



朱佳成

28岁 | UI/UX设计师 | 7年工作经验 | 作品集链接: zhujiacheng.vip

7 年资深 UI/UX 设计师，核心深耕 B 端、兼具 C 端全链路能力，主导多款产品 0-1 全流程设计落地，可独立输出全案设计方案，精准平衡商业、业务与用户体验，赋能业务增长与变现，具备 AI Coding 能力，独立开发 2 款产品并获正向反馈

☞ 湘潭大学 | 本科 | 工业设计 切斯特大学 | 硕士 | 教育学 | ☎ 187 7251 9761 | ✉ jacky_ycgn@outlook.com

工作经历：

深圳市路特创新科技有限公司（软件产品设计师） 2025/02-2026/05

工作描述：

- a. 数字化中心的第一位设计师，入职后独立承接各业务线90+需求（业务系统、BI、AI需求），同时自驱主导了路特数字化平台体验升级改版专项，围绕业务目标、扩展性进行针对性设计，提升用户操作效率与业务价值
- b. 全流程主导路特数据平台、路小特 AI 产品等复杂项目的 0-1 设计落地，从需求分析到上线跟进，具备完整项目闭环能力
- c. 主导牵头搭建企业级 B 端设计系统与 BI 组件库，建立跨团队协作与评审机制，保障多系统设计一致性与复用效率
- d. 牵头设计规范与组件资产沉淀，建立标准化流程，提升团队设计效率与产品一致性

成绩：

- a. 搭建企业级统一设计语言体系与标准化组件库，整合全业务线系统视觉交互规范，保障跨平台品牌形象与设计语言一致性，同时组织组件库培训与设计评审，助力产品团队原型设计效率提升70%。落地 Figma MCP 与 Cursor 深度联动，实现 AI 基于设计系统规范产出MD文档规范、并支持基于PRD文档、提示词直接生成可交互前端页面，实现产品设计 - 研发全链路提效
- b. 牵头制定数据系统 BI 看板设计规范，搭建团队首套BI设计组件库，为后续项目复用与效率提升奠定基础，同时组件库可直接支撑后续项目复用，显著提升整体设计效率，同时赋能数据产品团队基于该组件库快速搭建原型，有效缩短原型产出周期
- c. 主导路小特内部 AI 产品 0-1 全流程设计，负责交互架构、视觉体系与体验落地；沉淀 3 套 AI 落地框架（独立式 / 嵌入式 / 智能体），精准适配业务场景，推动 AI 在企业场景的规模化应用
- d. 参与制定设计组绩效考核规范，搭建设计需求管理、设计验收及问题反馈机制、以及负责设计新人招聘，将设计团队人员扩展至3人；入职次月即获评 S 级绩效，Q1 Q4 连续斩获 S 级绩效，年度荣获公司「最佳新人奖」

深圳市向上跨境科技有限公司（体验设计师） 2022/05-2025/02

工作描述：

- a. 作为设计owner，负责公司核心的海外拓客产品“跨境魔方”以及跨境魔方海外版“Uptook”的设计工作，全程主导了Web端和App的从 0到1的市场验证以及v2.0的设计升级，以及官网设计
- b. 主导定义了“跨境魔方和Uptook”的品牌VIS，并输出了多平台UI设计规范和组件库，以及运营设计规范，同时负责线上线下的运营活动物料设计

成绩：

- a. 负责跨境魔方产品从0-1 设计，同时主导产品经市场验证后主导双端 2.0 体验升级，v2.0上线后用户注册率、静默转化、任务完成效率及 NPS 等核心指标均实现大幅提升，为后续商业化增长奠定坚实设计基础
- b. 独立负责跨境魔方出海版“Uptook”双端设计，同时建立了多语言适配规则
- c 主动建立了数据表现追踪及客服问题收集制度，针对体验类问题，并给予合适的交互视觉优化方案，持续提升产品的体验和满意度

北京华锦铭盛股份有限公司深圳分公司（高级UI设计师） 2019/09-2022/04

工作描述：

- a.负责公司toc和tob多个产品及系统的设计,如淘优卖v3.0重构设计、淘优卖运营后台设计、公司官网设计等,结合产品特性和目标用户进行针对性的分析和设计,提升产品收益及用户使用体验
- b.在团队内多次分享设计经验,优化团队工作方式并协助提升团队设计能力与设计效率,如推动搭建日常问题池、设计走查表及时全面的发现产品体验问题

c.负责公司部分营销设计,如大促会场设计、周年庆活动设计等

成绩：

- a. 在淘优卖v3.0设计中，负责的签到功能上线后提升了用户复访率30%+，签到功能提升了DAU 16%
- b. 主导搭建了淘优卖的品牌体系，并设计了全新的IP形象

项目经历：

路特ERP v2.0 全新升级

路特ERP是路特自研的一站式业财一体化 SaaS 管理系统，深度适配跨境电商全业务场景，打通采购、供应链、运营、财务、广告、客服全链路闭环，支持多平台、多仓库、多团队的一站式协同管理

改版原因：公司业务高速扩张，组织从原有400+人扩张至1800+人，研发团队规模增至百余人，前端拆分多组并行支撑多业务线。原有研发无设计介入，仅依 PRD 与原型开发，缺乏统一规范，产品体验不佳。ERP 作为公司各组织核心高频使用的系统，被列为年度重点改版项目，急需统一体验、规范流程、提升效率

成绩：

- a.搭建模块级星级评分反馈体系，推动系统 CSAT 满意度从 62.3% 提升至 83.7%
- b.通过搭建设计系统，整合全业务线系统视觉交互规范，保障跨平台品牌形象与设计语言一致性，同时提前完成了ERP改版工作的年度规划目标
- c.通过设计自驱改版，有效的提升了屏幕空间利用率和减少了操作步骤，如增加了1-4行数据表格可视行数，旧版一屏只能展示4-5条数据，新版能展示14条，旧版浏览详情需要新开页面，用户看完数据返回需要3步，新版只需要2步

执行：

- a.从整体框架到局部进行分析梳理，发现系统菜单层级过深，划分不合理的情况，主动拉会牵头各业务线产品以及部门负责人对系统菜单重新梳理，将侧边下拉导航重构为顶部平铺布局，鼠标悬停秒开菜单，将之前最多需要4步完成的操作缩减为了2步，提升了菜单的可见性的同时也减少了操作步骤，同时也满足了未来业务扩展菜单的可扩展性
- b.梳理ERP系统典型页面，发现系统90%结构都由操作、列表、详情构成。主动发起设计系统搭建专项，与项目经理、前端配合，同时制定Q3、Q4组件搭建设计开发规划，通过搭建设计系统，我们在Q2 就完成了ERP系统的整体一级页面改版工作
- c.在承接业务全量设计需求的同时，负责设计自驱优化专项的落地执行：基于后台埋点数据完成业务高频使用功能菜单的梳理分析，协同产品团队对齐优化方向，独立完成单功能模块的全链路设计改版；设计方案输出后，配合产品联动对应业务负责人开展可用性测试，完成多轮方案迭代与落地验证，保障优化方案贴合业务真实使用场景，有效提升产品操作体验与效率
- d.上线后主动发起对内推广宣导文案编写和banner图制作，复杂交互通过 Screen Studio 录制演示讲解

跨境魔方 Web端 v2.0设计优化

一个为外贸行业设计的B端产品，它通过集成多种数据服务和营销工具，帮助用户更高效地进行海外市场拓展和客户管理，官网：upkuajing.com/

改版原因：产品经过前期的探索期到现在得到了市场的验证，然而在快速上线及市场验证过程中，根据用户反馈以及专家走查发现产品的一些用户体验和视觉方面存在的问题

成绩：

- a.销售线下演示成单率提高了150%，外贸员获客效率提高84%，营销触达效率提高60%
- b.沉淀出了完整的设计资产，包括统一的视觉设计规范、导航体系、帮助体系等，并完成了多语言适配

执行：

- a.旧版本分析：梳理两类用户的使用场景、业务逻辑和使用痛点，对线上版本的表现进行分析，并与竞品进行对照分析，探索优化方向机会点
- b.设计路径：此次改版的目标从整体体验、获客效率、营销触达、客户管理、设计沉淀5个方向进行定义，并各自设定了具体、可落地的设计策略
- c.设计执行：独立完成了设计规范的制定以及全部页面的输出，包括外贸主管和外贸专员两个不同角色的工作台、企业搜索、海关数据、whatsapp及邮件营销等核心页面，并将AI提效巧妙融入到获客营销流程设计中
- d.设计跟进：设计交付后，和开发密切沟通，跟进进度和质量，保证产品上线效果，以及后期上线后及时与客服团队沟通了解用户的使用情况和反馈进行问题记录后续迭代

跨境魔方App设计改版

跨境魔方App用户量近年来持续攀升，移动端之前战略方向只是Web端的附赠，目前移动端与web端用户量已急剧缩小，但是界面陈旧，体验问题较多，需要进行整体优化

成绩：

新版本上线后，**用户搜索企业效率提升40%，NPS提升35%**

执行：

a.问题挖掘：为了明确当前版本存在的问题，统计了1000+来自**后台满意度问卷统计&微信群私域的用户反馈**，以及200+有效回收的用户调研问卷，**以及对跨境魔方代理商的访谈，对用户痛点进行了定位**

b.设计执行：**以提升用户操作效率、提升信息获取效率，和强化品牌感知**为三大方向，针对首页、搜索企业、查询海关数据等核心页面和流程进行了全面升级

c.品牌升级：**重新定义了品牌视觉，打造核心记忆图形**，并将新品牌形象应用在App设计中如：开屏页、加载动画等

跨境魔方官网v2.0设计改版

公司战略方向调整，从原来的外贸行业准确、可靠、简洁的数据获客工具，升级为“用科技赋能外贸企业”，同时产品功能越来越多，但是官网一年多未进行较大的迭代和优化，旧版官网框架无法支撑业务需求，同时存在结构混乱、品牌感弱等问题

成绩：

新官网上线后，**静默转化对比之前提升了220%，同时大幅提升了销售线下演示成单率，获得了内部业务团队的一致认可**

执行：

a.设计分析：对官网来访用户的行为路径进行分析，同时与业务方头脑风暴，**基于业务和用户行为路径制定改版目标和设计策略**

b.设计执行：**重塑官网框架和视觉样式**，方便用户快速了解产品能力，同时**增加行动按钮、标签**等来引导用户完成注册和转化

c.品牌心智搭建：**搭建灵动科技的感知体验，传递高品质/高数据的品牌理念**，同时建立了**品牌影响力以及提高影响力/建立信任**

淘优卖App 3.0体验升级

淘优卖App是一站式日常生活用品的购买平台，用户自购可省钱、分享能挣钱。同时，平台帮助店主可实现真正零风险、零囤货的轻创业。因旧版本代码复杂、设计陈旧，需要一次完整重构

成绩：

上线后平均日新增用户数3000+，日均用户打开频次提升1.4次

执行：

a.设计分析：分别从产品业务、用户体验、设计三个维度进行诉求挖掘，并使用专业走查表定位所有问题后，定义出三大设计目标，即优化浏览效率、提高核心模块引流，增强氛围感知、突出核心信息提高用户决策效率，统一各流程内模块、降低认知负荷

b.设计执行：**重新定义品牌规范**，完成了首页、今日秒杀、品牌特卖、爆款推荐升级等核心页面的升级，并打造了全新的商品售卖流程，全力引导购买转化

c.营销升级：**打造了全新的营销场景，并基于新的规范完成了营销视觉升级高影响力/建立信任**