

用户体验设计师 / 视觉设计师

宋雨桐

关注 UX/UI、品牌与包装设计，擅长从用户研究、策略梳理到高保真原型的完整设计流程，并探索 AI 在创意与迭代中的实际应用。



Curiosity meets craft.

主攻 UX/UI 与品牌视觉方向，习惯从真实用户出发，让策略、功能与审美在同一套设计语言中成立。

EDUCATION

北京印刷学院

视觉传达设计 · 本科

CAPABILITIES

用户研究 / 交互设计

视觉系统 / 品牌 / 包装 / AI 辅助创作

TOOLS

Figma / Photoshop

Illustrator / InDesign / 剪映 / 即梦

LANGUAGES

中文 / English

IELTS 6.5 · CET-4

Recognition

2024 — 2026

2024	全国大学生广告艺术大赛	北京赛区一等奖
2024	全国大学生广告艺术大赛	北京赛区三等奖
2024	中国大学生广告艺术节学院奖	优秀类
2025	中国国际大学生创新大赛	校三等奖 / 市级项目
2026	全国高校乡村艺术建设	年度优秀案例

Selected projects.

01	UX / AI 概念设计 小红书市集功能优化设计 聚焦用户选品决策难、搜索路径长的痛点，设计 AI 问答式推荐、一键保存与 KOL 购物清单分享。	2026.08 — 2026.09
02	游戏 UI / 视觉设计 DEADLOCK 游戏概念与 UI 设计 为反乌托邦生存解谜游戏建立沉浸式界面语言，覆盖 HUD、背包与交互信息等核心体验。	2026.07 — 2026.09
03	包装设计 / 品牌设计 抚顺小碗黑木耳包装设计 将乡村旅游文化转译为可延展的品牌视觉体系，并应用于导视、插画、文创与包装场景。	2025.05 — 2026.04
04	标志设计 / 平面设计 其他设计作品 盘锦礼物标志，以及榄菊、莎布蕾等手绘海报。	—

01

小红书市集 功能优化设计

聚焦用户选品决策难、搜索路径长的痛点，设计 AI 问答式推荐、一键保存与 KOL 购物清单分享功能。

市集功能 体验优化设计

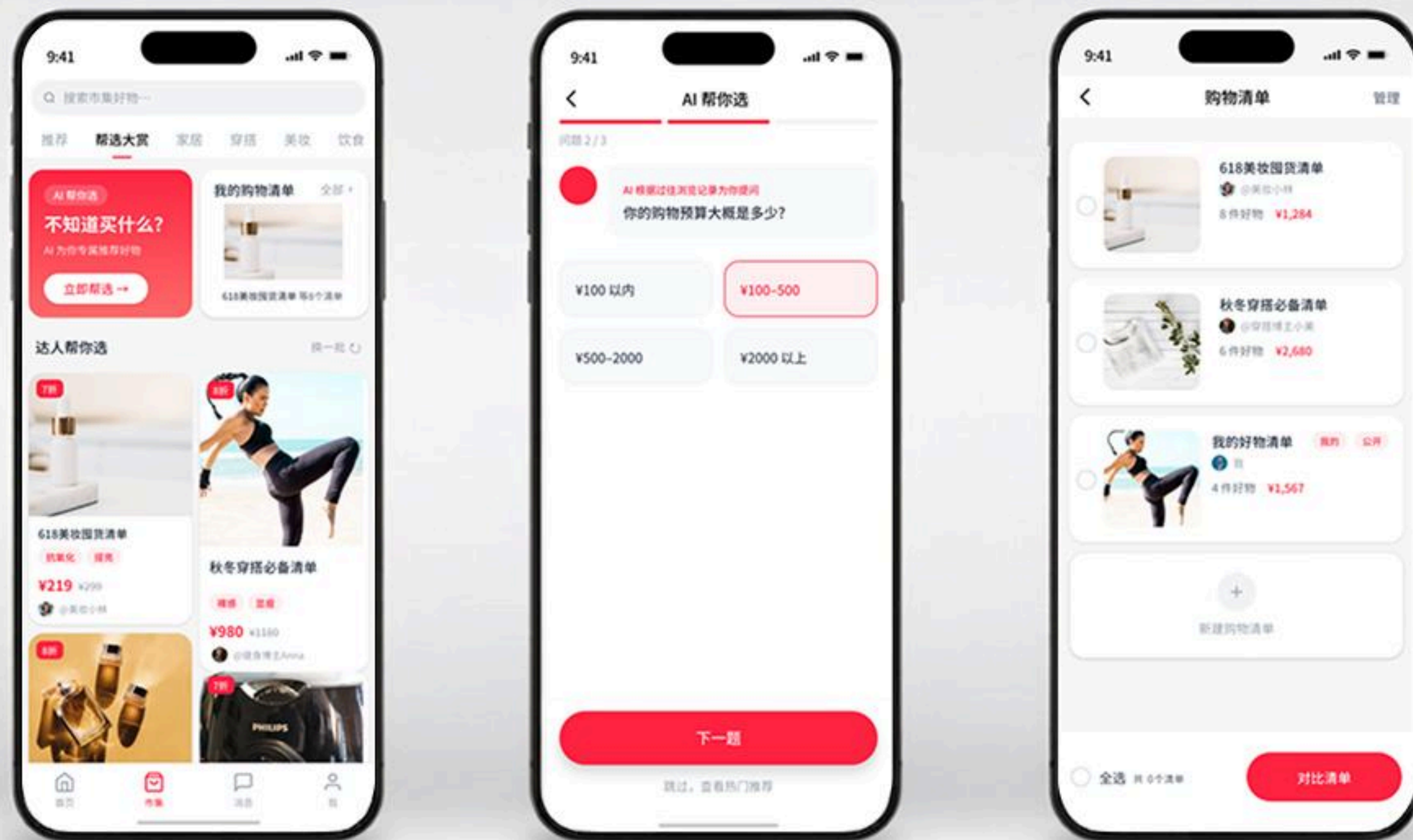
用户研究

问卷式需求分析

可分享购物清单

消费决策Agent

围绕小红书市集电商功能，从背景调研到用户测试，深入分析目标用户的消费驱动因素与核心痛点，以AI辅助购物和购物清单为切入点，提升种草到下单的转化体验。



小红书市集功能调研

小红书市集是官方推出的一级入口生活方式电商产品，以线下实体市集的「闲逛淘货」体验为设计逻辑，整合种草内容、商品交易、店铺直播、买手带货于统一页面。平台通过友好市集标准筛选优质商家，将分散在社区的购物需求集中承接，缩短种草到下单转化链路。

区别于传统货架电商，市集以内容为载体、兴趣为推荐逻辑，双列信息流同时展示种草笔记、商品卡片、直播入口，保留小红书社区闲逛感；优先倾斜高成交、高复购、高真实口碑的优质货品，主打小众特色与生活方式类好物。

发展 Timeline

2025年6月1日

上线「友好市集」，入口位于个人页侧边栏，宣布不参加2025年618大促。

2025年8月28日

线上「市集」正式上线，升级为App底部导航栏一级入口，与首页并列。

2025年9月1日

推出「百万免佣计划」，上线「买手橱窗」功能，重点扶持中小商家。

2026年2-7月

上线「购物粉丝团」，新增「好货市场」精品子频道。

二手数据分析

平台现状：

小红书不仅是“万千生活的策源地”，更是“多元兴趣的交流场”。

据官方最新通案，平台拥有3.5亿+月活用户，每日新增笔记700万+、新增评论6000万+。社区中，00后占比35%、95后占比50%，一二线城市用户占比过半，3000多个兴趣圈层在此交汇。

用户在这里寻生活灵感、找生活答案、买生活向往，年轻、真实、温暖的社区环境，让每一种热爱都有回响，也让种草在生活场景中自然发生，持续推动消费决策。

用户调研：

随着平台月活的攀升，各领域人群有着怎样的变化与偏好？

本期报告，千瓜调研平台活跃用户画像，通过全行业、七大热门行业的人群剖析，助力品牌洞察消费者心智，精准布局种草策略。



数据来源：千瓜数据 <https://www.qian-gua.com/information/detail/3332>

全行业活跃用户数据显示：女性占比约74%、男性约26%；年龄方面，18-34岁青年用户是核心主力，合计占比83%+；城市分布，一线、新一线仍占主导，合计超6成，二/三/四线城市占比均有提升，其中三线城市同比增长1.3%。用户在周四、周五更加活跃，占比均在15%+，主要使用时段在晚上7-9点。千瓜观点，高线城市青年女性依然是小红书基本盘，三线城市的加速涌入也为平台注入更具慢节奏、烟火气的生活方式和消费需求，或将成为品牌挖掘新增量的空间。同时，活跃时段呈现“周末前置”、“晚间放松”等特征，工作日尾声是寻找“假期灵感”的黄金窗口期，也是品牌场景种草、抢占心智的关键节点。

性别分布

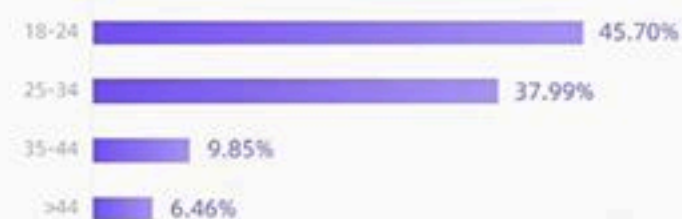


女性 74.08%

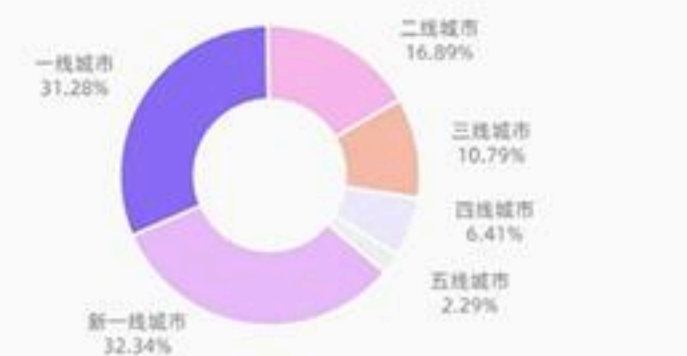


男性 25.92%

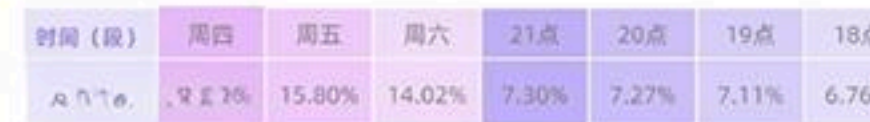
年龄分布



城市分布



活跃时间分布



数据来源：千瓜数据 <https://www.qian-gua.com/information/detail/3332>

小红书市集功能调研

消费驱动因素

KOC背书

寻求解决方案

情绪价值

博主推荐驱动购买决策

目的性强的问题导向消费

环保、生活方式、缓解焦虑

品类决策优先级

高决策成本

家居家装、数码3C、高端美妆

解决方案 > KOC背书 > 情绪价值

中决策成本

服饰、运动户外、宠物

KOC背书 > 解决方案 > 情绪价值

低决策成本

食品、平价家居、小家电

情绪价值 > KOC背书 > 解决方案

用户画像特征 Persona



特点

经常使用小红书浏览内容的用户

有一定的使用时长和原始用户行为数据积累

在小红书有购买习惯

进入市集功能 有一定的需求

需求

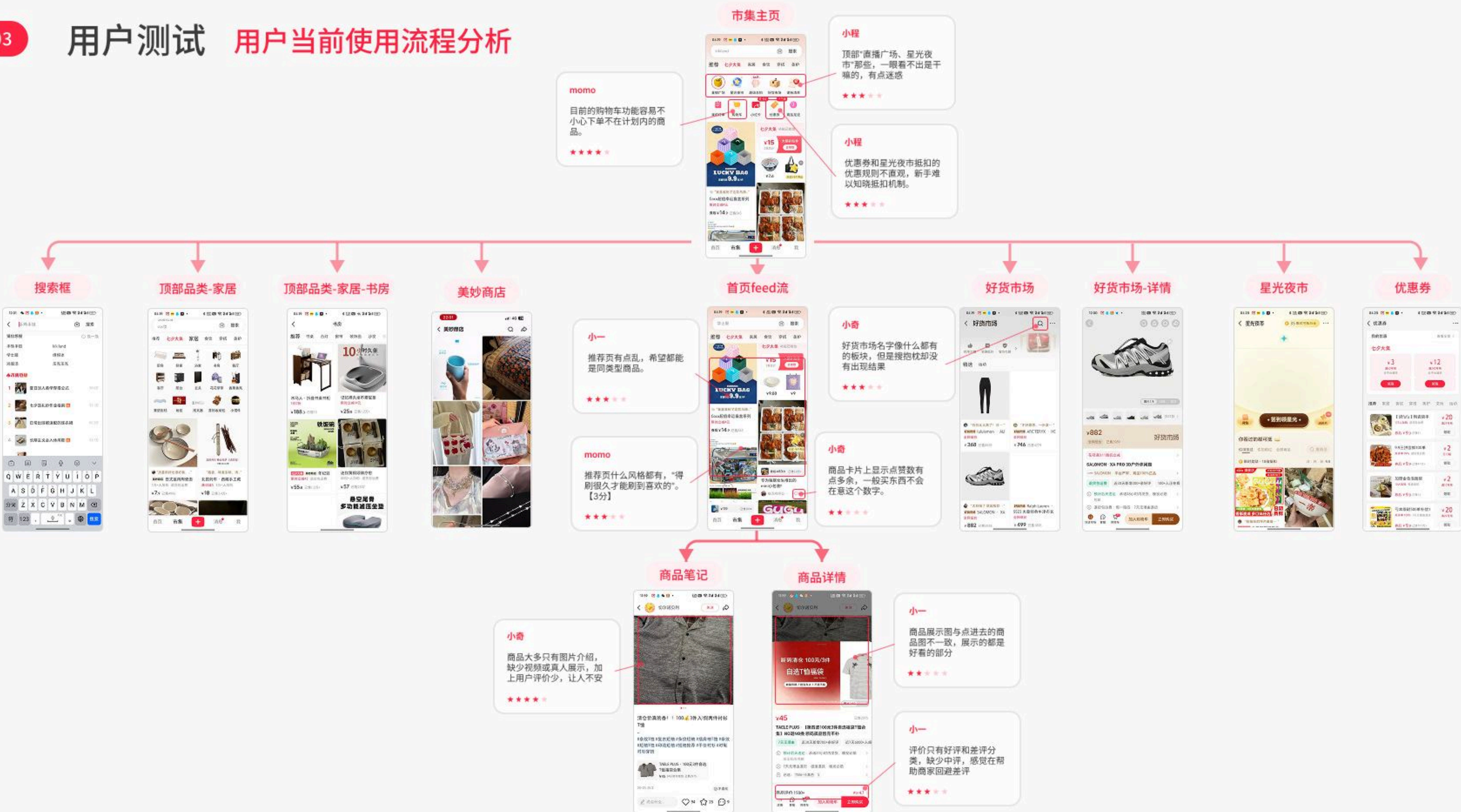
快速定位到需要的商品

提高搜索结果的公信力和准确度

结合小红书用户的浏览习惯和历史使用数据进行推荐

对同类型的不同品牌商品进行比价，优惠直观

用户测试 用户当前使用流程分析





使用 4年

小一
27岁

¥50~300
成交价格区间

价格敏感

质量验证型

活跃时间集中在晚上及周末，单次使用时长达2-3小时。

将小红书视为比价工具，常在其他平台（如淘宝、拼多多）看到商品后，返回小红书搜索以获取更多优惠信息；认为小红书与拼多多价格更为优惠，倾向于在小红书完成最终购买决策



使用7年

小奇
25-30岁

¥30~200
成交价格区间

高粘性用户

碎片化浏览

活跃时间集中在工作日上午的10:30至12:00

典型的"刷帖种草"模式，通过浏览穿搭图文被吸引，点击评论区链接或橱窗进入店铺完成下单；习惯将小红书作为生活决策工具，常使用语音搜索功能获取经验分享



使用3年

momo
18-22岁

¥20~150
成交价格区间

睡前浏览

依赖推荐流

活跃时间集中在在晚上睡前，碎片化、放松式浏览

将小红书作为解决生活问题的搜索工具，具备较强的工具属性；首次购买决策主要受图文帖种草影响，核心驱动力包括"价格便宜"、"大量好评"以及"限时活动"的叠加效应。



使用4年

小程
22岁

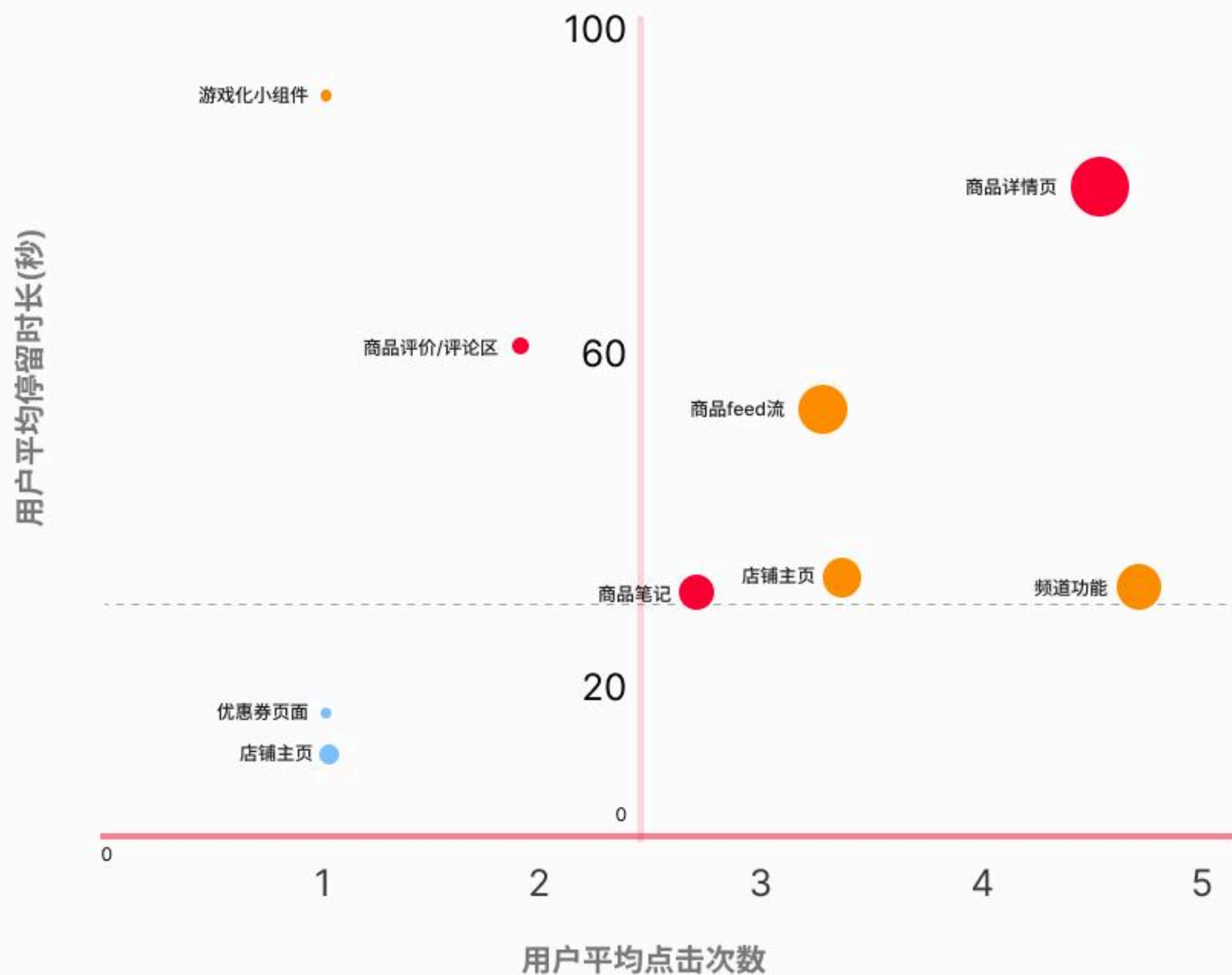
¥40~150
成交价格区间

攻略型决策

泛兴趣浏览

活跃时间集中在晚上、中午吃饭时间及周末全天

购买决策前会主动搜索博主测评或攻略，对博主推荐依赖度较高，但在大促期间（如618）倾向于回流至淘宝或拼多多进行最终购买，主要原因为其认为小红书优惠力度不足



洞察点

- 搜索行为高频出现、但测试者B和D均表明目前搜索功能体验不佳。
- 用户对于频道/功能入口认知混乱，存在多次搜索失败的尝试
- 用户关注优惠和打折相关信息，但目前的机制不透明、优惠入口较深，拉长了用户的决策时间

用户调研功能痛点总结



用户调研功能需求洞察





Stitch Fix

问卷
机器学习
人工编辑



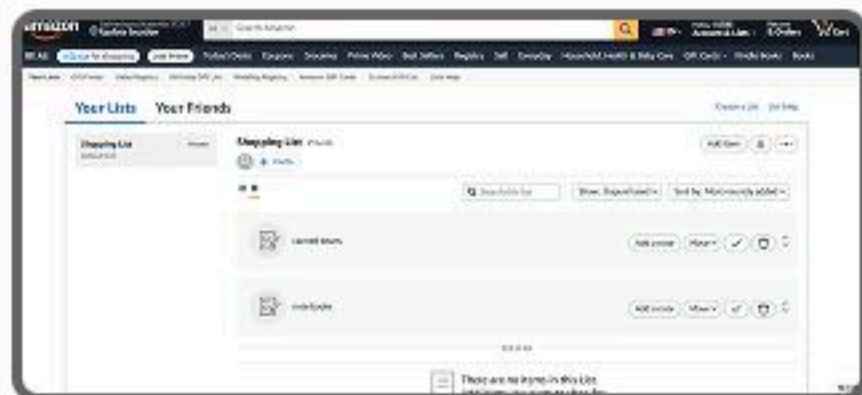
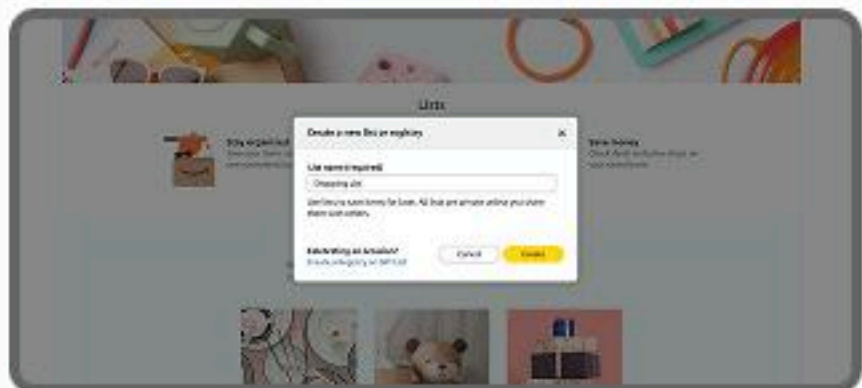
Pinterest图板

按主题整理
对比挑选
可公开可分享



Amazon Wishlist

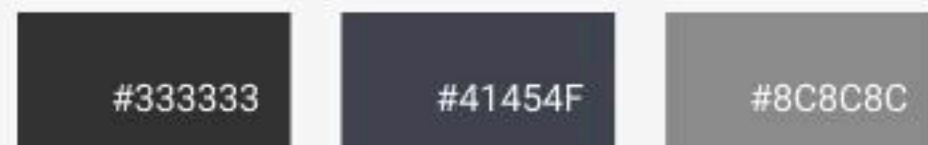
多列表
公开分享
降价提醒
可被公开搜索



设计思路总结

通过对竞品模式的深度调研，我提出了一套融合 AI 智能问答与 KOL 精选清单的购物决策方案。使用问卷+AI分析功能帮助用户解决选品决策难点；可分享的购物清单允许KOL更直接更商业化地分享解决方案并变现。

方案旨在有效降低用户的选品决策成本，并填补传统搜索路径在发现式购物场景下的体验空白。



H1/PingFang SC/Semibold/20

H2/PingFang SC/Semibold/18

H3/PingFang SC/Semibold/16

H4/PingFang SC/Medium/13

Subtitle 01/PingFang SC/Medium/15

Subtitle 02/PingFang SC/Regular/15

Body 01/PingFang SC/Regular/12

H1/PingFang SC/Semibold/20

H2/PingFang SC/Semibold/18

H3/PingFang SC/Semibold/16

H4/PingFang SC/Medium/13

Subtitle 01/PingFang SC/Medium/15

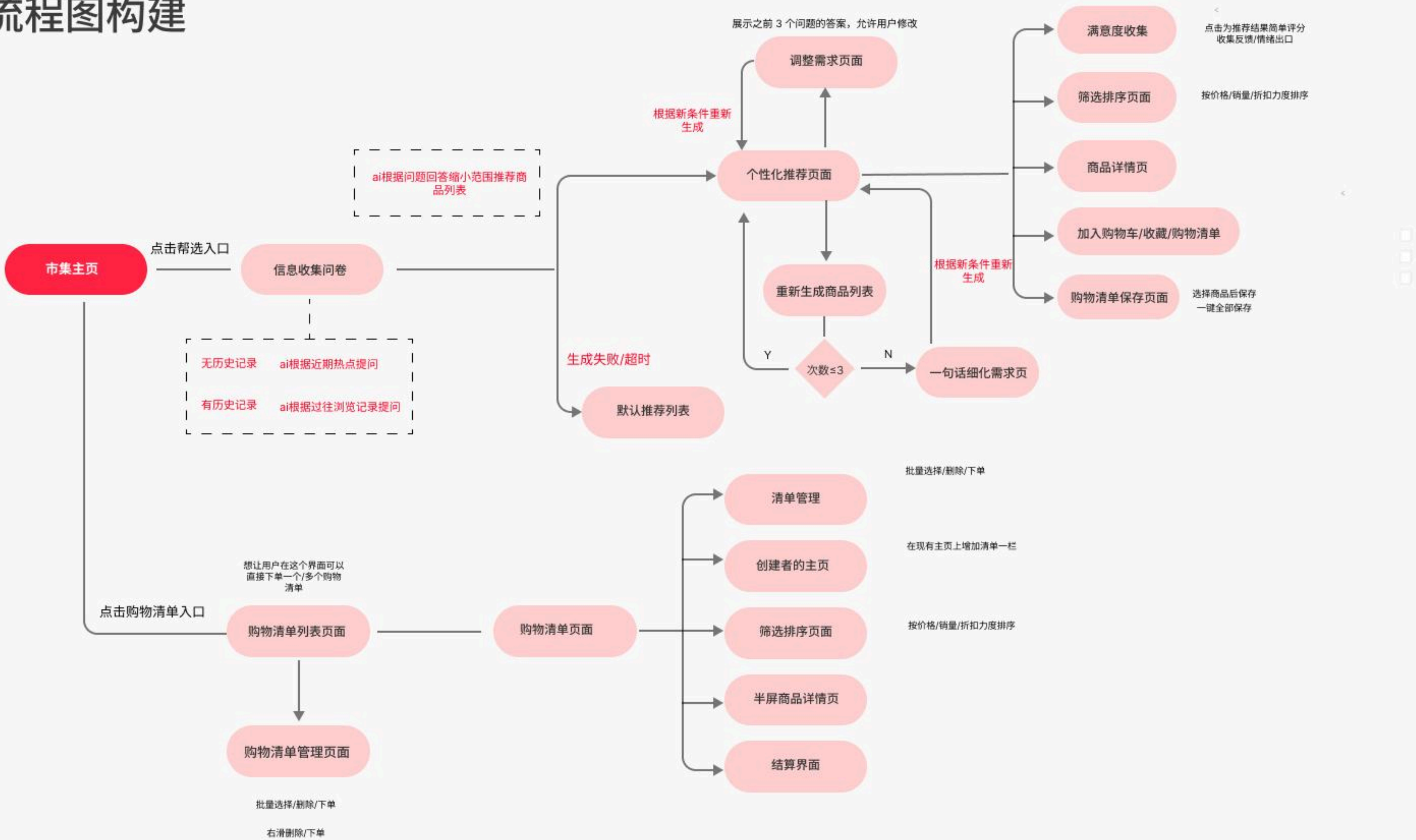
Subtitle 02/PingFang SC/Regular/15

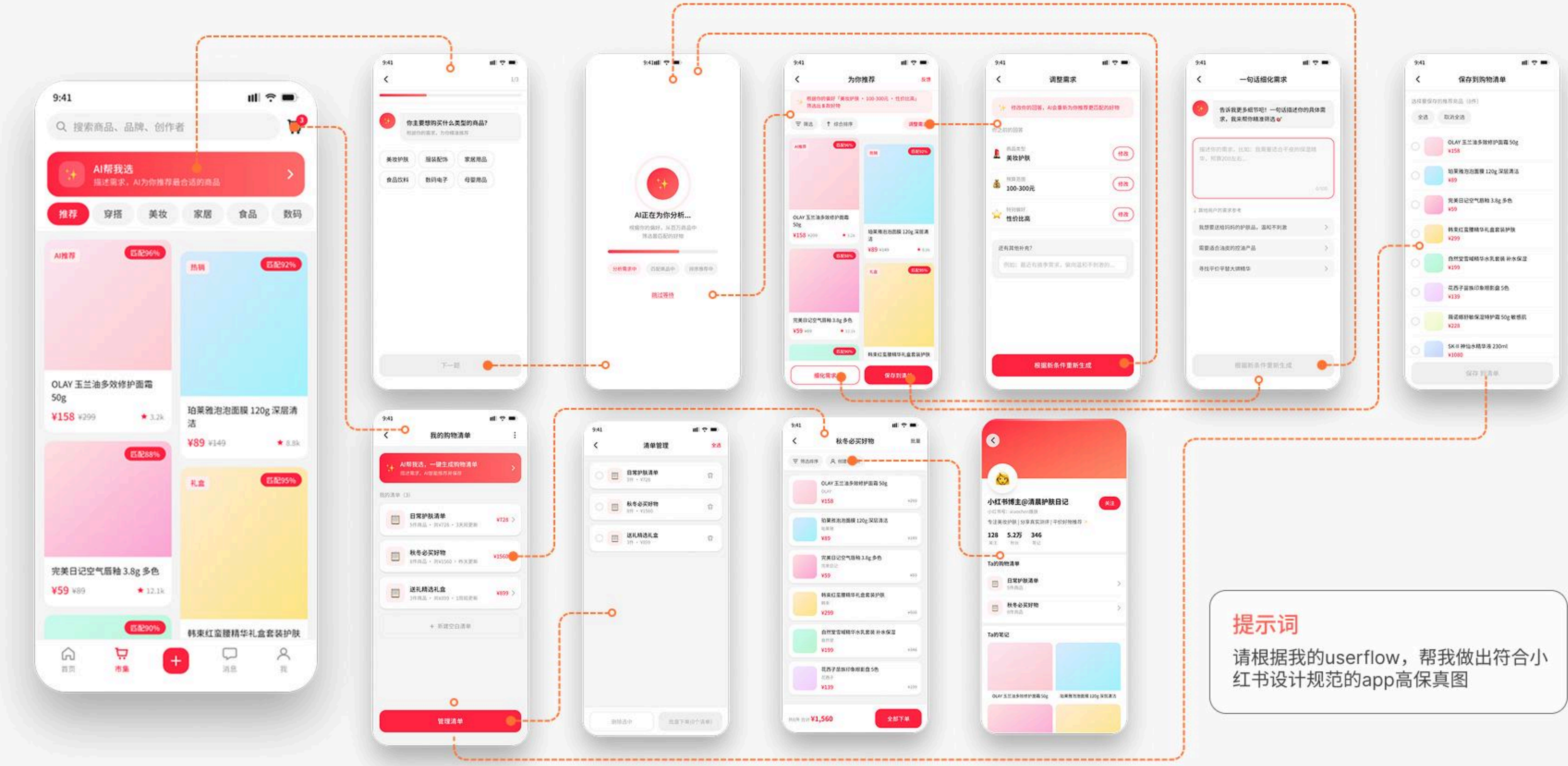
Body 01/PingFang SC/Regular/12

Body 02/PingFang SC/Regular/10



用户流程图构建

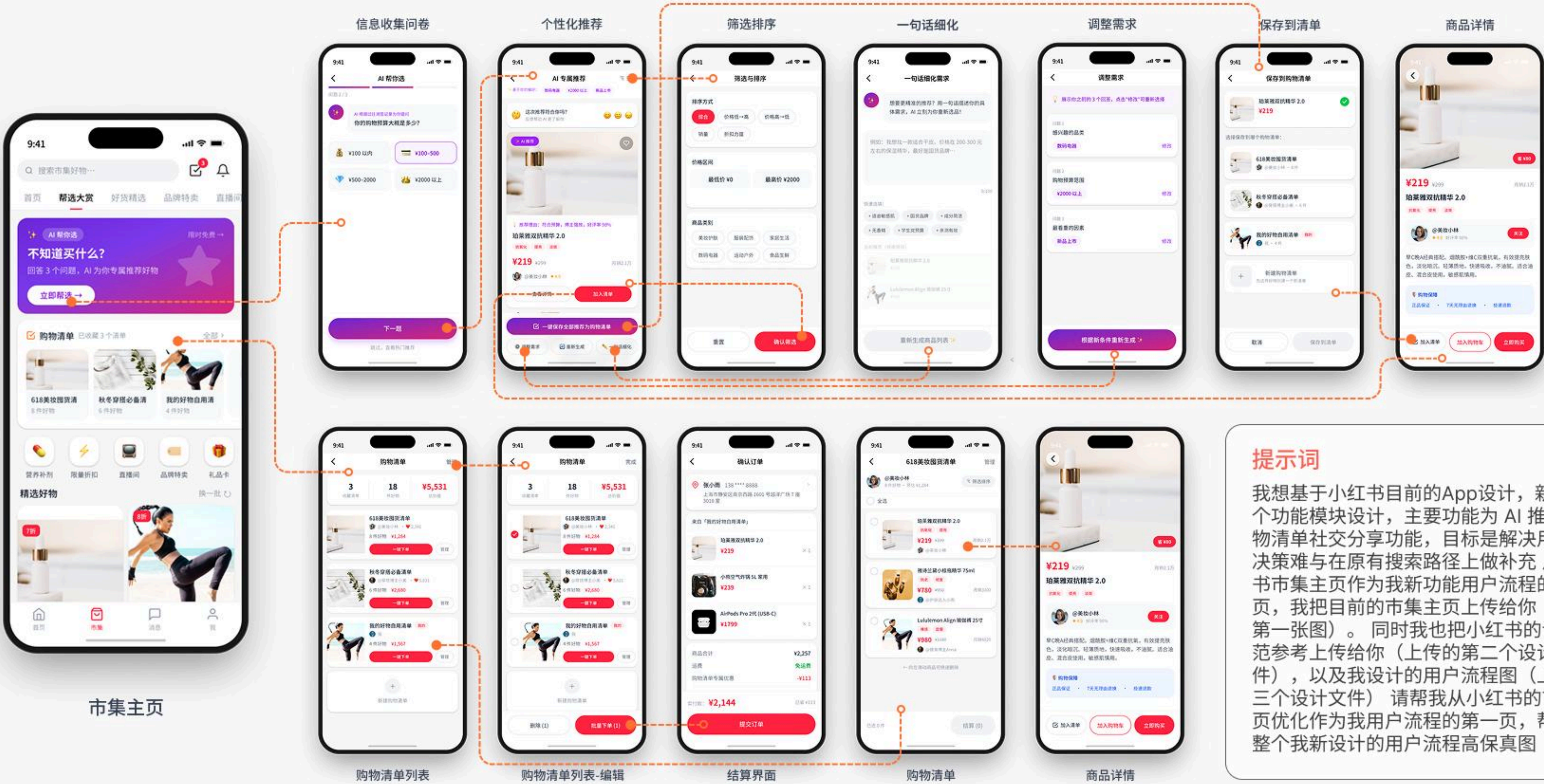




提示词

请根据我的userflow, 帮我做出符合小红书设计规范的app高保真图

高保真效果图迭代 Figma Make 生成第二版



提示词

我想基于小红书目前的App设计，新增加一个功能模块设计，主要功能为 AI 推荐及购物清单社交分享功能，目标是解决用户选品决策难与在原有搜索路径上做补充 从小红书市集主页作为我新功能用户流程的第一页，我把目前的市集主页上传给你（上传的第一张图）。同时我也把小红书的设计规范参考上传给你（上传的第二个设计文件），以及我设计的用户流程图（上传的第三个设计文件）请帮我从小红书的市集主页优化作为我用户流程的第一页，帮我做出整个我新设计的用户流程高保真图

推荐

分享

对比



帮选大赏主页

为了和已有的市集推荐做出区分，为帮选功能单独设计了主页。包含帮选功能入口卡片、我的购物清单入口卡片，和达人帮选购物清单推荐流。

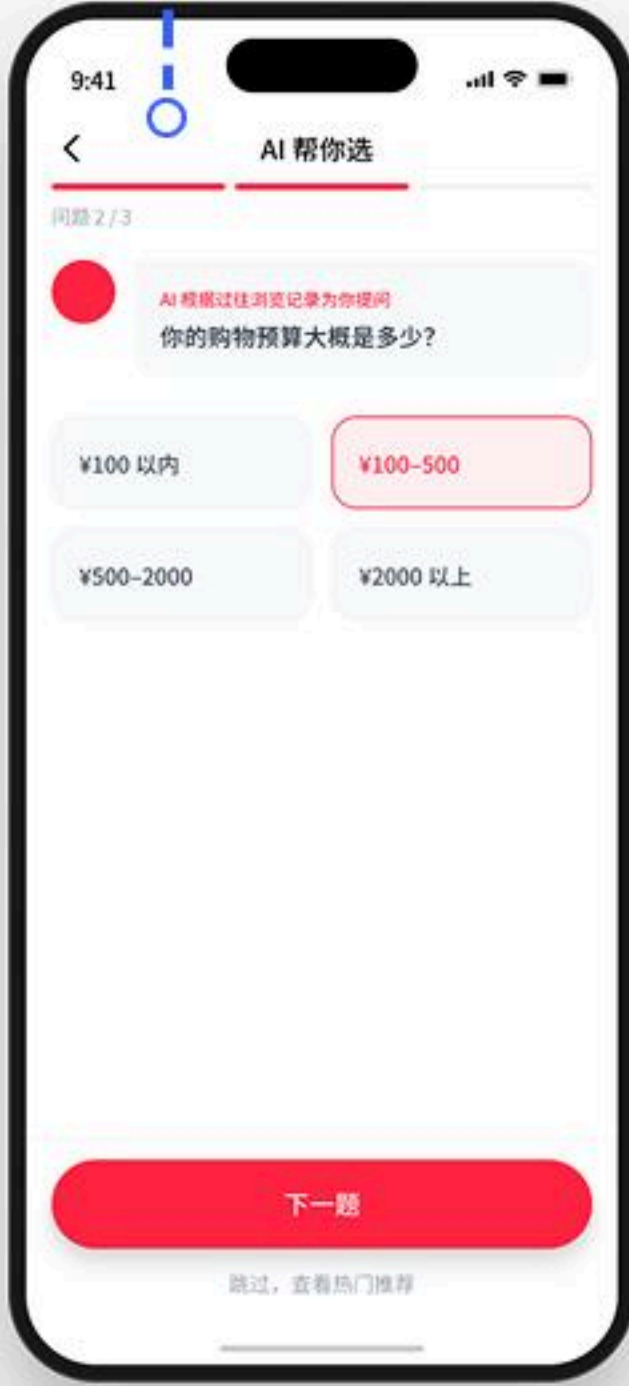
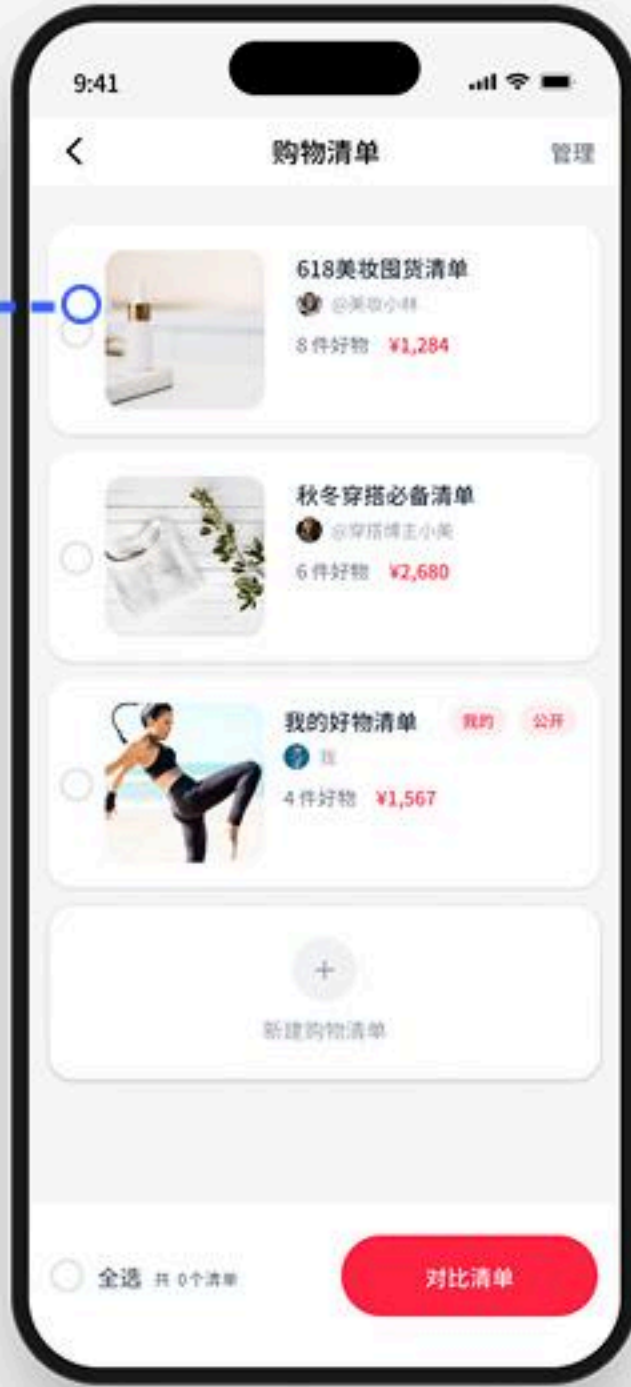


达人购物清单页

AI根据用户过往数据和近期热点生成三个问题帮助定位商品，依据用户回答生成推荐清单；缺少用户数据时则只根据近期热点生成。

我的购物清单列表页

用户可以在此处查看和管理自己创建和收藏的购物清单，还可以选择清单进行横向比较



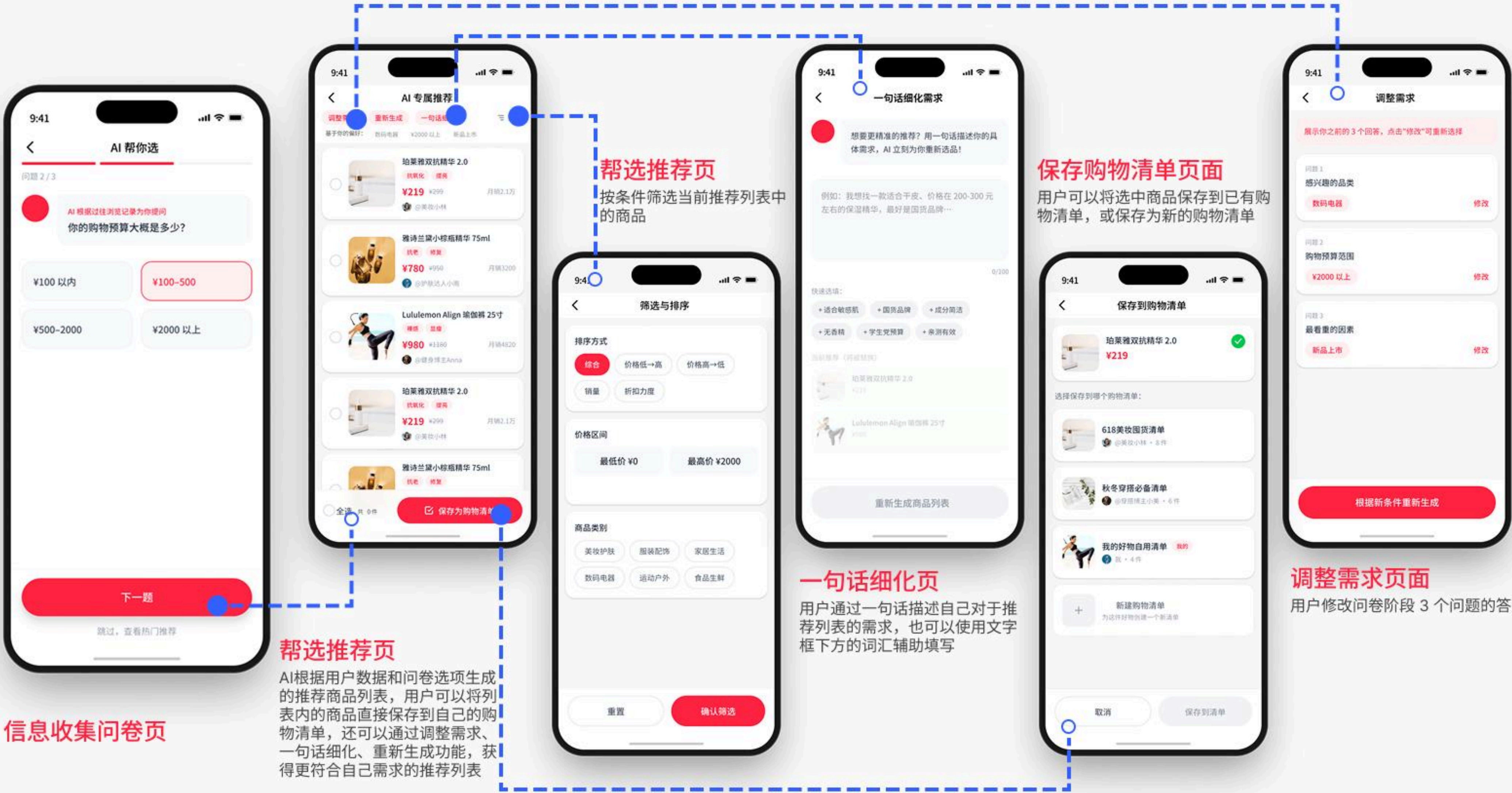
信息收集问卷页

AI根据用户过往数据和近期热点生成三个问题帮助定位商品，依据用户回答生成推荐清单；缺少用户数据时则只根据近期热点生成。

推荐

分享

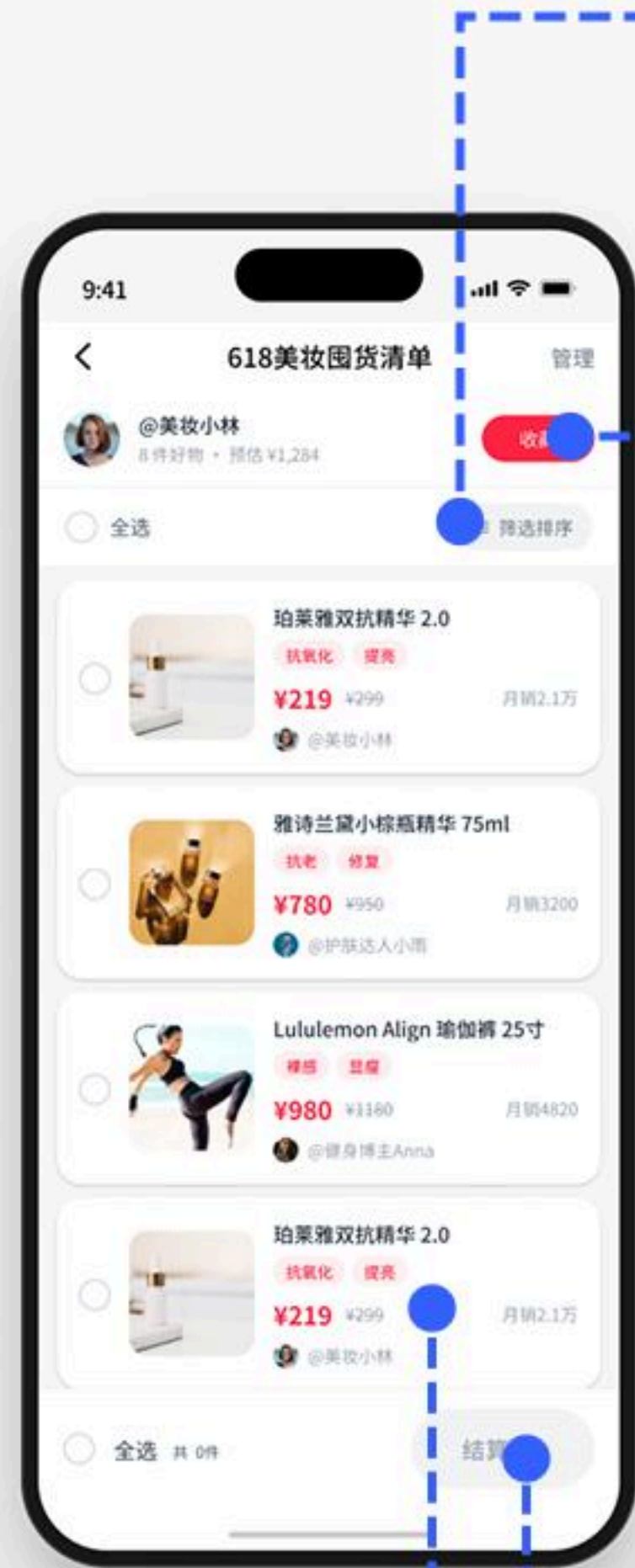
对比



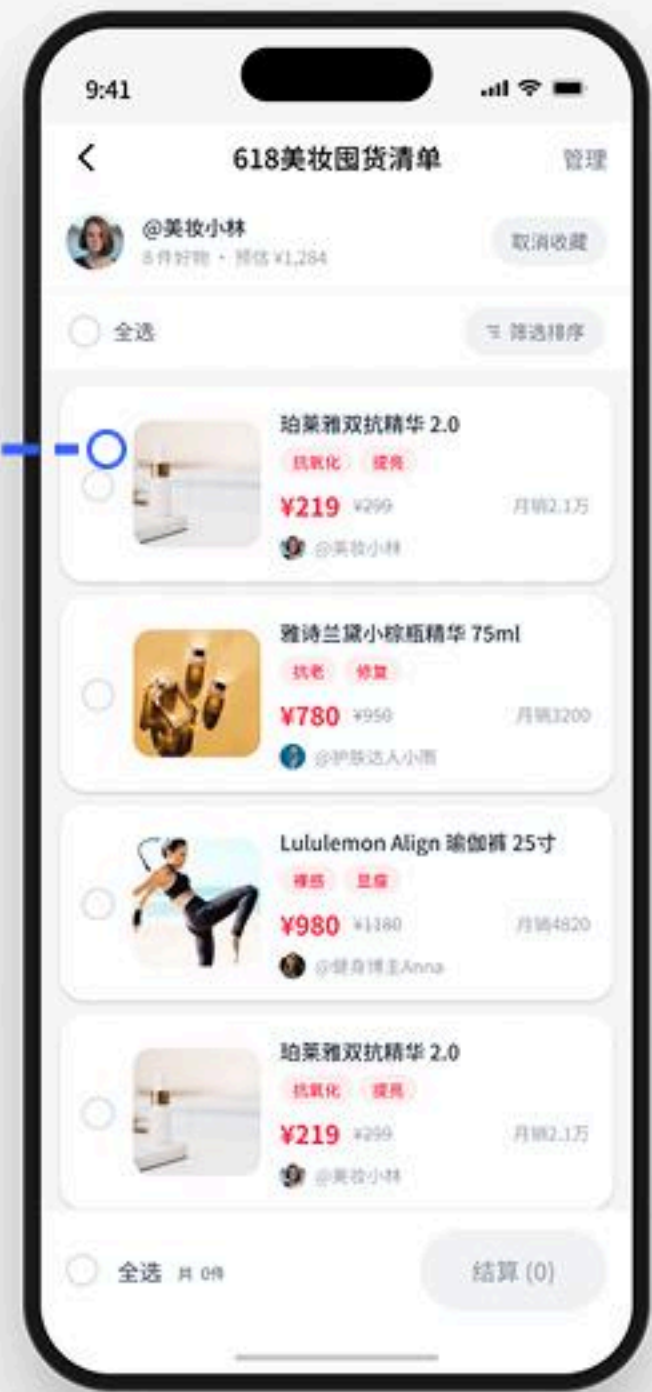
推荐

分享

对比



达人购物清单页



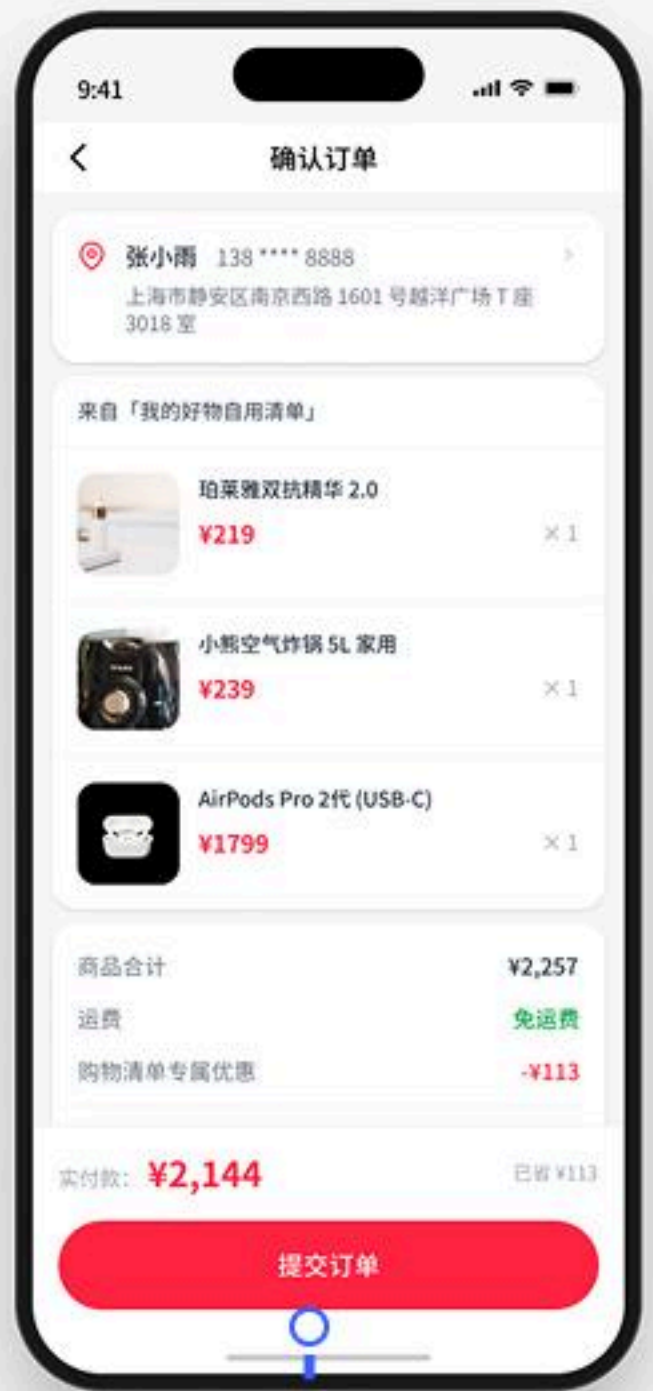
达人购物清单页-已收藏



订单确认页面
由此进入已有购物结算流程



筛选页面
按条件筛选当前清单中的商品

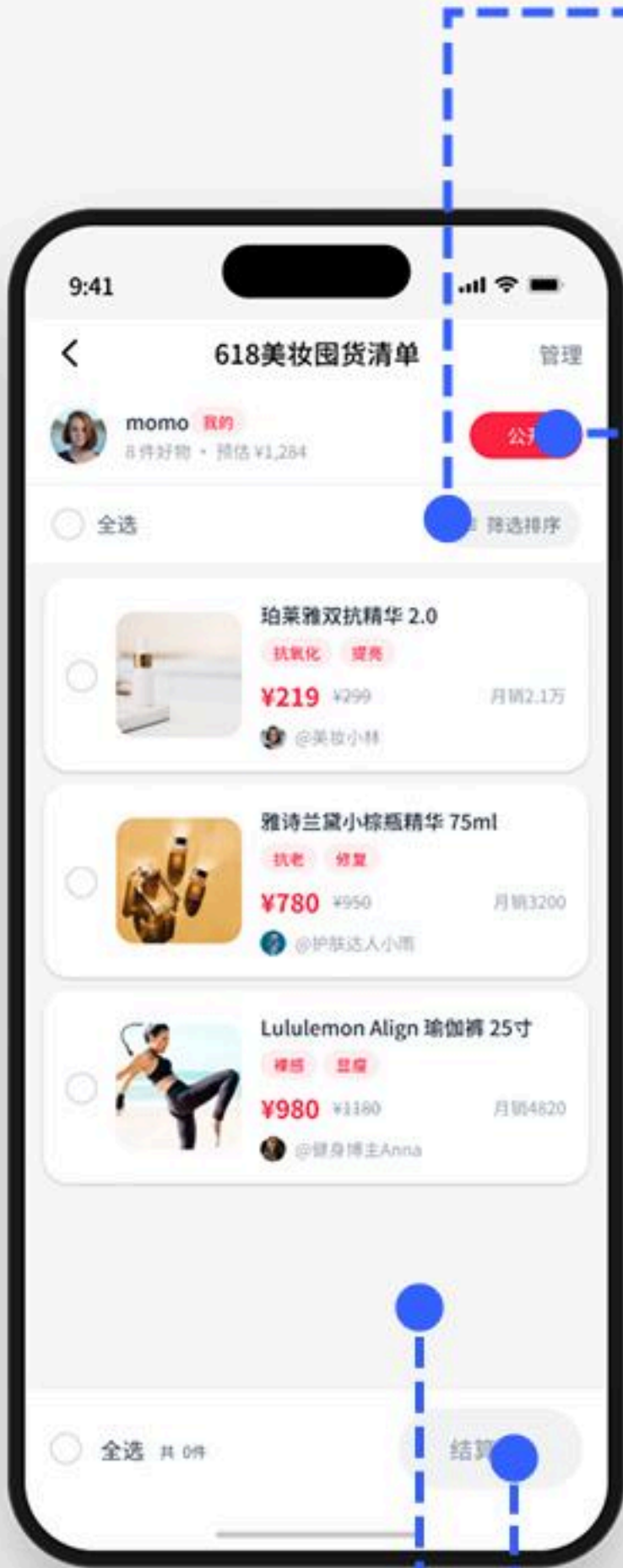


商品详情页面

推荐

分享

对比

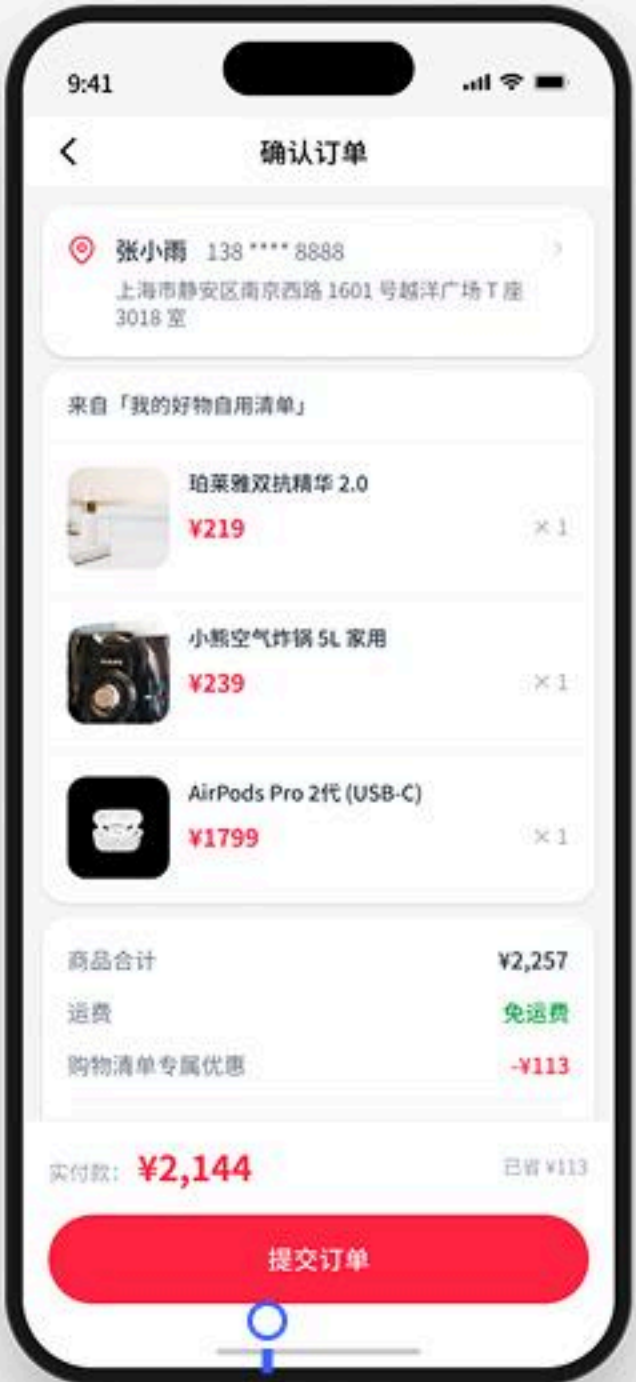


我的购物清单页-已公开

订单确认页面
由此进入已有购物结算流程



筛选页面
按条件筛选当前清单中的商品

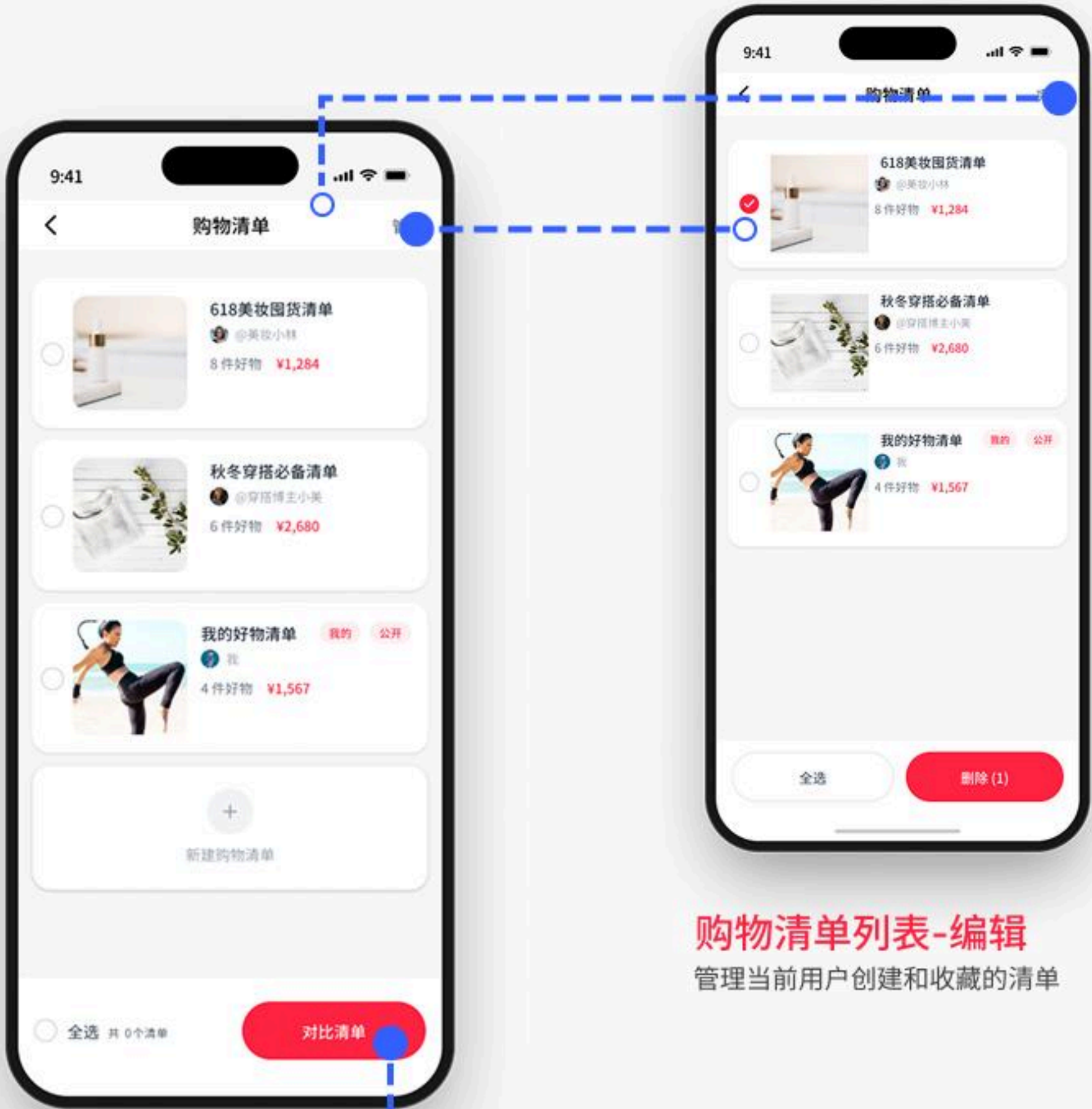


商品详情页面

推荐

分享

对比



购物清单列表-编辑
管理当前用户创建和收藏的清单

我的购物清单列表页

购物清单-对比清单-综合对比

AI分别从折扣力度、评价和适用场景三个方面对选中购物清单进行评估，辅助用户决策行为



购物清单-对比清单-商品明细

将选中购物清单中包含的商品进行横向对比

02

DEADLOCK

游戏概念与 UI 设计

为反乌托邦生存解谜游戏建立沉浸式界面语言，覆盖 HUD、背包与交互信息等核心体验。

死锁 DEAD LOCK

游戏概念与UI设计

收集模拟 生存解密 反乌托邦 后末日

你是一名自动化城市的维护工人。你从医疗舱中醒来走出封闭设施，发现整座城市已成死城，只剩下机器仍在完美运转。探索废墟和设施、利用机器的系统漏洞进入上锁区域、避开无处不在的巡逻机器人、收集资源并合成道具，穿越不同的城市区域最终抵达城市核心，并在揭开真相后做出你的选择。



DEAD LOCK

世界观设定

WORLD SETTING

世界观

架空的近未来，一座被AI控制的自动化封闭城市。城市的一切运作已由机器接管，人类踪迹消失殆尽。

核心冲突

物资断供，城市居民消失，自动化机器持续运行，成为获取生存资源和前进的障碍。机器不会停止，而你必须穿越它们。

叙事方式

环境叙事（涂鸦、设施、废墟的设计）+ 碎片化叙事（收集录音、数据芯片），拼凑城市消亡的真相。

核心玩法

CORE GAMEPLAY LOOPS

1 MIN

收集资源

拆解资源

合成消耗品 / 任务道具

观察 / 扫描

右键瞄准进入扫描界面，高亮可互动物体、设施感知范围、机器巡逻路线和资源位置。

10 MIN

观察设施行为模式

理解规则

利用规则解谜打开上锁区域

获得资源奖励和信息

资源管理

食物、净水、纤维、橡胶、零件——可以使用拆解获得的基础资源合成消耗品和任务道具。

1 HR

探索整个城市区域

拼凑叙事碎片

触发区域剧情节点

解锁新区域

解密互动

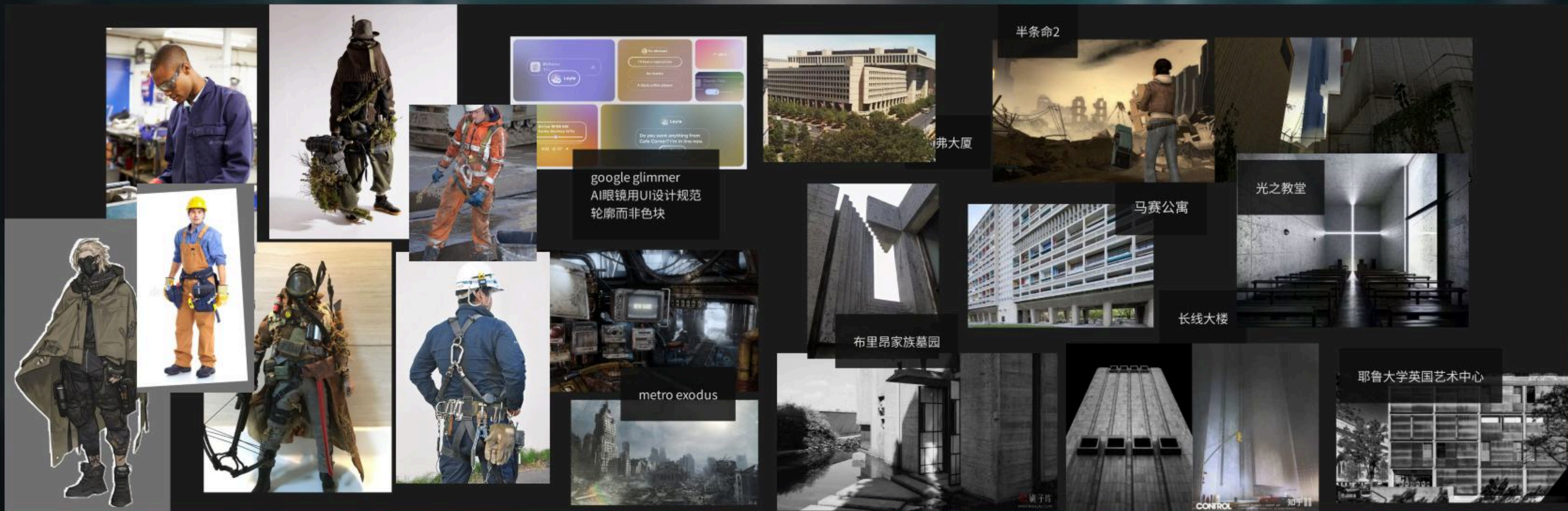
躲避、骇入、引导冲突、物理破坏——多路径解法让玩家自由选择应对策略。

生存指标管理

疲劳与健康值、各种负面状态——在有限资源下维持生存是贯穿全程的压力核心。

情绪板

MOOD BOARD



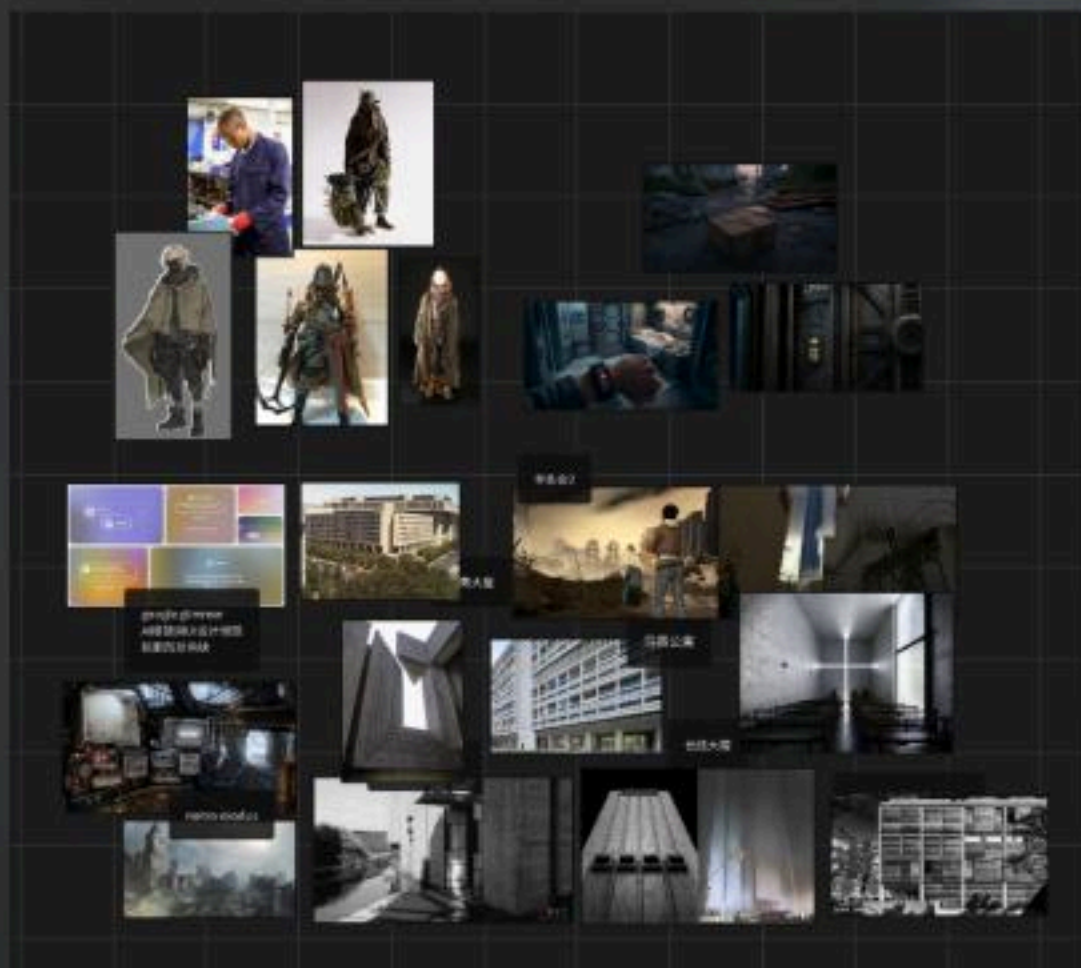
素材生成工作流

ASSET GENERATION WORKFLOW

确定风格提示词

01 收集参考素材

在pintrest, artstation等图片素材网站上收集图片素材，形成风格情绪版。



02 提取风格提示词

使用KIMI AI分析图片，按照艺术风格、光影氛围、色彩倾向、构图语言、后期特征五个维度生成提示词，多次生成后选取高频出现的词汇作为提示词。

1. 【艺术风格】—— 画风、流派、时代感（如：新艺术运动、故障艺术、赛博朋克、浮世绘）
2. 【光影氛围】—— 光源方向、软硬程度、时间感（如：侧逆光、体积光、黄金时刻、低-key照明）
3. 【色彩倾向】—— 主色调、饱和度、对比度（如：青橙对比、低饱和莫兰迪、高对比霓虹）
4. 【材质质感】—— 表面处理方式（如：哑光磨砂、釉面反光、做旧纸张、手绘水彩晕染）
5. 【构图语言】—— 取景方式、空间处理（如：对称构图、负空间留白、浅景深、俯视45度）
6. 【后期/渲染特征】—— 技术痕迹（如：35mm胶片颗粒、Octane渲染、柔焦扩散、锐化边缘）

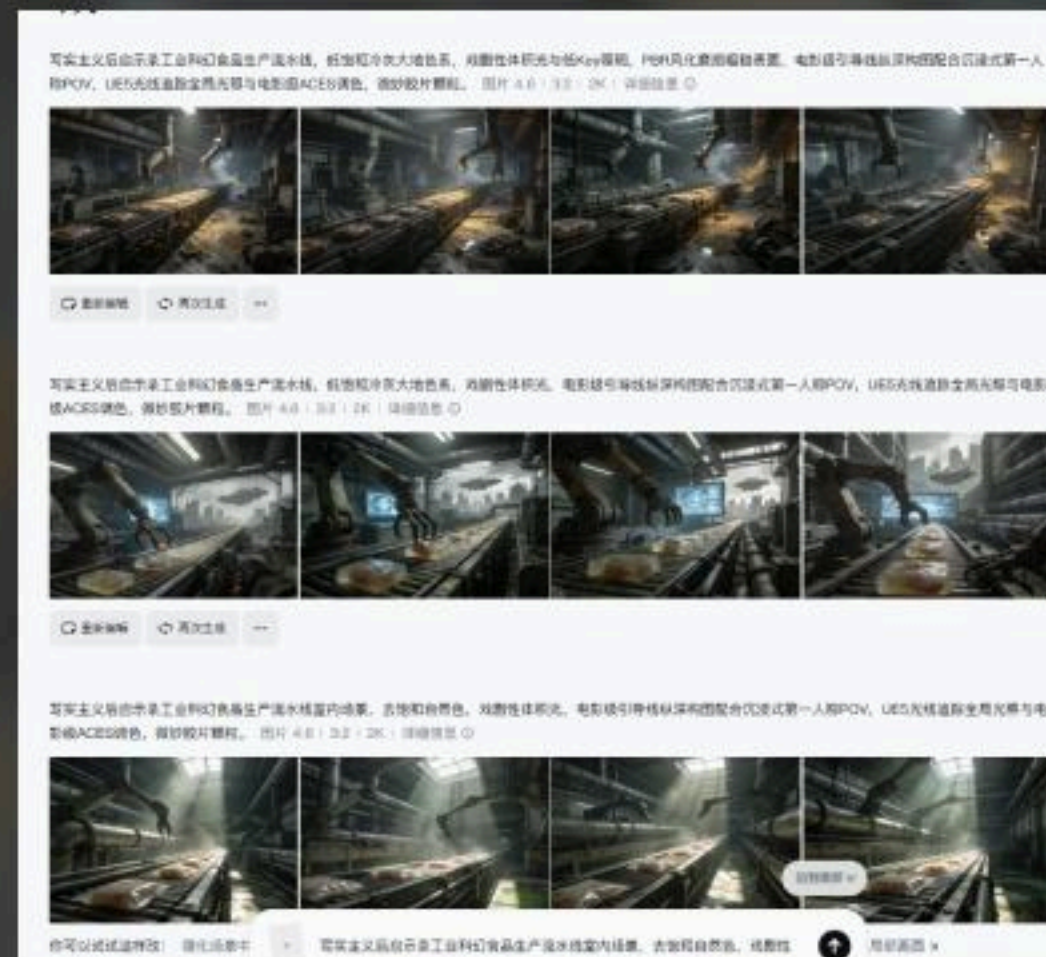
最后，将这些关键词组合成一段 50-80 字的「风格定义句」，可直接嵌入任何文生图Prompt中使用。

低饱和怀旧风格3D渲染

基于对四张参考图片的交叉分析，它们共同呈现出一种写实主义后启示录工业科幻的视觉体系。以下是六个维度的精准风格定义：

03 风格提示词固定微调

验证提示词效果，根据出图微调提示词



游戏内画面效果图



提示词：写实主义后启示录（茶水间、流水线、废弃商场）场景，描述画面主体），去饱和自然色，戏剧性体积光，电影级引导线纵深构图配合沉浸式第一人称POV，UE5光线追踪全局光照与电影级ACES调色，微妙胶片颗粒。

角色设计



建模感素材



过场动画效果图



宣传海报



设计规范和标志

INTERFACE DESIGN SHOWCASE

字体规范

方正黑体 / Regular / 40

方正黑体 / Regular / 32

方正黑体 / Regular / 30

方正黑体 / Regular / 20

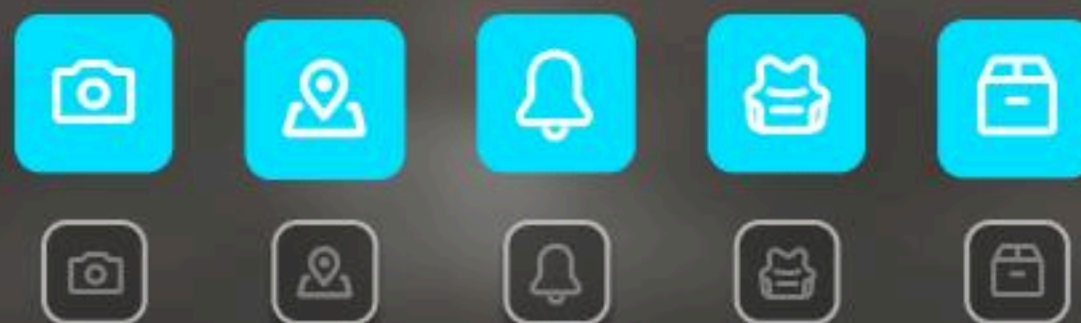
方正黑体 / Regular / 16

方正黑体 / Regular / 15

方正黑体 / Regular / 13

方正黑体 / Regular / 12

标志使用规范



DEAD LOCK

设计规范和标志

INTERFACE DESIGN SHOWCASE

组件库



HP 75/100

03 22 联系人
3051年核心维修人员名单公示

03 22 联系人
3051年核心维修人员名单公示

03 22 联系人
3051年核心维修人员名单公示

新游戏

继续游戏

读取存档

设置

E 拾取 ESC 退出终端
X 拆解 ESC 退出
F 骇入

I 放大/缩小
P 回到目前位置
X 设置目标点

中心广场前
资源：铁、纤维、布料



- 发生了什么事了?
- 食物供给还没有恢复吗? F
- 我觉得有些烦躁……
- 其他维修工人在哪里?



SECTOR 04 · MAP

UI设计展示

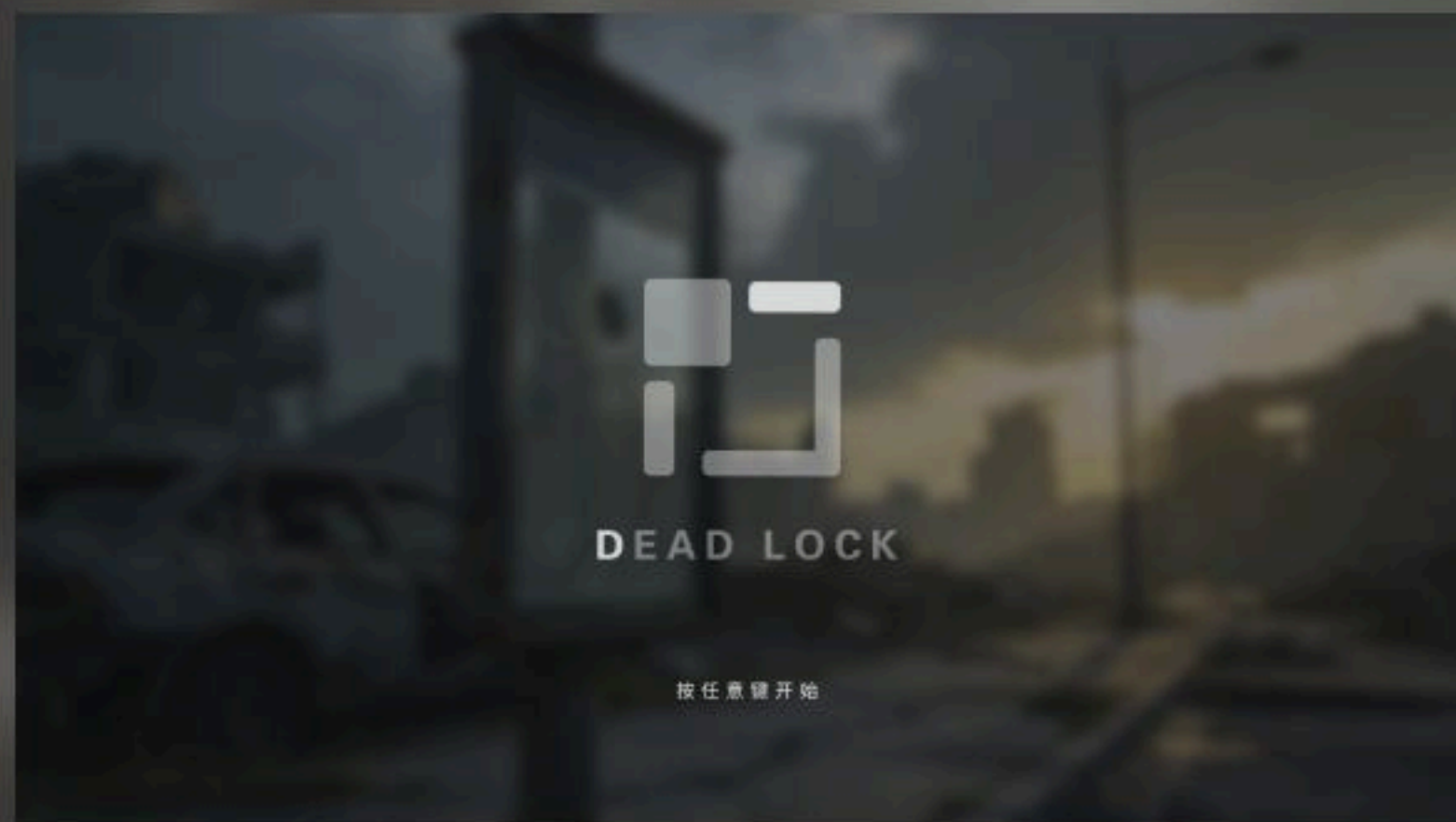
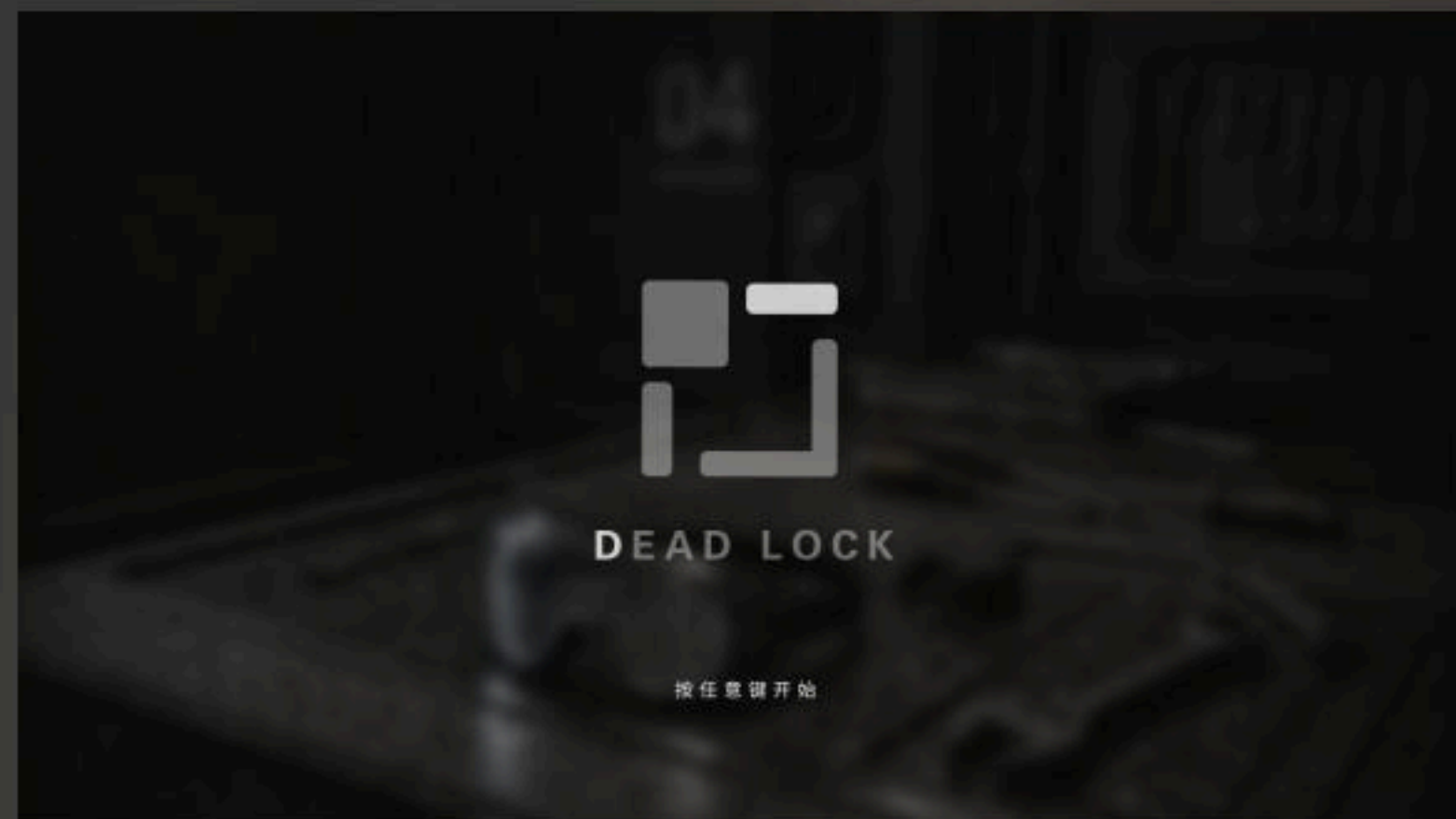
INTERFACE DESIGN SHOWCASE

标题画面

暂停菜单

UHD / 失败画面

背包 / 装备 / 信息 / 相机



UI设计展示

INTERFACE DESIGN SHOWCASE

标题画面

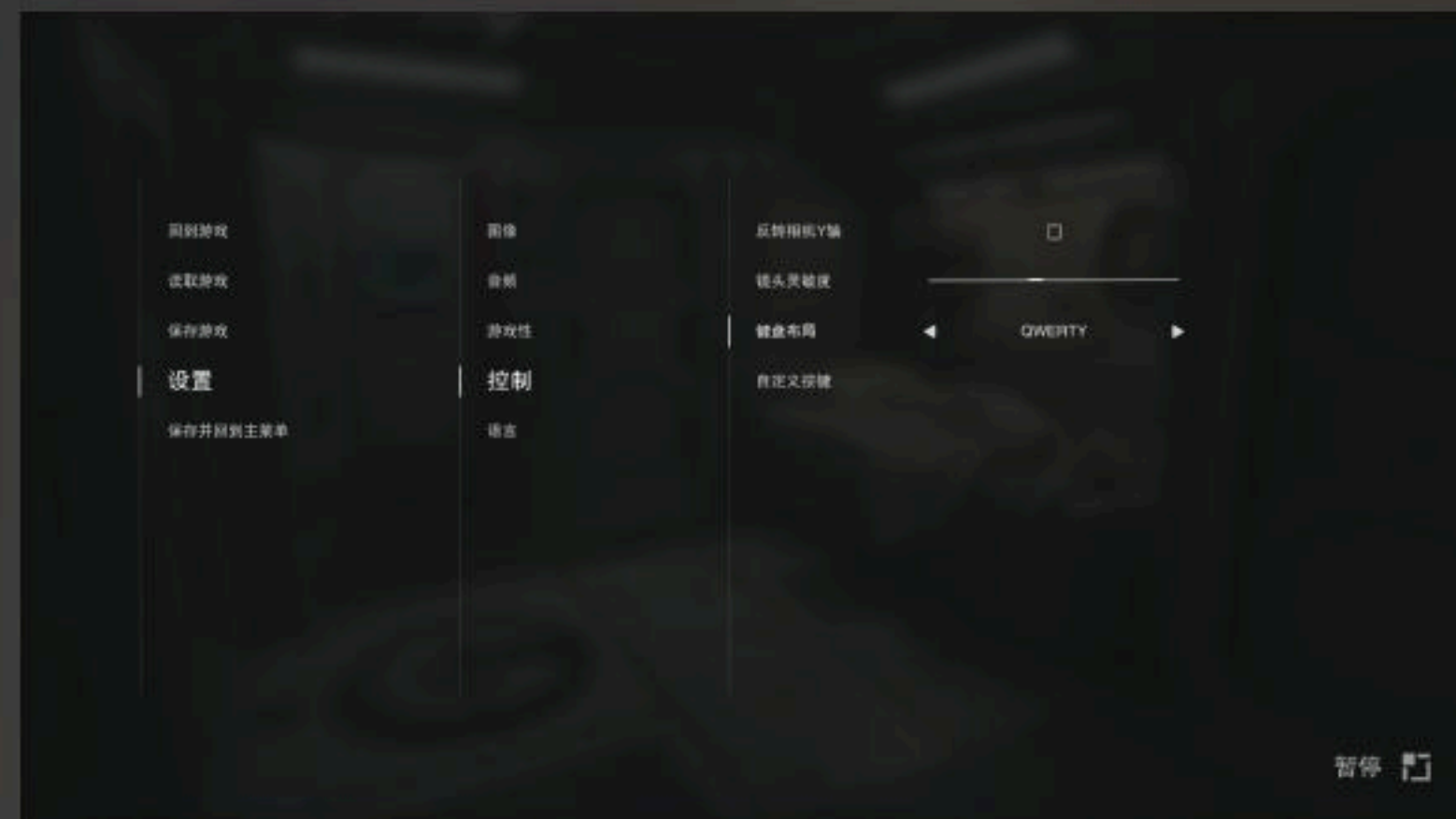
暂停菜单/ 失败画面

UHD

背包 / 装备 / 信息 / 相机

我将玩家视角设定为观看主角行动录像的视角。暂停游戏和主角死亡在游戏中在玩家视角来看就是行动录像的暂停和记录的中断，暂停菜单和失败画面的设计基于这个设定展开。

暂停界面整体呈现为文件管理列表的样式，死亡画面则呈现为记录中断的样式，根据玩家的行为给出死因推断和总录像时长，强化记录感和观察感。



UI设计展示

INTERFACE DESIGN SHOWCASE

标题画面

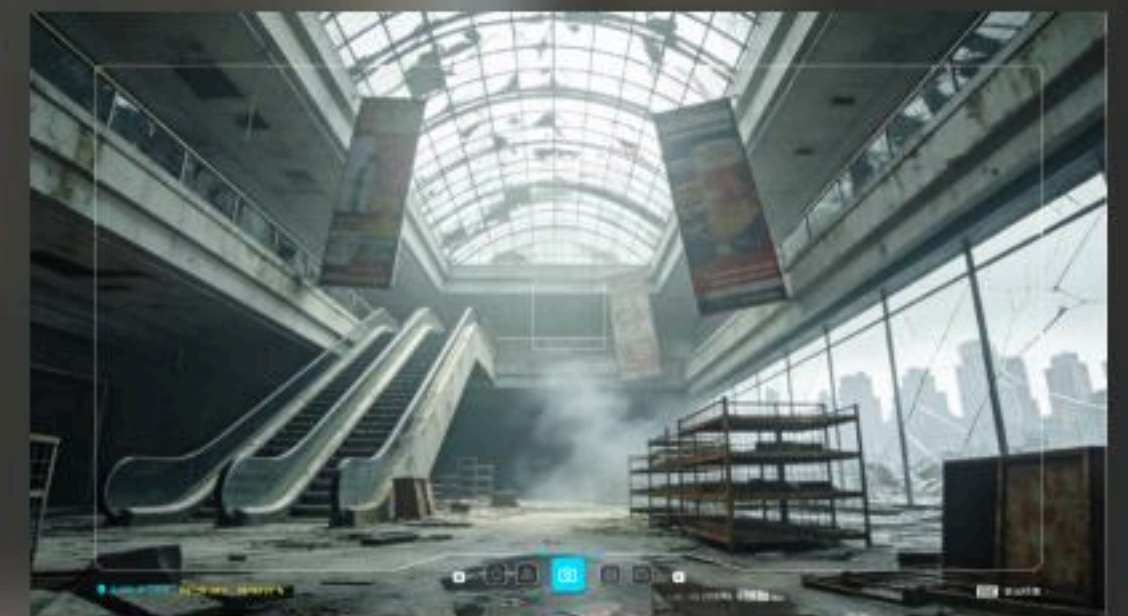
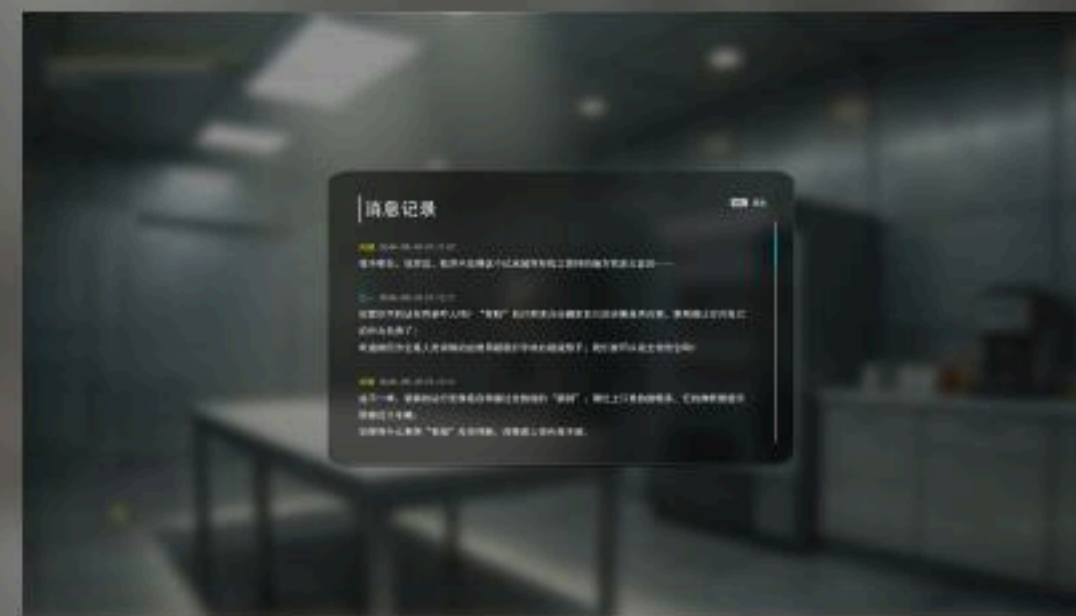
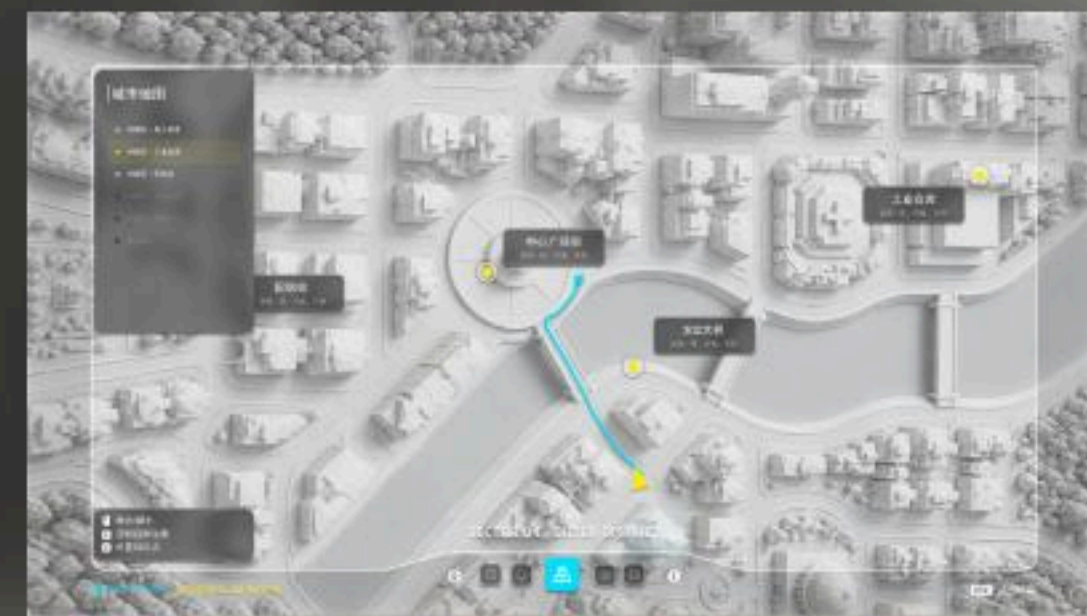
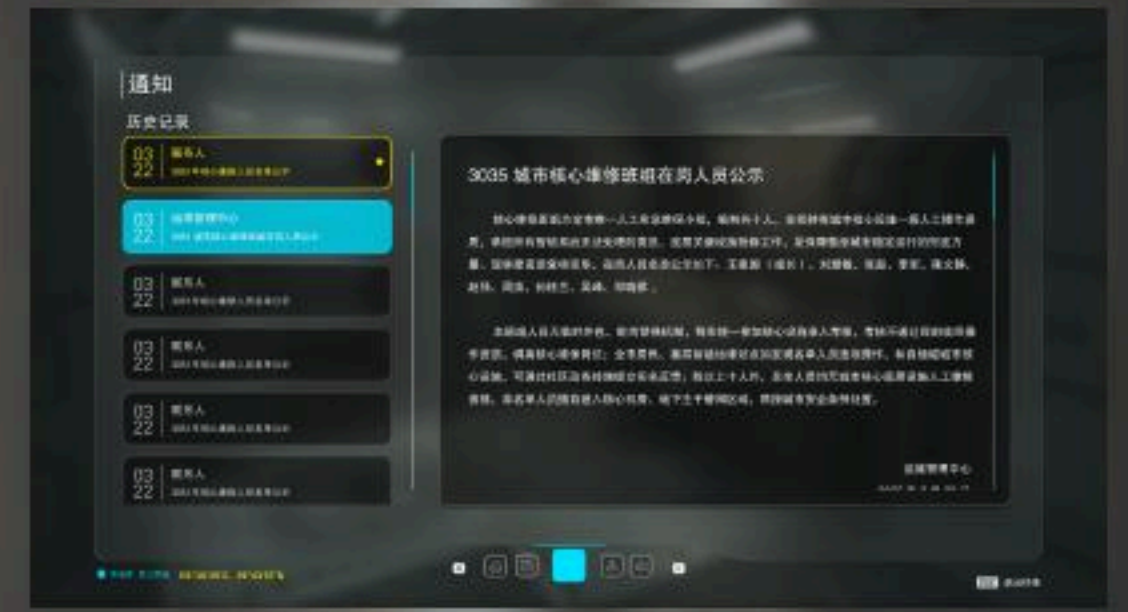
暂停菜单/ 失败画面

背包 / 装备 / 信息 / 相机

UHD

设定上，主角佩戴着检修用的AI眼镜设备，附有扫描、地图、收发信息、资源管理、健康检测等功能。所以游戏内的UI风格参考现实AR/智能眼镜设备多线框少色块的UI设计原则。

由于在实际应用中没有底色会导致识别困难，所以只强调了线框的感受，并融合了手机界面常用的圆角、毛玻璃、半透明的风格进行设计，意在强化玩家透过设备看世界的感受。



UI设计展示

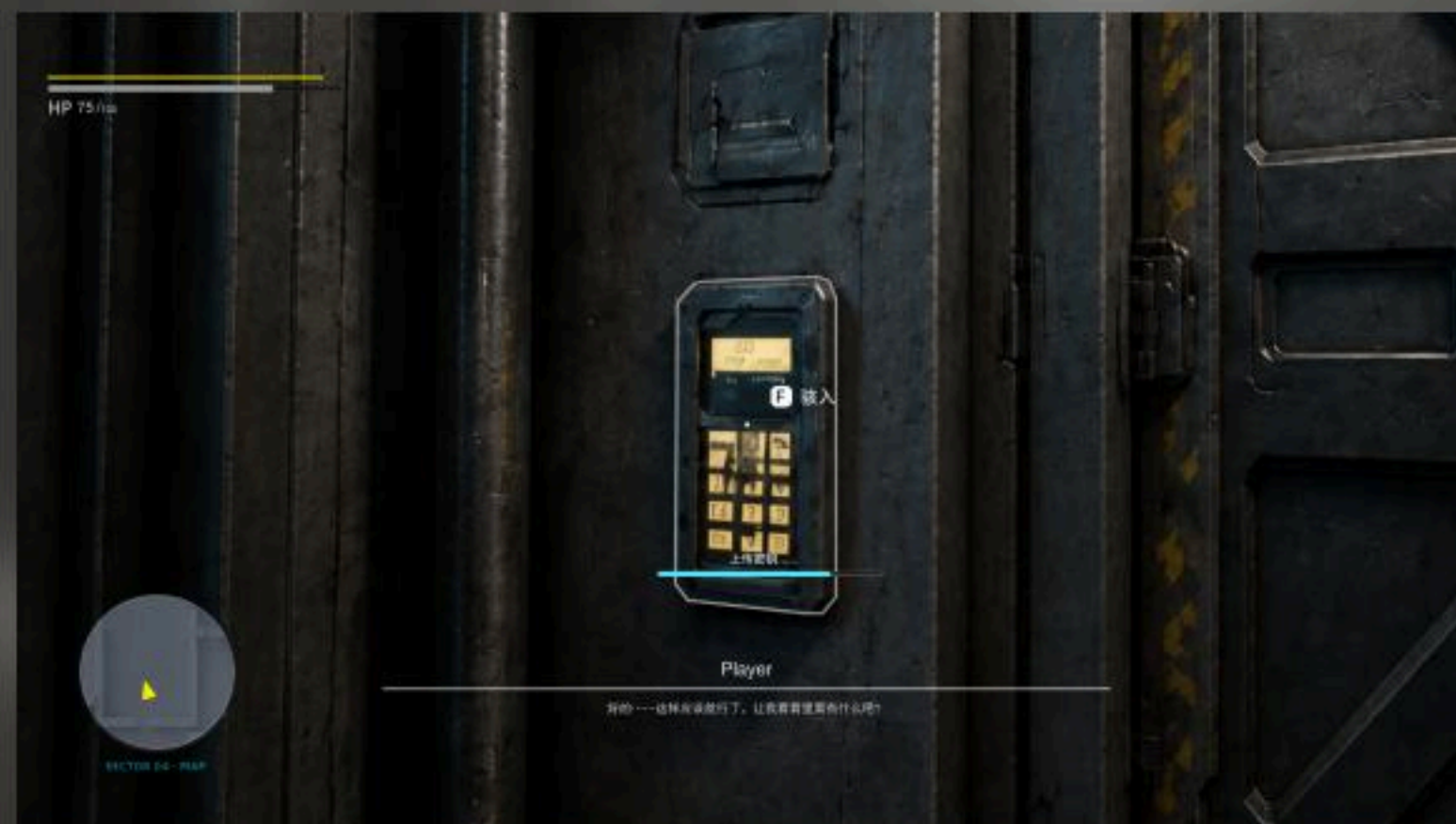
INTERFACE DESIGN SHOWCASE

标题画面

暂停菜单/ 失败画面

背包 / 装备 / 信息 / 相机

UHD



03

抚顺小碗黑木耳

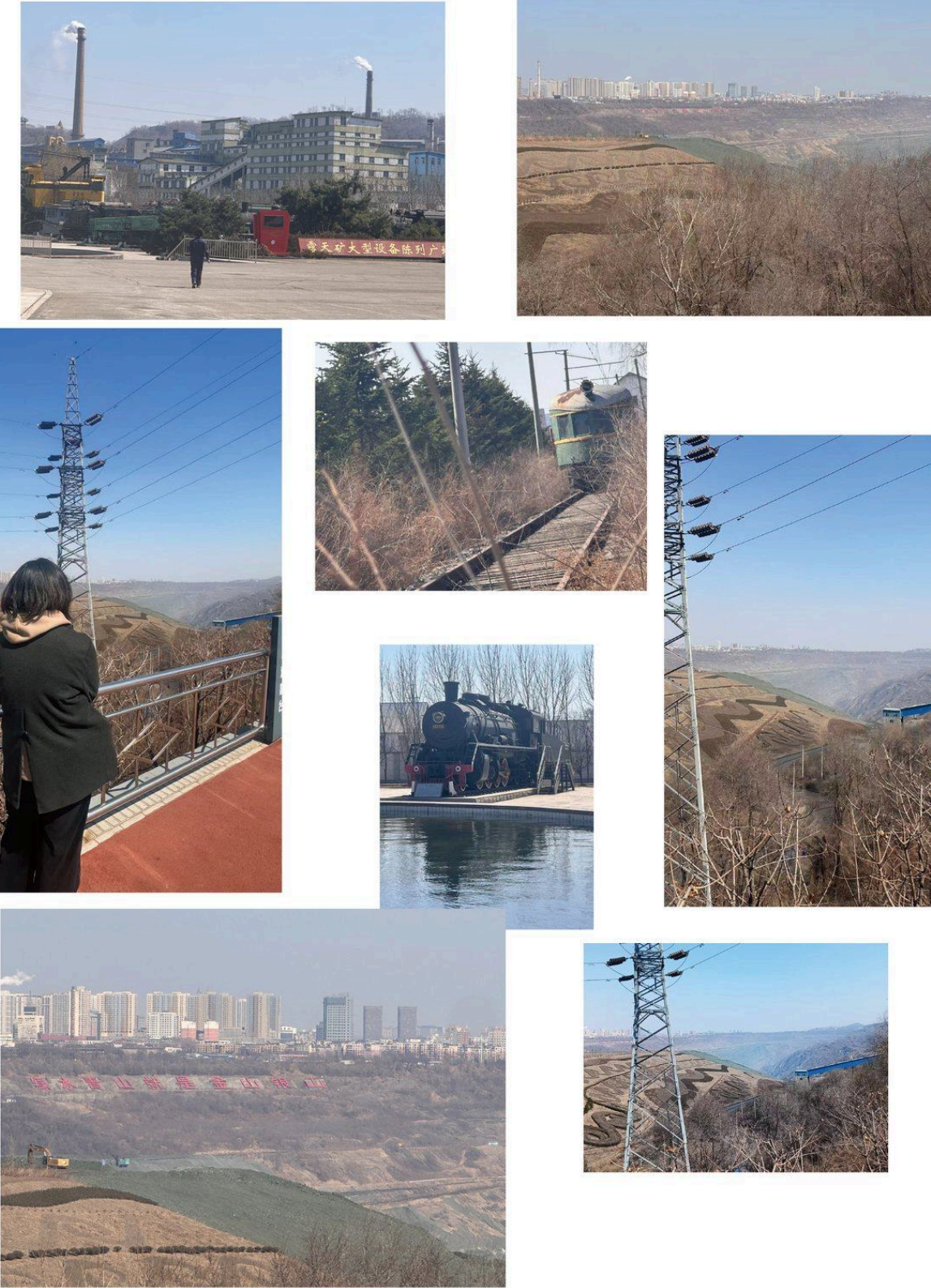
包装设计

以抚顺国家地理标志产品黑木耳为对象，针对品牌辨识度低、安全提示缺失、环保性能不足、地域文化薄弱等问题，做轻量化与可持续包装。

从矿坑、矿井到博物馆

问卷、实地调研和半结构化访谈发现：传统抚顺木耳包装缺少品牌辨识，分量也偏大，接不住城市年轻群体的轻量礼品需求。

抚顺西露天矿坑



通过随机访谈了解到当地人认同露天矿坑作为抚顺的代表性地标之一。在距离观察了西露天矿坑，很遗憾附近的高层观景台是关闭状态，没有收集到矿坑的俯视照片。我们得以亲身感受了矿坑中吹来的山风和其宏大沉重的氛围，颇有感触。当地人告知我们矿坑已被填上了一半，我们也在矿坑中发现了大量的植被绿化，这说明本地矿坑的环境治理，或许可以靠上绿色环保的主题，但如何将这点融入包装还需要进一步思考。

抚顺西露天矿坑调研

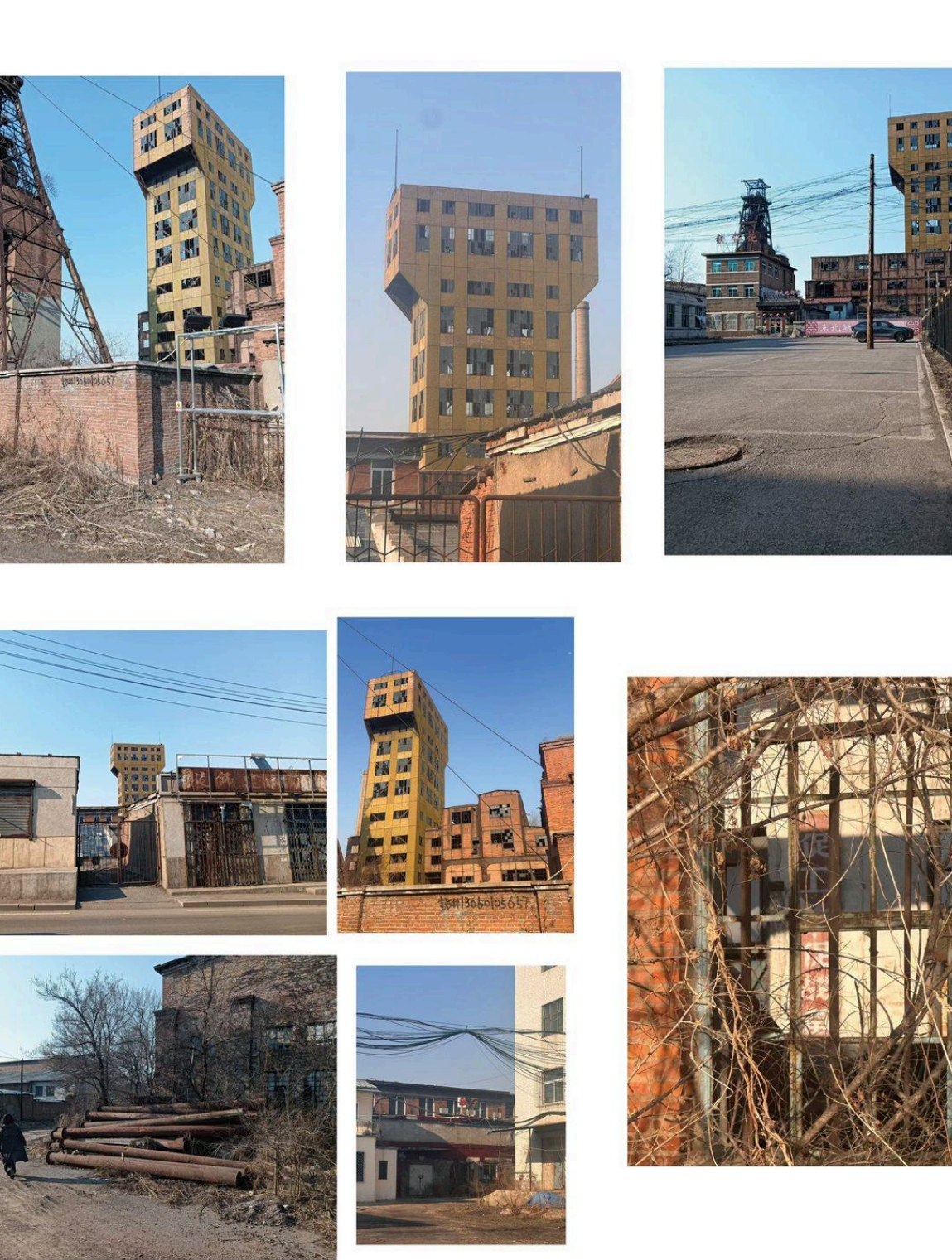
抚顺市博物馆



抚顺市博物馆的近代史部分着重介绍了平顶山惨案和抚顺人民抗日历史，不适合用食品包装的形式阐述，所以并没有拍摄太多资料。虽然觉得和目前已有的包装风格和基调很难匹配，我们也拍摄了一些古代文物的造型以备参考。参观抚顺市博物馆的时候恰逢附近的小学组织学生集体参观，可以了解到抚顺依旧重视对于本地历史和煤矿文化的教育，煤炭文化依旧可以唤起抚顺人民的认同感。

抚顺市博物馆调研

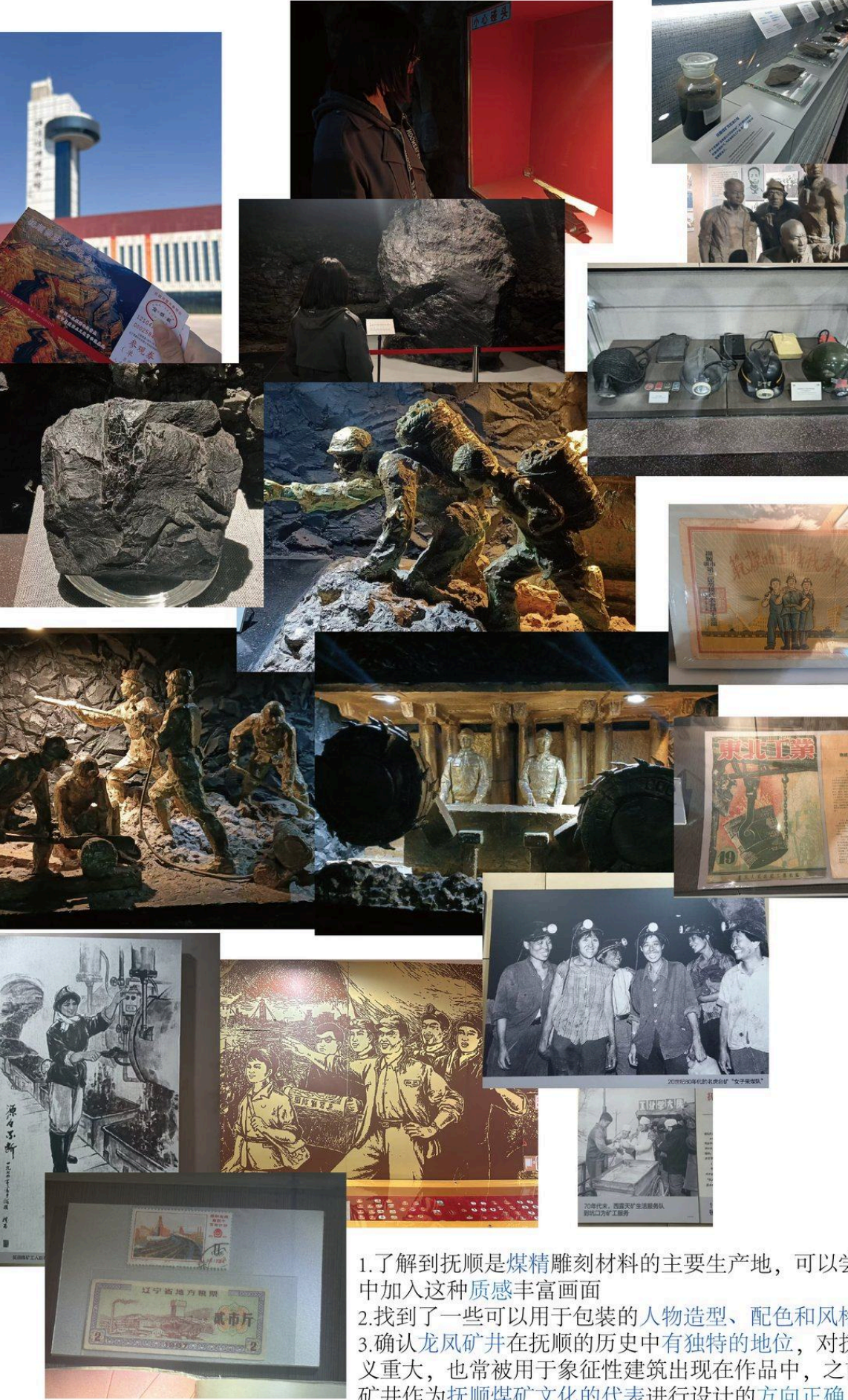
抚顺龙凤矿井遗址



能够的靠近了龙凤矿井（于2000年停止使用）的遗址，拍摄了多角度的影像资料，在靠近的现了曾经的矿井配套设施（娱乐设施、道路等）的遗址，一并拍摄备用。透过遗址破碎的看到里面的生产标语，还传出了隐隐约约的收音机的声音，很有氛围感，出于人身安全考虑靠近。

抚顺龙凤矿井遗址调研

抚顺煤矿博物馆



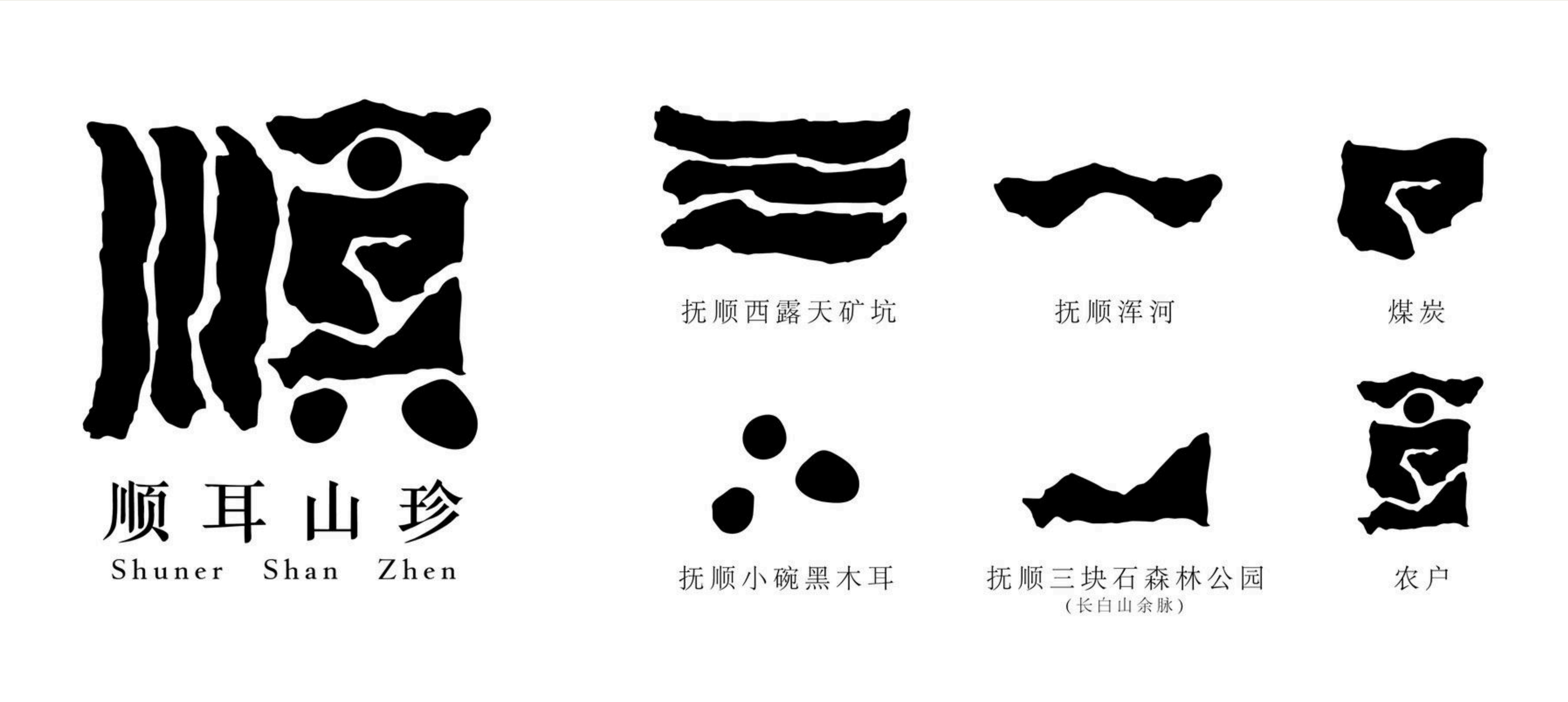
- 了解到抚顺是煤精雕刻材料的主要生产地，可以在包装中加入这种质感丰富画面
- 找到了一些可以用于包装的人物造型、配色和风格
- 确认龙凤矿井在抚顺的历史中有独特的地位，对抚顺意义重大，也常被用于象征性建筑出现在作品中，之后以矿井作为抚顺煤矿文化的代表进行设计的方向正确

抚顺煤矿博物馆调研

顺耳山珍标志设计

实地调研后抽出抚顺煤矿文化里四个有代表性的符号，和木耳、农户的形象一起，构成标志与辅助图形。

矿坑 · 浑河 · 煤炭 · 木耳 · 森林 · 农户



自然色系

根据抚顺木耳包装偏好问卷，选定以绿色、褐色为主的自然色。

#AEC374

#445434

#D4DCA6

#535446

一纸成型

和种植农户做了深度半结构化访谈之后，采用一纸成型、方便一个人操作的盒型。内置独立小包，方便个体商家打包和售卖。



海报与衍生品设计



04

其他作品

标志与手绘海报

盘锦礼物

以红海滩和市鸟黑嘴鸥为灵感，做的第一件标志。

Procreate



红海滩和黑嘴鸥（来源网络）

莎布蕾软心曲奇

软心曲奇的一组手绘海报。

Procreate · Photoshop



榄菊手绘海报

为榄菊驱蚊产品画的一组手绘海报。

Procreate · Photoshop



项目合作 / 实习机会 / 聊聊设计

Let's talk.



risummeryoko@163.com · 15245942895