2026

PERSONAL PORTFOLIO

设计作品集

PORTFOLIO

2026

PERSONAL PORTFOLIO

毕钰涵/党员

求职岗位 UI设计师

邮箱 byh8498@163.com

项目经历

1、满电app

2、迅达快递后台产品设计

3、食刻app产品设计

4、智慧风电系统可视化

5、智慧农场可视化

获奖经历

2019 素描七级

2024 校级三等奖学金

2024 校优秀共青团员、校优秀班干部

2024 校朗读者大赛二等奖

2025 校创新创业训练计划二等奖

2025 英语六级

2025 蓝桥杯三等奖

2026 校物联网设计大赛一等奖

擅长技能

Figma　PS　Ai　Axure　即梦　可灵　Claude　Xmind　Mermaid　椒图

2026

PERSONAL PORTFOLIO

目录 WORKS

01 APP设计

02 AI智能体设计

03 数据可视化设计

04 平面设计

05 字体和图标设计

06 手绘作品

2026
DESIGN CONTRACT

APP设计

用户体验五要素

D1	D2	D3	D4	D5
战略层	范围层	结构层	表现层	表现层

1 战略层

Design Background

商业目标
通过提供便捷、安全、智能的电动车充电服务，满足用户日常出行的能源补给需求，同时实现商业盈利与可持续发展。

产品定位
面向电动车车主，提供覆盖全国的充电网络查询、预约、支付及管理服务的一站式解决方案。

商业模式
以充电服务费为核心收入来源，通过会员订阅、广告合作、数据服务等多元化模式实现盈利。

2 竞品分析

	国家电网	星星充电	特来电	云快充
优势	覆盖广泛，品牌信任度高，政策支持力度大	用户基数大，社区运营活跃，内容生态丰富	技术领先，智能调度系统成熟，B端合作能力强	互联网流量入口，用户体验设计优秀，营销能力强
劣势	用户体验较为传统，APP功能单一，更新迭代慢	盈利模式单一，广告依赖度过高，充电桩自有率低	品牌知名度较低，线下推广成本高，用户粘性不足	充电桩资源分散，运营成本高，盈利模式尚未成熟
机会	数字化转型趋势下，可以通过APP提升服务体验与用户粘性	可以通过内容社区沉淀用户，发展出行服务生态	可以通过技术输出，为其他充电运营商提供解决方案	可以通过流量变现，拓展充电以外的增值服务

3 用户画像

王小明 · 通勤族
上班族，27岁，居住在广州，月薪1.5万，开比亚迪汉EV，每天通勤来回约60公里，工作日白天在公司停车，晚上回家充电。
关注点：充电便捷性、价格透明、APP稳定性

陈女士 · 网约车司机
网约车司机，32岁，开特斯拉Model 3，日均跑车300公里，对续航焦虑极重，需要快速补能以保证接单效率。
关注点：充电速度、排队时长、会员优惠

张经理 · 物流车队管理者
物流公司车队管理者，管理50辆电动货车，关注成本控制与车辆调度效率，需要批量充电解决方案。
关注点：批量充电、成本核算、车辆调度

痛点关键词
充电桩排队 · 价格不透明 · 找桩困难 · 续航焦虑 · APP卡顿 · 会员权益不清晰 · 预约失败 · 车辆调度混乱 · 成本核算困难

4 范围层

	痛点/机会	用户痛点	具体解决方案
痛点	找桩比决策	找桩耗时长，经常绕路多公里才找到可用充电桩，浪费时间和精力	地图+实时桩位数据，支持按距离、功率、价格筛选，减少无效绕路
痛点	充电中体验	充电过程中无事可做，等待时间枯燥，缺乏娱乐或社交内容	充电过程中提供短视频、小游戏、社区内容，将等待时间转化为娱乐时间
痛点	续费与管理	续费流程繁琐，需要多次点击才能完成，体验不流畅	一键续费，支持自动续费，减少重复操作，提升用户粘性
痛点	私桩共享	私桩闲置率高，业主担心安全问题，缺乏可信的共享平台	引入第三方安全认证，提供保险保障，建立信用评价体系，降低业主顾虑
痛点	会员与个人中心	会员权益不清晰，续费动机不足，个人中心功能单一，缺乏粘性设计	清晰展示会员权益对比，设计成长体系与积分奖励，提升续费转化率

5 结构图

6 信息架构图

7 表现层

8 图标

9 页面介绍

Home Design

找桩快、对比更直观
地图优先
地图占屏幕主区域，用户打开即可看到周边可用桩位，减少操作步骤。
筛选与排序
支持按距离、功率、价格、实时可用性筛选，帮助用户快速锁定合适桩位。
桩位信息卡
点击桩位弹出信息卡，展示功率、价格、剩余时长、评分等关键信息。

选站即0、只电即0
实时桩位状态
桩位状态实时更新，用户可清晰看到空闲、充电中、故障、维护中等状态。
预约与排队
支持预约空闲桩位，减少到站后等待时间，提升充电效率。
电费透明化
实时显示当前电价、预计充电费用，杜绝隐藏费用与价格欺诈。
数据驱动决策
通过历史数据分析，为用户推荐最优充电时段与桩位，降低成本。

线上取单、到点就充
地图优先布局
地图占屏幕主区域，用户打开即可看到周边可用桩位，减少操作步骤。
筛选与排序
支持按距离、功率、价格、实时可用性筛选，帮助用户快速锁定合适桩位。
桩位信息卡
点击桩位弹出信息卡，展示功率、价格、剩余时长、评分等关键信息。

订单流程

私桩共享、闲置变现

共享桩管理
收益统计
共享桩申请
共享桩设置
共享桩状态
共享桩位置
共享桩信息
共享桩价格
共享桩可用时段
共享桩安全设置
共享桩保险
共享桩安全认证
共享桩安全保障
共享桩安全监控
共享桩安全报警
共享桩安全记录
共享桩安全设置

2026
PERSONAL PORTFOLIO

AI智能体设计

食刻APP产品设计

01 项目定位

一句话定位
专为健身减脂人群打造的健康餐外卖平台：
只人狂健康商家、每道菜标清热量与蛋白、按你的身体目标推荐——让“吃外卖”和“吃得对”不再冲突。

给谁用 · 目标人群
- 锻炼健身党：规律健身严格控卡，每天点外卖却找不到合适选择
- 偶系外生活：想吃得健康，但不想在海量外卖里自己筛

解决什么 · 用户痛点
- 不知道热量蛋白 → 不敢点 / 点了心里没底
- 大平台“轻食”没有营养标注，健康只能靠猜
- 健康餐商家分散，缺少集中的“那店健康餐”入口
- 反过来的后不住，下次还是会重复踩雷

凭什么成立 · 核心机制
- ① 商家准入 + 实地核验（卫生资质 后厨实况）
- ② 营养标签：商家录菜单与图片，系统辅助最终自
- ③ 按目标智能匹配：首次引导录像 → 每日自动推荐
- ④ 我的笔记：记住口味与偏好的坑

02 竞品分析

竞品（类型）	它解决什么	与食刻的差异（一句话）
美团 / 饿了么（综合外卖）	全品类即时外卖	健康餐只是流量类目：无营养标准、无健康商入，用户自己筛选、踩雷
薄荷健康（+ 社区）	营养记录 / 减重管理	事后记录 + 通用食物库估算，非本店实算，且不做即时外卖
Keep（运动社区）	运动内容 · 饮食记录	重心在“练”不在“吃”，曾试探食外卖后收缩，不聚合第三方商家
味吃 / 盒马日特（品牌）	订阅减脂餐 / 低卡食品	自营非平台，非即时正餐，覆盖不了“今天这一顿怎么点”
小红书 / 抖音类（内容·决策）	攻略种草 / 随机选择	占决策注意力；无商像、无营养信息、不可即交易

结论：目前没有一家把“健康外卖 + 营养透明 + 按目标推荐”同时打通，健康餐品类空白。
食刻的破局点：商家准入实地核（信任）· 本店营养标签（数据）· 按目标匹配（决策）· 我的笔记沉淀（记忆）

03 用户调研

样本 80% 为 18–22 岁 | 90% 在校学生 | 60% 每周点外卖 ≥ 3 次

点外卖时最担忧：选择太多、不知道吃什么
- 65%

想吃得健康，但找不到合适的健康餐
- 55%

判断“健康”只看简名 / 凭感觉（缺可靠依据）
- 40%

对“只做健康商家 + 标热量蛋白”的平台感兴趣
- 75%

能接受“参考热量”标注（允大概准，再更准）
- 90%

调研洞察 · 给产品什么
- 想吃健康是普遍需求：70% 点外卖会留意健康选项
- 痛点集中在“选择困难 + 找不到健康餐”→ 垂类切口成立
- 判断健康缺依据 → 营养标注 + 食材透明正好补空白
- 最在意“真健康”与“合口味”（各占 40%）→ 标准要可信、推荐要个性化
- 对参考热量容忍度高 → “估算 + 标注区间”策略可行

目标人群
主攻 18–28 岁健身 / 减脂大学生与职场人群；先做透一城（高校 + 写字楼 + 健身房聚集区）。

04 需求梳理

1 登录注册 — 手机号 · 微信码
2 首次引导 — 身体目标 · 忌口 · 目标
3 智能匹配 — 推荐菜 · 营养标签 · 匹配指数
4 下单 — 选规格 · 地址 · 预约配送
5 履约收货 — 取餐 · 外卖 · 骑手
6 评价复购 — 我的笔记 · 收藏

P0 · 核心功能（一期已覆盖）
- 健康商家集中展示：八大品类 · 店铺资料 · 实地核验素材
- 菜品详情：六大营养数据 · 营养核算匹配指数 + “参考热量”
- 首页智能推荐：占全天热量 % · 练前 / 练后 专区 · 健康管家选规格
- 下单履约：预约配送 · 下单成功给 “外卖装特征” · 订单轨迹可视
- 评价 + 我的笔记：私有反馈 · 复点自动提醒 · 收藏一键复购

P1 · 体验与变现 + 二期范围
- 卡券四态管理 + 会员月卡 ¥19.9（特价菜 · 9 折 · 满减 · 会员日 · 专属客服）
- 个人周报：每周营养统计与建议
- 站内消息 / 联系商家 · 骑手IM会话

05 业务总流程图

阶段 1 | 冷启动与健康建档

链路：登录 / 注册 → 首次引导（口味偏好 · 忌口）→ 首次引导（目标选择）→ 进入首页 注：老用户直接登录进首页，新用户先建档。
为什么这样设计：首次引导收集的口味、忌口、目标是全 App “健康匹配”的数据起点——菜品详情里的热量核算与匹配指数、首页推荐、排序都拿它当输入。先建档再进，是“懂你”的开始。

阶段 2 | 发现与进店

链路：首页 → 店铺主页 → 商家主页 / 品牌故事 / 营业执照 / 评价 / 店铺相册
作用：首页做推荐，轻食页做主动检索，两个入口最终都汇到“店铺主页”。店铺主页是整条主线的交汇点，承载商家资质展示与健康餐发现两个核心能力，用户在这里完成“选店”决策。

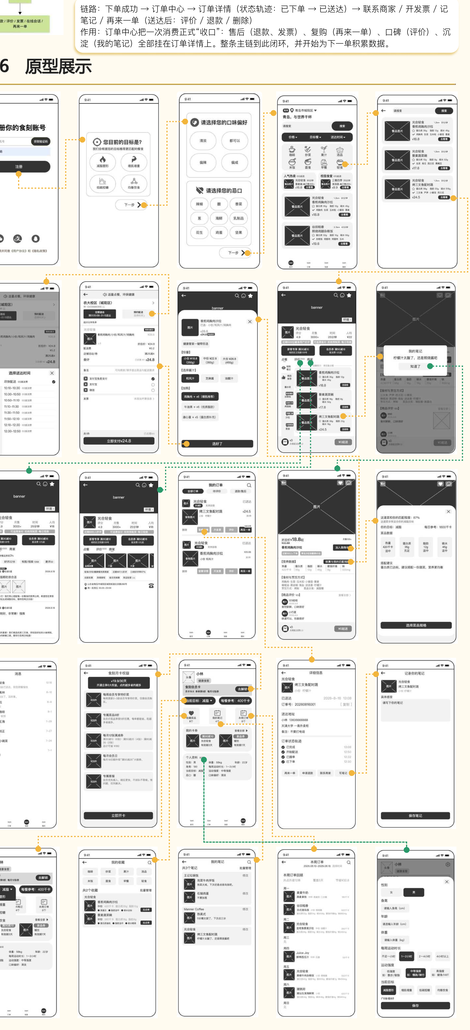
阶段 3 | 交易转化（核心漏斗）

链路：店铺主页 → 菜品详情（营养数据 · 匹配指数 · 加入购物车）→ 选择收货地址（定位 / 常用 / 新增）→ 确认订单（立即派送 / 预约配送）→ 提交订单 → 下单成功（订单号 · 预计送达 · 实付）
关键点：① 详情页按商家录入的原材料与烹饪方式自动核算热量等六项营养，并和用户健康目标匹配出“匹配指数”。未设目标时显示引导态；② 支持立即送出与预约配送两种履约方式。

阶段 4 | 履约与售后闭环

链路：下单成功 → 订单中心 → 订单详情（状态轨迹：已下单 → 已送达）→ 联系商家 / 开发票 / 记笔记 / 再来一单（送达后：评价 / 退款 / 删除）
作用：订单中心把一次消费正式“收口”：售后（退款、发票）、复购（再来一单）、口碑（评价）、沉淀（我的笔记）全部挂在订单详情上。整条主链到此闭环，并开始为下一单积累数据。

06 原型展示



迅达快递后台系统产品设计

01 项目定位

一句话定位

面向网点与总部的内部运营后台：把异常件全链路由人工流转改为「AI 自动化 + 人工兜底」，
让判责、理赔、客服提效，超时件一个不漏。

覆盖全链路（判责到赔付的主干）

异常上报 网点/客服建记 › 规则路由 送AI或转人 › AI 判责 2.4min/单 › 理赔打款 审核出款票 › 回访结案 无责件无回访

给谁用 · 5 类内部角色

运营管理员 · 核心
判责采纳/驳回、理赔审核、无责确认、逾期催办

客服坐席
AI 之外的会话接待与回访任务

网点主管 · 财务 · 超级管理员
网点处理与凭证补传 / 打款确认 / 权限与规则配置

02 AI 能力与人机协同

三个 AI 引擎分别接住“判责 / 理赔 / 客服”，每个引擎都带一条红线：AI 不行，立刻转人。

判责引擎
责任在哪一环、该赔多少

AI 判责 2.4 min / 单 · 采纳率 89%

· 结合路由轨迹 / 照片凭证自动判责
· 置信度 <80% 自动转人工核实
· 采纳后自动回写，进入待赔付

理赔引擎
钱怎么审、怎么放

平均理赔 1.8 天 · 自动结案 60.6%

· AI 预审 + 三重风控自动校验
· ≤¥200 自动放款 · ≤¥5000 免人工复核
· 通过 → 待打款 → 财务确认结案

客服引擎
客户咨询怎么接

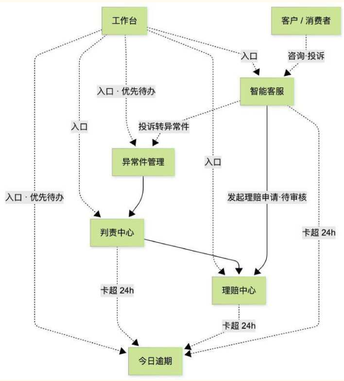
AI 直接解决 78% · 满意度 96%

· 三路分流：直接解决 / 拟草稿 / 转人工
· 判责无责件自动生成回访任务
· 人工会话旁提供 AI 处理建议

兜底红线 —— AI 再强，也要有人负责

- 置信度 <80% → 自动转人工核实
- 复杂情况（凭证缺失 / 高价值 / 客户二次投诉）→ 人工跟进
- 理赔三重风控：条款一致 / 无重复赔付 / 无恶意理赔
- 无责结案两段式：AI 回访 → 客户无异议 → 管理员确认

03 业务总流程图



01 异常上报：问题件进池（异常件管理）

链路：网点人工上报 / 系统自动识别 / 客户投诉（登记）→ 异常件池
说明：所有问题件先在此登记，是全流程起点；异常件池六态（待判责 → 待赔付 → 已结案）覆盖单子全生命周期。

02 判责：定“这事怪谁”（判责中心）

链路：前置分流 → AI 判责 / 转人工核实 → 采纳 / 无责 / 驳回
说明：系统核心决策环节。规则路由先把数据不全、责任交叉、高价值、二次投诉的件直接转人工（本就要补凭证调监控，不浪费 AI）；其余送 AI——高置信且无赔付自动结案，有赔付或置信度一般由人工确认后放款，置信度过低（<70%）强制转人工。人工出口：采纳→待赔付；无责（客户原因）→无责结案；驳回→已驳回。

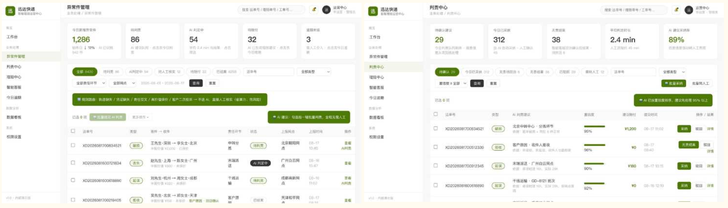
03 理赔：审核与打款（理赔中心）

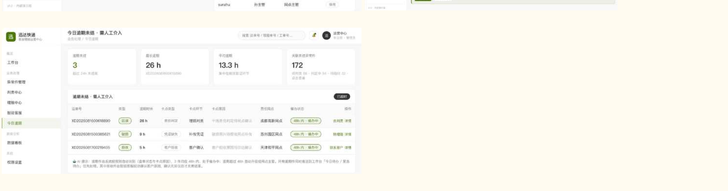
链路：待赔付 → 理赔审核（AI 自动 / 人工）→ 通过→待打款→打款结案 · 驳回→已驳回
说明：责任与金额定了之后，钱从这出去。规则明确的单子 AI 直接放款（全自动约 60.6%，不占人工）；需复核的走人工：通过→待打款→结案，驳回→已驳回。

04 客服与逾期：收口与兜底（智能客服 / 今日逾期）

链路：客户咨询投诉 → 智能客服（AI 直解 / 转人工）；任一步骤卡超 24h → 逾期催办，超 48h → 升级主管
说明：两条保障线。① 对客户：AI 直接解决约 78%，解决不了的转人工坐席（整单转人工 / AI 拟草稿人工确认后发出）；客服发现异常可登记进判责池，确认损失可直接发起理赔申请（仍过审核，不跳过判责）。② 对时效：任一步骤超 24h 自动识别进“今日逾期”催办，超 48h 升级网点主管，并同步工作台优先待办。

04 原型展示





2026
PERSONAL PORTFOLIO

数据可视化设计

风电态势感知平台

01 项目背景与项目定位

背景

中国风电产业已进入规模化发展阶段，装机容量连续多年稳居全球第一，但海量数据分散在各类统计报表中，缺乏直观、系统的可视化呈现，难以快速洞察产业格局、运行状态和经济效益。

定位

用数据可视化手段，将中国风电产业的核心数据聚合为四屏联动的可视化大屏，实现"看格局、看运行、看效益、看趋势"的一站式洞察。

02 整体架构

装机总览规模 → 实时运行当下 → 经济效益回报 → 发展预测未来

组件库展示

页面展示

场景展示

智慧农业数字乡村平台

01 项目背景与项目定位

背景

农业正从传统经验驱动向数据驱动转型。当前存在三个核心痛点：生产数据分散在气象、农机、灌溉等系统中，难以形成统一视图；种植决策依赖经验，缺乏精准指导；农产品供给与市场需求信息不对称，产销脱节导致资源浪费。

定位

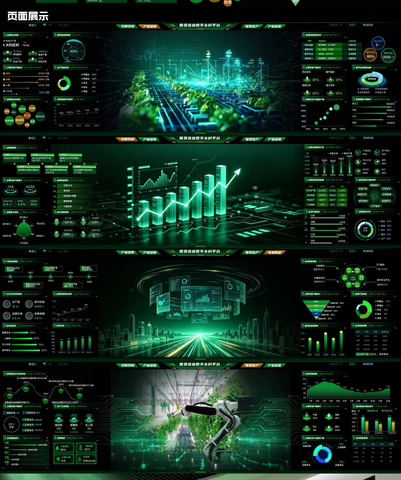
本项目的目标，是用数据可视化手段将智慧农业的核心数据整合为多屏联动的可视化大屏，实现从生产到经营，从效益到未来的全链条洞察。

02 整体架构

产业总览规模 → 实时数据当下 → 经济效益回报 → 发展方向未来

组件库展示

页面展示



场景展示

2026
PERSONAL PORTFOLIO

平面设计

云芝堂品牌设计

云芝堂，高端综合品牌，以东方养生智慧为根基，甄选灵芝、燕窝等滋补食材，承古法、循时令，将自然本味融入当代生活。品牌以「云」为魂，「芝」为引，传递自内而外的温润质感，让传统养生在现代日常中焕发新的美感。

LOGO规范化制图如下：

海报设计

ks板设计

banner设计

长图设计

2026
PERSONAL PORTFOLIO

字体和图标设计

心怀小美好

白玉新年

山月知风

元气赴约

孤岛来信
Island Letter

渡海寻风

归赴林渊

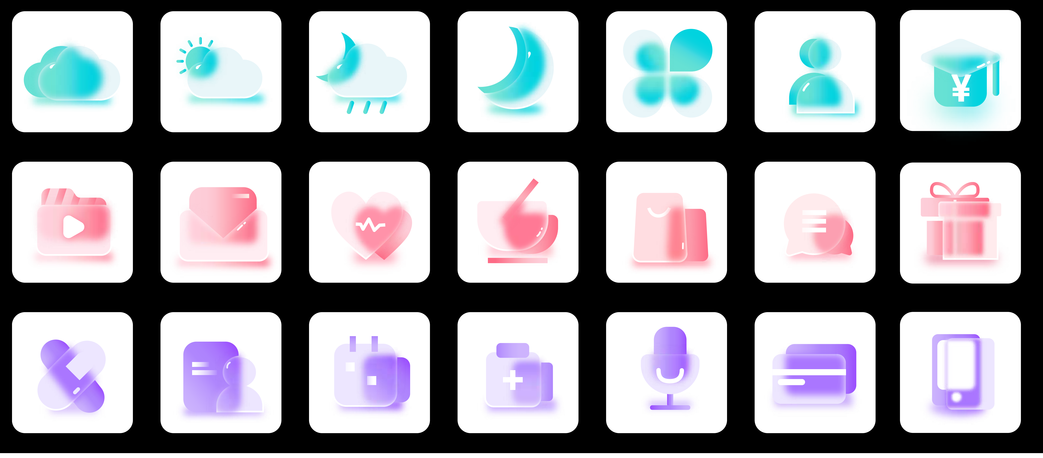
青柠气泡

林间叮咚

珍珠提亮液

云深燕归

故宫文创



2026
PERSONAL PORTFOLIO

手绘作品

2026

PERSONAL PORTFOLIO

感谢观看