

[2026.6.1]

人民当家作组团队网站

调研文档

成员

雷怡朵、李滔柱、肖子文、游普凡

林心怡、甄泽瑞

目录

- 目录.....0
- 一、调研对象..... 1
- 二、调研内容..... 2
 - 2.1 官方网站调研.....2
 - 2.1.1 SKYUI..... 2
 - 2.1.2 上海唐硕信息科技有限公司..... 7
 - 2.1.3EICO.....13
 - 2.1.4 微谱数码..... 17
 - 2.1.5 极简慕枫..... 21
- 三、调研总结..... 25
 - 3.1.1 网站风格.....25
 - 3.1.2 网站色彩搭配.....26
 - 3.1.3 导航层级及内容.....26
 - 3.1.4 首页 Banner 图数量、内容及表现形式..... 26
 - 3.1.5 首页栏目数量、内容及布局形式.....27
 - 3.1.6 首页网站底部空间内容及布局形式.....27
 - 3.1.7 分页数量、内容及布局形式..... 28
 - 3.1.8 交互效果.....28

一、调研对象

序号	企业名称	网址	层次
1	SKYUI	SKYUI 创新体验专家 用户体验设计公司 产品 UI 界面设计公司 交互 网站 软件 APP 上海 国内	高端
2	唐硕	唐硕官网网址： www.tangux.com	高端
3	EICO	https://www.eicoinc.com/	高端
4	微谱数码	https://www.weiputech.com/	中高端
5	极简慕枫	https://mfsunny.com/	中高端

二、调研内容

2.1 官方网站调研

2.1.1 SKYUI

一、调研内容

1、网站风格

极简专业的高端数字设计工作室风格，干净克制、科技感强、重信息层级与专业度，适配金融、科技、出行等大客户审美。



2、网站色彩搭配

主色：偏科技感的深蓝和藏青

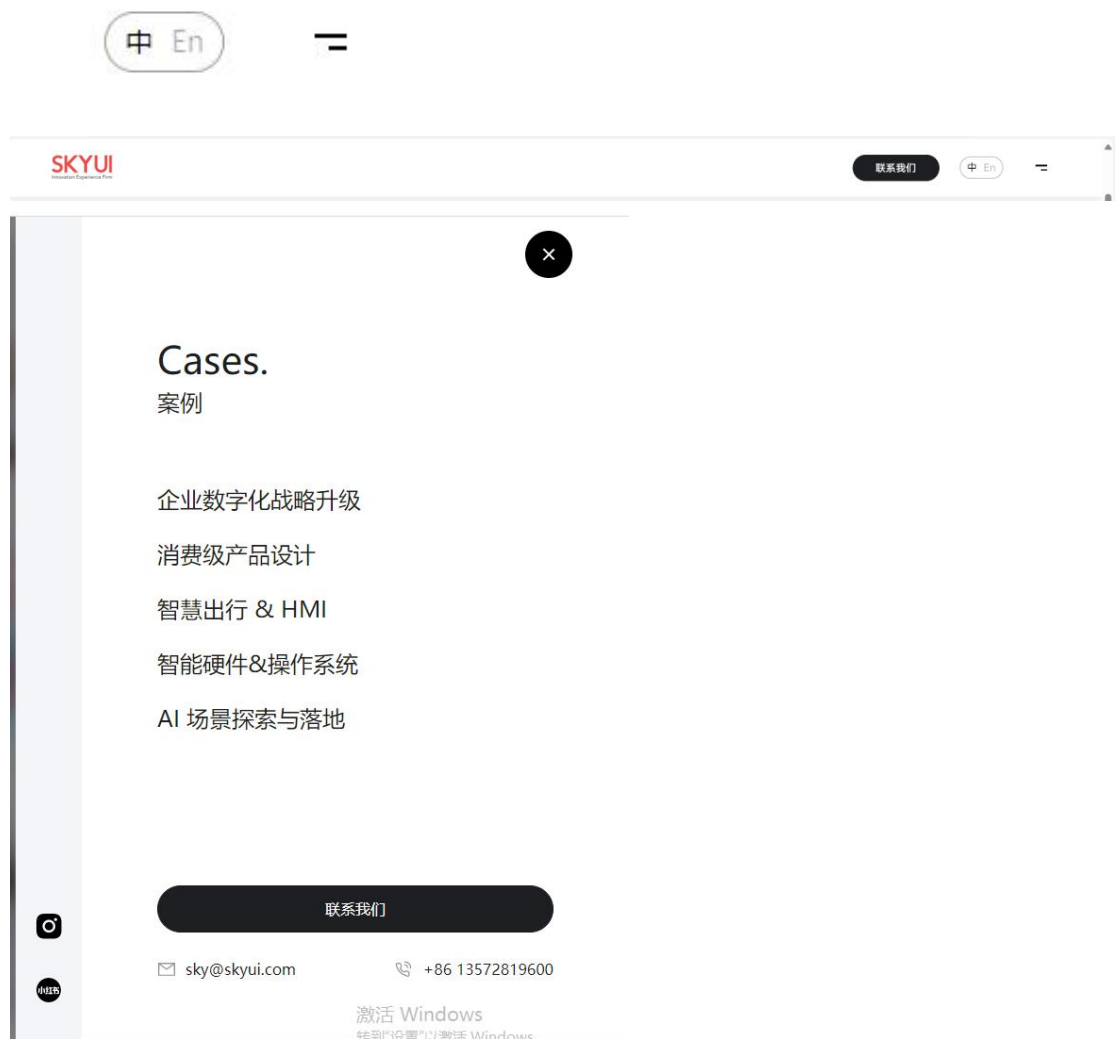
占比最高的颜色：白色（大量留白）文字：深灰 边框、分割线：浅灰

点缀色：浅蓝、青蓝渐变

无高饱和艳色，整体低对比、高质感、偏冷色调

3、导航层级及内容

导航分两级，一级为顶部主导航，简洁固定；包含：联系我们、中英文转换按钮、以及一个右上角极简菜单，点击可展开全页面导航



4、首页 Banner 图数量、内容及表现形式

1 张全屏 Banner，内容为品牌 slogan，白底配深色文字，右侧的图片堆叠设计。



5、首页栏目数量、内容及布局形式

共 6 个核心栏目，含品牌 Banner、服务介绍、案例展示、团队优势、合作客户、联系入口；自上而下全屏模块化单列布局，左侧文字随滚动动态变化，右侧图片随滚动错落排版，通栏居中、留白充足、规整简洁。

6、首页网站底部空间内容及布局形式

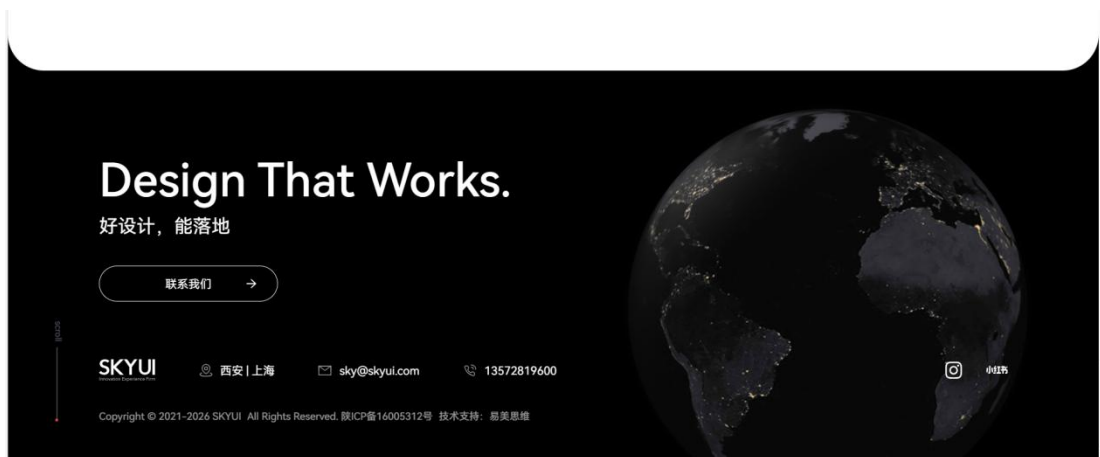
内容：品牌 Slogan、「联系我们」按钮、品牌 LOGO 与定位、办公地址、邮箱、电话、社交媒体入口、版权声明、备案号与技术支持信息。

布局形式：左右分栏 + 底部通栏

左侧：文字信息区，从上到下依次为品牌标语、行动按钮、品牌信息与联系方式，排版清晰对齐。

右侧：动态 3D 地球视觉元素。

最底部：通栏展示版权与备案信息，居中对齐，极简规整。



7、分页数量、内容及布局形式

共 4 个核心分页，含首页、服务案例页、关于我们页、联系咨询页，按顺序布局，鼠标滚动就能看完所有核心分页，很方便

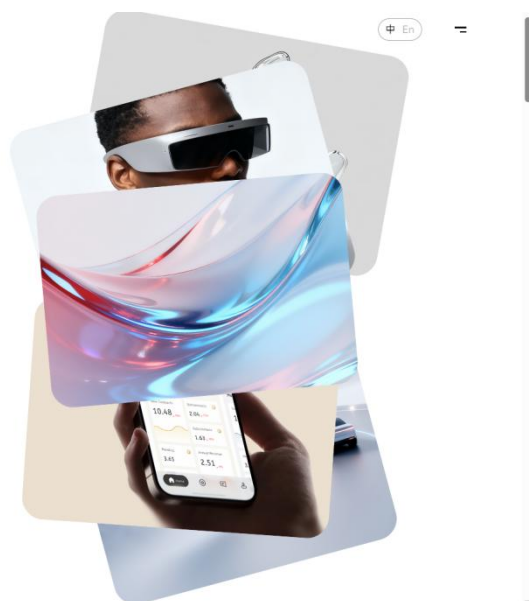
SKYUI

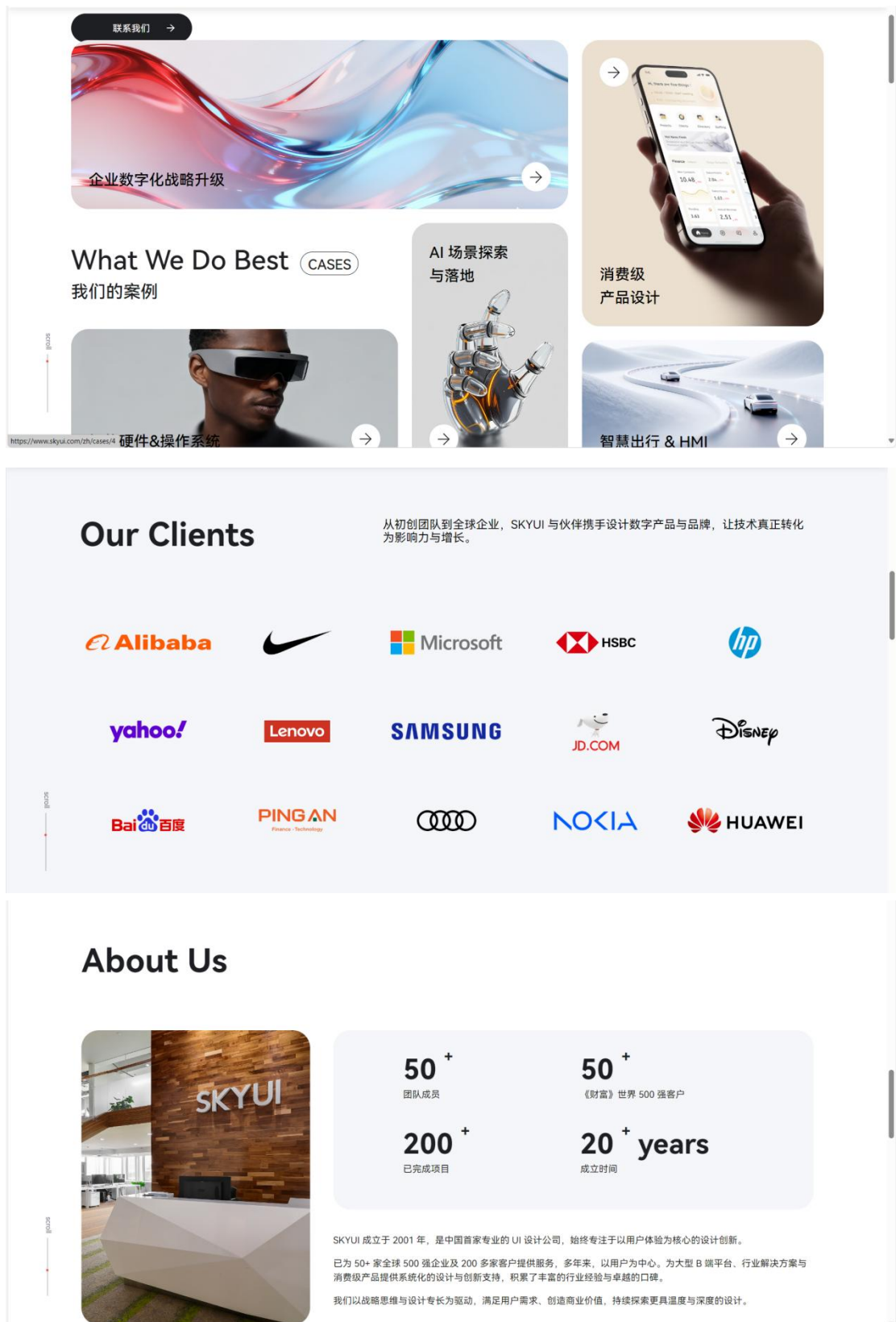
WE ARE A DESIGN STUDIO

我们无论在企业级产品
还是消费级产品设计上
都游刃有余 |

产品设计 · UX/UI 设计 · 智能硬件 · AI 创新体验

联系我们 →





8、交互效果（有趣的交互效果，之前的项目没考虑到的效果）

文字随滚动动态切换、案例图片随滚动错落排版、底部 3D 动态地球、按钮 / 卡片鼠标经过反馈、全站平滑滚动，整体细腻高级。

9、网站功能

具备导航跳转、案例浏览、品牌 / 服务展示、联系咨询、社交跳转、合规信息展示等基础与互动功能。

2.1.2 上海唐硕信息科技有限公司

网址：<http://www.tangux.com>

1. 网站风格：

网站整体走极简路线，视觉上非常克制，没什么多余装饰。这种干净的处理方式恰好契合“体验咨询”的行业属性，给人专业、理性、不浮夸的印象。内容以模块化方式清晰排布，信息层级分明，浏览下来感觉很顺畅，不会因为花哨元素分心，对建立品牌信任感有帮助。

2. 网站色彩搭配：

配色体系可以概括为“深底+白字+低饱和点缀”。页面背景用的是深炭黑色，主体文字是纯白，对比度拉得很高，不同光线条件下阅读都不吃力。强调色用得特别克制，只在关键按钮或重点信息上出现，都是低饱和的浅色，起到引导视线的作用，但不破坏整体的沉稳调性。导航、图标、按钮到分隔线，所有元素的设计语言是统一的，品牌视觉识别做得比较到位，翻遍页面没有出现风格割裂的地方。

3. 导航层级及内容：

导航采用两级结构，顶部的水平导航栏固定显示，始终悬浮在页面上方。一级菜单覆盖了 7 个核心入口：首页、解决方案、行业领域、经典案例、体验洞察、关于我们、联系我们，基本网站所有重要内容都能从这里触达。鼠标悬停会展开二级下拉菜单，把相关内容做了归拢。比如“解决方案”下细分了以用户为中心的战略、用户增长与运营、产品与服务解决方案整合、零售门店体系升级、数字化&体验管理五项服务；“行业领域”下面列出了汽车家电、日常消费、金融政务三大核心赛道。层级关系清楚，找东西不费劲。



4. 首页 Banner 图数量、内容及表现形式：

首页 Banner 只有一张首屏通栏大图，没有轮播。背景是城市天际线的画面，上面压了品牌核心宣传语“用户至上 增长自来”，下面跟着英文副标题“Users First, Growth Follows.”，一句话就把品牌定位讲明白了。表现上采用静态大图，加载时带了一个很轻的淡入上浮动效，既让首屏不至于太沉闷，又不会喧宾夺主，和整体极简风格是协调的。



5. 首页栏目数量、内容及布局形式：

首页内容按 B2B 咨询网站常见的垂直通栏结构铺开，一共分 7 个核心板块，从上到下依次是：

- 首屏 Banner 区：传达品牌定位；
- 解决方案服务区：展示 5 大核心服务能力；



- 品牌荣誉展示区：罗列公司与团队获得的行业奖项，用来建立初步信任；

十大首席体验官

2023

IXDC 国际体验奖
创始人&CEO黄峰

· 经典案例展示区：放出了与招商银行、小罐茶、卡萨帝等头部品牌的合作实例，直接体现服务实力；



· 行业领域覆盖区：再次梳理汽车家电、日常消费、金融政务三条业务主线；

· 体验洞察内容区：展示行业研究、观点文章，输出专业思考；

· 转化联系入口区：提供合作需求提交表单和联系方式，引导有意向的访客留资。

各板块之间通过留白和背景色的细微变化自然分隔，滚动的时候节奏感很好，不会让人感到内容堆砌。视觉上主次分明，主标题、

关键数据、行动按钮会通过字号和颜色跳出来，次要信息则相对弱化，浏览负担不大。

6. 底部空间内容及布局形式：

页脚采用左右分栏的通栏布局，把末端信息集中整理在一起。左侧是文字类内容，包括公司主体名称、商务联系方式，以及“联系我们”“商务合作”这类快捷入口链接；右侧放置了品牌公众号二维码，旁边有“微信扫一扫 关注公众号”的引导文字，方便访客在浏览结束后进一步关注品牌动态。信息排布简洁明确，重点就是联系和关注两个动作。

7. 分页数量、内容及布局形式：

首页采用了长滚动设计，所有核心内容全放在一个页面里，不分页，用户一口气就能浏览完，省去了来回跳转的麻烦。在案例列表、体验洞察文章列表这类内容聚合页中，使用的是标准底部分页控件，包含页码和上/下一翻页按钮，默认每页显示 10 条内容。分页条统一放在内容区域底部居中位置，样式是深色底浅色字，和网站整体风格保持一致。

8. 交互效果：

交互上处理得比较利落，兼顾了实用和细微的体验感。导航栏在页面滚动时固定吸附在顶部，随时可以跳转到其他模块，不用再滚回顶部。下拉菜单的展开和收起动画很干脆，没有拖沓感。页面各个模块在滚动进入视口时，关键信息会带一点淡入或轻微上浮的动效，让长页面滚动多了些层次感，不会显得单调。右上角还提供了语言切

换（中/英）和深色模式切换的小图标，照顾到了不同使用习惯的人，细节上确实体现了用户视角。转化表单设计得也比较简单，输入框的反馈状态一目了然，填写的时候没什么心理负担。

9. 网站功能

从功能层面看，网站覆盖了 B2B 咨询业务从浏览到转化的主要环节：

- 顶部导航支持快速跳转，固定显示的设计让长页面操作效率更高；
- 中英文双语切换适配了不同语言用户的需求；
- 深色/浅色模式切换适应不同光线环境和个人偏好；
- 在线咨询转化通过一个极简的需求提交表单实现，只保留姓名、公司、联系方式、需求描述几个核心字段，提交门槛很低；
- 案例和洞察文章等内容做了结构化展示，列表页支持分页浏览；
- 公众号二维码提供了私域引流入口，方便对品牌感兴趣的用户持续关注后续内容和动态。



整体看下来，网站的设计和功能都是紧紧围绕“以用户为中心”的思路来落地的，作为一个体验咨询公司的线上门面，专业感和细节都到位了。

2.1.3EICO

网址: <https://www.eicoinc.com/>

用户群体: 这个网站主要服务企业客户、品牌方、设计师、设计专业学生, 还有互联网产品团队。

网站风格: 整体走简约高级的路子, 是当下很流行的现代极简风。

色彩: 主色调选用深灰和白色, 再搭配少量品牌专属配色, 视觉上低调又有质感。



导航层级: 一级导航 (含业务分类导航)

一级导航名称: 案例、关于我们、联系我们



业务分类导航: 新智能、新出行、新零售、新健康

截图说明: 网站顶部导航固定悬浮, 与品牌 Logo 并列, 仅保留

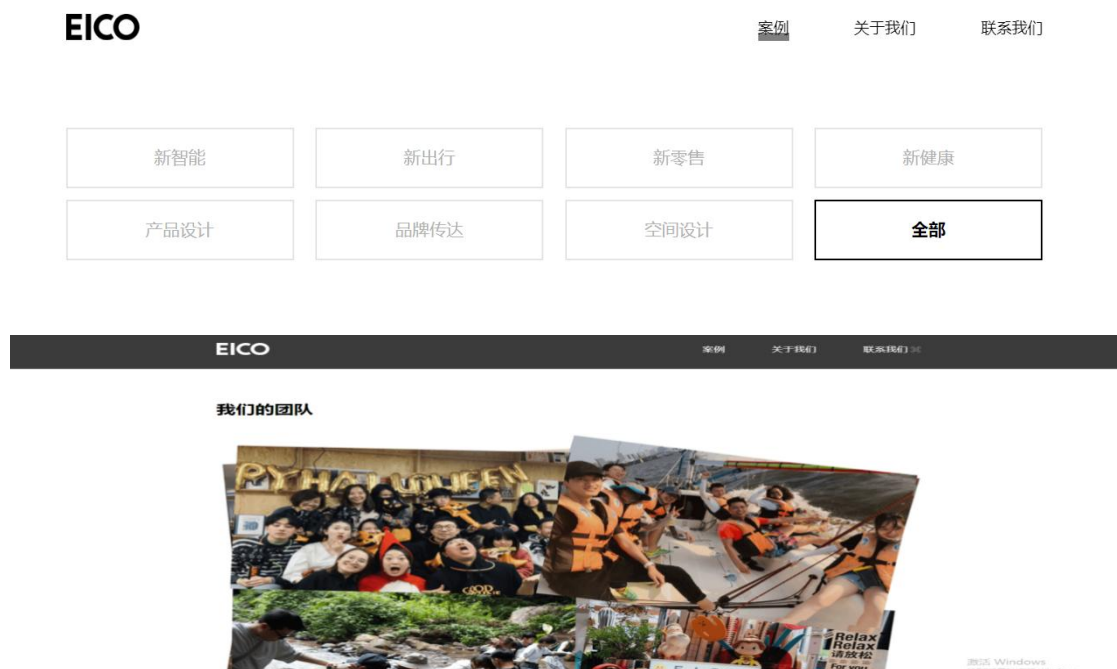
3 个核心入口, 搭配全屏 Banner 呈现品牌理念, 整体干净利落。

首页 banner:



一张全屏大图，文字介绍企业理念「GROWTH BY DESIGN 设计实现增长」，搭配品牌合作案例元素，突出设计服务的核心价值。

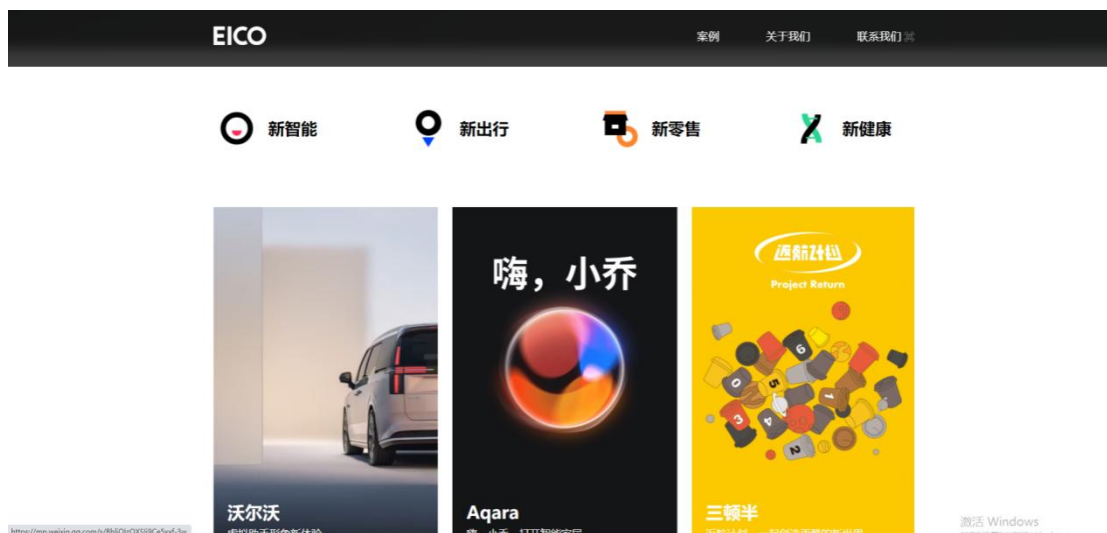
首页栏目：



共 3 个一级栏目内容，顺序是「案例、关于我们、联系我们」；同时设置了四大业务分类导航，以图标 + 文字形式呈现，栏目内容以大量图片和案例为主。

截图说明：业务分类导航以专属图标 + 文字呈现，点击即可切换不同赛道的案例，交互清晰、识别度高。

分页：

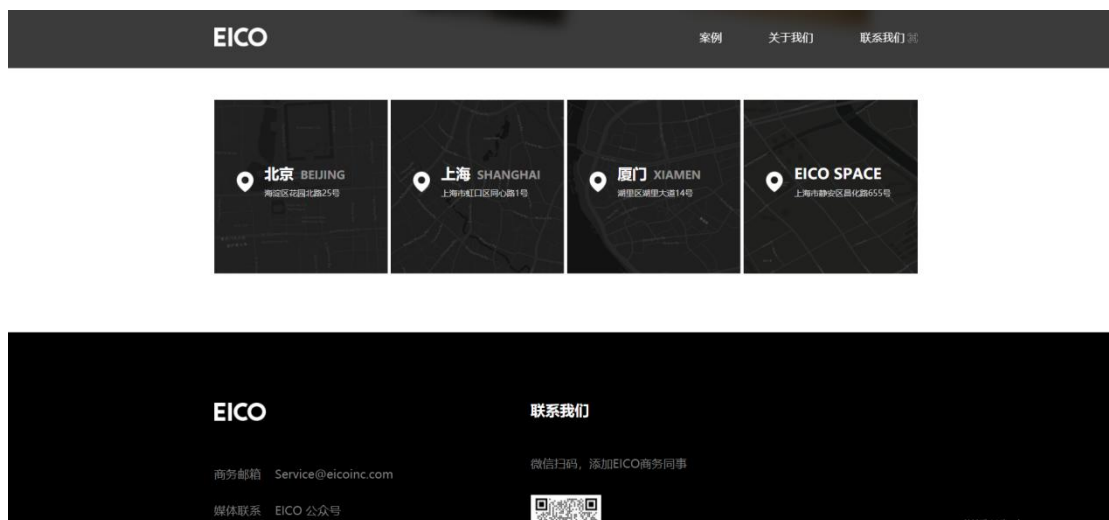


每个业务赛道（新智能 / 新出行 / 新零售 / 新健康）都有对应专门的分类导航和案例分页，客户案例分页中设置了分页筛选导航，按行业和品牌展示合作项目，使该板块更清晰。

页面用标签切换的形式区分不同赛道，同时摆放合作品牌的 logo 墙，能直观看到合作过的知名品牌。大家可以按照行业、品牌筛选查看项目，查找内容很省心。

关于我们页面：采用图文穿插的形式，分成品牌理念、团队介绍、工作室地址等多个部分，还用插画、团队合照、地址卡片来丰富内容，形象更生动。

底部：



页面最底端整理了完整的辅助信息，罗列了北京、上海、厦门三地工作室以及 EICO SPACE 的详细地址。

同时放上了商务联系邮箱、官方公众号入口，还有商务对接的微信二维码。页面没有多余的悬浮弹窗和功能栏，从头到尾都维持了简约的风格。

设计亮点：

全站风格保持一致，普遍使用无衬线字体，搭配大面积留白，部分图片还用到了毛玻璃效果，层次感十足，现代感拉满。背景设计简单，能让图文内容成为视觉重点，整体观感简约又大气。



团队自创了 “汉堡商业模型”，用创意插画来讲解业务逻辑，

把抽象的服务内容变得通俗易懂。既能让访客快速看懂公司业务，也生动讲出了品牌故事，加深大家对品牌的印象。

网站布局：

网站采用模块化分区设计，不同内容、不同功能各自划分成独立板块，后期更新、维内容也很便捷。网页加载速度很快，浏览体验流畅。

2.1.4 微谱数码

网站网址：<https://www.weiputech.com/>

1、网站风格

科技严谨、专业商务、数字化工业风，整体偏 B 端系统与数据大屏调性，简洁大气、信息层级清晰，强调专业能力与落地交付。

2、网站色彩搭配

主色：**科技蓝**（专业、可信、数字化）

辅助色：深灰、浅灰、白色（清爽、稳重）

强调色：浅蓝渐变、科技绿（突出按钮、数据模块、交互热点）

整体高辨识度、低饱和度，符合政企与工业视觉习惯。



3、导航层级及内容

顶部固定导航，结构清晰

一级导航：首页、服务、案例、解决方案、关于我们、联系我们

二级导航：UI 设计、数据可视化、系统重构、政企数字化、行业方案等

导航层级浅，3 步内可达目标页面，便于 B 端用户快速查找。



4、首页 Banner 图数量、内容及表现形式

数量：1 屏主 Banner

内容：品牌定位、核心业务、数字化设计服务标语

表现形式：全屏宽、科技感背景、大标题 + 短文案 + CTA

按钮，简约动态过渡。



5、首页栏目数量、内容及布局形式

栏目数量：约 8 - 9 个

内容：核心服务、优势能力、行业案例、客户 logo、解决方案、合作流程、公司介绍、底部信息

布局：流式排版、卡片模块化、左右分栏，结构规整。

6、首页网站底部空间内容及布局形式

内容：logo、快捷导航、联系方式、地址、版权、备案号、公众号

布局：多列栅格、信息分组清晰，简洁不杂乱。



7、分页数量、内容及布局形式

分页：服务详情、案例库、解决方案、关于我们、新闻、联系我们

布局：统一头部底部，内容模块化、图文 + 数据展示，保持风格一致。

8、交互效果（有趣的交互效果，之前的项目没考虑到的效果）

滚动渐显动画

卡片 hover 上浮、阴影加深

数据图表动态加载

案例筛选切换动效

导航下拉平滑展开

图片懒加载与预览效果

9、网站功能

响应式适配 PC / 移动端

案例分类筛选、搜索

在线咨询、留言表单

数据大屏 / 系统界面展示

客服快捷入口、SEO 友好结构

二、调研总结

1、网站做得好的地方

风格专业统一，B 端气质突出

导航清晰，用户查找效率高

案例展示丰富，说服力强

交互克制流畅，不干扰阅读

适配完整，加载稳定

风格专业统一，B 端气质突出

导航清晰，用户查找效率高

案例展示丰富，说服力强

交互克制流畅，不干扰阅读

适配完整，加载稳定

2、网站有待改善的地方

首页部分模块文字密度偏高

移动端部分模块间距可优化

案例标签可增加更多筛选维度

3、用户体验如何

整体体验**良好偏优秀**，页面专业易读，操作直观，重点突出服务与案例，适合政企、工业类客户浏览与合作对接。

2.1.5 极简慕枫

网址：<https://mfsunny.com/>

一、整体风格与色彩

设计风格：现代极简商务风，融合创意交互设计。遵循“大道至简”理念，弱化冗余装饰，兼顾品牌质感与动态体验，同时输出黄金15秒、巅峰体验两大设计方法论，风格统一且辨识度高，适配中高端B端客户审美。

色彩搭配：以白色、浅灰为基底，搭配深灰、黑色作为文字与功能主色；少量低饱和深色、浅蓝作为交互点缀。全程无高饱和亮色，色调干净冷静，文字与背景对比度适中，阅读体验舒适，高级感突出。



二、导航系统

顶部导航，结构简洁，层级清晰：

一级导航整合品牌理念、服务板块、案例展示、关于我们、咨询合作等核心入口，布局紧凑不杂乱。

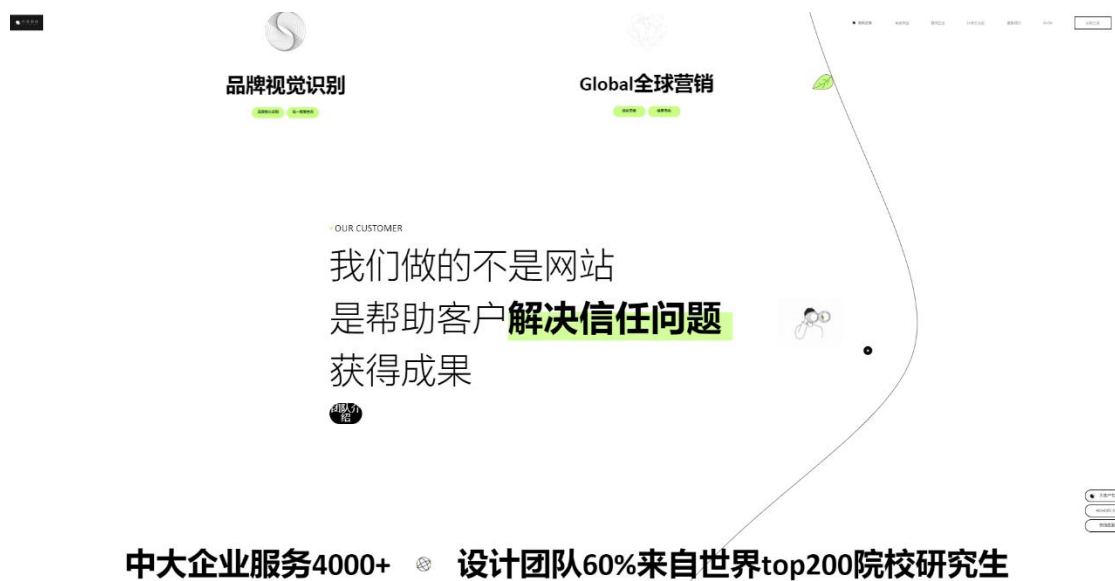
支持中英文双语切换，适配海外客户与品牌出海需求；导航 hover 动效简约，和全站风格保持一致，用户可快速定位所需内容。



三、首页 Banner 与布局

首页 Banner：单张全屏静态视觉 Banner，无轮播设计。核心展示品牌 slogan、极简设计理念与核心业务，突出“极简商业品牌倡导者”定位，加载搭配淡入动画，视觉焦点集中。

页面布局：采用长滚动模块化单列布局，自上而下依次划分：品牌理念介绍、核心服务矩阵、设计方法论解读、合作数据展示、标杆案例、品牌故事、咨询入口七大板块。模块之间依靠留白、细微底色区分，排版疏密得当，不堆砌内容，浏览节奏流畅。



四、分页结构

全站共用统一导航与页脚，核心页面划分明确：首页、服务页、案例页、关于我们、联系咨询页。

案例页：采用卡片式瀑布流布局，展示华为、迪卡侬等合作项目，分类清晰；内容较多区域配备简约分页控件。

详情页：以图文结合为主，详细讲解服务内容、设计思路与项目成果，延续极简排版风格。

咨询页：简化表单字段，搭配邮箱、线上扫码咨询等多渠道联系方式，降低沟通门槛。

五、页脚设计

采用多列分区布局，内容精简实用：包含品牌邮箱、24 小时在线咨询入口、官方联系方式；同时补充品牌标语、版权信息等合规内容。整体无弹窗、广告等冗余元素，风格与全站统一，信息分类直观。

六、交互设计

交互是本站核心亮点，轻量化创意动效 + 功能性交互结合，灵

动却不浮夸：

基础交互：全站平滑滚动，页面模块进入视口触发淡入、微上浮效果。



极简慕枫，是一个创造性的企业
围绕“极简”核心理念，帮助企业全面策划并分析品牌展示方向
聚焦品牌核心定位，从商业品牌官网设计出发
结合品牌内容策划、视觉传达、数字营销打造完整的品牌视觉输出生态
从而帮助企业聚焦品牌核心竞争力来获取成果
We Are A Creative Enterprise That Revolves Around
The Core Concept Of "Pithy" To Help Build A Complete Brand
Visual Ecosystem, Thereby Helping Enterprises Focus On Brand
Core Competitiveness And Achieve Results.

大客户专线
400-6065 301
在线客服

特色交互：按钮、容器支持鼠标局部跟随 + 弹性回弹效果，动态层次丰富，前端交互表现力强；案例标签、导航下拉切换流畅自然；表单、咨询按钮拥有清晰的状态反馈。

整体特点：所有动效服务于浏览体验，强化品牌现代感，同时不干扰内容阅读。

七、网站功能与技术

核心功能：全终端响应式适配（PC、移动端）、案例分类浏览、在线表单咨询、扫码咨询、双语切换，功能围绕品牌展示、案例宣传、商务转化搭建，实用性强。

技术特点：前端交互技术成熟，实现鼠标跟随、弹性动画等复杂效果；页面加载流畅、运行稳定，同时兼顾 SEO 优化，适配企业长期运营与品牌出海需求。



中大企业服务4000+  设计团队60%来自世界top200院校研究生

1,000+

累计项目多达4000多项

100+

合作客户分布国内外上百城市

130+

涉足130多细分行业

 大客户专线

400-6065 301

在线客服

20+

设计团队来自top200院校

60%

设计团队来自top200院校

连接全球

三、调研总结

3.1.1 网站风格

六家调研企业网站均主打**极简专业的 B 端**（面向公司、老板、员工、企业客户）**高端风格**，无多余装饰，聚焦专业能力与品牌质感，适配 B 端客户审美：

SKYUI：极简克制，科技感强，适配金融、科技等大客户；

唐硕：极简理性，B2B 咨询调性，传递专业信任感；

EICO：极简现代高级商务风，干净有设计感；

微谱数码：科技严谨、数字化工业风，强调专业落地能力。

极简慕枫：整体风格简约现代、富有设计感，同时融入动态交互效果。

3.1.2 网站色彩搭配

整体以**低饱和、高质感色调**为主，配色克制统一，突出专业感：

- 主色调：SKYUI 用深蓝 / 藏青、唐硕用深炭黑、EICO 用白 + 深灰 / 黑、微谱数码用科技蓝，均适配 B 端稳重调性；
- 基础色：均大量使用白色 / 深灰，留白充足，保证文字清晰可读；
- 点缀色：均采用浅蓝渐变、低饱和辅助色，仅用于按钮、重点信息，不破坏整体极简感，无高饱和艳色。

3.1.3 导航层级及内容

均采用**简洁两级导航**，层级浅、逻辑清晰，便于用户快速查找信息：

- 一级导航：均固定在顶部，核心入口精简，含首页、服务 / 案例、关于我们、联系我们；
- 二级导航：通过下拉菜单或标签页实现，用于细分服务、行业赛道、案例分类；
- 特点：导航不冗余，3 步内可达目标页面，部分网站增设语言切换、深色模式按钮，细节贴心。

3.1.4 首页 Banner 图数量、内容及表现形式

均采用**1 张全屏单 Banner 设计**，聚焦传递品牌核心价值，无冗余轮播：

- 内容：核心为品牌 Slogan / 理念（如 SKYUI “好设计，能落地”、唐硕 “用户至上 增长自来”），搭配品牌相关视觉图；
- 表现形式：全屏居中展示，文字叠加清晰，加载时配合淡入、上浮等简洁动效，视觉冲击力强且不杂乱。

3.1.5 首页栏目数量、内容及布局形式

栏目数量精简，核心内容全覆盖，采用**垂直通栏、模块化单列布局**，规整简洁：

- 栏目数量：SKYUI 6 个、唐硕 7 个、EICO 3 个一级栏目、微谱数码 8-9 个；
- 核心内容：均包含品牌 Banner、服务介绍、案例展示、客户 / 优势、联系入口；
- 布局：自上而下流式排版，左右分栏或卡片式设计，模块间留白充足、区隔清晰，信息层级分明，阅读流畅。

3.1.6 首页网站底部空间内容及布局形式

底部信息实用全面，布局规整，聚焦**品牌信息、联系方式、引流入口**：

- 核心内容：均含品牌 Slogan/Logo、办公地址、邮箱 / 电话、版权 / 备案号；唐硕、EICO 额外设置公众号二维码引流；

- 布局：多采用左右分栏或多列栅格，信息分组清晰；SKYUI 搭配 3D 动态地球、EICO 用工作室地图卡片，兼顾实用性与品牌质感；最底部通栏展示版权信息，极简规整。

3.1.7 分页数量、内容及布局形式

分页精简，核心页面全覆盖，风格统一、模块化呈现：

核心分页：均含首页、案例页、关于我们页、联系我们页；微谱数码额外增设解决方案、新闻页；

内容：案例页按行业 / 服务分类展示项目；关于我们页介绍品牌理念、团队、工作室信息；

布局：统一头部底部，内容采用卡片瀑布流、分模块布局，图文结合，信息展示直观。

3.1.8 交互效果

所调研的网站整体**克制细腻、高级流畅**，兼顾美观与易用性，亮点突出：

- 通用交互：全站平滑滚动、模块滚动渐显、按钮 / 卡片 hover 反馈、图片懒加载，动效简洁不拖沓；

- 特色交互：SKYUI 文字动态切换、底部 3D 地球；唐硕深色模式切换、表单简洁交互；EICO 案例标签流畅切换、毛玻璃效果；微谱数码数据图表动态加载、案例筛选动效；

- 体验：交互逻辑清晰，无冗余特效，不干扰用户阅读，提升页面层次感与高级感。