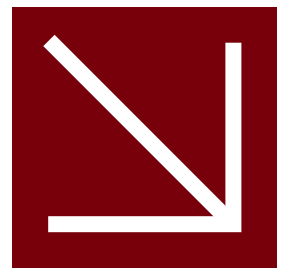


# PORTFOLIO

## CREATIVE

**SELECTED WORKS(2024-2026)**

**CHENGSHUAI JIN**





生日：2001.4.26  
电话：18066239919  
邮箱：1264387809@qq.com

技能优势



关于我

我是建筑学转行 UI 的设计师，具备扎实的审美、版式把控与逻辑思维。擅长用AI生成UI界面，熟练掌握 Figma、PS、AI 等工具。拥有严谨的设计思维与快速学习能力，可快速适配 UI 工作，专注做好界面视觉与用户体验设计。

教育经历

|             |               |        |
|-------------|---------------|--------|
| 2024 - 2027 | 福州大学（双一流 211） | 建筑学/硕士 |
| 2019 - 2024 | 温州大学          | 建筑学/本科 |

项目经历

|        |                                                                                  |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------|
| 2024.9 | 海洋牧场渔业碳汇管理单元设计                                                                   |
|        | 完成一套包含碳汇管理、生活居住、观光旅游的复合型海洋牧场单元方案，提出可复制的高效碳汇管理模型；<br>项目成果入选同济DigitalFUTURES国际工作营。 |
| 2023.4 | 基于 pix2pixHD 模型的风格化建筑效果图生成研究                                                     |
|        | 通过pix2pixhd模型来完成图片对图片的风格化迁移，大大提高建筑学效果图出图效率；<br>成功测试出使用该模型快速生成风格化的建筑效果图。          |

CONTENT

01

Moffee

咖啡点单  
小程序设计

02

Rimate

乘客互助  
APP 设计

03

Spaceform

建筑师工作室  
WEB 设计

04

Pix2pixHD

风格化效果图  
AI 图片生成

05

Other

海报设计  
模型搭建



# Mooffee | 私人咖啡

## Mood Coffee



Mooffee



01

## Project Background

### 项目背景

现制咖啡小程序陷入两极分化：**效率型陷信任危机，体验型效率低下，且普遍存在“不知道喝什么”的选择困境。**本项目旨在打造一个以“公平透明定价”与“场景化智能推荐”为核心的新型小程序，跳过冰冷的价格战，做最懂用户心情的咖啡伴侣。

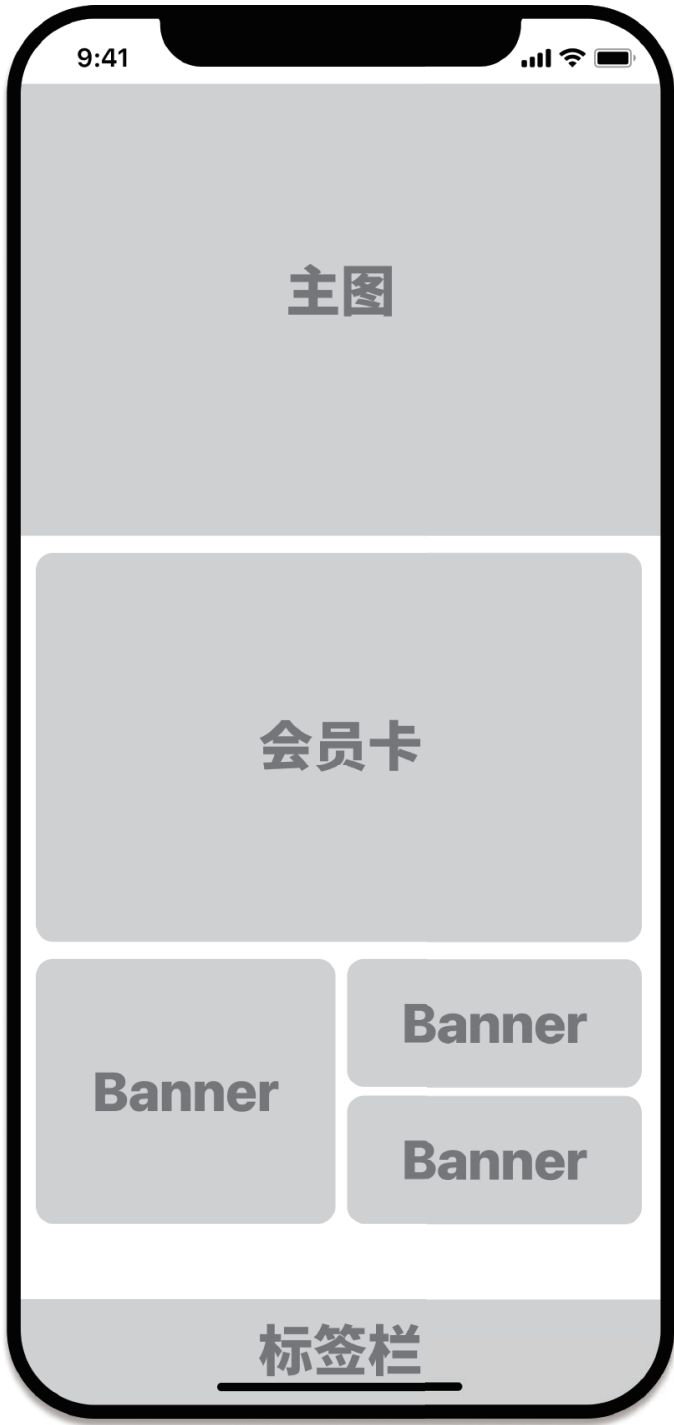
Freshly brewed coffee mini-programs are polarized: efficiency-driven ones face trust crises, while experience-focused ones lack efficiency, with users often stuck on "what to order." Our project creates a new mini-program centered on fair, transparent pricing and mood-based intelligent recommendations—skipping cold price wars to become the coffee companion that truly understands how you feel.

# Competitor Analysis

## 竞品分析

根据产品定位、目标用户和核心价值主张，市面上的咖啡点单小程序可归为以下四类：**效率工具型**（瑞幸咖啡）、**品牌叙事型**（星巴克）、**极简轻量型**（Manner Coffee）、**情感治愈型**（永璞咖啡）

Based on product positioning, target users and core value propositions, the coffee ordering mini-programmes currently available on the market can be categorised into the following four types: efficiency-focused (Luckin Coffee), brand-narrative-driven (Starbucks), minimalist and lightweight (Manner Coffee), and emotionally uplifting (Yongpu Coffee)



### 瑞幸咖啡

**范围层：**  
功能覆盖完整，包含到店取、幸运送、优惠券、拼单、礼品卡、福利中心、联名活动、人气推荐等，商业转化能力强

**结构层：**  
采用“顶部 Banner + 功能宫格 + 优惠卡片 + 推荐内容 + 底部导航”的成熟结构，入口清晰但数量过多

**表现层：**  
高饱和蓝色、促销红、明星联名和大面积活动图形成强视觉刺激



### 星巴克

**范围层：**  
首页围绕会员、星级、好礼券、专星送、活动新品展开，强调品牌关系和长期运营

**结构层：**  
多 Tab 架构完整，会员、点单、订单、我的等路径清晰，但首页承载内容偏重

**表现层：**  
品牌绿色稳定，图片质感较高，活动 Banner 有较强氛围感和精致感





## Manner

**范围层：**  
功能克制，主要包含开始点单、会员积分码、订单、积分商城等，干扰较少

**结构层：**  
首页路径短，核心入口突出，用户可以快速开始点单

**表现层：**  
视觉安静，低饱和背景、产品大图和简洁文字营造高级感



## 永璞

**范围层：**  
内容丰富，包含岛民身份、积分、任务、签到、游戏、商城、客服等，情绪连接强

**结构层：**  
结构更接近品牌社区或小游戏，新用户需要探索，点单路径不够直接

**表现层：**  
插画风格强，手绘质感、角色化表达和治愈色彩带来强记忆点

# Design Implementation

## 设计转化

| 竞品发现          | 暴露的问题             | 本项目的设计机会             | 具体设计建议                              |
|---------------|-------------------|----------------------|-------------------------------------|
| 瑞幸首页入口多、促销强   | 用户容易被优惠和活动分散注意力   | 将首页从“功能集合页”转为“心情决策页” | 首页优先展示问候语和 6 种心情选择，而不是优惠券和活动 Banner |
| 星巴克品牌感强但结构重   | 点单前被会员、活动、权益打断    | 保留品质感，但减少会员体系干扰      | 产品图精致、文案温柔，会员和活动入口后置                |
| Manner 路径短但冷淡 | 用户能快速点单，但缺少被理解感   | 在极简路径中加入情绪推荐         | 选择心情后给出一杯 AI 推荐咖啡，并说明推荐理由           |
| 永璞情绪强但效率低     | 插画和任务体系容易遮蔽点单     | 把情绪表达嵌入点单后半段         | 杯贴创作放在推荐结果之后，作为轻表达入口                |
| 现有菜单选择复杂      | 用户不知道喝什么，容易陷入决策困境 | 用 AI 推荐减少选择成本        | 采用“一个主推荐 + 换一杯 + 查看全部菜单”的结构         |

# POSITION

04

## 项目定位

这是一款以“心情点单”为核心的咖啡小程序，**面向有选择困难、重视价格公平与情绪体验的年轻用户**。它通过 AI 推荐一杯适合当下状态的咖啡，并结合透明定价与杯贴轻创作，提供克制、高效、有温度的点单体验。

This is a mood-based coffee ordering mini program for young users who struggle with choices, value fair pricing, and seek emotional connection. It uses AI to recommend one suitable coffee for the user’s current mood, while combining transparent pricing and light cup-sticker creation to create a restrained, efficient, and warm ordering experience.

心情点单

Mood Order

公平透明

Fair Pricing

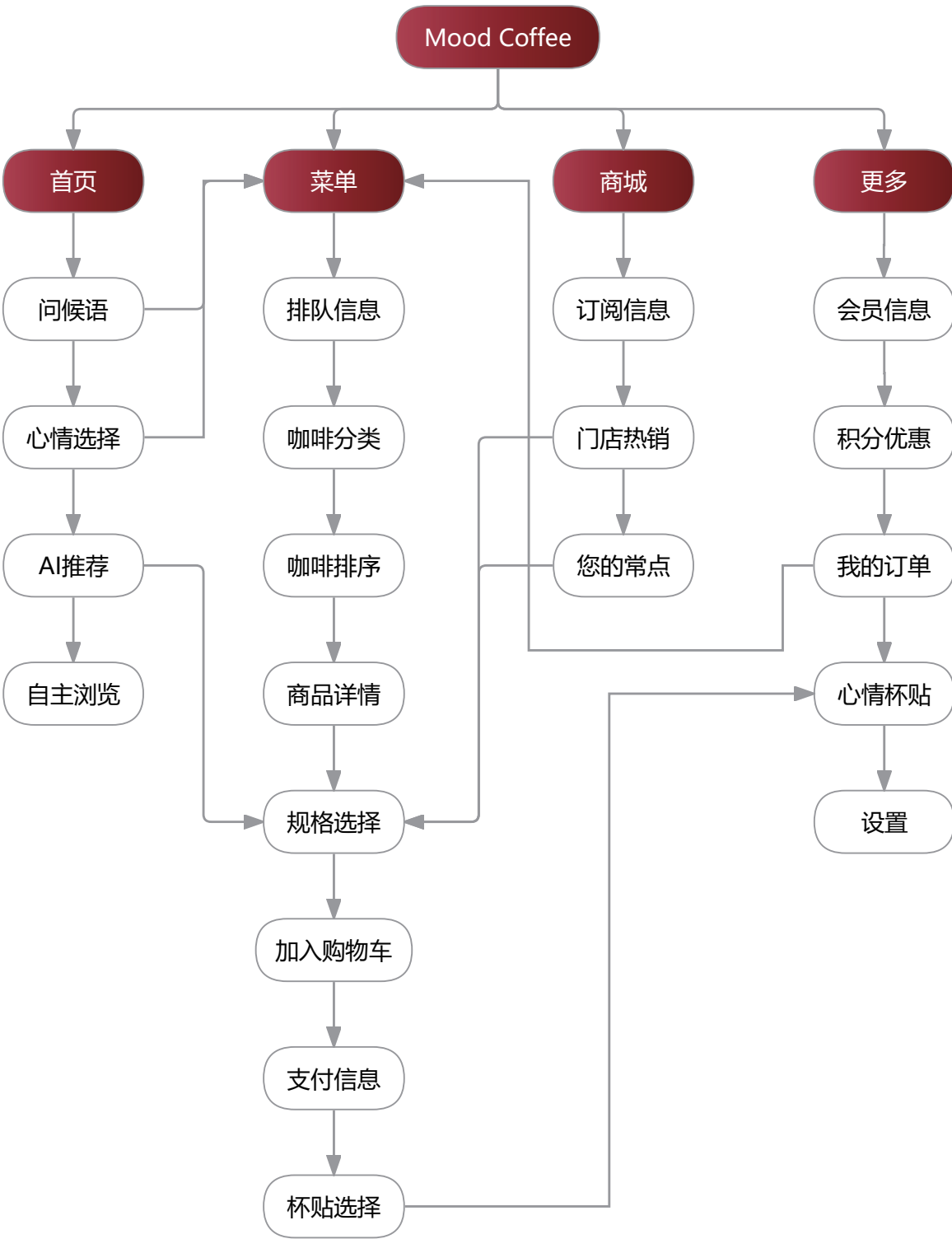
轻柔表达

Soft Expression

05

# Architecture

## 功能架构



# USER RESEARCH

05

## 用户调研

Accenture 全球消费者调研数据显示 **58% 的消费者因信息过载而放弃购买**，当面临过多产品或信息时，超过半数消费者会选择“什么都不买”直接离开。

McKinsey Gen Z 消费洞察数据发现 **42% 的 Z 世代表示“做决定很累”**，年轻一代在消费中更渴望“帮我一键选择”而非“给我所有选项”。

Accenture's global consumer survey shows that 58% of consumers abandon a purchase due to information overload — when faced with too many products or too much information, more than half simply choose to “buy nothing” and leave.

McKinsey's Gen Z consumer insights reveal that 42% of Gen Z say “making decisions is exhausting.” Younger consumers increasingly crave a “one-click choice for me” experience rather than being given every option.

# COLOR SPECIFICATION

06

## 颜色规范

红色在饮品行业中天然关联“活力、温暖、心跳加速”，这正是咖啡的功能本质，因此以红色做为主色调。

Red naturally evokes vitality, warmth, and a quickened heartbeat in the beverage world — exactly the functional essence of coffee. That’s why we use red as our primary color.

### 基础色

|                                  |                                    |                                    |                                   |
|----------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|
| <div>主色</div> <div>#77000B</div> | <div>辅色</div> <div>#F8F4ED</div>   |                                    |                                   |
|                                  | <div>重要文字</div> <div>#212121</div> |                                    |                                   |
|                                  | <div>普通文字</div> <div>#757575</div> | <div>次要文字</div> <div>#ABADB1</div> | <div>背景色</div> <div>#fefefe</div> |
|                                  |                                    |                                    |                                   |

### 辅助色

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |



07

TEXT SPECIFICATION

字体规范

主要运用 SF PRO 一种字体。页面字体统一，根据大标题、副标题等不同属性将字体分为不同等级，使用面 and 通统一，层次分明。

Primarily use a single typeface, SF PRO. The page fonts are consistent, with different levels assigned based on attributes such as main titles and subtitles. The use of surfaces and spacing is unified, creating a clear hierarchy.

|                                                                                                                                                                                                   |                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| <div>сәйүс һәй һәрһәсәһә</div> <div>ahoj <b>hello olá</b></div> <div>rola dobar dan bonjoc</div> <div><b>مرحبًا</b> ciao סליט</div> <div>o xin chào привіт</div> <div><b>vníστε</b> marhaba</div> | <div>大标题</div> <div>SF Pro Medium</div> <div>24/42</div> |
| <div>小标题</div> <div>SF Pro Semibold</div> <div>16/24</div>                                                                                                                                        |                                                          |
| <div>Body</div> <div>SF Pro Regular</div> <div>14/22</div>                                                                                                                                        |                                                          |
| <div>Body Bold</div> <div>SF Pro Semibold</div> <div>14/22</div>                                                                                                                                  |                                                          |
| <div>Caption</div> <div>SF Pro Regular</div> <div>12/20</div>                                                                                                                                     |                                                          |

08

ICON SPECIFICATION

图标规范

图标以线稿为主，主色调采用页面主色调，根据使用需求分为默认状态和按压状态，以下图标上排为默认状态，下排为按压状态

The icons are primarily line art, with the main colour scheme matching that of the page. They are categorised into default and pressed states according to usage requirements; in the image below, the top row shows the default state and the bottom row shows the pressed state.



标签栏动效  
Tab Bar Animations

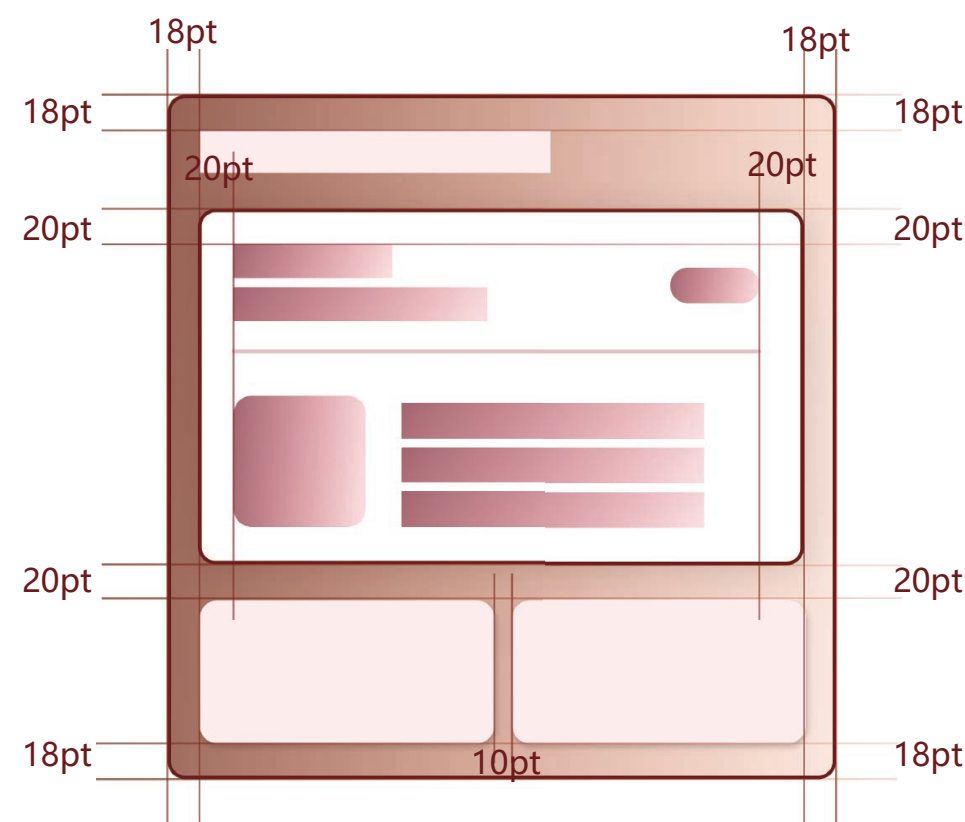
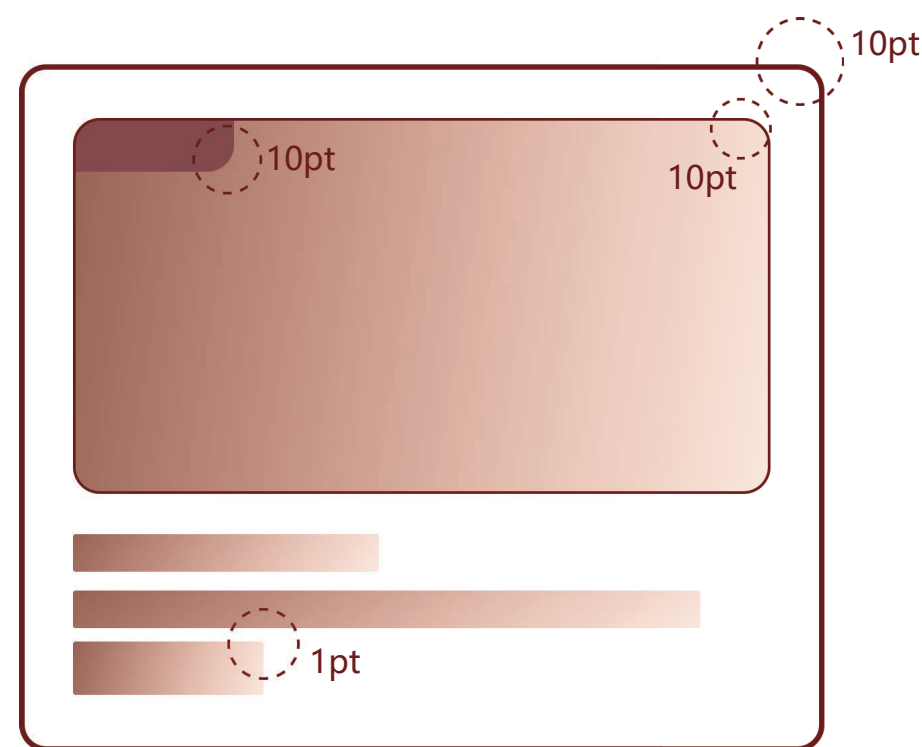
# LAYOUT SPECIFICATION

09

## 布局规范

本小程序很多地方使用卡片式布局，大圆角为 10pt，标签等小圆角为 1pt，卡片内间距为 20pt，间距统一，使页面更加和谐。

This mini-programme makes extensive use of a card-based layout, with large rounded corners of 10pt, small rounded corners of 1pt for labels and similar elements, and an internal spacing of 20pt within the cards; this consistent spacing creates a more harmonious page.



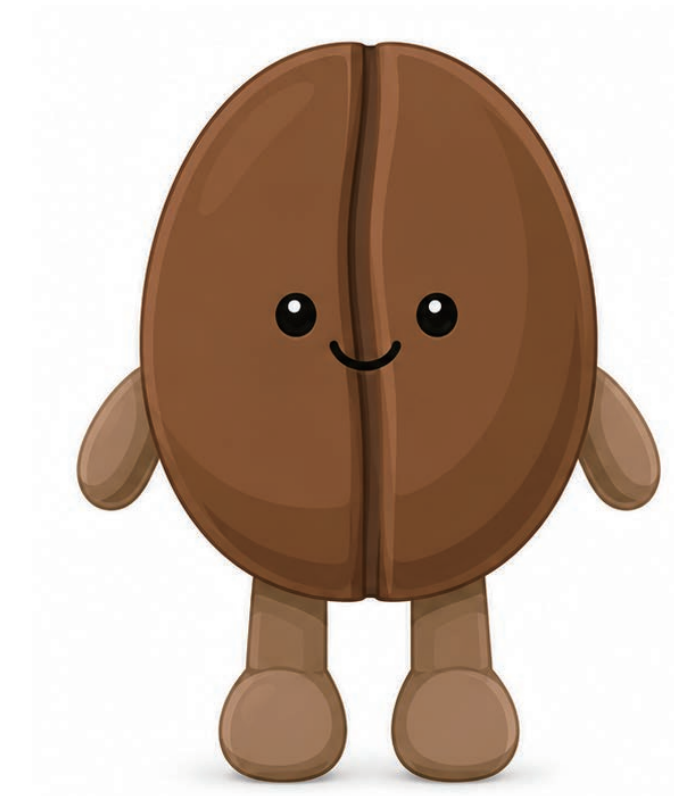
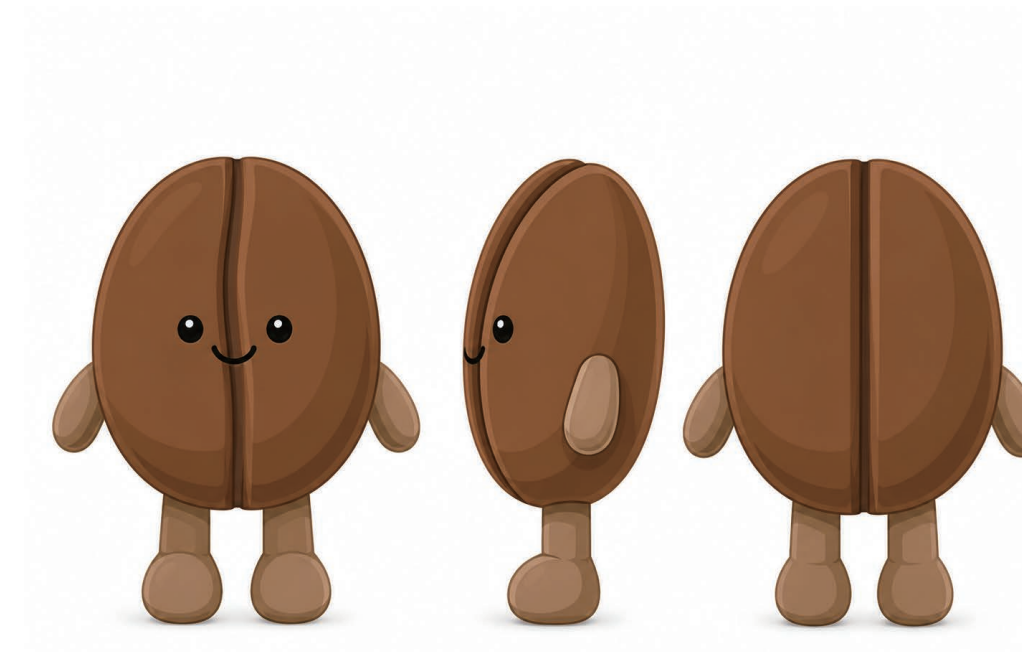
10

# IP DESIGN

## 吉祥物设计

咖啡豆是一杯咖啡品质的关键所在，符合本 app 的基调；配色以咖啡豆的棕色为主。表情精怪可爱，拉近用户距离。

Coffee beans are key to the quality of a cup of coffee, which fits the tone of this app; the colour scheme is dominated by the brown of coffee beans. The emoticons are quirky and cute, helping to build a connection with users.



# EMOJI

11

## 表情设计

根据 ip 路路的特征，设计了 9 个 ip 表情包，上传于微信平台；根据咖啡馆顾客每日心情的变化，设计出困、emo、烦躁、活力等表情；风格可爱亲切，增加 ip 的影响力，提升 app 的亲切感。

Based on the characteristics of the IP character Lulu, nine IP emoji packs were designed and uploaded to the WeChat platform. According to the daily mood changes of café customers, expressions such as sleepy, emo, irritable, and energetic were designed. The style is cute and friendly, increasing the IP's influence and enhancing the app's approachability.



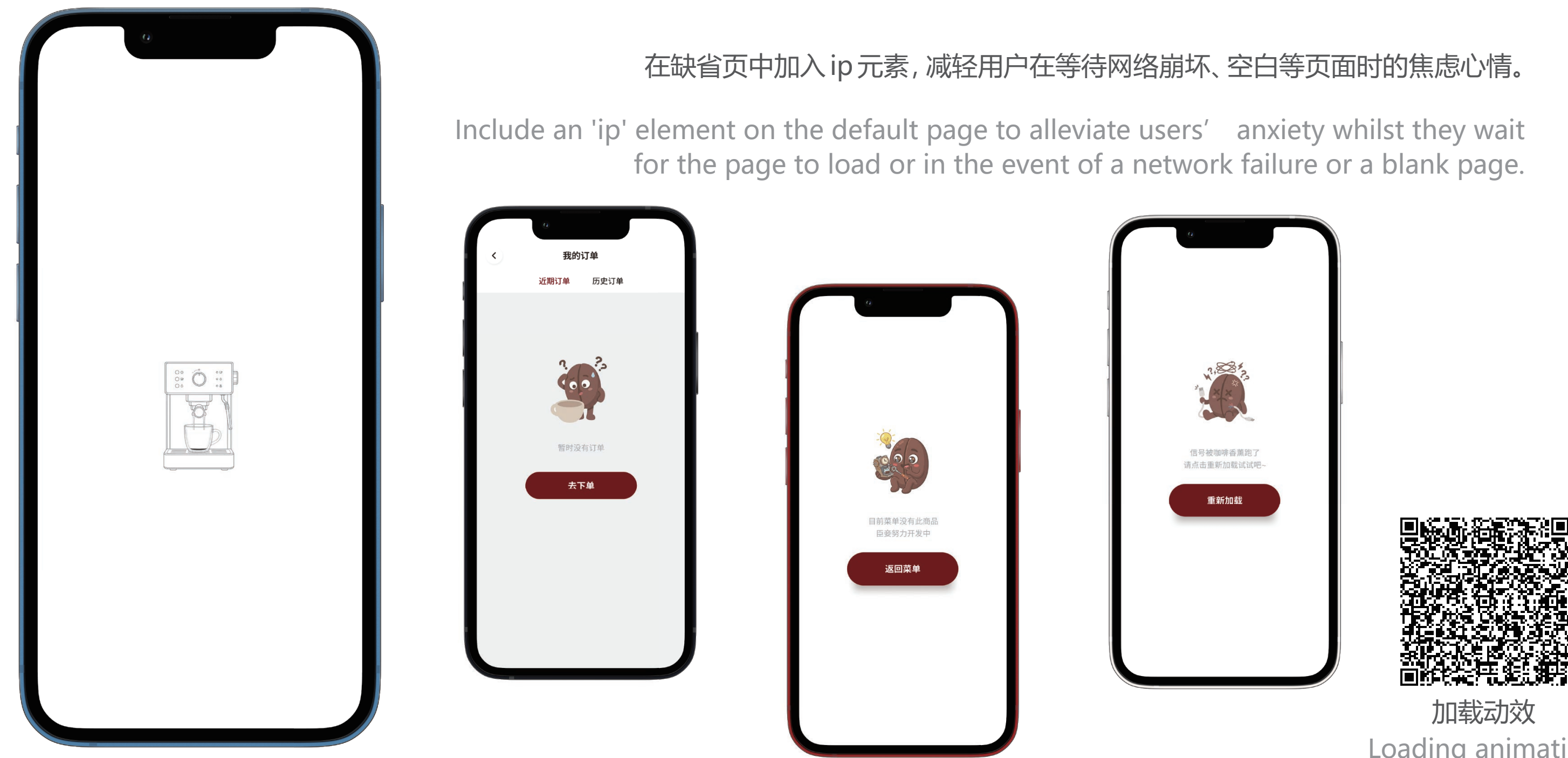
12

# DEFAULT PAGE

## 缺省页

在缺省页中加入 ip 元素，减轻用户在等待网络崩坏、空白等页面时的焦虑心情。

Include an 'ip' element on the default page to alleviate users' anxiety whilst they wait for the page to load or in the event of a network failure or a blank page.



加载动效  
Loading animation



# HOME

## 首页

首页主要分为问候语、心情选择、心情推荐、自主访问四个功能区。

The homepage is primarily divided into four sections: greetings, mood selection, AI recommendations and self-service access.

问候语区: 点开界面即给客户提供情绪价值, 天气实时变化。



滚轮式心情选择: 共六项, 根据果酱实验当提供 24 种果酱时, 只有 3% 的顾客购买; 而仅提供 6 种时, 购买率升至 30%。



滚轮式心情推荐: 每轮推荐三杯, 根据用户心情、时间、天气及历史偏好推荐对应咖啡因含量、甜度、热量的咖啡。



自主访问: 还给用户自主选择的权力。



13

14

# MENU

## 菜单



卡片提醒: 减少用户等待焦虑。

Tab 式导航: 针对不同类型选择展示不同的菜单内容。

菜单排序: 针对不同需求的人展示不同的菜单排序, 减少点单时间, 提高点单效率, 满足不同顾客需求。

卡片式菜单布局: 可上下滑动选择商品, 单机菜单顶部可回到顶部。

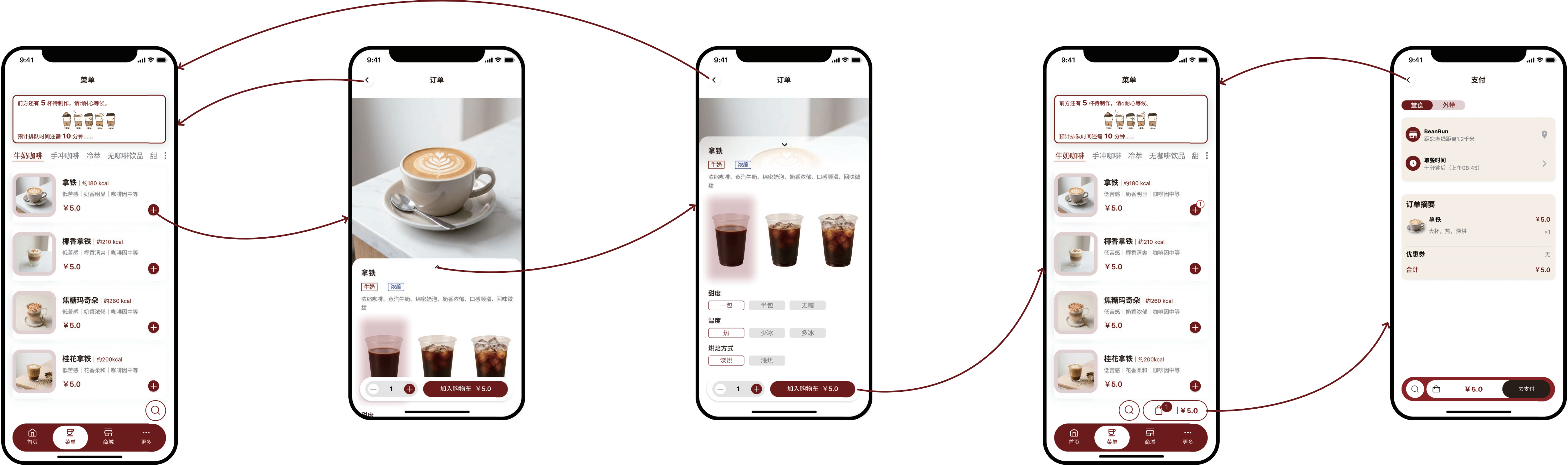
信息展示区: 点单后变为支付按钮。



PROCESS

15

点单流程





# MORE

## 更多

此区域由上到下分别为个人信息卡片、会员卡片、banner、列表式布局，展示用户个人信息和个性化设置，同时向用户推送活动。

From top to bottom, this section features a personal information card, a membership card, a banner, and a list layout, displaying the user's personal information and personalized settings while promoting events to the user.

个人信息卡片：显示 id 以及邮箱

会员卡片：查看会员等级以及升级下一级所需豆值，点击可查看会员码。

Banner 区：每期根据活动内容变化，可左右滑动。

列表式布局：展示不同并列元素，遵循亲密性原则，按类别分开并列，便于用户寻找同类功能。



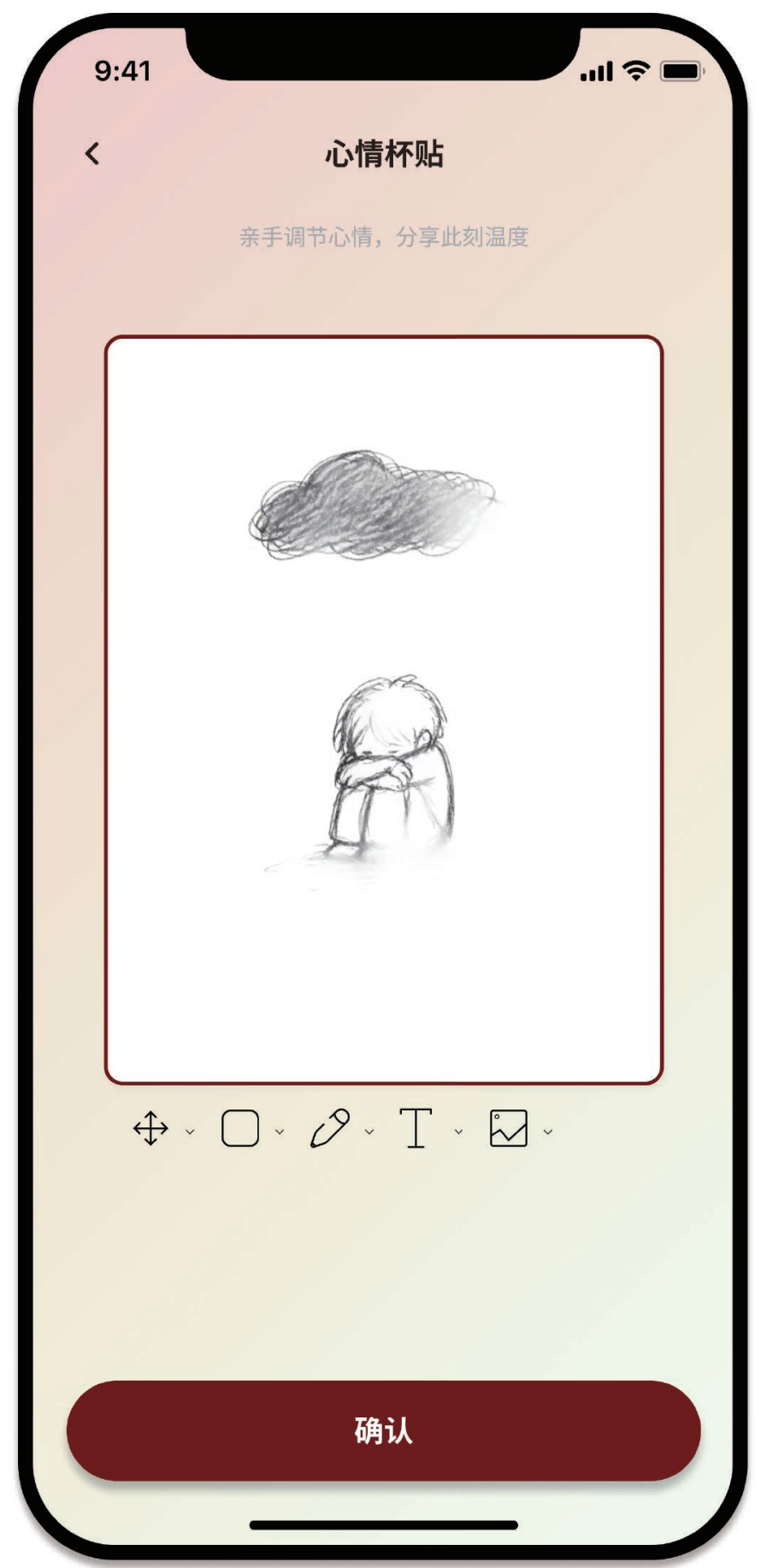
展开卡片显示优惠券、已消费金额和卡内余额，并出示会员码



部分 Banner 展示。



个人信息处可查看已创作的心情杯贴，根据心情选用，也可随时创作，内含移动工具、形状工具、画笔工具、文字工具并支持导入图片。



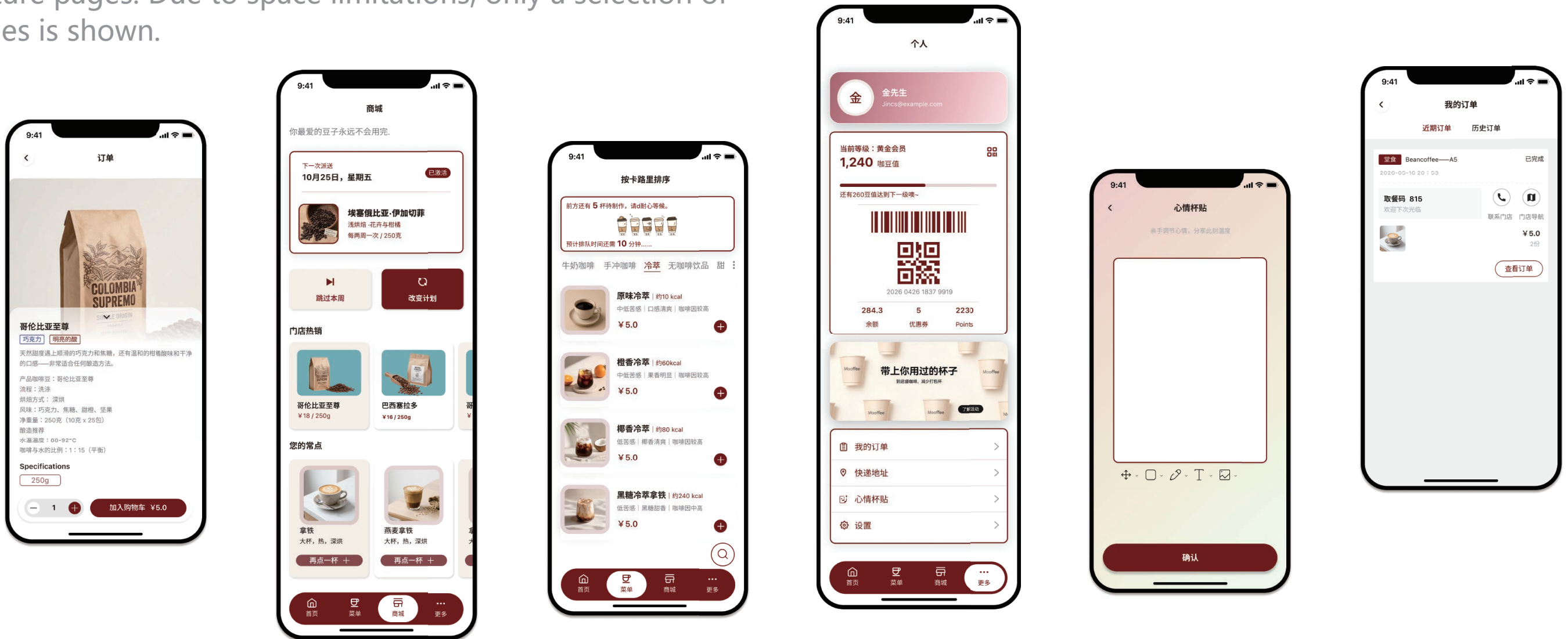


# ALL PAGES

## 所有页面

以下为主功能页面的展示集合，由于篇幅有限，仅展示部分页面。

The following is a collection of screenshots of the main feature pages. Due to space limitations, only a selection of pages is shown.



RiMate | 乘客互助 app

# Rail Mate



Rail Mate



OVERVIEW

01

项目概述

01

项目背景

高铁旅途常遇各种不便,如急需物品、调换座位,但内向者怯于当面开口。本应用搭建线上互助平台,支持匿名发布,让温暖传递。

High-speed train journeys often face various inconveniences, like urgent needs or seat changes, but introverts hesitate to ask in person. This app builds an online mutual-aid platform, supporting anonymous posts, to spread warmth.

02

产品简介

高铁乘客匿名互助平台, 解决旅途突发需求, 让内向者线上轻松求助。

Anonymous mutual-aid platform for train passengers, solving unexpected needs and helping introverts seek help online easily.

03

核心功能

匿名发布需求, 同车推送, 私信协商交接, 互助信用互评, 紧急需求优先提醒, 全程无需当面开口。

Anonymous posting, train-based push, private chat for handover, mutual rating, urgent priority alerts – all without face-to-face interaction.

02

Architecture

功能架构



# TEXT SPECIFICATION

## 字体规范

主要运用 SF PRO 一种字体。页面字体统一，根据大标题、副标题等不同属性将字体分为不同等级，使用面 and 通统一，层次分明。

Primarily use a single typeface, SF PRO. The page fonts are consistent, with different levels assigned based on attributes such as main titles and subtitles. The use of surfaces and spacing is unified, creating a clear hierarchy.

|                                                                                                                                                   |                        |                      |              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------|--------------|
| сәйүс һеј һрһдс<br>əhoj <b>hello olá</b><br>rola dobar dan bonjс<br><b>مرحبًا ciao</b> ׀׀׀׀׀<br><b>Ô xin chào привіт</b><br><b>vníστε</b> marhahс | <b>大标题</b>             | <b>SF Pro Medium</b> | <b>24/42</b> |
| <b>小标题</b>                                                                                                                                        | <b>SF Pro Semibold</b> | <b>16/24</b>         |              |
| Body                                                                                                                                              | SF Pro Regular         | 14/22                |              |
| <b>Body Bold</b>                                                                                                                                  | <b>SF Pro Semibold</b> | <b>14/22</b>         |              |
| Caption                                                                                                                                           | SF Pro Regular         | 12/20                |              |

# COLOR SPECIFICATION

## 颜色规范

蓝色象征信任与安宁，能安抚情绪、降低社交压力。高铁互助需安全感，蓝色传递可靠与平和，让内向者更安心地线上求助。

Blue symbolizes trust and tranquility, calming emotions and easing social anxiety. Mutual aid on trains requires a sense of safety. Blue conveys reliability and peace, helping introverts feel more comfortable seeking help online without face-to-face pressure.

## 基础色

|                      |                        |                        |                       |
|----------------------|------------------------|------------------------|-----------------------|
| <b>主色</b><br>#627AC9 | <b>辅色</b><br>#7BB6ED   |                        |                       |
|                      | <b>重要文字</b><br>#212121 |                        |                       |
|                      | <b>普通文字</b><br>#757575 | <b>次要文字</b><br>#ABADB1 | <b>背景色</b><br>#fefefe |
|                      |                        |                        |                       |

## 辅助色

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |



# HOME

## 首页

首页主要分为地点定位、搜索框、需求查看、最近请求四个功能区。

The homepage is primarily divided into four functional zones: location positioning, a search box, request viewing, and recent requests.

地点定位：提示乘客到站时间以及车厢位置。

搜索框：可搜索目前求助情况，看看是否有符合自身需求的求助，例如拼车、换座等。

滚轮式需求查看：分类查看需求，紧急需求放在最前方。

最近请求列表：查看最近请求。



05

06

# CHAT

## 群聊

提供列车群聊，共享车厢信息，并在新的需求产生时会通过 AI 助手发送求助卡片。

The app offers train-based group chats, carriage-wide information sharing, and automatically dispatches a help request card via AI assistant whenever a new need is posted.



# SEND REQUEST

## 发出求助

求助页分为到站提示、请求需求卡片、交接方式卡片、补充说明卡片四个功能区。

The Help page is divided into four functional sections: Arrival Notifications, Request Cards, Handover Methods Cards and Supplementary Notes Cards.

07

到站提示：提示乘客到站时间以查看是否需要发出需求。

请求需求卡片：提出需求类型，分紧急、换座、借物、拼车等，其中某些需求需要信誉验证。

交接方式卡片：选择交接方式。

补充说明卡片：补充说明。



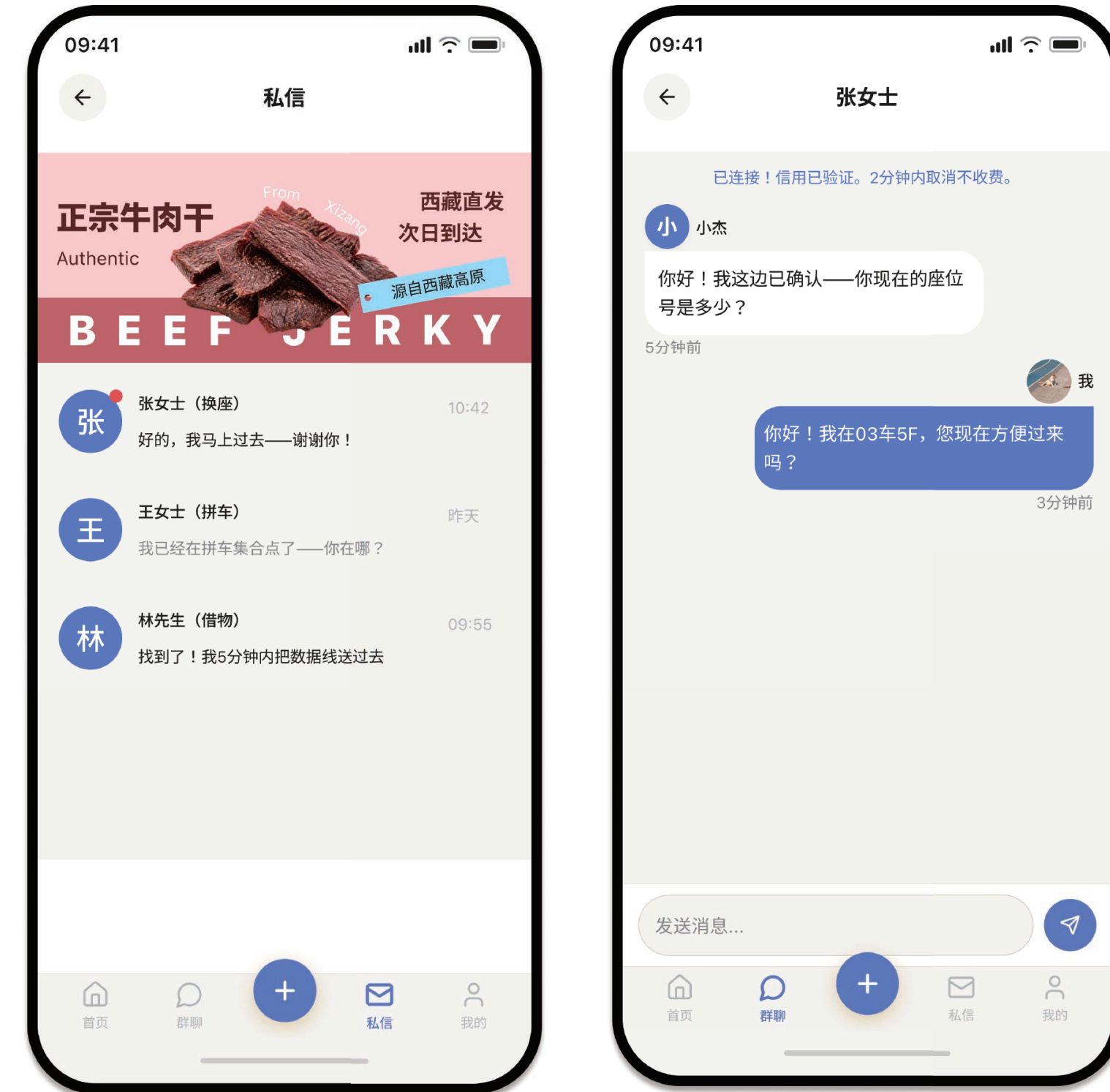
08

# MESSAGE

## 消息

分为 Banner、消息列表两个功能区，Banner 用于推销列车产品，消息列表为已经接受的需求提供私人的聊天界面，对于刚接受的帮助，接受者可在两分钟内取消。

It is divided into two functional areas: the Banner and the Message List. The Banner is used to promote train-related products, whilst the Message List provides a private chat interface for requests that have already been accepted. Recipients may cancel a request within two minutes of accepting it.





# MINE

## 我的

此区域由上到下分别为个人信息卡片、积分卡片、帮助次数卡片、列表式布局，展示用户个人信息和个性化设置。

From top to bottom, this section consists of a personal information card, a points card, a help count card and a list-style layout, displaying the user's personal information and personalised settings.

个人信息卡片：显示 id 以及邮箱

积分卡片：查看我的积分，积分可用于购票，提供帮助可以获得积分。

帮助次数卡片：显示我的帮助次数和拼车次数。

列表式布局：展示不同并列元素，遵循亲密性原则，按类别分开并列，便于用户寻找同类功能。



19

08



# ALL PAGES

## 全部页面

以下为主功能页面的展示集合，由于篇幅有限，仅展示部分页面。

The following is a collection of screenshots of the main feature pages. Due to space limitations, only a selection of pages is shown.

求助已发送！  
已通知本列车乘客



Design in  
2026

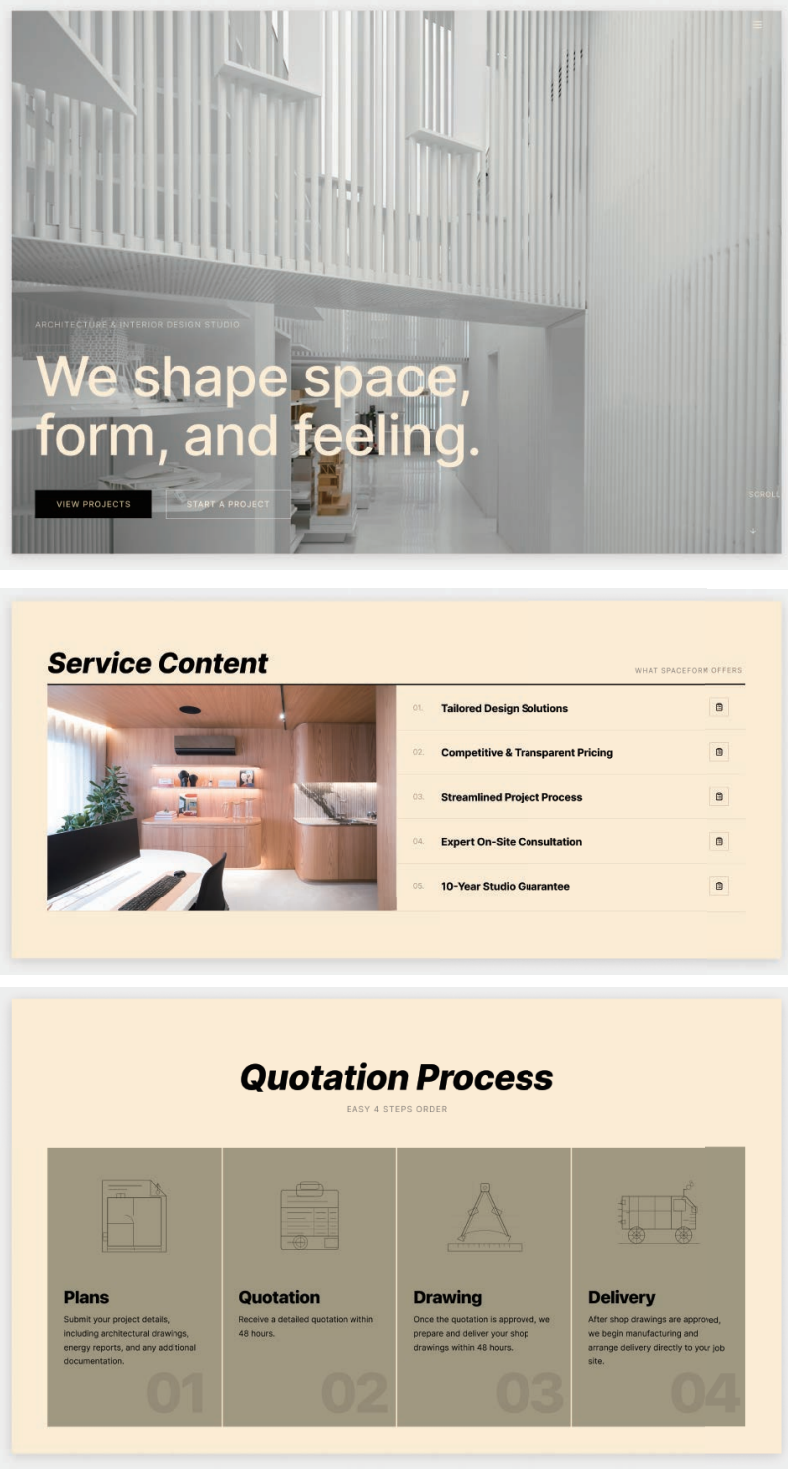
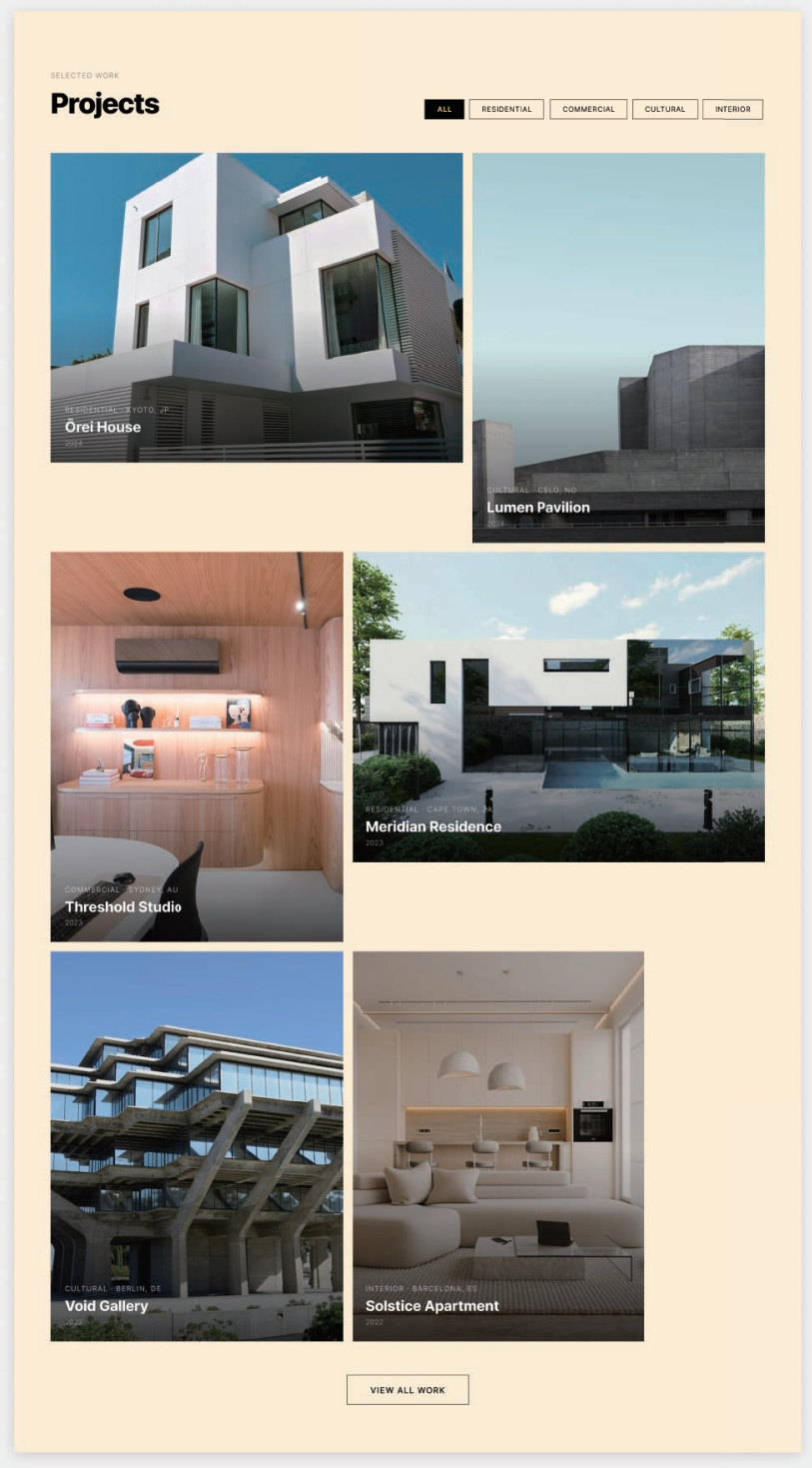
Web Design

Made for  
Spaceform

Spaceform  
Architectural Studio

前往查看

Web Design



Design in  
2026

Web Design

Made for  
Spaceform

Spaceform Architectural  
Studio



Spaceform 是一家成立于 2006 年的独立建筑与室内设计工作室。我们相信，建筑环境不仅要让人看得见，更要让人感受得到——空间应充满生机，材料应优雅地随时间流逝而变化，而其形态则会在初次邂逅后仍久久萦绕心头。

Spaceform is an independent architecture and interior design studio founded in 2006. We believe the built environment should be felt as much as seen — spaces that breathe, materials that age with grace, and forms that resonate long after the first encounter.





Homepages

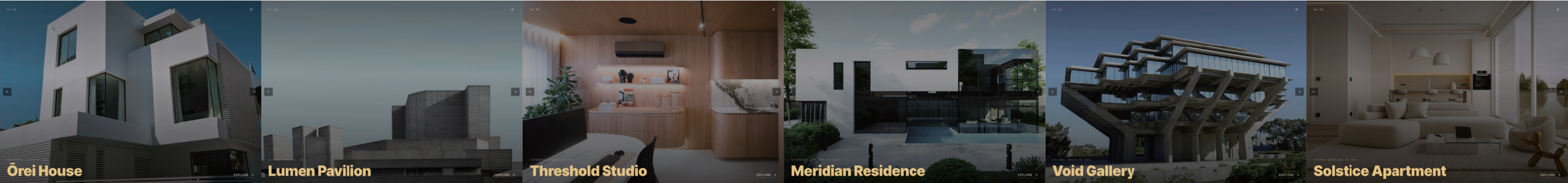


主页

Categories



目录



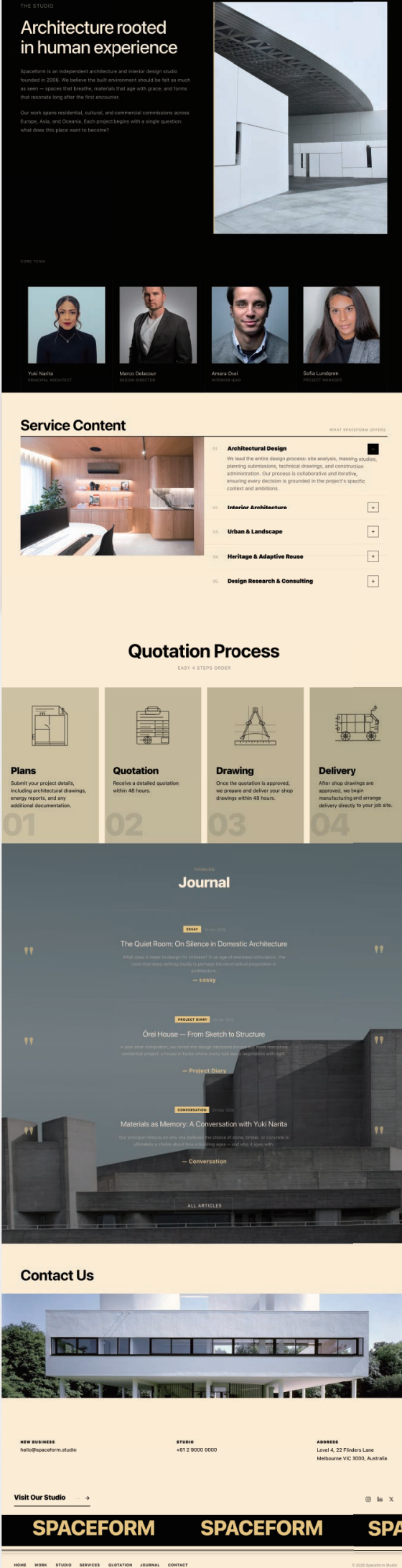


Introduction

介绍

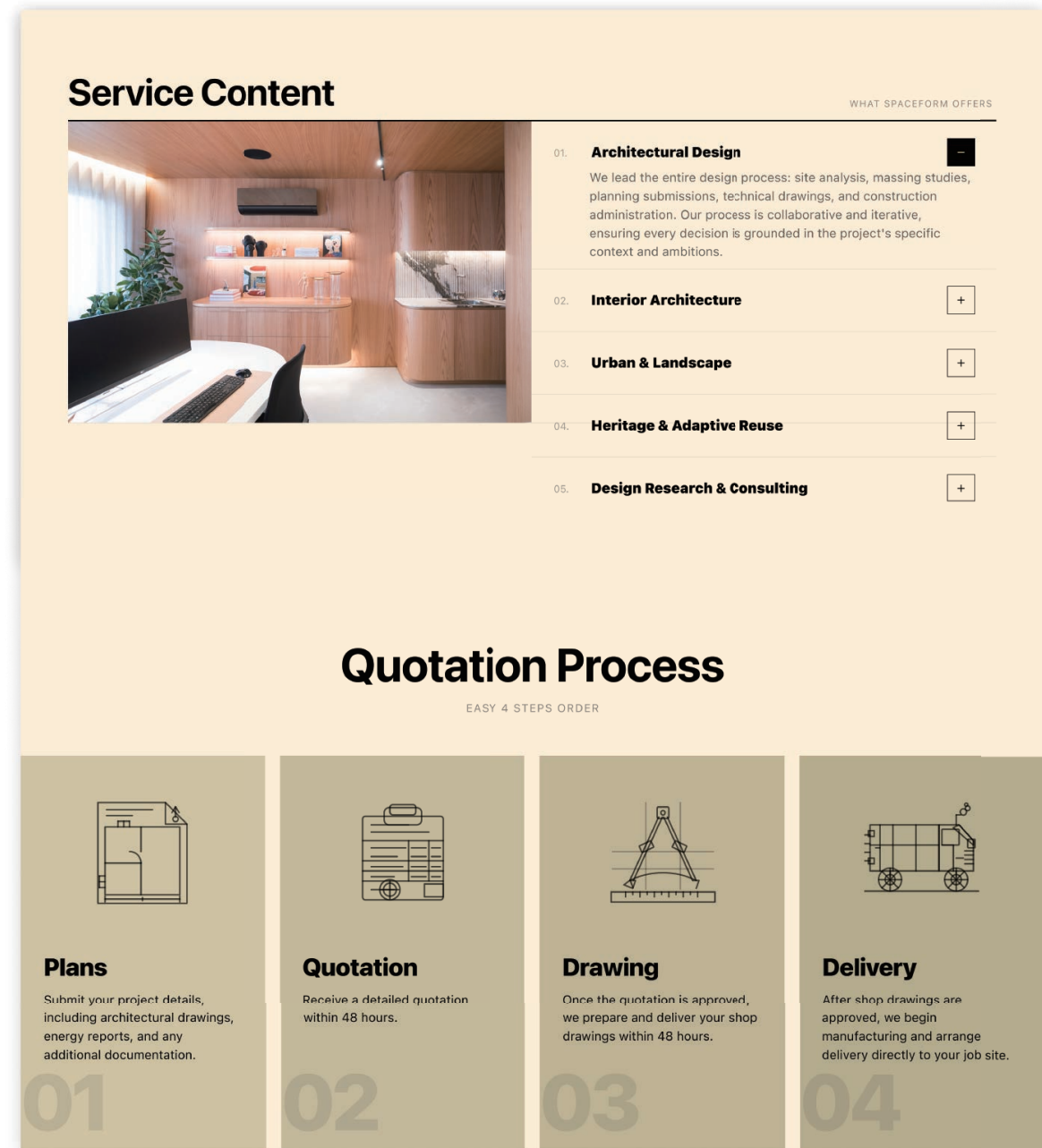
Introduction

介绍





Motion effects



动效



All pages



全部





# Pix2pix | AI 制图

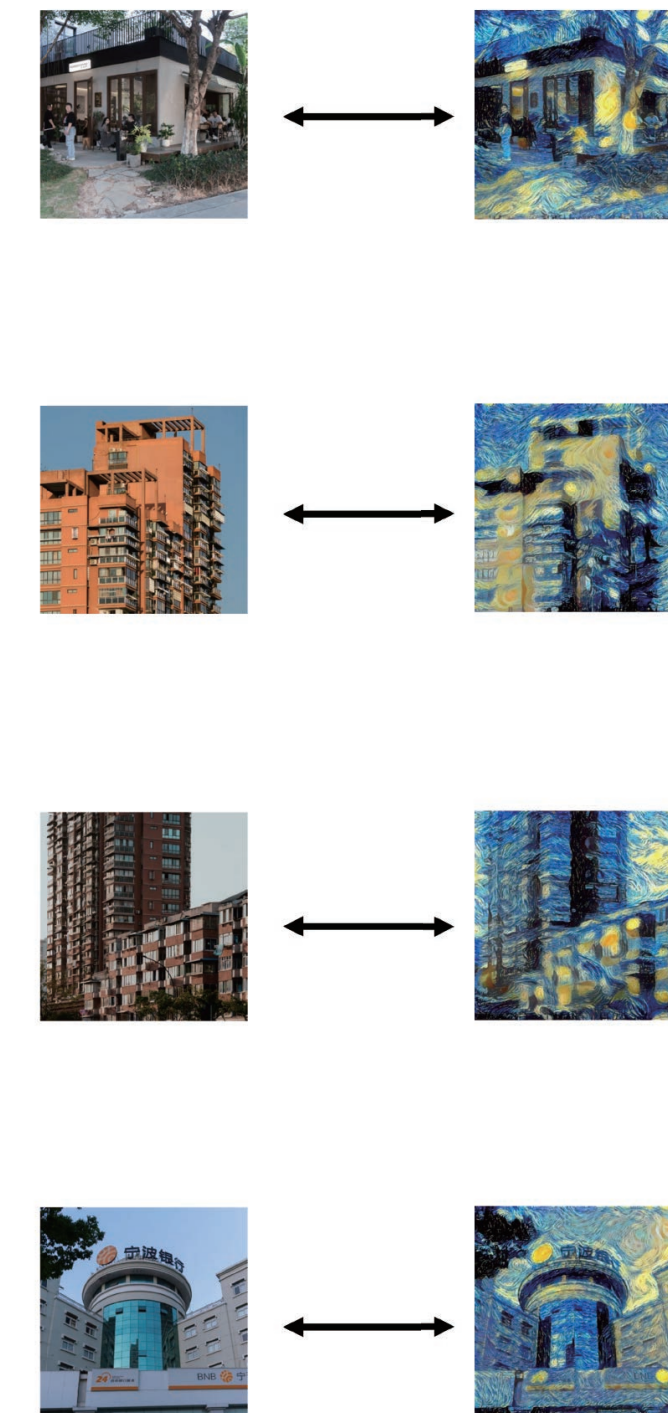
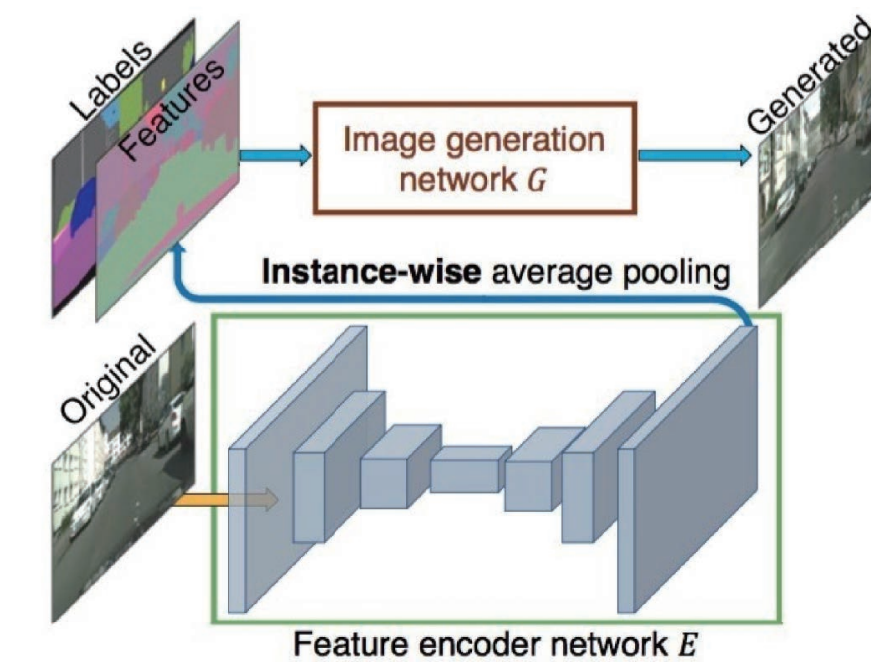
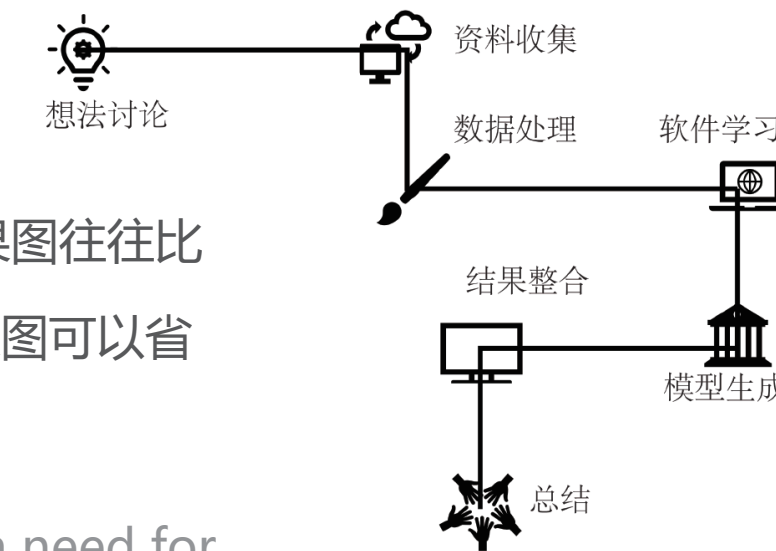
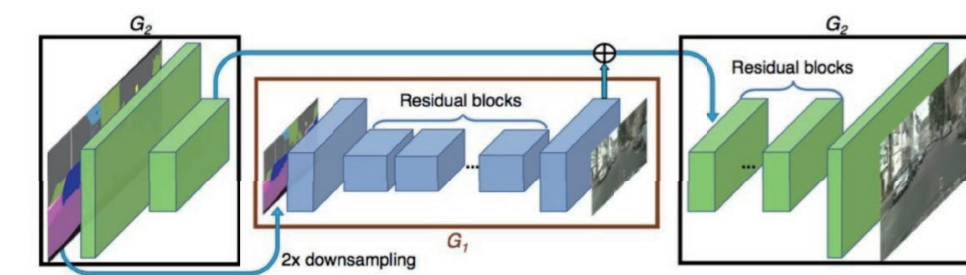
## Pix2pixHD

# BACK GROUND

## 背景

现在建筑市场可能出图需求比较快速，但是渲染效果图往往比较费时间。如果能用简单的 label 图转换成建筑效果图可以省时省力。而 pix2pix 能在训练后完成这一目的。

In today' s construction market, there may be a need for quick delivery of architectural drawings, but rendering visualizations often take a long time. If simple labeled images could be converted into architectural renderings, it would save both time and effort. Pix2Pix can achieve this after training.



以上图片来源于 Ostagram 在线生成平台



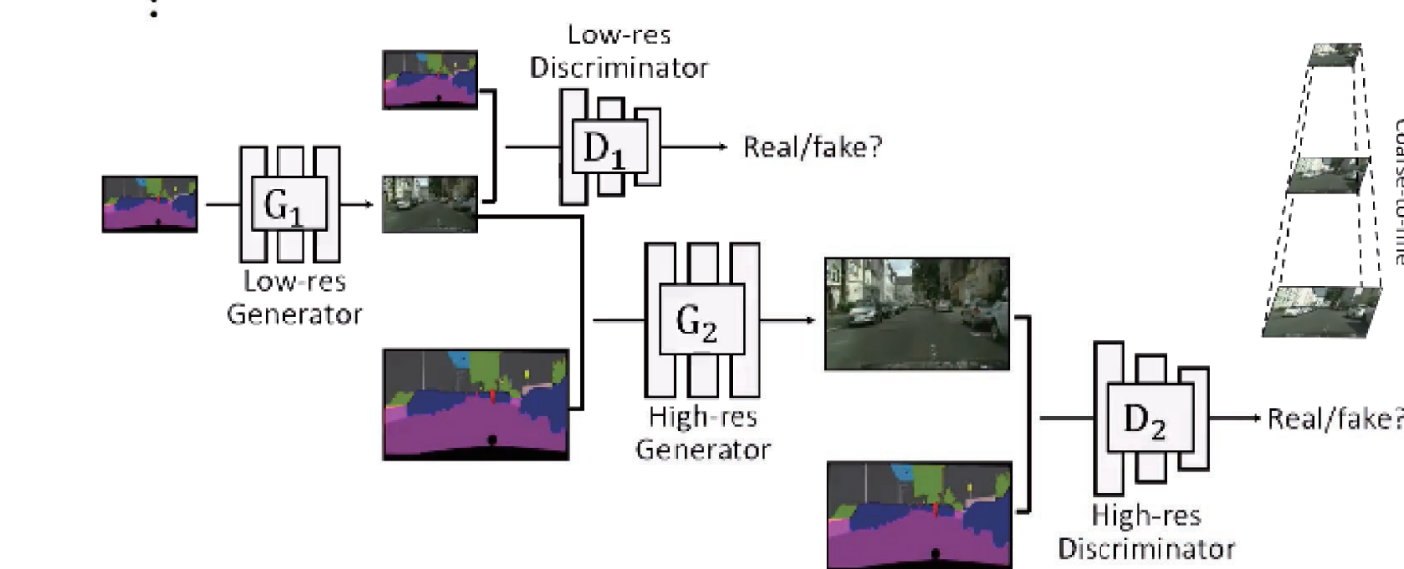
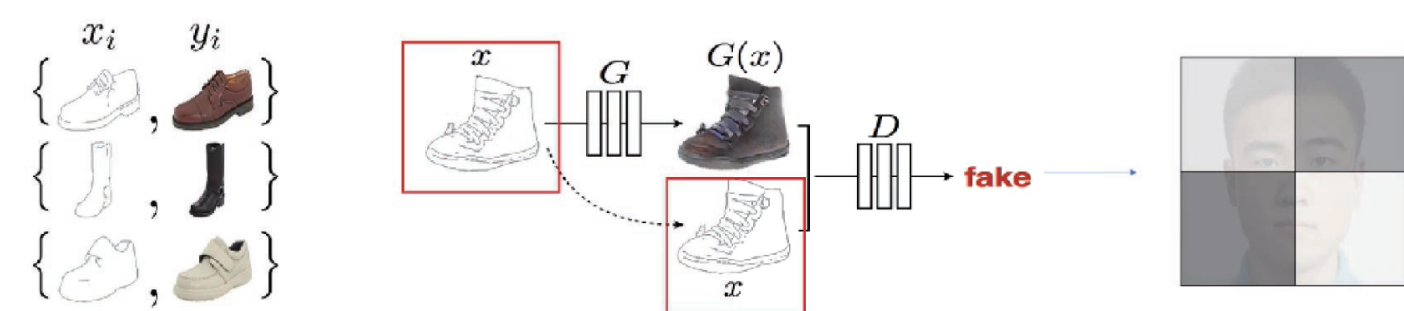
# PRINCIPLE

02

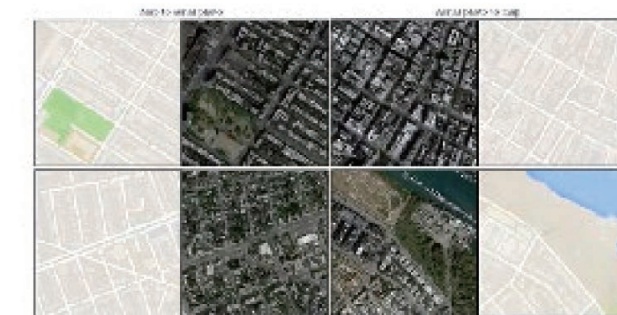
## 原理

pix2pixHD 是基于条件 GAN 的高分辨率图像生成模型。它采用粗到细的生成器逐级提升分辨率，并引入多尺度判别器与特征匹配损失，从全局到局部监督生成细节，实现高质量图像合成

pix2pixHD is a conditional GAN for high-resolution image synthesis. It uses a coarse-to-fine generator to progressively increase resolution, and employs multi-scale discriminators with feature matching loss to supervise both global layout and local details, enabling high-quality image generation



不同数据集结果



# DATA PROCESSING

03

## 数据处理



## 水景



## 街景



## 自然





# TRAIN

04

## 训练

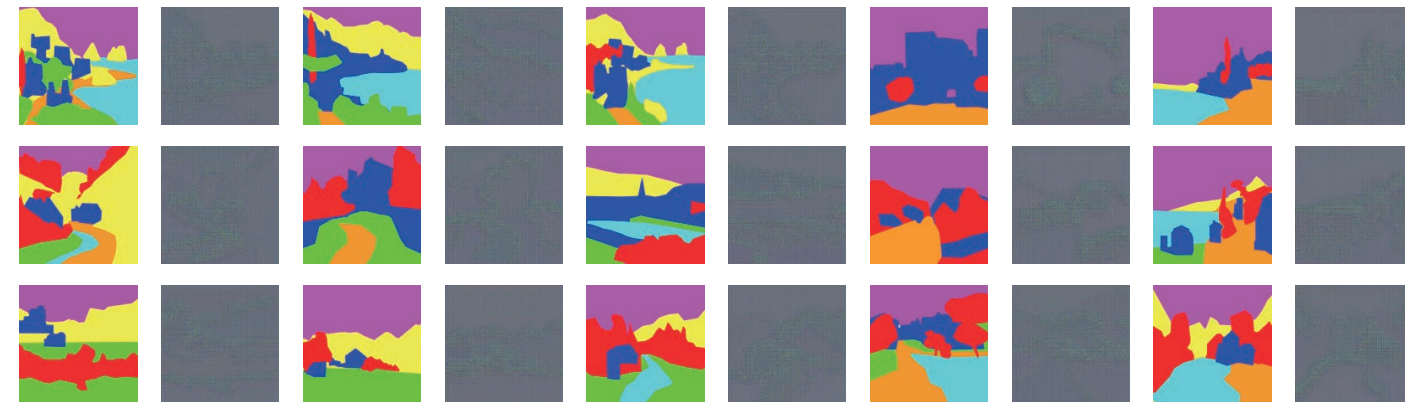
我们首先先输入了 200 组模型对计算机进行训练，然后选择其  
TRAIN200 中的 16 组来进行测试，测试结果如下：



我们可以发现测试结果已经出现分格化，但大色块区域似乎比  
TRAIN400 较模糊，于是我们继续输入数据，部分结果如下：



400 组数据的输入已经是的对物体类型的分辨率比较高，我  
TRAIN400 们希望进一步增加清晰度，于是在代码后加了 “--ngf 32”



结果差强人意，我们将代码继续优化，将 “--ngf 32” 改为 “  
TRAIN400 --ngf 64” 继续进行测试，部分结果如下：



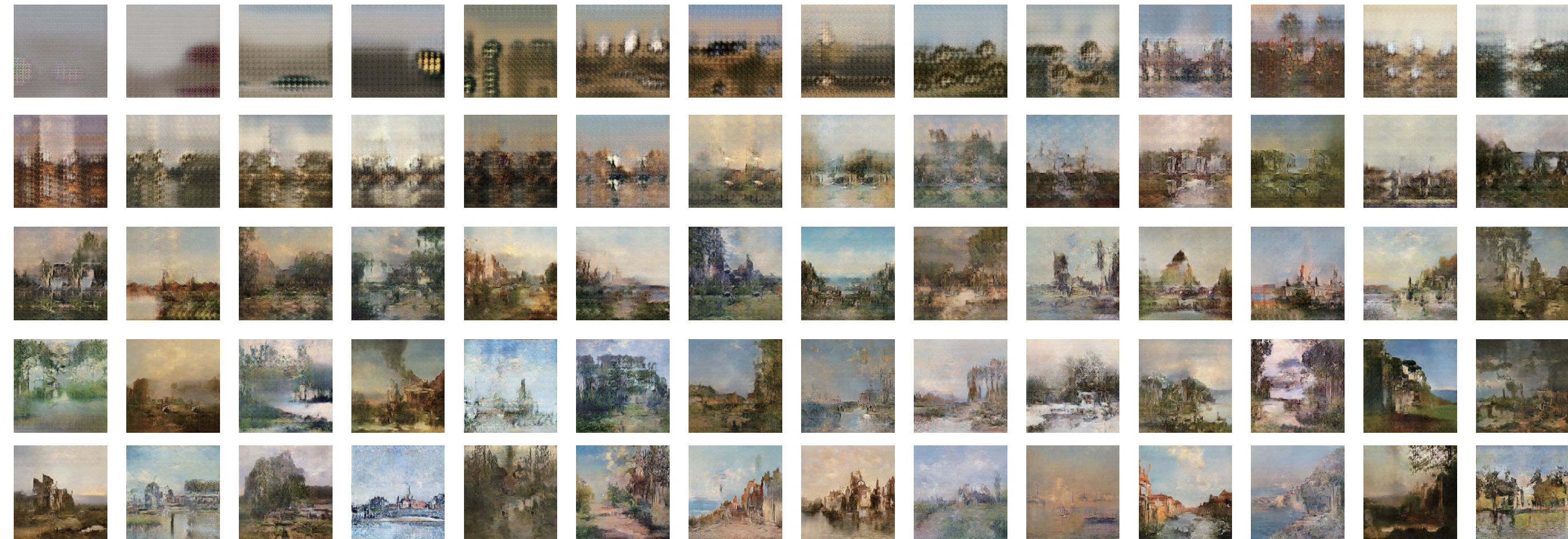
# RESULT

05

## 结果

### 演变过程（部分）

The Evolutionary Process (Excerpt)

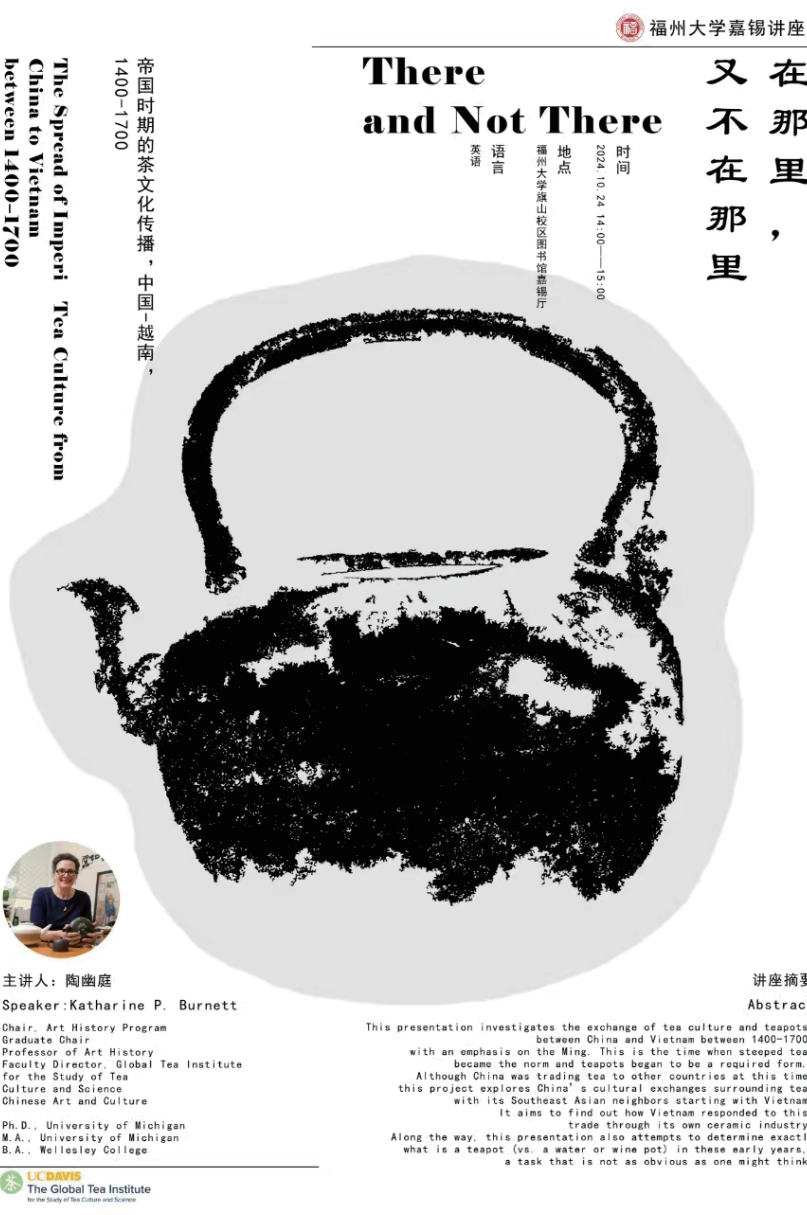




# 1.POSTER DESIGN

## 1. 海报设计

### OTHER WORKS







## 2.3D MODELS

### 2.3D 模型









