025-07-24
刘子悦 | 2025-04-30 12:59:30
保单已过期: 7天 脱保期 过期关闭

车辆基本信息

车牌号	京KEC7000	车牌所在地	北京
车辆使用性质	个人	注册日期	2025-05-06
发证日期	2025-05-06	是否二手车	是
行驶证	行驶证正面 行驶证反面		

投保信息

投保城市	北京 北京		
车牌所有人	姜小小 183****1234 110101*****1234	车牌所有人地	山东省济南市历城区大明湖路东街26号XX小区26号楼5单元1005号
车牌所有人	姜小小 183****1234 110101*****1234	投保人地址	山东省济南市历城区大明湖路东街26号XX小区26号楼5单元1005号
车牌所有人	张三 183****1234 110101*****1234	被保险人地址	山东省济南市历城区大明湖路东街26号XX小区26号楼5单元1005号
投保人邮箱	32XX1345@qq.com		
投保人影像件	身份证人像面 身份证国徽面		
其他像件	身份证人像面 身份证国徽面		

保险方案

尊享版套餐 核保时间: 2024-11-08 16:30:00

平安保险	阳光保险	中国人民保险	太平洋保险
------	------	--------	-------

险种	保额	保费
交强险		¥1,000.00
商业险		¥4,211.16
机动车辆损失险	¥312,320	¥2,720.91
附加外部电网故障损失险	投保	¥92.53
机动车第三者责任保险	¥312,320	¥1,397.72
驾乘险		¥388.00
合计保费		¥5,599.16

保单补录：解析保单后如何编辑

续保跟进后，进入保单补录环节

导入电子保单并解析

每一份保单都会对应生成Tab，显示对应解析信息，并提供编辑

基本信息：核查+编辑

由车辆与人员信息组成，添加记忆填充功能实现快捷操作

保险信息：核查+编辑

由保险基本信息、保险表格、备注组成，其中不同险种对应的保额类型也不同

保险信息表格的原位编辑+批量操作

为什么需要快捷操作

解析结果不稳定、商业险类型多
→需要快速进行新增与编辑

尝试了哪些形式

原型中的类Excel“罗列+实时”模式，占用多且难开发；
又由于字段少但险种多的特点不适合抽屉新增

最终采用原位编辑+批量操作

原表格直接编辑，最大程度维持当前作业状态；
遇到解析出错，直接全选+批量删除/编辑



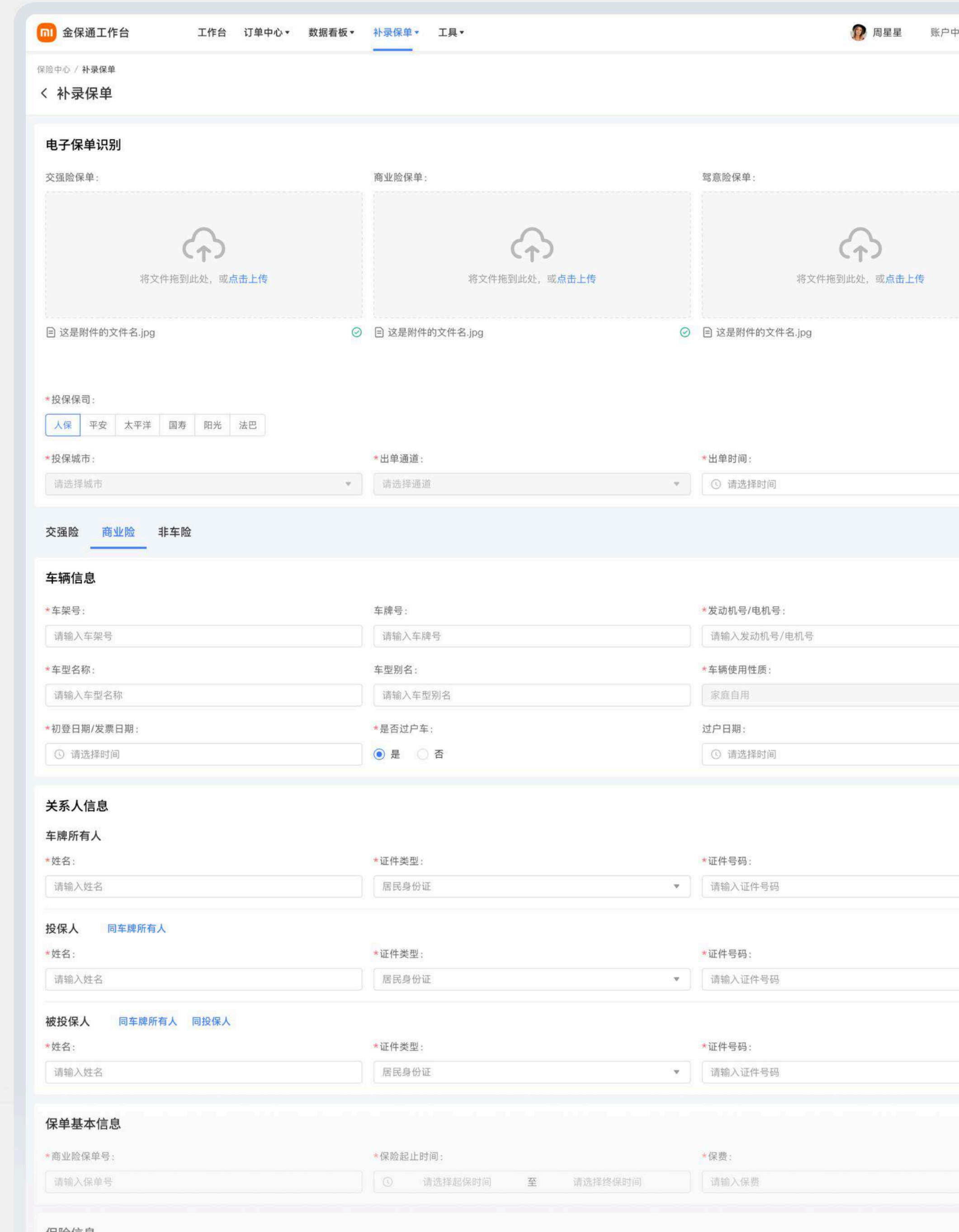
保险信息

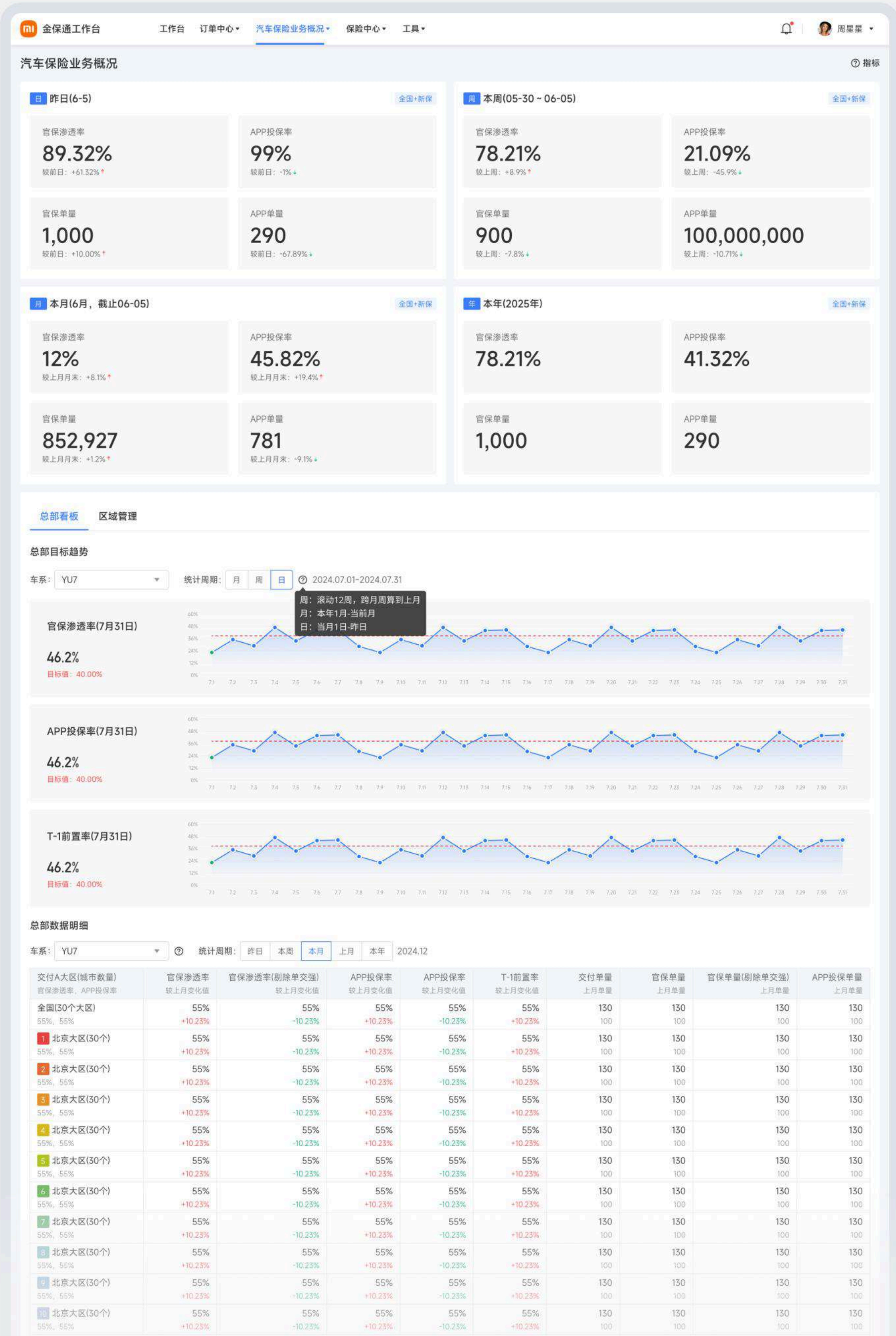
按钮置于更合理的F型视觉动线上，区分批量操作与单行操作

名称	保额	保费 (元)	操作
<input type="checkbox"/> 机动车损失险	投保	325.00	编辑 删除
<input type="checkbox"/> 机动车损失险	投保	325.00	编辑 删除
<input checked="" type="checkbox"/> 第三者责任险	代缴	325.00	保存 取消
<input checked="" type="checkbox"/> 机动车损失险	投保	325.00	保存 取消

商业险保费合计: ¥ 28,00.00

保额枚举值由险种决定





保险看板：目标趋势可视化

极速比对：图表的结构与交互说明

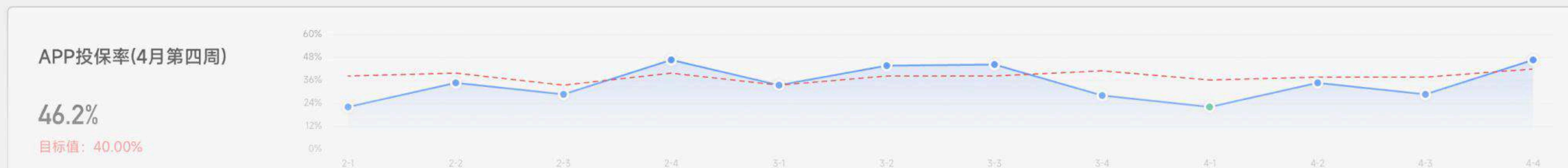
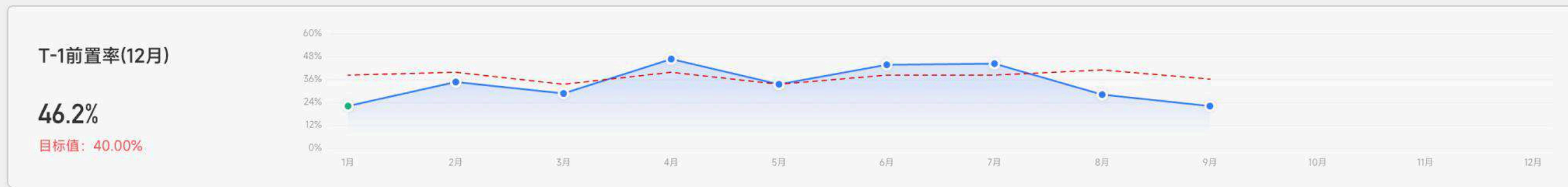
折线图卡片

目标趋势折线图由实际指标折线(蓝)与目标线(红)组成，在左侧展示当日数据利于对照



时间维度联动

周：滚动12周，跨月周算到上月 | 月：滚动12个月 | 日：滚动31日



采用集团汽车新零售系统规范

全局样式

色彩规范

主色-常规 #3D7EFF	主色-悬浮 #669EFF	主色-点击/按压 #3874EB	主色-禁用 #B8D7FF		
成功-常规 #1CB07F	成功-悬浮 #4FC99A	成功-点击/按压 #1AA275	成功-禁用 #A8E6CC		
提示-常规 #FF8514	提示-悬浮 #FFAD51	提示-点击/按压 #EB7A12	提示-禁用 #FFD08F		
警告-常规 #FF4D4F	警告-悬浮 #FF7875	警告-点击/按压 #EB4749	警告-禁用 #FFCC7		
主要文字 #333333	次要文字 #666666	说明文字 #999999	禁用 #BBBBBB	反白 #FFFFFF	超链 #3D7EFF
全局背景/表头 #F5F6FA	表格线背景色 #F9F9F9	选项卡-悬浮 #EDED	选项卡-激活 #F0F7FF	弹窗遮罩 #000000 60%	

字体规范

类型	字号	字重	操作系统	类型	字体推荐
数据-大号	40/32	Medium	MacOS	中文	PingFang SC
数据-小字号	32/24	Medium		拉丁文	SF Pro
大标题	28/20	Medium		阿拉伯文	SF Arabic
卡片一级标题	24/16	Medium	Windows	中文	Microsoft Yahei
卡片二级标题	22/14	Medium		拉丁文	Segoe UI
正文	22/14	Regular/Medium		阿拉伯文	Segoe UI
说明描述	20/12	Regular/Medium			

组件概览

金保通项目迭代频繁，复用汽车新零售系统组件库内容大幅提效，单次迭代需求平均交付时长为2天

The image displays a collection of UI components from the system's design library. It includes two calendar views for September and October 2023, an upload button with a cloud icon and text '将文件拖到此处，或点击上传', a '无网络/服务器' (No network/server) error state, a '提示文字' (Alert text) component, a time selection interface with '开始时间' (Start time) and '结束时间' (End time) pickers, a '默认选项' (Default option) component with a '24' badge, a '48小时回复及时率' (48-hour response rate) component showing '290' and '环比昨日: 10.00% ↑', a file upload progress bar for '这是附件的文件名.jpg' at 52%, a '确认下单' (Confirm order) dialog box with a table of vehicle configurations, a '+ 点击上传图片' (Click to upload image) button, and a data table with columns for '标题' (Title), '金额' (Amount), and '操作' (Action).

项目概览

This section displays a comprehensive dashboard overview. It includes a table of order statuses with columns for order ID, amount, and completion rate. A secondary table lists individual users with their respective order counts and amounts. A third table provides a summary of orders by region, such as Beijing. Additionally, there are sections for order management, including a list of orders with their current status (e.g., '可下发') and a detailed view of a specific order's information, including vehicle details and insurance status.

This interface shows a form for entering insurance premium amounts. It features a table with columns for '保费 (元)' (Premium in Yuan) and '操作' (Action). The table contains three rows, each with a value of 325.00. Below the table, there is a '商业险保费合计: ¥ 28,00.00' (Total Commercial Insurance Premium: ¥ 28,000.00) and a '重置' (Reset) button.

This dashboard is titled '西南大区目标趋势' (Southwest Region Target Trend). It displays three line charts showing trends for '官保渗透率(12月)' (Official Insurance Penetration Rate), 'APP投保率(12月)' (APP Insurance Rate), and 'T-1前置率(12月)' (T-1 Advance Rate). Each chart includes a target line and a current performance line. Below the charts, there is a '西南大区数据明细' (Southwest Region Data Details) table with columns for various metrics like '交付A大区(城市数量)' and '官保渗透率'.

This interface is for '创建任务' (Create Task). It shows a '任务配置' (Task Configuration) section with two task cards. The first card is for '每日寻店并完成后交付的心理辅导' (Daily store search and psychological guidance after completion), with a target of 42.3%/45% and a period of 2024/09/30-2024/09/30. The second card is for '每日寻店并完成后交付的心理辅导' (Daily store search and psychological guidance after completion), with a target of 42.3%/45% and a period of 2024/09/30-2024/09/30. There are '删除' (Delete) and '编辑' (Edit) buttons for each task. Below, there is an '执行人配置' (Executor Configuration) section with a '快速配置' (Quick Configuration) area and a list of roles.

This interface is for '执行人配置' (Executor Configuration). It shows a '执行人配置' (Executor Configuration) section with a '快速配置' (Quick Configuration) area and a list of roles. Below, there is an '执行人清单' (Executor List) table with columns for '小米编号' (Xiaomi ID), '姓名' (Name), '手机号' (Phone Number), '岗位角色' (Job Role), '大区' (Region), '城市' (City), and '门店' (Store). The table lists several executors with their respective details.

This summary dashboard shows key performance indicators for regional order management. It includes a '本期(05-30 - 06-05)' (Current Period) section with metrics like '放款单量' (290), '交付单量' (900), and '放款金额' (100,000,000). It also shows '交付渗透率' (99%) and '放款渗透率' (78.21%). A '本年(2025年)' (This Year) section shows '放款单量' (781) and '交付单量' (1,000). A '交付渗透率' (45.82%) is also displayed.

This interface is for '新增订单包' (New Order Package). It shows a '策略记录' (Strategy Record) section with a '新增订单包' (New Order Package) table. The table has columns for '策略城市' (Strategy City), '策略门店' (Strategy Store), '支付方式' (Payment Method), and '金融状态' (Financial Status). Below, there is a '新增订单包' (New Order Package) section with a '策略记录' (Strategy Record) table and a '新增订单包' (New Order Package) table.

This interface shows '金融详情' (Financial Details) for a specific order. It includes a '张三先生' (Mr. Zhang San) section with contact information. Below, there is a '订单还款计划' (Order Repayment Plan) table with columns for '还款日期' (Repayment Date), '还款金额' (Repayment Amount), and '还款状态' (Repayment Status). There are also sections for '申请记录' (Application Record) and '还款记录' (Repayment Record).

This interface shows '续保线索' (Renewal Lead) for a specific insurance policy. It includes a '续保信息' (Renewal Information) section with a '续保人' (Renewal Person) section. Below, there is a '续保记录' (Renewal Record) table with columns for '续保日期' (Renewal Date), '续保金额' (Renewal Amount), and '续保状态' (Renewal Status).

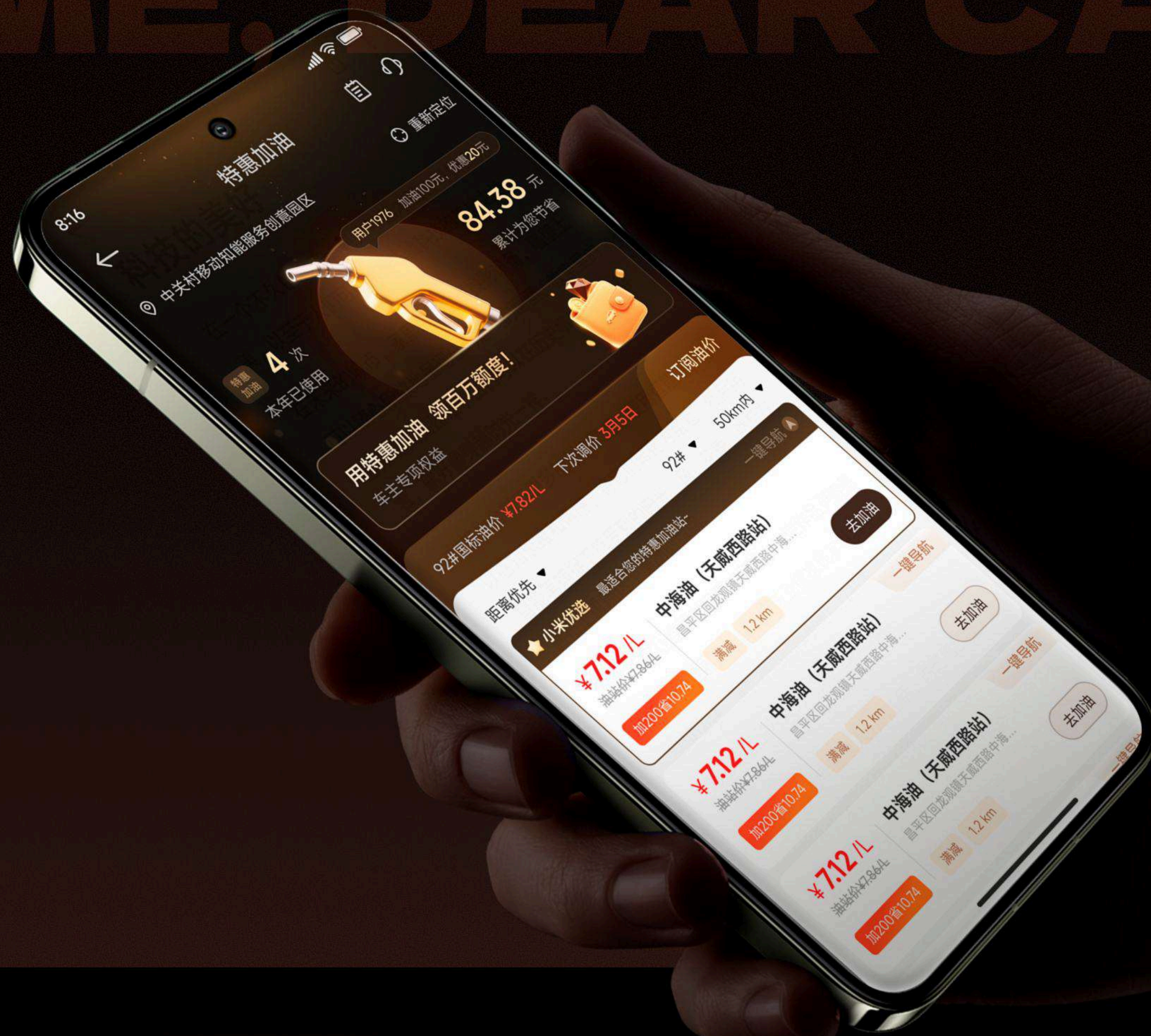
设计审核 迭代设计 初版设计

阿梓

翊涛

惠子

WELCOME, DEAR CAR OWNER



小米钱包-特惠加油

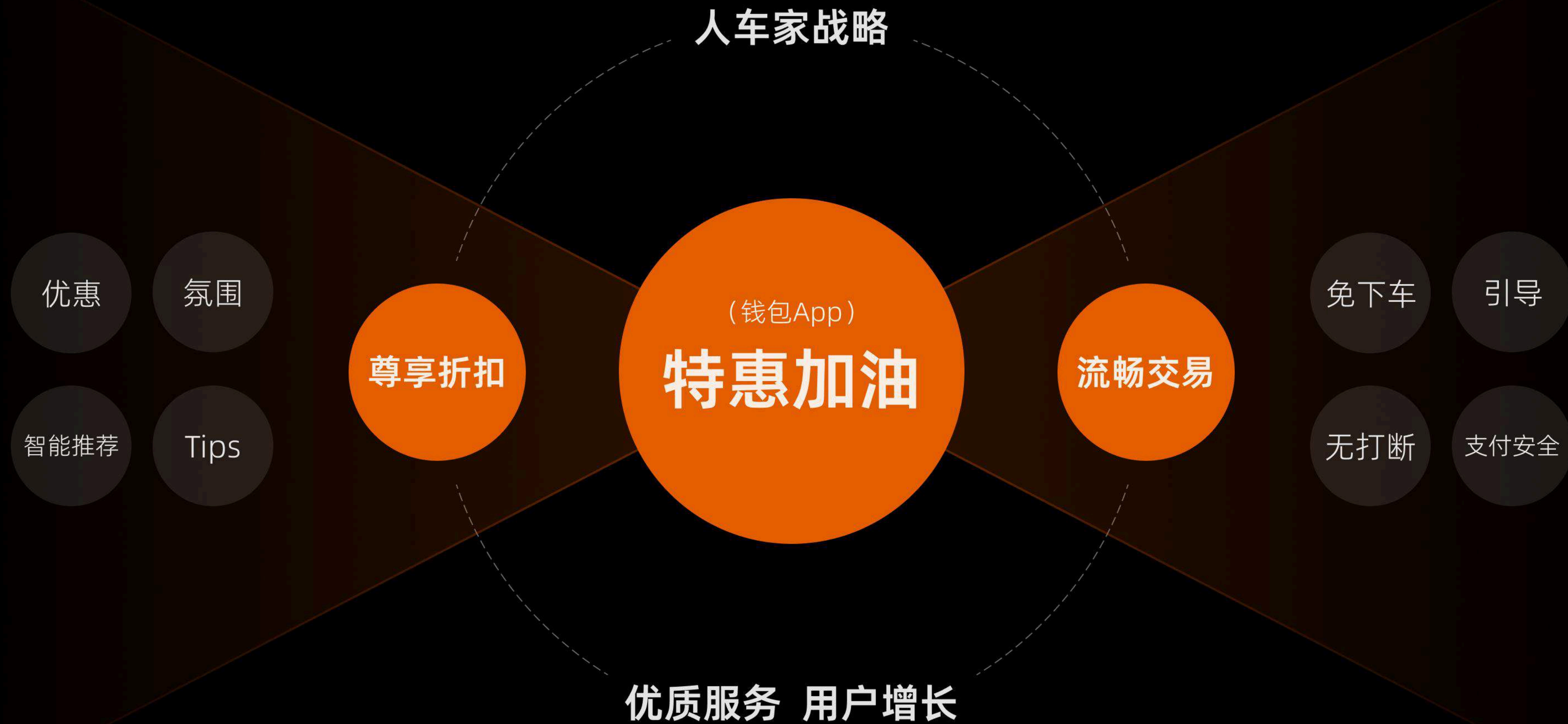
移动端专区设计

小米钱包有约三成月活用户是车主/司机，希望打造全新的**加油垂类场景**，为用户提供个性化线上支付的加油服务。本项目为基于团队产品需求的设计练习，独立完成**视觉推敲**、**痛点挖掘**、**高保真设计**等内容



项目背景与产品目标

对 美团-加油、高德地图-加油、易加油、滴滴加油 展开竞品调研，发现主流特惠加油氛围营造普遍较弱，为提升车主、司机等用户粘性，据此制定**尊享感、差异化**的首页设计目标。同时，各类竞品存在**距离限制支付**的差异，导致用户行为习惯的变化，本次设计希望优化交互逻辑，在适配不同用户习惯的情况下**减少出错**，提升**整体交易流畅度**。



首页拆解：打造心智区域



上半屏利用

本专区**车主、司机**为用户群体，首页是塑造差异、刺激用户长期使用的关键。据此在上半屏以用户行为记录为核心，以**聚焦形式构建尊享心智区域**

油价参考卡片

原型：在油站卡片3号位插入，下滑时会移出屏幕，对照价格体验割裂
优化：**固定/吸顶**在筛选栏上方，与上方区域产生联动作用，优化“比价”行为



基于用户进行视觉风格推敲

车主

司机

尊贵感、专属感

用户特点

购买力较强，钱包APP有针对产品覆盖，如贷款、保险等

设计策略

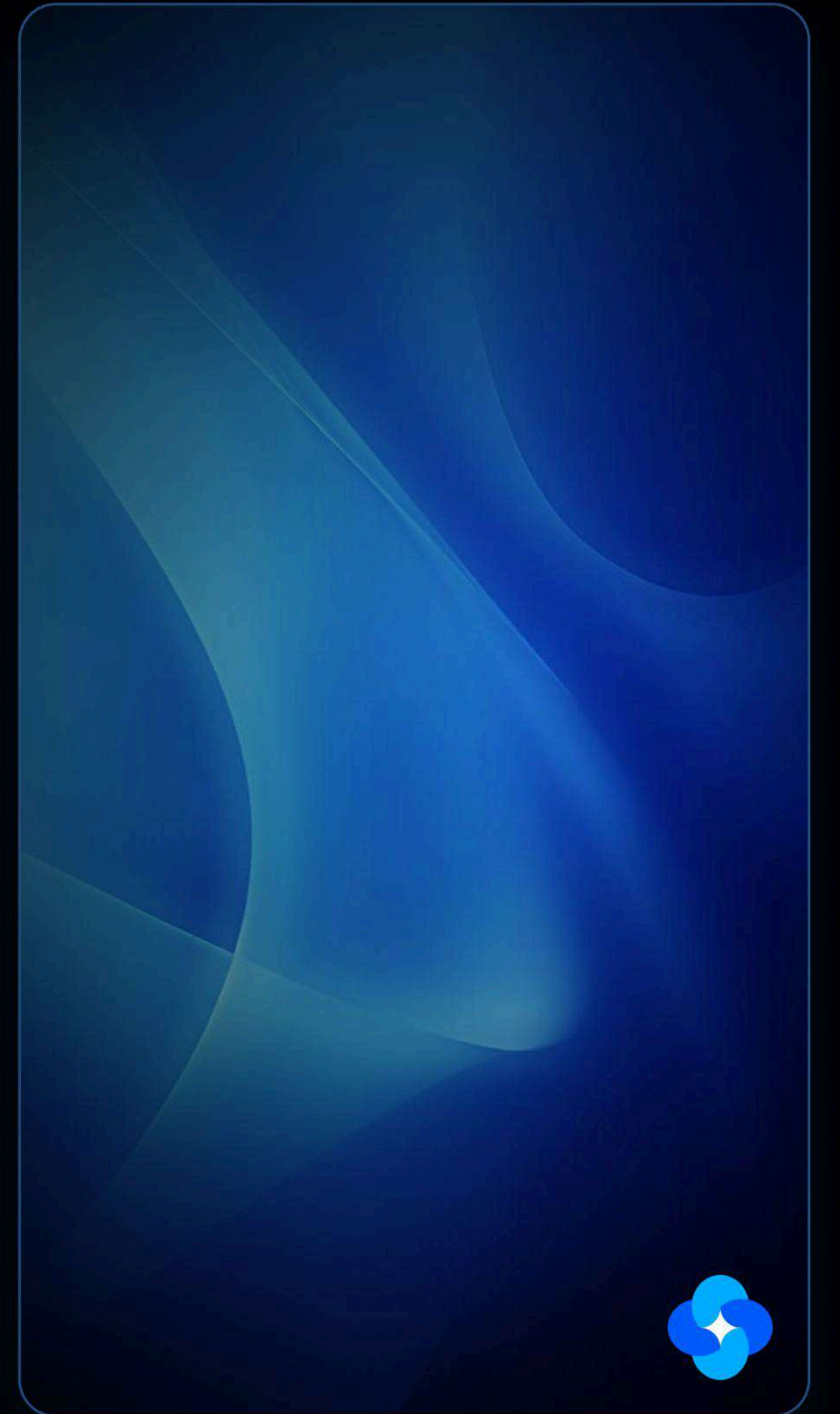
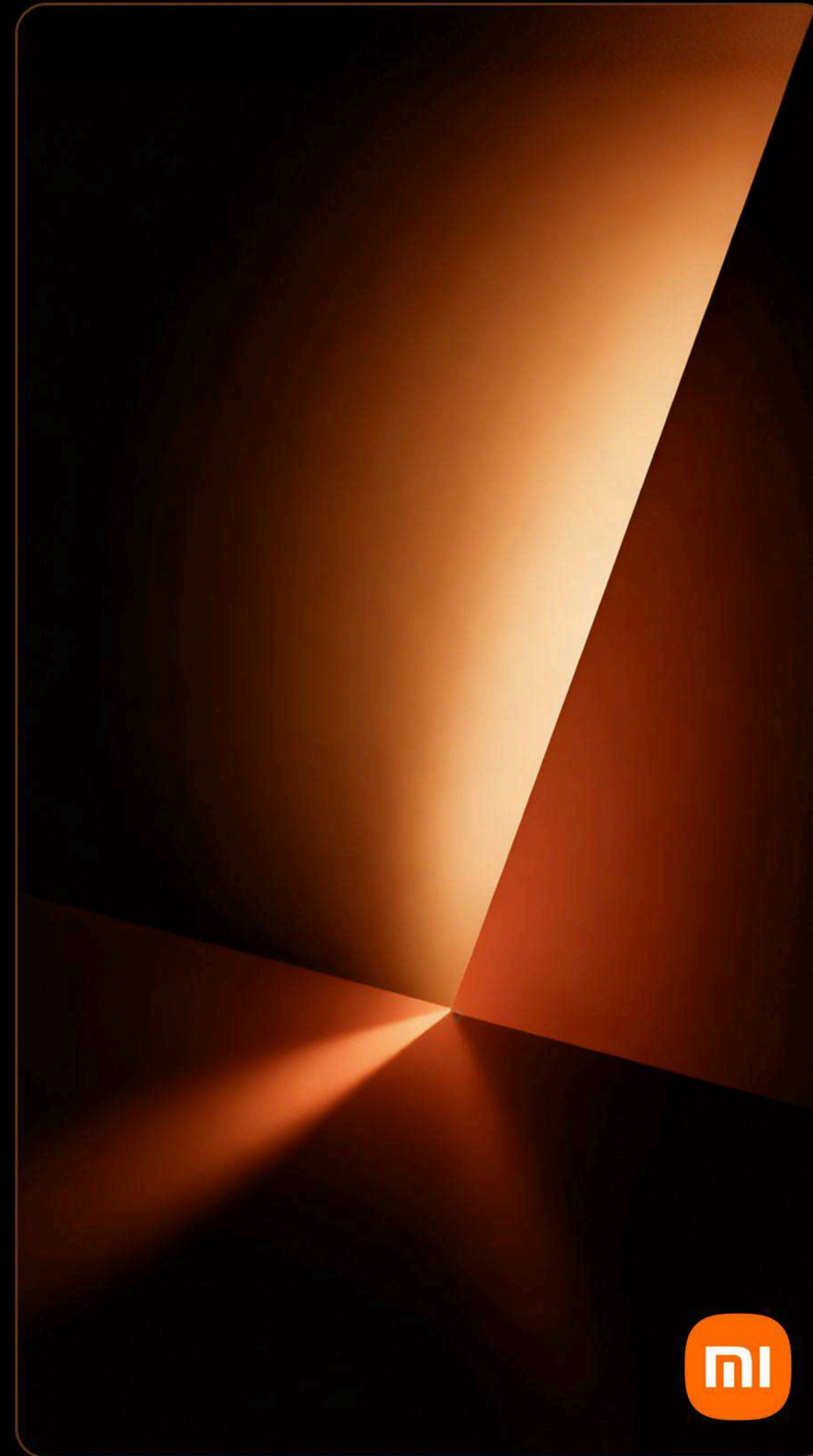
尊贵场景形成专属感，采用质感元素吸引用户驻足、浏览、留存、为其他产品引流

专区采用黑金氛围+小米橙主色

基于加油专区用户群定位为高价值用户，特为此定义尊贵视觉风格，通过**黑金氛围主图**搭配**主色小米橙**，营造钱包会员折扣感受，可以更有效地完成专区目标，即获取用户流量+增加钱包一部分用户留存

标准化页面采用天星蓝

天星数科作为集团旗下金融部门，产品在金融领域不断拓展时已经形成一套独立且完善的设计语言，搭配天星蓝主题色（#3482FF），可形成**商务且专业的金融交易环境**。专区中，涉及钱包App标准化页面，将采用此标准，但并不作为主设计语言进行设计。

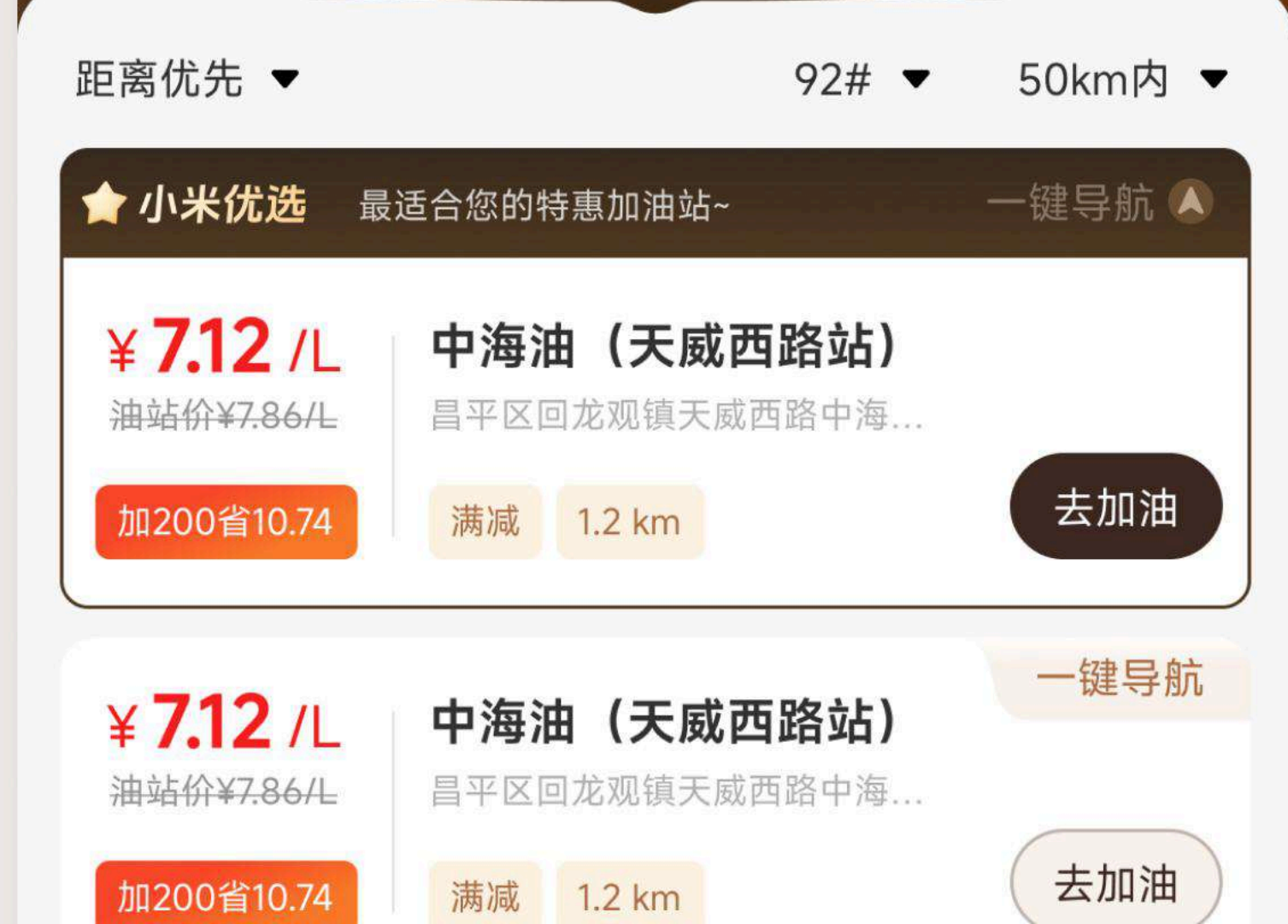




使用信息

资源位

油价参考



推荐卡

普通卡

特惠心智

油站列表

首页：邀您尊享特惠

尊贵氛围营造——黄金油枪+典雅光线

主体居中构图+两侧数字 → 信息更直观，气势更强
AI黄金油枪+Figma处理 → 极具辨识度的尊贵场景



为什么是油枪？

相较 加油站、加油员、道路、车、油表、齿轮、金币、红包...等元素

更有辨识度

更能表达细节

专属优选建议——减少决策成本

小米优选采用深色横条与尊贵氛围相呼应，为用户营造专属感的同时，有效减少出行场景下的决策成本



卡片列表：折扣凸显

油价对照栏——永驻首页随时对照



原型：在油站卡片3号位插入，下滑时会移出屏幕
优化：**固定**在筛选栏上方，强化油号油价**联动关系**

卡片推演——价格突显位·交互优化



原型

特惠标签孤立、无明显点击引导、距离提示弱、部分油站缺失或低质量照片会拉低页面品质、可添加导航按钮适配不同习惯的车主（先到站）



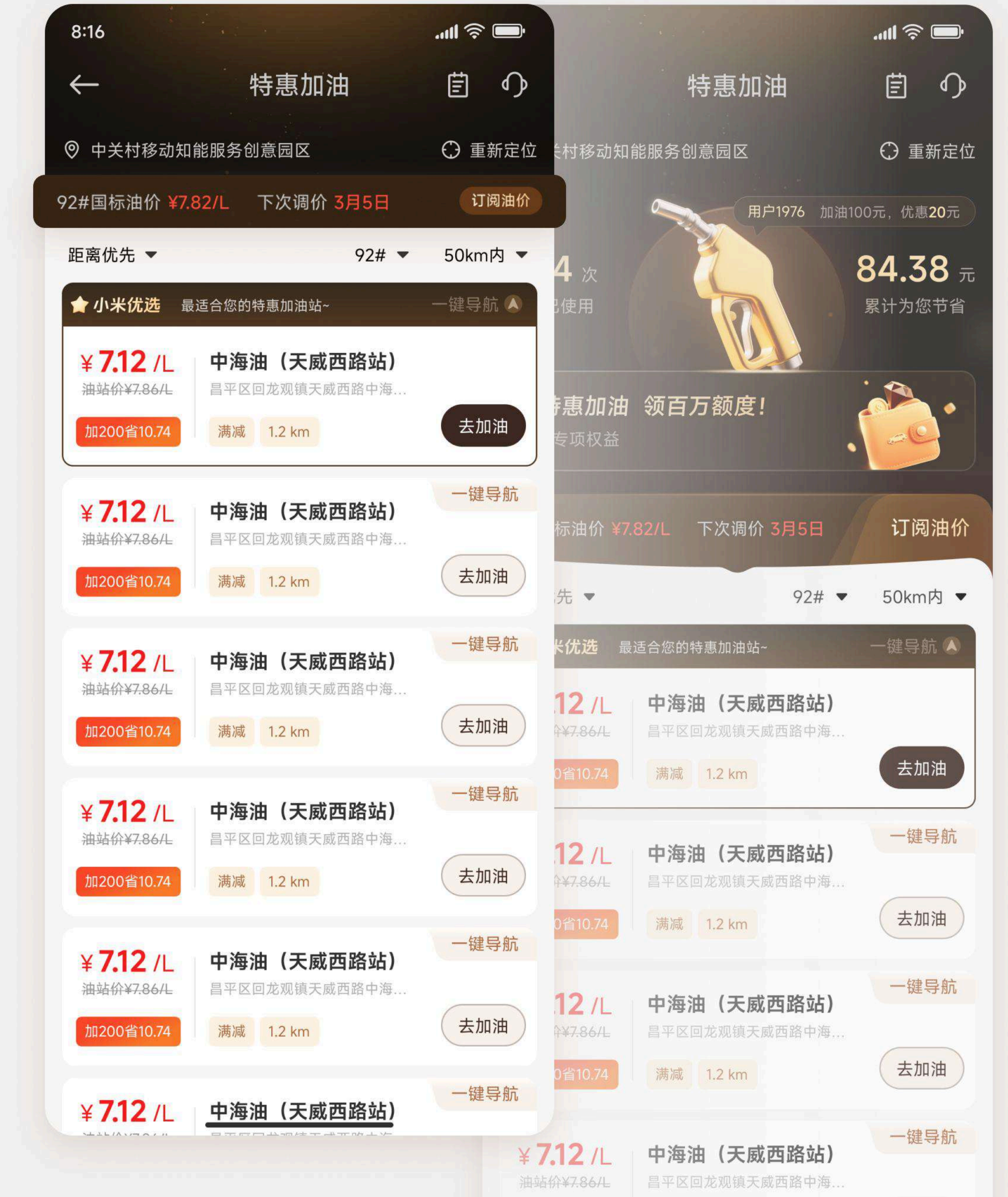
1.0

左：特惠效果**聚焦**，同时**便于对照**国标价格
右：通过**亲密原则+标签**增强信息可读性



2.0

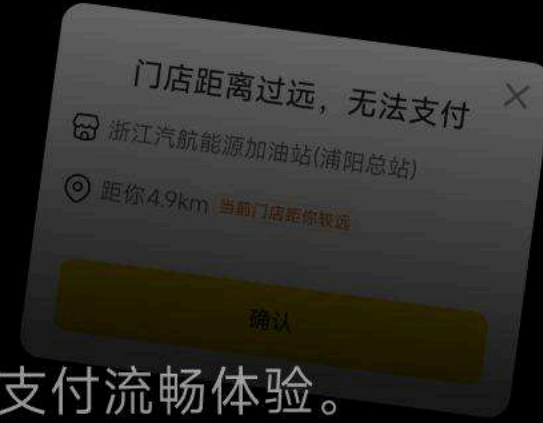
1.0测试后导航按钮与加油按钮容易**误触混淆**
进一步**提升上下边距**保证按钮距离与透气性



问题：为准确性牺牲体验

目前线上主流支付方式分两种

- ① 支付**无距离限制**：小米钱包、滴滴加油...
 - ② 支付**有距离限制**：高德地图，易加油，美团加油...
- 其中“距离限制支付”为追求油枪选择准确性，**牺牲**远程支付流畅体验。



✓ 选购-支付流程完整

✗ 盲选油枪撤销率高

✗ 选购-支付，流程被打断

✓ 准确度高，掌控感强

线下反推：能否两全其美？

设想可能方案

- 可视化：大部分油站物联化程度低，成本极高 ✗
- 油枪组：每笔交易未绑定唯一油枪，后患无穷 ✗
- 支付价格与油号强绑定，能否后选油枪？



✓ 选购-支付，一气呵成

✓ 核销前随时改油枪，出错率↓





低成本辅助功能

更直观的调价日期

用户在实际体验中会关心油价并对周边进行对照，值得注意的是，60%以上的车主更在意调价剩余日期而非具体日期，将调价剩余天数放大处理，直观的同时也可刺激订单。



历史油价对照



近四次油价快速获取

显示最近四次油价变动，获得纵轴上距离等分的四个价格，对应衍生横轴4+1个等距日期

新用户：点击热区（40×40）获得详细价格
老用户：可直接从图表横纵轴获得准确信息

推荐机制：顺路而非距离最近

用户选择油站时会更大概率选择顺路油站，而不是距离最近油站，智能油站推荐会依据定位信息推荐周边顺路特惠油站，减少用户判断成本

空白状态设计

缓解交易环境下的错误焦虑

专区采用客户端技术，空白状态使用插画样式，部分搭配操作按钮，一定程度消解交易场景下的焦虑情绪



满意度弹窗

加油服务满意度弹窗

以互动标签收集用户对油站服务的满意度信息，为后续迭代提供样本



设计规范

色彩规范

— 文字/图标色 —

主要文字白	#FFFFFF 100%
主要文字黑	#000000 90%
蒙层黑	#000000 60%
次要黑	#000000 40%
补充说明黑	#000000 15%
分割线黑	#000000 8%

— 背景色 —

品牌色 天星蓝	#3482FF
品牌色 小米橙	#FF6900
大按钮背景色	#3D2922

白色背景	#FFFFFF
浅色背景	#F7F7F7

输入框、次级按钮	#B39B80 10%
----------	-------------

— 功能色 —

金额、上涨红	#F84747
完成、下跌绿	#32C05F
进行中黄	#FE8424

字体规范

— 中/英文字体 —

Misans

28 px	Normal	页面标题 (大)
18 px	Medium	页面标题 (常规)
14 px	Medium	小标题
12 px	Regular	正文
10 px	Normal	辅助说明/标注

— 数字字体 —

Mitype

24 px	Demibold	首页数据
20 px	Demibold	其他数据
18 px	Demibold	价格数字

— 特殊字体 —

抖音美好体

12 px	Bold	标签特殊字体
-------	------	--------

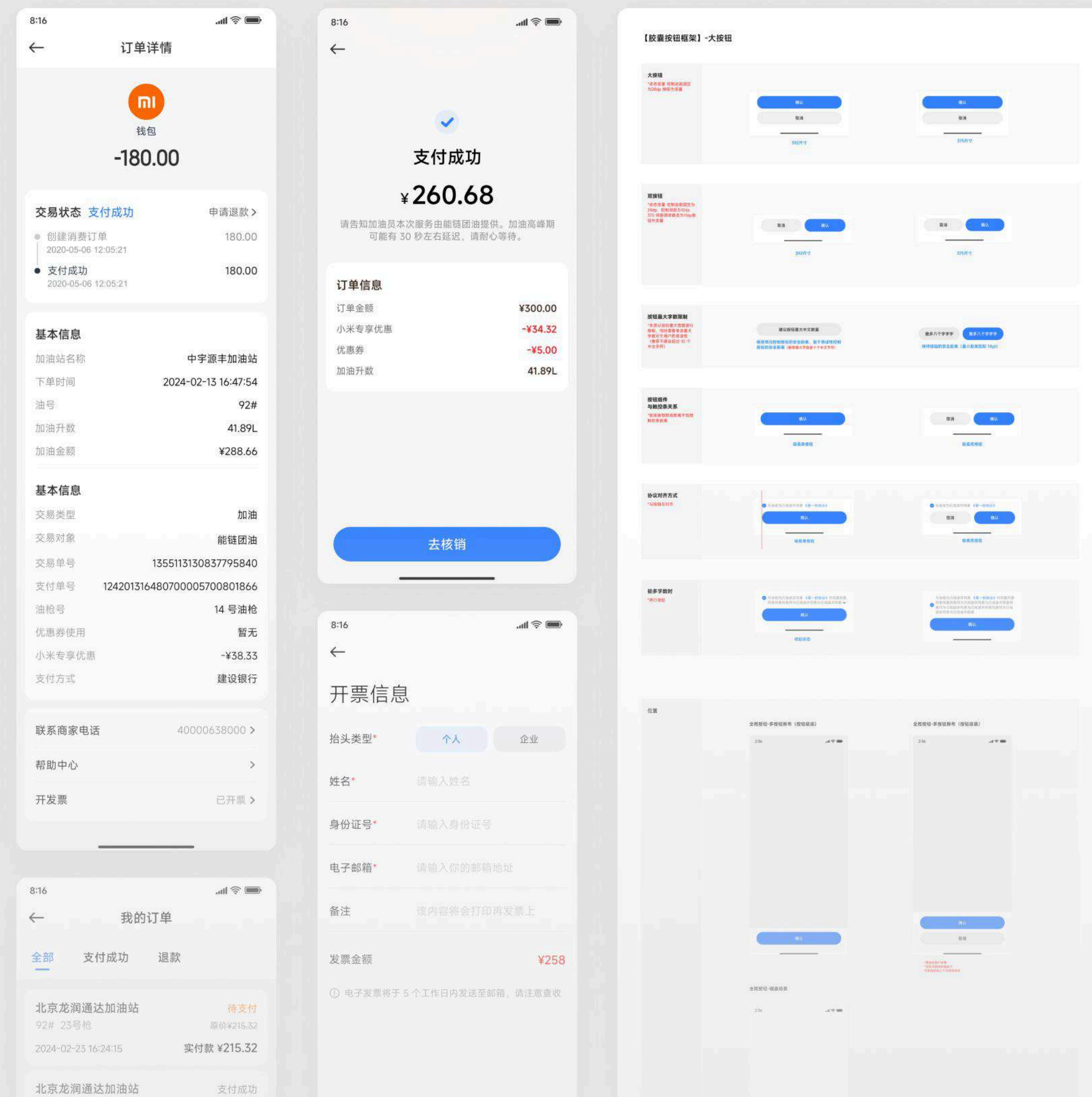
布局规范

— 边距 —



Airstar UI Library 2025

为维持C端页面一致性，我们以钱包App为主进行页面归类，吸取前代与MIUI的设计经验，对覆盖范围 (约35%, 标准类) 与组件分类进行重新定义，我负责按钮、输入框、列表等共计130余个组件及原子的设计输出，本作品中所涉及的交易场景页面已通过组件库进行更新



页面概览

钱包App-加油专区

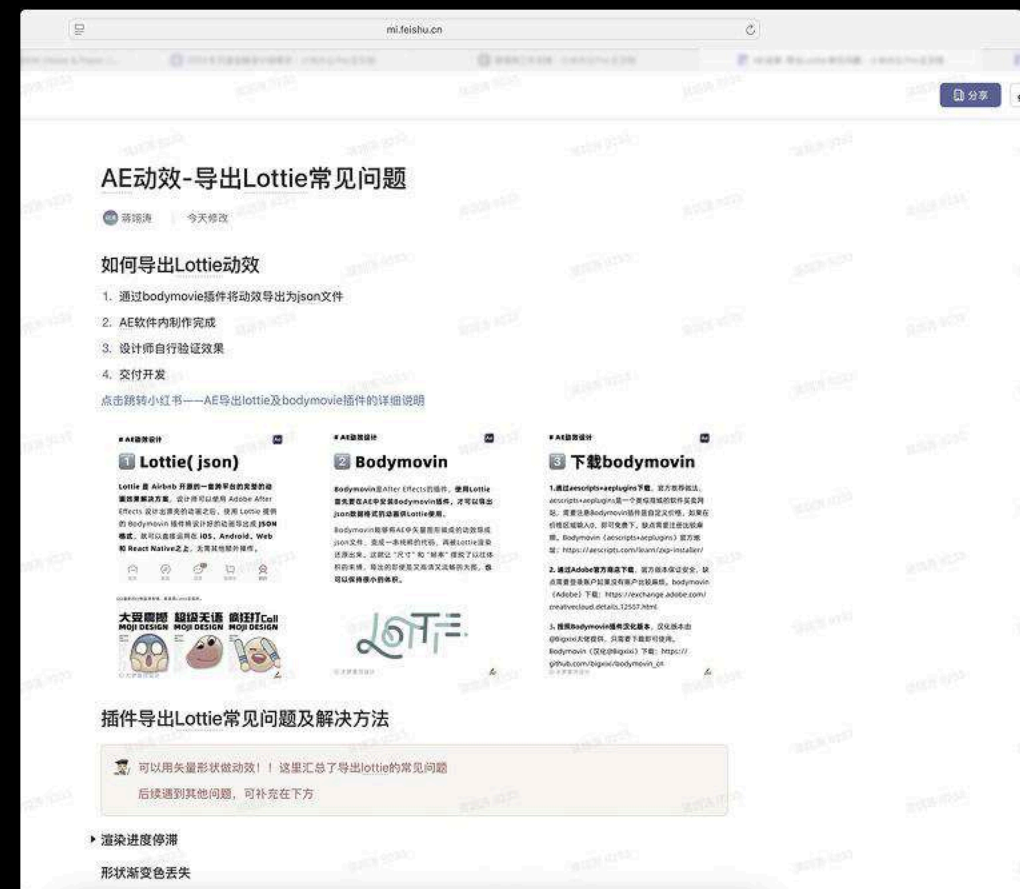
本作品为基于产品调研结果与需求文档的个人练习，聚焦加油专区视觉效果提升、线上&线下场景的交易优化等部分，原始项目已在钱包App中上线较长时间。



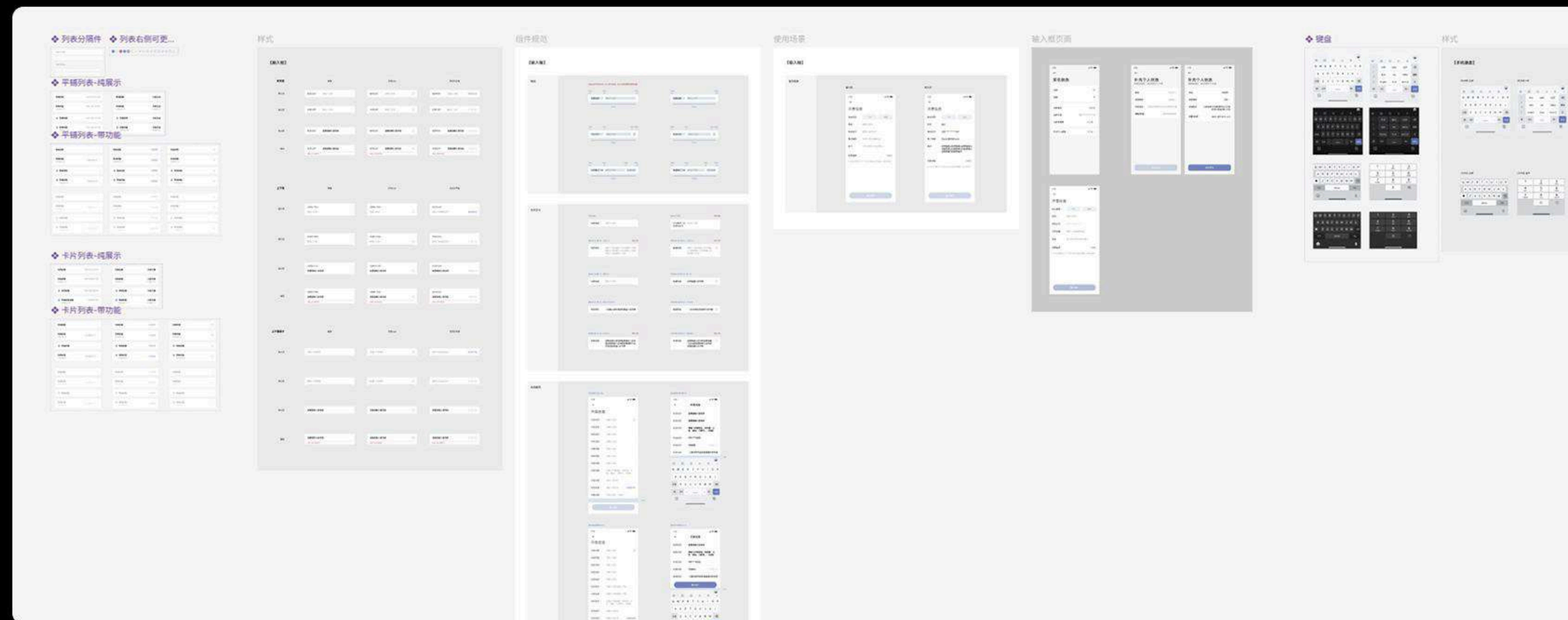
自驱&分享

实习工作饱满而丰富，除几个核心项目外，我还沉淀了多项设计自驱与设计分享的内容，即便作为暂时的一份子，也希望我的工作能为团队带来价值。以下所有内容均以飞书文档形式备于设计知识库中或以设计文件形式保存于Figma团队中。

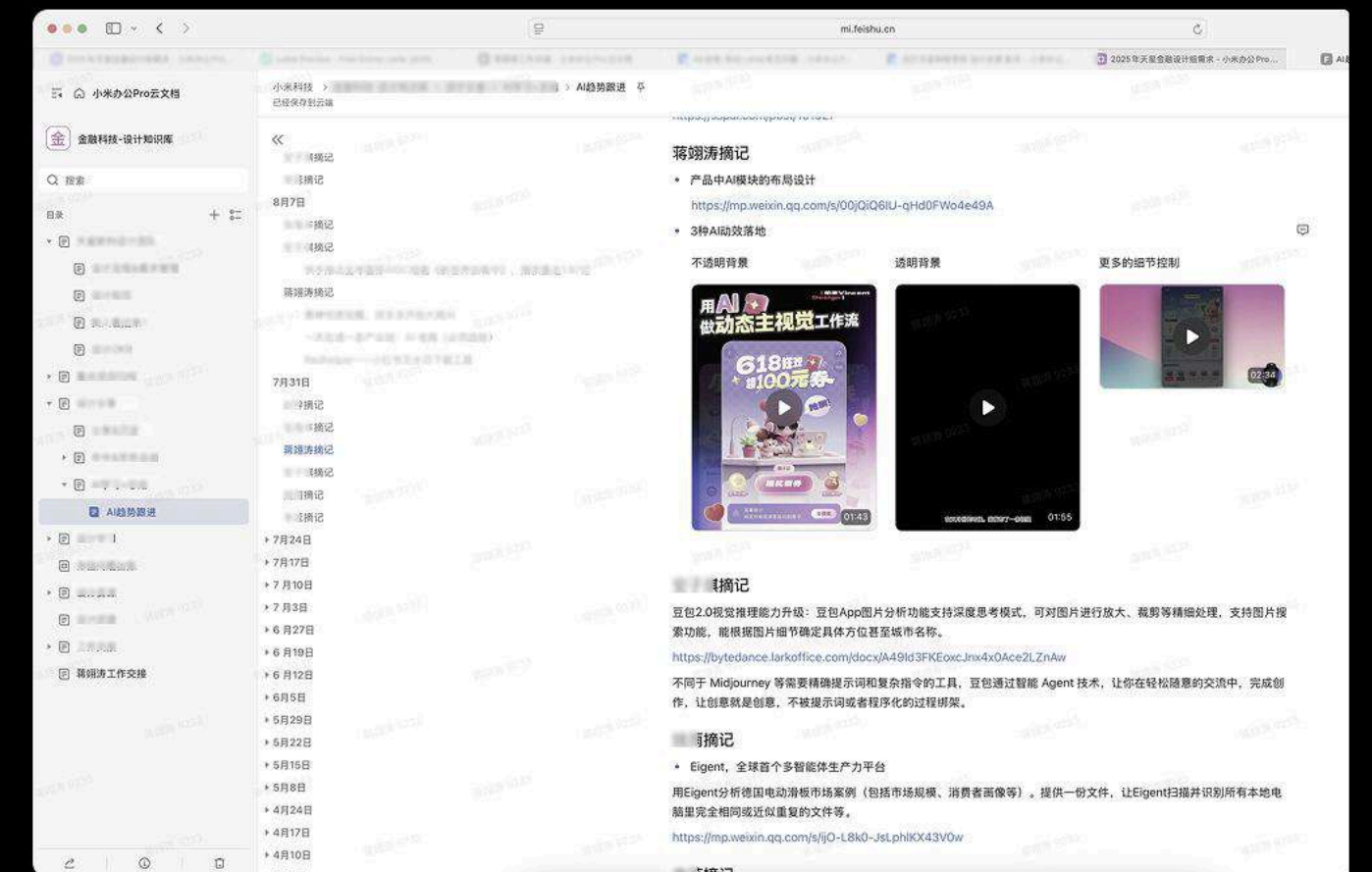
AE导出动效答疑 *团队动效提升



Airstar UI Library 2025 *负责按钮、输入框&键盘、列表、弹窗等组件及原子输出



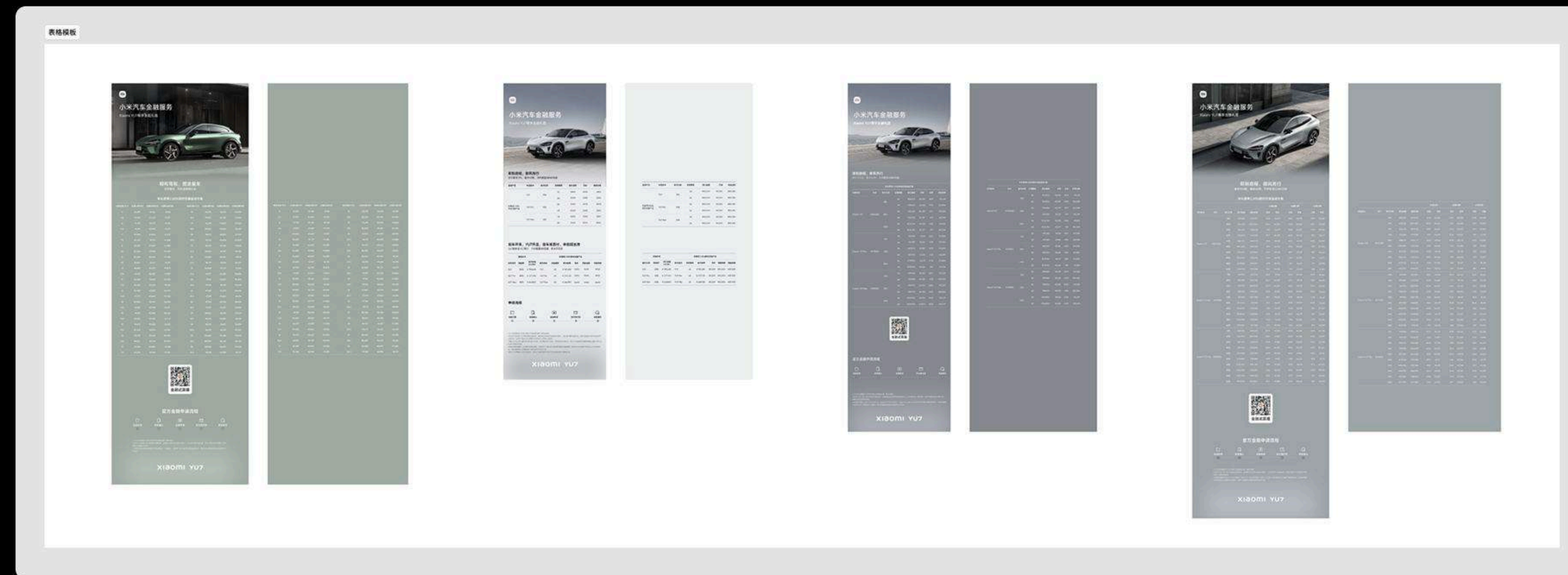
AIGC趋势笔记 *17次前沿AI动向分享



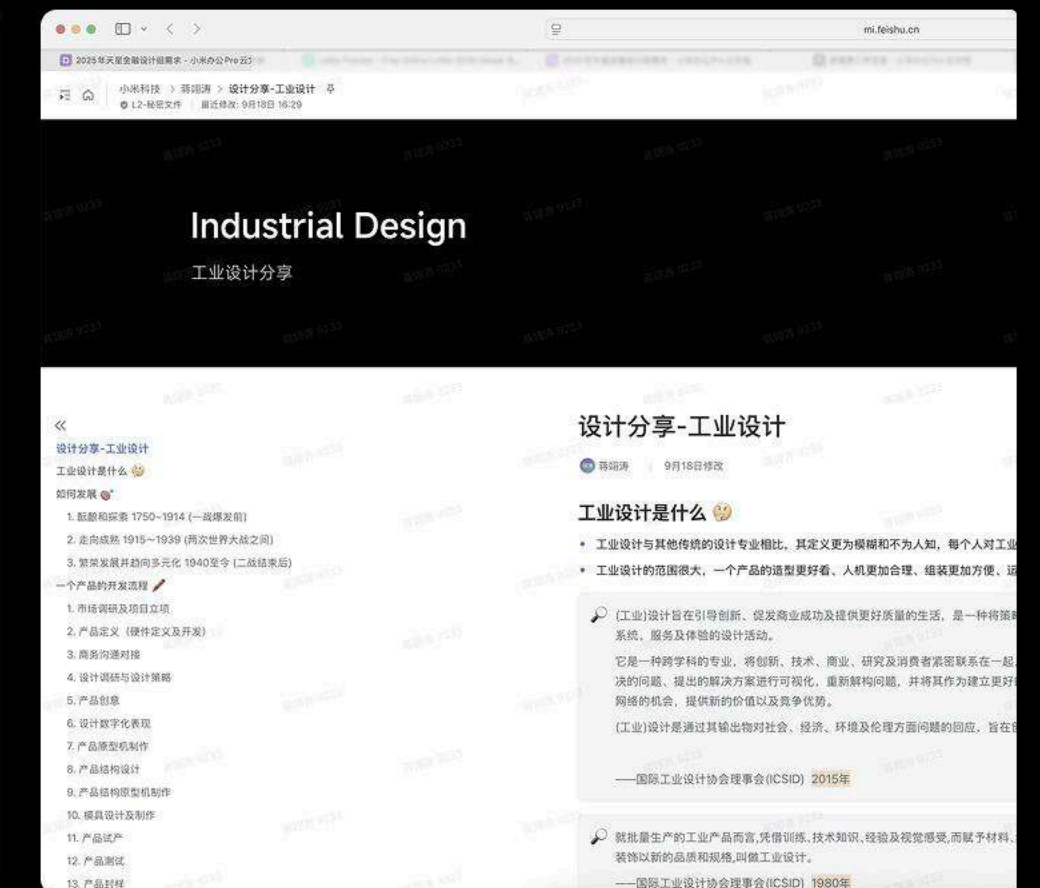
法巴走查文档 *文档提升外包团队对接效率



汽车金融海报表格模板 *利用自动表格对海报重新编排以便常规迭代



ID知识分享 *团队知识拓展



AI coding 微动效探索

网易实习末期，我已经自主学习并掌握了基础的 Vibe Coding 能力。恰逢「知数」各版本交互微动效常因开发人天不足被搁置，我们决定通过借助 AI 能力，重拾这些被认为优先级“低”但又切实影响产品整体质感的部分。经过探索，平均 3 小时可完成一套复杂微动效，并沉淀了通用 SOP 用于后续其他场景，大致流程如下

准备工具与设计稿

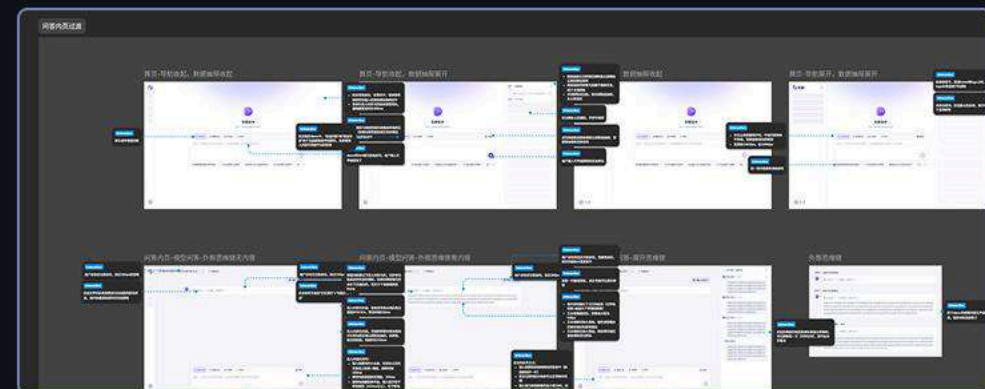
工具选用

Codex GPT 5.5 High Figma MCP

智邮设计还原skill: design-to-vue-html ...

Figma设计稿+相关备注

备注功能可细分层级，MCP可读取



弱相关元素以占位代替，减少token消耗



AI输入：理解·反问·兜底

首轮提示词 + 反问清单

介绍产品与本次动效+Figma链接，大模型初步理解；为提升最终还原质量，可进行1~2轮AI反问，补充遗漏信息

我想关于 xx 产品制作关于 xx 场景的相关动效，主要包含以下几部分：

- 动效说明 01
- 动效说明 02

...

现在我给你设计稿链接，包含关键页面、备注说明、组件状态、动效参数等。你需要调用 Figma MCP或相关skill/工具全盘读取设计稿，然后进行该部分页面与动效的理解。设计稿中涉及具体动效参数处，需要在最终实现中配备调参面板，支持在页面中二次调整出最佳效果。有疑问点或遗漏点，列出一张问题清单由我逐个解答，先不写代码

设计稿: <http://www.figma.com/design/...>

动效参数面板

设计稿中标注的 xx 毫秒，通常情况下难以一步到位，可在实现时预留动效参数面板，方便在页面中自行调节



</> 知数Tooltip微动效演示.html

考虑到最终集合微动效库，我在每个场景制作时复用同份html，确保面板样式统一

页面实现 + 动效参数最优态

复杂场景实现：还原难度高

大模型通过MCP读取设计稿页面与备注，自动导出素材。本阶段需要多次修复bug与交互，大约要进行3~8轮对话。可借提示词/Skill，达到更高效率

动效手动调整+默认值修改

例如「问答首页to内页」的场景中：

我调整了“大头像”元素渐隐和“左右侧栏”入场的时间节奏；

去除“缩高触发”等意义不大或难以察觉的配置项；

进入内页时，输入框特定模式下会同时向左向下位移，拆分为两次动效...



「知数」 AI微动效成果

通过上述制作流程，零代码基础的设计师也能将业务页面充分还原，连带最符合预期的产品动效一并交付给前端。我将以“知数首页 to 内页微动效”为例，展示 AI coding 的强大性能（静态呈现有限，可点击前往我的个人主页查看完整演示：www.dreamate.click）

次要+繁琐，被搁置

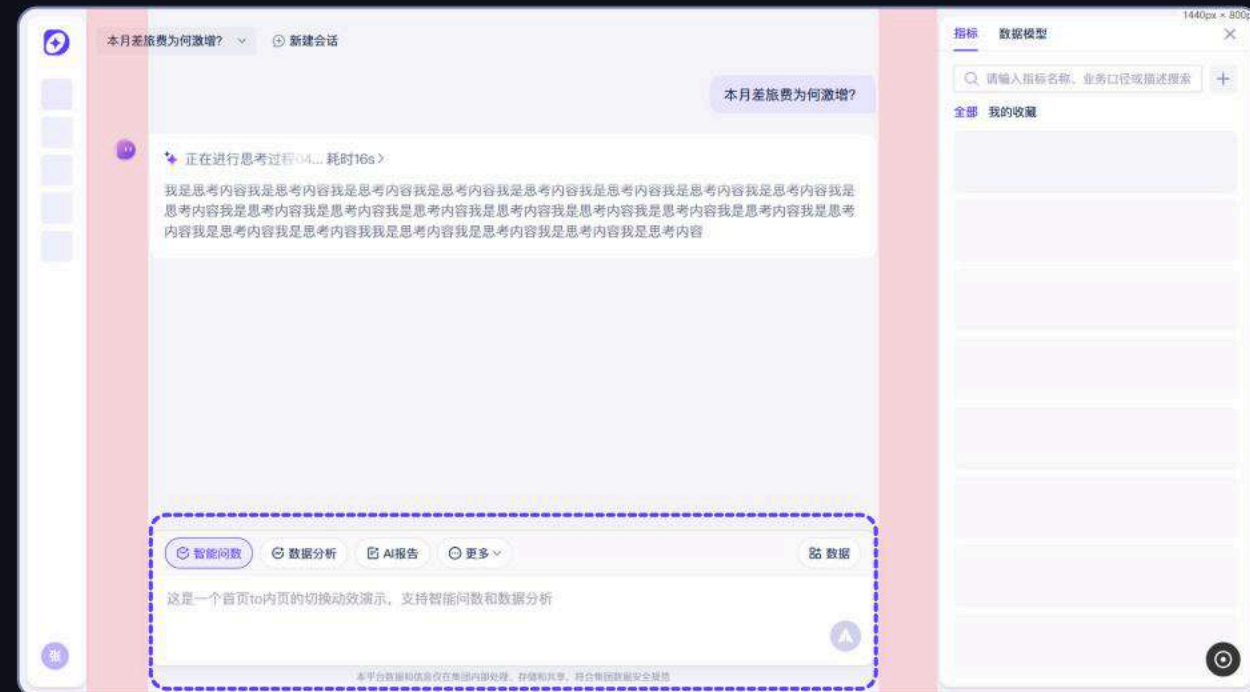
3h 包揽复杂场景

大量细节沟通费力

设计师自己调整运动方式/参数，达到满意效果再交付研发

样式/布局还原，元素响应式居中

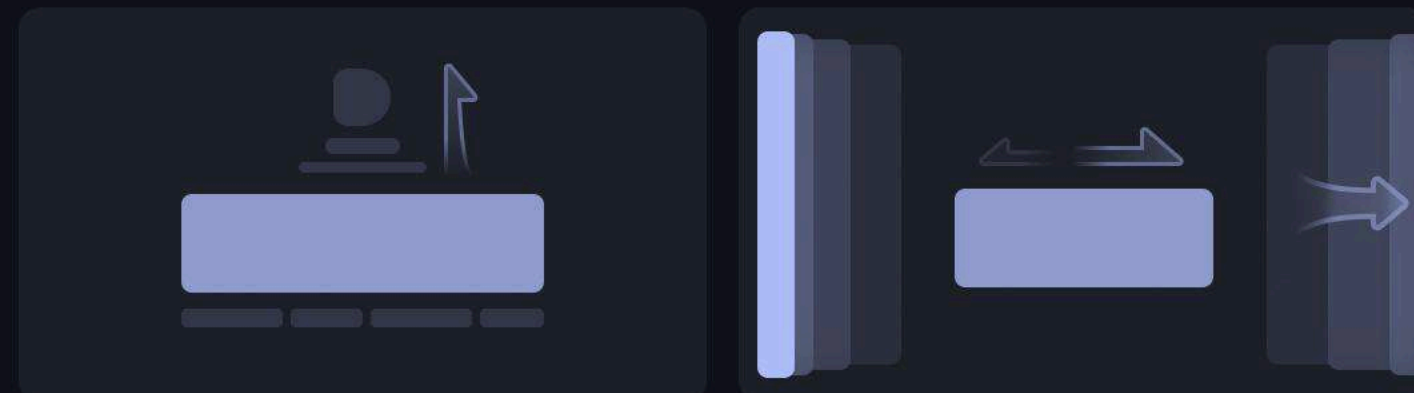
伴随侧栏收展，需在切换时补充适应居中逻辑，确保元素位移连贯



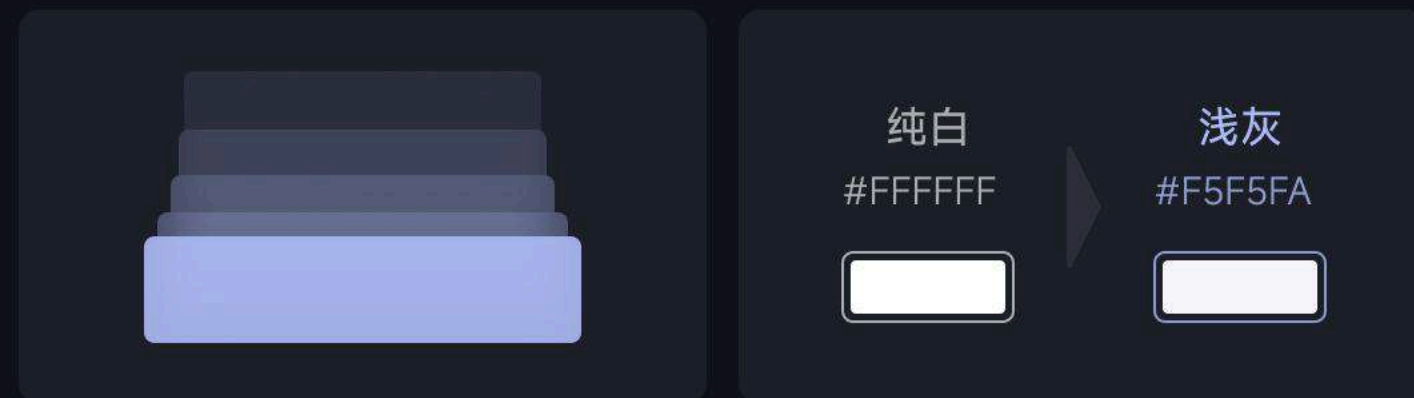
动画拆解：退场与下移

为丝滑切换至内页，本动效围绕输入框下移展开，具体拆解如下

01 首页消失 元素退场 两侧栏收起 输入框横移

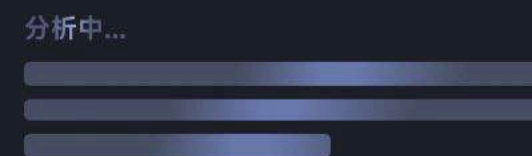


02 中间过渡 输入框下移 输入框高度稍减 背景色切换



03 进入内页 内页元素出场 元素动态（打字、骨架屏等）

这是外部思维链的打字机动效，
并非本次动效重心



分段式动画：规避同时横移与下移的不良表现

“数据分析”模式进入内页后会自动展开右侧思维链，输入框势必二次横移

动效演示发现

由于二次横移与下移动画在默认配置下同时进行，这导致输入框会进行斜向下运动，表现不佳



参数面板控制

实现前的反问清单中，大模型曾提问“数据分析”思维链侧边展开时机，据回答保留了一条配置项。

后续发现在该配置项中将思维链调整为“输入框下移完成后展开”，即可将横纵移动拆分为两步动画。



「步履所往，皆是远方」

感谢浏览至此~★



✉ Yitao_0228@163.com

☎ 19357629233

