



孙俞琳/Carrie

资深品牌视觉设计师

6年大厂+创业全案经验

电话: 177-5715-9049 微信: baozhu_carrie

现居: 杭州/上海

E-mail: ylsun_sun@163.com

XHS: BAOZHU-carrie



【教育背景】

2019.06-2021.03 伦敦艺术大学（全球顶级设计院校QS排名第2） | 插画与视觉媒体 | 硕士

2012.09-2016.07 鲁迅美术学院（中国八大美院之一） | 传媒动画 | 本科

【个人优势】

品牌视觉升级全案

亿级DAU电商营销设计

IP/AI /手绘创意

AI工具提效 200%

品牌设计资产管理

项目统筹

跨部门协同

【自我评价】

- 6年资深品牌视觉设计师/IP视觉/运营视觉全案设计经验，C端为主，深度深耕平台电商、科技金融、出海电商、新消费潮玩、AI视觉创意五大赛道。具备拼多多亿级用户日活营销视觉操盘、品牌视觉从0-1升级、IP全案打造、项目统筹与品牌资产管理能力，擅长用视觉驱动增长与转化。熟练掌握AI设计工具并落地 workflows，效率提升200%。拥有伦艺硕士背景、海外审美与出海电商经验，兼具艺术创作力与商业落地力，英语听说读写较好，可快速适配电商、金融、出海、新消费、潮玩、AI创意等岗位需求。
- MBTI: ENFJ；斜杠青年；2018年插画与TangoZ合作音乐专辑封面、个人插画微博（1W粉）；喜欢分享，2023年-2024年TEDXWukang活动策划X设计负责人；喜欢运动，近期刷脂：3个月练习CrossFit体脂率从27.8到19.8。

【获奖经历】

- 2023年基煜基金Q3最佳项目：品牌设计升级，帮助企业提升品牌声量。
- 2024年优秀新人奖：品牌设计升级+营销触达项目，有效提升客户触达率65%。
- 2021年TEDxUAL插画论坛演讲者：同期其作品《Sin Paradise》被TEDx收录
- 2020/2021年-连续野生青年参展艺术家
- 2016年《TOUGE》优秀毕业生获奖者

【工作经历】

2025.04-NOW 智能穿戴耳机 | 创业项目（未融资）研发合伙人

工作内容：

智能穿戴耳机研发&创意合伙人，主导0-1产品定义，拆解用户场景（通勤/运动/办公），负责功能方案设计（降噪、通话、佩戴交互）。深度参与硬件研发协同，与工程团队共同推进声学结构、ID外观（CMF）、佩戴舒适度与续航方案的迭代验证。主导指导产品体验与视觉一体化设计，构建品牌与产品语言，覆盖包装、官网及传播物料。探索AI在音频与交互中的应用（如智能语音、场景识别），推动产品从概念到原型落地。

2023.01-2025.03 基煜基金（B端金融科技top3） | 产品设计部 | 资深品牌视觉设计师

工作内容：

负责金融科技B端业务线，围绕品牌视觉、主子品牌、IP、官网、营销触达类产品与体验设计，主导公司品牌及产品子品牌0-1视觉升级，负责产品心智营销设计方案落地；完成品牌IP0-1打造与B端官网视觉设计；主导投研业务营销触达体验0-1设计，联合产品、运营共创MVP小程序，实现触达率提升150%；将AI工具落地于品牌营销全触点，提升IP与营销设计效率，并把AI workflow赋能运营、销售团队，使整体效率提升200%；项目获客户与高层认可，斩获2023年Q3最佳项目奖、最佳新人奖。

重点项目：

1. 主导公司品牌设计升级从0到1：

因公司业务快速扩张需提升品牌影响力，由我**主导0-1品牌视觉系统升级**，通过内外部调研、协同市场与产品梳理主副品牌框架，输出 **20+套设计方案**，制定VI手册并统一品牌、市场、销售、产品全链路设计规则，**带领2人团队**完成全场景物料延展与方案汇报落地，建立可持续设计资产管理体系，最终成功实现品牌升级并获得高层高度认可。

2. 主导科技子品牌营销规划与心智触达设计，IP设计从0到1、拆解设计部门目标、设计影响提升：

为提升科技产品声量和客户触达率，我负责子产品营销规划与主案设计，主导社媒传播与视觉方案，结合核心卖点确保传播一致性，并推动IP设计在复杂环境中落地；同时统筹资源分配与项目管理，跨部门协同推进，**最终实现品牌触达率同比提升65%**，显著增强公司科技形象与营销效率。

2021.04-2022.08



拼多多 | 主站核心 | 平台运营部 | 创意视觉设计师

工作内容：

负责拼多多主站C端电商平台运营业务线的全年运营营销设计、主导S级别项目包括：**多多奥运季、双11、双12、年货节、开年大促等6+项目**，主导项目活动数据（均值）显示，**全站用户活跃量上涨2倍，成交额上涨1.5倍，毛利率上涨.5倍**。负责日常A、B级别营销设计支持；负责全年首页icon动效设计，提升首页icon点击率；参与多多果园、奥运牛等H5互动营销增长体验设计项目，周年庆物料设计，表情包、新年物料等设计，APPstore推广设计，TVC分镜设计，实际涉及超多类型；参与创业期海外业务temu的logo设计。

重点项目：

1. 拼多多主站全年S级别大促活动设计与统筹对接《多多奥运季》：

借势2021东京奥运会打造平台S级品牌大促，目标提升GMV、DAU及品牌影响力。负责主会场分会场视觉统筹，明确阶段节奏与设计策略，提升点击率与转化率。负责前期设计制定，我主动提出用动效形式打造沉浸式会场，承担主设计，爆发期主KV视觉与动效方案，统筹设计资源分配并协作落地。**主会场PV点击率提升至日常2倍**，有效带动GMV与DAU增长，项目转化表现显著优于同期。**主导过6场+S级别大促设计，A、B级活动20+。**

2. 营销互动视觉设计与动效设计：

主动负责首页ICON动效设计：提出优化动效流程方案，组建动画资源库，A/B测试以提高icon点击率为增长为目的设计方案，对接开发，以协助上线最优的动态包。参与多多果园、奥运牛H5、砍一刀等互动游戏设计，组件视觉设计，参与的活动**平均提升APP用户留存率50%以上**。

2020.06-10

群核科技（已上市） | 用户体验设计中心 | 设计实习

建立B端体验设计认知，参与D端插画人物体系并且落地，维护用户平台日常运营视觉，工具ICON全部设计，Web端界面视觉

2017.03-2019.02

RAVENSKILL（奢侈品耳机行业） | 品牌设计师

- 奢侈初创品牌定位，线上线下品牌设计，品牌VI规范设计，品牌调性的建立。
- 设计产品包装体系，包括产品包装。
- 配合市场运营定位视觉以及相关活动物料设计。