

2026

个人作品集 PERSONAL

PORTFOLIO

关于我

About me



宛艺恬

基本信息

学历：本科·29届

专业：数字媒体艺术

学校：南京邮电大学

电话：17798504928

邮箱：3555029529@qq.com

项目经历 PROJECTS

UC小说·设计专项—C端

2026.05-07

- 1.通过问卷和桌面调研、用户访谈及竞品分析，了解用户阅读习惯，发现用户在找书、内容筛选和阅读过程中存在效率较低，信息层级混乱等问题，并据此确定后续优化方向
- 2.结合行业趋势及竞品策略，从内容分发、用户转化及品牌认知三个维度提出体验优化方案，使设计目标与业务目标保持一致
- 3.将用户划分为明确型、半明确型和探索型三类，根据不同阅读目标梳理用户从进入产品到阅读、互动、留存的流程中，寻找各阶段体验缺陷
- 4.基于用户痛点，使用Figma完成首页、分类、阅读器等核心场景高保真设计，调整内容层级和导航逻辑，并运用组件规范，提高界面一致性及信息获取效率

猫耳FM·游戏化运营活动视觉设计

2026.07-08

- 1.负责猫耳FM暑期运营活动的整体视觉设计，完成活动主视觉、IP形象延展、游戏化组件及运营banner，弹窗，闪屏等设计
- 2.围绕用户感知、互动参与及活动留存三个维度制定视觉策略，通过游戏化视觉提升用户参与度
- 3.建立活动视觉规范，设计4套主题视觉及可复用组件，统一品牌视觉风格，提高后续活动设计效率
- 4.运用AI辅助素材探索和创意发散，建立“关键词模板—品牌组件—元素资产”流程，素材生成效率

获奖经历 Awards

- 浙江省梦溪杯宋韵文化创新大赛（AIGC赛道）铜奖（2025.12）
- 校海报创新设计比赛 一等奖（2025.10）
- 校园文创设计比赛 三等奖（2026.04）
- CET-4

专业技能 Skills

- 掌握Figma、Photoshop、Illustrator、Pr等设计软件
- 能够将ChatGPT、Midjourney、即梦AI、Runway等工具应用于需求分析、创意探索、视觉生成及设计迭代，提高设计效率
- 持续学习并关注AIGC、AI Agent等设计趋势，探索AI工作流在产品中的应用



期待您的联系~

合集目录

Collection directory



#01 UC小说·设计专项—C端

优化内容分发效率

提升阅读体验与用户留存

统一视觉语言与产品调性

#02 猫耳FM·游戏化运营活动视觉设计

构建游戏化运营视觉体系

引导用户拉新与活跃增长

玩法驱动用户参与消费

UC小说 设计专项

让阅读不止于阅读

高效分发 赋能转化 品牌焕新



产品现状 以及当前行业趋势

产品现状 用户找书难，决策慢，阅读体验差；视觉陈旧，无品牌感知，用户粘性低；运营能力缺失，用户转化与留存困难

行业趋势 用户对过度广告的容忍度持续降低，“沉浸式阅读 + 社区互动”成为提升用户留存的核心阅读互动体验升级；品牌年轻化独立化建设；AI体验的介入与渗透

用户体验痛点

产品与品牌短板

运营商业化困境



用户访谈研究

深挖用户需求

访谈目的

围绕用户从「进入平台 - 找书 - 阅读 - 互动 - 留存」的全流程，聚焦找书效率、决策成本、阅读体验、社区互动、品牌感知五大核心维度，挖掘不同用户群体的差异化痛点与真实需求，为 AI 功能、IP 设计、互动体系的优化提供依据，最终提升用户留存与自然转化。

访谈对象

明确目的型用户，半明确目的型用户，无明确目的型用户

用户调研

用了哪些调研方式？

01 调查问卷



通过线上问卷，收集大样本用户阅读习惯、使用时长、找书模式、功能偏好、满意度等数据，可导出统计结果做量化分析

02 用户访谈



一对一用户访谈，进行半结构化提问，挖掘真实使用感受、深层痛点、情绪体验和潜在需求

03 桌面调研



收集应用商店真实评分、用户长评、吐槽内容，和小红书、知乎等媒体平台中用户评价复盘现有版本真实负面体验与核心痛点

调研问题框架

调研问题

- 场景

你平时看小说会用哪些 APP？使用频率大概是怎样的？
- 动机

你选择一个小说 APP 最看重什么？是什么吸引你留下来？
- 行为

你找书的过程通常是怎样的？会通过哪些方式 / 功能找书？
- 决策

你决定点开一本书、追更、付费的关键信息是什么？

开放式问题

01. 你在找书时，有没有遇到过“想找某类文却搜不到”的情况？当时是什么感受？
02. 看小说时，有没有过“想和别人讨论剧情，但不知道在哪说”的时刻？
03. 你对 AI 生图、AI 推书这类功能是什么看法？会愿意尝试吗？
04. 你觉得 UC 小说和其他 APP 比，最吸引你的地方是什么？最想吐槽的地方是什么？

A

打开 APP 直接进书架主动搜索特定作者或书名，忠诚度与付费意愿最高

痛点是阅读器体验不够人性化、同类型好书难寻

明确目的型用户

半明确目的型用户

知道自己想看的题材类型，但没有具体目标书籍主要通过排行榜分类找书.

痛点是找书效率低、书籍信息不全导致决策慢

无明确阅读需求，大多数是新人用户，主要靠首页信息流和推荐内容

痛点是内容无聊，视觉没有吸引力，不知道该看什么

无明确目的型用户

用户旅程图

用户：书荒探索者·阿泽

核心目标：找到一本合口味的新书，打发碎片时间

阶段	发现与进入	浏览与筛选	阅读与互动	分享与延伸
目标	快速找到书架、书城等核心服务	找到符合偏好的小说	方便地表达感受与作者趣味互动	便捷分享内容满足书籍衍生需求
行为	进入小说入口后快速找到核心服务	滑动推荐、搜索书籍	阅读、看评论看到精彩段落想交流	分享给朋友、找实体书想买本实体书作者亲签收藏
情绪曲线				
存在痛点	小说专属功能缺失 无书架 / 书城 / 我的等入口	推荐分发单一 搜索维度少 书籍信息不全	阅读/互动功能单一 评论跳转打断体验 无法段评	分享形式简陋 无官方购书入口
机会点	增加小说专属功能	多元分发 多维下拉式筛选搜索 智能辅助，信息前置	弹窗盖楼式评论区 增加段评/品牌表情包 丰富编辑器功能互动	多样式分享卡片 实体书跳转购买

产品自查 首页



首页顶部和底部都有“我的”，认知困难

同样功能相近出现，浪费空间，屏效低

分发入口单一，书籍信息不全 无品牌视觉

小说封面视觉陈旧，卡片图文比不舒适

搜索与feed流推荐缺少个性化设置

共用UC底部全局tap小说频道缺少独立tap

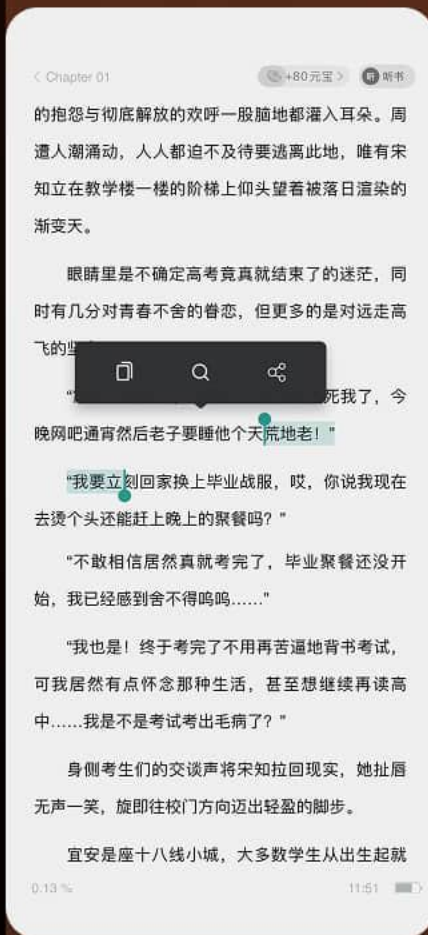
产品自查 详情页/阅读器

书籍详情页



- 书籍信息信任背书不全
- 评论无权重 广告干扰阅读
- 新用户缺少个性化头像选择

阅读器（编辑器）



- 编辑器功能少语义化缺失
- 不可段评评论入口层级较深
- 评论需跳转页面打断阅读

阅读器（评论区）



- 评论不可发布配图
- 不可段评评论入口层级较深
- 评论需跳转页面打断阅读

阅读器（分享）



- 书籍分享卡片视觉效果单一
- 不可多样化选择分享
- 书籍分享无辨识度

问题聚焦总结



UC DESIGN
2026

精准匹配，发现优质内容

找书
更高效

决策
更省心

2026
UC DESIGN

快速获取书籍核心信息

UC DESIGN
2026

阅读
更有趣

趣味性互动阅读新体验

竞品分析

UI/UX DESIGN
2026

分析目的

对标同类型主流小说阅读竞品，梳理界面架构、分发设计、AI 应用、品牌视觉、互动玩法的优劣差异。借鉴优秀交互与体验策略，为本次 APP 改版提供依据与优化方向。

竞品选择

核心竞品



差异化竞品



间接竞品



竞品分析



有推荐，热度标签



多分入口
tap具有品牌高亮色
书籍标签前置



Banner 承接重点活动运营
金刚区聚合核心功能入口



功能入口前置
介入智能AI



竞品分析



介入智能AI
榜单排行标签视觉强



用户身份信息感知
快捷互动评论语



可选中段落分享评论
品牌表情包丰富互动趣味性



品牌表情包丰富互动趣味性
支持作者打赏互动



可选中段落分享评论
品牌表情包丰富互动趣味性
ai生图融入阅读

竞品对标与差异化机会分析

基于用户「找书 - 决策 - 阅读」全流程的体验对比寻找机会点

认知 - 找书

多元分发

负反馈个性化选择

多维搜索

AI介入

了解 - 决策

书籍信息前置

AI总结看点

实体书购买转化

互动 - 阅读

段评功能

AI生图

品牌表情包

多互动玩法
打赏/分享



设计目标

DESIGN OBJECTIVE

Distribution

构建高效分发生态

构建“小说 频道专属tap

首页多分发体系搭建

智能搜索体验升级

Conversion

驱动用户留存转化

书籍详情页优化

阅读互动体验升级

Brand Vision

焕新品牌视觉感知

打造IP+AI全场景视觉渗透

用户初始个性化头像设计

设计目标一

构建高效分发生态

让找书更方便，决策更简单



● 首页结构布局

old



布局边距稍显拥挤没有呼吸感

分发渠道单一只有排行榜和feed流

顶部tap中第一个就是书架与历史书架
功能重复且距离较近

空间利用屏效低



new



提高运营与书籍曝光

活动运营与新书曝光位，承接
拉新、促活、IP 联动活动

金刚区设置小说主要分类

高频功能直达入口，降低找书成本

榜单信息完善

信任背书 + 热门推荐，满足用户
“从众选书”需求

多场景分发模块

适配碎片场景，提升内容曝光密度
满足用户不同场景需求

01

构建小说频道专属tap

在用户进入小说频道后，替换底部的 Tab 栏



顶部tap高亮

推荐 福利 短剧 女生 男生 听书 故事 书架

底部icon



书架



会员



书城



发现



我的

书架 / 会员 / 书城 / 发现 / 我的五大核心小说场景，功能入口一步直达

底部icon（锚定高亮态）



书架



会员



书城



发现



我的

02 首页多分发体系搭建 banner

统一了首页Banner的规格、元素组成、文案排版，千人千面推送差异化内容，提高流量资源利用率

banner结构



统规格 模板化输出，降低运营设计成本

易替换 内容快速替换，支持高频上新

高复用 内容快速替换，支持高频上新

夏日新书 第3期 新文速递

7-8月小说新书合集 限时上新推荐

[查看更多](#)



6/19 (周五) 19:30 全网预售

限时前5分钟特签/5-10分钟亲签

[立即购买](#)



会员专享 独家折扣 5大权益

海量内容抢先看 畅读精选好书

[立即解锁](#)



金刚位图标设计

Icon Design

从轻量化、识别性、页面融合、品牌表达、视觉权重五个维度，
依次输出 5 套差异化方案



排行榜单优化



品牌色强化对比

构建高识别度的视觉体系

书籍信息属性外显

辅助用户选书决策

标签视觉升级

内容价值强化呈现

榜单卡片标签-根据内容类型差异化分发

1

会员

如果乌鸦会说话

青梅竹马 | 救赎 | 暗恋

言情·完结·2273万热度

9.8分

突出榜单元素

9.8分 9.6分



2

你失信了

校园 | 群像 | 暗恋 | 青春

言情·完结·必读榜top3 >

9.6分

优质内容提示

必读榜top3 >

完结榜top1 >

新书榜top2 >

热搜榜top1 >

多人二刷

256人发表长评

同名广播剧已上线

5

会员

他藏了夏天

青春 | 轻松 | 天之骄子

言情·完结·2273万热度

9.8分

完善小说属性信息

青春 | 轻松 | 天之骄子

会员

原创

免费

言情 纯爱

完结 连载

2273万热度

卡片多元分发

卡片式



点面结合

瓷片式



提高小说曝光率

首页信息承载效率

实现高效分发

feed流多元内容分发

以卡片形态聚合小说、书单、用户推荐等内容在首页 Feed 流场景中实现多元分发，满足用户找书、求推荐、发现同好的需求，通过负反馈机制，持续优化推荐精准度

封面风格年轻化 ①

贴合当代用户审美偏好

核心信息前置 ②

快速明确小说属性

多维度信息透明化 ③

清晰传递内容特质辅助决策



03

智能搜索体验升级

多维检索

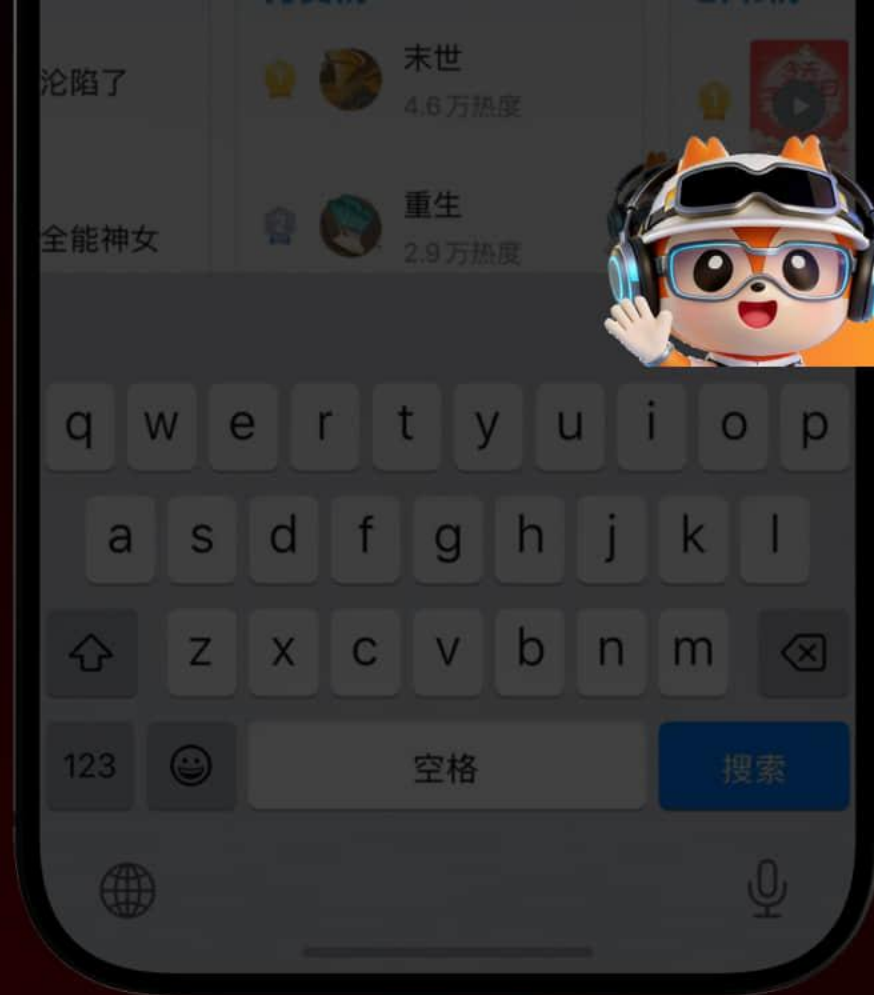


书名

作者

主角

配角



问UU

智能辅助

支持智能搜索体验优化，覆盖用户多样化找书场景，提升搜索命中率。

设计目标二

驱动用户留存转化

让互动更有趣，转化更自然



01 书籍详情页优化

📦 正版实体书跳转入口

新增实体书「去购买」快捷按钮
打通阅读→实体图书消费链路

看点提炼

🏷️ 标签权重分层前置

区分榜单 / 题材 / 风格标签优先级
高权重标签优先外露



📖 出版社聚合入口

跳转出版社全量书单 满足用户深挖
同社作品需求 提升出版社曝光与潜在转化

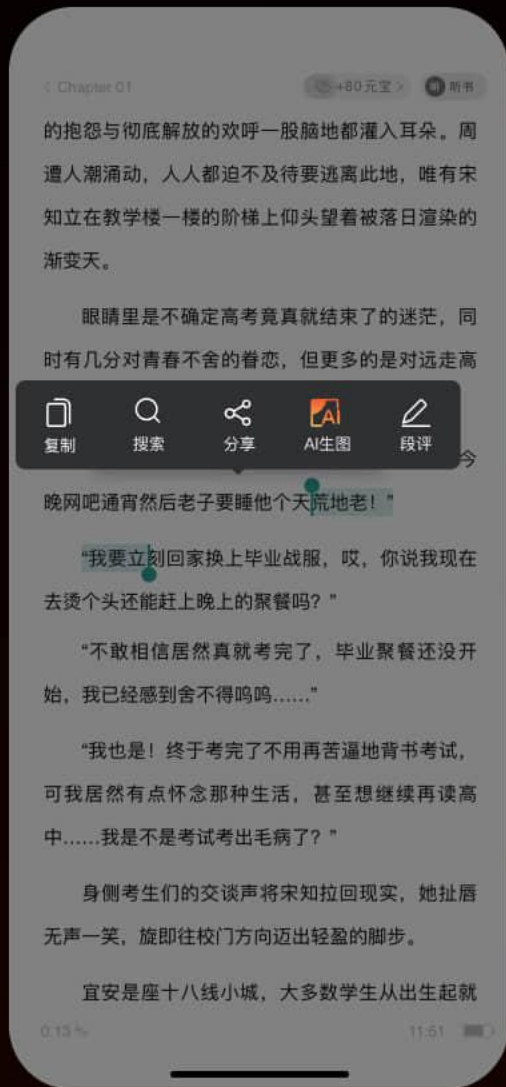
商业转化

🤖 AI 看点剧情概括

浓缩全书主线，总结亮点
快速判断剧情匹配喜好

02 阅读互动体验升级-编辑器

第一稿



优点

线上app的普遍形式，操作逻辑用户已形成习惯
入口集中，界面视觉更简洁

缺点

功能都在同一层级，稍显拥挤
入口层级深，段评操作路径长
同质化严重，缺乏差异化

最终稿



强化段评优先级

用户一步就能唤起评论框

评论链路优化

无需页面跳转

功能完善与分层设计

兼顾效率与体验

让文字



活”起来



三体晶莹水懒
于2026年.4.30分享

来自第1章 热带气旋

挂八号风球的第一天，机场大道两边棕榈跟洋紫荆被台风吹得七零八落，启动了几次刮雨器，勉强能保持清晰视野。

《奇洛李维斯回信》
清明谷雨 著



《奇洛李维斯回信》
清明谷雨 著

挂八号风球的第一天，机场大道两边棕榈跟洋紫荆被台风吹得七零八落，启动了几次刮雨器，勉强能保持清晰视野。

—来自第1章 热带气旋

《奇洛李维斯回信》

清明谷雨 著



SHARE EVERY
MOMENT

分享每一刻

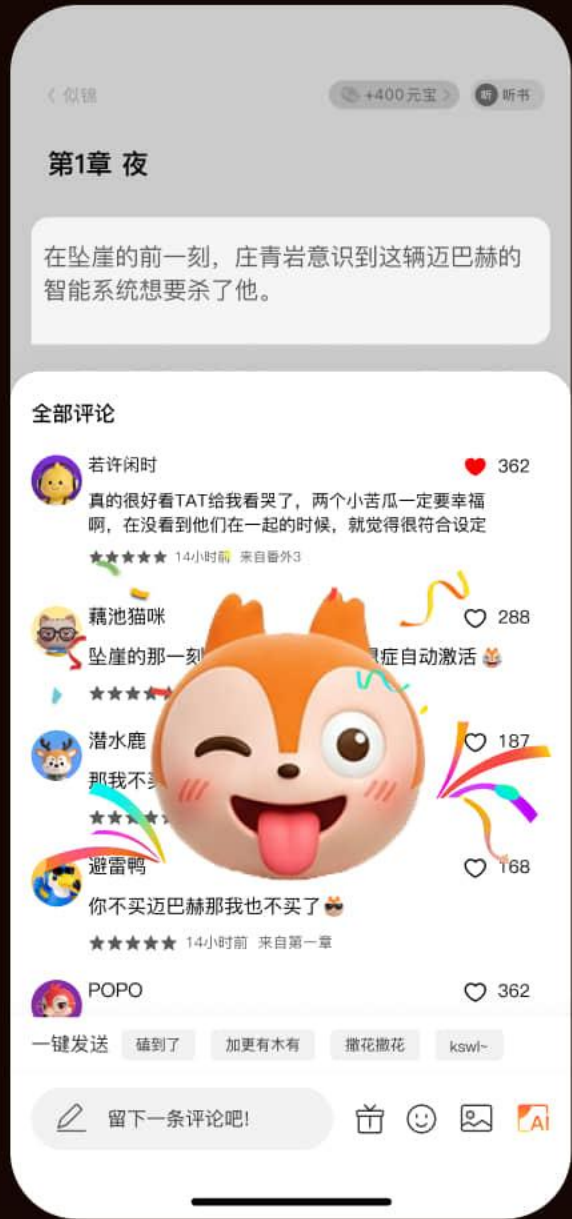
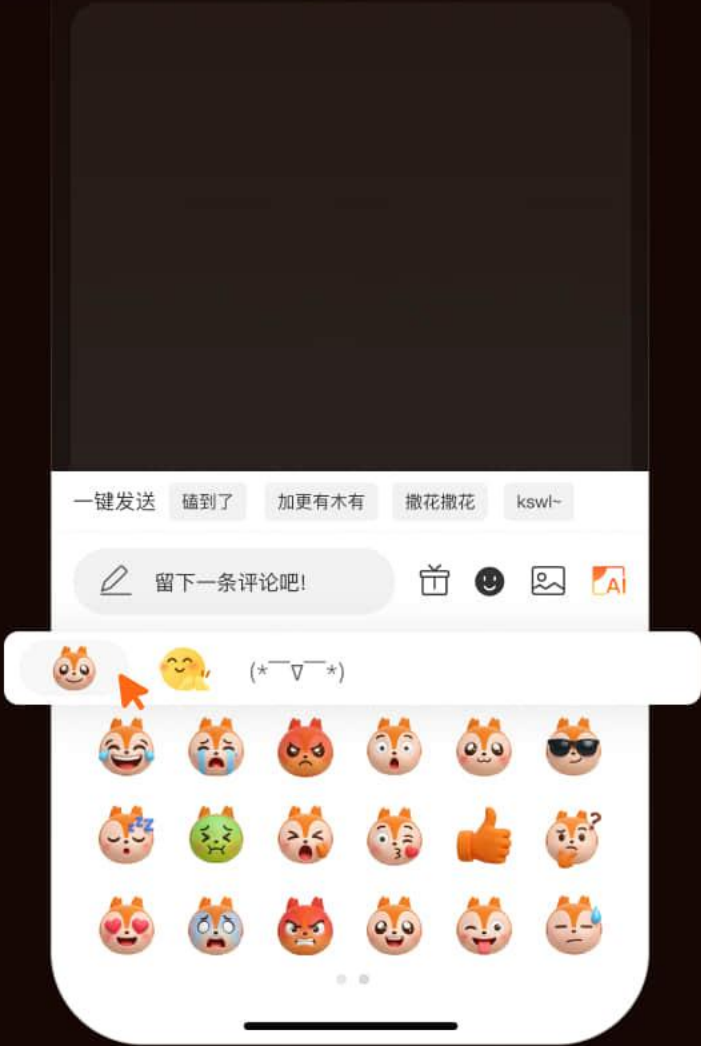


互动新玩法

让阅读，不止于阅读

打造UC小说专属表情包

让阅读有情绪，让评论有温度



哭预警



呜呜呜

ON THE PAGE
给我整破防了

情反转



BLOWN
向我没猜到!

到了

HURRY UP, AUTHOR!
作者大大快更新!

哇塞哇塞



害羞

SHIPPING MOMENT
这段互动也太甜了!

开读打卡

你好!



开启今日阅读
START READING CHECK IN

虐哭预警



呜呜呜

TEARS ON THE PAGE
这段给我整破防了

剧情反转

啊?



MIND BLOWN
这走向我没猜到!

开读打卡

START READING CHECK IN

磕到了



哇哦!

SHIPPING MOMENT
这段互动也太甜了!

一键催更
冲鸭!



HURRY UP, AUTHOR!
作者大大快更新!

SHIP MODE ACTIVATED

哇塞哇塞



害羞

SHIPPING MOMENT
这段互动也太

ALL-NIGHT BINGE MODE

熬夜追

累



NO SLEEP, JUST READ
为了结局 肝

虐哭预警

礼物打赏互动体验-创作激励·互动反馈

为读者与作者搭建双向互动的桥梁，通过情绪激励与趣味反馈，实现用户互动、粉丝沉淀与商业变现的三重转化



催



设计目标三

焕新品牌视觉感知

让 IP 融入场景，让品牌自带温度





F94B03



FF6A2A



FE7C17



FEB746

UI/UX DESIGN
2026



12px

Visual Design
Reading Experience

01

打造IP+AI全场景视觉渗透

AI介入

首页进入

找书环节

决策环节

阅读环节

AIGC辅助生成

借助AI技术实现官方IP形象向多场景交互形态的快速转化

构建体系

挑选lora库
调整权重

模型支撑与
关键词整理

落地内容优化

经验总结

IP 基础三视图定型

匹配官方 IP 风格 LoRA 模型库，逐步微调权重参数，以原版官方海报 IP 为基准，生成统一规范的 IP 标准三视图，确立角色基础造型

可控 IP 延展生成

基于 Seedream 4.5模型，采用图生图技术锁定基础 IP 本体结构；同时搭建精准结构化提示词模板，固化核心特征关键词（造型、材质、光影、风格）+ 可变装饰关键词，通过文生图 / 图生图模式做衍生造型、换装、姿态延展创作

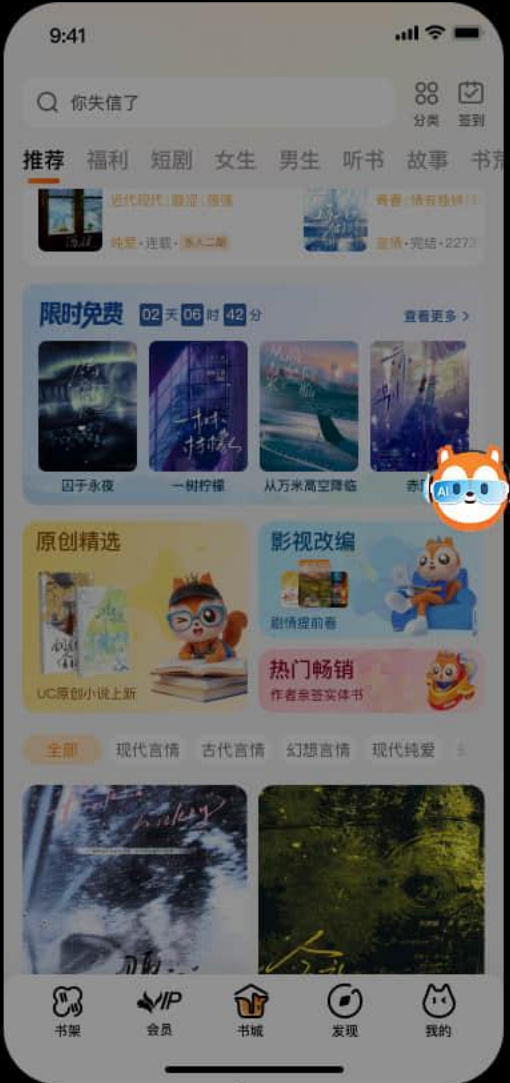
全场景应用融合

IP 形象融入不同商业场景、空间背景、版式物料，适配宣传 banner、活动物料物料等，完成品牌视觉延展，形成可复用 IP 素材资产

素材整理



AI悬浮球



AI助手



AI生图



AI总结



首页点击悬浮球可进入AI助手页面

IP延展

One IP, Multiple Vibes
Multi-Scenario Adaptation

UI/UX DESIGN
2026



UI/UX DESIGN

Buddy Squad 阅读

趣玩
Novel
Reading



2026

02

用户初始个性化头像设计



以阅读偏好为锚，打造专属人设头像



所有界面展示 all pages



个人思考沉淀

个人收获

围绕分发效率、用户转化、品牌感知三大核心目标，解决了导航割裂、找书效率低、互动缺失等基础体验问题

探索了 IP 化设计与 AIGC 在阅读产品中的落地，将 UC 小松鼠 IP 融入评论、卡片分发等高频场景，同时实现了 AI 生图、AI 看点总结等差异化功能

实践短板

受限于项目阶段，用户调研有限，对浏览器小说频道用户的真实阅读习惯、付费意愿洞察仍有优化空间

缺少真实用户数据作为支撑，部分功能的落地可行性仍需验证

成长方向

加强对产品业务逻辑的理解，尝试用数据视角推导功能优先级，提升设计的严谨性与落地性

加强对用户行为的观察与分析，让设计思考更贴合实际使用场景，进一步提升方案的完整度与实用性

猫耳FM × 消除一夏

游戏化运营活动设计

一夏日消消乐

让视觉更具记忆点 让互动更有趣味性 让活动更有传播力





活动背景

在猫耳 FM 平台，暑期流量高峰期，借助三消低门槛玩法易上手、易理解、用户粘性高的天然优势，将夏日清凉场景元素与品牌IP相融合，使用户在闯关体验过程中收获得会员，周边，广播剧等福利，达到拉新裂变用户、提升暑期活跃度、深化品牌用户心智的目的。

现存问题

用户看到了但没记住
用户来了但不参与也不消费
用户玩了一次就不来了

目标用户

18-28岁年轻用户
ACG文化爱好者
IP周边收集者

主推品类

广播剧内容订阅
IP限定周边
会员增值服务
优惠券 / 喵币

设计目标

活跃留存
付费转化
品牌透传
社交裂变

● 如何通过设计赋能游戏化营销？



视觉定义

VISUAL DEFINITION

本次视觉以“夏日清凉”为核心，采用渐变海水蓝为主色调，2.5D哑光软胶风格，结合泳池、海滨、林间消暑 等主题，塑造年轻、趣味、清凉的夏日氛围

VISUAL DESIGN
2026

SUMMER VIBE
COLOR

颜色



SUMMER
YOUTHFUL
REFRESHING

清凉

Sea
#2B79FF

Pool
#10A8FD

ICE
#69BEFD



感知 主视觉展示

不同主题轮期上线
VISUAL DISPLAY

夏日海滨



潜遇一夏



海岛沙滩



感知 主视觉规范

统一视觉结构
VISUAL SPECIFICATION

背景层

每个主题对应不同背景

中景层

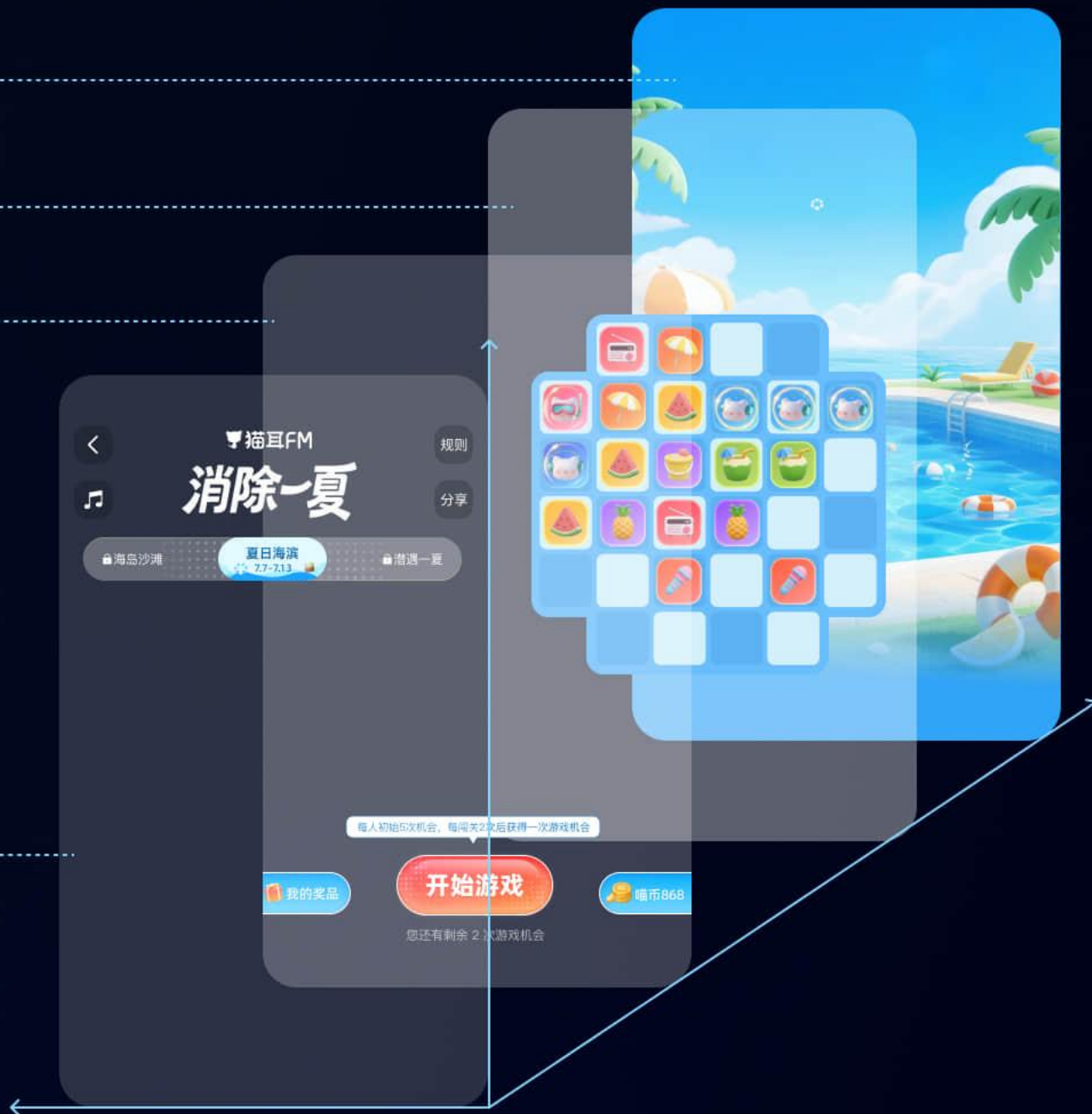
主游戏消消乐棋盘

前景层

游戏互动按钮与信息说明

顶部主题文字层

游戏互动按钮与信息说明



元素生成过程与组件化逻辑

从方法论定义 → 品牌 IP 组件 → 游戏元素组件库

1

方法组件

关键词公式
一次定义多次替换套用

2

品牌组件

IP基础形延展
不同配饰主题统一品牌调性

3

元素组件

品牌植入与主题适应组合
统一质感规格

关键词公式：主题定位+技术风格+质感定义+元素构成与画面描述+规格统一约束+用途定义

生成参数

提示词

伪3D 渲染，消消乐游戏棋子图标，参考图片一二ip的头部形象，白色软萌云朵猫精灵，无眼睛，面部只有粉色张开小嘴，脸颊带淡粉腮红，佩戴青蓝色发光头戴式耳机，不要身体只要头部，头部角度参考第二张，整体造型圆润饱满，表面带柔和高光，清透渐变底色，干净柔光，OC 渲染，Q 版卡通，游戏 UI 素材，纯白色干净背景

基础信息

Seedream 5.0 Lite 1728x2304 3:4



根据官方物IP物料图与参考图
调试提示词与模型

抽卡与后期调整

选定基础，统一角度，样式
形成可复用组件，搭配不同场景

提示词

2.5D 轻立体，消消乐游戏棋子元素集合，哑光软胶磨砂质感，无高光亮面，柔和漫反射光影，造型简约圆润；包含元素、西瓜块、巧克力冰棒（多种不同颜色）、迷你小风扇、猫耳头戴耳机、小猫爪、椰子冰饮（不同风格）、条纹游泳圈（不同风格颜色）、小黄鸭；菠萝、沙滩桶（不同风格不同颜色），Q 版卡通风格，统一尺寸比例，干净蓝色背景，整体风格高度统一，游戏 UI 素材，高清细节，，全部正面

基础信息

全能图片模型V2-Flash 2752x1536 16:9



依托夏日海滨构建棋子内容体系，将品牌 IP 形象作为互动旗子，将旗子按主题归纳分类，整体沿用 2.5D 哑光软胶统一视觉语言，烘托夏日活动氛围感，促进品牌长效曝光

AIGC*



DIVING
潜水



SEAFRONT
海滨



SANDY
沙滩

转化H5玩法活动链路

GAMEPLAY LINKAGE

赞金币

花金币

头部游戏互动区



主视觉吸引用户参与游戏

优惠与任务奖励体系



限时+限量优惠等限制稀缺机制
驱动消费转化，通过金币缓冲
付费压力降低参与门槛

奖品兑换区



通过金币+现金混合
让用户感知到品牌代金币的价值和
优惠进而渐进式消费

转化 游戏界面展示

INTERFACE DISPLAY

VISUAL DESIGN
2026



简化新手引导

操作直观，降低理解成本

特殊棋子说明

品牌 IP 为高分棋子，植入玩法
强化品牌记忆



成就利益牵引

节点进度条拆分奖励，持续牵引

阶梯式奖励刺激

用逐级激励驱动持续闯关,延长
用户在线时长

TOUCHPOINT PATH

VISUAL DESIGN
2026



首页banner



主button



触达入口 banner

首页第一触点资源位



SUMMER
CAMPAIGN



草稿

AIGC辅助

ps后期调整



DETAIL

细节展示



弹窗展示

POPUP DISPLAY



留存 奖励弹窗



闯关成就感

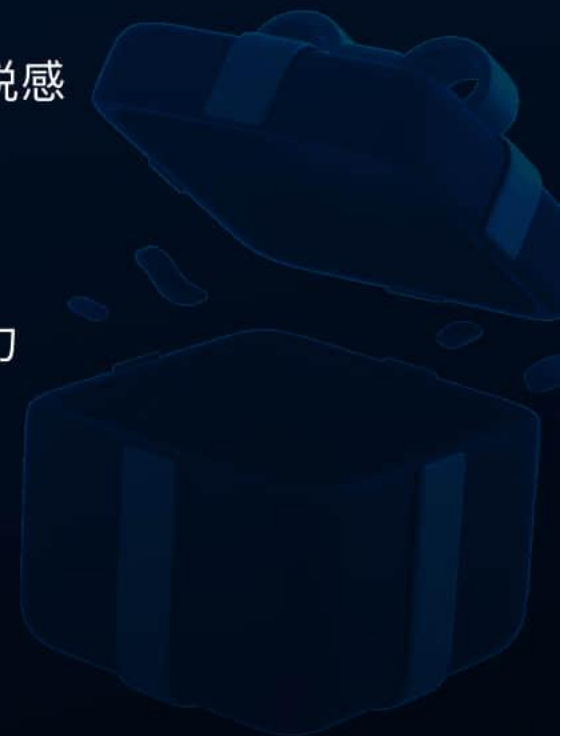
贴合游戏化玩法心智，提升用户愉悦感

奖励可视化

提高收益价值感知，提高奖励吸引力

路径闭环引导

双按钮分流操作，形成良好循环



社交关联

消耗闯关机会后，好友助力补足次数

双赢设定

双向互惠机制，利益刺激裂变

留存 助力弹窗



酷炫 闪屏页展示

SPLASH SCREEN DISPLAY



所有页面展示
All pages



THANKS

Grateful for Your Reading

3555029529@qq.com

17798504928