



LIANG  
**ZEUERO**

## 个人简介

---

LIANG，用户体验设计专家，阿里巴巴集团工作15年。先后担任了速卖通视觉设计师、速卖通视觉设计组Leader以及阿里云销管UED Leader等职位。在国际UED工作期间，带领团队对Alibaba、AliExpress两大平台进行了设计重构，定义了两大平台的视觉语言，并建立了设计语言规范。同时，我也推进了AMS系统、运营模板系统、Banner工具系统、UED协作平台等工具和系统的建立，使得速卖通运营设计工作效率提升了3倍，为公司节省了300W/年的设计预算。在阿里云工作期间，专注于阿里云中后台产品UX策略、交互设计、用户体验研究和团队管理等工作，并带领团队建立了中后台设计体系策略框架、设计流程方法、体验设计标准、用户体验监测、重构阿里云销售LTC链路，优化断点147个，系统体验显著提升。

在跨境电商体验设计、跨境电商运营设计、跨境电商品牌建设、中后台LTC系统建设、设计驱动增长等方面，积累了大量实战项目，拥有丰富的项目经验和设计团队管理能力。

# 工作经验

---

## 商业网站设计 | 视觉设计 (2006-2010)

曾任职于中国商业网、MediAsia广告、上海先先科技，专注于商业网站设计。累计完成100余个企业网站项目，涵盖网站规划、视觉设计及功能实现。通过服务不同行业客户，我不断拓展设计风格的边界，并在客户沟通、视觉呈现与前端落地等多维度实践中，全面提升了综合设计能力。

## AliExpress | 视觉设计师 (2010-2012)

负责全球速卖通（AE）平台的视觉设计工作，统筹运营活动、大型促销、EDM营销等多场景设计落地，同时推动设计规范与组件库的建设，提升设计效率与一致性。

核心成果：

**设计产出：**累计完成80+运营活动设计，支撑双11、周年庆等重点大促项目，确保视觉质量与品牌一致性。

**体验优化：**主导婚纱、3C、新奇特及品牌商城等频道的改版，结合用户调研与消费行为分析，推动数据驱动的设计优化。

**用户洞察：**主导买卖家用户模型构建、买家用户满意度调研、卖家调研及自发活动测试，将用户洞察转化为设计策略。

## Alibaba | 产品视觉组 Leader (2012-2015)

先后负责Alibaba.com及AliExpress产品视觉团队设计管理工作，从单平台管理扩展到多端全产品线统筹。经历了从“设计执行”到“业务驱动”、从“个人产出”到“团队建设”的思维调整。

核心成果：

**平台级改版：**主导AliExpress及Alibaba.com首页改版，从0到1搭建全新视觉体系规范。推动Alibaba.com全站视觉风格统一，协调团队力量改版并上线页面80+。

**多端统一：**主动发起AliExpress iOS客户端改版，输出无线设计规范；统筹PC、iOS、Android、M站、iPad五条产品线视觉风格统一，显著提升产品体验与核心数据指标。

**团队管理：**注重团队成员培养与协同，从单兵作战转向团队综合能力建设。

**全局视角：**站在整站高度思考体验问题，推动大量具体产品优化方案上线并取得优异成果。

## AliExpress | 运营视觉组 Leader(2015-2016)

从产品视觉团队转入运营视觉团队，聚焦团队效能提升与设计专业化建设，以全局视角整合运营、产品、品牌、市场、卖家等多维度资源，系统性提升用户整体体验。

核心成果：

### 效率体系搭建：

主导运营效率提升项目，通过AMS系统、运营组件化、运营模板化、Banner工具系统、内网协作系统等多工具协同，将运营组工作效率提升300%，实现规模化、标准化产出。

### 科学设计验证：

建立数据驱动设计机制，对网站首页、关键频道、运营活动Banner、活动页面、运营组件、详情页等关键素材进行A/B测试与验证，产出可复用的设计规则，并全面应用到网站各板块，确保设计决策有据可依。

### 卖家赋能体系：

构建多维度的卖家赋能体系，全面提升平台卖家设计能力，使得整站设计品质提升。

工具赋能：梳理模板市场规范，引入优秀设计公司，持续迭代模板市场功能，升级卖家设计工具与系统。

知识赋能：通过速卖通大学输出UED研究成果，开设色彩、排版、字体、国家差异化设计、品牌设计、SNS营销策略等课程，全面提升卖家端设计素养。

资源赋能：整合UED资源开放给卖家，包括活动页面模板、Banner模板、色彩库等，降低卖家设计门槛，节省设计费用。

### 核心成长：

这一阶段完成了从“产品体验视角”到“商业视角”的跃迁，开始站在更高维度，结合运营、产品、品牌、市场、卖家等多元角色，系统性解决用户核心体验问题，实现设计与商业价值的深度协同。

## 支付宝保险 | UX设计师(2016-2018)

负责支付宝保险产品的视觉与体验设计，涵盖公益保险、健康险、现象级产品相互宝等多个核心产品线。

核心成果：

**产品设计：**完成公益保险从0到1的完整产品闭环设计；主导健康险（支付即保障）产品4期迭代视觉设计；负责保险号、保险卡、保险评测等产品视觉设计。完成相互宝全流程视觉设计，支持产品上线与持续迭代。

**体验优化：**主导保险详情页优化改造，转化率提升20%以上。承担续期续保、养老险理财产品等多类型保险产品体验设计优化工作。

## 阿里云销售管理部 | UED Leader (2018-2021)

接手阿里云中后台设计团队，首先通过用户调研与系统体验地图，识别出**五大核心问题**：

1. 不了解真实用户：产品长期以内部视角驱动，缺乏对真实用户的深度理解。
2. 交互体验重灾区：信息框架不统一、交互方式不一致，增加用户学习成本。
3. 业务流程断点多：关键流程节点操作无反馈或方式不友好，无法判断系统状态。
4. 设计反馈链路长：用户调研形式单一且未形成有效的体验设计反馈闭环。
5. 系统界面太生硬：后台系统风格太老旧、死板、缺乏情感共鸣。

针对以上问题，快速推进**对应动作**：

1. 不了解真实用户：联合运营、PD建立持续多样化的用研机制。
2. 交互体验重灾区：建立中后台设计原则、重新制定设计规范，重构核心流程模块。
3. 业务流程断点多：全面梳理LTC流程断点，绘制体验大图并规划具体项目。
4. 设计反馈链路长：建立体验设计用户反馈闭环，用户问题得到有效解决。
5. 系统界面太生硬：去后台化，增加友好互动与关怀。

核心成果：

- LTC流程：优化LTC系统链路各类型流程断点147个，系统体验显著提升。
- 方案配置与合同模板：方案配置从2.96天→2.1天，合同模板流程从21天→5天。
- 产商品系统：导航重构、新手引导、工作台改版等。易用性得分从3.8提升至5.4分。
- 系统化研究Salesforce等B类产品和设计、B&C产品设计差异、SAAS竞品分析等。
- 建立中后台设计策略框架、设计原则、设计规范、用户反馈闭环、B端设计模式沉淀等。

## 蚂蚁数字科技 | UX/UI设计师 (2021-2025)

负责蚂蚁数字科技事业部运营相关工作，涵盖市场运营、官网运营、鲸探运营活动、BaaS产品运营等。

核心成果：

**一、项目规模：**负责线上线下活动项目累计100+，覆盖市场运营、官网运营、鲸探活动、BaaS产品运营等多元场景。

**二、效率提升：**通过梳理运营SOP标准流程、运营标准定义、品牌设计规范升级、运营各设计模板等，实现整体运营效率提升2倍，预算减半。

**三、重点项目：**鲸探周年庆：活动期间DAU提升156%，下载页转化率提升258%。Web3 Builders NFT项目：获得业内一致好评，上线当天10000个NFT当天抢光。

# 个人专利

---

## 申请专利18项：

- 一种可视化展现商品列表页商品热销程度的呈现...
- 一种防止输入过程中输入窗口产生遮挡的优化方案...
- 一种快速进入手机分屏的快捷解锁方式...
- 手机勿扰模式对方加识别码打开...
- 聊天软件自定义聊天关键字的提示声音...
- 锁屏界面对手机物理组件的提示...
- 手机APP图标的快捷操作方式...
- 支付宝等账号快速生成二维码...
- 手机截屏（信息类）类处理方式...
- 一种快速支付的提示方式...
- 显示对象的处理方法及装置...
- 无线端APP列表页上滑加载的展示方式...
- 手机APP端聊天信息查看方式...
- 一种简化iOS系统内文字编辑步骤的快捷手势操作...
- 一种解决商品列表页针对单个商品通过鼠标悬停展示...
- 一种控制消息提醒频率的快捷方式...
- 多端信息互动的暂存方式...
- 一种自动识别电脑锁屏界面被激活的提醒方法...

# 联系方式

---

手机 150 6882 5590

邮箱 77334917@qq.com

作品 <https://www.zeuero.me>



## 设计师是：

- 40%的艺术家 — 创造力、强迫症、细节控
- 30%的科学家 — 善于发现和创新，注重实现
- 10%的商人 — 现实、理智、利益
- 10%的企业家 — 双赢、合作、持续学习
- 10%销售 — 不放弃、为客户解决问题