



天津中德应用技术大学
Tianjin Sino-German University of Applied Sciences

本科生毕业设计

“花屿”——综合类花卉 App 项目的设计与制作

**"Flower Island"——Design and production of comprehensive
flower App project**

姓 名 侯森楠

学 院 艺术学院

专 业 数字媒体艺术

指导教师 庞素

职 称 讲师

完成时间 2023 年 5 月 31 日

天津中德应用技术大学

本科生毕业设计（论文）选题申报表

学 院	艺术学院	申 报 人	姓 名	庞素
专 业	数字媒体艺术		技术职务	中级
题目名称	“花屿”——综合类花卉 App 项目的设计与制作			
题目类型	设计兼实做（设计报告+实际作品）	题目来源	其他项目	
课题来源、背景及意义	<p>教师与学生共同研讨，自拟选题。随着人们对于生活品质要求的提升，花卉需求量增加，花卉产业销售额呈现井喷式增长，众多花卉苗圃和经销商不断改变促销手段并开拓线上销售渠道。电商时代，线上订花的形式越来越普遍，因此我们开发了一款集花卉售卖、花卉百科、花友社群以及花卉回收为一体的 App 产品——“花屿”。根据用户的需求提供丰富多样的鲜花订购服务和快捷、人性化的配送服务。向用户提供商品的同时让更多的用户了解绿植花卉的知识，以传递积极乐观、精致的生活态度。</p>			
任务及要求	<p>课题任务：1. 按照主题制作综合类花卉 APP 的 UI 界面 40—50 个、banner 4 个、卡片、LOGO 1 个、两套线性图标、一套面性图标、三套图标共 20—30 个；2. 展示视频一个大于 60 秒（使用 AE 和 PR）；3. 交互：可模拟操作；4. 论文字数不少于 8000 字。</p> <p>课题要求：按照主题搜集不同花卉形象进行整理筛选；根据主题完成设计方案，内容包括灵感来源、创作意图和创作形式等；完成草稿绘制、平面与视频表现相结合，最后完成一系列 UI 作品，工作量和成品质量要达到相应的水准。创作出的作品要有一定审美价值，具有实用性和创意性，并且能够传达情感。</p>			
工作条件	(1) 场地方面：F1-313 (2) 设备使用：电脑-联想拯救者 Y7000P			
知识与能力要求	<p>知识方面：内容涉及数字媒体相关内容，界面设计 UI（字体与图形设计、矢量图形绘制技术）和交互设计知识的运用以及对 PR、AE 等电脑软件的运用。</p> <p>能力方面：完成该课题需要具有交互设计能力，运用数字媒体专业知识和技能解决设计过程中遇到的疑难点，结合调研数据以完整的形式展现毕业设计创作。</p>			
系（教研室）审查意见：				
无				
负责人(签名)： <u>吴迪</u> 2022 年 12 月 5 日				

天津中德应用技术大学毕业设计（论文）任务书

题目	“花屿”——综合类花卉 App 项目的设计与制作				
学生姓名	侯森楠	院（系）名称	艺术学院	专业班级	19 数媒 2 班
课题类型	设计兼实做（设计报告+实际作品）				
课题意义	<p>课题背景：花卉在我国有着悠久的历史，花卉也有着丰富的文化底蕴。当今世界 随着人们对于生活品质要求的提升，以及家庭园艺时代的到来，让日常生活中的花卉 市场需求量逐渐攀升。花卉产业的兴盛让众多花卉苗圃和经销商不断改变促销手段并 开拓线上销售渠道，促进产品在线上线下同步销售。</p> <p>课题意义：本选题来源于解决人们对生活中的花卉需求、花友交流和花卉知识问 题，主要研究方向为综合类花卉 APP 的界面与交互设计制作，通过综合类花卉 APP 让人们在选择花卉时有更加方便、快捷、舒适的购物体验，选题设计制作以花卉售卖、花卉百科、花友社群交流以及花卉回收作为主要功能进行的 APP 项目设计制作。</p>				
任务要求	<p>课题任务内容：本课题基于数字媒体艺术课程以及 UI 相关理论的深入调查和研究，根据相关设计理论及软件应用，结合花卉售卖、回收、花友社群等实际情况，以及花卉产业线上线下同步销售的深入调查研究，进行综合类花卉 APP 项目的设计创新。在此基础上按照设计规范、视觉美感进行交互设计、界面设计、图标设计、展示视频以及在移动端制作可交互的效果，最终以完整的形式展现毕业设计创作。</p> <p>知识方面：内容涉及数字媒体相关内容的理解和认识，视觉设计、界面设计和交互设计知识的运用。</p> <p>能力方面：运用专业技能主动解决设计过程中遇到的疑难点，基于不同软件（PS、AI、PR、AE 等）的应用来进行毕业设计的完成。</p> <p>内容方面：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 课题要求学生完成完整的 App 设计创作； 2. UI 界面 40—50 个，其中包括：页面 UI，开屏页，引导页，注册页。以及 Banner、卡片、LOGO、三套图标； 3. 交互和展示方面：展示视频一个大于 60 秒(使用 AE 和 PR)；墨刀(移动端可交互)、Figma、Principle； 4. 论文字数不少于 8000 字。 <p>课题任务要求：</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 2022-10-8—2022-12-8 确定选题，在老师指导下收集相关整理资料，在此 基础上对创意设计进行初步准备。 (2) 2022-12-9—2022-1-8 制作毕设作品；完成开题报告及 PPT，进行开题答辩。 (3) 2022-1-9—2023-3-15 使用相应软件进行毕业设计作品制作， 				

天津中德应用技术大学
毕业设计（论文）开题报告表

姓名	侯森楠	学院（系）	艺术学院	专业班级	19 数媒 2 班
题目	“花屿”——综合类花卉 App 项目的设计与制作			指导教师	庞素

一、 开题报告内容（课题的目的意义、与本课题有关的国内外研究（应用）情况及发展趋势、课题主要研究内容、参考文献等）

本人的毕业设计选题为《“花屿”——综合类花卉 App 项目的设计与制作》，主要研究方向为综合类花卉 APP 项目的界面与交互设计制作。本课题设计制作内容是以花卉售卖、花卉回收、花卉百科以及花友社群交流作为主要功能，结合中国传统颜色进行 APP 项目设计制作。

1. 选题的目的意义

花卉的培育和使用在我国有着悠久的历史，在七千多年前的浙江余姚河姆渡文化中，就已经发现了荷花的化石，花卉作为古代文人墨客吟诗作赋喜爱的对象，也是人们陶冶情操、美化环境、乔装打扮的工具。如今，人们也因花卉宜人的外观和香味而以各种方式种植、购买和佩戴鲜花。在国内消费升级背景下，花卉作为一种美化环境，提升生活格局和情调的产品，市场需求持续攀升，花卉行业也在不断的优化产品质量和品种。本选题以花卉售卖、花卉百科、花友社群以及花卉回收作为主要功能，进行综合类花卉 APP 项目的界面与交互设计制作，满足不同用户的需求，推动花卉产业的电商市场规模化。我国经济持续、快速的发展，人民生活水平迈上新台阶，生活水平的提高让人们对生活质量也有了更高的追求，当前家庭园艺时代的到来是我国花卉消费市场增长的最大动力。随着“互联网+”的推动，国家也为电商发展制定了科学合理的政策，花卉产业与互联网的结合加快壮大了花卉市场，如 2021 年 5 月发布的《全国乡村重点产业指导目录（2021 年版）》中花卉种植产业被列入优势特色种养业。花卉产业的蓬勃发展和国家政策支持的支持，加之本人对花卉和花卉中蕴含的意义有着浓烈的兴趣，所以选择综合类花卉 APP 项目进行研究。

从数字经济的发展来看，随着移动互联网的快速推进，人们线上消费习惯的养成，电商朝着垂直领域细分市场。从用户需求来看，随着中国经济的发展人们的可支配收入增长，物质文明富足后更加追求精神层次的愉悦，将花卉电商的发展推向了时代的风口，综合类花卉 APP 根据用户的需求场景出发，推荐相关主题花束，让用户仅根据图片、价格、类别订阅，精准匹配需求场景，在产品同质化的花卉电商领域做到脱颖而出。从文化传承方面

来看，中国花卉文化对中国文学、绘画、纺织等文化领域都有着深远的影响，五千年中华文明为我们留下的丰厚历史文化遗产，党和国家高度重视历史文化遗产的保护和传承。“十四五”规划和 2035 年远景目标纲要明确提出“实施文化产业数字化战略”。以数字媒介做载体为历史文化遗产保护提供丰富多元的手段和路径，而综合类花卉 APP 在进行花卉售卖的同时还有花卉知识、花卉故事等专题类的内容板块，以实现社会效益和经济效益相统一。

2. 国内外研究及发展趋势

全球花卉产业始于 19 世纪末，成为发达国家和发展中国家的高水平产业之一。据统计，在国外 77% 的花卉购买涉及特定的场合或原因，生日和周年纪念日占年销售额的 24%。国外一年中最大的花卉活动是情人节，其次是圣诞节和汉努卡节，然后是母亲节，它们加起来占大多数花艺企业年收入的 70% 以上。2021 年随着在线销售正在增加并日益流行，国外花卉行业的电子商务份额增长了 30%。随着各种节日的到来，预计销售量将持续上升。国外的线上销售方式主要为在线花店（网页版）及移动端 APP，并没有综合类花卉 APP。例如国外的花卉 APP “1800 花”，线上销售平台的 UI 设计风格突出，主要针对花店的定位、特色和技术进行设计，花卉销售 APP 主题色明确，色彩简洁、有主次之分，如绿植类售卖 APP 界面以都绿色为主。网页和 APP 的产品介绍大部分以图片为主，文字为辅，信息可读性较强。

除此之外，在国际上花卉和观赏植物（以切花、室内植物和景观设计为主要目的而种植的植物）的全球市场预计将在未来五年内增长约 6.3%，2024 年达到 574 亿美元，高于 2019 年的 424 亿美元。全球销售的所有花卉和植物中有 60% 是作为礼物送给别人，20% 用于婚礼或葬礼，约 20% 用于家庭或办公室。所以花卉产业在全球市场上都有着广阔的前景。

目前我国是世界最大的花卉生产中心，经过多年来的发展，我国花卉消费市场日趋成熟，花卉消费逐渐由过去的集团消费向大众消费转变，消费模式由单一化、团购化向个性化、多样化转变，从而带动了上游市场。我国花卉电商的市场交易规模近年来快速增加，2016 年时仅有 168.8 亿元，但这一数字在 2020 年时达到了 720.6 亿元，同比增加 34.67%，5 年年复合增速 43.74%。花卉电商零售额占整个网络零售市场的比重也在不断增加，已由 2010 年的 0.2% 增长到 2020 年的 0.6% 左右。就目前看来，这一比重未来仍将保持增长态势。但我国目前的花卉市场销售渠道比较分散，如微信公众号 H5 版本、小程序、APP、淘宝的品牌店铺等。但以上模块的功能和 UI 设计相对较简单，内容主题规划不完善，首页以套餐产品为主，界面操作简易，但排版销售风格偏重，微信 H5 和京东淘宝等店铺都会在一定程度上受到平台的局限，不能更好的给用户呈现美的视觉盛宴，降低了用户粘性，不利于增加用户停留时长。

3. 主要研究内容

本课题基于数字媒体艺术课程和 UI 设计，通过展示视频和移动端可交互等方面来进行毕业设计表现。同时，在创作过程中将花卉售卖、回收、花友社群等方面的实际情况进行结合，将其以适合视觉设计、界面设计和交互设计的方式进行呈现。

课题研究内容包括：

- (1) 对花卉产业发展现状、未来发展趋势以及 UI 相关理论的资料收集及专项研究；
- (2) UI 界面 40—50 个、视觉页面 10 个以上、LOGO 以及三套图标；
- (3) 使用 AE 和 PR 等工具制作大于 60 秒的展示视频；
- (4) 使用墨刀实现移动端可交互（制作完成后可在安卓系统、鸿蒙系统和苹果系统上进行交互体验）。

4. 参考文献

[1] 王智棋, 何婷, 黄秀洁. 中国传统花卉文化传承与开发研究[J]. 今古文创, 2022, No. 121(25): 70-72. DOI:10.20024/j.cnki.CN42-1911/I.2022.25.023.

[2] 孙文文. 消费升级时代下日常鲜花电商的现状与未来趋势探究[J]. 新经济, 2021(01): 81-84.

[3] 胡艳雯. 多肉植物 APP 界面设计研究[D]. 湖南师范大学, 2020. DOI:10.27137/d.cnki.ghusu.2020.002258.

[4] 赵倩. “色彩构成”在 UI 设计课程教学实践中的应用与探讨[J]. 美与时代(上), 2022(07): 141-144. DOI:10.16129/j.cnki.mysds.2022.07.007.

[5] 李尤佳. UI 动效中的趣味性设计研究[D]. 云南艺术学院, 2022. DOI:10.27777/d.cnki.gynxy.2022.000218.

[6] 杨时. 新媒体环境下的 UI 界面设计与发展——评《新媒体 UI 设计》[J]. 中国教育学刊, 2022(06): 126.

[7] 陈越红, 王烁尧. UI 设计中的视觉心理认知与情感化设计分析[J]. 艺术设计研究, 2021(02): 74-79.



[8] 李东骏. 基于用户体验的电商类 APP 界面设计应用研究[D]. 青岛科技大学, 2020. DOI:10.27264/d.cnki.gqdhc.2020.000440.

[9] 张蓓, 刘凯明, 招楚尧. 消费者线上体验、产品卷入度与重购意愿[J]. 统计与信息论坛, 2021, 36(12): 103-115.

[10] 杨林. 在线 APP 制作工具——墨刀[J]. 中国信息技术教育, 2019(05): 87-89.


[11] Rendell Ashlea, Adam Marc T. P., Eidels Ami, Teubner Timm. Nature imagery in

user interface design: the influence on user perceptions of trust and aesthetics[J].
Behaviour & Information Technology, 2022, 41(13).

二、进度及预期结果		
起止日期	主要内容	预期结果
2023年1月-2月	查阅文献、市场调研、分析；收集相关资料设计草图；制作UI原型图；	完成综合类花卉APP界面设计制作及展示视频、移动端可交互制作。
2023年2月-3月	完成对UI设计和花卉电商平台的资料收集及专项研究，完成UI界面40—50个、视觉页面10个以上、LOGO以及三套图标的初稿；	
2023年3月-4月	结合界面设计制作，总结前期研究资料撰写设计说明书；展示视频、移动端可交互制作；	
2023年4月-5月	修饰完善毕业设计作品，整理完善设计说明书，进行毕业设计展览展位设计及布展，提交毕业设计作品及毕业论文（设计说明书），进行毕业答辩。	
完成课题的 现有条件	<p>1、基础知识、技能条件：通过四年学习，具备的数字媒体专业基础知识（设计基础、字体与图形设计等）与专业实践技能；了解相应的UI设计方法和内容；能够独立运用软件进行设计与制作。</p> <p>2、资料调研条件：通过学校图书馆、体验国内外不同的花卉电商平台，如国外：1800 APP、my flower APP，国内：鲜花批发H5、小程序“花加”、野兽派APP等进行调研和资料收集论证；观看优秀UI设计作品，提升审美。</p> <p>3、实践操作条件：学校专业实训室与专业设备，有独立的年级实训室，开放时间充裕，资料准备充分；</p> <p>4、其他保障条件：指导教师的专业指导及相关实习企业专业导师指导。可以将国内外的创作理念、制作方法、设计思想传达给学生，能够提供学生在创作过程中的理论支持和设计指导。</p>	
审查意见	通过审核	指导教师：  2023年2月15日
学院（系） 意见	通过审核	主管领导：  2023年2月15日


天津中德应用技术大学
本科生毕业论文（设计）的声明

本人郑重声明：所呈交的学位论文，是本人在指导教师指导下，进行研究工作所取得的成果。除文中已经注明引用的内容外，本学位论文的研究成果不包含任何他人创作的、已公开发表或没有公开发表的作品内容。对本论文所涉及的研究工作做出贡献的其他个人和集体，均已在文中以明确方式标明。本学位论文原创性声明的法律 responsibility 由本人承担。

学位论文作者签名：

2023 年 5 月 31 日

本人声明：该学位论文是本人指导学生完成的研究成果，已经审阅过论文的全部内容，并能够保证题目、关键词、摘要部分中英文内容的一致性和准确性。

学位论文指导教师签名：

2023 年 5 月 31 日

摘 要

《“花屿”——综合类花卉 App 项目的设计与制作》本课题设计制作内容是以花卉售卖、花卉回收、花卉百科以及花友社群作为主要功能，满足不同用户的需求，结合中国传统颜色、简约风格和几何元素进行 App 项目的界面与交互设计制作。以视频为主要展示方式，交互方面实现可模拟操作，研究综合类花卉 App 的界面设计和 UI 设计。

随着“互联网+”的推动，国家也为电商发展制定了科学合理的政策，如今家庭园艺时代的到来是我国花卉消费市场增长的最大动力，也将花卉电商的发展推向了时代的风口。加之本人对花卉和花卉中蕴含的意义有着浓烈的兴趣，结合所学的数字媒体艺术相关知识，从用户的需求场景出发，针对传统花卉电商平台的功能以及 UI 设计进行创新研究。

花卉是人们喜爱的对象，也是古今中外人们陶冶情操、美化环境、乔装打扮的工具，这就成为了我选择制作综合类花卉 App 的原因。将花卉知识、花卉故事等专题类内容板块加入综合类花卉 App 中，不仅可以给用户提供了植物搭配的灵感，而且以数字媒介作为载体，可以给花卉文化提供丰富多元的传播路径。

本课题毕业设计作品通过研究综合类花卉 App 用户需求，运用数字媒体艺术所学知识进行界面设计和 UI 设计，从二维到三维的软件使用，结合不同软件进行制作。在设计方面、视频展示和移动端交互体验方面；从颜色、布局等各个角度进行制作和创新，让 App 风格更加突出，增强用户粘性，给予花卉 App 用户新的使用体验。

关键词：交互设计；视觉设计；App 设计；花卉

Abstract

"Flower Island" -The Design and Production of Comprehensive Flower APP Projects. This project is based on flower sales, flower recycling, flower encyclopedia, and flower friends communities as the main functions to meet the needs of different users. Color, minimalist style and geometric elements perform the interface and interactive design and production of the APP project. Taking video as the main display method, interactive implementation can be realized, and study the interface design and UI design of the comprehensive flower app.

With the promotion of "Internet+", the state has also formulated a scientific and reasonable policy for the development of e-commerce. Today, the advent of the family gardening era is the biggest driving force for the growth of the flower consumer market in my country. tuyere. In addition, I have a strong interest in the meaning of flowers and flowers. Combined with the knowledge related to digital media art, I set out innovative research on the functions of traditional flower e-commerce platforms and UI design.

Flowers are the objects of people's love, and it is also a tool for cultivating emotions, beautifying the environment, and dressing of ancient and modern Chinese and foreign people. This has become the reason why I choose to make comprehensive flower APPs. Adding a special content sector such as flower knowledge and flower stories to the comprehensive flower APP can not only provide users with inspiration for plants, but also use digital medium as a carrier to provide rich and diverse transmission paths for flower culture.

The graduation design works of this topic study the interface design and UI design of the knowledge learned by digital media art through research by studying comprehensive flower apps. In terms of design, video display, and mobile interactive experience; production and innovation from all perspectives such as color, layout, make the APP style more prominent, enhance user stickiness, and give the flower APP user a new experience.

Keywords: Interactive design; Visual design; App design; Flowers

目 录

第一章 花卉电商平台的现状及问题	1
1.1 综合类花卉 APP 的选题背景分析	1
1.2 传统文化中的花卉文化及花卉历史	1
1.3 分析花卉文化的发展现状	2
1.4 现有花卉电商存在的问题	3
1.5 综合类花卉 APP 的可行性分析	4
第二章 花卉电商的用户调研	5
2.1 现有花卉电商的使用群体	5
2.2 相关用户的问卷调查内容及调查总结	6
2.3 用户需求分析	8
第三章 综合类花卉 APP 的创新	10
3.1 竞品分析	10
3.2 模块创新	11
3.3 功能设计	11
第四章 设计与实现	13
4.1 交互设计	13
4.2 设计规范	17
4.3 图标设计	18
4.4 APP 界面设计	20
结 论	22
参考文献	23
附 录	24
致 谢	26

第一章 花卉电商平台的现状及问题

1.1 综合类花卉 App 的选题背景分析

近年来，随着互联网和移动互联网的迅猛发展，电商行业成为了一种主流的购物方式，涵盖了各种各样的商品和服务，包括了花卉市场。同时，人们对于绿植花卉的兴趣和需求也不断增加，对于绿植养殖、花卉交流和花卉回收等方面的关注也日益增加。

在这个背景下，我决定设计一款综合类花卉 App，旨在提供一种方便快捷的购买绿植花卉、交流花卉心得和参与花卉回收的方式，以满足现代人对于绿植花卉的多样化需求。

UI 设计在现代应用中起着重要的作用，一个简洁、直观、美观的用户界面可以提升用户的体验和使用便利性。此款应用程序将在设计中注重用户界面的设计，使其简洁明了、易于操作的同时具备美观性，并提供良好的用户交互体验，从而提高用户的满意度和粘性。此外，花卉的购买和养殖对于一般用户来说可能存在一定的技术门槛，因此在 App 中提供详细的花卉说明，包括绿植花卉的特性、养殖技巧、疾病防治等信息，以帮助用户更好地了解和自己的花卉。

在花卉社群交流方面，将提供用户之间的互动平台，包括用户间的信息分享、心得交流、问题解答等功能，以促进用户之间的交流和互助。同时，我们还将设立专业的花卉资讯频道，定期推送花卉行业的最新资讯和养殖技巧，以帮助用户更好地了解花卉市场和花卉养殖的最新动态。

此款 App 还将引入花卉回收机制，鼓励用户回收和再利用花卉，从而降低环境污染和资源浪费，并在 App 中提供相应的回收渠道和奖励机制，以引导用户积极参与花卉回收活动。

通过以上设计说明，希望这款综合类花卉 App 能够满足用户对于绿植花卉的购买、交流和回收需求，为用户提供便捷的花卉购物和社群交流体验。

1.2 传统文化中的花卉文化及花卉历史

花卉在中国传统文化中拥有悠久的历史和丰富的文化内涵。自古以来，花卉与人类的精神生活乃至物质生活有着不可分割的联系，是人类社会文化和艺术发展的重要承载^[1]。

花卉被视为象征着吉祥、美好和幸福的象征物，广泛应用于宫廷、寺庙、园林和民间。同时，花卉也在中国的诗词、绘画、书法和民间艺术中扮演着重要角色。花卉历史悠久，早在古代，诗经中就有了对花卉的描述。汉代以后，花卉逐渐成为了宫廷文化和士人雅兴的一部分，例如，唐代的“花间集”中就有大量的

花卉诗歌。宋代以后，花卉的养殖和观赏成为了士大夫和庶民的时尚，出现了许多以花卉为主题的诗画作品，如图 1-1 所示。

在中国传统文化中，每一种花卉都有着特定的寓意和象征意义。例如，梅花被誉为“花中君子”，象征着坚贞不屈和高尚的品德；兰花被称为“君子兰”，寓意高洁和清雅；菊花则被赞美为“懿德菊”，象征着高尚的品德和坚强的意志。此外，如梨花、桃花、牡丹、荷花等花卉也在中国传统文化中拥有独特的地位和象征意义。花卉文化在中国传统节日中也有着重要的地位，例如，春节时悬挂对联和贴春联，常常会以花卉为题材，如寓意吉祥、幸福和团圆的梅兰竹菊；清明节时扫墓、烧香，也常常会使用花卉来祭奠和表达对逝者的怀念和思念之情。

因此，在设计这款综合类花卉 App 时，我将融入传统文化中的花卉文化元素，通过花卉的历史、象征意义和节令用途等方面，为用户呈现一个具有文化内涵和情感共鸣的花卉世界，旨在让用户更加深入了解和体验中国传统文化中的花卉文化。



图 1-1 明 陈淳《墨花八种图》

1.3 分析花卉文化的发展现状

花卉文化在现代社会中呈现出多样化的发展现状。随着人们对生活品质的追求和环保意识的提升，绿植花卉在家居、办公空间以及城市绿化等方面得到了广泛应用，从而推动了绿植花卉售卖 App 的兴起。除了消费者对鲜花需求的转变，鲜花产业链的升级也为鲜花电商的出现和发展铺平了道路^[2]。

首先，绿植花卉售卖 App 在现代社会中得到了快速发展。越来越多的人开始关注自然环境和生态保护，对绿植花卉的需求逐渐增加。绿植花卉售卖 App 通过线上线下结合的方式，为用户提供了便捷的选购、配送和售后服务，满足了用户对绿植花卉的购买需求。

其次，花卉社群交流成为了花卉文化的重要一环。通过社交媒体、在线社群等平台，用户可以分享养花心得、交流经验、展示花卉作品等，从而形成了一个活跃的花卉社群。这种社群交流促进了花卉文化的传承和发展，同时也带动了花卉售卖应用程序的推广和用户增长。

另外，花卉回收在现代社会中也得到了越来越多的关注。随着人们对环保和可持续发展的认识日益增强，花卉的回收和再利用成为了一种重要的生态行为。一些绿植花卉售卖 App 也开始提供花卉回收的服务，通过回收用户废弃的花卉，进行再利用或者环保处理，推动了花卉文化的绿色发展。

综上所述，随着社会的发展和人们对生活品质 and 环保意识的提升，绿植花卉售卖 App 在现代社会中得到了快速发展，花卉社群交流和花卉回收也成为了花卉文化发展的重要方面。这款综合类花卉 App 将充分利用现代科技手段，结合传统花卉文化，为用户打造一个融合购物、社交和环保的综合性花卉平台，促进花卉文化的传承和发展。

1.4 现有花卉电商存在的问题

花卉质量和鲜度难以保证，花卉电商通常依赖物流渠道进行配送，但花卉属于生鲜产品，对质量和鲜度要求较高。然而，目前的物流网络和配送方式可能无法确保花卉在运输过程中保持良好的质量和鲜度，导致一些用户收到的花卉不符合期望，影响用户体验。

信息不透明和缺乏足够的花卉知识，一些花卉电商在商品信息和花卉知识方面存在不足。用户往往难以获取到详尽的花卉信息，包括花卉的养护、用途和特点等，导致用户在选购和养护花卉时缺乏足够的指导和帮助，可能影响用户的购买决策和使用体验。

社群交流不够活跃和互动性不足，一些花卉电商虽然提供了社交功能，但社群交流的活跃程度和互动性可能较低。社群缺乏足够的用户参与和内容生成，导致用户在社群中的互动和交流有限，无法真正实现用户之间的知识分享和经验交流，降低了社群的价值和吸引力。

花卉回收和环保措施不足，虽然一些花卉电商提供了花卉回收的服务，但在实际操作中，花卉回收和环保措施可能不够完善。一方面，花卉回收的渠道和方式有限，难以覆盖到所有用户；另一方面，对于回收的花卉如何进行再利用或环保处理，可能缺乏明确的规范和措施。

花卉电商平台通过科学的、艺术的网页布局，详细的、逼真的图片和视频展示，促进消费者浏览产品、搜索信息^[3]。但用户体验和界面设计不尽人意，一些花卉电商的用户体验和界面设计可能存在不足之处。例如，购物流程繁琐、支付方

式不便利、搜索和筛选功能不完善等，都可能影响用户的购物体验 and 满意度。

因此，在设计绿植花卉售卖、花卉社群交流和花卉回收 App 时，应考虑解决以上问题。

1.5 综合类花卉 APP 的可行性分析

作为一款综合类花卉 App，结合传统文化中的花卉文化、花卉历史以及现代花卉文化的发展现状，为绿植花卉售卖、花卉社群交流、花卉百科和花卉回收等内容提供服务，具有较高的可行性，原因如下：

首先，从花卉文化的丰富性来看，花卉在传统文化中有着丰富的象征意义和历史背景，结合传统文化中的花卉文化和历史，可以在应用程序中提供丰富的花卉百科、花卉历史、花卉文化等相关内容，可以满足用户对花卉文化的兴趣和需求，丰富用户的花卉知识，为用户提供花卉的养护、用途、特点等详细信息，增强用户对花卉的了解和兴趣，提升用户体验。

其次，综合类花卉 App 拥有多元化的服务内容，包括花卉售卖、花卉社群交流、花卉百科和花卉回收等。用户可以通过 App 方便地进行花卉的购买和养护，与其他花卉爱好者进行交流和分享经验，同时还可以通过 App 进行花卉的回收和环保处理，形成一个综合性的花卉生态圈。

再次，从潜在的市场需求看，随着人们对生活品质和环保意识的不断提高，绿植花卉市场潜力巨大。通过一款综合类花卉 App，可以满足用户在花卉选购、养护、社群交流和环保回收等方面的需求，提供便捷、智能、全面的服务，具有较大的市场吸引力。

并且综合类花卉 App 的优势在于，综合类花卉 App 能够提供多样化的功能和服务，满足用户多方面的需求，形成核心竞争力。通过在 App 中整合绿植花卉售卖、花卉社群交流、花卉百科和花卉回收等功能，可以为用户提供一站式的花卉服务，进而提升用户粘性和用户体验。

第二章 花卉电商的用户调研

2.1 现有花卉电商的使用群体

根据中国鲜花电商用户购买鲜花主要目的分布，如图 2-1 所示，可得现有花卉电商的使用群体主要包括以下几类人群：

花卉爱好者：这是最主要的用户群体，包括对花卉养殖、观赏和收集有浓厚兴趣的人群。他们通过花卉电商平台购买各类花卉，满足自己对不同花卉品种的需求，并通过平台上的社群交流功能与其他花卉爱好者分享养花心得、交流经验。

室内绿植养殖者：室内绿植养殖在现代城市生活中越来越受欢迎，这部分人群通过花卉电商平台购买各类室内绿植，如盆栽、多肉植物等，为家居、办公场所等提供装饰和净化空气的功能。

礼品购物者：花卉作为一种传统的礼品，被广泛应用于生日、情人节、母亲节、结婚等场合。这部分人群通过花卉电商平台购买各类花卉作为礼品，方便快捷地选购和送达。

商业用户：如酒店、餐厅、婚庆公司等商业场所，需要大量花卉用于装饰和布置。这部分用户通过花卉电商平台批量购买花卉，满足商业用途的需求。

养殖专业人士：包括花卉种植园、花卉批发商等专业养殖者和供应商，他们通过花卉电商平台进行花卉的销售和推广，扩大销售渠道和用户群体。

需要注意的是，随着社会的发展和人们对花卉文化的兴趣增加，花卉电商的使用群体可能会不断扩大和变化，如图 2-2 所示，不同电商平台的用户群体也可能有所差异。因此，在设计综合类花卉 App 时，需要充分考虑不同用户群体的需求，提供个性化的服务和体验。

2021年中国鲜花电商用户购买鲜花主要目的分布

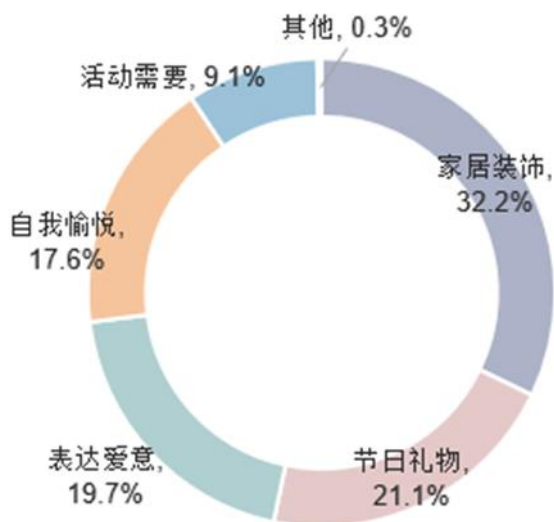


图 2-1 中国鲜花电商用户购买鲜花主要目的分布

2021年中国鲜花电商用户购买鲜花频率分布

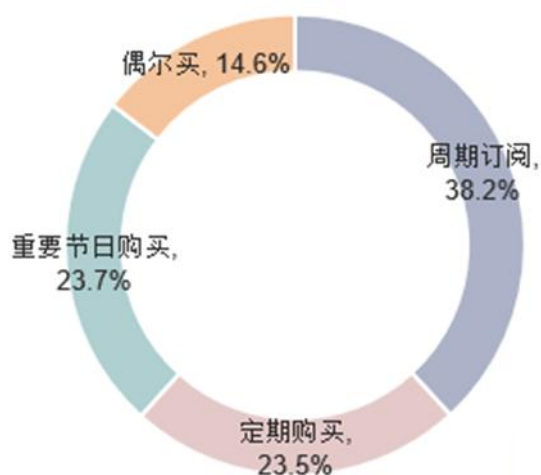


图 2-2 中国鲜花电商用户购买鲜花频率分布

2.2 相关用户的问卷调查内容及调查总结

一、问卷调查内容：

1. 用户基本信息：包括性别、年龄、居住地等，了解用户的基本背景信息。
2. 花卉购买习惯：包括用户在花卉电商平台购买花卉的频率、购买渠道、花卉品类偏好等，了解用户的购买习惯和偏好。
3. 花卉电商平台使用情况以及花卉 App 周边产品的购买意愿：包括用户对花卉电商平台的了解程度、使用频率、满意度、体验感受等，了解用户对花卉电商平台的使用情况和评价。
4. 花卉社群交流：包括用户在花卉电商平台上是否参与花卉社群交流、参与频率、交流方式等，了解用户对花卉社群交流的兴趣和需求。
5. 花卉回收服务需求：包括用户是否关注花卉的回收和再利用、对花卉回收服务的需求程度、对花卉回收方式的看法等，了解用户对花卉回收服务的认知和需求，如图 2-3 所示。

花卉APP用户调查		
<p>*请问您的年龄是：</p> <p><input type="radio"/> <20岁</p> <p><input type="radio"/> 20—25岁</p> <p><input type="radio"/> 25—30岁</p> <p><input type="radio"/> 30—40岁</p> <p><input type="radio"/> >40岁</p>	<p>*如果您选择在APP上购买花卉，会在意哪些因素：【多选题】</p> <p><input type="checkbox"/> 价格</p> <p><input type="checkbox"/> 花卉款式</p> <p><input type="checkbox"/> 鲜花花语</p> <p><input type="checkbox"/> 送花时效性</p> <p><input type="checkbox"/> 花卉新鲜程度</p> <p><input type="checkbox"/> 其他</p>	<p><input type="checkbox"/> 虚拟店家确认效果</p> <p><input type="checkbox"/> 鲜花分类多样化</p> <p><input type="checkbox"/> 其他</p>
<p>*您购买花卉的频率：</p> <p><input type="radio"/> 三日一次</p> <p><input type="radio"/> 一星期一次</p> <p><input type="radio"/> 一个月一次</p>	<p>*您希望花卉APP提供什么功能：【多选题】</p> <p><input type="checkbox"/> 送货上门</p> <p><input type="checkbox"/> 花卉回收</p> <p><input type="checkbox"/> 花卉知识科普</p> <p><input type="checkbox"/> 个性定制花束</p> <p><input type="checkbox"/> 花卉爱好者社群交流</p> <p><input type="checkbox"/> 其他</p>	<p>*您希望花卉APP提供哪种优惠方式：【多选题】</p> <p><input type="checkbox"/> VIP打折</p> <p><input type="checkbox"/> 积分兑换</p> <p><input type="checkbox"/> 赠送花卉礼品</p> <p><input type="checkbox"/> 其他</p>
		<p>*您使用花卉APP会更看重页面内容的哪些方面：【多选题】</p> <p><input type="checkbox"/> 信息标注是否明确简洁</p> <p><input type="checkbox"/> 页面设计是否美观大方</p> <p><input type="checkbox"/> 操作方式是否简单便捷</p> <p><input type="checkbox"/> 主要功能是否方便查找</p> <p><input type="checkbox"/> 其他</p>

图 2-3 花卉 APP 用户调查问卷

二、调查总结：

根据花卉电商的用户调研数据，如图 2-4 所示，可以得出以下几个总结：

1. 花卉购买习惯：大多数用户在花卉电商平台上购买花卉的频率较高，主要购买盆栽、鲜花等品类，购买渠道以移动端 App 和线下为主。

2. 花卉电商平台使用情况以及花卉 App 周边产品的购买意愿：用户对花卉电商平台的了解程度较高，使用频率较频繁，但对于平台的满意度和体验感受还有待提高，特别是在用户界面设计、支付方式、配送服务等方面，花卉 App 周边产品的购买如果在价格和款式适合时会有购买意愿。

3. 花卉社群交流：用户对花卉社群交流表现出一定的兴趣，但参与程度相对较低，主要通过平台内的社交功能进行交流和分享，对于社群交流的方式和内容还有进一步的期望和需求。

4. 花卉回收服务需求：用户对花卉回收服务的认知度较低，但对于花卉的回收和再利用表现出一定的关注和需求，期望能够有更便捷和环保的花卉回收方式。

综上所述，花卉电商平台在设计和改进时可以关注用户的购买习惯、提升平台的用户体验、提供更丰富和便捷的社群交流功能。



图 2-4 花卉电商用户调研数据

2.3 用户需求分析

通过市场调研和调查问卷分析出绿植花卉类 App 的用户需求主要包括以下几个方面:

方便快捷的绿植花卉购买体验: 用户希望通过 App 能够方便快捷地浏览和购买绿植花卉, 包括各种盆栽、花卉种子、花卉工具等, 同时希望能够获得详细的产品信息、图片展示、价格对比等功能, 以便做出明智的购买决策。

专业的花卉养护指导: 用户对于绿植花卉的养护需求较高, 希望 App 能够提供专业的花卉养护指导, 包括养护技巧、养护日历、养护提醒等功能, 以帮助用户更好地管理和养护自己的花卉。

丰富的花卉社群交流功能: 用户期望在 App 上能够与其他花卉爱好者进行交流和分享, 包括发表心得、晒图、交流问题等, 希望能够建立一个花卉社群, 相互学习和交流养花经验。

环保的花卉回收和再利用服务: 用户对于花卉的回收和再利用问题日益关注,

希望 App 能够提供环保的花卉回收和再利用服务，包括花卉回收点的查询、花卉捐赠、花卉二次利用等功能，以促进可持续的花卉消费和环保理念。

个性化的用户体验：用户期望 App 能够提供个性化的用户体验，包括个性化推荐、购物历史记录、订单管理、用户评价等功能，以使用户能够更好地管理自己的购物信息和享受个性化的服务。

综上所述，绿植花卉类 App 的用户需求主要集中在方便的购买体验、专业的养护指导、丰富的社群交流功能、环保的花卉回收和再利用服务以及个性化的用户体验等方面。针对这些需求，App 应该提供相应的功能和服务，以满足用户的期望和需求，如图 2-5 所示。



图 2-5 用户画像

第三章 综合类花卉 APP 的创新

3.1 竞品分析

花卉类 App 的数量今年来逐渐增长，通过调查研究花卉类 App 后选择花加、花礼网、花伍、花递，并从各自的定位、营销手段、视觉界面、功能/信息等方面进行对比。通过对比发现在信息层面四者模块差异较大，如图 3-2 所示，其中花加和花伍的功能模块并不完善，App 框架以卡片式为主，在查看单品方面不便捷；花礼网和花递在核心功能上无明显差异，但部分信息功能的缺失让产品可读性变差。从综合性分析，如图 3-1 所示，来看以上竞品都有各自的定位，产品的界面设计和交互设计较为简略，界面的层次感不明显，缺乏细节点、美观性，产品的可交互性较差，界面和图标的动效并不丰富，缺乏趣味性。其次，每个产品虽然有自己的特色功能和不同的用户群体，但是用户群体较单一，产品功能缺乏整合性，灵活性不高，不能给予用户更好的使用体验。

Competitive analysis

竞品分析

综合分析

				
产品名称	FlowerPlus-花加	花礼网鲜花	花伍	花递
产品定位	倡导日常生活鲜花订阅	同城鲜花店预定送花上门、一站式的鲜花礼品选购平台	花田直发的云南鲜花批发平台	首创花店直卖模式
特色功能	收花当日会收到微信公众号提醒，推送鲜花介绍和养护知识；主题鲜花售卖；	专业花艺师团队打造花艺产品；联合众多知名品牌，提供高品质鲜花、蛋糕、巧克力、口红香水、饰品、创意礼品等。	花农货源平台；鲜花行情中心,每日成交价对比；花商圈子交流；鲜花报价已含物流打包费；无VIP会员费等杂项收费；	足不出户享受一站式订花；首创花店直卖模式,附近花店送花上门；花粉交流圈子；
促活手段	根据同产品类型和订购时长打折；拼团订花优惠；支付后分享得红包；限时秒杀优惠；	节日活动促销；特价专区；评价有礼；权益卡；	限时特价	省钱年卡；每日特价；抽奖免单；拼团秒杀；
用户拉新	老用户推荐的新用户下单成功后得兑换码，可兑换鲜花或花瓶；新客订花送花瓶；	新人专享礼包	新人专享礼包	新用户首次注册即赠送100元新人订花券；
用户群体	热爱花卉绿植人群，主要为女性群体	年轻人	花店商家	上班白领、学生党
视觉界面	界面简略，缺少美感，购物车功能不易寻找；导航之间的跳转要回到初始点，灵活性不高；	界面简略，用色单一，缺少美感	界面简略，布局不协调；界面层次弱	导航之间的跳转要回到初始点，灵活性不高；统计内容过多时，用户浏览容易产生视觉疲劳；界面内容过多时显得杂乱，让用户眼花缭乱；

图 3-1 花卉电商竞品综合分析

功能/信息对比

				
产品名称	FlowerPlus-花加	花礼网鲜花 Hua.com	花伍 鲜花批发	花递 鲜百元红包
Banner	●	●	●	●
搜索框	●	●	●	●
榜单		●	●	
热门区域	●	●		
节日活动				●
猜你喜欢		●		●
消息		●		●
社群交流				●
购物车		●	●	●
个人中心	●		●	●

图 3-2 花卉电商竞品功能/信息对比

3.2 模块创新

通过竞品分析可以看出现阶段的花卉类 App 从功能到交互都有优化空间，所以“花屿”综合类花卉 App 选择将绿植花卉售卖、花友社群交流、花卉百科等功能进行结合。

添加花卉回收功能，提高花卉的使用率；其次加入植物识别功能，允许用户通过拍摄或上传照片来识别花卉，花卉识别出来后，App 提供关于该植物的详细信息、养护指南、适宜的生长环境等建议，帮助用户更好地了解和照顾绿植花卉；再加入收花日历，方便用户查看自己收到鲜花的日期和对应的商品；最后提供完整的产品功能架构，将用户的需求转化为产品需求，完善产品的逻辑。

3.3 功能设计

“花屿”综合类花卉 App 一级页面分为 5 个框架，如图 3-2 所示：首页、消息、发现、购物车、我的。首页中有 banner 广告、商品分类、活动专区；消息中分为好友消息和商家消息；发现中有系统推荐、好友动态等；购物车中除结算外添加了查看优惠券；在我的中有收花日历、花卉回收、商品信息物流动态以及点

赞收藏的商品和文章等功能。

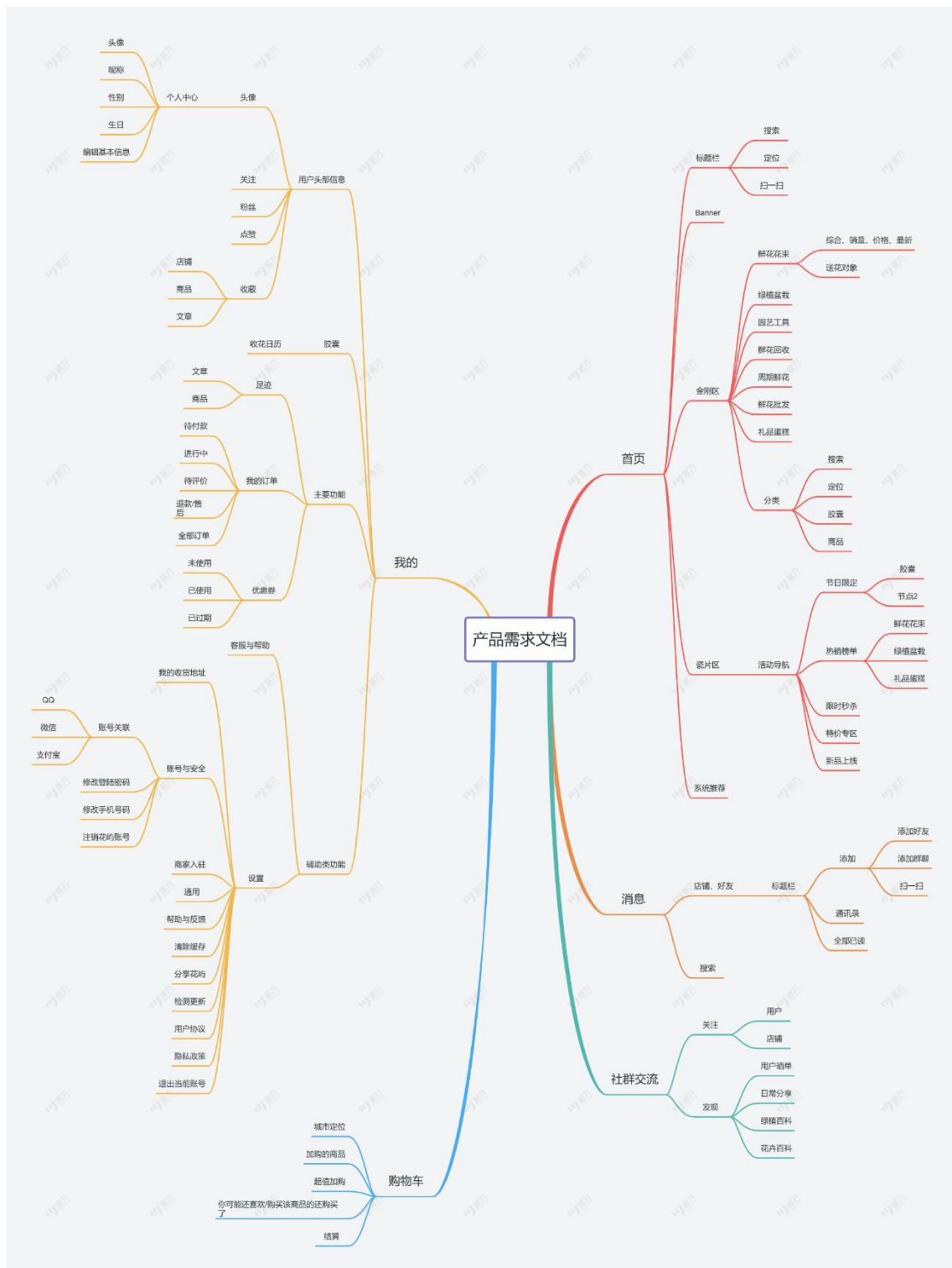


图 3-2 “花屿”产品架构

第四章 设计与实现

4.1 交互设计

在使用层面上，手机界面设计也十分注重愉悦感，对人机交互有着深层次的设计和开发^[4]。App 的交互流程设计对用户体验起着至关重要的作用，一个好的交互流程可以帮助用户更方便地浏览花卉信息、进行购买和管理花卉，并提供个性化的服务。

1. 登陆流程：在引导页和闪屏页后直接跳转至登陆页，在登录页还可以进行用户的注册和重置密码。

2. 底部标签栏，如图 4-4 所示：通过底部标签栏显示的图标可以跳转至一级页面，一级页面有首页、消息、发现、购物车、我的。

3. 首页操作流程：点击顶部搜索栏进入搜索界面，在搜索界面可以看到历史搜索记录、热门花束和热门绿植的榜单，点击搜索页下方的拍照搜索对花卉绿植进行拍照识别后进入花卉知识科普界面。通过金刚区的图标进入对应的内容板块，在进入分类之后，有不同的功能板块。点击首页商品可以进入商品详情页，在商品详情页中可以点赞收藏商品、添加商品到购物车、查看其他买家评论等功能。进入买家评价界面后可以对评论进行点赞、转发、举报等。

“拍照识别”交互制作流程，如图 4-1 所示：点击拍照图标调用出手机后置摄像头，同时对相机进行监听，监听后相机识别出绿植花卉时跳转至识别植物的详情页。

4. 消息操作流程：进入消息界面可以进行切换查看好友和店铺两个板块的消息，以及点赞、评论、通讯录功能。点击消息框进入聊天界面可进行聊天，模拟消息操作界面使用了表达式、赋值，将输入框中的文本赋值给发送出的聊天气泡。

“聊天页面”交互制作流程，如图 4-2 所示：在消息输入框处添加光标命名为“输入文字”，在点击输入框时可调用出手机自带键盘；给发送图标添加触发，点击图标后发送输入框的文本内容(表达式：`输入文字`.text)到当前聊天场景中，给反应“发送”添加一个变量命名为“send”；在场景中添加触发“接收消息”接收的消息为变量“send”，“接收消息”添加一个文本内容(表达式：`输入文字`.text)的反应；同时监听发送出的消息文本，设置条件“文本≠`输入文字`.text”，添加文本内容(表达式：`请输入发送次数\n`)的反应，让发送条件的次数无限制，并显示出发送人的头像。

5. 发现（社群交流）操作流程：在发现页的顶部放置搜索栏方便用户查看其他文章时进行商品搜索。发现页主要分为推荐、好友、关注、直播、话题圈，在好友板块中查看的用户仅为互相关注的用户，在用户文章下方可以进行转发、评论、点赞。

6. 购物车操作流程：选择所需要的商品进行结算，同时查看下方的优惠券栏中的提示是否有可用优惠券在购物车的顶部可以进行收货地址的修改、删除商品、转跳至搜索页。

“购物车”交互制作流程，如图 4-3 所示：创建变量命名为“number”；创建光标作为购物车商品数量为“数量输入”；添加触发监听“数量输入”的文本，在监听中设置条件 1 表达式“输入数量”.text 等于 0 时，反应为“数量输入”的文本内容(表达式为变量 number)，条件 2 表达式“输入数量”.text 大于 0 时，反应为“数量输入”的文本内容(表达式为`数量输入`.text)；点击数量两侧的加减号修改商品数量，添加条件 1 表达式“输入数量”.text 大于 1 时，商品数量文本内容(表达式为 $\text{abs}(\text{数量输入}.text) \pm 1$)进行变化，下方合计金额自动进行计算(表达式为`数量输入`.text*商品单价)。

7. 我的操作流程：在我的界面中可以查看自己关注的用户和粉丝、点赞收藏的文章和商品。其次提供订单列表和订单详情，让用户能够追踪订单状态和查看相关信息。接下来的花卉日历可以查看到自己收花的具体时间和具体产品。在界面的底部还会有不同产品的随机推荐。

因此，“花屿”的交互设计首先以用户为中心，将用户置于设计的核心位置，了解他们的需求、习惯和期望，以提供满足用户需求的交互体验，良好的用户体验和交互流程设计可以让用户轻松、便捷地使用 App，从而提高用户满意度。其次，交互设计简洁明了，如图 4-5 所示，简洁的设计能够降低用户的认知负担，提高用户的操作效率。应避免复杂的界面和冗余的功能，确保用户能够直观地理解和使用 App。接下来是交互的直观性，使用较为熟悉的图标、符号和交互模式，遵循用户习惯和通用的设计规范，降低用户的认知负担，增加购买的便利性和效率。在“花屿”中还添加了反馈与引导，及时的反馈和明确的引导对用户来说是至关重要的。通过动画、状态指示、提示和错误处理等方式，让用户知道他们的操作是否成功，并提供必要的引导，使用户明确下一步该做什么。

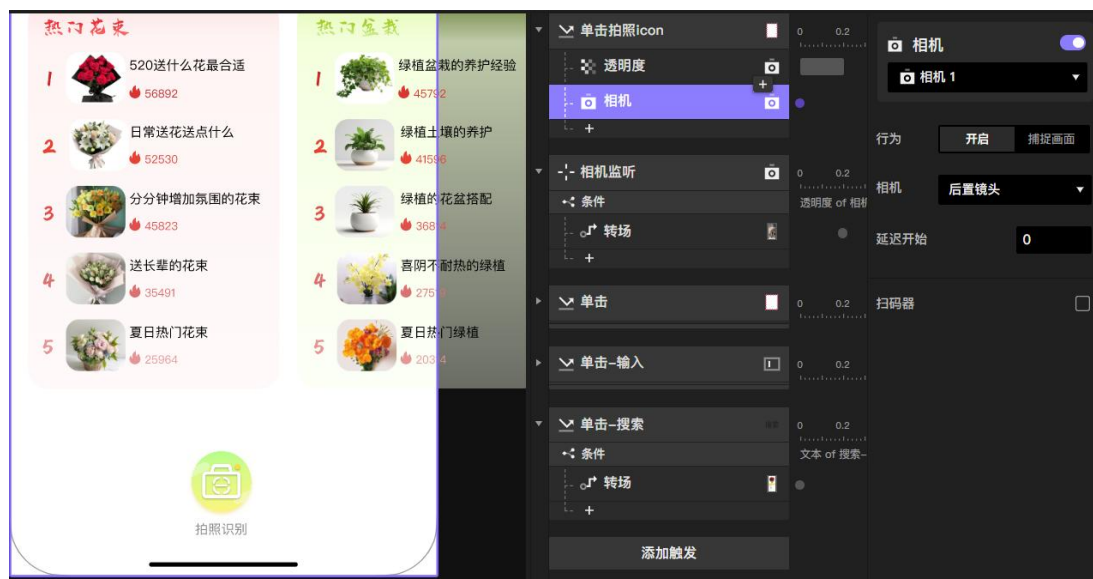


图 4-1 拍照识别交互

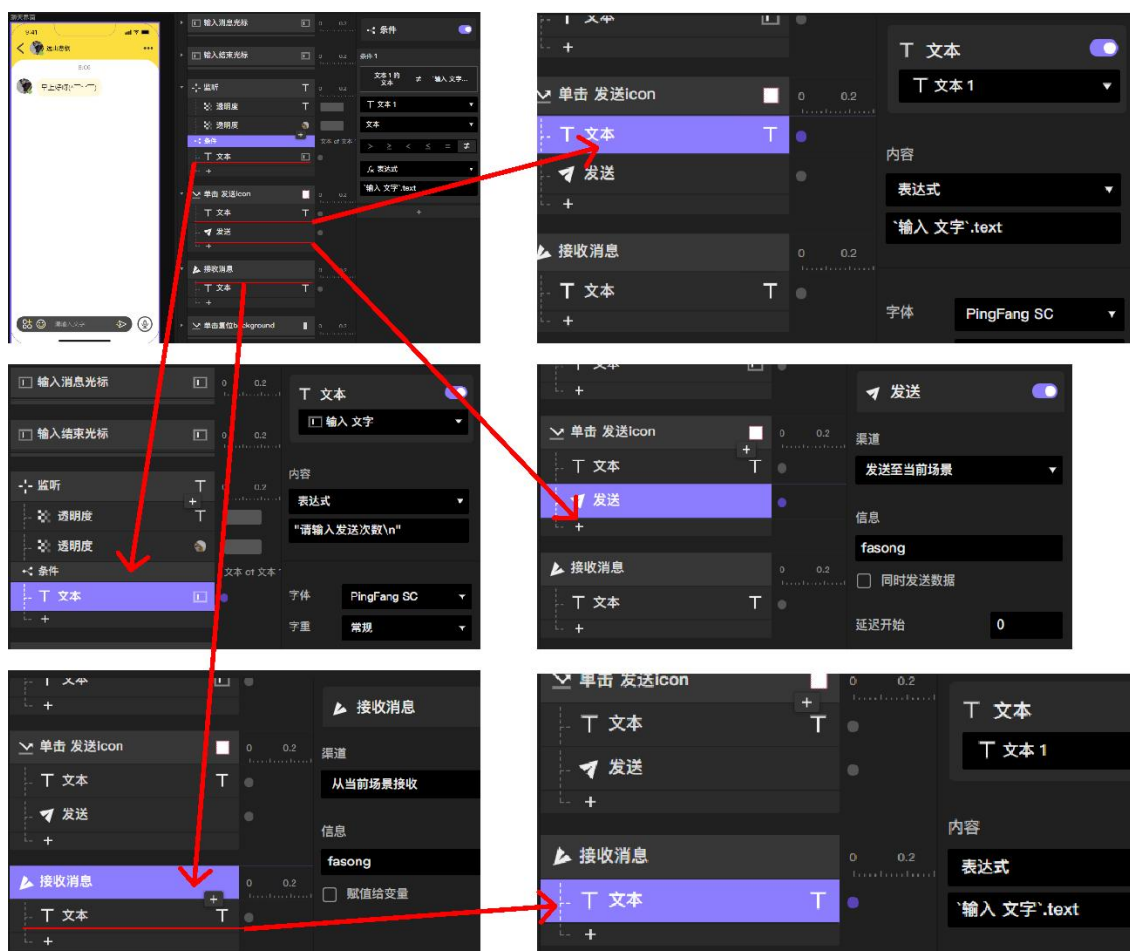


图 4-2 聊天界面交互

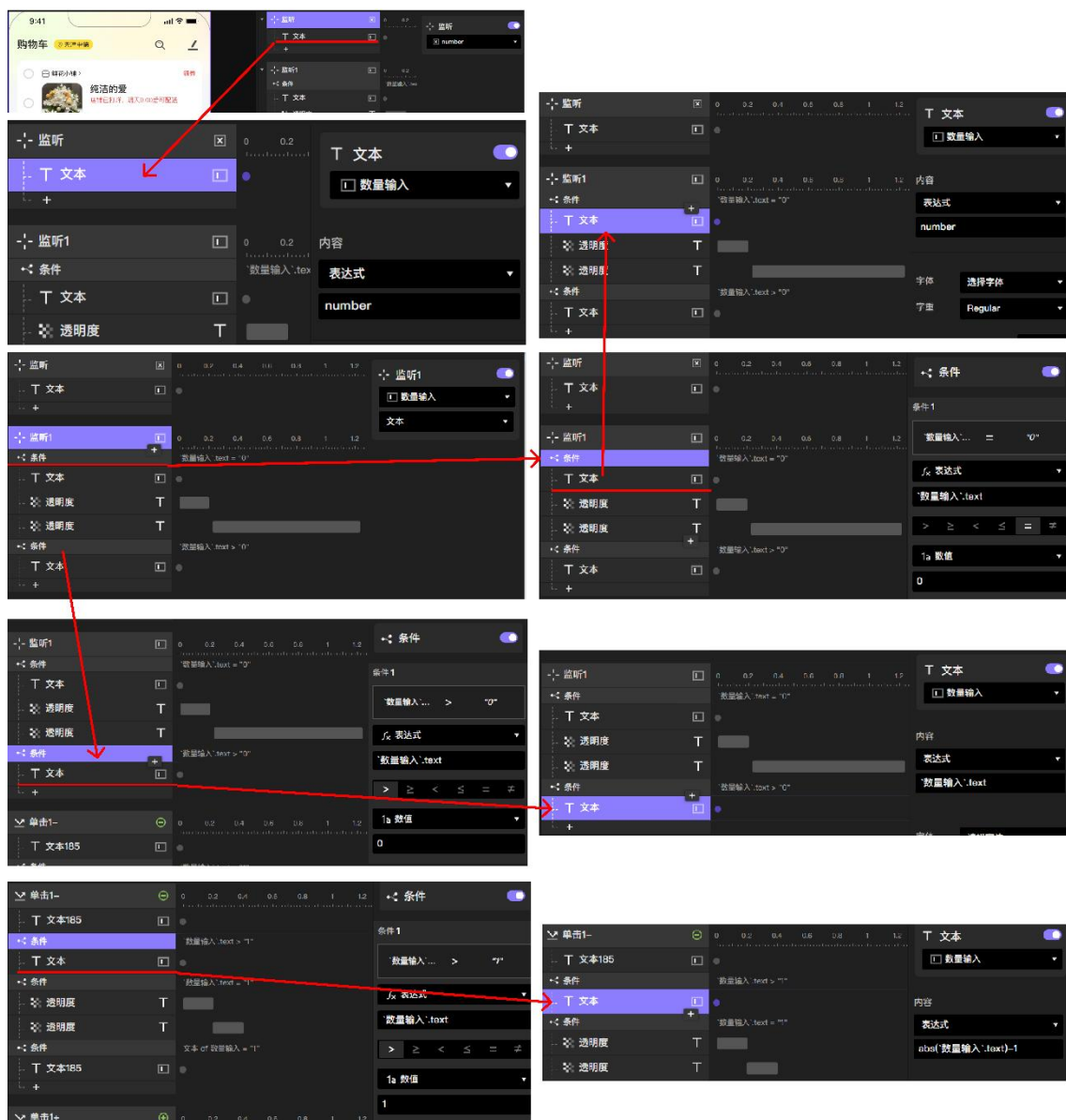


图 4-3 购物车界面交互

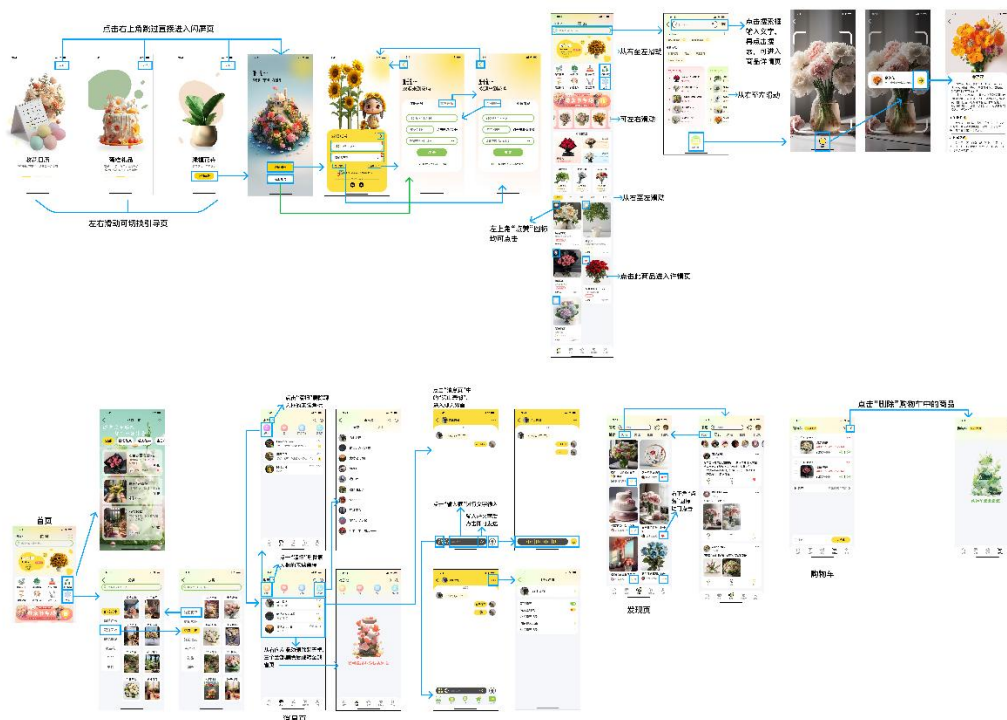


图 4-4 部分界面操作流程

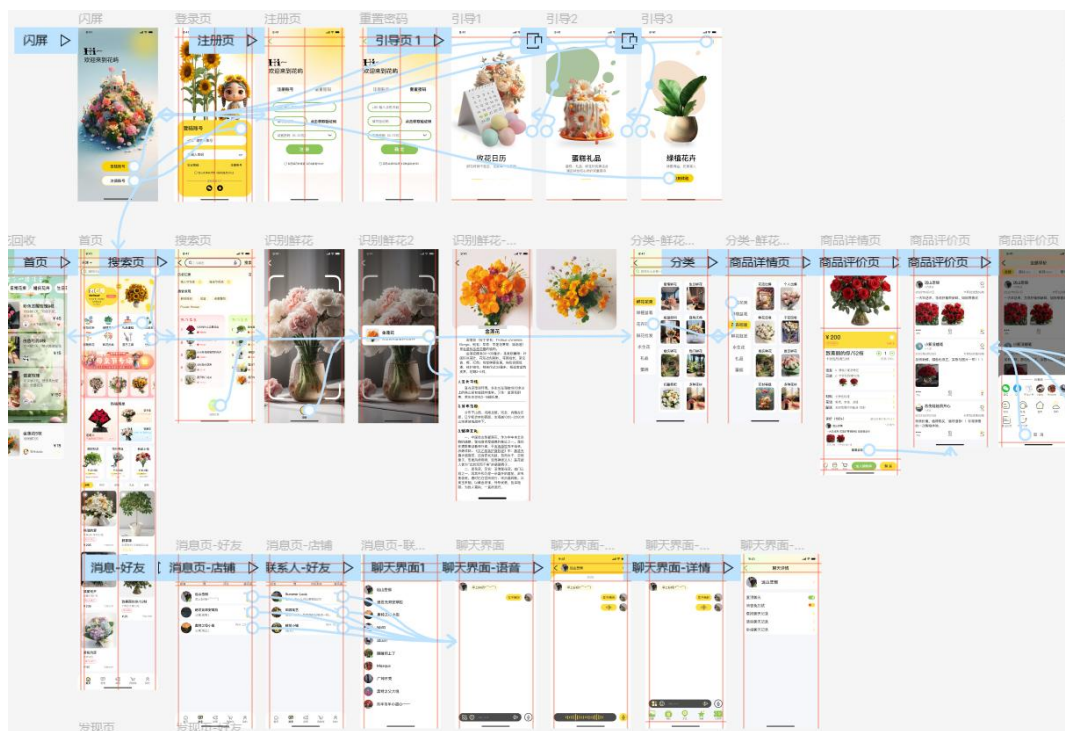


图 4-5 部分界面交互流程

4.2 设计规范

反思用户在界面交互过程中的现实情形，人在接收和反馈信息时主要依靠视

觉感官、听觉感官与触觉感官，其中视觉在大多数情形下占绝对主导地位。基于此种特性，可以说用户主体对软件应用的感知与体验取决于屏幕界面的可视显示^[5]。

黄色是一种明亮、鲜艳的颜色，常常被视为充满活力和温暖的象征。在花卉应用程序中，黄色可以传达出阳光、愉悦和积极向上的感觉，与花卉的自然和生机相契合。黄色是一种高度引人注目的颜色，它能够在设计中吸引用户的目光，并提高用户对 App 的注意力，所以“花屿”选取黄色作为主色。

绿色是大自然中最常见的颜色之一，代表生命、健康和平衡。在花卉 App 中，绿色作为辅色可以传达出与自然环境和植物相关的感觉，给用户带来舒适和放松的体验。绿色是植物叶子的自然颜色，与花卉的形象密切相关。将绿色作为辅色可以在设计中增加与花卉和植物的关联性，强调应用的主题。

文字、图标的深色系与黄色、绿色形成鲜明的对比，使得主要内容和功能在设计中更加突出，如图 4-6 所示。



图 4-6 设计规范、字体规范

4.3 图标设计

导航区和工具图标选择线性图标为主，图标大小为 36*36px，线性图标设计风格简洁、明快，具有清晰的几何形状和明确的边界。这种风格适合传达简洁、直接的信息，使用户能够快速识别和理解图标所代表的功能或内容。黑色和黄色是对比鲜明的颜色组合，它们之间的色彩对比能够吸引用户的目光，使图标在界面上更加突出。这种强烈的对比度有助于用户快速识别和定位所需的导航区和工具功能，提高应用的可用性和易用性。

其他页面图标以面性为主，图标大小为 36*36px。首页金刚区图标选用扁平渐变风格，用柔和的线条和色彩，营造出一种自然、轻松的氛围。对于花卉 App 而言，这种风格的图标可以增加与大自然和植物的关联性，使用户感受到与大自然

相伴的愉悦。在“我的订单”中图标设计选择磨砂风格，磨砂风格的设计给图标增加了质感和纹理，以及图标的视觉层次感，使其看起来更具触感。图标配色淡红色是一种鲜艳而温暖的颜色，具有引人注目的特点。在购物 App 中，“我的订单”是用户非常关注的部分，因此使用淡红色能够使这一功能在界面上更加突出，吸引用户的注意力，这种色彩选择可以让用户快速识别到订单相关的功能，提高用户体验和效率。

其他功能的图标采用 2.5D 霓虹炫彩设计，2.5D 设计为图标增加了立体感和深度感，使图标看起来更加立体和丰富。结合霓虹炫彩效果，每个功能的图标设计也与其特点和功能相关联，图标的色彩变化和光影效果可以引起用户的兴趣和好奇心，吸引他们进一步探索和使用这些功能。这种设计选择可以为花卉 App 增添一种年轻、时尚和充满活力的氛围，如图 4-7 所示。



图 4-7 图标设计

4.4 APP 界面设计

最好的设计始终遵从一个概念主题，具有明确的视觉重点^[5]。

引导页设计，如图 4-9 所示，放置写实商品图片吸引用户的眼球，用户可以直观地了解花卉 App 的主题和内容，让用户对 App 产生兴趣。写实图片具有高度可视化的特点，能够立即传达出花卉的美丽和吸引力，激发用户的好奇心。通过在不同的位置和大小上放置圆形元素，可以创造出一种视觉上的动态效果，使引导页更加生动和有趣。闪屏页右上方添加太阳，模拟岛屿和鲜花的场景与 App 名称“花屿”相呼应，登录页添加 IP 形象，帮助用户在日后识别和记忆品牌，通过一个可爱和引人注目的 IP 形象，花卉 App 可以在用户心中建立情感连接。闪屏和登录页卡片颜色、按钮颜色与描边颜色使用主色黄色。

Banner 设计，如图 4-8 所示，采用与商品同色系的颜色作为背景与花卉的主题和内容相关联，增强视觉上的一致性。花卉通常与特定的颜色和情感相关联，例如鲜艳的红色代表热情和爱，柔和的粉色代表温柔和浪漫。将与花卉同色系的颜色作为背景可以唤起用户对特定情感和联想。色彩的明亮度和鲜艳度通常能够在页面上产生突出效果，使 Banner 更加引人注目。通过吸引用户的目光，这样的设计可以增加用户点击 Banner 的可能性，促进用户与花卉 App 的互动和参与。

一级页面，如图 4-10 所示，首先在首页添加的功能有 banner、搜索、节日活动专区、热门和榜单、猜你喜欢，使用卡片作为背景让功能层级区分明显，在商品推荐中用户可以收藏自己喜欢的商品。接下来是消息界面设计，除点赞、评论、通讯录以外添加店铺与好友消息之间的转跳，让界面功能分区更明显。其次在发现页中添加好友和专属交流小圈，让功能更直观，更便于用户查看自己所需信息。我的界面中添加订单、其他附属功能，显示用户的基本信息以及个人点赞、收藏、关注的内容。在收花日历和花卉回收页面部分选择花束作为背景，提升界面的趣味性，吸引用户探索 App 中的新功能。



图 4-8 Banner 设计

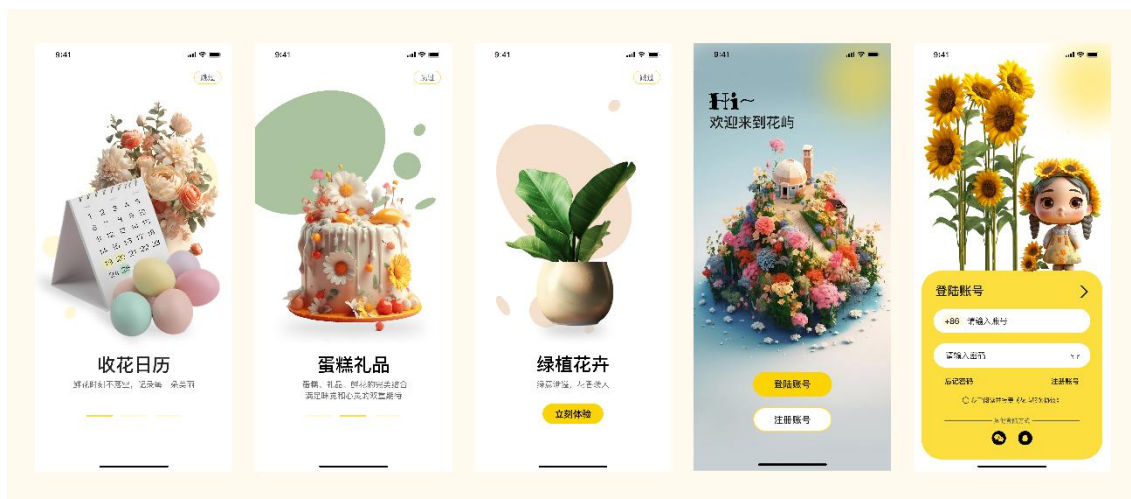


图 4-9 界面设计 1

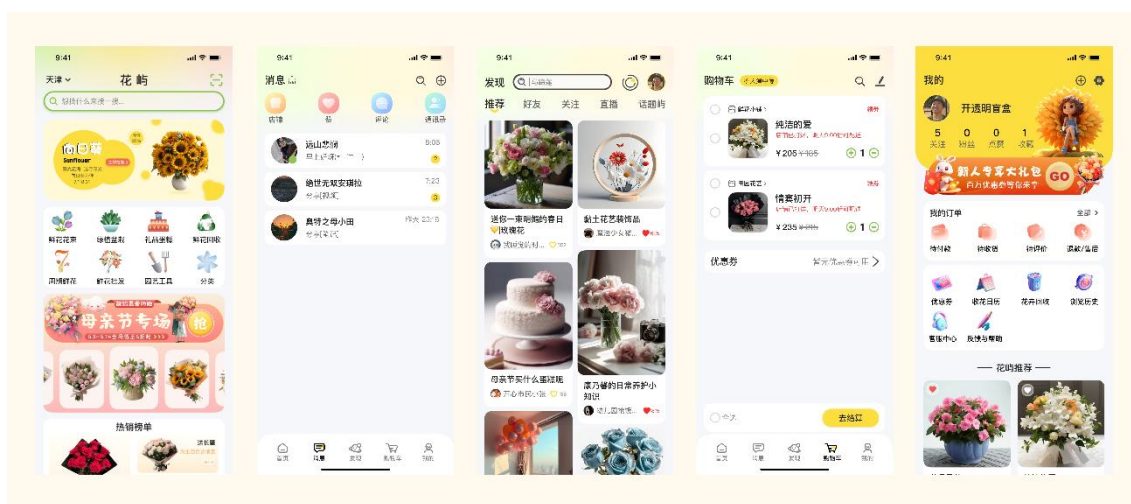


图 4-10 界面设计 2

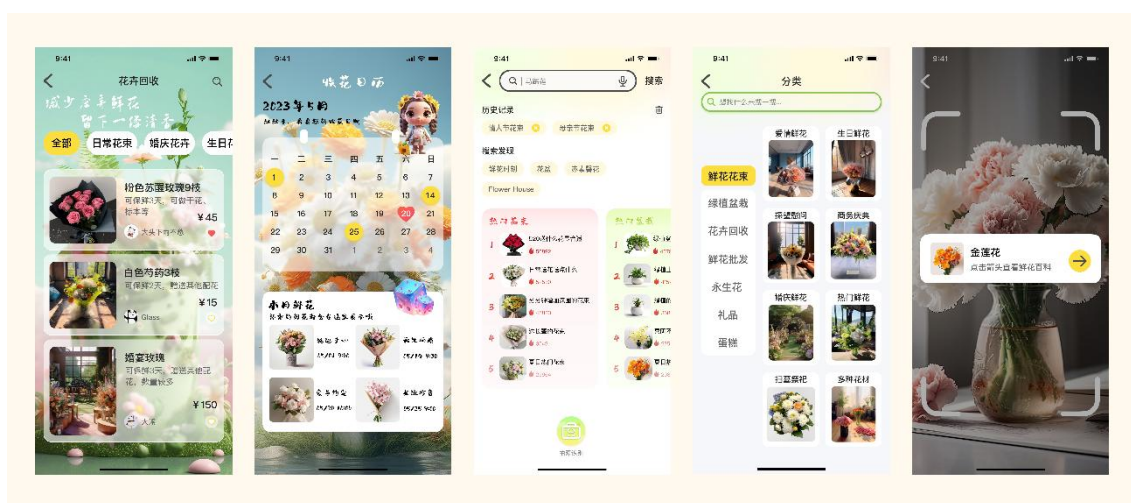


图 4-11 界面设计 3

结 论

综合类花卉 App 是一款功能性较全面的 App，设计中包括前期市场调查、竞品分析、用户调研等多项步骤，抓住用户的痛点和痒点进行 App 功能设计，也发了现在中华传统文化中花卉作为不可或缺的一环有着深远的影响，现如今人们更注重仪式感，对于绿植花卉的兴趣和需求也不断增加。

综合类花卉 App 的主要功能和特点有花卉售卖、花卉回收、花友社群交流等，为用户提供了便捷的花卉信息获取、购买和交流平台，促进了花卉爱好者之间的互动和知识共享。良好的界面设计对于用户体验至关重要，一个简洁、直观且吸引人的界面设计可以提高用户对 App 的好感度，并促使他们更频繁地使用该应用程序。有效的信息架构是用户使用的基础，通过合理组织和分类花卉商品、服务和其他相关信息，可以帮助用户快速找到他们所需的内容，并提供愉快的浏览和购买体验。

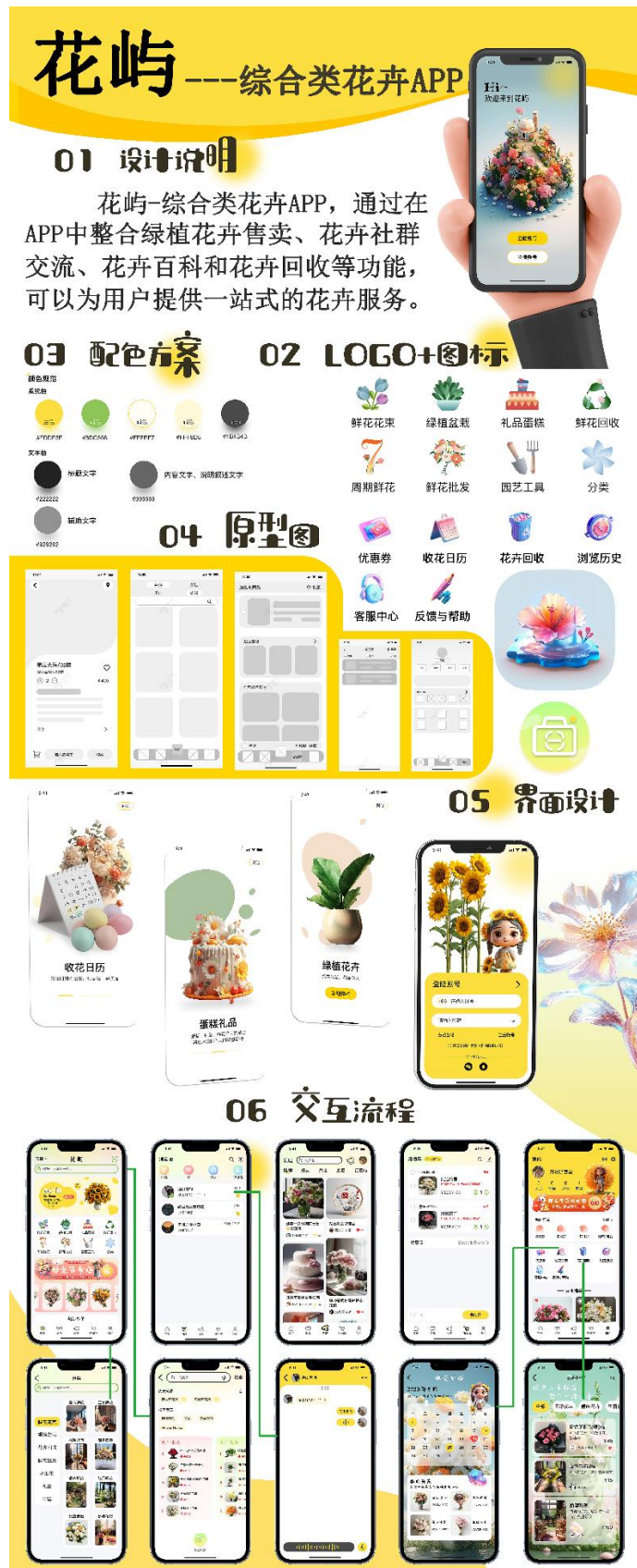
除了制作具有用户友好和吸引力的界面，还关注了用户在使用 App 过程中的交互体验。导航和浏览体验，通过使用清晰的导航栏、可搜索的花卉分类和标签、以及直观的浏览功能，使用户能够轻松找到他们感兴趣的商品，有助于节省时间并提供更好的使用体验。

综上所述，在综合类花卉 App 设计中，整套 App 展示了界面设计、字体设计及交互设计，通过颜色、图标、排版、图像等设计元素的运用，平衡页面布局的美观性和可交互性，强调设计的吸引力和引导用户注意力的能力，提升用户对 App 的兴趣和留存。App 功能的多样性和综合性，使用户能够全面满足花卉相关需求，提升用户体验和参与度。

参考文献

- [1] 王智棋,何婷,黄秀洁.中国传统花卉文化传承与开发研究[J].今古文创,2022,No.121(25):70-72.DOI:10.20024/j.cnki.CN42-1911/I.2022.25.023.
- [2] 孙文文.消费升级时代下日常鲜花电商的现状与未来趋势探究[J].新经济,2021(01):81-84.
- [3] 张蓓,刘凯明,招楚尧.消费者线上体验、产品卷入度与重购意愿[J].统计与信息论坛,2021,36(12):103-115.
- [4] 马嘶风.交互界面设计中的情感化因素分析[J].包装工程,2022,43(12):355-358.DOI:10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.12.044.
- [5] 陈越红,王烁尧.UI设计中的视觉心理认知与情感化设计分析[J].艺术设计研究,2021(02):74-79.
- [6] 胡艳雯.多肉植物APP界面设计研究[D].湖南师范大学,2020.DOI:10.27137/d.cnki.ghusu.2020.002258.
- [7] 赵倩.“色彩构成”在UI设计课程教学实践中的应用与探讨[J].美与时代(上),2022(07):141-144.DOI:10.16129/j.cnki.mysds.2022.07.007.
- [8] 李尤佳.UI动效中的趣味性设计研究[D].云南艺术学院,2022.DOI:10.27777/d.cnki.gynxy.2022.000218.
- [9] 杨时.新媒体环境下的UI界面设计与发展——评《新媒体UI设计》[J].中国教育学刊,2022(06):126.
- [10] 冯波.基于用户体验下的App界面设计中版式设计的探索——以妙读App为例[J].装饰,2021,No.339(07):134-135.DOI:10.16272/j.cnki.cn11-1392/j.2021.07.031.
- [11] Rendell Ashlea,Adam Marc T. P.,Eidels Ami,Teubner Timm. Nature imagery in user interface design: the influence on user perceptions of trust and aesthetics[J]. Behaviour & Information Technology,2022,41(13).
- [12] Junfeng Wang,Zhiyu Xu,Xi Wang,Jingjing Lu. A Comparative Research on Usability and User Experience of User Interface Design Software[J]. International Journal of Advanced Computer Science and Applications (IJACSA),2022,13(8).
- [13] Zheng X. User Experience-Oriented UI Design[C]//Singapore Management and Sports Science Institute(Singapore),Information Engineering Research Institute(USA).Proceedings of 2018 4th EER International Conference on Social Sciences and Interdisciplinary Studies(EER-SSIS 2018)(Advances in Education Sciences,VOL.20).Singapore Management and Sports Science Institute,2018:4.DOI:10.26914/c.cnkihy.2018.007284.

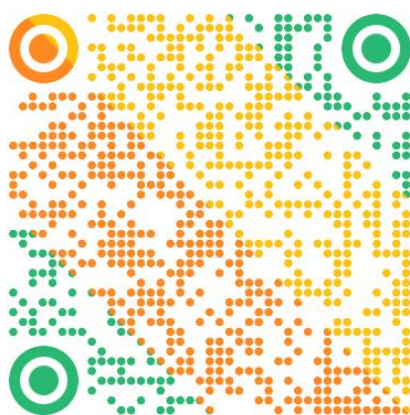
附录



附录 1 毕业设计展板



附录 2 IP 形象



<https://cloud.protopie.io/p/0ec56ecf4308e361c7149b55>

附录 3 移动端交互二维码和链接



附录 4 展示视频二维码

致 谢

在我即将完成本科数字媒体艺术毕业论文之际，首先，我要衷心感谢我的指导老师。您在整个毕业设计制作和论文写作过程中的耐心指导和宝贵建议对我产生了深远的影响。您的专业知识和经验是我不断成长的重要指引，您的激励和鼓励使我坚持不懈地追求卓越，感谢您对我个人和学术发展的关心和支持。

我也要感谢评阅老师，您们抽出宝贵的时间认真审阅我的论文并提出宝贵的意见和建议。您们的专业见解和深入的思考帮助我改进了论文的质量，并在学术上给予了我极大的启发。

此外，我要感谢我的同学们，我们一起度过了美好而充实的大学时光，在学术交流和思想碰撞中共同成长。你们的友谊和合作使我体验到了团队的力量和集体智慧的魅力。

最后，我要感谢所有在我求学过程中遇到的师长、同学和朋友们。感谢你们的友情、合作和共同努力。我们一起学习、探索，分享创意与灵感。正是有了你们的互相鼓励和启发，我才能够不断成长和进步。感谢你们在我求学道路上的陪伴和帮助。感谢所有给予我帮助和支持的人们，没有你们的支持和鼓励，我无法完成这篇论文。我的毕业论文不仅是我个人努力的成果，更是众多人们的付出和支持的结晶。谢谢大家！

衷心祝愿您们一切顺利，幸福安康！