



PORTFOLIO

UX-王睿晗，下一站继续向前 2026

Wang Ruihan ✨

UIUX Design Portfolio



HELLO

我是王睿晗

一路学习，一路实践
也一路成为更好的自己

教育经历

院校：天津美术学院
电话：13009593633

学院：人工智能艺术学院
邮箱：2050732270@qq.com

专业：数字媒体艺术
微信：wrh13009593633

实习经历

世纪华通盛趣游戏 AI产品设计 2026.04~08  盛趣游戏

- 参与 AI 生成小游戏 0-1 产品设计，完成核心业务体验方案及高保真版本迭代
- 参与用户调研、竞品分析及需求讨论，将产品需求转化为具体体验与视觉设计方案
- 协同产品与开发推进设计方案落地，参与设计评审与开发走查

百度时代网络技术（北京）有限公司 AIGC创意设计 2025.06~09 

- 参与 AIGC 内容从选题、生成、筛选优化到发布复盘的完整流程，独立策划并制作多款 AIGC 内容，单条最高播放量 30万+，多条播放量 10万+。
- 沉淀可复用的 AI 内容生产 SOP，形成选题、生成、优化、复盘的完整工作流

项目经历

Memeskill AI游戏生成平台（实习项目）

基于原型和交互框架，完善创作、生成、预览编辑与发布等核心流程，重点设计创作卡、抽卡、生成反馈与同步预览等体验方案，建立统一的视觉风格，沉淀设计规范与组件资产

电商APP喵街用户体验改版

围绕年轻女性线下购物场景进行用户调研，聚焦“提升决策效率”和“优化购物体验”，重构首页推荐、分类浏览与商品详情等核心路径。结合 AI 试穿、搭配与同款推荐，减少用户从浏览到决策的操作成本

AIGC 视频创作《总设计师》（实习项目）

在邓小平同志诞辰纪念节点，探索以 AIGC 重构传统纪念内容的表达方式。通过热门内容调研确定叙事与情感方向，构建四段式脚本及纪实怀旧的视觉风格，并采用“文生图—图生视频”流程完成画面生成与动态合成。视频发布后单日播放量突破 32W+，并沉淀同类主题内容的 AIGC 创作流程。

作品集目录

01

Memeskill AI游戏生成平台

0-1产品体验设计 AI创作闭环 组件库搭建

Memeskill是一个面向中国市场的 AI 互动内容平台。用户输入一句话生成一个创意，AI 即可生成可玩的小游戏或互动内容。

项目角色：UI/UX设计
负责范围：体验策略、UI设计、UX设计、组件建设



Memeskill AI游戏生成
C端 | 实习项目

AI产品设计

02

项目改版设计 喵街 APP

产品简介

喵街是阿里巴巴旗下的逛街服务类APP，是阿里巴巴“新零售”战略中连接线下场景的重要入口。同时支持品牌浏览、商品选购等电商服务。其中女装模块是用户使用频次较高的核心购物场景，为都市年轻女性提供便捷的服饰浏览与下单体验。

UIX UX DESIGN 2025



喵街 APP 体验改版
C端 | 电商

UIUX

03

这个圣诞， 「购」快乐



圣诞主题视觉运营设计
运营设计
AIGC设计

Memeskill AI游戏生成平台

0-1产品体验设计

AI创作闭环

组件库搭建

Memeskill是一个面向中国市场的 AI 互动内容平台，用户输入一句话或一个创意，AI 即可生成可玩的小游戏或互动内容。

项目角色：UI/UX设计

负责范围：体验策略、IP设计、UI设计、组件建设



项目概述

项目背景

依托多年游戏研发与运营积累，公司拥有《热血传奇》《龙之谷》《冒险岛》等经典游戏IP及丰富的玩法、美术资产。

随着AIGC技术的发展，项目希望利用AI能力降低游戏创作门槛，让用户无需专业开发能力即可参与小游戏创作，从传统“玩家体验内容”转向“玩家创造内容”

产品现状

项目处于 0 到 1 孵化阶段，我接手时已有基础原型和内测版本，核心链路已初步搭建，整体体验尚未形成统一的视觉体系和完整的用户创作体验闭环

业务目标

建立AI互动内容生态，积累用户规模与内容生态，持续提升内容供给与用户活跃，为后续商业化奠定基础。



用户画像

快速验证想法

热衷接梗

网络创意文化爱好者

AI内容尝鲜者

喜欢二创共创

25~35岁年轻玩家

灵感快速落地

乐于分享作品

朋友共玩



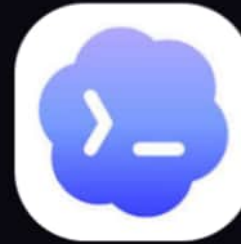
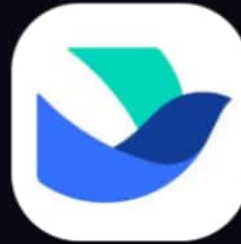
AI辅助用户调研-问卷设计

01 确定调研目标

探索用户AI生成小游戏全过程中的体验痛点与需求，验证降低创作门槛、提升生成体验和促进社区互动的设计方向。

02 AI辅助调研设计

用户创作需求 创作门槛 生成等待体验 结果可控性 内容发现与持续使用



拆解总目标

workflow

03 分类并筛选AI生成的问题

验证用户是否有创作需求

了解用户是否有创作动机

1. 你是否有过自己制作一个小游戏的想法？如果有，在什么平台？
2. 如果可以通过AI快速制作小游戏，你是否愿意尝试？
3. 你希望制作小游戏的主要原因是什么？
4. 你更希望创作什么类型的小游戏？
5. 如果让你开始制作一个小游戏，你更希望从哪里开始？
6. 什么情况下会让你放弃制作小游戏？

创作门槛在哪里

验证创作卡、抽卡、二次创作是否有价值

1. 你认为制作小游戏最大的困难是什么？
2. 当你没有明确创意时，你希望AI如何帮助你？
- 在没有明确创意时，你希望产品怎样帮助你？
4. 随机生成角色、玩法、主题组合，你觉得怎么样？
- 5.相比从零开始，你是否愿意基于已有小游戏进行修改？
6. 你希望AI在哪些方面帮助降低创作难度？

生成过程中的等待痛点

验证趣味化等待、进度展示等设计

1. 等待生成过程中，什么情况最容易让你退出？
- 2.使用AI生成小游戏时，你能接受多久的等待时间？
3. 等待过程中，哪些内容能让你更愿意继续等待？
4. 你希望了解AI生成过程吗？
5. 如果生成失败，你希望获得什么帮助？
6. 如果生成时间较长，你更希望？

生成结果的可控性需求

验证预览、二次编辑、同步修改设计

1. 游戏生成完成后，你最希望先做什么？
2. 生成后是否需要第一时间预览游戏效果？
3. 如果生成结果不符合预期，你更希望？
4. 你希望通过什么方式修改生成结果？
5. 当你告诉AI修改需求后，你希望如何看到修改效果？
6. 修改过程中，你是否需要保留历史版本？

探索用户发现与选择小游戏的 行为，优化内容浏览和持续使用体验

验证首页Feed、推荐、排行榜、分类浏览

1. 当你看到一个小游戏时，哪些因素会影响你是否试玩？
2. 在首页浏览小游戏时，你通常最关注什么？
3. 你通常通过什么方式发现新的小游戏？
4. 如果提供游戏分类，你更希望按照什么分类浏览？
5. 哪些信息会让你更愿意点击排行榜中的游戏？
6. 什么情况会让你持续使用这个产品？

与设计目标强相关

聚焦真实行为与痛点

避免重复与引导性

能产出有效结论

确认AI使用经验与创作意愿

- 是否使用过AI生成类产品？
- 有没有想过自己制作或修改一个小游戏？如果有在什么平台？

定位用户难点

- 如果让你制作小游戏，最大的困难是什么？
- 假如让你制作一个小游戏，你会从哪里开始？
- 在没有明确创意时，你希望产品怎样帮助你？

识别退出原因与过程反馈需求

- 在等待生成过程中，什么情况容易让你退出页面？
- 等待时，哪些信息能让你更愿意等待？
- 你会在意AI当前具体在制作什么吗？

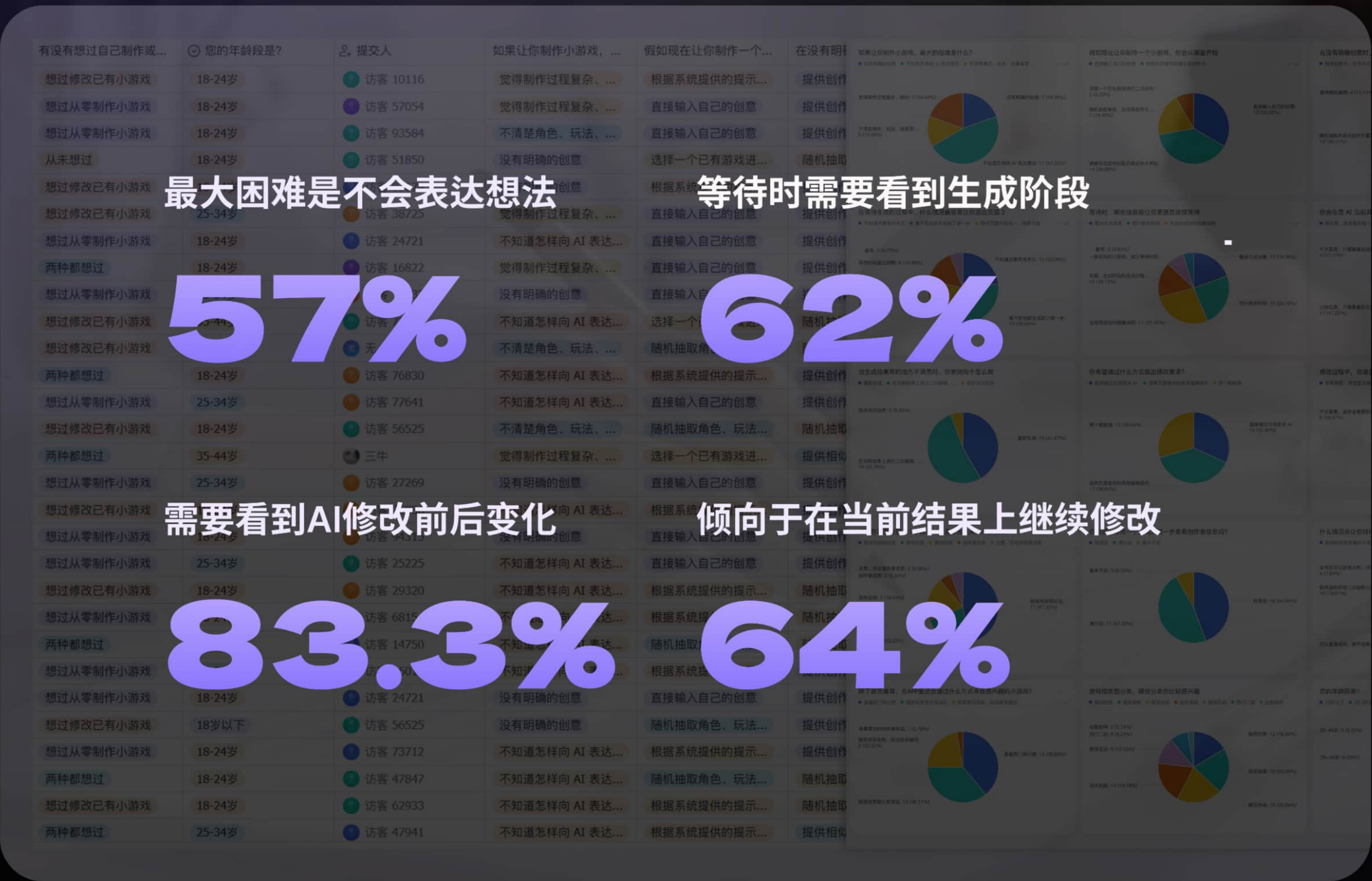
判断修改方式与反馈需求

- 当生成结果有的地方不满意时，你更倾向于怎么做？
- 你希望通过什么方式提出修改要求？
- 修改过程中，你是否需要清楚看到这次修改具体改变了什么？

明确关注重点、发现路径留存因素

- 当你在首页看到一个小游戏时，通常会关注什么信息？
- 你会因为喜欢一个游戏而进一步查看创作者信息吗？
- 除了首页推荐，在APP里还通过什么方式寻找感兴趣的小游戏？
- 什么情况会让你持续使用这个产品，而不是玩一次就离开？

AI辅助分析调研结果



最大困难是不会表达想法

等待时需要看到生成阶段

需要看到AI修改前后变化

倾向于在当前结果上继续修改

codex连接飞书——发送背景框架，分析调研数据产出报告

你是一名资深 UX 研究员和产品设计顾问，现在需要帮助我分析一份 AI 生成小游戏产品的用户调研数据，并生成一份面向产品设计决策的用户研究报告。

一、项目背景

我正在设计一款 AI 生成小游戏产品。

产品目标：

通过 AI 降低普通用户制作小游戏的门槛，让用户能够从创意产生、AI生成、结果调整到作品分享，完成完整创作闭环。

当前设计重点围绕：

- 降低创作门槛
- 优化 AI 生成过程体验
- 提升生成结果可控性
- 优化内容发现与社区互动体验

调研目标：

AI 生成小游戏产品用户调研报告

用户985605 | 今天修改

AI 生成小游戏产品用户调研报告

本次调研围绕"AI 生成小游戏"产品的创作门槛、生成等待、结果可控性和内容发现体验展开，目标是判断用户是否真的有创作需求，以及产品应优先优化哪些关键环节，才能让普通用户顺利完成从创意产生到作品分享的完整闭环。

一、调研概览

项目	说明
调研目的	验证 AI 生成小游戏产品在"创作入口、生成过程、结果编辑、内容发现"四个环节的设计方向是否符合用户需求。
调研对象	对 AI 生成内容有认知或使用经验的潜在小游戏创作者与内容消费者。

用户调研-设计洞察

洞察 设计方向



无参考

56%的用户表示首页首先关注游戏内容和玩法。
48%的用户会通过排行榜寻找内容

用户洞察：首个判断来自玩法、内容吸引力

- 01 首页 Feed 减少浏览干扰
- 02 排行榜强化内容认可



难上手

57% 的用户表示，最大的困难是不知道怎么把想法表达给 AI。
用户洞察：创作门槛主要来自表达不确定，没有灵感

- 01 提供结构化创作引导
- 02 用创作卡、抽卡组合等示例帮助用户补齐玩法、角色和风格以及提供灵感



怕黑箱

62% 的用户表示，看不到当前生到哪一步就会想退出
用户洞察：等待焦虑来自过程不可见、时间不确定

- 01 展示 AI 生成阶段、进度
- 02 加入时间/完成提醒
- 03 轻量趣味化等待内容



要可控

83.3%的用户表示需要清楚看到修改具体改变了什么。
用户洞察：AI 创作不是一次性输出，用户需要可预览、可追踪、可迭代的协作过程

- 01 基于当前作品可以继续修改
- 02 修改同步反馈，前后对比

竞品调研-AI创作流程

分析范围



Rezona



Sekai



Aippy



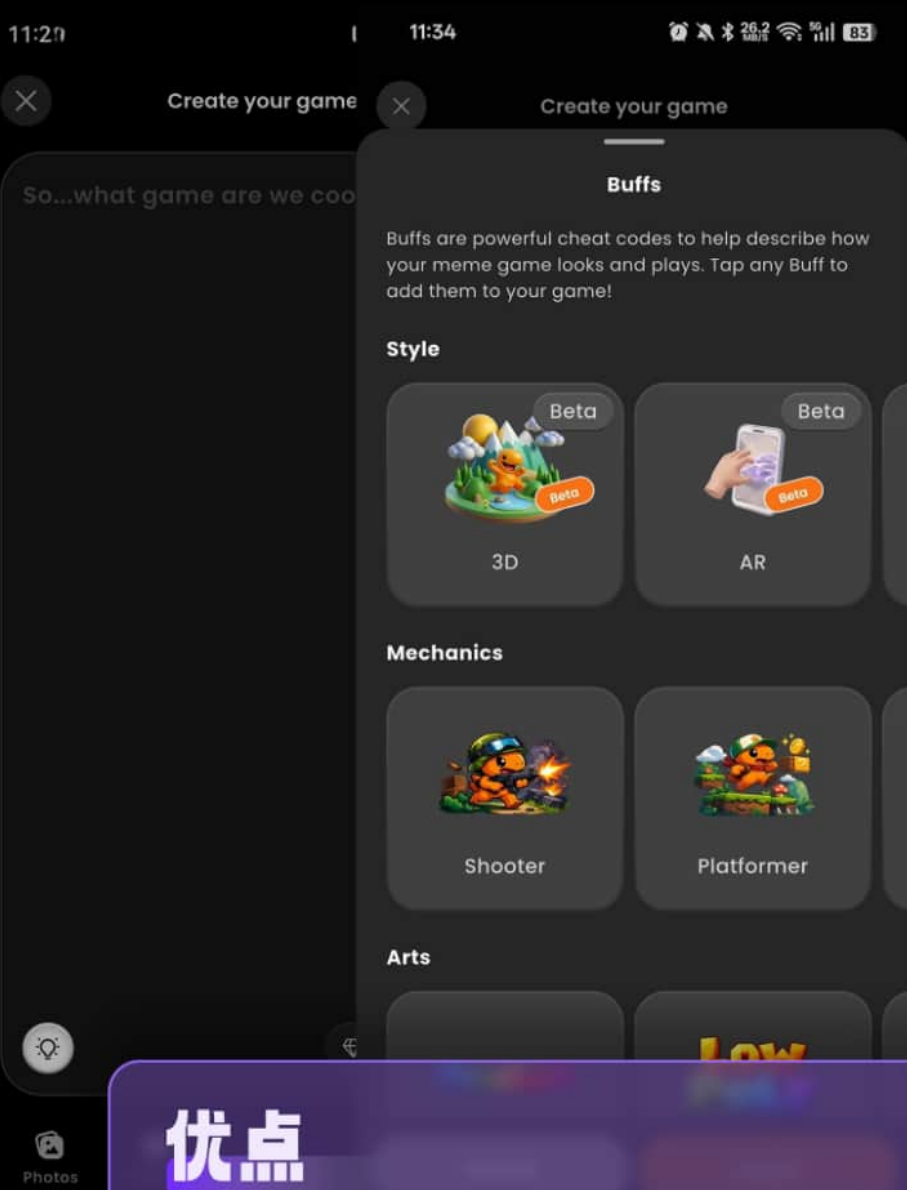
Loopit



灵光

竞品怎么降低创作门槛？

创作卡 选择



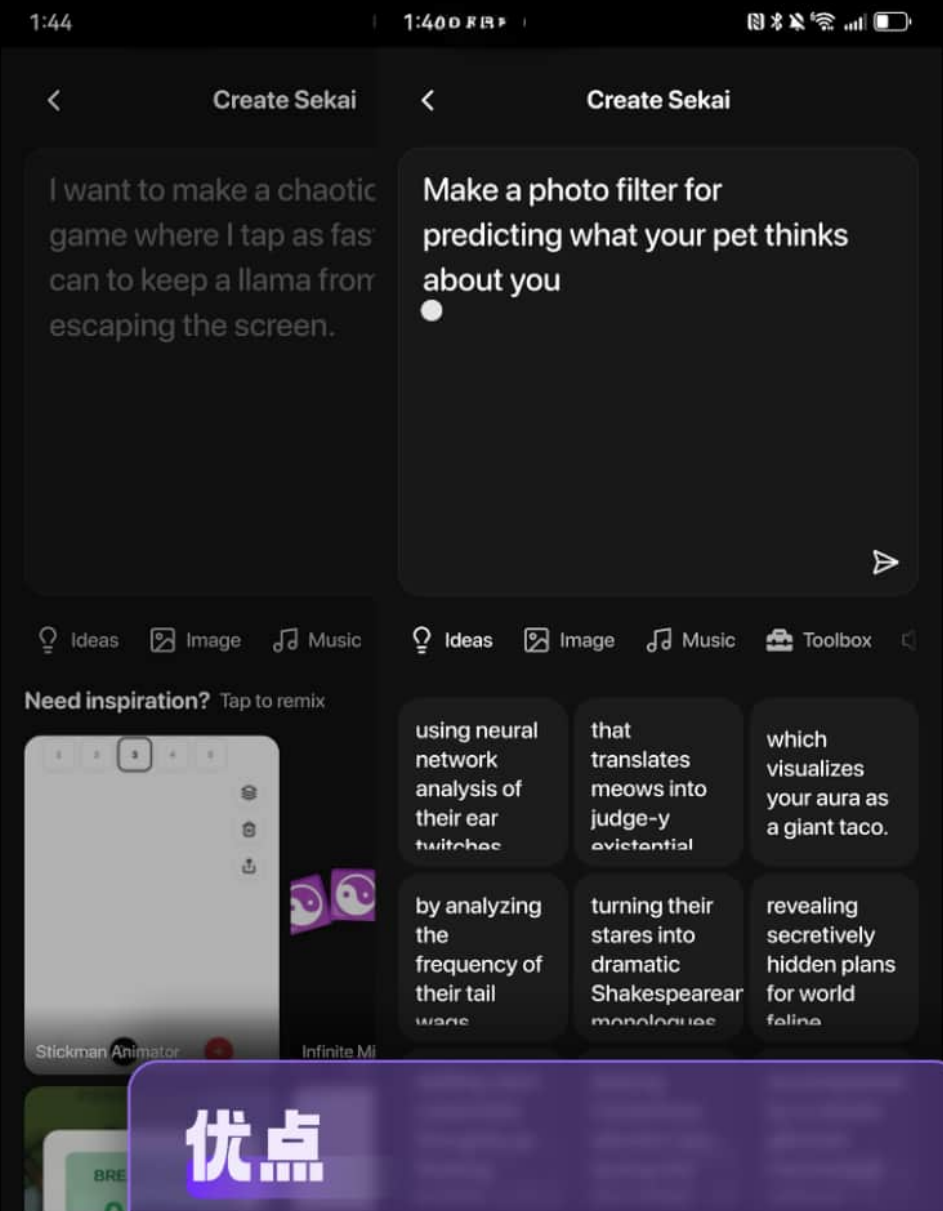
优点

把模糊创意拆成可选择的入口，用户不用先写完整 prompt。

局限

若卡片维度固定，可能限制自由度；随机/替换能力仍需进一步确认。

推荐 prompt，选择后继续补全想法



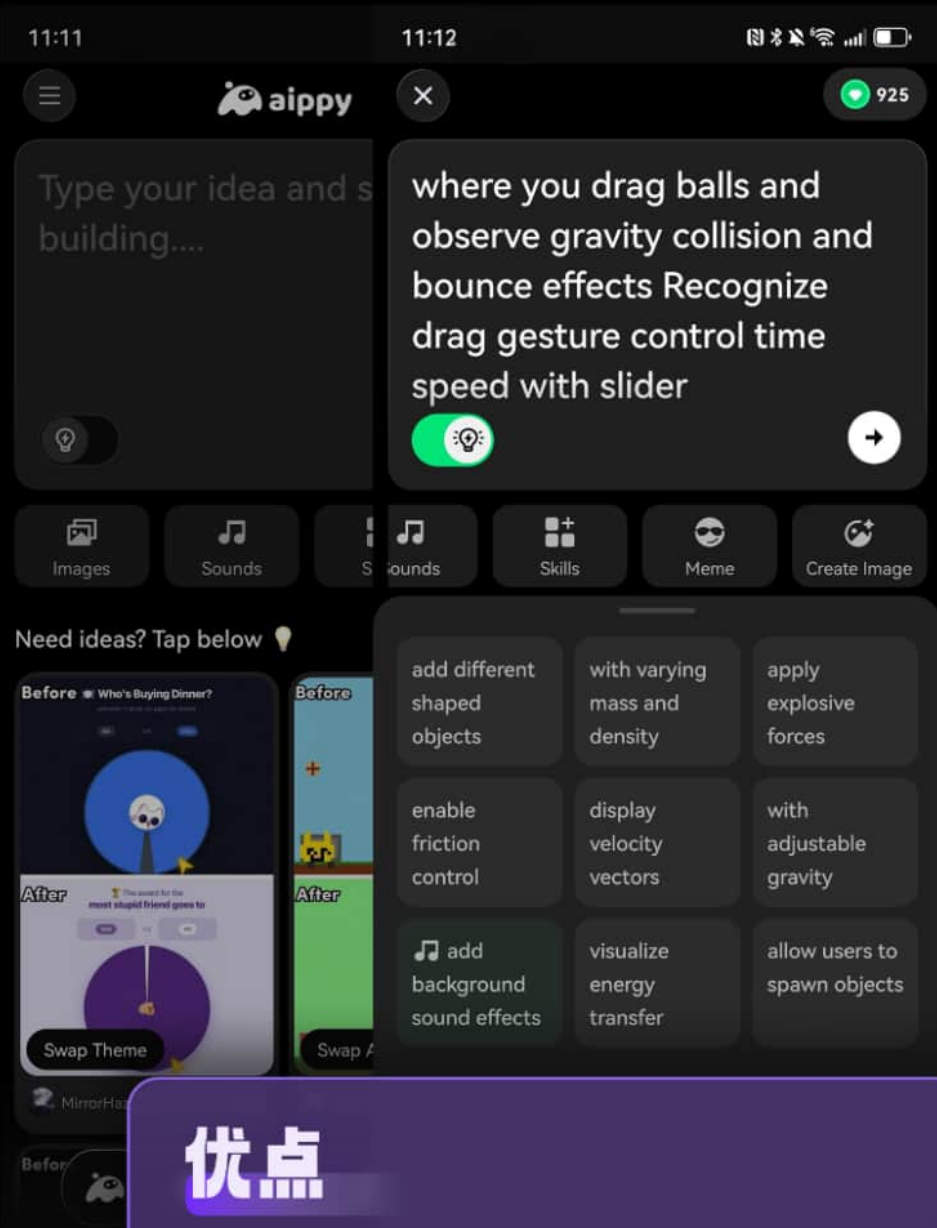
优点

把模糊创意拆成可选择的入口，用户不用先写完整 prompt。

局限

仍要求用户先判断哪个示例接近自己；补全流程可能让结果趋同

灵感模板卡片帮助用户找到方向



优点

模板灵感为用户可提供可参考的表达方式，降低从零描述创意的压力

局限

后续仍依赖用户用自然语言补充细节；对玩法结构的引导不够明显

描述任意想法，AI给玩法方案



优点

把规则、画面、交互都交给 AI，适合快速把想法做成可玩内容

局限

对无想法用户启动帮助有限

竞品调研-AI创作流程

竞品如何降低用户等待焦虑、降低AI生成的不确定感、建立用户信任？

生成过程在等待时，会随机有一个小游戏让用户先玩，度过等待的时间



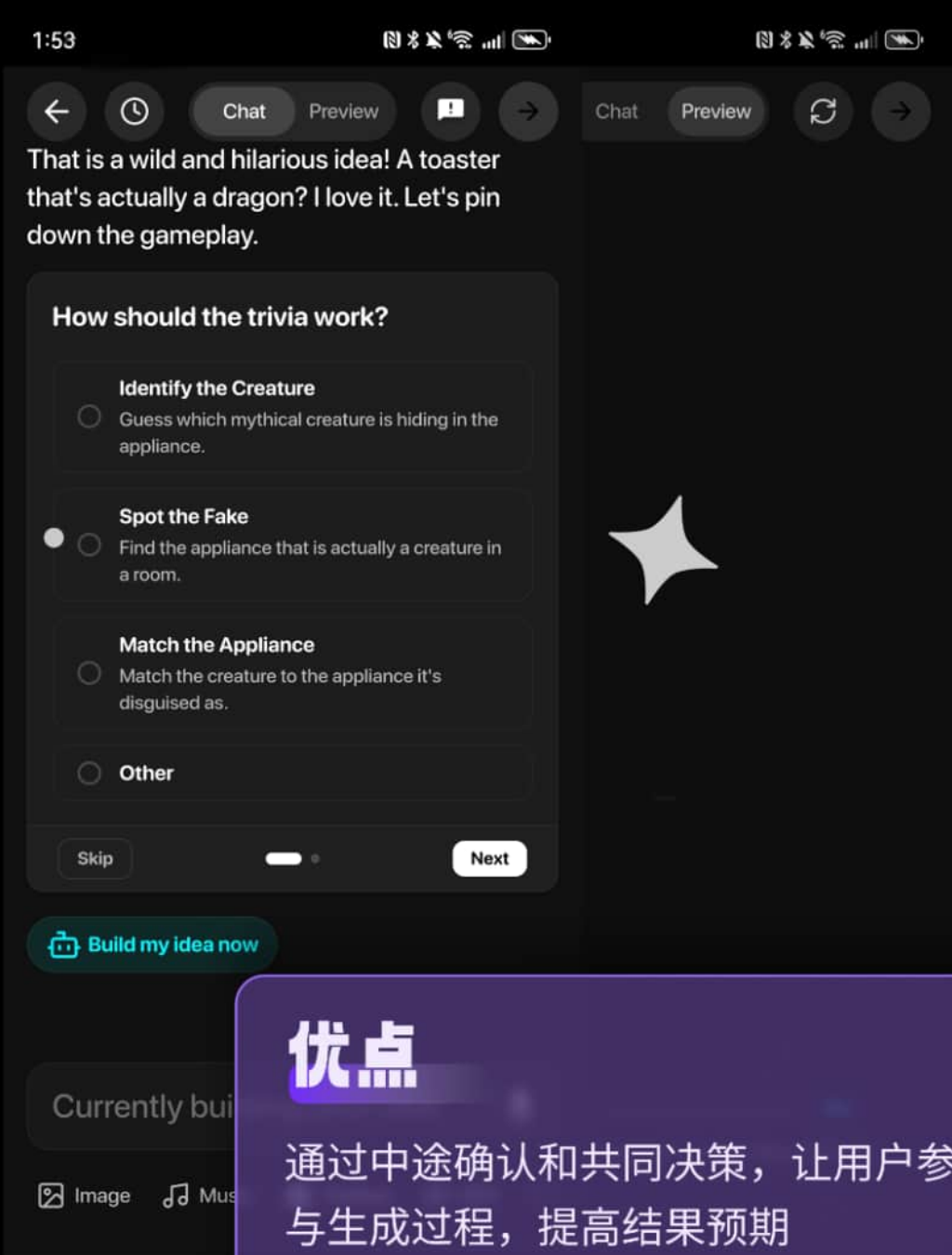
优点

把等待转化为可玩时间，降低无聊感和退出冲动

局限

如果生成时间长，小游戏只能转移注意力，不能建立过程信任

搭建游戏过程中，AI会给出建议选项让用户选择来选择，完善游戏搭建方案



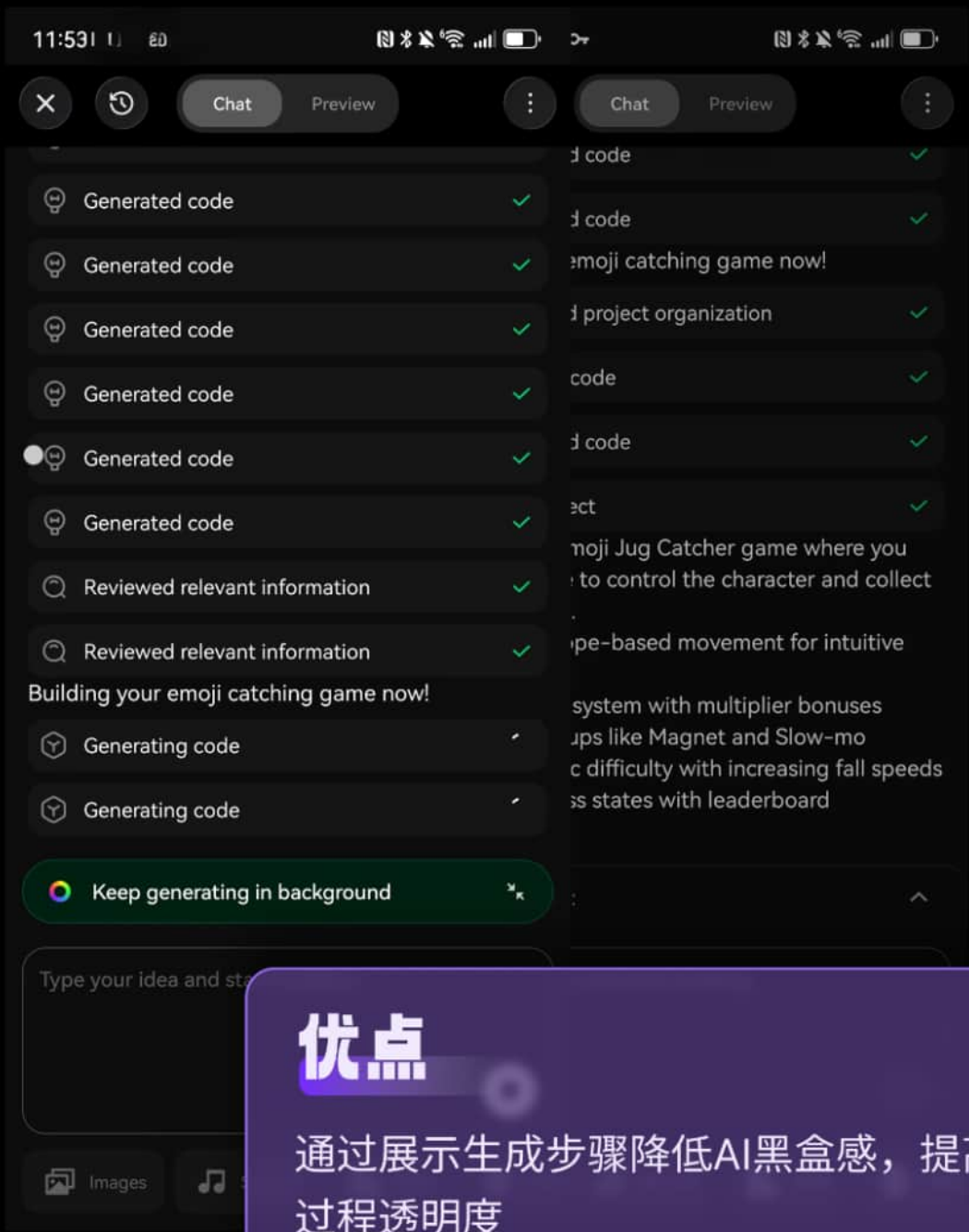
优点

通过中途确认和共同决策，让用户参与生成过程，提高结果预期

局限

对想快速生成的用户不够轻量，增加等待中的决策负担

生成过程会显示具体的步骤



优点

通过展示生成步骤降低AI黑盒感，提高过程透明度

局限

反馈信息偏技术化，用户难以理解任务与游戏完成度的关系

生成过程中显示游戏框架



优点

通过展示生成结构，让用户感知AI正在围绕需求构建内容

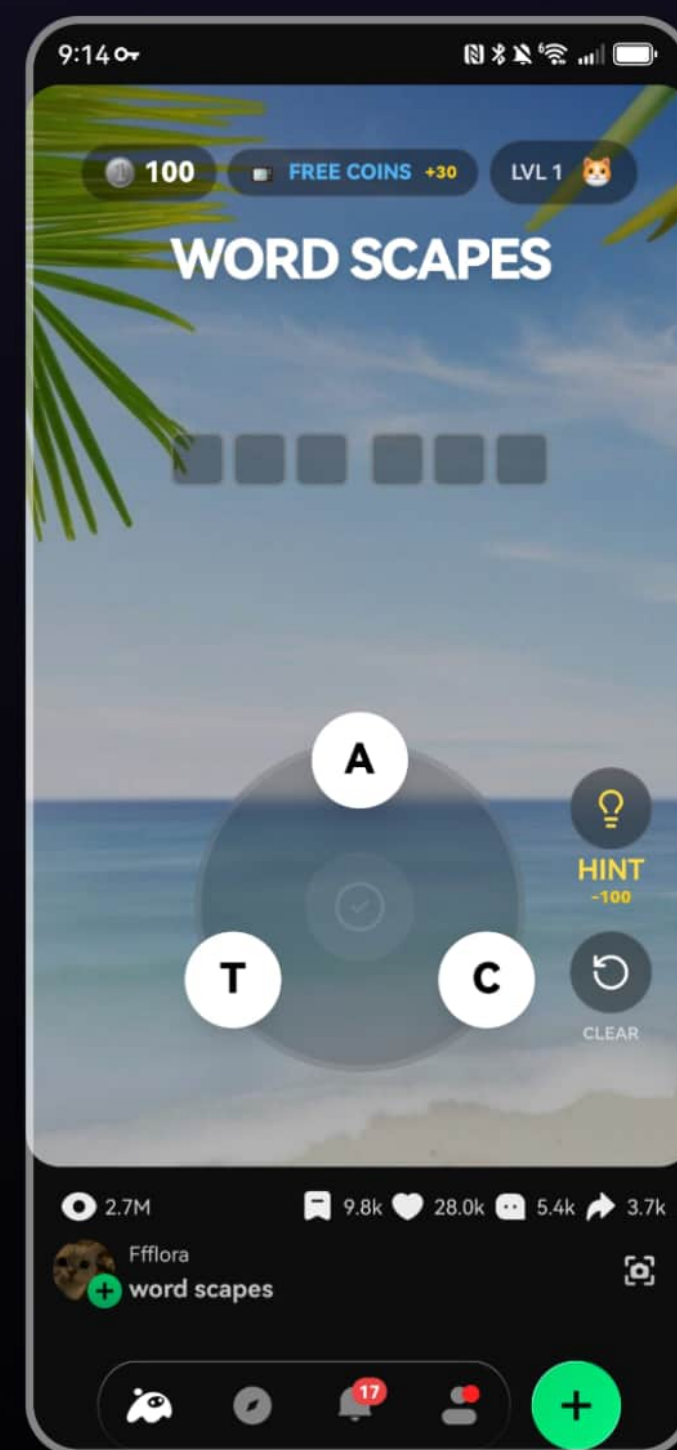
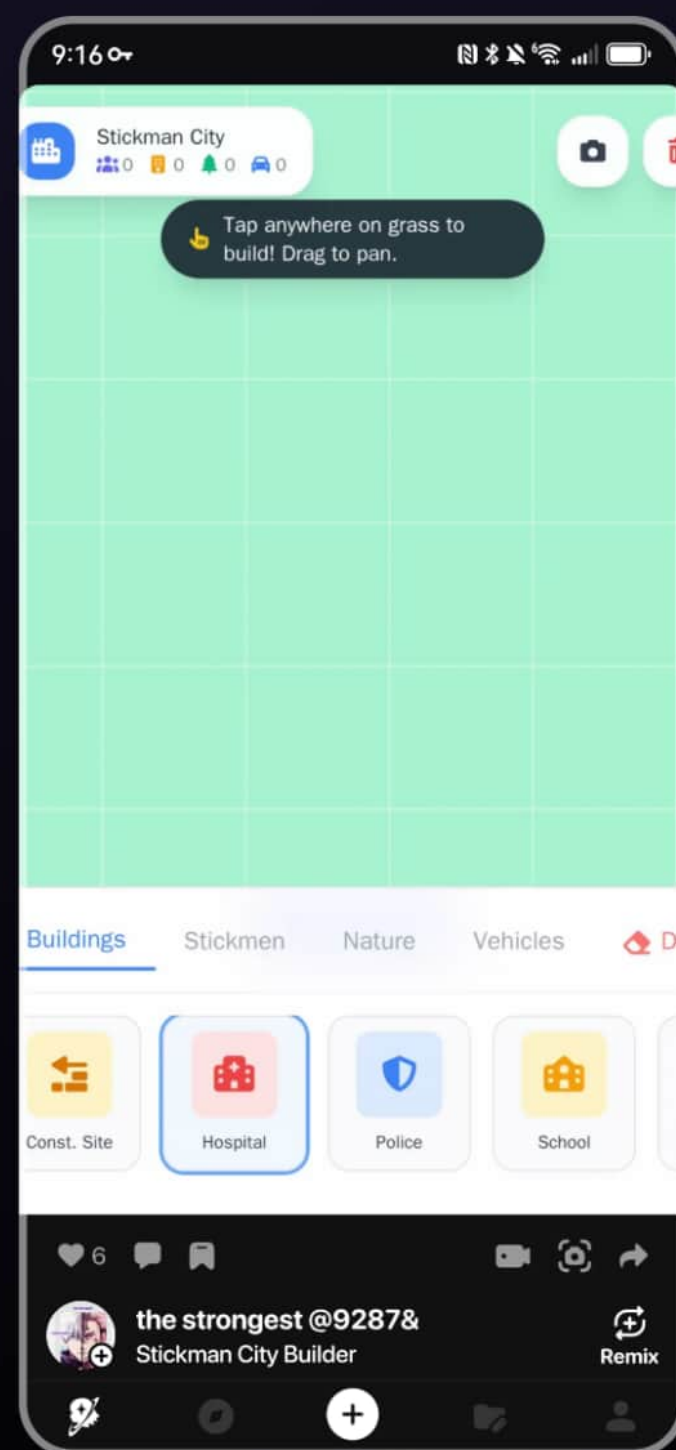
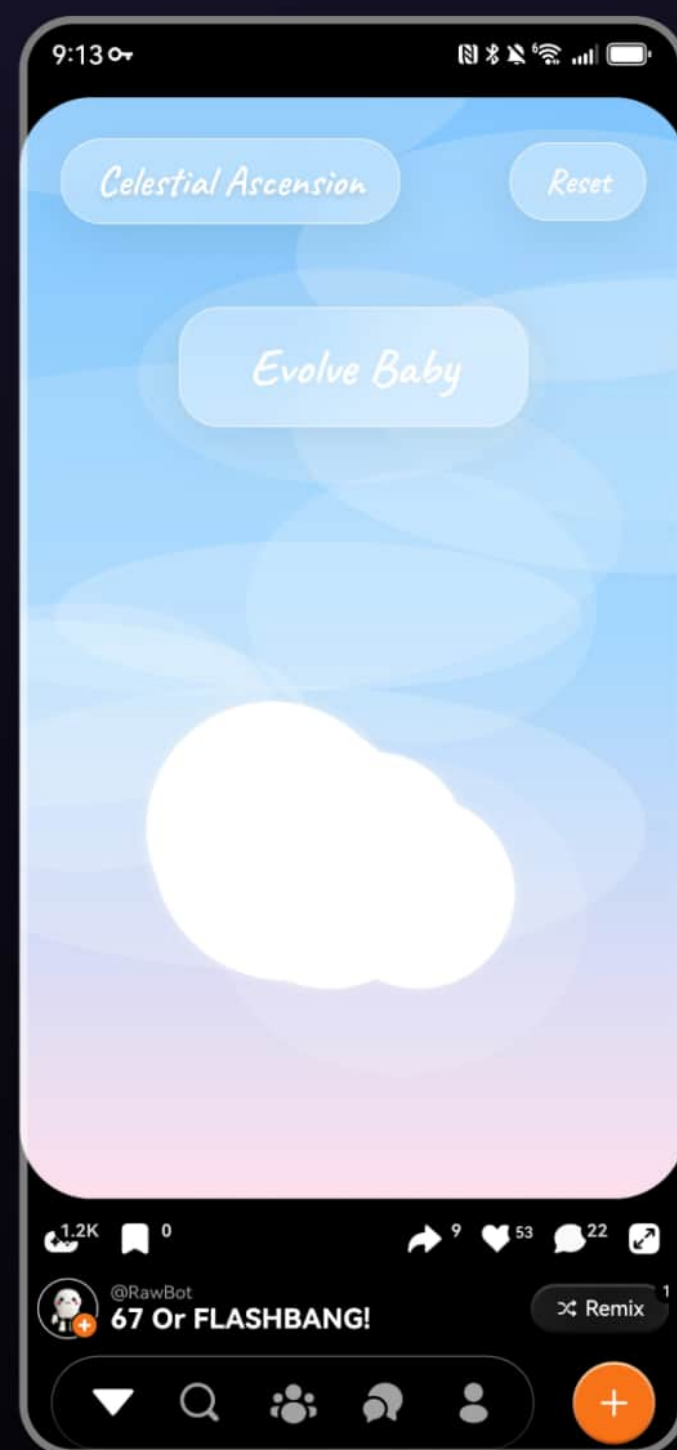
局限

反馈形式偏机械，情感化表达不足

竞品调研

竞品如何组织首页内容？

以大面积可玩内容作为首页主体，将作品信息、互动操作、创作入口和全局导航集中在底部



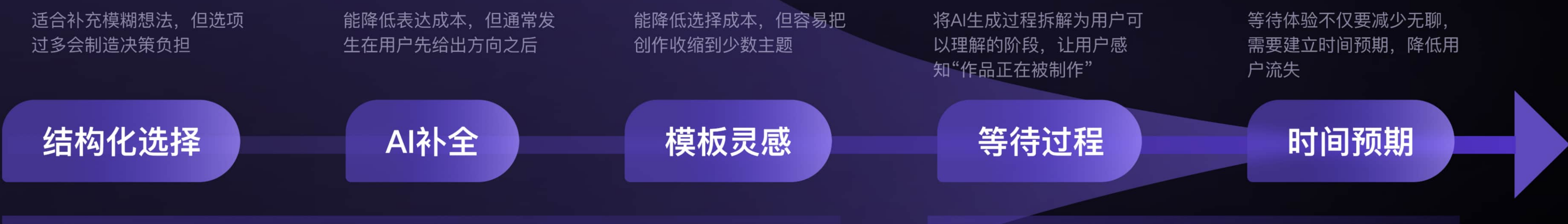
优点

- 打开首页即可进入游戏体验
- 操作区域避让核心内容
- 减少信息干扰，保证试玩体验

局限

- 底部信息与操作集中堆叠，层级混乱，核心操作不够突出
- 创作者信息弱化，作品与作者的关联不足，不利于创作者曝光和更多内容发现

竞品分析总结-寻找差异化



降低创作门槛

建立用户信任

降低用户等待焦虑、降低AI生成的不确定感

减少信息干扰，提高用户游玩体验

→

游戏体验与操作区域区分，减少干扰

想法模糊不完整

→

创作卡按类型、玩法、风格、交互补全需求

担心结果偏差、难调整

→

即时预览、提供修改模板以及变化同步反馈

用户没有想法

→

随机抽卡先给一组可生成组合，降低灵感产生成本

不知道等多久，容易退出

→

阶段状态反馈和时间反馈，生成完成后需要有完成/异常提醒

设计目标

创作流程闭环提升用户创作体验

帮助用户完成从开始创作到分享的完整闭环

- 降低用户的创作门槛
- 趣味化等待，增强用户对结果的期待
- 提升AI创作过程中的信任感，降低不确定性
- 所见即所得，帮助用户快速理解和判断生成结果
- 二次编辑，让用户持续优化作品，聊天 / 预览双模式切换
- 简化发布流程，让创作结果快速进入社区

提高用户参与和留存

优化内容浏览体验，促进用户从内容浏览到参与创作的转化

- 沉浸式浏览，减少信息干扰
- 强化二创入口，激发用户参与创作
- 创作者信息前置，展示作者信息
- 支持全屏试玩，提升游戏体验

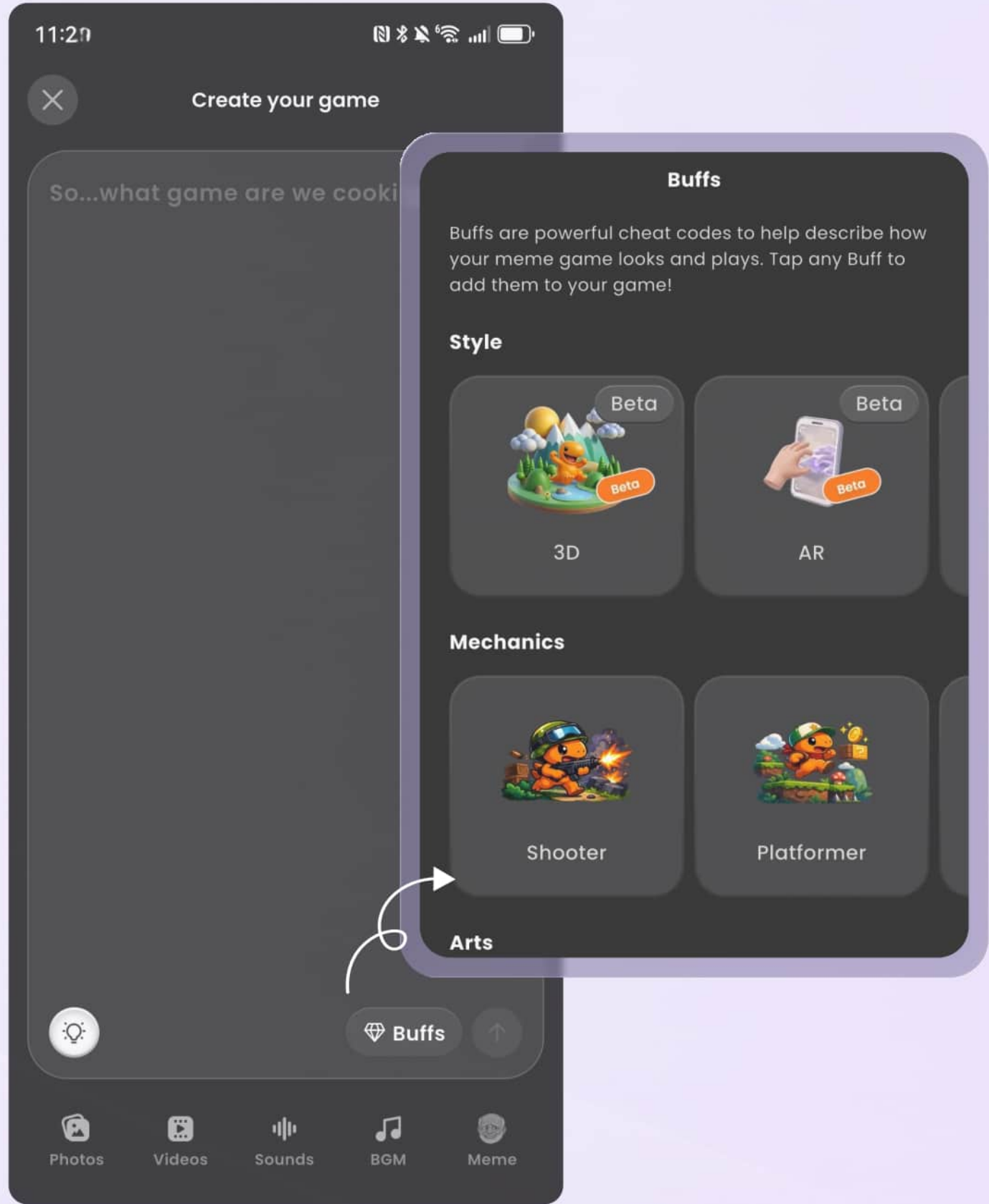
提升社区活跃度

优化内容发现与创作者激励机制，提升社区参与度，促进内容生态循环

- 热点内容推荐，帮助用户快速发现感兴趣的游戏
- 游戏分类筛选，提高内容查找效率
- 突出TOP排名，强化榜单内容层级
- 展示播放、点赞和作者信息，带动试玩与互动

创作入口

分层承接灵感状态，降低首次创作门槛



竞品方案

优势

- 提示示例降低空白输入压力
- 创作卡帮助用户快速起步

局限

- 大面积输入框仍对表达能力要求较高
- 提示内容较泛，产品能力不易理解
- 创作卡入口较弱，辅助路径不易发现



我的方案

将 4 种启动方式集中在首屏，承接不同用户的创作状态，同时保持直接创作为主路径

- 直接输入**
Placeholder 提示，通过具体示例说明输入方式，明确想法的用户可直接开始。
- 引导输入**
输入框附近有简单引导，提供可点击的表达示例，减少用户组织描述的成本。
- 创作卡开始**
强引导按钮，通过主题和玩法卡片，帮助想法模糊的用户确定方向。
- 试试手气**
游戏化化开始创作，随机生成创作灵感，帮助没有想法的用户轻松开始。
- 情感化引导**
为 App 设定游戏 IP，用角色承载提示与引导，弱化工具感，增强创作氛围。

创作入口

通过创作卡帮助用户补全创作想法，降低描述难度

“

我有初步的创作想法，但难以把想法完整、准确地表达给AI，难以完整描述，不知道怎么描述玩法、画面和交互

创作卡

将复杂创意拆成可选择的结构化维度，降低描述难度

- 提升AI理解准确性
结构化信息帮助AI获取更多关键创作参数，减少生成偏差
- 降低专业门槛
让没有游戏设计经验的用户也能参与创作

游戏类型 玩法 风格 交互

覆盖游戏创作核心要素



- 游戏化视觉语言
使用偏机械感、借鉴游戏卡牌的信息结构,结合IP角色，强化产品的特色



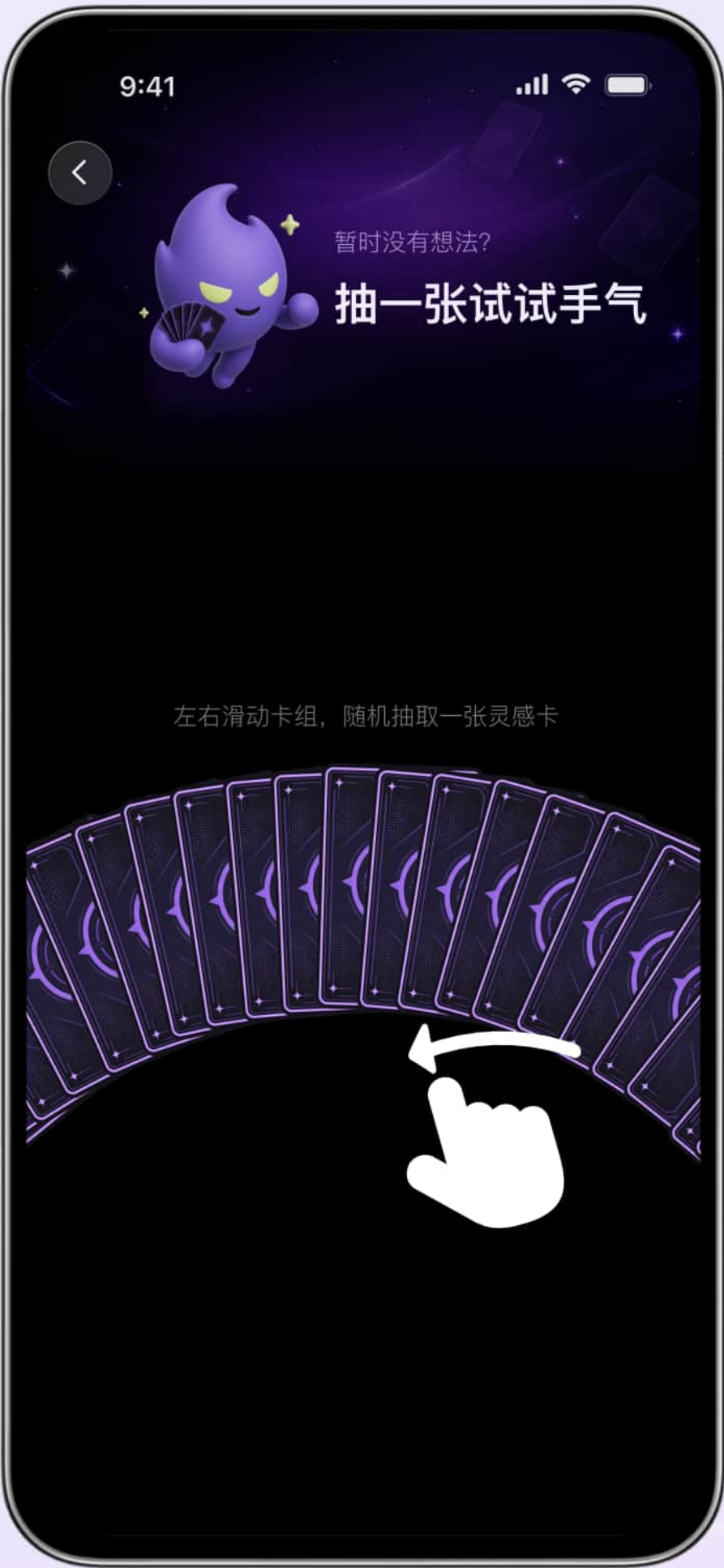
丰富角色状态，支持多场景延展，将创作流程中的不同阶段转化为角色化表达

创作入口

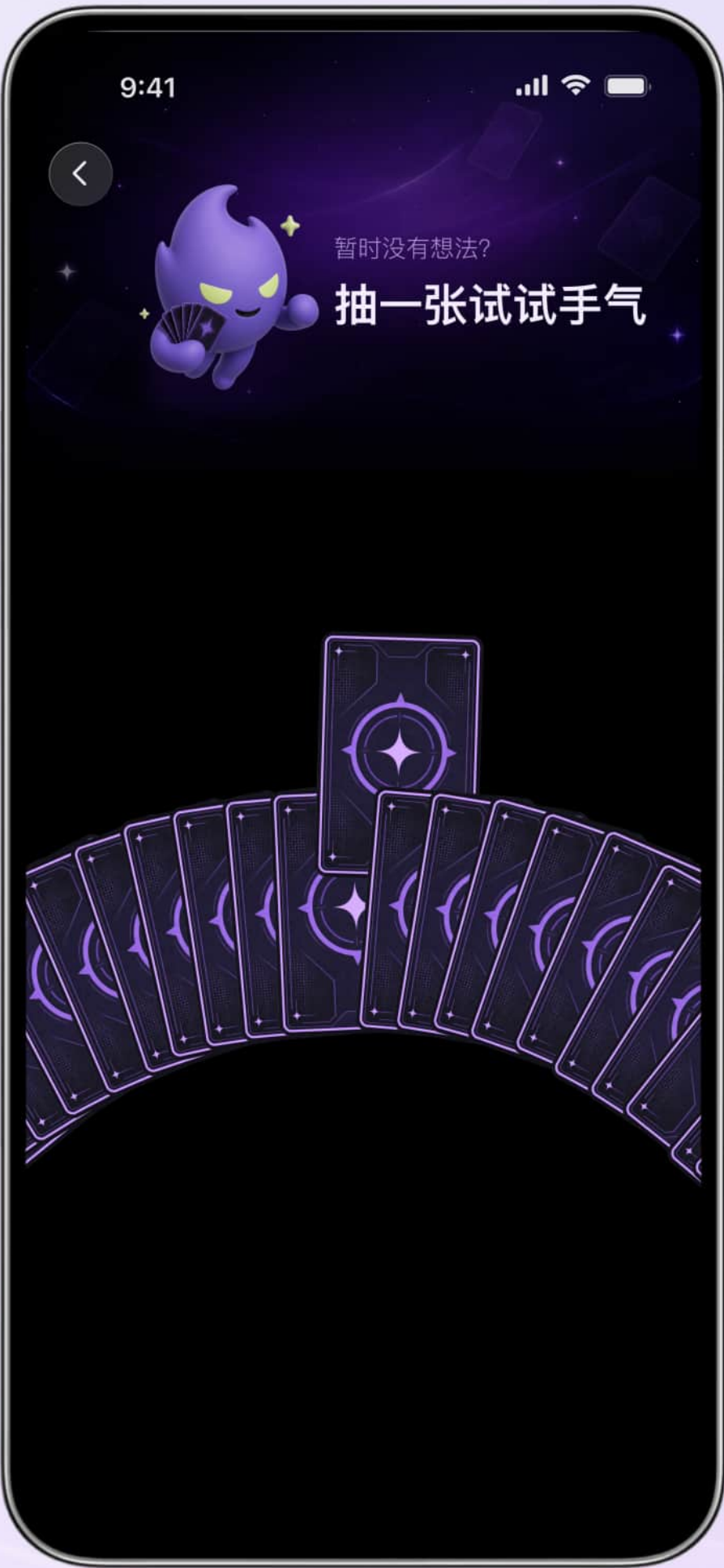
试试手气，帮助没有想法的用户轻松开始

入口 — 想法 — 生成过程 — 查看结果 — 修改优化 — 发布分享

滑动选卡



抽取卡牌



揭晓卡牌



灵感卡 ✨

通过随机抽取完整的游戏创意卡，为暂时没有想法的用户提供可直接参考的创作方向

● 提供明确创作方向

直接生成包含角色、情节与玩法的完整方案，不用从零构思

● 快速进入创作

用简单、有期待感的抽卡代替从零构思，快速探索不同创意

● 强化抽卡体验 聚焦卡牌主体

扇形展开多张卡牌，在有限空间内保留卡组层叠感，增强随机抽取的游戏感；同时以深色底部承载卡组，弱化其他元素干扰

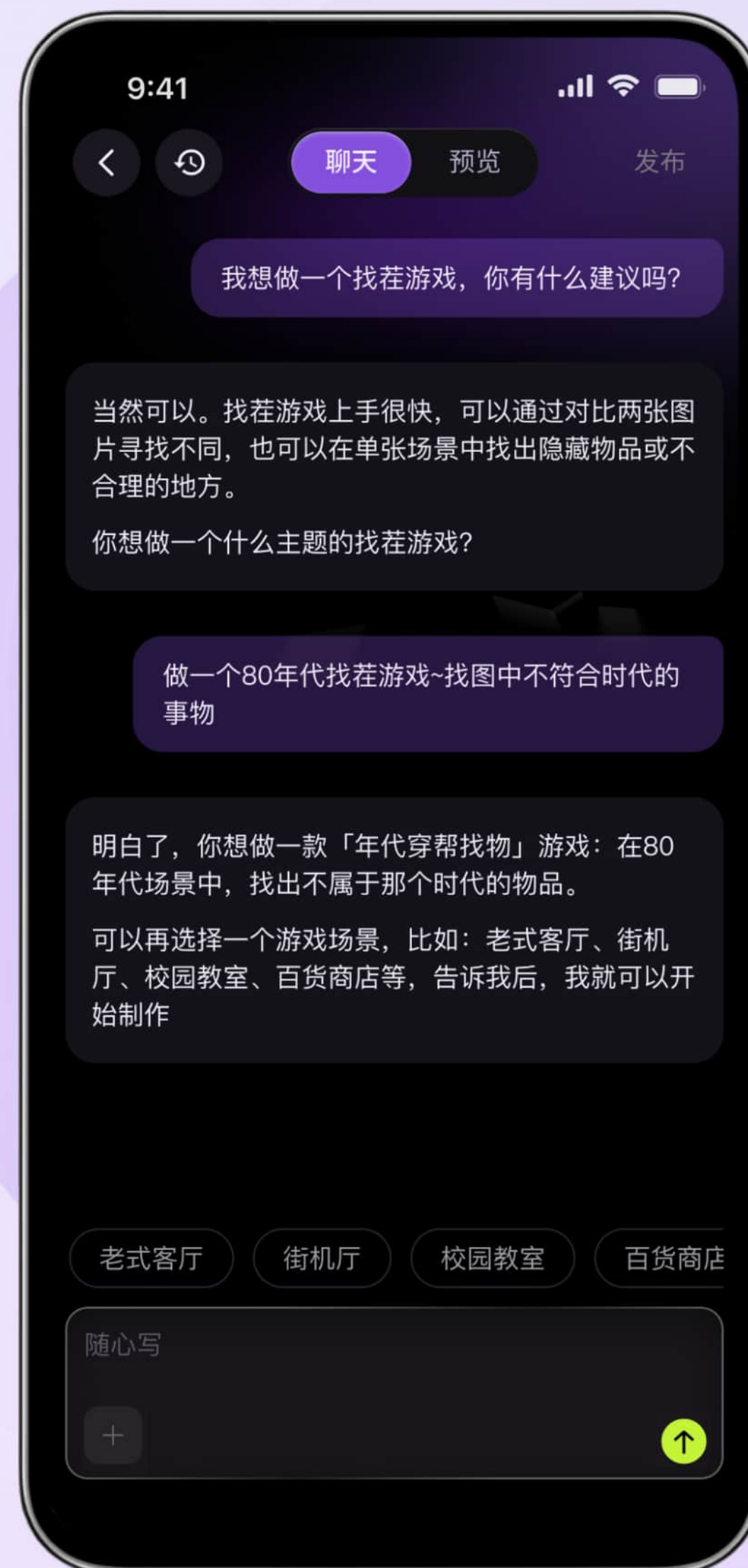
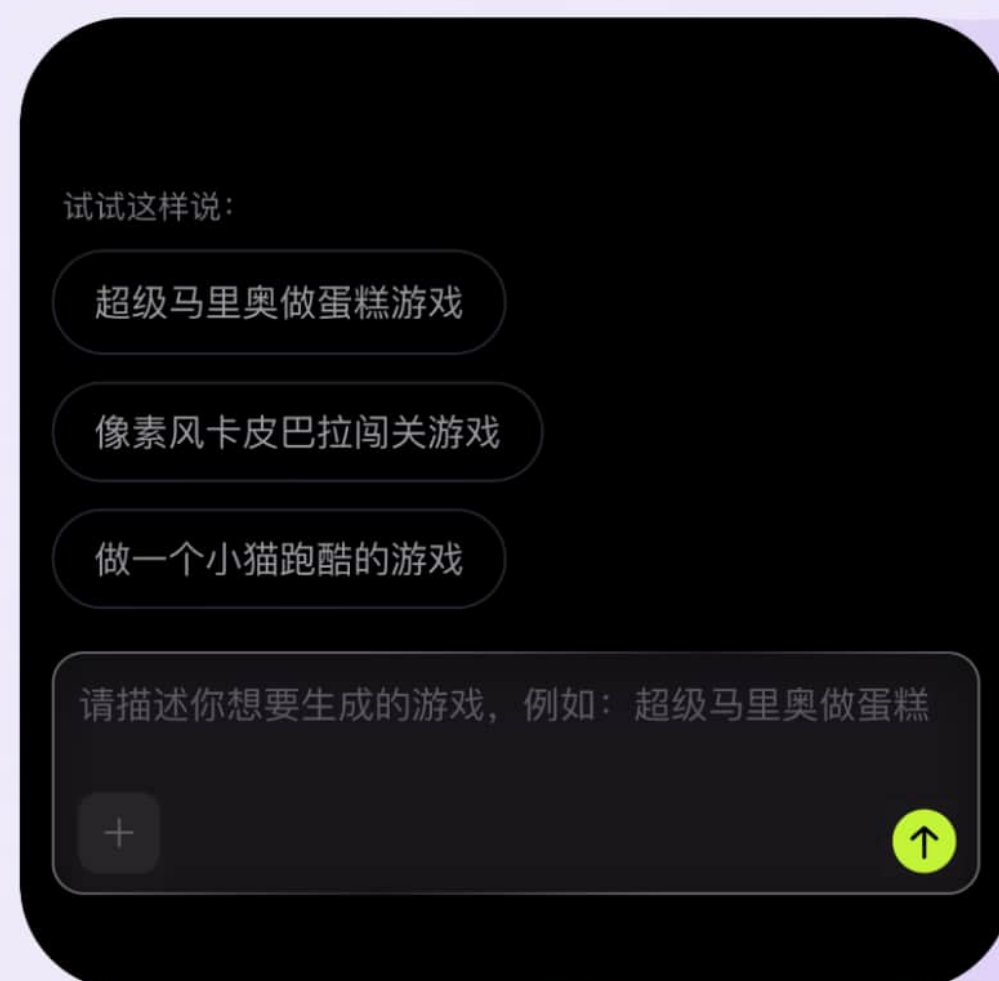
● 优化单手操作

将卡组集中在页面中下部的拇指易触区域，方便用户单手滑动与抽取

创作入口

引导输入，减少用户组织描述的成本

入口 — 想法 — 生成过程 — 查看结果 — 修改优化 — 发布分享



输入前引导

● 示例提示

通过创意示例帮助用户理解可以输入什么，快速建立对游戏主题与内容的表达预期

● 提供可用表达

示例可直接选择并进入输入框，让用户借助现成句式开始创作，避免一开始使用的无从下手

对话中引导

● 降低回复门槛

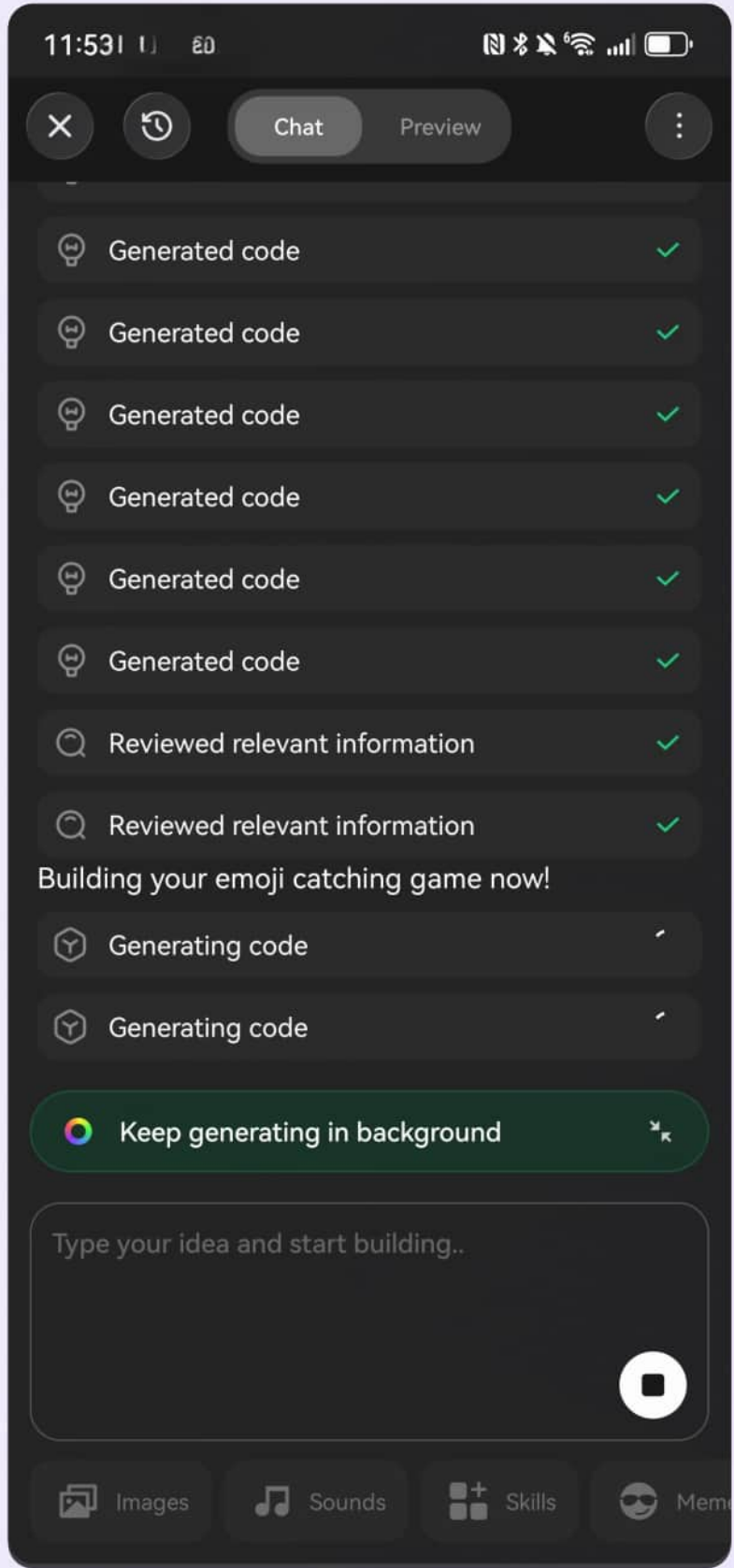
无需组织完整描述，点击选项即可继续表达

● 保持对话推进

减少“不知道怎么回复”造成的中断

生成过程

让生成过程从“等待”变成“共同创作”



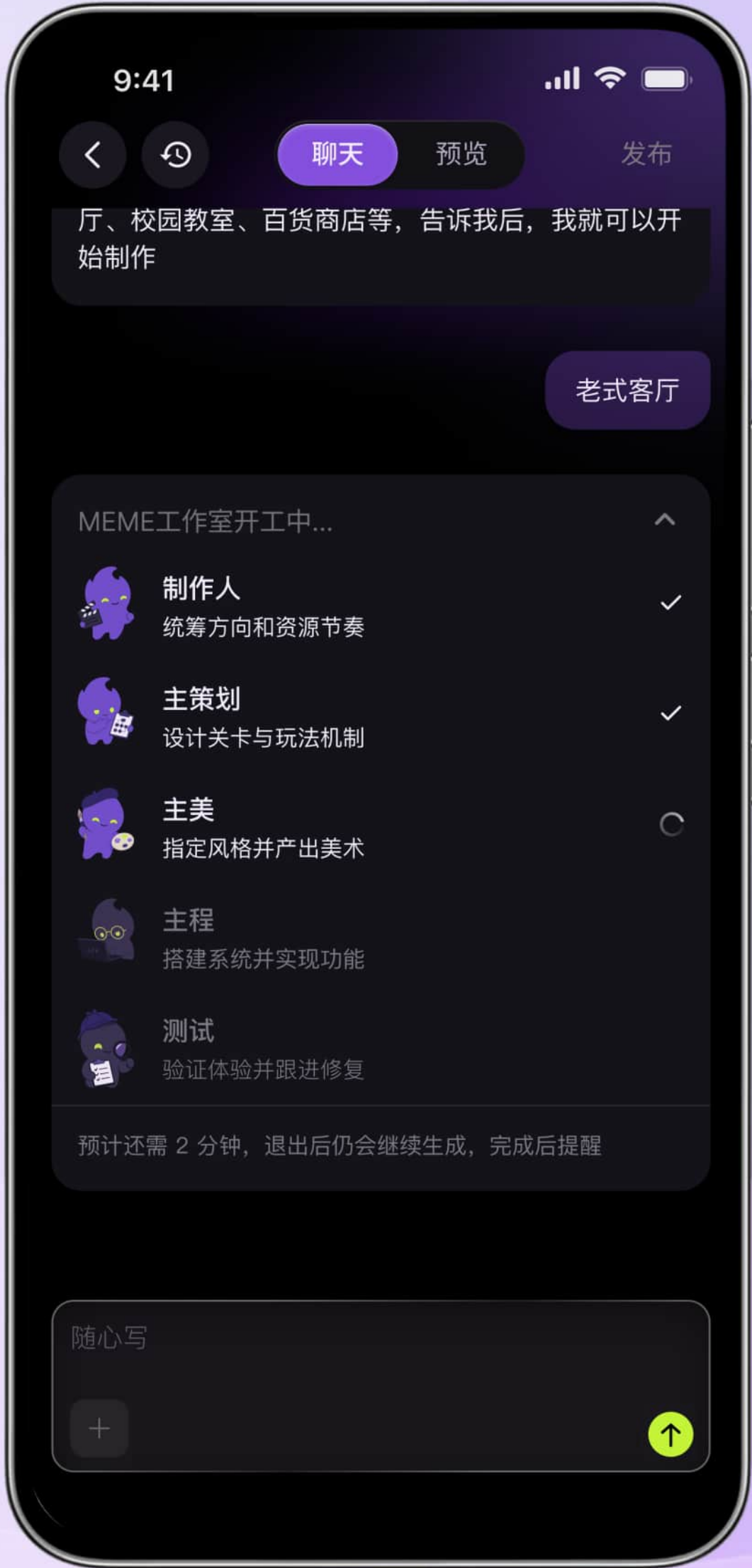
竞品方案

优势

- 生成进度拆分细，用户可以知道当前到哪一步
- 用icon的形式区分不同类型，识别性强

局限

- 拆分过细，重名多，无实际指导意义
- icon 比较简单，趣味化不足



我的方案

将生成过程拆解为：制作-策划-美术-程序-测试，为每个环节配置对应的 IP 角色。通过角色接力、状态更新和阶段成果，让用户看到游戏正在被一步步完成。

- **过程更透明**
明确当前环节、已完成内容和剩余步骤，降低等待中的不确定感。
- **等待更有趣**
用 IP 动作和团队协作替代机械进度条，让生成过程本身成为体验的一部分。
- **结果更可信**
展示策划、美术、程序、测试等制作环节，帮助用户理解游戏不是“一键出现”，而是在持续完善。
- **品牌更有记忆点**
将 AI 能力具象为一支认真工作的制作团队，形成有温度、可持续复用的产品形象。

生成过程

游戏制作团队已就位

制作人



主策划



主程



主美

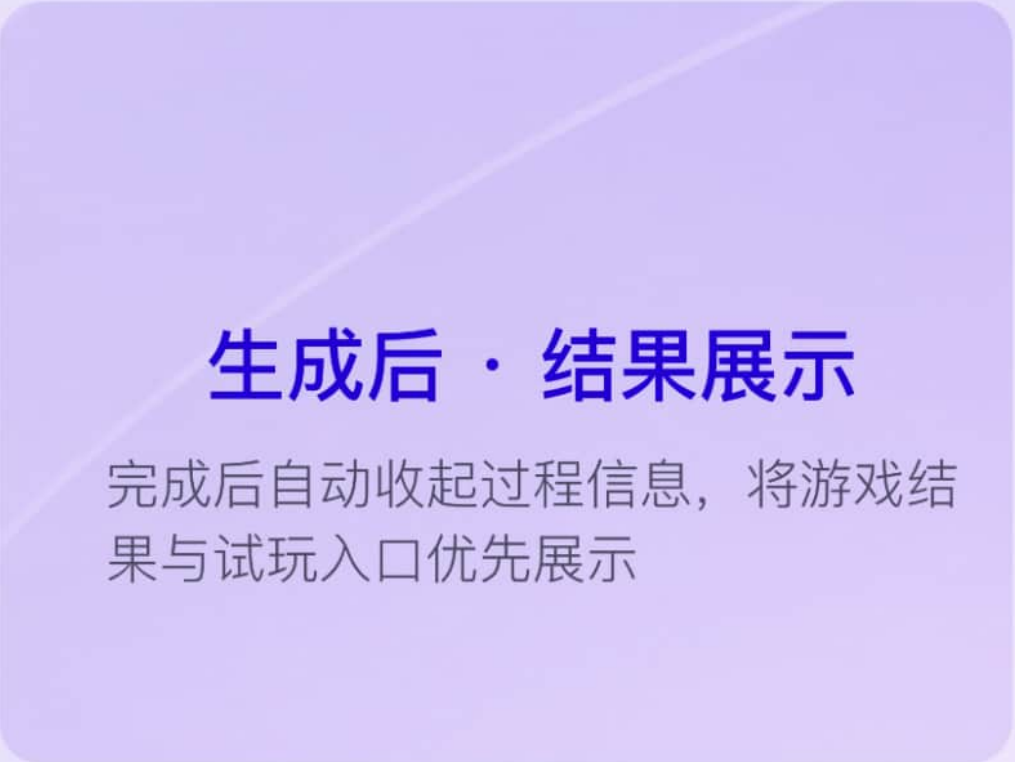
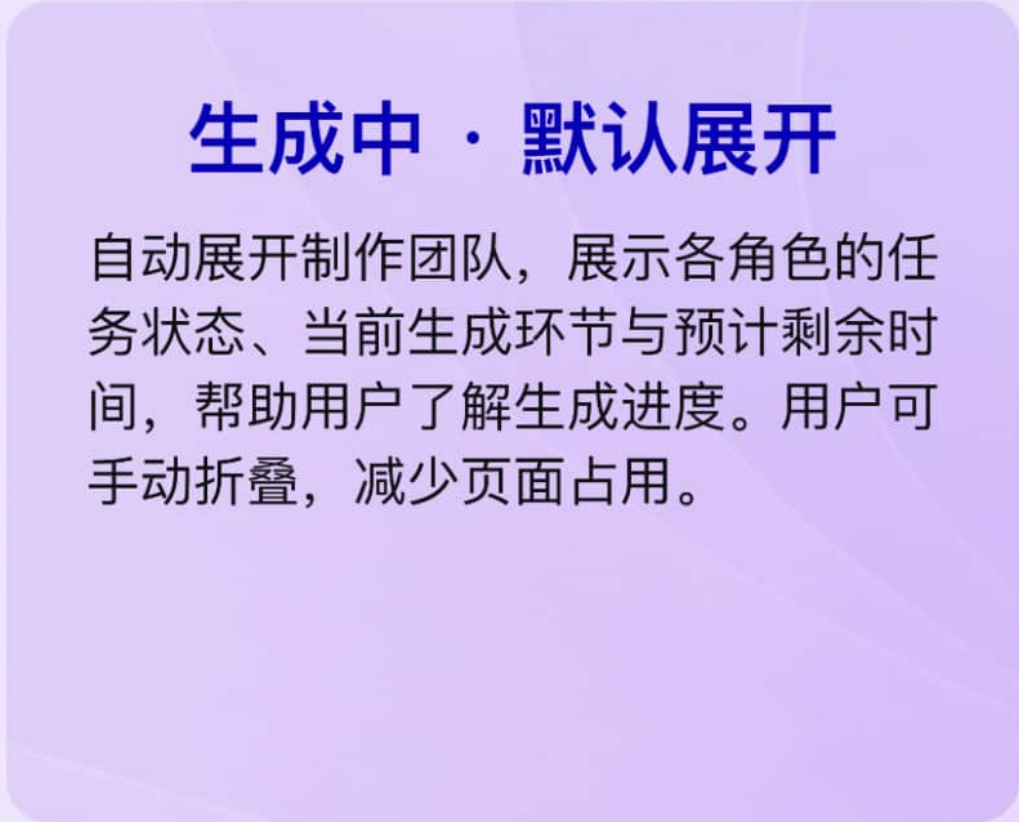
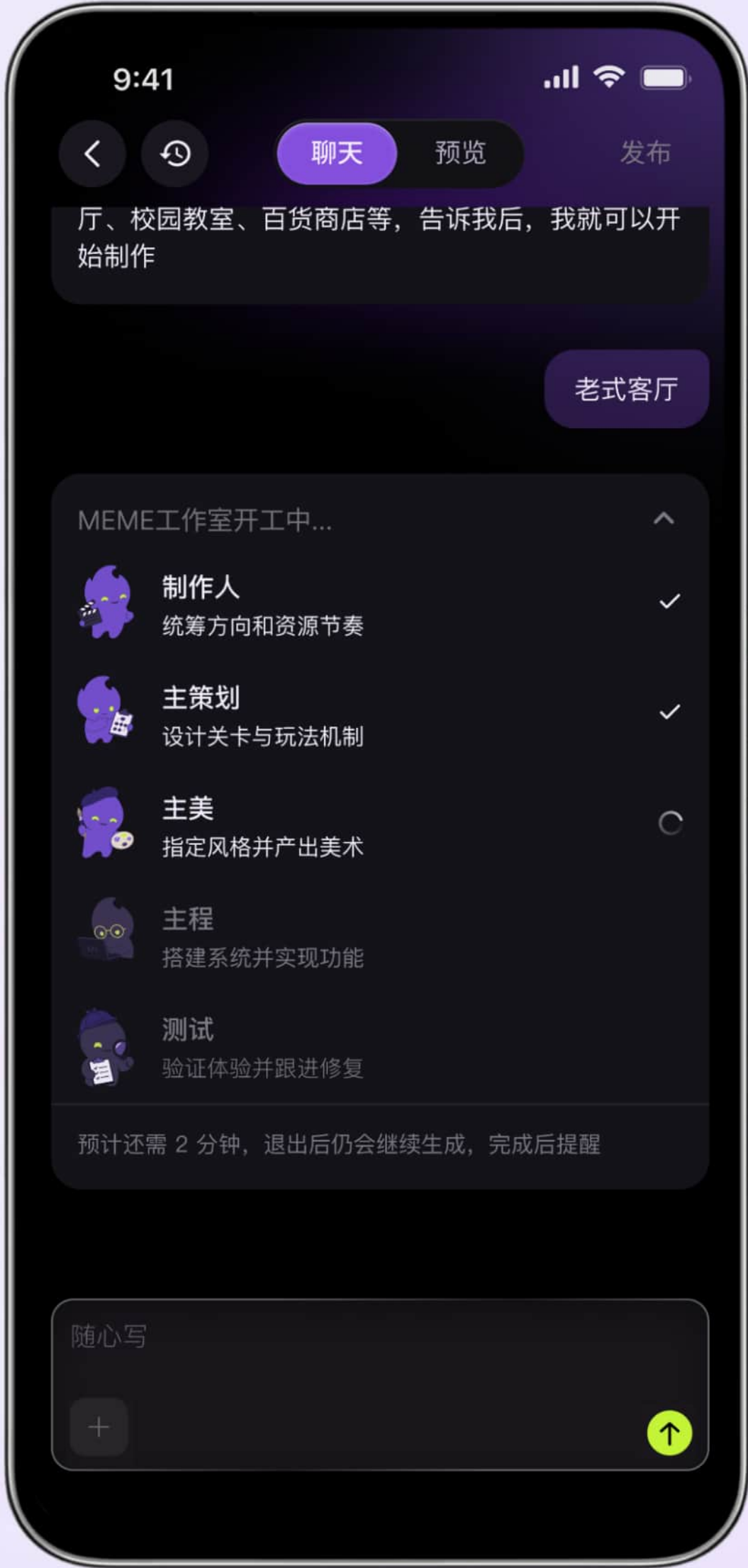


测试



生成过程

过程组件规范



生成过程 等待可预期

可理解、可预期的制作过程



主策划

设计关卡与玩法机制

✓



主美

指定风格并产出美术

○



主程

搭建系统并实现功能

通过颜色与状态标识展示生成进度

利用角色颜色变化，并结合加载、完成等状态标识，让用户清楚当前进行到哪一步



提醒生成任务后台持续运行

用户退出页面后，AI默认继续生成，不需要一直停留等待，也能完成一次创作，降低时间成本和操作负担

预计还需 2 分钟，退出后仍会继续生成，完成后提醒

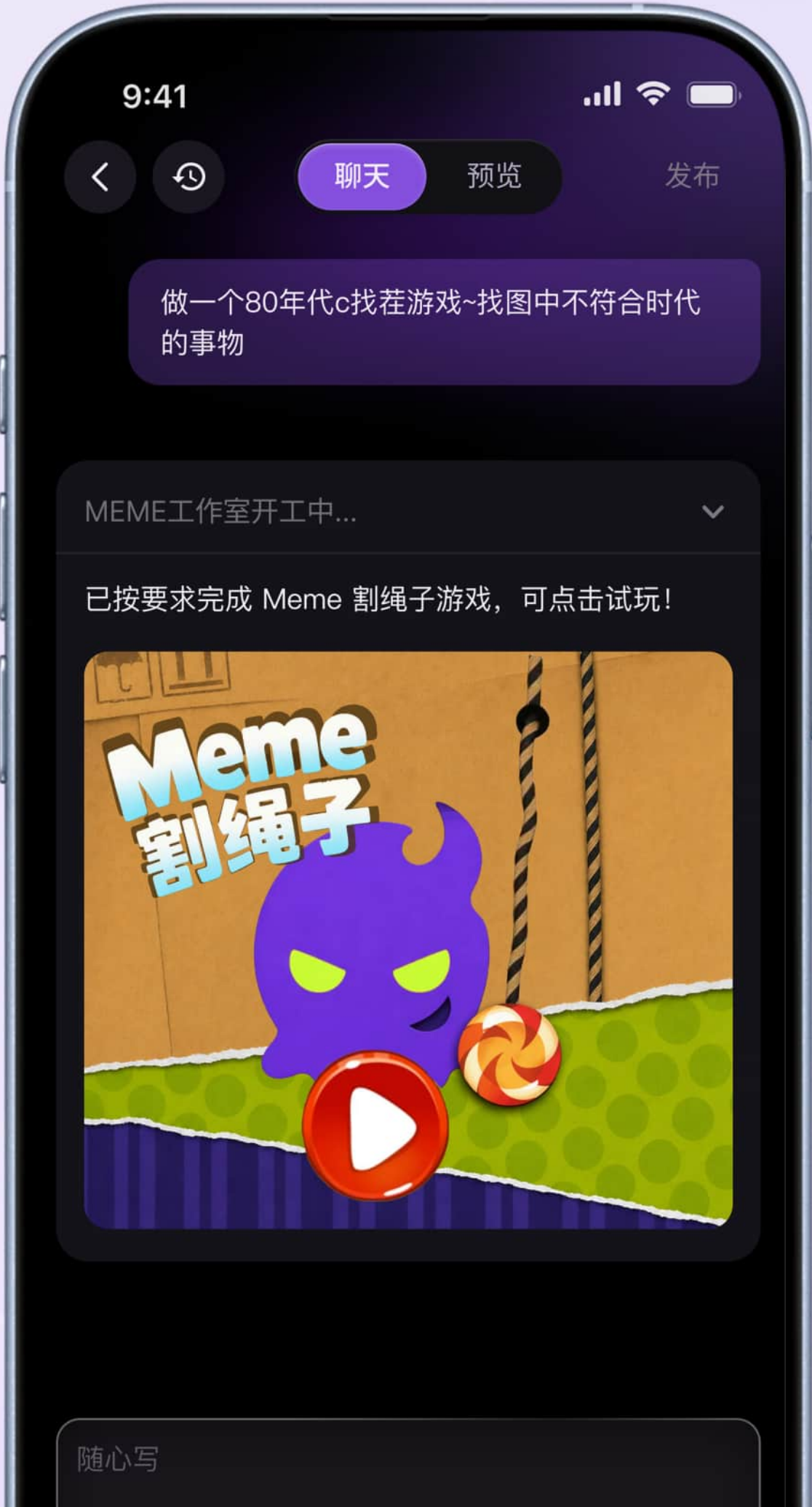
通过预计剩余时长建立等待预期

降低等待焦虑，知道还要多久

查看结果

快速判断结果是否符合预期

生成成功



生成结果即时呈现

让用户在生成完成后立即看到成果，快速验证创意是否实现

生成失败



IP角色情绪化反馈
降低失败带来的负面情绪，提高用户继续尝试的可能

从失败环节继续重试，增强用户继续尝试意愿
保留已经完成的制作阶段，只重新执行失败的环节



主程 ⚠️
搭建系统并实现功能
游戏功能实现异常，请重新生成

定位具体失败环节，告知失败原因
帮助用户快速定位问题、理解AI生成状态降低用户对AI失败原因的不确定感

修改优化

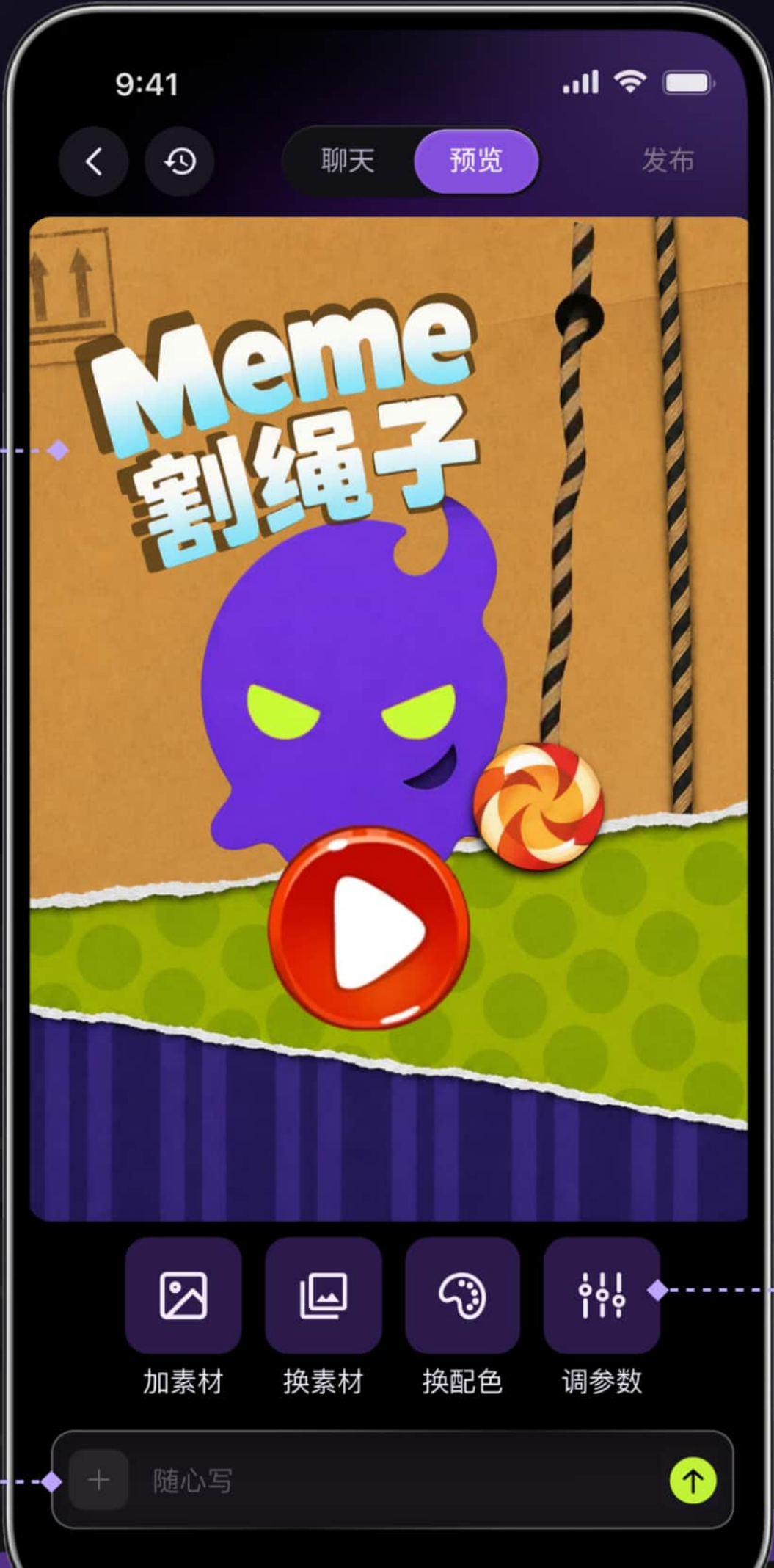
降低用户与AI协同修改过程中的沟通成本

想法 —— 生成过程 —— 查看结果 —— 修改优化 —— 发布分享

一次生成结果难以完全符合用户预期需要修改
不知道如何描述修改需求的问题 沟通成本高
用户难以确认AI是否理解需求

预览页面放大查看细节并进行验真

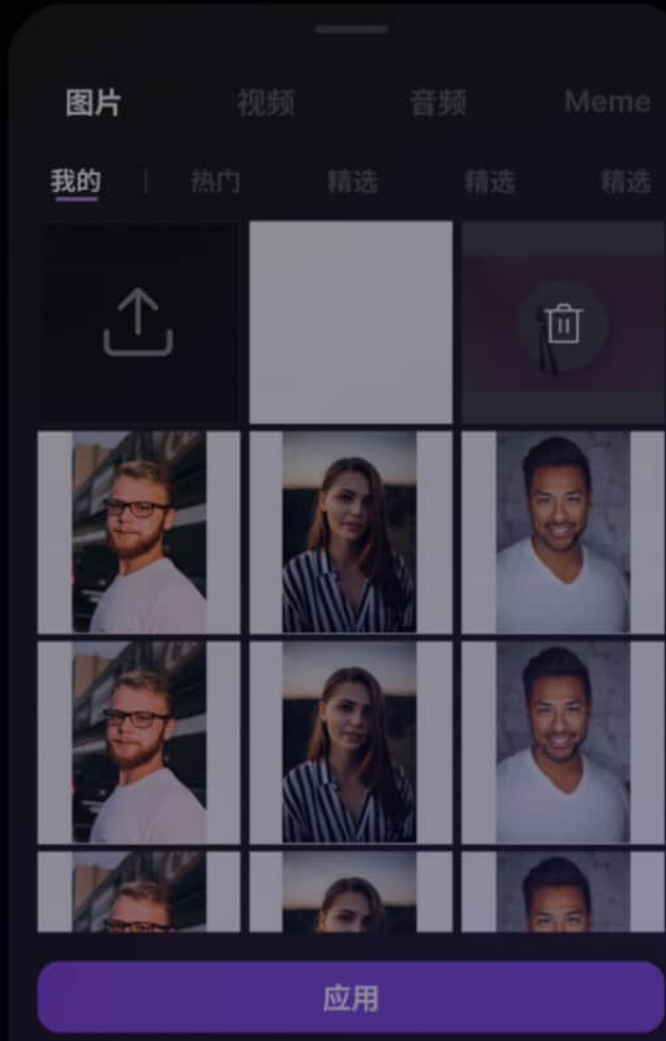
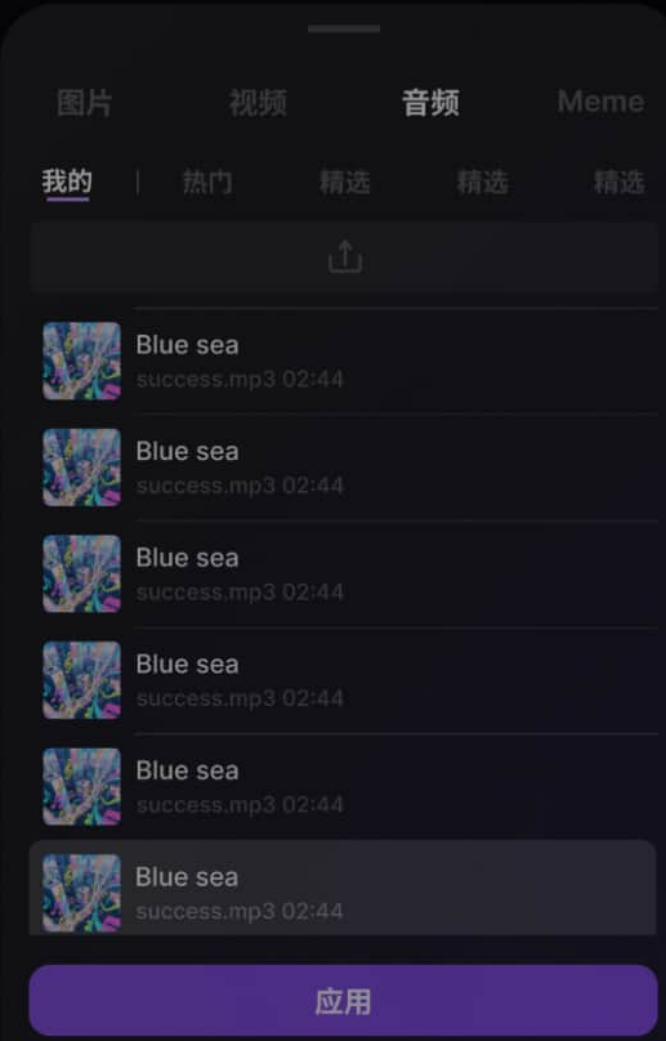
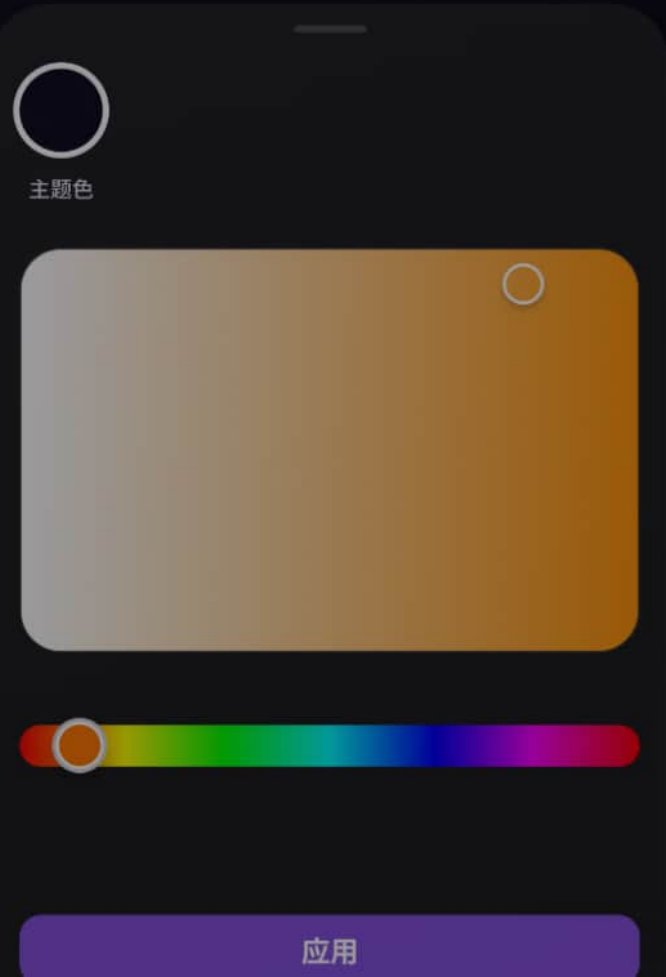
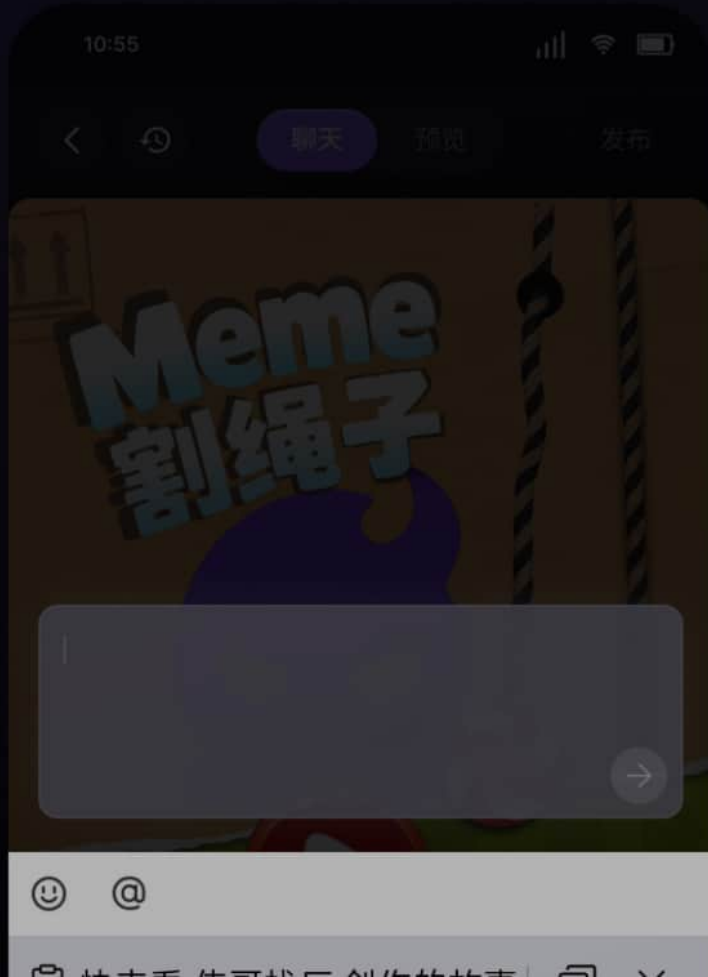
同时也支持自然语言表达，保留创作自由度



提供模板化修改入口，降低表达成本，提升修改准确性

将常见修改需求拆解为明确调整维度，用户无需组织复杂描述即可表达修改方向，同时减少AI对模糊需求的理解偏差，提高生成结果的可控性。

通过加/换素材 / 调配色 / 调参数」选项快速调整



修改优化 聊天与预览双模式切换

想法 —— 生成过程 —— 查看结果 —— 修改优化 —— 发布分享

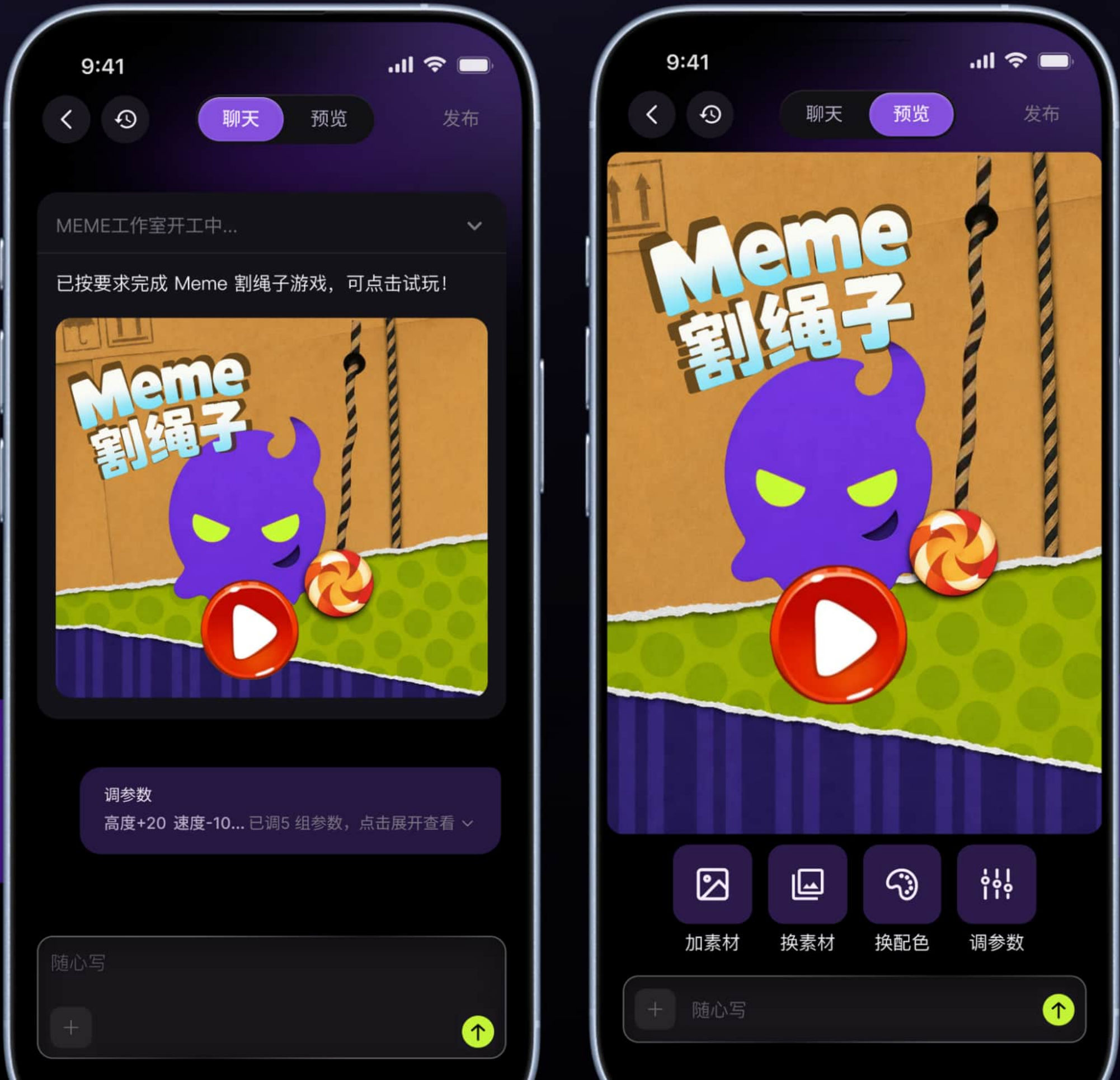
83.3% 的用户需要看到修改前后变化

修改反馈及不及时？
AI有没有理解？ 改完是什么效果

“提出修改”和“验证效果”结合在
同一流程中

建立“所见即所得”的创作闭环，实现即时反馈
修改 → 验证 → 再调整→直到满意

聊天与预览双模式切换，实现即时反馈



与AI持续对话

查看修改进程

即时查看修改结果，通过试
玩和视觉对比确认效果

发布分享 表单默认填充，提高用户发布意愿

入口 — 想法 — 生成过程 — 查看结果 — 修改优化 — 发布分享

“

太多步骤、太麻烦降低发布意愿

简化发布流程，促进作品进入社区

降低作品包装成本，降低作品展示门槛
提升作品发布意愿，让用户更愿意去发布自己的作品



默认生成封面，降低发布门槛

提供多种封面调整方式，满足个性化需求

自动补全发布信息，减少填写步骤，快速完成发布
用户可直接采用，一键发布，根据作品内容提供默认推荐：作品名称、内容分类、推荐圈子，也支持自主修改

自主选择，分类快速选择，圈子概念说明
标签化呈现常用分类，减少手动输入与选择成本，



设计目标

创作流程闭环提升用户创作体验

- 降低用户的创作门槛
- 趣味化等待，增强用户对结果的期待
- 提升AI创作过程中的信任感，降低不确定性
- 所见即所得，帮助用户快速理解和判断生成结果
- 二次编辑，让用户持续优化作品，聊天 / 预览双模式切换
- 简化发布流程，让创作结果快速进入社区

提高用户参与和留存

优化内容浏览体验，促进用户从内容浏览到参与创作的转化

- 沉浸式浏览，减少信息干扰
- 强化二创入口，激发用户参与创作
- 创作者信息前置，展示作者信息
- 支持全屏试玩，提升游戏体验

提升社区活跃度

优化内容发现与创作者激励机制，提升社区参与度，促进内容生态循环

- 热点内容推荐，帮助用户快速发现感兴趣的游戏
- 游戏分类筛选，提高内容查找效率
- 突出TOP排名，强化榜单内容层级
- 展示播放、点赞和作者信息，带动试玩与互动

首页Feed流设计

优化游戏浏览体验，降低信息干扰，并引导用户从内容体验进入创作参与

作者信息前置展示，建立创作者认知

减少内容干扰和误触

完整独立的游戏操作区域

减少额外信息干扰
强化沉浸式体验

将功能操作集中至底部区域
让游戏画面保持完整展示



强化二创入口
降低参与门槛，激发用户参与创作

展示二创数量
激发探索和点击兴趣 建立区别于普通互动按钮的视觉层级

二创按钮放在高触达区域



靠近游戏操作区域，缩短浏览 到 二创路径。

首页Feed流设计

优化游戏浏览体验，降低信息干扰，并引导用户从内容体验进入创作参与

用户在玩游戏时，可能因为误触上下滑手势，导致切换到其他作品，打断当前体验



兼顾单个游戏的深度体验与内容流的连续浏览



支持全屏试玩 保留上下切换入口

设计目标

创作流程闭环提升用户创作体验

- 降低用户的创作门槛
- 趣味化等待，增强用户对结果的期待
- 提升AI创作过程中的信任感，降低不确定性
- 所见即所得，帮助用户快速理解和判断生成结果
- 二次编辑，让用户持续优化作品，聊天 / 预览双模式切换
- 简化发布流程，让创作结果快速进入社区

提高用户参与和留存

优化内容浏览体验，促进用户从内容浏览到参与创作的转化

- 沉浸式浏览，减少信息干扰
- 强化二创入口，激发用户参与创作
- 创作者信息前置，展示作者信息
- 支持全屏试玩，提升游戏体验

提升社区活跃度

优化内容发现与创作者激励机制，提升社区参与度，促进内容生态循环

- 热点内容推荐，帮助用户快速发现感兴趣的游戏
- 游戏分类筛选，提高内容查找效率
- 突出TOP排名，强化榜单内容层级
- 展示播放、点赞和作者信息，带动试玩与互动

创作者广场

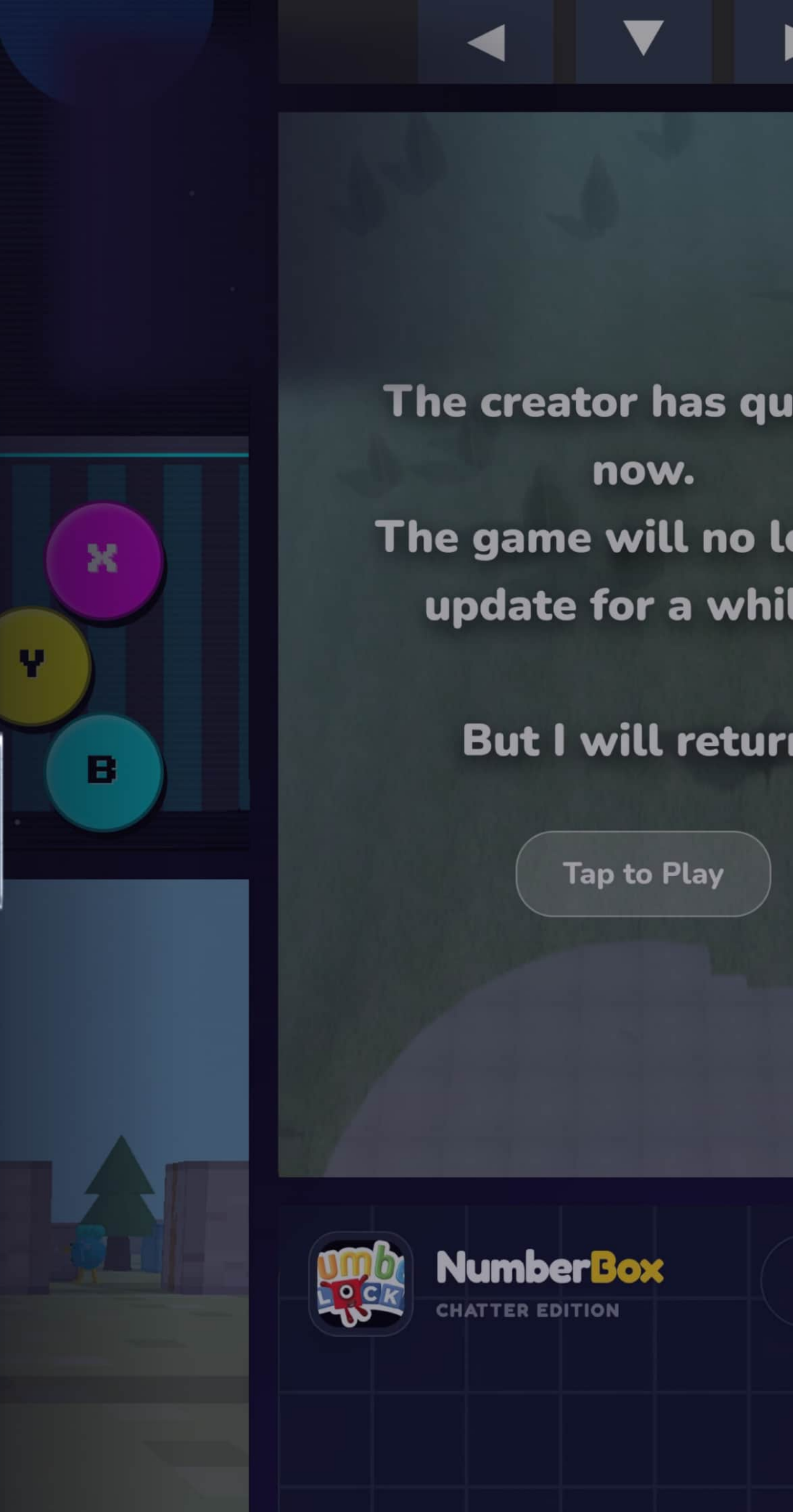
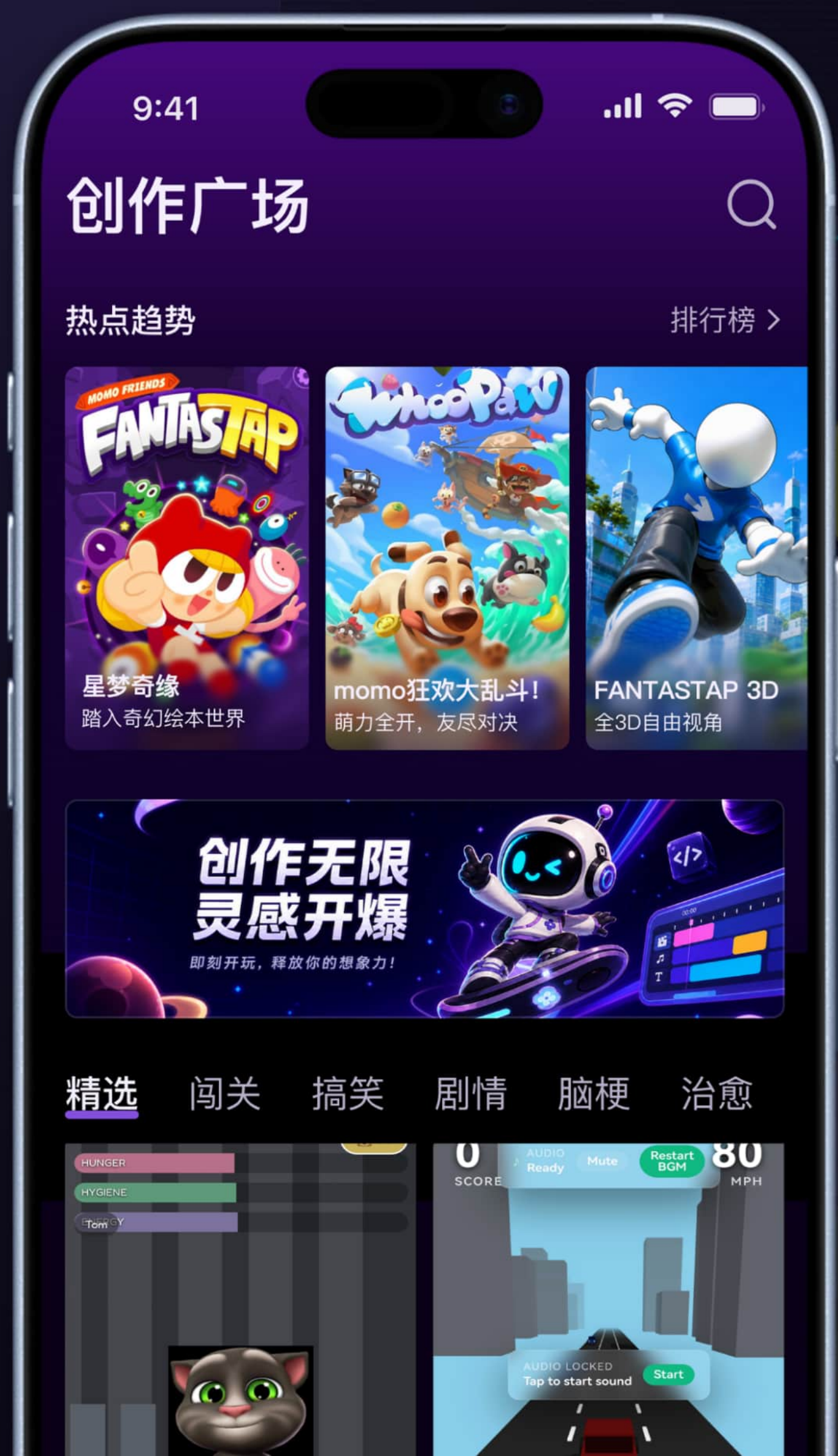
帮助用户快速发现感兴趣的游戏

热点趋势：提高优质内容曝光，降低选择成本
产品早期内容有限，需要让高质量作品快速被用户发现



卡片底层展示展示游戏核心画面
中层渐变弱化底部画面，衬托标题
上层展示游戏标题信息

游戏分类：快速探索，提高浏览效率
基于用户偏好的分类体系，帮助用户快速定位感兴趣内容



创作、圈子排行榜

让优秀的内容直观展示

给作品提供曝光和认可

建立内容反馈与创作激励机制，促进优质作品持续产出给创作者提供反馈，促进创作者持续创作



强化优秀作品视觉层级

TOP1/2/3突出展示，帮助用户快速发现热门游戏

增加试玩、点赞、关注行为

展示播放量、点赞量、作者信息

帮助创作者了解作品表现



Meme工作室IP设计

围绕AI生成小游戏的创作场景，将制作人、策划、美术、主程与测试拟人化为IP家族；以圆润轮廓、鲜明配色和职业道具建立统一识别，再结合帽子、场记板、数位屏、电脑等职业道具强化身份差异，整体保持柔和曲线与轻量细节传递轻松、活泼、富有创作感的产品调性。

关键词提取

自由魔改
轻量创作

改造重组
随机生成

调皮玩梗
轻松可爱

协作创作
伙伴共创



视觉转译

通过圆润体块和简化表情弱化攻击性，形成抽象、好玩且可爱的IP形象

产品定位

通过AI生成、二创改造与社区试玩，让普通用户也能参与小游戏创作



目标用户

- 网感强
- 梗文化偏好
- 表达欲强
- 创意幽默

IP概念：

将AI生成与二创想象成一群“爱折腾灵感的小恶魔”，它们在Meme工作室中协作，把用户的想法加工成小游戏。

Meme-IP设计



正视图



侧视图



后视图

设计规范

颜色

以品牌紫色建立核心识别，荧光绿作为表情与状态强调；家族成员通过差异化配色区分职能，同时控制统一的明度与饱和度。



B984F3



734ECC



D9FF8C



1B1324



形状

- 圆润饱满的身体比例
- 不规则火焰形头部轮廓
- 简化五官，眼睛不设置瞳孔
- 短小四肢与柔和曲线

IP生成Skill沉淀



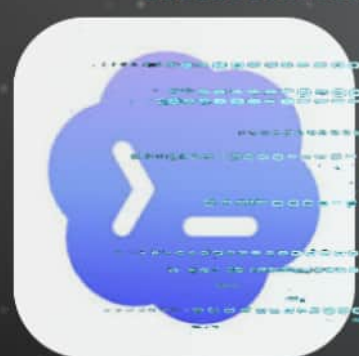
```
素材库 > meme-ip-asset-generator > SKILL.md > ...
1 ---
2 name: meme-ip-asset-generator
3 description: "生成符合 MemeSkill 既有产品 IP 体系的新角色素材。用于创建或修改 IP 插画、空状态、错误状态、加载与成功状态、新手引导、主视觉
4 真页面保持一致的页面 IP 素材。"
5 ---
6 # Meme IP 素材生成器
7 生成可直接用于页面的 IP 素材，同时保持 MemeSkill 角色识别的一致性。将内置的 Figma 规范作为硬约束，将高保真页面截图作为构图和使用方式参考。
8
9 ## 必读参考
10 生成前完整读取以下文件：
11 - 'references/ip-spec.md': 角色识别、配色、造型、材质、家族变体和禁止项。
12 - 'references/scene-patterns.md': 角色选择、2D/3D 判断、页面语义和构图模式。
13
14 使用 'assets/references/' 下的图片作为图像生成参考。不要仅根据目标页面而重新推导一套新的角色体系。
15
16 ## 工作流程
17 1. 检查目标页面、截图、线框图或文字描述。
18 2. 判断素材承担的语义功能：主视觉、引导、工作流角色、空状态、错误状态、加载状态、成功状态、抽卡或装饰辅助。
19 3. 根据 'references/scene-patterns.md' 选择角色和渲染模式。
20 4. 留目标页面需要的留白、裁切方式、视觉重量和背景对比。除非用户明确要求，否则只生成角色素材，不生成外围 UI。
21 5. 整加载当前可用的图像生成 skill，再使用最少且最相关的内置参考图进行生成。
22 6. 对照验收清单检查结果。任何角色硬约束不合格时，重新生成。
23
24 7. 用户已经提供目标页面，不要要求用户重复说明页面中可直接识别的信息。只有在无法可靠判断目标状态或输出尺寸时才提问。
25
26 ## 参考图选择
27 1. 生成 3D 主视觉或功能插画时，使用 'ip-three-view.png'、'ip-visual-language.png' 和最接近的场景参考图。
28 2. 生成紧凑型 2D 页面状态素材时，使用 'ip-three-view.png' 约束轮廓，并补充一至两张匹配的 'ui-state-*.png'。
29 3. 生成五个工作室角色时，使用 'ip-studio-family.png' 和对应的工作流页面参考图。
30 4. 页面没有直接案例时，使用 'ip-three-view.png'、'ip-visual-language.png'，再选择一张信息层级相近的页面参考图。
31
32 5. 一次传入大量弱相关截图。混合使用互相冲突的 2D 和 3D 参考会增加风格漂移。
33
34 ## 生成提示词构造
```

52 个IP形象

项目中大量使用 IP 角色，为保证不同页面、状态下的形象一致，需要将反复验证后的角色特征、造型比例、色彩与质感整理为统一生成规则，并封装为可复用 Skill，减少重复调试，也方便后续快速生成新的角色动作与状态。

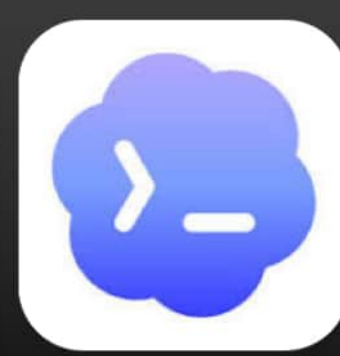
AI辅助搭建组件库&设计规范

项目出于0—1阶段，核心页面与视觉风格逐确定后，借助 AI 辅助搭建设计规范和组件库，经人工校准后沉淀为可复用资产，缩短设计系统搭建周期，适配后续产品迭代与新增功能



分析母稿

用codex解析母稿提炼共性设计规则，减少人工逐页梳理成本，统一全稿设计规则

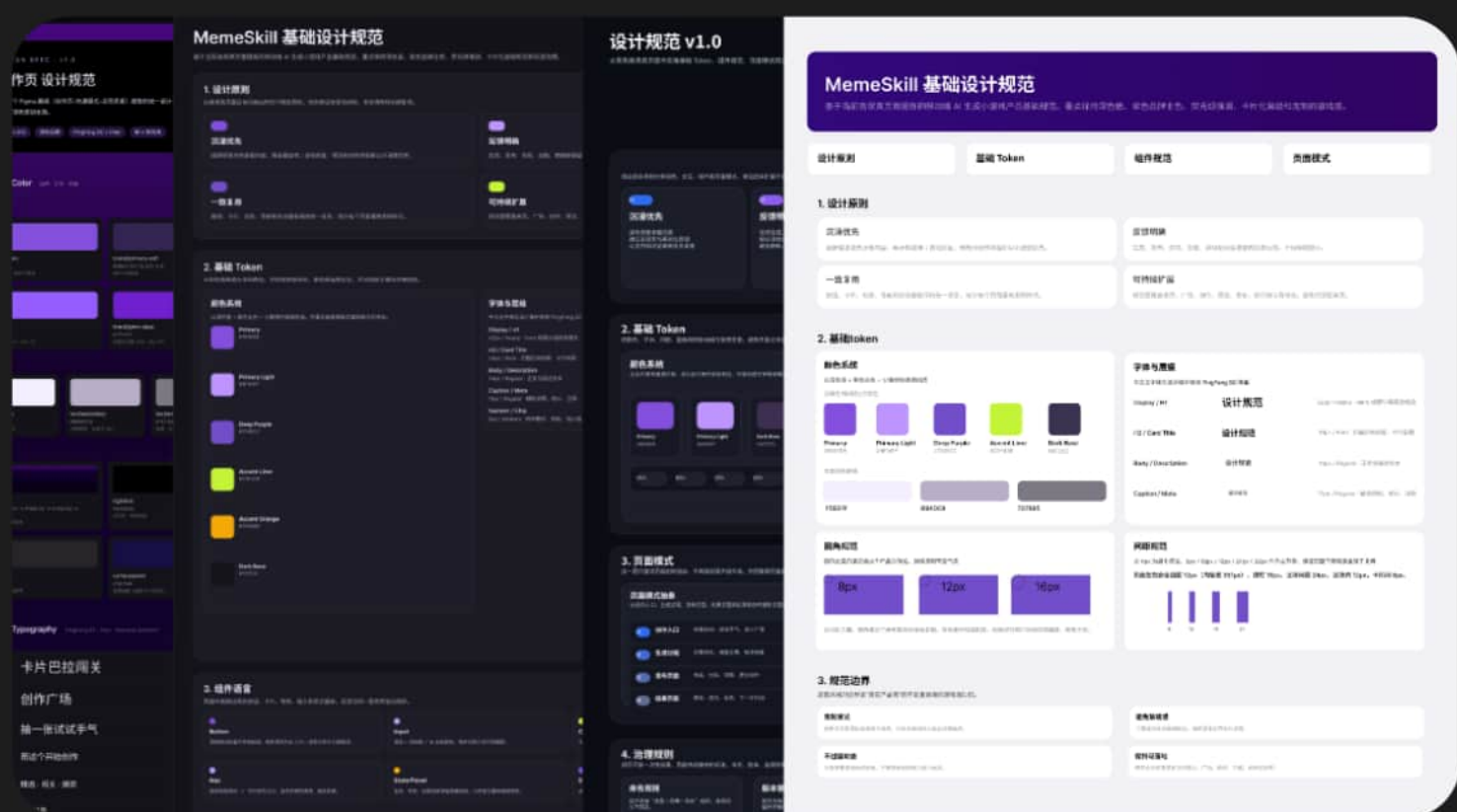


搭建规范/组件

依托codex导出的标准化规范驱动figma批量生成组件，大幅压缩组件搭建与改版工时

步骤1

codex解析原稿，提取并整理设计规范，再同步规范到figma里面批量生成，人工校准与整理

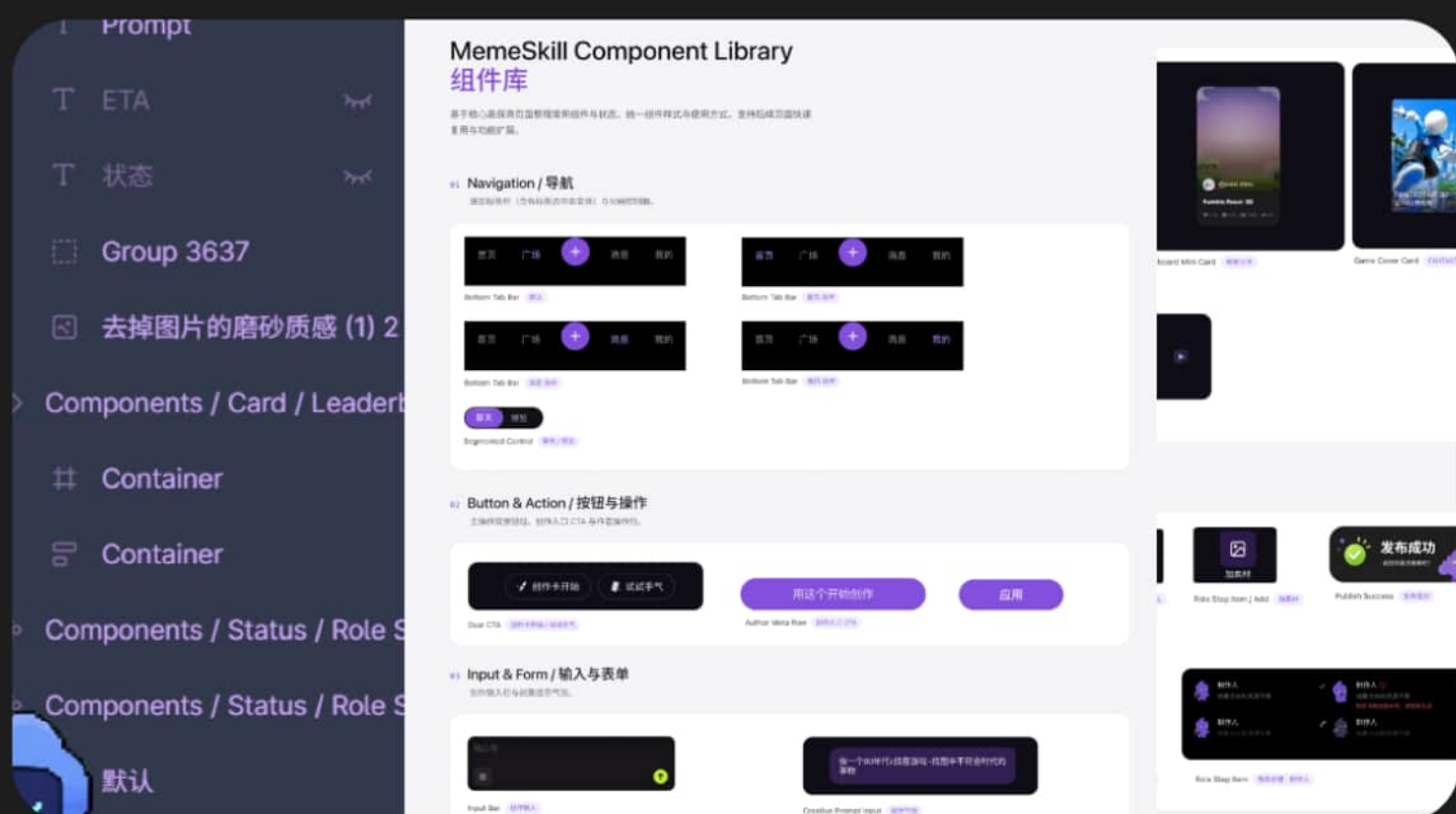


调用figma分析设计母稿

导入设计稿并使用 Codex 批量识别颜色、字体、间距、圆角等零散数据整理成设计规范，删除原稿不统一的非标准化样式，输出标准化颜色文字规范，在此基础上，人工进一步筛选校对，统一命名与层级，将codex生成的规范同步至figma样式库

步骤2

设计规范驱动批量生成组件，智能联动样式与变体

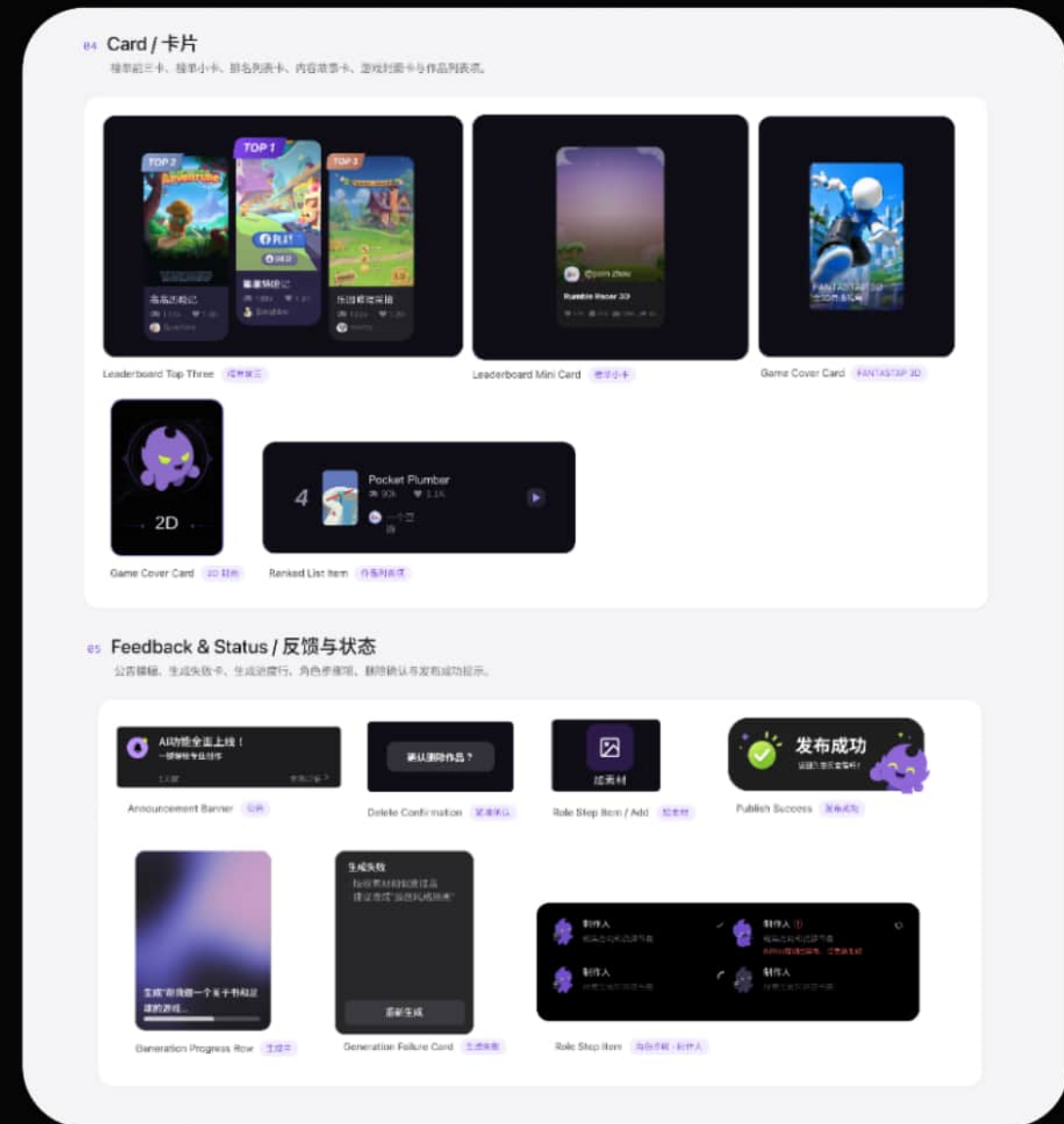
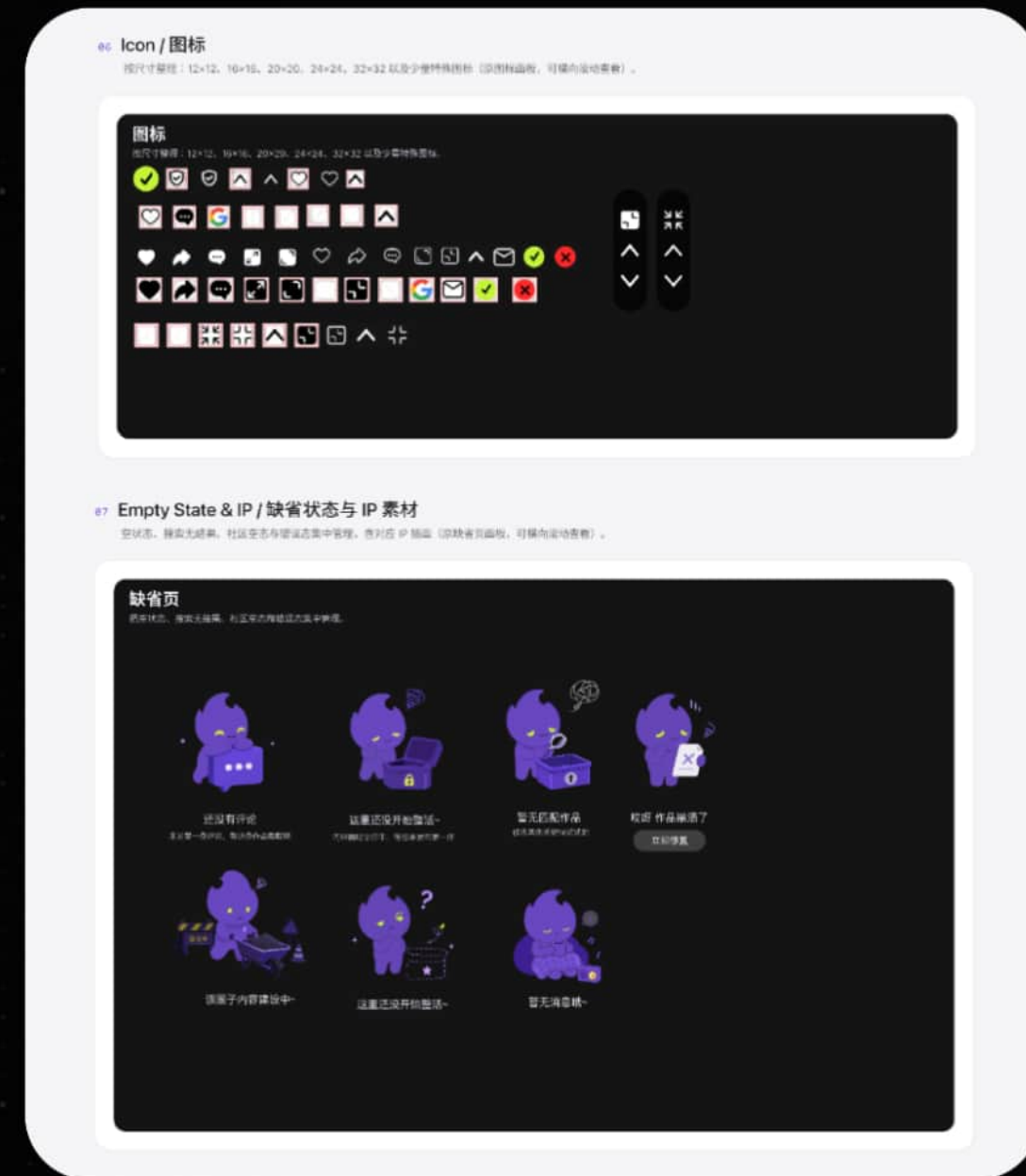
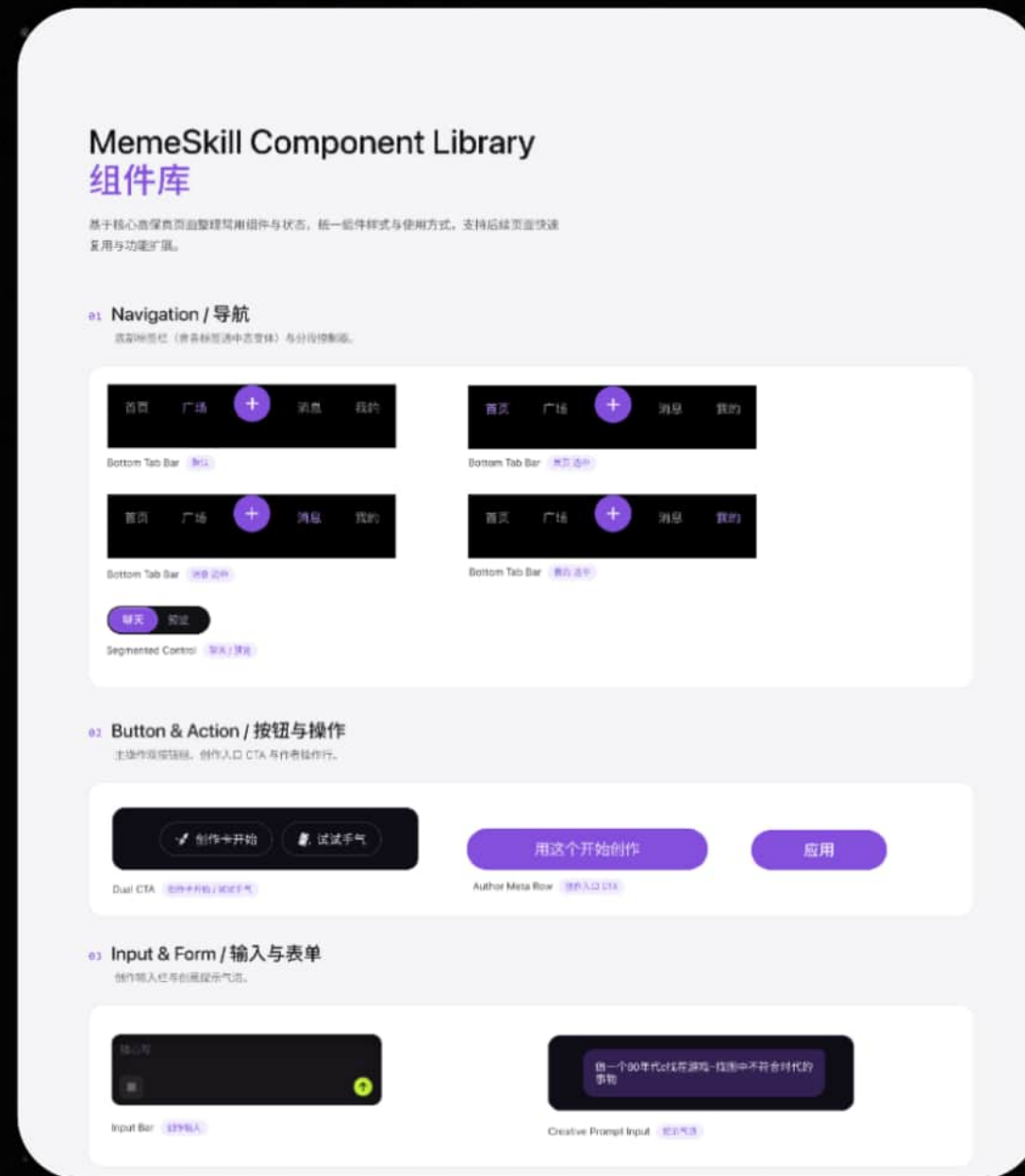
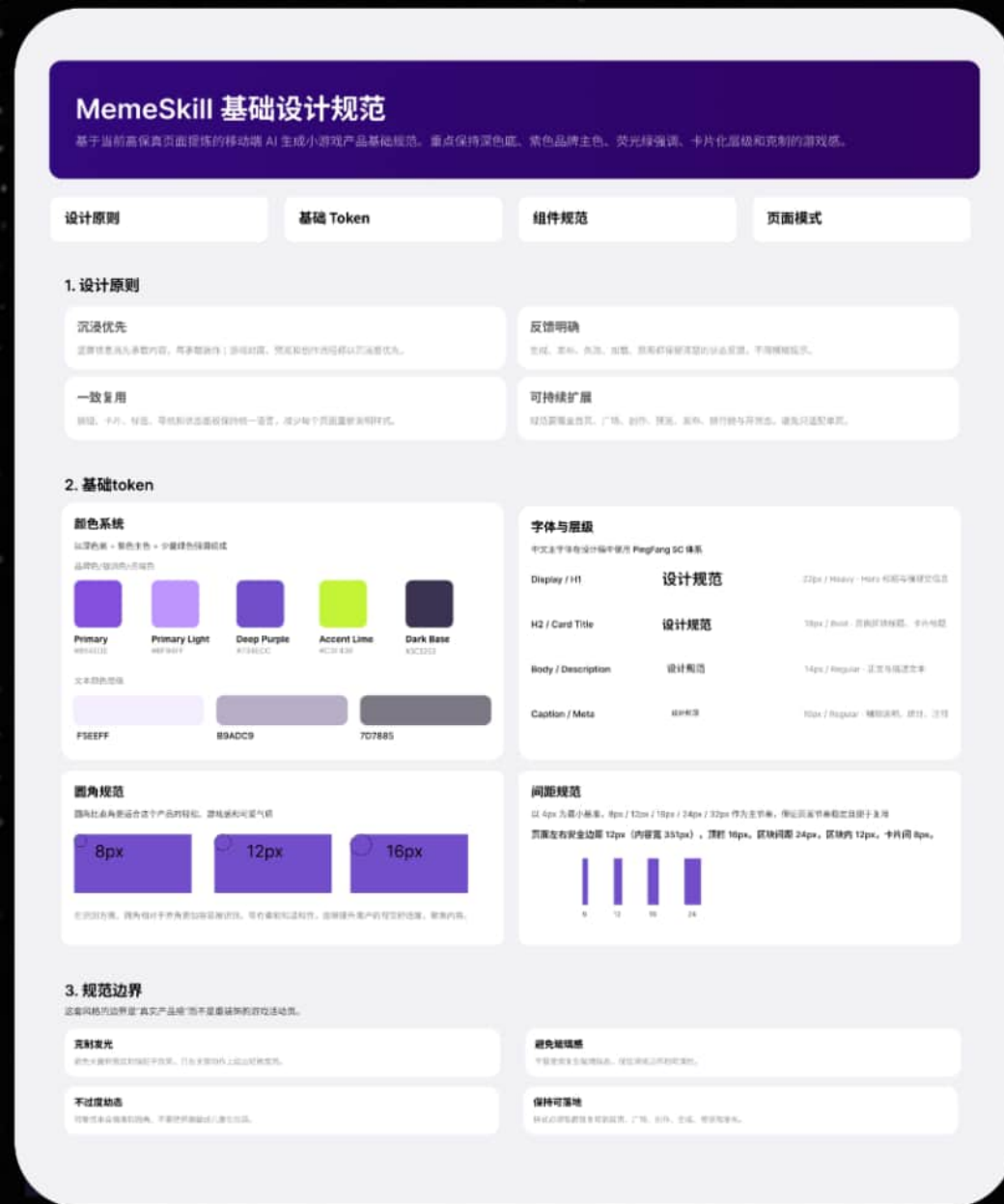


规范驱动批量生成组件

将整理后的设计规范作为生成依据，借助 Codex 在 Figma 中搭建按钮、输入框、标签、卡片等通用组件，并同步建立样式引用与默认、点击、禁用、加载等状态变体，提升组件复用与后续维护效率

MemeSkill设计规范/组件展示

项目出于0-1阶段，核心页面与视觉风格逐确定后，借助 AI 辅助搭建设计规范和组件库，经人工校准后沉淀为可复用资产，缩短设计系统搭建周期，适配后续产品迭代与新增功能





2026

UI/UX DESIGN

项目改版设计

喵街 APP

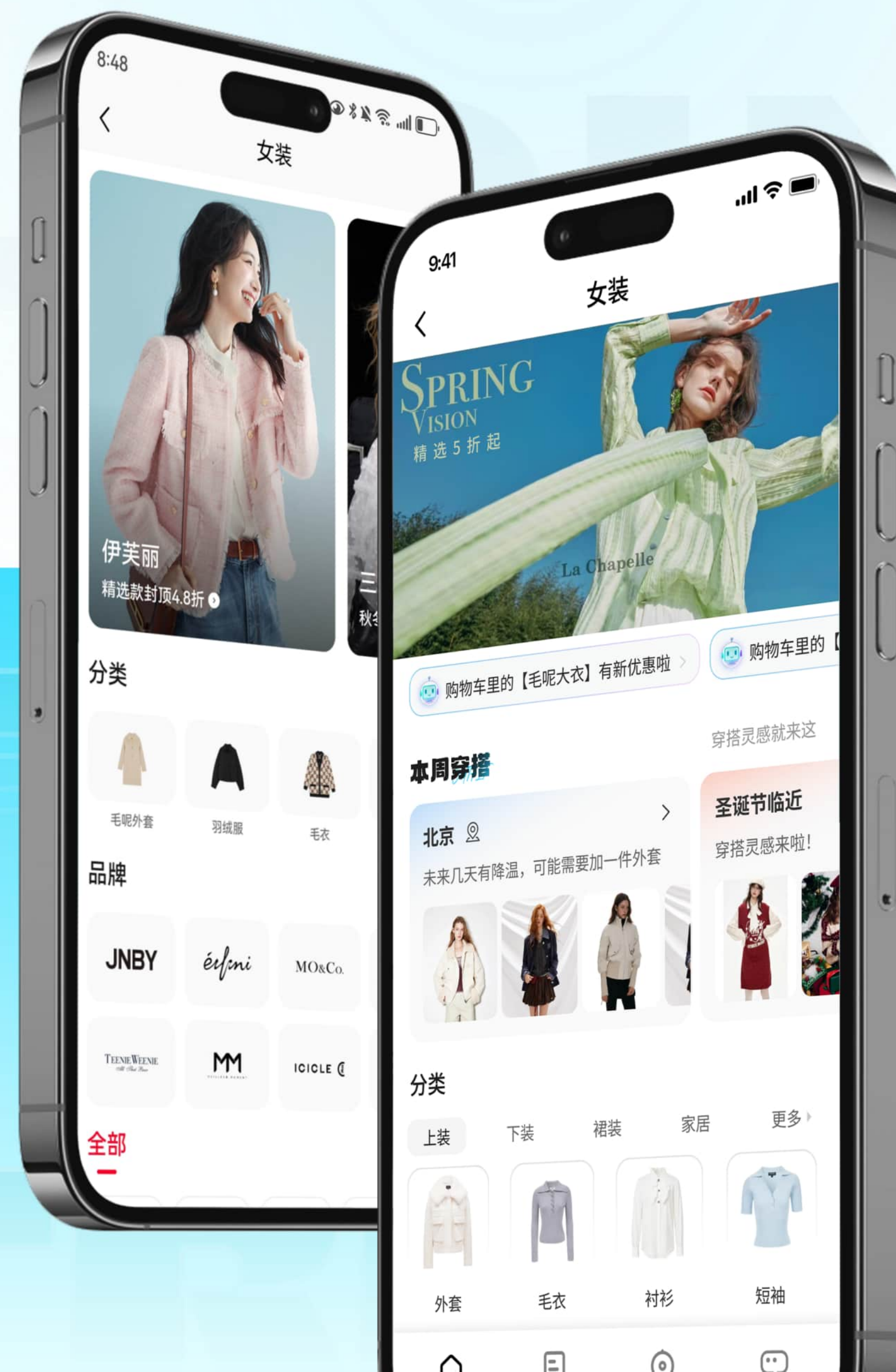


产品简介

喵街是阿里旗下的**逛街服务类 APP**，是阿里巴巴"新零售"战略中连接线下场景的重要入口，同时支持**品牌浏览**、**商品选购**等电商服务。其中女装板块是用户使用频次较高的核心购物场景，为都市年轻女性提供**便捷的服饰浏览与下单体验**。

Opening a book and finding a nice gift, Miao Street is a shopping service app under Alibaba. It serves as a crucial entry point for connecting offline scenarios within Alibaba's "New Retail" strategy, while also supporting e-commerce services such as brand browsing and product selection. The women's clothing section is a high-frequency core shopping scenario for users, offering urban young women a convenient experience for browsing and ordering apparel.

UX/UI DESIGN 2025



女装模块的核心逻辑 ✨

改版目的

1、品牌官方旗舰店聚合

满足用户对正品、新品的追求，建立信任感。这是吸引“品牌心智人”的核心。

2、场景化穿搭灵感与内容社区

满足用户“被种草”和获取潮流灵感的核心动机，从“买衣服”升级到“学穿搭”。

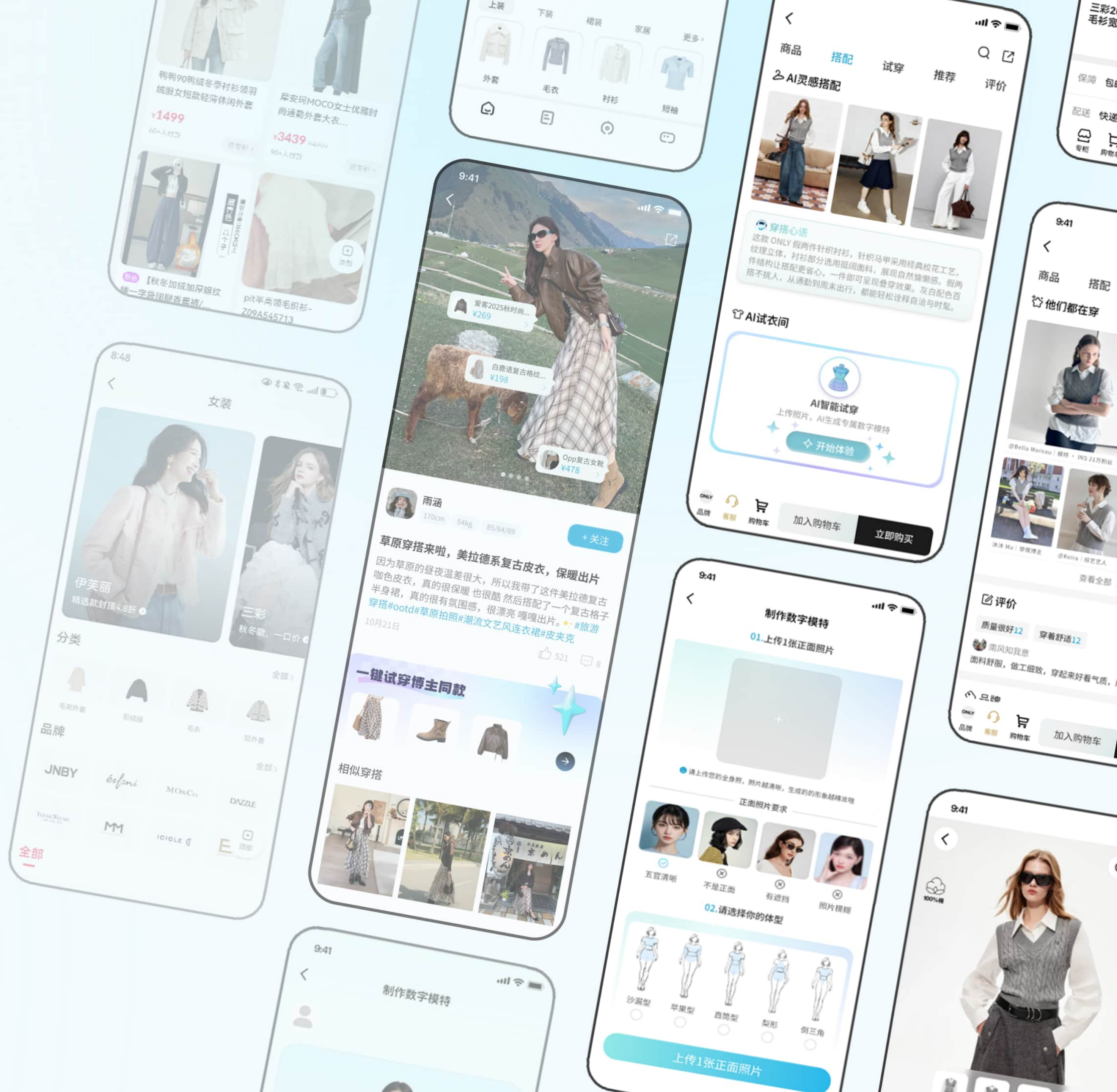
3、便捷高效的线上购物流程

保障“精致懒”用户能高效完成从决策到支付的全流程，转化销售

核心用户

主要聚焦于有线下逛街习惯的都市年轻女性，她们是线下消费的主力军，但对线上转化的便捷性有更高要求

DESIGN BY Ruihan



改版背景/流程 ✨

作为深度用户，我深感喵街购物路径中的阻力是阻碍其提供顺滑体验与实现高效转化的核心问题，为此我制定了“这样的👉👉👉”改版计划



发现/定义期

通过走查以及对用户的调研发现问题，依据问题系统提出对应的改版方案

发展期

将方案转化为具体的界面与交互设计，完成全流程的页面改版

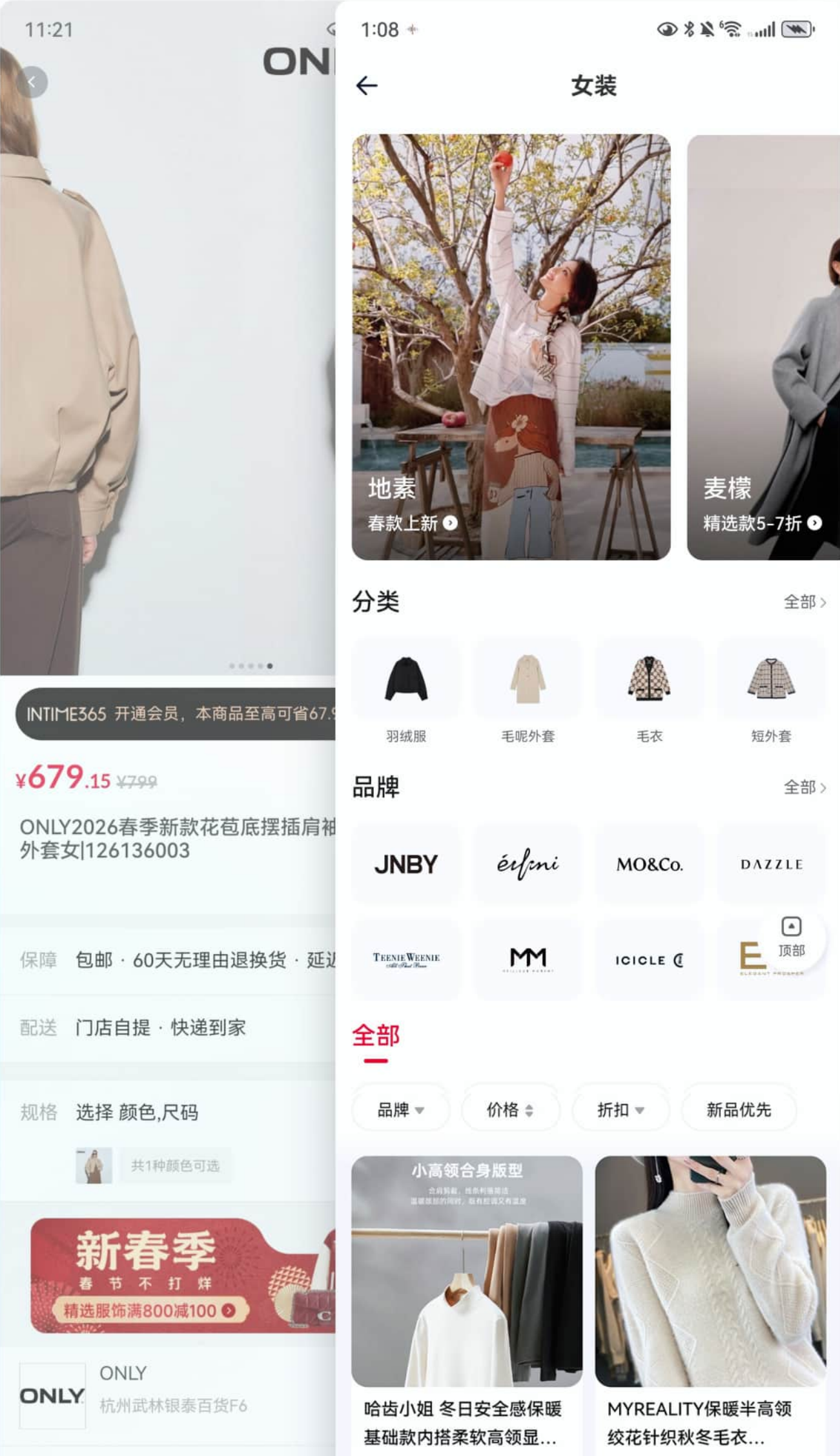
测试期

过原型交互与用户反馈，完成设计方案的最终演示与效果评估。

通过自己的走查，发现了以下问题 ✨

“ 线上走查，发现问题

“ 焦点采访，归纳问题



入口引导不足，浏览体验不连贯： 首页缺乏明确内容引导，用户难以快速找到感兴趣内容；同时缺少历史推荐与提醒机制，重复进入需重新筛选。

品牌认知成本高： 品牌众多却缺乏风格归类与介绍，用户难以快速识别与自身偏好匹配的品牌，选择成本高

风格定位不清晰： 未提供个性化风格测评或推荐机制，用户面对海量商品时缺乏穿搭方向，选择压力大

缺少场景与合身参考，适配判断困难： 商品未提供明确的穿搭场景示例，也缺乏针对不同身材的尺码建议或试穿参考，用户难以判断实际使用效果与是否合身，影响购买决策信心。

潮流感知不明确： 缺少当季流行趋势的引导与说明，用户对自身审美与潮流匹配度存疑，降低探索安全感

我也找了一些用户进行访谈 ✨

为了确认不是我一个人觉得难用，我特地找了几位经常用喵街买衣服的朋友聊了聊。她们都是工作生活在大城市、在意穿着的女性，是喵街核心的那批用户。结果发现，大家抱怨的点出奇地一致：感觉APP里的品牌又多又乱，不知道从哪逛起；衣服看着好看，但不知道怎么搭、适不适合自己的；总担心买回来不合适，最后干脆就不买了。这下我就明白了，这些问题不是我的个人感受，而是很多人都会遇到的真实卡点。



小林

22岁 | 在校学生

核心问题

场景匹配难。她想找“适合实习穿又不显老气”的衣服。但APP里的商品没有明确的“通勤”场景标签，她需要从大量休闲、约会风格的服装中费力筛选，效率极低

在天津上学，偶尔还要去北京实习，购物预算有限，希望穿搭能兼顾上课、实习。时间碎片化，购物追求效率。

品牌认知混乱： 用户难以定位与自身风格契合的品牌



一璇

24岁 | 职场新人

核心问题

有时被单品吸引，但详情页缺乏场景搭配示范，她无法判断这件衣服能否融入日常；同时现有尺码信息简单，她担心买回来不合身、上身效果不如预期，下单前犹豫不决。

前百度实习同学，设计行业从业者，对审美有较高敏感度，希望穿搭能体现个人风格同时适应互联网相对包容的职场环境

尺码疑虑： 无法判断衣服的实际版型和尺码是否合身



雨桐

32岁 | 职场精英

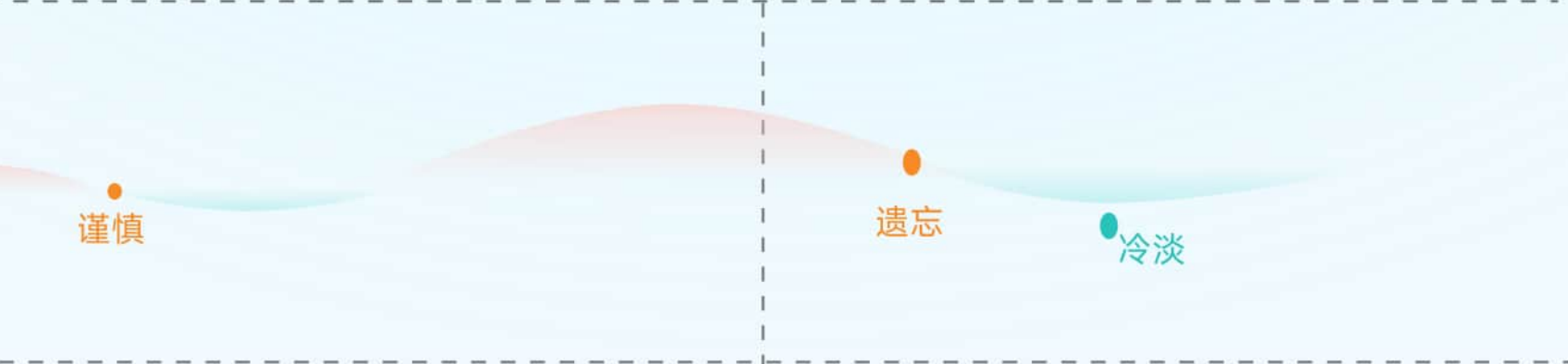
核心问题

信息筛选低效。她希望快速找到高品质的基本款和轻奢品牌，但APP首页充斥着大量快时尚和流行元素，她感觉“噪音”太多，找不到符合她品质要求的商品。

消费能力强的成熟用户，看重材质和剪裁，信任品牌价值。购物目的性强，厌恶浪费时间。

潮流脱节感： 对潮流与自身风格是否匹配没有把握

梳理用户问题 ✨

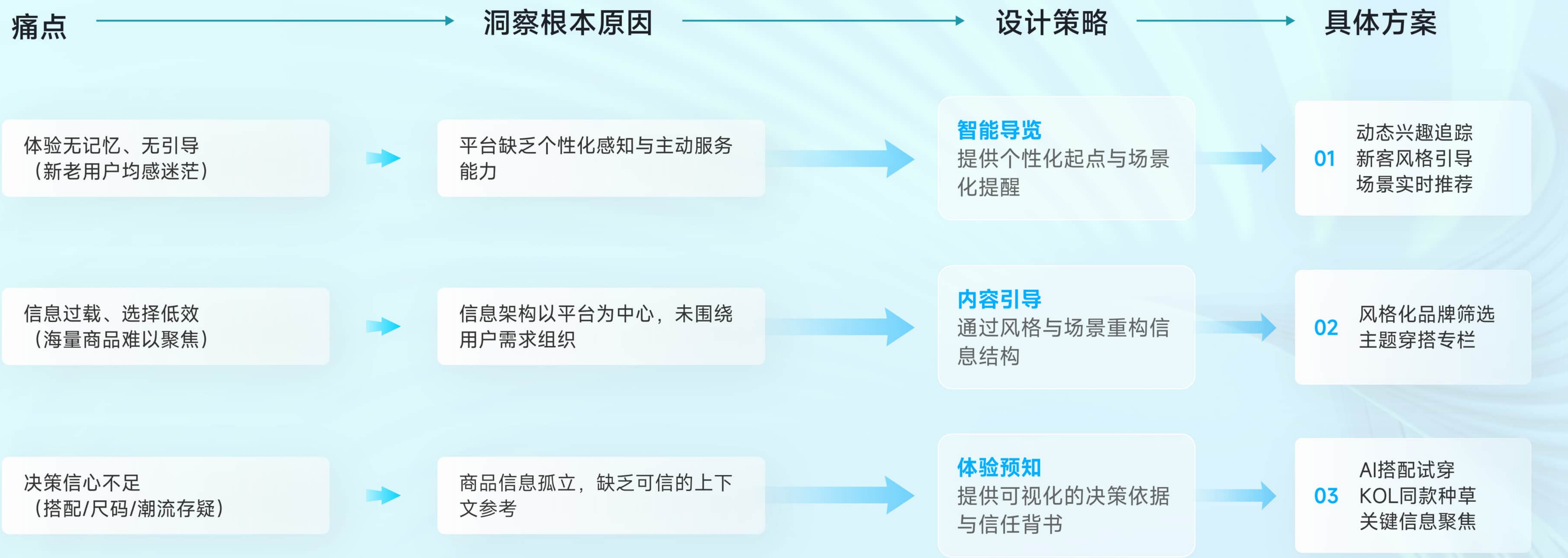
场景	购物前		购物中		购物后
阶段	启动与发现		探索筛选	行动转化	决策评估
触点	APP图标、首页推荐流、搜索框、内容专题		分类导航、筛选器、搜索框、品牌列表页	购物车、收藏夹、优惠券、支付页面	商品详情页、买家秀/问答、搭配推荐、尺码指南
情绪					
痛点	1. 首页内容泛杂且不贴合个人偏好，缺乏吸引力 2. 无个性化回访引导，每次都要重新开始 3. 缺乏清晰的潮流指引，不知从何看起		1. 品牌众多却无风格介绍，认知和筛选成本高 2. 筛选条件单一，缺乏穿搭场景、风格等关键维度 3. 搜索结果不够智能，难发现同款或相似款	1. 收藏夹/购物车商品缺乏降价/库存提醒，易错过最佳购买时机。 2. 支付前因效果不确定，产生“最后一刻犹豫”	1. 搭配困难，商品孤立展示，难以想象搭配效果和适合场景。 2. 合身焦虑，缺乏详细的尺码指导和不同身材的真人参考 3. 信任危机，买家秀质量不一，无法提供可靠的决策参考。
机会点	打造个性化与潮流化兼具的导览首页，如“精选穿搭”和“潮流专题”专栏，让用户一来就被吸引，更愿意去探索产品。		引入场景化分类（如通勤、度假）和风格化品牌导购，对品牌和商品进行分类，帮助用户精准定位目标，减少选择障碍，更快找到符合自己需求的产品。提供智能提醒功能，减少用户遗忘。		引入创新功能。让用户看到商品如何与其它单品搭配，为用户提供虚拟试穿体验，帮助用户快速判断商品是否适合自己。

遗忘

冷淡

定义产品策略 ✨

在完成问题梳理后，我把用户在购物过程中的痛点，追溯到根本原因，映射到了喵街的设计策略和正式功能，形成从洞察到设计的闭环。





在进入页面时

向用户展示更多的潮流穿搭 从而更愿意逛我们的产品

为什么要添加这个功能/why?

原有页面既没有记住用户的偏好、也缺少明确的浏览指引，在大量品牌与商品信息堆叠下，用户很难快速聚焦合适选择，决策过程冗长且低效

为新用户提供清晰的潮流指引 ✨

2025-2026

UI/UX DESIGN

Why 大部分用户不知道从哪里开始逛、逛什么

在调研过程中我们发现，部分无明确购买意图的用户有时想打开逛的时候因为不知道从哪里开始逛、逛什么，所以经常处于“随便看看”的低投入状态，难以被有效激发兴趣，购买意愿低，从而影响下单转化

How 根据季节\节日...等规则推荐穿搭

通过调研我们观察到用户的穿搭需求与天气、节日等现实场景强相关，因此从用户的真实生活情境切入，根据用户所在地的天气信息以及未来节日场景，通过首页“本周穿搭”功能进行精准商品推荐，将用户生活中潜在的需求（天气变化/节日场合）转化为购物引导，为用户提供清晰的浏览方向与即时的兴趣点。

提高商品与用户需求的匹配度
提升使用体验

唤醒用户潜在需求
创造即时购买动机



多情境智能推荐



根据季节天气变化推荐3~5个穿搭方案，会包含不同的品牌，每次进入时都会有不同的推荐，用户可以从右上角看到全部推荐



为什么不显示价格、名称，只显示图片
不希望用太多的信息，以及价格降低用户的查看欲望还是希望用户把注意力集中在穿搭上如果信息太多，可能会导致用户犹豫要不要点击

首页添加风格类导航 ✨

为什么这么做？

在调研中我们发现，首页面仅提供品牌、价格、折扣等基础排序，用户在选购过程中面对大量的品牌商品罗列时，在不熟悉品牌的风格时，难以判断哪个更适合自己的，哪个更符合自己日常穿衣风格，无法进行有效筛选，选购过程长，消耗精力与耐心，挑选成本高，下单率低

我是怎么优化的

被动的去“筛选”变为主动的去“挑选”

1、明确选购方向

让用户在进入页面后便可以快速定位到符合自身偏好的品牌集合，帮助用户快速锁定大致购物方向，因此将原有页面的横向比较改为品牌风格区域，将品牌按照风格进行分类，让用户有目的的挑选。

2、深度挑选商品

用户确定基本的风格后，需求由“找方向”转换为“挑商品”，可以在这个风格下根据自身不同的情况对商品的品类、上新、价格、折扣等关键信息进行细致的多方位、多维度的对比和挑选

让用户更快的选择到喜欢、适合且价格等多方面符合预期的商品

减少无效浏览，降低选择成本，提高下单率

第一版方案

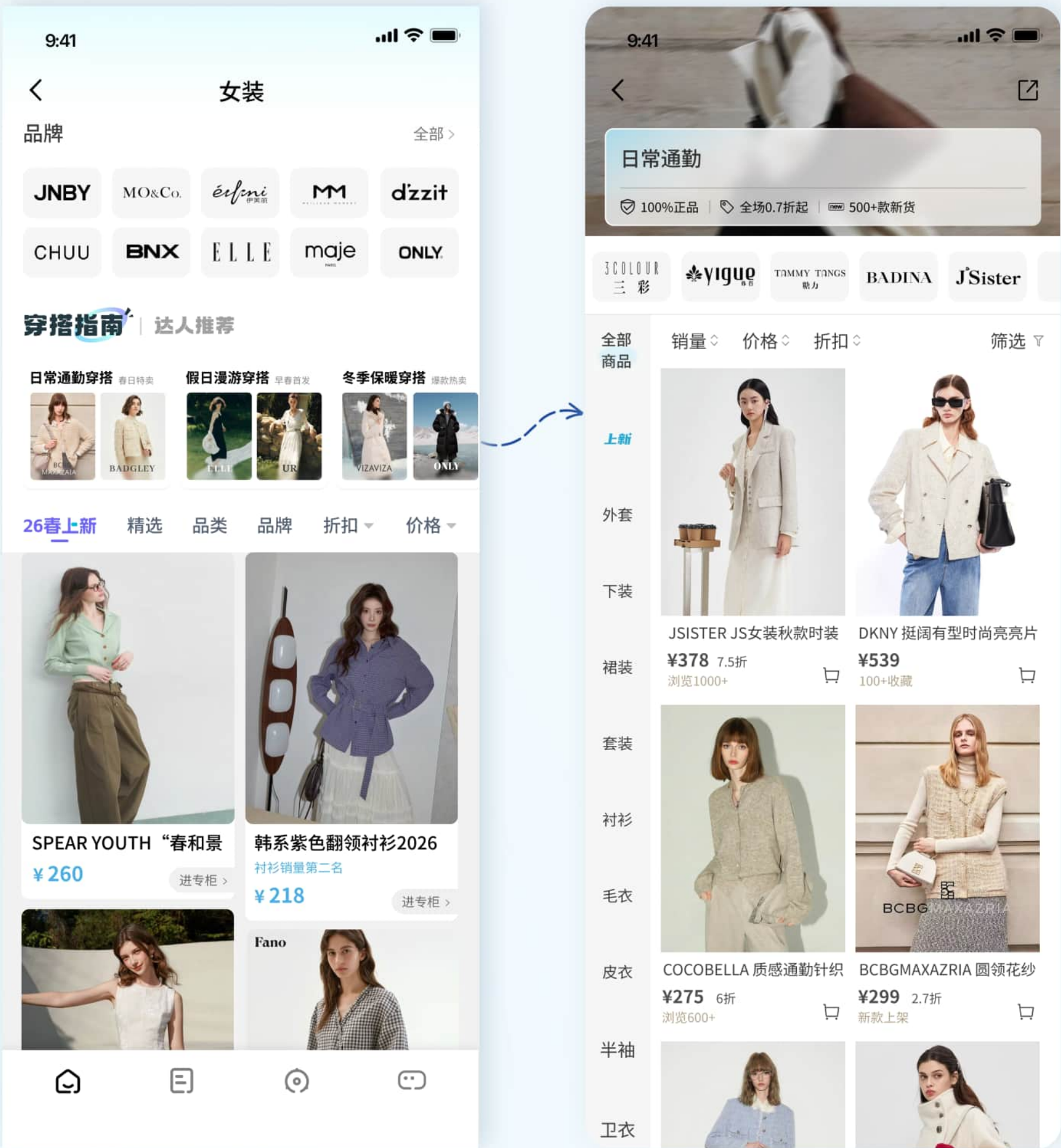


第二版方案

改版思考

在第一版方案中，无论是否有风格筛选需求的用户，都需要先点击入口，再进入对应页面进行选择，整体路径增加了一次点击成本。实际体验中，这种“二次跳转”会带来明显的流失风险——每增加一步操作，都会削弱一部分用户的使用意愿，从而影响功能渗透率。

因此，我在第二版中对入口形式进行了重构，将原本的全屏跳转式导航改为首页内嵌的“轻量级天窗筛选”。



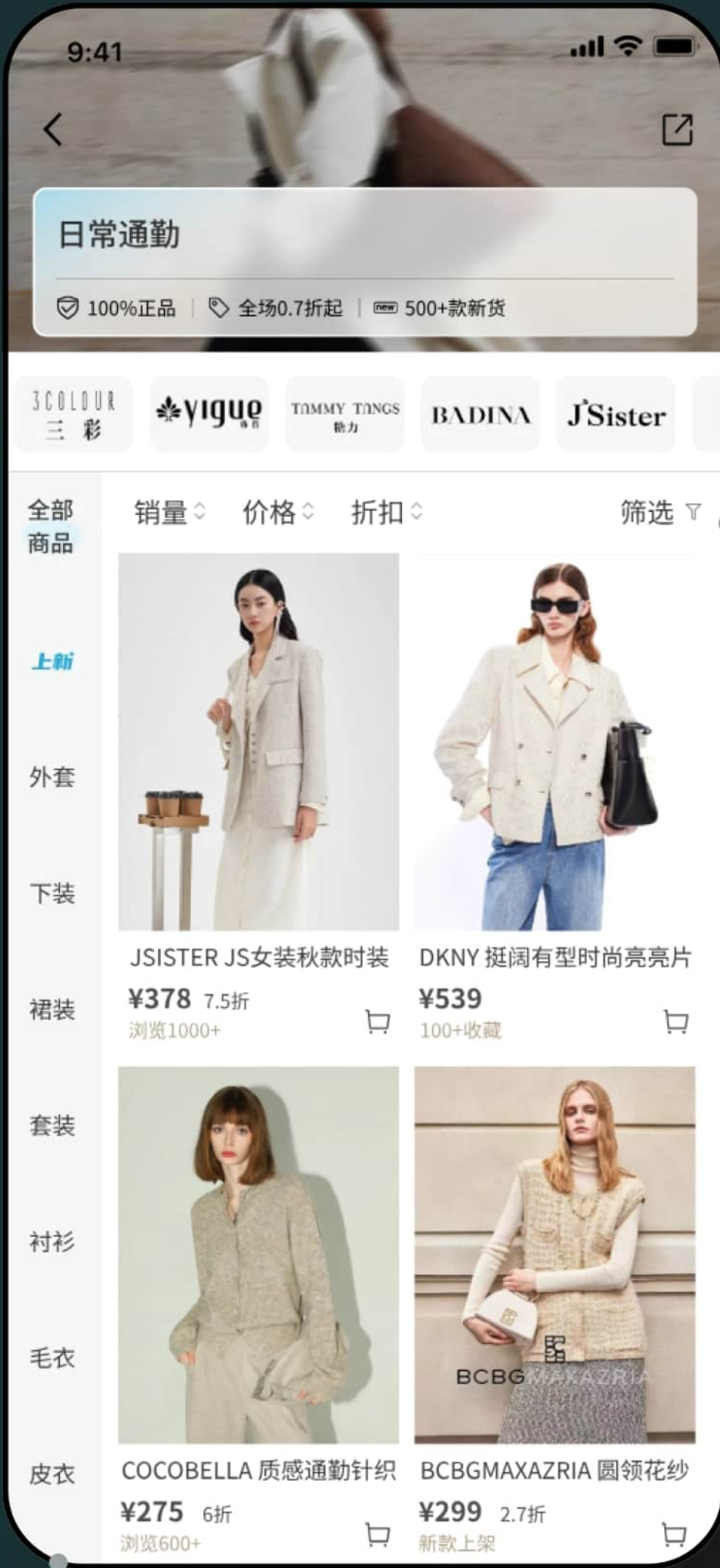
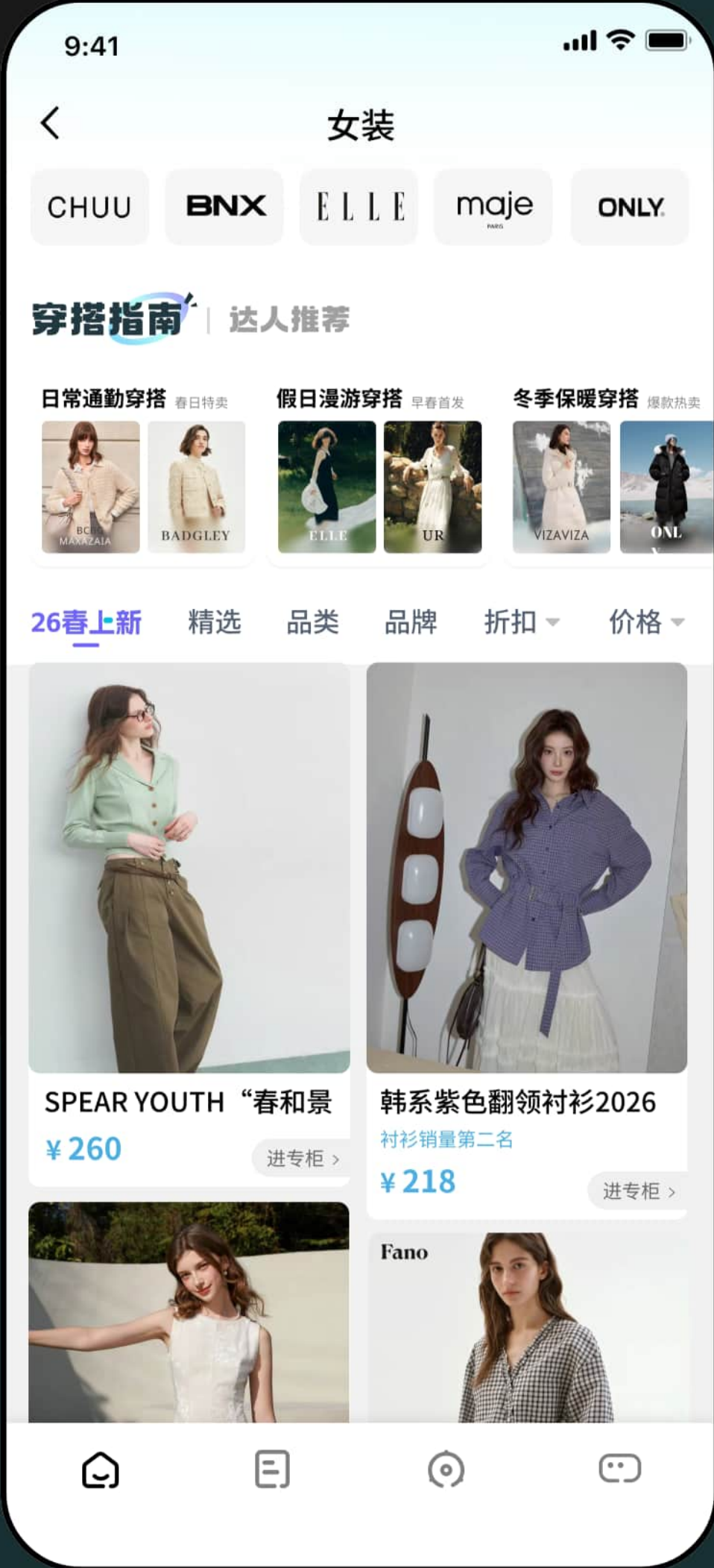
优化逻辑

在不改变功能使用方式的前提下，避免让无筛选需求的用户承担额外的决策与操作成本，减少对主浏览流程的打断，从而降低整体流失风险。同时，保留对有明确筛选需求用户的功能支持，实现不同浏览动机用户之间的路径分层，使首页体验更加流畅且更具包容性

风格类天窗设计细节 ✨

布局优化

采用横向滑动的轻量级天窗分区，通过压缩模块高度与弱化视觉权重，在不打断纵向浏览节奏的前提下形成清晰功能提示；利用方向差异增强层级区分，使模块既可被感知，又不过度干扰主内容浏览



顶部以风格 Banner 作为强视觉开场，强化当前浏览主题，让用户始终在对应风格下进行集中筛选，减少跳脱和干扰。

主流品牌以横向模块呈现，让用户能在同一风格下快速定位常买品牌，也能顺带发现更多相近气质的品牌，降低品牌筛选成本

品类维度与属性维度并行提供，用户可自由组合使用，从而构建清晰高效的挑选路径。



首页添加场景穿搭社区

为什么这么做？

我们发现有的用户不知道自己的穿衣风格，适合什么样的衣服和品牌，没有穿搭头绪，缺乏审美参考，再加上线上服装品类多、信息密度高，面对大量商品与单一的品牌罗列感到无从下手

我是怎么优化的

用户没有穿搭头绪，但往往清楚自己的场合需求，穿搭社区基于个人生活场景需要，来选择对应场合的穿搭，用户可以从真实穿搭中找到方向，再自然过渡到具体的商品。在浏览过程中看到喜欢的穿搭后，详情页面可以直接了解所搭配的品牌与单品链接，以及博主的具体信息作为参考，获得适合自己体型和品味的穿搭建议

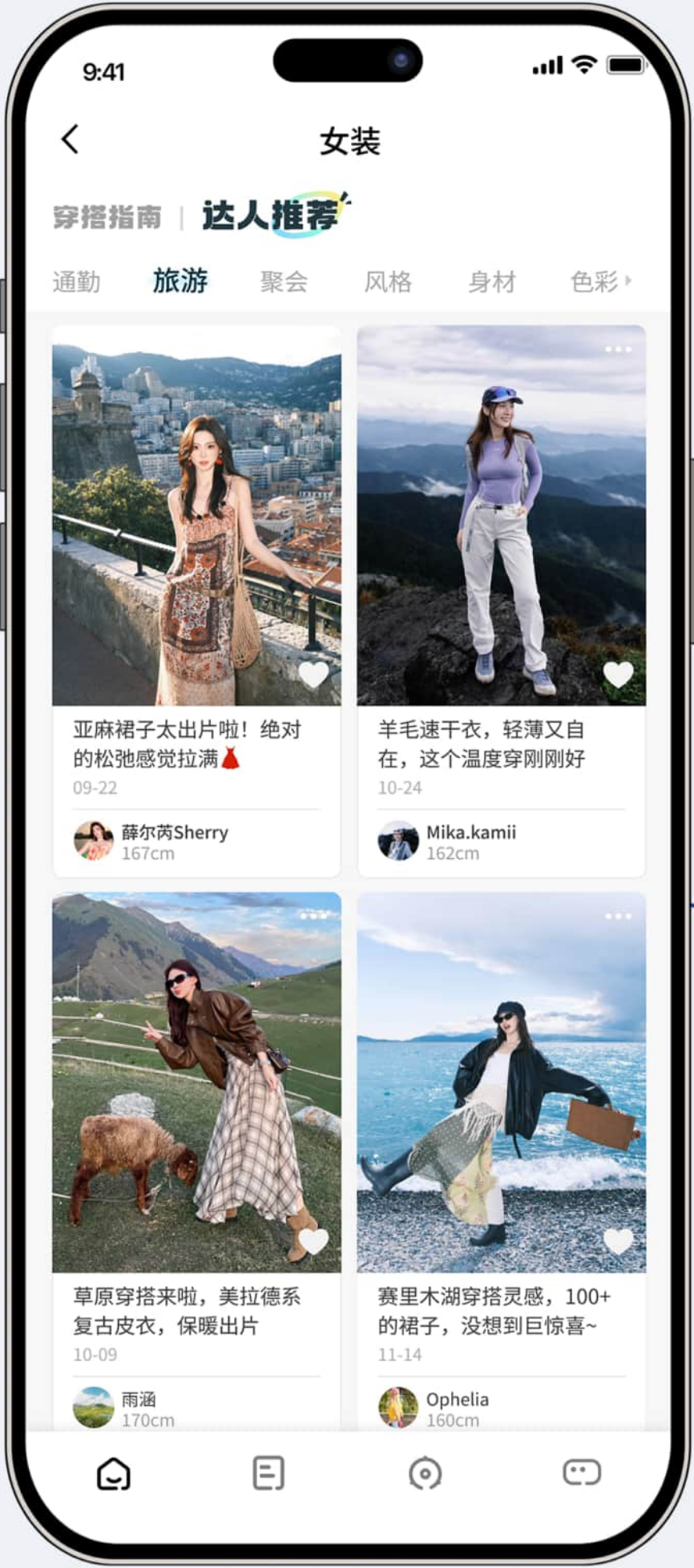
实现对品牌和商品的曝光
提升转化率

帮助用户获取穿搭方向
降低挑选难度

实现从风格启发 → 单品认同 → 商品购买的完整链路

风格启发

单品认同



相似穿搭



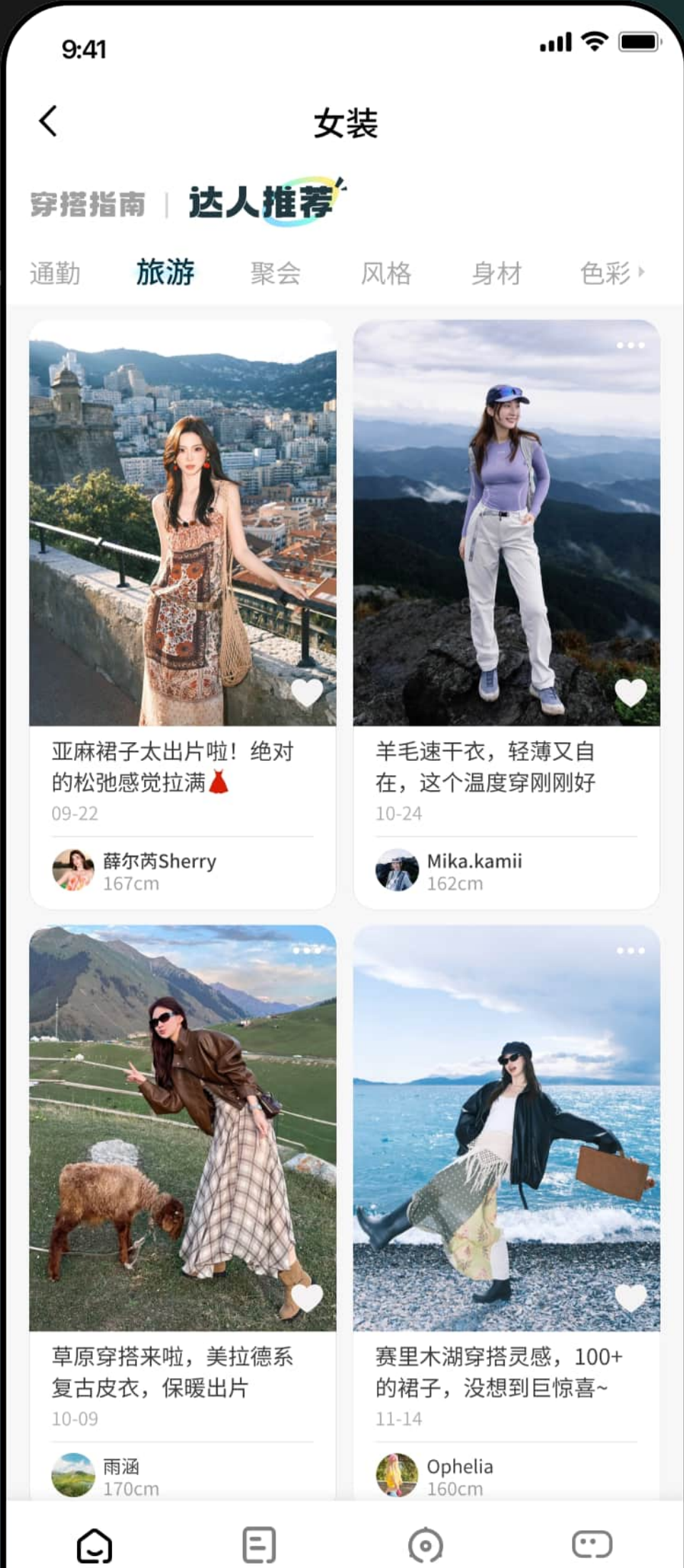
场景穿搭社区设计细节 ✨

快速定位

顶部导航使用旅游、通勤等具体的场景作为分类，让用户快速定位与当下需求相关的内容，借鉴该场景下的多元化穿搭示例

布局优化

卡片式瀑布流布局，让用户快速浏览不同风格的真实穿搭。同时首页仅保留用户最关心的关键信息如博主的身高，标题文案等，避免信息过载而分散注意力，使用户能够更专注于观察“穿搭整体效果”让浏览节奏更加轻松。



穿搭博主详情页中图片单品的旁边直接提供了同款商品的链接，将用户对穿搭的感兴趣转化为对商品的购买欲望，同时可以一键跳转到商品详情页，提升了页面的转化效率，提供便捷性

链接卡片，组件化规范
字号·颜色·卡片内间距
-预留卡片出血热区。以防出现堆叠极限情况，影响用户体验

详情页明确给出了博主的身材信息方便用户参考，真实的数据可以降低用户的决策风险与购买顾虑

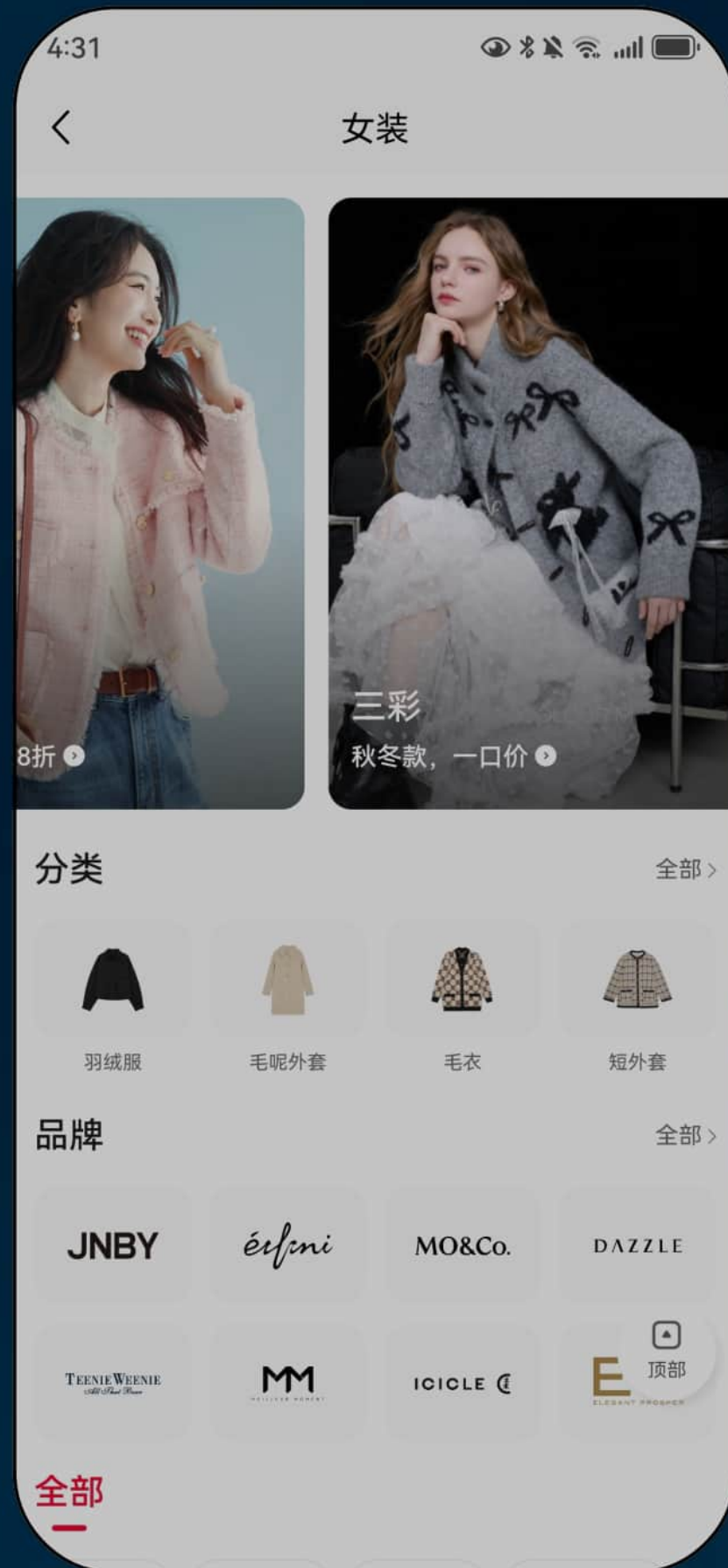
用户在对博主同款商品感兴趣时也会想“这套衣服我穿上好不好看”“适不适合我”AI一键试穿博主同款可以为用户呈现视觉参考，提升购买信心。



首页添加智能动态提醒 ✨

2026

UI/UX DESIGN



改版前



改版后

为什么这么做？

通过调研我们了解到主要问题是

老用户：有时会遗忘之前收藏过的商品或者购物车里的商品，错过折扣从而放弃下单。每次使用都和第一次用一样，还要重新探索消耗耐心。

新用户：首页以“商品流”为主，第一次用商品信息太多，不知道从哪开始逛，浏览效率低。

我是怎么优化的

● 针对老用户

购物车里的【毛呢大衣】有新优惠啦！

收藏的【黑色羊毛衫】以补货，数量有限

根据用户的历史行为，将用户关注过的商品或者购物车、收藏夹中的商品变动（如降价、补货、限时优惠等）在首页以动态提醒的方式为用户推送。减少因用户遗忘或信息滞后而错过下单机会。

提升平台和用户的默契 唤起用户记忆，提升复购机会

● 针对新用户

热度较高的小众设计款来了，也许是你喜欢的风格

ONLY品牌今日热度上升，快来看看！

为第一次使用的用户提供基于热门品牌与优质商品的个性化入口，通过精选的新品与折扣内容引导他们快速进入感兴趣的浏览路径。

建立浏览起点 提升整体浏览效率

商品详情页面优化 ✨

为什么这么做？

原有页面信息分散，商品关键购买要素隐藏次级页面，用户需持续滚动才能获取完成信息

我是怎么优化的

将用户关心的商品价格、折扣、保障、版型面料等关键信息分组整合至首屏，建立易于理解的模块结构，用户无需滑动即可完成对商品的基础评估



信息结构更聚焦，减少认知成本

更快找到核心信息，降低流失

让关键信息层次清晰，增强商品专业感与购买信心



改版前



改版后

详情页添加AI灵感搭配 ✨

为什么这么做？

在调研中我们发现当用户对某件商品感兴趣之后，在决定下单前还会对商品有较多的疑惑和担忧，比如“这件衣服看着还可以，买回家后怎么搭呢？”“适合干什么穿？衣服很好看但是适不适合上班穿？”“这钱花的值不值？”这些心理负担会让用户在下单前犹豫迟疑，影响最终购买转化

我是怎么优化的

1、缓解搭配焦虑

通过AI智能生成同款商品不同风格的3套完整搭配方案，帮助用户快速判断这件商品的搭配效果，减少用户因“不会搭配、难以判断搭配效果”的犹豫，同时多风格、多场景展示商品的白搭与实穿，缓解用户心理负担

视觉展示商品的搭配价值

2、强化价值感知

通过文字描述，对商品的价值和亮点进行凝练，突出最能支撑其价格的关键优势，让用户更清楚地理解这件商品的价值所在，从而减少下单前的心理负担。

文字强调商品的品质

下单信心增加，
提升转化率



详情页添加AI试穿功能 ✨

2026

UI/UX DESIGN

为什么这么做？

在调研中发现，许多用户浏览到一件心仪商品并考虑下单前，无法判断商品与自身身材、比例的真实适配度，尽管商品模特图呈现良好效果，但用户仍然会有“这衣服看着好看，自己穿合不合适”“适不适合自己的身材”“尺码偏大还是偏小”等一系列问题，让用户在下单前难以做出明确的购买决策，进而影响整体的下单转化。

我是怎么优化的

提前让用户看到商品穿在自己身上的版型效果、风格契合度与尺码适配。为用户提供更明确的参考基础，相比以往只能依赖模特图或主观想象判断，「AI 试穿」功能通过上传照片生成专属形象以更直观、贴近真实的方式，降低用户对“是否合身”的不确定性，从而有效推动意向用户完成下单转化。

提供客观参考
减少不确定性

建立沉浸体验
强化购买动机





页面分析

用户进入到AI试穿的详情页面后，首先要制作专属的数字模特，页面通过分步指引降低操作门槛，引导用户完成操作，提升页面的体验流畅度

上传照片生成数字模特的方式规避了繁琐的手动输入，降低操作成本，且更具**专属感**，照片要求也可以让用户一次性提供合格的素材，避免反复修改，提升操作效率

有的用户可能会对生成的结果产生疑惑“生成的数字模特像我吗”，选择具体的体型可以让用户**亲自参与到身材模型的校准**，增强用户对生成结果的**接受度**，为后续的购买决策提供可靠参考

AI试穿设计细节 ✨

2026

UI/UX DESIGN

在制作完数字模特后用户如果对生成结果不满意可以选择重新生成，如果认可可以直接开始试穿环节



用户看到了试穿效果后可能仍会有一定的自我怀疑，一些好评的弹幕可以为用户的试穿提供即时的反馈，增强购买信心，强化用户对商品的价值认同，推动下单

将商品的链接放在试穿的最后一个环节，用户点击可以直接进入购买页面，短化交易路径，将对试穿反馈认同的情绪转化为消费行为

在挑选环节

引入明星/博主同款标签，借助社会认同为商品提供时尚背书，增强用户的购买决心

为什么要添加这个功能/why?

用户对自身品位与当下潮流缺乏判断依据，买家参考可信度不足，导致下单前犹豫与信心不足

详情页引入明星/博主同款标签 ✨

为什么这么做？

- 通过调研：发现用户的主要问题是
- 对自身品味缺乏认知：“不知道自己的品味算不算好”
- 对潮流趋势感知不足：“现在都流行什么衣服？”
- 对购买决策缺乏信心：“不确定自己的品味能不能跟得上潮流”

我是怎么优化的

让用户看到很多的真实用户、甚至博主、达人都在穿同款，减少用户对自身“品味是否好”“潮流敏感度”的不确定感，让用户相信自己的选择，增强判断信心，利用“明星效应”强化商品吸引力和时尚感，提升用户购买欲望，从而加速下单决策。

提供外部认可
增强选择信心

强化商品吸引力
提升购买转化率



设计方案验证

邀请6名目标用户进行新旧版本可用性测试，验证改版对浏览效率与决策信心的影响

验证方法-用户可用性测试

目标用户： 基于产品核心画像，邀请6名目标用户参与测试，覆盖新用户/老用户、25-40岁年龄段，以保证反馈的多样性

测试材料： Figma制作高保真可交互原型，手机端模拟真实操作

测试任务： 核心流程体验——浏览筛选、试用新功能、下单决策

观察追问： 记录操作顺序，卡顿犹豫等行为，并在任务结束后追问具体原因

用户反馈

积极： 功能表达较清晰
信息获取更加高效

兴趣引导更明确
增加场景和分类，为用户提供更多浏览路径。

不足： 入口点击预期不够明确
点击前对进入后的页面缺乏预期

信息密度略高

理解成本和交互成本增加，易用性下降

项目总结思考 ✨

项目总结

这次的改版是围绕用户从进入女装品类到最终下单的完整决策路径，通过大量用户调研梳理页面设计问题，对核心信息结构与关键功能进行了优化，让用户的**决策过程**更短、更直接、更顺畅。

个人成长

- 在这次的全链路改版中，我最大的收获，是学会真正从**用户视角**出发去分析问题——不再只是关注界面是否好看，而是通过系统的用户调研去理解他们在每一个关键节点上真实的困惑与决策障碍，并将这些反馈转化为明确的设计方向。
- 同时，我也逐渐意识到，好的设计不仅是满足用户需求，还要能为业务创造价值。在对用户链路的拆解过程中，我不断在“**体验提升**”与“**转化目标**”之间寻找平衡：既降低用户的决策成本，也让企业在信息展示、转化效率上能够获得实际的提升。

这一项目让我建立了更成熟的设计思维方式：以**用户研究**作为起点，以**业务目标**为落点，通过清晰的问题拆解和结构化的设计来推动更高效的决策链路。

未来优化

本次改版主要围绕用户从浏览到下单的决策体验，但在购买后的**使用体验**、**售后咨询**、**物流状态**获取等方面仍存在提升空间。未来将继续从用户视角审视更多环节，让“**买前、买中、买后**”形成更完整、更顺畅的整体闭环。





这个圣诞,
「购」快乐



营销活动设计背景

Marketing Campaign Design Background

项目背景

圣诞节作为年末氛围最浓的消费节点，用户更容易产生集中购物和送礼需求，也更愿意参与轻松、有节日感的互动活动。基于这一场景，本次以「圣诞购快乐！」为主题，整体采用偏深蓝的冬日夜景色调，搭配高识别度节日元素，营造温暖、欢乐的圣诞氛围。页面围绕领“满额送礼”、“优惠券发放”与“好友邀请”等核心模块展开，通过简单直观的互动方式，引导用户在参与节日活动，提升节日期间的参与感与购买意愿。

项目目标

促进消费

设计“圣诞红包”与“无门槛券”等福利，为消费决策提供有效动力，直接刺激销售转化。

提升活跃

通过“整点抢红包”与“关注有礼”等限时互动，激发用户参与热情，增强用户与品牌的实时互动和粘性。

扩大曝光

借助“推荐有礼”与“邀好友得红包”社交激励，鼓励用户分享传播，利用人际关系链扩散活动影响力，实现品牌曝光增长。



01 制作流程与策略部署

需求分析&创意构思

关键词提取

圣诞节具有强烈的节日氛围，为了直观地营造这种欢庆、惊喜与分享的节日感，我从经典的圣诞元素中汲取灵感：雪橇、派送礼物的圣诞女孩、满载的礼物盒以及相伴的驯鹿。这些元素共同构成了一个“正在进行的送礼旅程”的户外画面。

户外奇幻旅程

冬日雪夜/雪橇

驯鹿/礼物盒/雪花

活力主角

风格参考



视觉创意

AI提示词

(Ultimate quality, masterfully detailed, 8K resolution) An adorable, cheerful girl with a vibrant, beaming smile sits energetically on a red Christmas sleigh overflowing with gifts. She wears a red winter outfit trimmed with faux fur and a knitted beanie. Around her are piled luxurious shopping bags with visible brand logos and elegantly ribboned gift boxes. The background features a snow-covered Christmas village with twinkling string lights, and a reindeer awaits in the foreground. The scene is filled with a dreamy, festive atmosphere and a sense of joyful motion, rendered in bright, warm colors. Illustration style, digital painting, magical realism, high detail, dynamic composition.

视觉方向规划

色彩

整体以冷色调为主，点缀圣诞暖色细节，通过冷暖碰撞烘托出奇幻而浓郁的节日氛围。在对比中强化温暖、欢庆与童话感。

人物

画面中的人物是一位笑容灿烂的小女孩，身穿红色毛衣，头戴针织帽，神情活泼生动，姿态充满动感，洋溢着温暖与喜悦的节日气息。

场景

场景设定在圣诞夜的户外雪地中，尖顶小屋与松树、麋鹿、雪橇以及各式礼物盒，地面覆盖洁白积雪，整体呈现温暖、梦幻而浓郁的圣诞氛围。

整体呈现出欢快温馨、充满节日氛围的视觉风格，将圣诞季的购物喜悦以直接明快的电商促销语言生动展现。

workflow



02 AI绘制过程



大模型 Qwen_Image

LORA 【栩小程】Qwen_3D人物运营海报
【塔塔呀】Qwen_趣味电商运营海报

LibLib AI

1.输入提示词

(Ultimate quality, masterfully detailed, 8K resolution) An adorable, cheerful girl with a vibrant, beaming smile sits energetically on a red Christmas sleigh overflowing with gifts. She wears a red winter outfit trimmed with faux fur and a knitted beanie. Around her are piled luxurious shopping bags with visible brand logos and elegantly ribboned gift boxes. The background features a snow-covered Christmas village with twinkling string lights, and a reindeer awaits in the foreground. The scene is filled with a dreamy, festive atmosphere and a sense of joyful motion, rendered in bright, warm colors. Illustration style, digital painting, magical realism, high detail, dynamic composition.

2.抽卡过程



03 字体生成

这个圣诞，
「购」快乐

这个
圣诞，
「购」快乐

这个圣诞，
「购」快乐

这个圣诞，
「购」快乐

这个圣诞，
「购」快乐

这个圣诞，
「购」快乐

这个圣诞，
「购」快乐

这个圣诞，
「购」快乐

04 设计调整



1、选定图片



2、调整虚实和颜色



3、调整比例



4、字体合成

界面展示

interface display

主视觉区

顶部主视觉通过圣诞主题与核心标题，营造节日氛围，传达圣诞活动信息

福利领取区

集中展示用户可领取的各项活动福利与优惠

推荐有礼区

利用“推荐有礼”的多层级奖励机制,激励现有用户邀请新用户

邀好友区

展示邀请好友后可获得的各级优惠券，激励用户分享拉新



H5活动展示

本项目为“圣诞购快乐”主题营销活动页面设计，采用清晰的模块化布局引导用户参与。顶部主视觉区通过节日主题与限时红包提示营造氛围。核心活动入口以按钮形式突出“关注有礼”“推荐有礼”等关键路径。下方详细展示各活动规则与阶梯奖励，如邀请好友得优惠券、助力解锁不同档位红包等，并通过“未获得”状态激发参与意愿。整体设计以直观的视觉动线和明确的利益点，高效引导用户完成关注、分享及消费转化。



闪屏展示

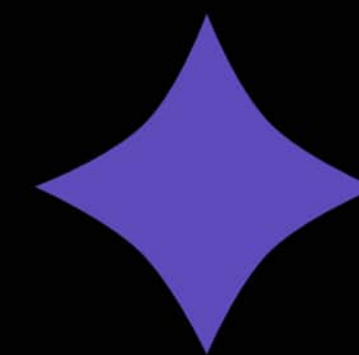


弹窗展示

THANKYOU

Thanks for watching~

////////////////////



王睿晗·作品集·2026

邮箱: 2050732270@qq.com 电话: 13009593633 微信: wrh13009593633