# PORTFOLIO OF WORK

# LIU YANG

京东

电商运营视觉设计师

2018.02-2019.09

/

电子文娱 / 3C电商市场部

ByteDance 字节跳动

资深电商 | 运营视觉设计师

2020.06-2021.07

/

大力智能 / 大力教育电商部

资深电商 | 运营视觉设计师

2021.11-2022.12

/

XIAOMI 电商 / 直播电商

猎聘

资深品牌 | 运营视觉设计师

2023.10-2024.09

/

用户体验中心 / XID

# Personal Introduction


内蒙古河套大学 2014-2018

美术学（广告设计）全日制本科

Wechat /
18648019956

Mobile phone number /
15811493676











































# Clients & Collaborators

# Core advantage

## 视觉设计能力

1. 品牌视觉设计师，电商营销设计师。6 年设计工作经验，经验丰富。
2. 视觉设计能力：扎实的美术功底，掌握多种设计风格。**熟练使用AIGC（SD、MJ、Runway、Comfy UI）工具，熟悉Comfy UI工作流，可以将其和传统设计工具结合，实现不同的设计风格，提升设计效率。擅长科技类风格的产品视觉设计。可以使用C4D设计工具。**
3. 6 年互联网公司（**3C、科技硬件行业）设计经验**, 熟悉各大互联网2C平台（京东/天猫/抖音/快手）的视觉风格以及规范。
4. 善于从不同的角度思考问题，挖掘产品或品牌的核心卖点，通过设计有效传达给消费者消费情绪。
5. 擅长视频剪辑和活动动效制作，曾在项目中制作动态表情包、企业产品宣发视频，动态运营资源位设计。

## 营销理解方面

1. 关注电商市场动态和行业趋势，了解竞争对手的设计策略，根据具体活动提供有针对性的设计方案。
2. **对电商数据敏感，具有ROI思维，可以根据不同量级的电商活动给出合理的设计方案。**

## 项目管理方面

具备项目管理经验，熟悉传统以及直播电商的设计流程，带领项目组成员落地小米直播渠道发布的新品活动视觉和物料，保证直播场景设计质量，复盘直播数据。独立完成小米日播账号的冷启动的设计方案。

# Software skills

平面设计软件（精通）： Adobe Photoshop、Adobe Illustrator，
3D以及视频动效工具(熟练）： Adobe After Effects、Premiere Pro、C4D
熟练运用即梦 AI、Stable Diffusion、Midjourney、Higgsfield AI、Banana Pro 大模型等 AIGC 工具，可独立完成文生图、图生图、提示词工程、智能图像编辑与高分辨率输出；
精通 可灵 AI（快手）、Runway 等视频生成工具，具备文生视频、图生视频、智能剪辑、动效辅助能力；
具备大型营销活动全流程 AI 工具落地能力（有案例），可通过 AIGC 实现营销视觉、电商、品牌海报、活动 KV、页面设计等全量设计产出，大幅提升项目效率与创意落地质量。

# 重点项目Key Project

## 猎聘 B PC 官网迭代 2.0　Liepin B PC official website iteration 2.0

**项目背景：**

此次B-PC欢迎页通过视觉迭代给用户焕然一新的感受。融合B-PC新的站内元素，加强用户对猎聘技术团队能力的认知，方案经过一系列调研用户反馈，视频形式符合用户使用习惯和期望。设计风格依然沿用B-PC站内设计风格，全页面用“科技蓝”进行配色，站内外统一传达“专业、智能化”的产品理念。首屏全屏模式，背景用真人视频的形式，期望可以更凸显产品场景，且保证重点信息传递不受影响，不影响用户认知和习惯。优化登陆/注册视觉，加强登陆引导提示的智能化水平。合作伙伴部分加强数据展示和人文情怀，同时对footer信息进行分类，加强重点信息，层级更清晰。




**静态帧分布：**




01/ 全景办公大楼

诠释职业化场景,以全景开场，建立场景和环境，营造氛围引导用户情绪




02/ 办公工位场景

引入主题，低角度中景镜头可以营造轻松且专业的工作氛围




03/ 手部打字特写

切入手部特写，与项目产品进行关联，表达HR用户正在使用猎聘B端产品的场景




04/ HR 用 iPad 查看岗位详情

表达人力资源行业的职业化场景，建立与C端用户的情感链接




05/ 候选人视频面试场景

引入视频面试镜头，贴合人力资源行业属性，同时诠释了猎聘在人力行业中的科技服务属性




06/ 候选人入职企业的自我介绍

建立用户与企业之间的关系是人力资源系统必要且重要的职责之一




07/ 轻松的办公氛围

轻松的办公场景氛围可以给B端用户带来良好的用户体验




08/ 技术部门项目讨论场景

信息共享作为猎聘的价值观之一，技术人员的讨论场景表达了团队协作和沟通的重要性




09/ 全景仰视CBD办公大楼

办公大楼的全景镜头收尾，可以激发人们对未来的憧憬和向往，故为此而奋斗

**设计思路：**

为了展现猎聘作为一家科技型企业的创新能力和在专业领域的科技愿景，我们在此宣传视频中通篇使用了科技蓝的色调，表现出专业的企业形象和科技氛围。

视频前段的景别组接采用了全中特的递进式组接形式，是为了快速进入主题叙述内容，拉动用户情绪，与产品内容建立联系。

视频中段使用了中景景别进行表达，叙述人力资源行业相关的职业场景。尾段则用一个全景镜头快速结束视频，形成开放式的结尾，展现企业愿景和对未来的展望。




Amazon site in ES / 2026 Spring Sales / KV




Amazon site in DE




Amazon site in FR

AIGC



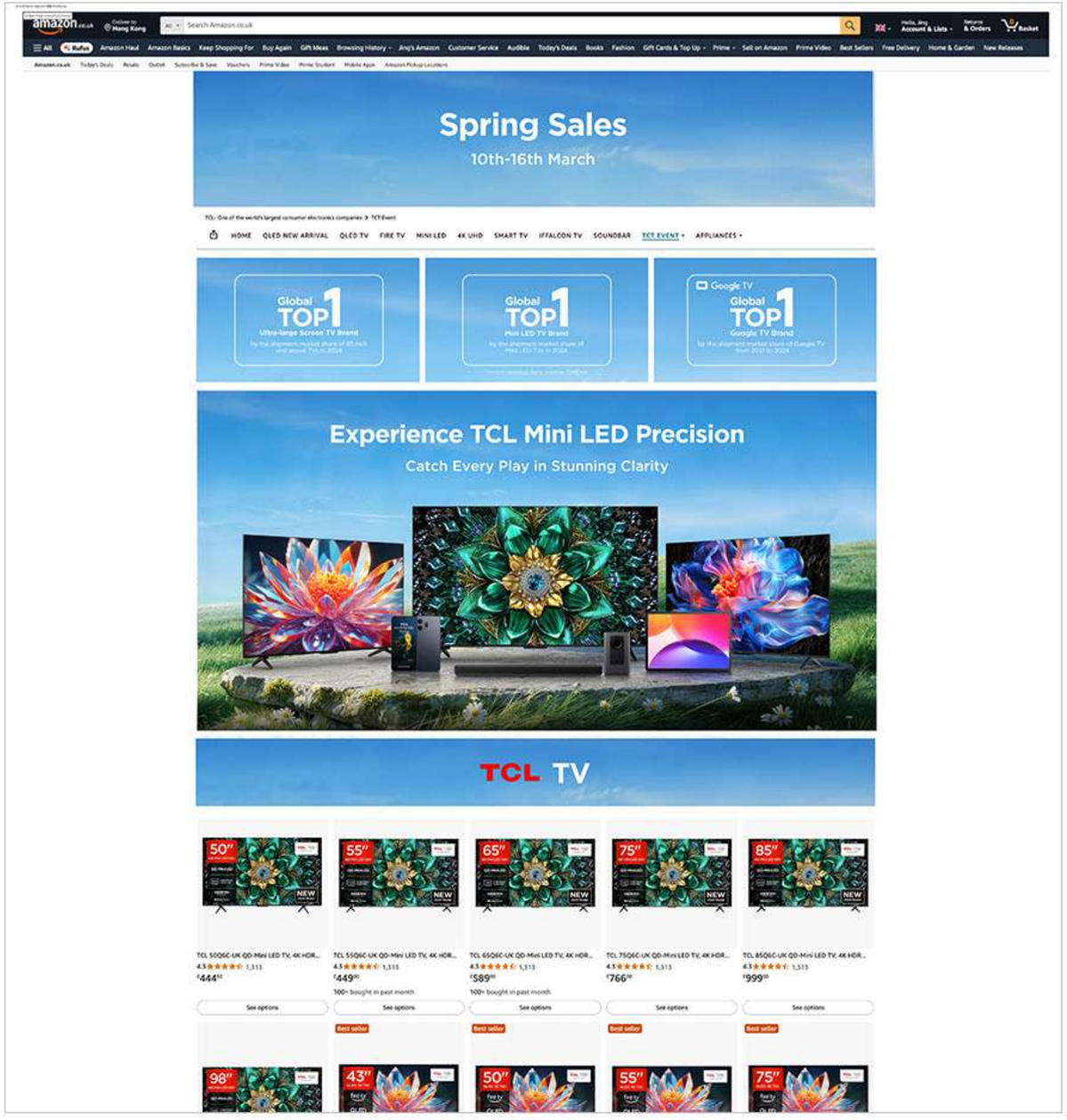

Amazon site in IT





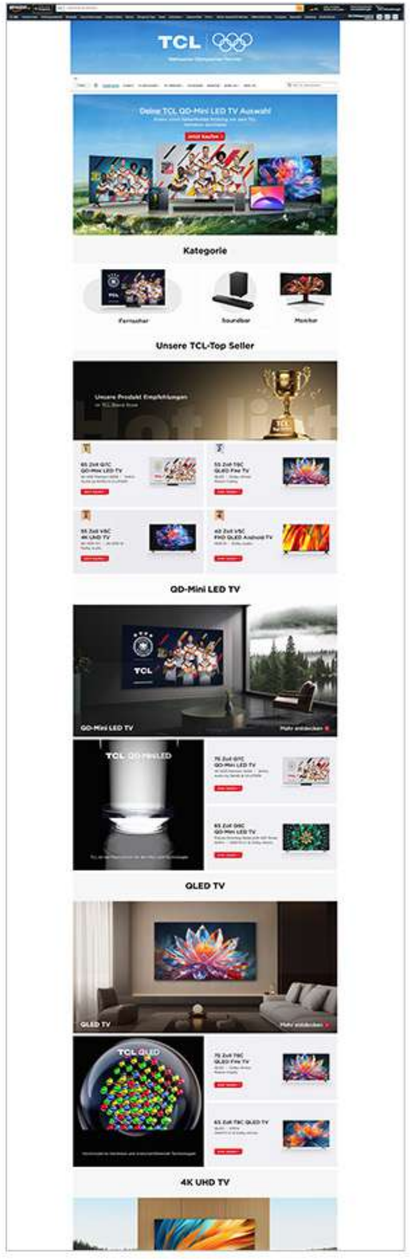


Amazon site in UK










AIGC

10–16 marzo 2026

/

Amazon PC

TCL Home / 活动页面

# TCL Spectacular

## Experience Cinematic MiniLED Big Screens

# BLACK FRIDAY












AIGC

November 18-28, 2025
/
Amazon

Social media / battle reports

Black Friday

# 小米直播 | 816感恩季直播活动 816 Gratitude Season Live Streaming Event

## 项目背景：

小米816感恩季，是小米以回馈老用户为目的的展开的专场直播活动，此次活动以小米手机品类为主导，涵盖小米全品类产品。视觉包括大促期间的营销活动主视觉，线上线下的宣传物料，直播间氛围搭建。在整个大促期间，我们直播领域的核心目标就是提升小米全品类产品的销量和小米全生态影响力。

## 项目展示：




– 直播活动主视觉设计 –




– 直播活动落地页设计 –




– 816直播间氛围 –




– 直播活动KT版设计 –




– 816直播活动挂件设计 –




– 816其他物料延展 –




– 816直播活动推荐榜单设计 –

# 京东&BOE | 双京赋能计划3周年

**项目背景：**

京东方显示技术品牌是BOE（京东方）为其高端显示技术解决方案所打造的技术子品牌。该项目为“双京赋能计划”三周年，主办方京东方（BOE）联合协办方京东发起本次B端行业峰会。依托京东方核心的三面屏与裸眼3D技术，项目旨在通过视觉化广告呈现，进一步传递双方在技术赋能与零售场景融合上的合作成果，也推动整个泛智屏行业迎来一个“技术+品牌”双价值驱动的新纪元。

**项目展示：**




双京赋能计划3周年主KV




双京赋能计划3周年主KV




竖版主KV

**设计思路：**

画面以 BOE 核心三面屏为视觉载体，通过裸眼 3D 效果直观呈现其高端显示技术优势，将技术实力转化为可视化符号，契合项目“ 技术驱动 ”定位，同时屏幕内嵌京东品牌标识，用科技感视觉语言串联双方角色，也符合“BOE 技术 + 京东零售场景 ”的合作模式，传递协同成果。

画面选用静逸山湖为背景，以沉稳自然调性隐喻三年项目的稳健发展，同时平衡三面屏、裸眼 3D 等科技元素的冷感，为“ 技术赋能零售 ”主题营造舒适视觉语境，契合线下大会交流属性，助力合作成果高效传递。

主视觉围绕“ 技术智能与零售场景融合 ”核心，通过三面屏的硬件载体、裸眼 3D 的技术呈现、山湖背景的氛围铺垫，形成“ 技术 – 合作 – 场景 ”的视觉逻辑，强化 BOE 技术解决方案品牌与京东零售场景的联动，凸显“ 双品牌驱动 ”价值。

**其他KV版本：**













**线下物料设计：**










主持人串场大屏背景




麦克风贴片




楼梯贴片



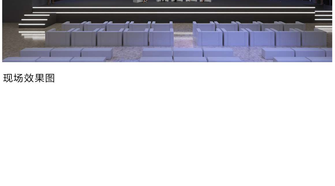




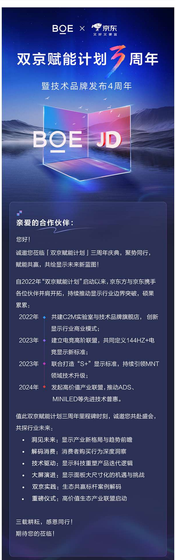
媒体签到台




圆桌会议效果图——嘉宾台上就坐期间 上屏模板




现场效果图









## 小米直播 | Redmi K50系列新品直播活动

# 跨界联动

从双方品牌或产品链接点出发打造有趣的CP感、有梗的内容、有惊喜的联动创造记忆点，实现人群破圈和转化

预算不够，技术来凑。面对超低营销预算，如何打造一场有看点的游戏直播凸显K50电竞版冰封散热、以及其他电竞功能联动网易摸吧手游“决战!平安京’展开《39度散热挑战实验》5H超长硬核直播推动性能测试部，提前测试直播环境下的最佳挑战温度值联动电竞社团，5名玩家真实亲测并做分享边挑战边送福利，以「千元游戏礼包」提升转化活动直播日GMV**523万**，爆发**2.6倍**，最高在线**1.2万**，K50 电竞版首销期达成率**129%** 并带动老品销售提升**15倍**，总曝光 **9800万+**

**3个目标：**

营销：拓展高性能以及游戏电竞群体

销售：提升K50电竞版销量

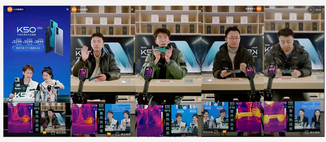
设计：视觉创作符合小米大的基调&通过视觉引导带动形成销售闭环

**3个挑战：**

1. 如何直观呈现K50电竞版强大游戏性能?
2. 超低预算，如何寻找愿意免费联动的主流游戏?
3. 低预算的情况下，如何最大化直播间流量效能?

**直播成果：**

| | |
|---|---|
| K50首销达成率 | 129% |
| 带动老品销额提升 | 1.5倍 |
| 最高在线 | 1.2万 |
| 平均停留 | 118秒 |



**项目展示：**

抖音渠道 Redmi-K50王一博人物海报

项目围绕宇宙、冰封、游戏、科技等切入点进行创作。为了营造科技感的视觉氛围，画面采用具有科技属性的太空空间站作为画面的背景元素，空间站的纵深的空间感使人物主题更加突出，视觉冲击力更强。在画面中加入了冰霜的视觉元素是为了表达绝对零度的概念，同时强调了手机水冷，降温快的性能。

考虑到王一博作为Redmi的品牌代言人，对品牌以及产品具有一定的影响力和带动作用，可能会对本次直播活动带来不错的效果，故此海报的人物形象采用王一博作为形象主体。




**强化品牌 +**

**直播引流 +**

**产品露出**




**平安京冰系人物IP**

**+**

**Redmi K50手机露出**

小米游戏 | 网易游戏平安京 联名海报设计

在产品开售之前我们还做了哪些有意思的事情?

我们在直播间与网易平安京进行了深度合作，邀请了B站的5位游戏KOL，他们将会使用K40、K50以及其他小米手机在高强度的游戏环境下对其进行评测。直播间的用户将会看到热成像以及实时的性能数据。

所以我们在海报的设计当着加入了平安京的游戏元素、K50手机的展示效果、宇宙和冰块的元素。通过宇宙绝对零度的概念诠释手机的降温性能。

**细节展示：**



人物皮肤质感



宇宙科技元素



冰霜元素



冰陨石元素

**项目延展视觉展示：**

















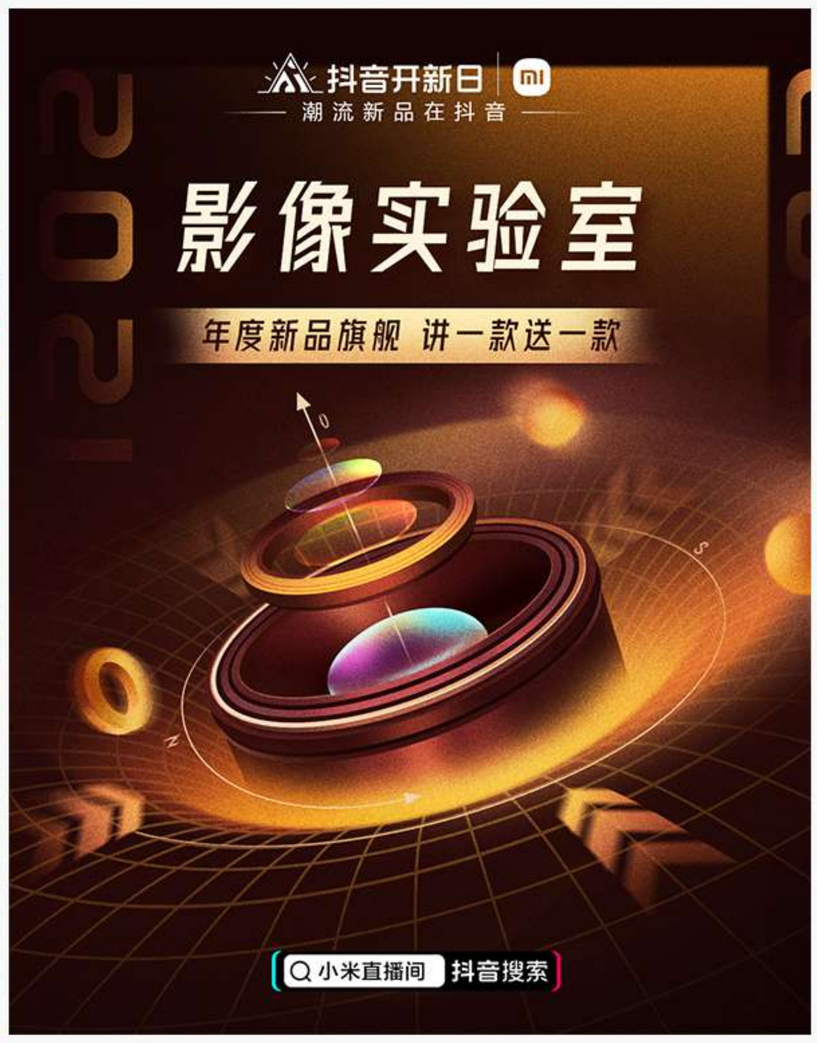

# 小米直播 | 直播活动创意海报

## 项目展示：



























# 猎聘集团 | 多面品牌塑造　Duomian Brand building

## 项目背景：

作为一家科技型人力资源公司，猎聘为了提升招聘效率，抓住通过AI应用工具推动人力资源行业的数字化转型机遇，特推出多面AI面试工具。其中产品的数字人面试官是一名叫Doris的数字人员工。

## 项目展示：







## 设计思路：

Doris数字人的人物设定是一名HR数字员工，在企业人力资源部门当中承担着面试沟通、人才招聘、信息收集的岗位职责。为了体现Doris的这一职业形象，我们对人物的发型着装动作进行定制化的设计。
发型使用了干净利落的盘发形象，可以提升人物专业化、职业化程度。人物着装在真人模特初期，使用的是羊绒质感的简约短袖，是为了体现人物的亲和力，也可以表达出人力资源行业的人本属性。
在后续的AI训练过程中，我们为人物进行多场景的换装，提供多表情的训练，以便于应对不同行业的智能面试。主要换肤形象尝试了西装的形象，能够更好的体现HR的职业化程度。

## 制作过程&技术：

Ps　AIGC　拍摄

**确定Doris形象风格**
根据项目需求对人物风格进行指导

**根据人物风格进行拍摄**
参与模特选择，根据模特风格给出拍摄动作、场景、人物妆造建议

**收集拍摄素材**
收集拍摄好的人物素材以及风格素材

**AI工具生成**
使用AI工具: SD-Tainer的Doris形象的模型训练得出Doris面部基础模型

**Compay UI 姿势训练**
使用AI工具: Compay UI对Doris进行姿势训练，参考不同角度图像得出形象的不同角度和表情

**Midjourney换肤**
使用AI工具: Midjourney对Doris的人物形象进行换肤



## 训练结果展示：





## 品牌VI展示：




Logo设计灵感来源于中国传统书法艺术中的“多”，通过书法字体的演变与再创作，结合丰富的层次感和色彩运用，呈现出立体且深邃的视觉效果。同时，我们制定了严格的Logo基础规范，确保其在不同场景下准确、统一地传播。规范涵盖了标准稿展示、标准色运用以及与合作品牌的组合方式，旨在维护品牌形象的一致性。

# 一点点
# 布局调整

其实在上一版页面的优化中,产品框架已经很不错了，但是过长的内容会导致用户在浏览的过程中流失。
所以在这次优化中，主要调整了项目模块布局，缩短了页面的长度。




### 首屏 01

首屏清晰展示产品的核心功能和特点，这是用户最关注的部分。
加入立即体验按钮不仅可以提升40%的点击数据，还可以引导老用户直接进行购买，提升转化率。

### 我们的服务 02

展示产品核心的服务内容以及服务效果，为用户建立对产品的初步认知。用icon的形式进行展示可以快速传达产品信息并建立产品与用户间的情感链接。

### 加强产品认知 03

展示团队专业度，通过产品优势和品牌背书模块，加强用户对产品的认知。

### 服务流程 04

展示服务流程，帮助用户梳理产品的服务流程，使其形成对产品系统的认知。

### 强化购买意愿 05

通过数据结果展示来提升用户对产品的信任度。以实证诱导的销售策略为用户提供服务效果证明，以此打消用户的消费顾虑。

### 视频介绍产品 06

通过视频的形式再次全方位的解读产品功能和服务内容、效果。帮助没有理解的用户再次了解。防止部分用户在这一步流失。

### 购买按钮转化成交 07

中文

**方正兰亭黑简体**

数字

**DIN Alternate**

字号

**70 36 32 22 20**

标题

正文 # f9f9f9

辅文/注释 # 919499

# 007bfe
**科 技**

# ff5733
**品 牌**

# 060606
**专 业**

# 综合项目展示 Compreh

## CBH端运营类、活动类（PC落地页） CBH terminal operation page

**项目展示：**





















# 猎聘日常运营类、活动类、职伴类 （APP落地页）

## 项目展示：

AIGC





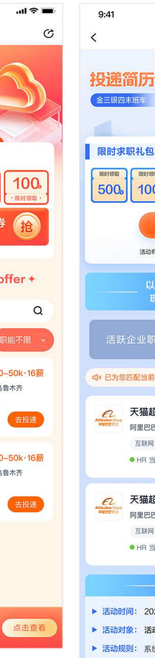

























## 2019 | 平安好车主 | 车主服务节活动视觉（手绘）

**项目展示：**



服务地图插画设计是平安好车主APP的解锁服务赢好礼的活动页面。插画中每一个建筑都代表着平安车主服务节的车险服务项目。为了表现轻松的车险活动氛围，采用了国潮插画的表现技法，并且在配色上采用渐变色进行创作。为了用户能够在第一时间了解到每一个建筑的含义，画面采用了2.5D的视角进行视觉表现，使画面涵盖的内容更直观，确保其信息内容能够在第一时间被用户所理解。



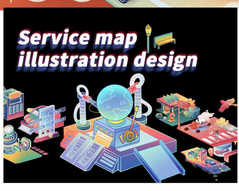


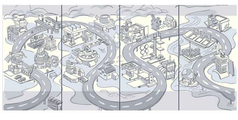


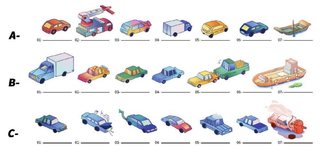


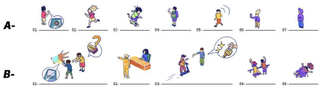









-服务地图插画 车元素/人元素-



-手机页面线稿



-手机页面色稿







-手机展示

## 2019 | 平安好车主 | 金融保险活动视觉（手绘）

**项目展示：**















## 其他项目（小米B级、京东视觉、早期项目）

**项目展示：**





























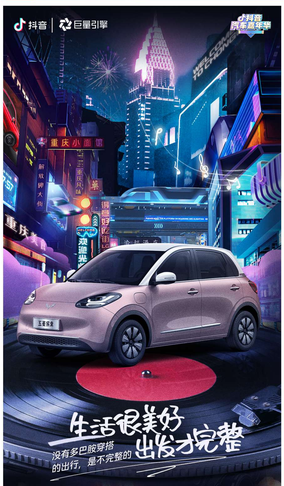








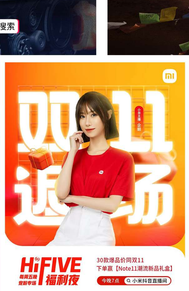













# 猎聘品牌活动 | 非凡盛典（非凡雇主）

**项目展示：**












# 字节跳动 | 坚果手机主视觉（合成）

## 项目展示：






## 2019 | 其他作品（功夫熊猫IP节日海报）

**项目展示:**



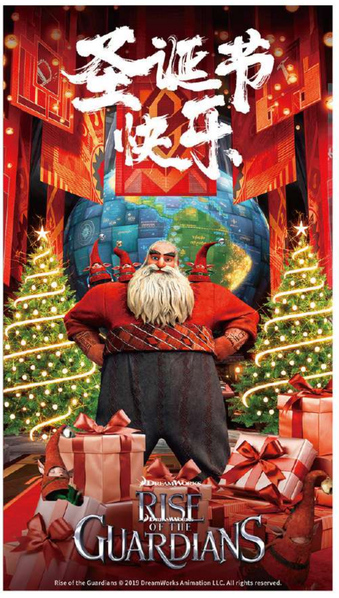







## 2019 | 其他作品（ 守护着联盟IP节日海报）

**项目展示:**







## 2019 | 其他作品（ 爱宠大机密IP节日海报）

**项目展示:**












# 2021 | 字节跳动 | 大力智能家教灯

**项目展示：**



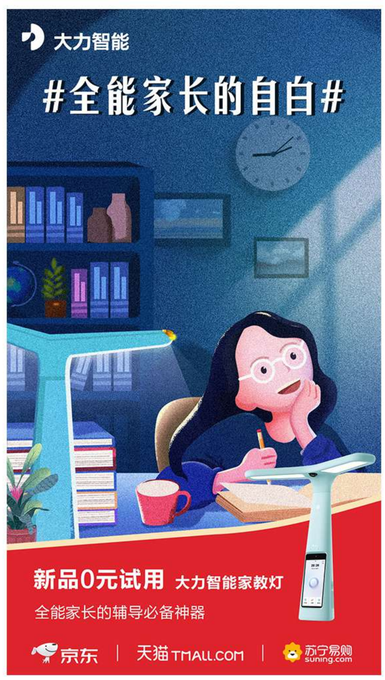








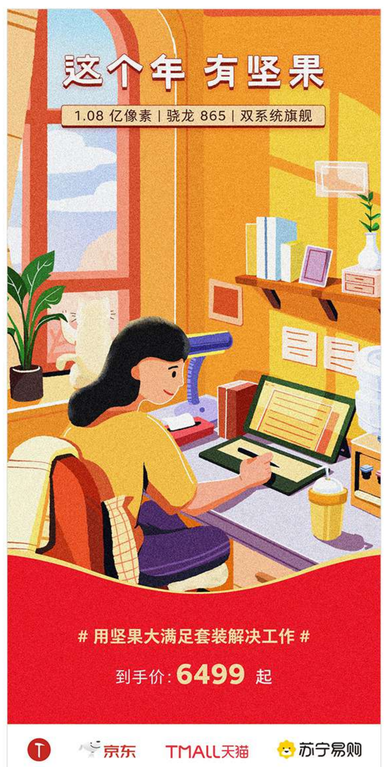













# 小米直播 | 直播间氛围搭建

## 项目展示：



















Ai
Ps
Ae
Pr
Ai
Ps
Ae
Pr
Ai
Ps
Ae
Pr
Ai
Ps
Ae
Pr

# 视频剪辑与动态视觉作品可见飞书链接

https://ki3tvwha2f.feishu.cn/wiki/F2O7wCLkTie3hVkEixmcNhMGnug?from=from_copylink

— 飞书扫码访问飞书文档 —

谢谢，期待与您相见

LOOKING FORWARD TO MEETING YOU