

PORTFOLIO

DESIGN

设计 / 作品集

& 2022-2026

- COMPREHENSIVE VISUAL SOLUTION FOR COMMERCIAL IMPLEMENTATION
- VISUAL DESIGN
- OPERATIONAL EVENT DESIGN
- IP CULTURAL AND CREATIVE DESIGN
- PACKAGING DESIGN
- FONT DESIGN

X 商业落地视觉全案 视觉设计 X 运营活动设计 X IP设计 X 包装设计 X 其他设计 X



PERSONAL INTRODUCTION

PERSONAL PORTFOLIO ©

工作经历

呷哺呷哺餐饮管理有限公司 设计主管 2026

物料设计与供应链落地:承接各 BU 新品需求,完成茶饮海报、时令产品及杯器具全套包装视觉设计;独立对接印刷供应链,跟进打样、校色与大货生产。主导哆啦 A 梦 IP 联名杯全案,对接版权方、规范视觉输出,顺利实现包装量产上线。

设计团队统筹管理:带领设计小组统筹视觉项目,定义视觉风格、把控成品品质;对接管理层与市场负责人,协调多方需求,推进设计方案落地,保障营销视觉项目准时交付

良品铺子股份有限公司 包装设计实习 2024

2025年货节良品铺子礼盒产品类别介绍画册、良品铺子礼盒电商详情页。阿里菜鸟与良品铺子联名包装设计。

良品铺子股份有限公司 平面设计实习 2024

根据所给文案,一周设计3-4篇H5页面长图文设计。
根据周年庆主视觉进行宣传海报设计,并一系列物料设计。

博物馆文创横向项目 文创设计实习 2023

了解博物馆文物的文化背景,对其进行数据的搜集。
确定文创的基本原理和设计理念,着手设计文创。

诚成广告设计公司 平面设计实习 2021

使用PS、AI进行文创产品设计、海报与物料设计。
根据后台用形为数据分析运营效果,对内容、视觉形式等不断进行调整。

PHOTO



张意晗

湖北工业大学 硕士
视觉传达设计

获奖经历

东方设计奖国家级一、二等奖,省级一等奖
米兰设计展中国高校设计湖北分赛区一、三等奖
两岸新锐设计竞赛·华灿奖华中赛区三等奖
未来设计师NCDA大赛省级二、三等奖
米兰设计展中国高校设计全国赛区二等奖
中国好创意国家级三等奖

GRAPH

软件技能

PS

AI

AIGC

PR

...



CONTENT LOG OF WORKS (作品目录)

COMMERCIAL IMPLEMENTATION

1 商业落地视觉全案 ↘

VISUAL DESIGN

2 视觉设计 ↘

OPERATION DESIGN

3 运营设计 ↘

IP DESIGN

4 IP设计 ↘

PACKAGING DESIGN

5 包装设计 ↘

OTHER DESIGNS

6 其他设计 ↘

PERSONAL PORTFOLIO ©
商业落地量产项目

哆啦A梦 * 唧哺联名

品牌全系列包材整合设计

INTEGRATED PACKAGING DESIGN
FOR THE BRAND'S ENTIRE PRODUCT LINE

(2026)



01



项目介绍 ◎

本套哆啦A梦节日全套包材，依托IP官方素材、固定标准色规范创作，贴合节日营销节点规划视觉体系。
日方监审标准严苛，全流程需完成设计稿、初样、大货三轮送审。
统筹全套包装视觉统一，规范角色与色值使用，按审核流程有序推进，高效完成整套物料落地量产。

严格遵循日方指定标准色卡，统一整套包材CMYK色值，区分主色、辅助色、线条色，杜绝形象偏色、比例变形，满足IP监审硬性要求。

THIS COMPLETE SET OF DORAEMON HOLIDAY PACKAGING WAS CREATED USING OFFICIAL IP ASSETS AND STANDARDIZED COLOR SPECIFICATIONS, WITH A VISUAL SYSTEM ALIGNED TO HOLIDAY MARKETING MILESTONES. SUBJECT TO RIGOROUS REVIEW STANDARDS FROM THE JAPANESE LICENSOR, THE ENTIRE PROCESS REQUIRED THREE ROUNDS OF APPROVAL: DESIGN DRAFTS, INITIAL PROTOTYPES, AND MASS-PRODUCTION SAMPLES. WE ENSURED VISUAL CONSISTENCY ACROSS THE PACKAGING SUITE, STANDARDIZED THE USE OF CHARACTERS AND COLOR VALUES, MANAGED THE WORKFLOW SYSTEMATICALLY, AND EFFICIENTLY EXECUTED THE PROJECT THROUGH TO MASS PRODUCTION.

STRICTLY ADHERE TO THE STANDARD COLOR CHARTS SPECIFIED BY THE JAPANESE SIDE AND STANDARDIZE CMYK VALUES ACROSS THE ENTIRE PACKAGING SUITE; CLEARLY DISTINGUISH BETWEEN PRIMARY, SECONDARY, AND LINE COLORS; ELIMINATE COLOR DEVIATIONS AND PROPORTIONAL DISTORTIONS; AND MEET THE STRICT REQUIREMENTS OF THE IP REVIEW PROCESS.

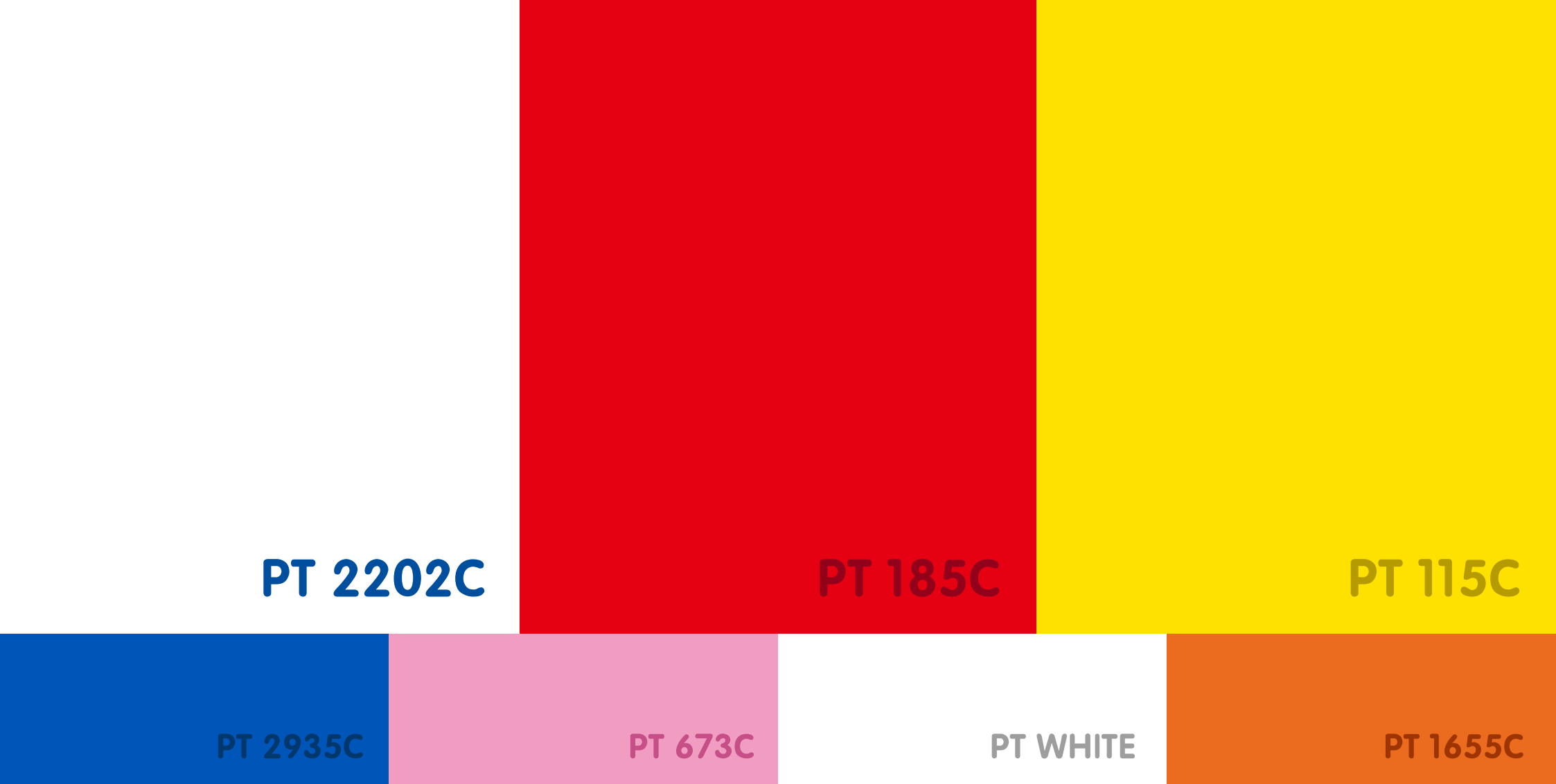
<年轻>

<亲子>

<跨代>



联名覆盖跨年龄层客群，以女性消费为主，
兼顾年轻打卡、亲子家庭、日常用餐多重消费场景，
依托哆啦A梦国民情怀，
拉动线下堂食、外卖打包、节日礼盒消费。



PT 2202C

PT 2202C	PT 185C	PT 115C	PT 1655C
PT 2935C	PT 673C	PT WHITE	PT 1655C

PT 185C

PT 115C

PT 2935C

PT 673C

PT WHITE

PT 1655C

DORAEMON PACKAGING DESIGN

THE COLLABORATION APPEALS TO A BROAD DEMOGRAPHIC SPANNING MULTIPLE AGE GROUPS—WITH A PRIMARY FOCUS ON FEMALE CONSUMERS—
WHILE CATERING TO DIVERSE OCCASIONSSUCH AS TRENDY SOCIAL MEDIA CHECK-INS, FAMILY OUTINGS, AND EVERYDAY DINING.
BY LEVERAGING THE WIDESPREAD NOSTALGIC APPEAL OF DORAEMON, THE INITIATIVE DRIVES SALES ACROSS DINE-IN, TAKEOUT, AND HOLIDAY GIFT BOX CATEGORIES.

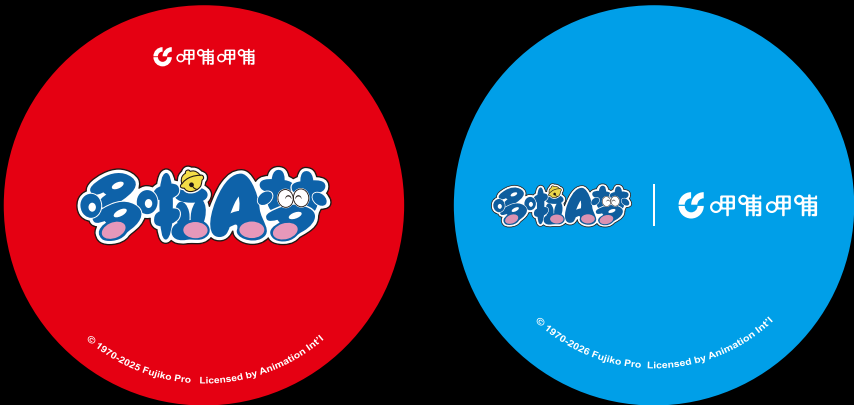
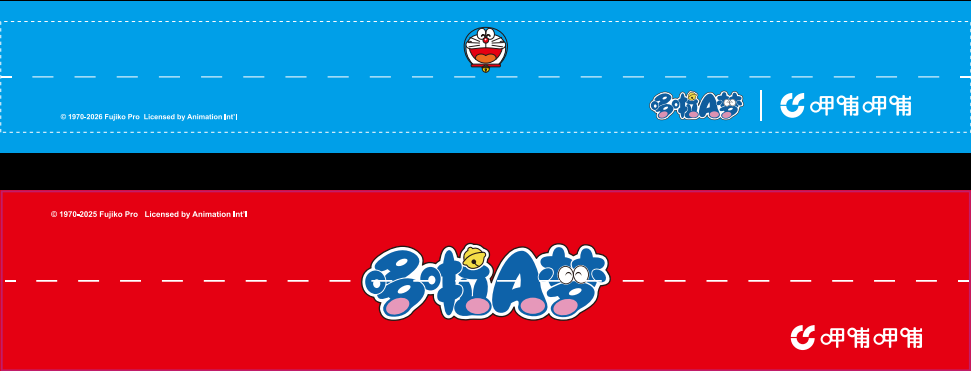
哆啦A梦 * 呷哺联名杯子设计 DORAEMON X XIABU CO-BRANDED CUP DESIGN

圣诞、新年、世界杯主题杯 CHRISTMAS, NEW YEAR, AND WORLD CUP THEMED CUPS



哆啦A梦 * 呷哺联名吸管、封口膜设计 DORAEMON X XIABU COLLABORATION: STRAW AND SEALING FILM DESIGNS

主题杯配套包材设计 PACKAGING DESIGN FOR THEMED MUGS



PERSONAL PORTFOLIO ©

圣诞主题杯设计

DORAEMON PACKAGING DESIGN

2026

DORAEMON X XIABU CO-BRANDED CUP DESIGN



© 1970-2026 Fujiko Pro Licensed by Animation Int'l

DORAEMON PACKAGING DESIGN

© 1970-2026 Fujiko Pro Licensed by Animation Int'l







LITTLE LAMBY

呷哺小羊四季杯设计

呷哺小羊四季杯运用油画艺术风格打造，选用明亮鲜活的色彩，营造轻松活泼的视觉氛围，契合品牌调性。依托AIGC完成四季主题视觉创作，规划作为品牌常规杯型使用。结合四季果茶上新节奏与鲜果产季，在画面融入对应水果元素，实现产品视觉与时令饮品内容联动。

XIABU LAMB FOUR SEASONS CUPS ADOPT AN OIL PAINTING STYLE WITH BRIGHT, VIVID HUES TO CREATE A LIVELY VISUAL ATMOSPHERE IN LINE WITH BRAND POSITIONING. SEASONAL VISUALS ARE GENERATED VIA AIGC FOR REGULAR CUP USAGE. CORRESPONDING FRUIT ELEMENTS ARE INTEGRATED INTO DESIGNS ACCORDING TO THE LAUNCH TIMELINE OF SEASONAL FRUIT TEAS AND FRUIT HARVEST SEASONS, LINKING VISUALS WITH SEASONAL BEVERAGES.



呷哺小羊四季杯设计
XIABU LITTLE LAMBY
"FOUR SEASONS" CUP DESIGN

LITTLE LAMBY



XIABU

LITTLE LAMBY

XIABU



Little Lamby

(呷哺)
小羊

(季节)
限定

XIABU LAMB FOUR SEASONS CUPS ADOPT AN OIL PAINTING STYLE WITH BRIGHT, VIVID HUES TO CREATE A LIVELY VISUALATMOSPHERE IN LINE WITH BRAND POSITIONING. SEASONAL VISUALS ARE GENERATED VIA AIGC FOR REGULAR CUP USAGE.

LITTLE LAMBY

#呷哺小羊四季杯

XIABU LAMB FOUR SEASONS CUPS ADOPT AN OIL PAINTING STYLE WITH BRIGHT, VIVID HUES TO CREATE A LIVELY VISUALATMOSPHERE IN LINE WITH BRAND POSITIONING.



Little Lamby



PERSONAL PORTFOLIO ©
商业落地量产项目

CO-BRANDED PACKAGING DESIGN

CAINIAO × BESTORE CO-BRANDED PACKAGING DESIGN PROJECT.
THE DESIGN INTEGRATES THE VISUAL SYMBOLS OF BOTH BRANDS TO CREATE LIMITED-EDITION PACKAGING WITH COMMUNICATION VALUE.
IT GENERATES SOCIAL BUZZ THROUGH YOUTHFUL VISUAL LANGUAGE AND EXPLORES INNOVATIVE PACKAGING MODELS FOR CROSS-BORDER COLLABORATION BETWEEN FMCG AND LOGISTICS BRANDS.



#菜鸟&良品铺子联名包装设计

PERSONAL PORTFOLIO ◎



包装设计展示 ◎

CO-BRANDED PACKAGING DESIGN

PERSONAL PORTFOLIO ©

(2024)

#菜鸟&良品铺子
联名包装设计



包装设计展示 ©

POSTER
DESIGN

PERSONAL PORTFOLIO ©

(2026)

#茶饮海报系列作品

POSTER DESIGN



茶饮海报设计 · 人物版 ©



[illegible]

Figure 1.1 is a 3D pie chart titled "World Population by Continent". It shows the distribution of the world's population across six continents. The segments are labeled with their respective percentages of the total population.

Continent	Percentage of World Population
Asia	60%
Africa	15%
Europe	12%
North America	8%
South America	5%
Australia	3%

LUCKIN COFFEE

瑞幸咖啡吸猫系列挂耳咖啡

(2022)

LUCKIN COFFEE VISUAL DESIGN



02

PERSONAL PORTFOLIO ©

COMBINING LUCKIN COFFEE WITH ELEMENTS OF CATS TO CREATE A UNIQUE EXPERIENCE FOR CATS AS A STARTING POINT, DESIGN ONE FOR EACH OF THE THREE FLAVORS IN THE CAT SUCTION SERIES A VIVID VISUAL IMAGE THAT CORRESPONDS TO IT, IN POSTERS, COUPONS REPEATEDLY CYCLING THE VISUAL IMAGE DESIGN OF PACKAGING BAGS AND THEIR DERIVATIVES USE AND HIGHLIGHT FUN AND CREATIVITY.





瑞幸咖啡 / 年轻就要瑞幸!

IF YOU'RE YOUNG, YOU NEED LUCKIN!

将 **瑞幸咖啡与猫咪** 的元素结合起来，以 **猫咪** 作为出发点，将吸猫系列三种风味都设计出一个与之相符合的生动的视觉形象，在海报、优惠券、包装袋及其衍生品视觉形象设计上加以反复循环使用，并突出有趣与创意。

有趣

X

活力

X

创意

LUCKIN COFFEE

瑞幸咖啡吸猫系列挂耳咖啡

VISUAL IDENTITY

COMBINING LUCKIN COFFEE WITH ELEMENTS OF CATS TO CREATE A UNIQUE EXPERIENCE FOR CATS
AS A STARTING POINT, DESIGN ONE FOR EACH OF THE THREE FLAVORS IN THE CAT SUCTION SERIES
A VIVID VISUAL IMAGE THAT CORRESPONDS TO IT.

视觉形象选择



1



橘猫：选用云南、水洗处理，中度烘焙咖啡豆，香气浓郁，明亮柑橘果酸。

2



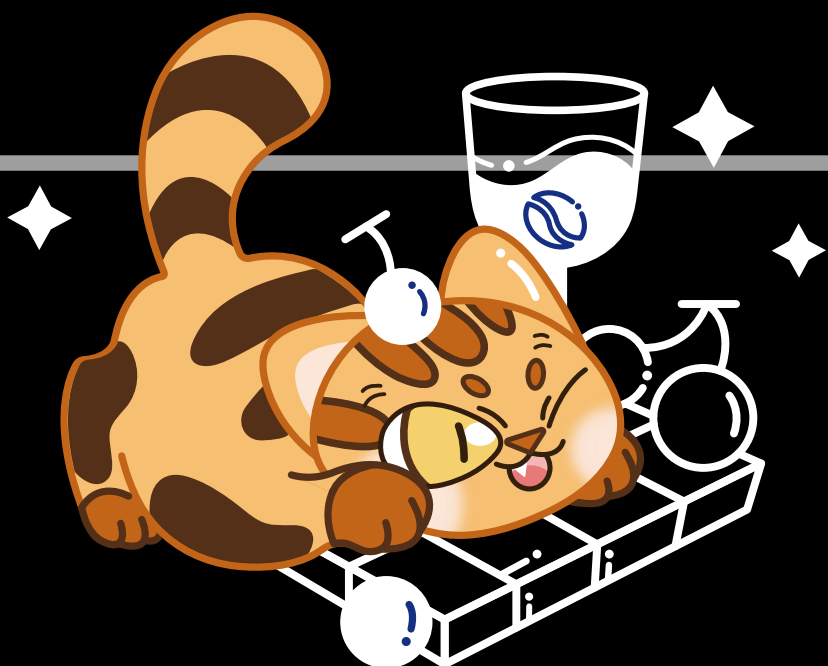
暹罗：选用埃塞俄比亚西达摩、日晒处理、深度烘焙咖啡豆，淡淡烟重香气，有可可坚果风味。



3



豹猫：选用红酒日晒处理，有酸甜樱桃和红酒、可可风味。



LUCKIN COFFEE

瑞幸咖啡吸猫系列挂耳咖啡

EXTENDED POSTER PRESENTATION

延展海报展示

LUCKIN 2022 吸猫系列
& COFFEE! 挂耳咖啡



瑞幸咖啡

配料：阿拉比卡咖啡豆（100%）
真正原产地精选 优选咖啡豆
一杯好咖啡 100%阿拉比卡咖啡豆

吸猫系列挂耳咖啡——囤货装

KITTEN COLLECTION
DRIP COFFEE

烘焙咖啡

NET WT.净含量:10G×36包

KITTEN COLLECTION
烘焙咖啡 ▶ DRIP COFFEE

年轻·就要瑞幸!



NET WT.净含量:10G×36包

瑞幸
咖啡

吸猫系列挂耳咖啡
LUCKIN COFFEE



配料：阿拉比卡咖啡豆（100%） 两大产区 甄选优质咖啡豆
真正原产地精选 优选咖啡豆 一杯好咖啡 100%阿拉比卡咖啡豆

LUCKIN COFFEE
瑞幸咖啡! KITTEN COLLECTION
DRIP COFFEE



2022! 年轻，就要瑞幸

配料：阿拉比卡咖啡豆（100%） 两大产区 甄选优质咖啡豆
真正原产地精选 优选咖啡豆 一杯好咖啡 100%阿拉比卡咖啡豆



烘焙咖啡

NET WT.净含量:10G×36包

KITTEN COLLECTION D

瑞幸咖啡 / 欢迎光临

两大产区 甄选优质咖啡豆 真正原产地精选 优选咖啡豆 一杯好咖啡 100%阿拉比咖啡豆



试营业 # 期间第二杯半价

LUCKIN COFFEE LUCKIN COFFEE LUCKIN COFFEE LUCKIN COFFEE LUCKIN COFFEE



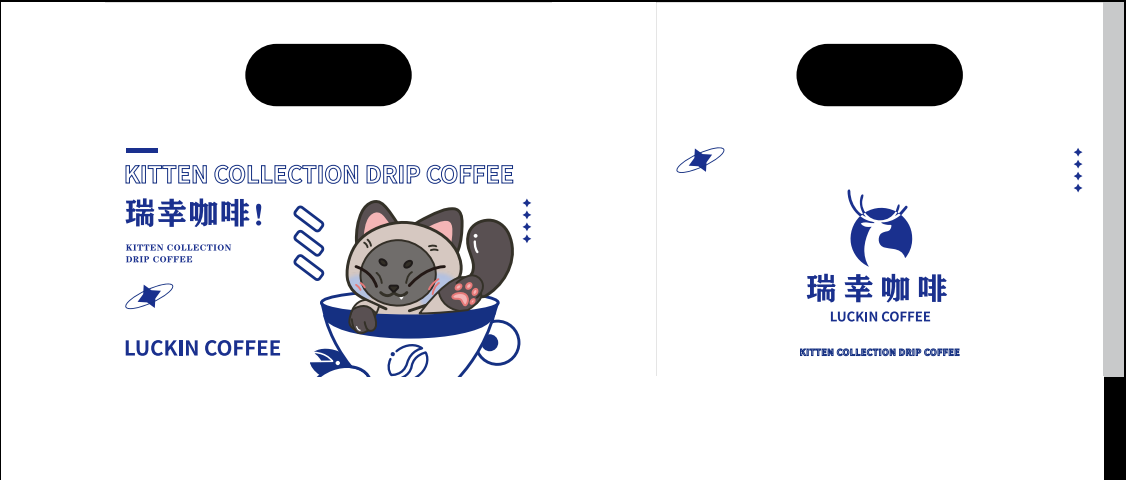
FLOOR PLAN DISPLAY

COMBINING LUCKIN COFFEE WITH ELEMENTS OF CATS TO CREATE A UNIQUE EXPERIENCE FOR CATS
AS A STARTING POINT, DESIGN ONE FOR EACH OF THE THREE FLAVORS IN THE CAT SUCTION SERIES
A VIVID VISUAL IMAGE THAT CORRESPONDS TO IT.

★ 包装袋设计 PACKAGING BAG DESIGN



★ 咖啡包装袋设计 COFFEE PACKAGING BAG DESIGN



年轻，就要瑞幸！
IF YOU'RE YOUNG, YOU NEED LUCKIN!



PACKAGING VISUAL DISPLAY

PERSONAL PORTFOLIO ©

瑞幸咖啡/

COMBINING LUCKIN COFFEE WITH ELEMENTS OF CATS TO CREATE A UNIQUE EXPERIENCE FOR CATS
AS A STARTING POINT, DESIGN ONE FOR EACH OF THE THREE FLAVORS IN THE CAT SUCTION SERIES
A VIVID VISUAL IMAGE THAT CORRESPONDS TO IT.

#包装视觉展示



PACKAGING VISUAL DISPLAY

PERSONAL PORTFOLIO ©



#包装视觉展示

COMBINING LUCKIN COFFEE WITH ELEMENTS OF CATS TO CREATE A UNIQUE EXPERIENCE FOR CATS
AS A STARTING POINT, DESIGN ONE FOR EACH OF THE THREE FLAVORS IN THE CAT SUCTION SERIES
A VIVID VISUAL IMAGE THAT CORRESPONDS TO IT.

PERIPHERAL DESIGN

周边设计展示 ©

瑞幸咖啡/



COMBINING LUCKIN COFFEE WITH ELEMENTS OF CATS TO CREATE A UNIQUE EXPERIENCE FOR CATS AS A STARTING POINT, DESIGN ONE FOR EACH OF THE THREE FLAVORS IN THE CAT SUCTION SERIES A VIVID VISUAL IMAGE THAT CORRESPONDS TO IT.



(2022)

PERIPHERAL DESIGN

年轻，就要瑞幸！



COMBINING LUCKIN COFFEE WITH ELEMENTS OF CATS TO CREATE A UNIQUE EXPERIENCE FOR CATS AS A STARTING POINT, DESIGN ONE FOR EACH OF THE THREE FLAVORS IN THE CAT SUCTION SERIES A VIVID VISUAL IMAGE THAT CORRESPONDS TO IT.

LUCKIN COFFEE

瑞幸咖啡吸猫系列挂耳咖啡



运营活动设计

OPERATIONAL EVENT

03

#娃哈哈校园活动运营视觉设计

(2023)



补充电解质，维持好状态是本产品的卖点，主题为用电解质给予能量的青年——“质能青年”，将口味充能进行IP化，形成活泼有趣亲切的品牌形象，拉近与大学生之间的距离打造独特的电解质水品牌联想，通过运动的方式表现产品的核心理念。

TOPPING UP ELECTROLYTES AND MAINTAINING GOOD HEALTH IS THE SELLING POINT OF THIS PRODUCT. THE THEME IS YOUNG PEOPLE WHO ARE ENERGIZED BY ELECTROLYTES, AND THE FLAVORS ARE "ENERGIZED" TO CREATE AN IP-BASED BRAND IMAGE THAT IS LIVELY, INTERESTING, AND APPROACHABLE. THIS CREATES A UNIQUE BRAND ASSOCIATION WITH YOUNG PEOPLE, AND THE CORE PSYCHOLOGICAL CONCEPT OF THE PRODUCT IS CONVEYED THROUGH SPORTS.

营销手段

强化娃哈哈电解质水
多效补水，充能的功
效，与市场建立联系。

营销目标

通过校园活动与大学
生建立情感连接，塑
造娃哈哈电解质水健
康、充能、有活力的
形象。

消费者认知

中国消费者电解质饮
料认知渠道主要包括
电商平台、健身教练
推荐、朋友推荐等，
目前电解质饮料与运
动场景联系较为紧密。

针对人群

该活动主要针对平时
不爱运动、久坐、身
体素质差的大学生。

USER PROFILE

用户画像

XIAOFANG

00后 在校大学生
饮食不健康
注重味道
夜猫子
宅男 游戏控



LINDA

90后 在校研究生
爱吃甜食 追求品牌
美妆达人 关注时尚
健康最重要
不了解产品



#娃哈哈校园活动
运营视觉设计

COLOR SPECIFICATION · FONT DESIGN

颜色规范 · 字体设计

#EFF0A0

#F8B62D

#EA5514

#00A0E9

#13AE67

#006934

#EA5963

#E4007F

#EE88A3

质能青年

质能青年

质能青年

QUALITY ENERGY YOUTH

娃哈哈电解质饮品

娃哈哈

×
质能青春，不止汗水！

运动
健康
能量

西柚、蔓越莓、柠檬

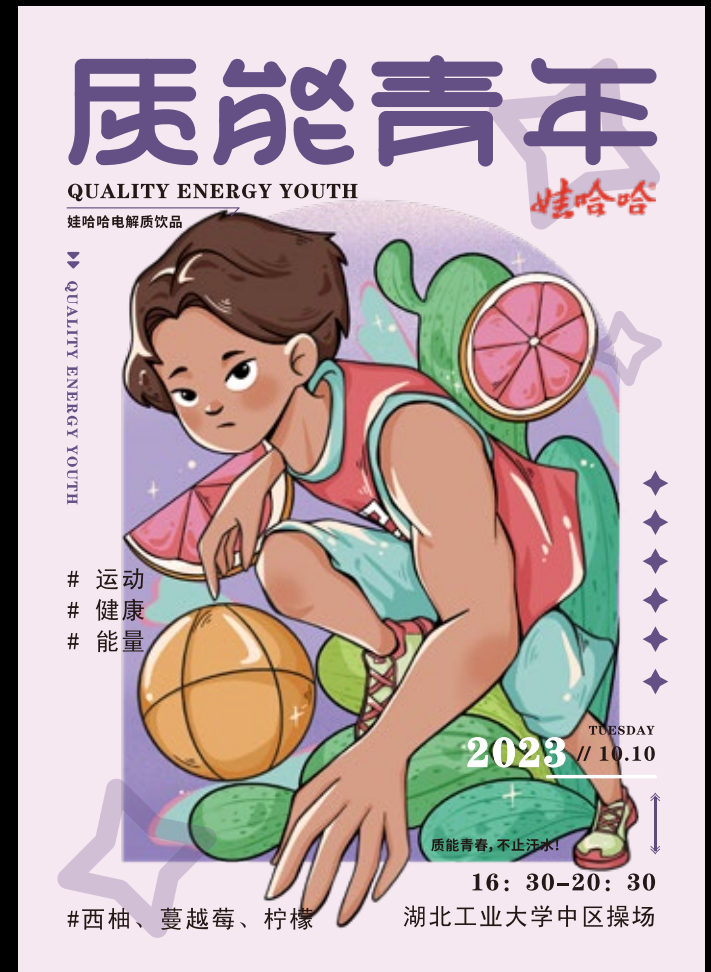
TUESDAY
2023 // 10.10

16:30-20:30

湖北工业大学中区操场

EXTENDED POSTER PRESENTATION

延展海报展示

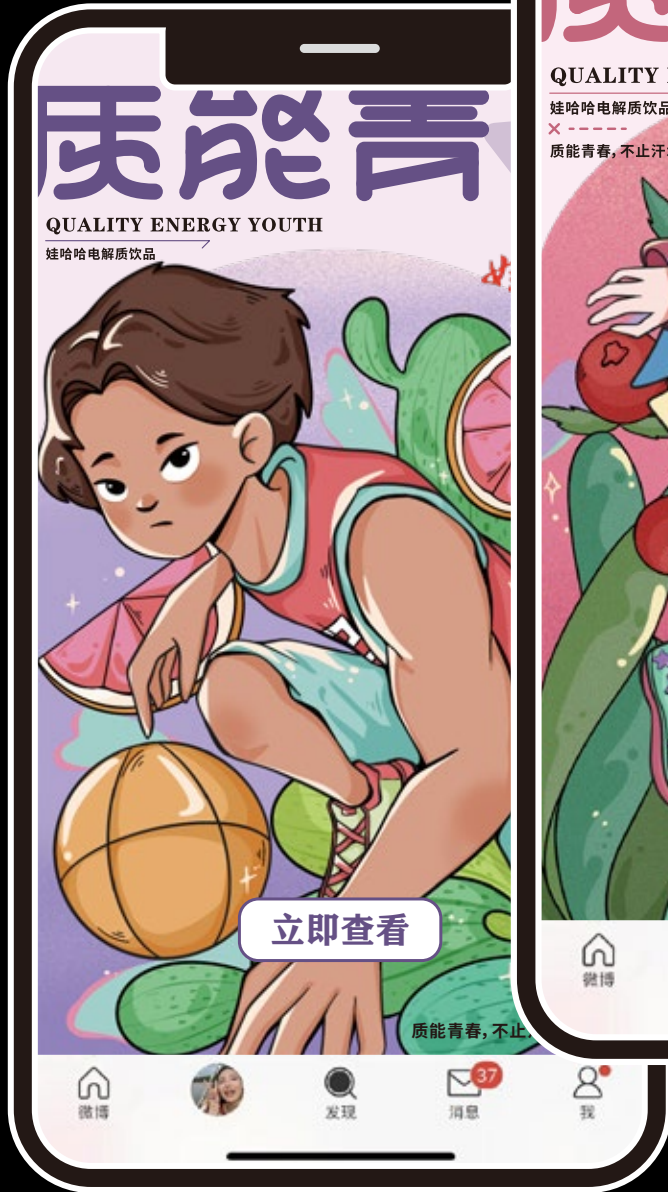


OPEN SCREEN DISPLAY

PERSONAL PORTFOLIO ©

#开屏展示

WAHAHA CAMPUS EVENT OPERATIONS VISUAL DESIGN
WAHAHA CAMPUS EVENT OPERATIONS VISUAL DESIGN



TOPPING UP ELECTROLYTES AND MAINTAINING GOOD HEALTH IS THE SELLING POINT OF THIS PRODUCT.
THE THEME IS YOUNG PEOPLE WHO ARE ENERGIZED BY ELECTROLYTES,
AND THE FLAVORS ARE "ENERGIZED" TO CREATE AN IP-BASED BRAND IMAGE THAT IS LIVELY.

#弹窗展示

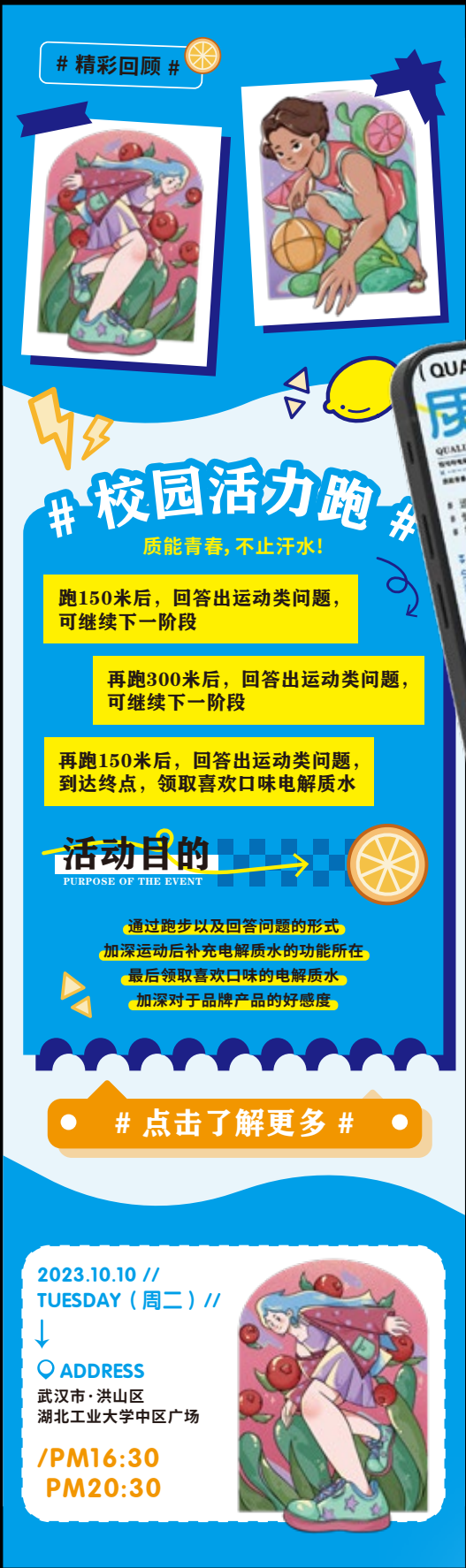
POP-UP DISPLAY



H5 OPERATIONS LONG FORM DESIGN

#H5运营长图设计

TOPPING UP ELECTROLYTES AND MAINTAINING GOOD HEALTH IS THE SELLING POINT OF THIS PRODUCT. THE THEME IS YOUNG PEOPLE WHO ARE ENERGIZED BY ELECTROLYTES, AND THE FLAVORS ARE "ENERGIZED" TO CREATE AN IP-BASED BRAND IMAGE THAT IS LIVELY,



2023
TUESDAY
// 10.10

16:30-20:30
湖北工业大学中区操场

#西柚、蔓越莓、柠檬

#健康
#能量

16:30-20:30
湖北工业大学中区操场

#西柚、蔓越莓、柠檬

#健康
#能量

16:30-20:30
湖北工业大学中区操场

#西柚、蔓越莓、柠檬

#健康
#能量

2023
TUESDAY
// 10.10

16:30-20:30
湖北工业大学中区操场

#西柚、蔓越莓、柠檬

娃哈哈

质能青年

QUALITY ENERGY YOUTH

娃哈哈电解质饮品
质能青春，不止汗水！

#运动
#健康
#能量

2023
TUESDAY
// 10.10

16:30-20:30
湖北工业大学中区操场

#西柚、蔓越莓、柠檬

娃哈哈

质能青年

QUALITY ENERGY YOUTH

娃哈哈电解质饮品
质能青春，不止汗水！

#运动
#健康
#能量

2023
TUESDAY
// 10.10

16:30-20:30
湖北工业大学中区操场

#西柚、蔓越莓、柠檬

#健康
#能量

2023
TUESDAY
// 10.10

16:30-20:30
湖北工业大学中区操场

#西柚、蔓越莓、柠檬

娃哈哈

质能青年

QUALITY ENERGY YOUTH

娃哈哈电解质饮品
质能青春，不止汗水！

#运动
#健康
#能量

2023
TUESDAY
// 10.10

16:30-20:30
湖北工业大学中区操场

#西柚、蔓越莓、柠檬

娃哈哈

质能青年

QUALITY ENERGY YOUTH

娃哈哈电解质饮品
质能青春，不止汗水！

#运动
#健康
#能量

2023
TUESDAY
// 10.10

16:30-20:30
湖北工业大学中区操场

#西柚、蔓越莓、柠檬

娃哈哈

质能青年

QUALITY ENERGY YOUTH

娃哈哈电解质饮品
质能青春，不止汗水！

#运动
#健康
#能量



JINGZHOU
MOYING KITE

磨鹰风筝

荆州非遗
磨鹰风筝
IP文创设计

(2023)



GRIND EAGLE KITE EAGLE TREASURE
IP IMAGE DESIGN OF JINGZHOU INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE MOTEGING KITE
FREEDOM, OPTIMISM AND COURAGE TO PROTECT "GLOSSY GANODERMA" AND HUMAN HEALTH

磨鹰风筝 鹰宝
荆州非遗磨鹰风筝IP形象设计
自由、乐观、勇敢 守护“灵芝草”和人间安康



IP形象设计 · 鹰宝

荆州磨鹰风筝

荆州磨鹰风筝以磨鹰风筝 **鹰宝** 为文创IP

本作品以湖北省省级非物质文化遗产“**荆州磨鹰风筝**”作为创作元素，进行IP形象设计以及其延展设计，并以**敦煌**配色为参考，将**磨鹰风筝的具体形象**与现代审美观念相融合，结合新的现代设计的艺术表现形式，是对非物质文化遗产的传承与创新及传统文化再创新的过程。



ROLE INTRODUCTION

磨鹰风筝 # 鹰宝

鹰宝是采用荆州非遗磨鹰风筝形象的女孩子，将风筝中的翅膀、尾羽进行提取。

自由、乐观、勇敢，守护“灵芝草”和人间安康。



JINGZHOU
MOYING KITE



MOYING KITE IP IMAGE DESIGN

服装延展设计

APPAREL EXTENSION DESIGN



JINGZHOU
MOYING KITE

YINGBAO

磨鹰风筝 鹰宝
荆州非遗磨鹰风筝IP形象设计
自由、乐观、勇敢 守护“灵芝草”和人间安康

MOYING KITE IP IMAGE DESIGN

服装延展设计

APPAREL EXTENSION DESIGN

JINGZHOU
MOYING KITE

YINGBAO

磨鹰风筝 鹰宝
荆州非遗磨鹰风筝IP形象设计
自由、乐观、勇敢 守护“灵芝草”和人间安康



MOYING KITE IP IMAGE DESIGN

服装延展设计

APPAREL EXTENSION DESIGN



JINGZHOU
MOYING KITE

YINGBAO

磨鹰风筝 鹰宝
荆州非遗磨鹰风筝IP形象设计
自由、乐观、勇敢 守护“灵芝草”和人间安康

EXTENDED POSTER PRESENTATION

延展海报展示

MILL EAGLE KITE

荆州·磨鹰风筝

PROVINCIAL LEVEL NON-HERITAGE

湖北省省级非物质文化遗产

现代盘鹰风筝的鼻祖

荆州磨鹰风筝及其制作
主要源自于荆楚“磨鹰斗犀牛”
古老而动人的民间传说

头身高挺目内转 喙后中空羽光鲜
软翅抖拉悬一线 暂不对称上下盘

“磨鹰”常年守护着 象征楚地万物生灵的“灵芝草”和人间安康

HUBEI PROVINCIAL INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE



MILL EAGLE KITE

荆州·磨鹰风筝

湖北省省级非物质文化遗产

现代盘鹰风筝的鼻祖

造型美观
工艺精细

荆州磨鹰风筝及其制作
主要源自于荆楚“磨鹰斗犀牛”
古老而动人的民间传说

“磨鹰”常年守护着
象征楚地万物生灵的“灵芝草”和人间安康

HUBEI PROVINCIAL INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE



MILL EAGLE KITE

磨鹰风筝 & PROVINCIAL LEVEL NON-HERITAGE

湖北省省级非物质文化遗产

现代盘鹰风筝的鼻祖

造型美观
工艺精细

荆州磨鹰风筝及其制作
主要源自于荆楚“磨鹰斗犀牛”
古老而动人的民间传说

“磨鹰”常年守护着
象征楚地万物生灵的“灵芝草”和人间安康

头身高挺目内转 喙后中空羽光鲜
软翅抖拉悬一线 暂不对称上下盘

HUBEI PROVINCIAL INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE



EMOTICON DESIGN SHOWCASE

表情包设计展示



生气



喜欢



大哭



发怒



忧郁



好的



PERIPHERAL DESIGN

◆◆◆
(2023)

PERIPHERAL DESIGN SHOWCASE

GRIND EAGLE KITE EAGLE TREASURE
IP IMAGE DESIGN OF JINGZHOU INTANGIBLECULTURAL
HERITAGE MOTEGING KITE FREEDOM
OPTIMISM AND COURAGETO PROTECT "GLOSSY GANODERMA" AND HUMAN HEALTH

MILL EAGLE KITE 荆州·磨鹰风筝

湖北省省级非物质文化遗产

现代盘鹰风筝的鼻祖

造型美观
工艺精湛

荆州磨鹰风筝及其制作
主要源自于荆楚“磨鹰斗雄牛”
古老而动人的民间传说

“磨鹰”常年守护着
象征楚地万物生灵的“灵芝草”和人间安康

HUBEI PROVINCIAL INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE

周边设计展示 ©

周边设计展示 ◎

(2023)

GRIND EAGLE KITE EAGLE TREASURE
IP IMAGE DESIGN OF
JINGZHOU INTANGIBLECULTURAL
HERITAGE MOTEING KITE FREEDOM
OPTIMISM AND COURAGETO PROTECT
"GLOSSY GANODERMA" AND HUMAN HEALTH



PERIPHERAL
DESIGN
SHOWCASE

PERIPHERAL DESIGN

◆◆◆
(2023)

PERIPHERAL DESIGN SHOWCASE



GRIND EAGLE KITE EAGLE TREASURE
IP IMAGE DESIGN OF JINGZHOU INTANGIBLECULTURAL
HERITAGE MOTEING KITE FREEDOM
OPTIMISM AND COURAGETO PROTECT "GLOSSY GANODERMA" AND HUMAN HEALTH

周边设计展示 ©

PACKAGING DESIGN

THE MID-AUTUMN FESTIVAL GIFT BOX PACKAGING DESIGN OF BIG WHITE RABBIT
THE MID-AUTUMN FESTIVAL GIFT BOX PACKAGING DESIGN OF BIG WHITE RABBIT

PERSONAL PORTFOLIO ©
(2023)

#大白兔中秋礼盒
包装设计



05

USING THE "NEW NATIONAL TREND" ILLUSTRATION STYLE,
THE DECORATIVE PATTERNS ON THE RABBIT WERE REFERENCED FROM TRADITIONAL
CHINESE PATTERNS WITH AUSPICIOUS, REUNION,
AND "FLOWERS ARE IN FULL BLOOM AND THE MOON IS FULL" MEANINGS,

SUCH AS TUANHUAWEN AND BAOXIANGHUA PATTERNS.
THE COLORS WERE ALSO REFERENCED FROM THE COLOR SCHEME OF DUNHUANG.
ALL OF THIS FULLY REFLECTS THE INHERITANCE AND INNOVATION OF
CHINA'S TRADITIONAL EXCELLENT CULTURE.

SINCE 1959

PERSONAL PORTFOLIO ©

/项目介绍

大白兔中秋节礼盒包装设计

大白兔中秋礼盒

采用“新国潮”的插画风格，在对兔子的装饰纹样上是参考了：带有吉祥、团圆、“花好月圆”等美好寓意的中国传统纹样——团花纹、宝相花的纹样进行设计装饰；配色上参考敦煌的配色。这些都充分体现了对中国传统优秀文化的继承与创新。

USING THE "NEW NATIONAL TREND" ILLUSTRATION STYLE, THE DECORATIVE PATTERNS ON THE RABBIT WERE REFERENCED FROM TRADITIONAL CHINESE PATTERNS WITH AUSPICIOUS, REUNION, AND "FLOWERS ARE IN FULL BLOOM AND THE MOON IS FULL" MEANINGS, SUCH AS TUANHUA WEN AND BAOXIANGHUA PATTERNS. THE COLORS WERE ALSO REFERENCED FROM THE COLOR SCHEME OF DUNHUANG. ALL OF THIS FULLY REFLECTS THE INHERITANCE AND INNOVATION OF CHINA'S TRADITIONAL EXCELLENT CULTURE.

亲情

X

爱情

X

友情

BIG WHITE RABBIT MID-AUTUMN FESTIVAL GIFT BOX

COLOR SPECIFICATION

颜色规范

#F7C1C5

#F8B62D

#5BC4F0

#53B87C

#9E3F39

USING THE "NEW NATIONAL TREND" ILLUSTRATION STYLE,
THE DECORATIVE PATTERNS ON THE RABBIT WERE REFERENCED FROM TRADITIONAL
CHINESE PATTERNS WITH AUSPICIOUS, REUNION,
AND "FLOWERS ARE IN FULL BLOOM AND THE MOON IS FULL" MEANINGS,

SINCE 1959

SUCH AS TUANHUAWEN AND BAOXIANGHUA PATTERNS.
THE COLORS WERE ALSO REFERENCED FROM THE COLOR SCHEME OF DUNHUANG.
ALL OF THIS FULLY REFLECTS THE INHERITANCE AND INNOVATION OF
CHINA'S TRADITIONAL EXCELLENT CULTURE.

主视觉设计展示 ©
(2023)

SUCH AS TUANHUAWEN AND BAOXIANGHUA
PATTERNS. THE COLORS WERE ALSO
REFERENCED FROM THE COLOR SCHEME OF DUNHUANG



FLOOR PLAN DISPLAY

平面图展示



内包装整体参考敦煌的配色，并分为四个板块，其中三个板块分别表示亲情、爱情、友情为主题的大白兔中秋礼盒设计，第四个盒子内放入大白兔周边衍生品。



EMOTICON DESIGN SHOWCASE

表情包设计展示



嗨~



送你一朵小花花



嗯?



震惊!



撒娇娇



生气



呜呜呜



无语.....



喜欢



晚安



装死



敬礼

GIFT BOX PACKAGING DISPLAY



#礼盒包装展示



GIFT BOX PACKAGING DISPLAY



周边设计展示 ©



FONT DESIGN & E-COMMERCE DETAIL PAGE DESIGN & CO-BRANDED PACKAGING DESIGN

其他设计

OTHER DESIGNS

06

字体设计 & 电商详情页设计 & 联名包装设计 (2024)

BIRD AND BUG BOOK FONT DESIGN

鸟虫书字体设计



设计说明

鸟虫书亦称“虫书”、“鸟书”、“鸟虫篆”，属于金文里的一种具有装饰性的艺术字体，本课题将春秋战国时期鸟虫书的装饰性元素融入字体设计中，以《九歌·少司命》与《千字文》作为字体设计的文本素材，并通过对其诞生与发展、字体构形、艺术特点等方面深入研究与解读，探索鸟虫书与现代字库字体以及现代设计相融合的具体实践方案。

笔画设计规范

点、线、面是构成画面的基本单位，是表现一切的基本元素，字体装饰性元素的提炼和取舍，是对字体形态中最能表现字体特色的元素进行归纳与利用。



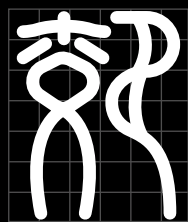
在不改变鸟虫书字体结构的基础上，对其笔画进行规范，使其圆弧形线条在视觉上进行统一，并对笔画两端进行圆角处理。

字体设计网格规范

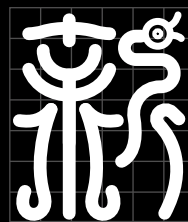
鸟虫书的构形一般体形修长、以动物纹样的弯曲变化装饰于线条为主，因此在进行字体设计的时候，字体的结构为长方形，字体构架修长，利用纵长矩形构字，在网格内对字体笔画进行合理的章法布局。



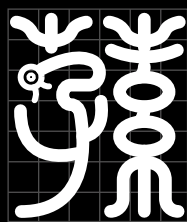
绿



郊



新



莽

器 欲 珠 称 夜 犬

禾 地 玄 黄 宇 宙 洪 荒 日 月 盈 亢 辰 宿 羽 张 寒 来 暑 祁 秋 茂 名 藏 同 东 成 多 律 吕 调 如 云 腾 致 雨 露 结 九 霜 金 生 所 犹 正 出 昆 冈 号 巨 阙 珠 称 夜 犬 来 珣 查 索

禾 地 玄 黄 宇 宙 洪 荒 日 月 盈 亢 辰 宿 羽 张 寒 来 暑 祁 秋 茂 名 藏 同 东 成 多 律 吕 调 如 云 腾 致 雨 露 结 九 霜 金 生 所 犹 正 出 昆 冈 号 巨 阙 珠 称 夜 犬 来 珣 查 索

荣 重 不 姜 海 成 河 淡 磷 潜 羽 翔 戈 怀 火 帝 与 含 欠 皇 裕 彬 文 亨 乃 服 心 慈 雍 达 止 固 贞 虞 陶 唐 不 民 然 弄 周 发 殷 汤 生 朝 同 道

结 霜 露 为 禾 地 玄 黄 宇 宙 洪 荒 日 月 盈 亢 辰 宿 羽 张 寒 来 暑 祁 秋 茂 名 藏 同 东 成 多 律 吕 调 如 云 腾 致 雨 露 结 九 霜 金 生 所 犹 正 出 昆 冈 号 巨 阙 珠 称 夜 犬 来 珣 查 索

福 因 恶 积 福 禄 善 庆

垂 跌 平 章 爱 育 黎 首 臣 伏 卉 美 恭 惟 美 遐 延 一 流 率 宾 归 王 冯 凤 在 竹 美 恭 惟 美 以 躬 食 场 化 被 草 木 纘 及 八 八 美 恭 惟 美 壹 心 身 发 四 六 五 常 恭 惟 美

同 淡 被 短 靡 待 己 可 覆 信 波 可 覆 器 欲 难 重

禾 地 玄 黄 宇 宙 洪 荒 日 月 盈 亢 辰 宿 羽 张 寒 来 暑 祁 秋 茂 名 藏 同 东 成 多 律 吕 调 如 云 腾 致 雨 露 结 九 霜 金 生 所 犹 正 出 昆 冈 号 巨 阙 珠 称 夜 犬 来 珣 查 索

禾 地 玄 黄 宇 宙 洪 荒 日 月 盈 亢 辰 宿 羽 张 寒 来 暑 祁 秋 茂 名 藏 同 东 成 多 律 吕 调 如 云 腾 致 雨 露 结 九 霜 金 生 所 犹 正 出 昆 冈 号 巨 阙 珠 称 夜 犬 来 珣 查 索

禾 地 玄 黄 宇 宙 洪 荒 日 月 盈 亢 辰 宿 羽 张 寒 来 暑 祁 秋 茂 名 藏 同 东 成 多 律 吕 调 如 云 腾 致 雨 露 结 九 霜 金 生 所 犹 正 出 昆 冈 号 巨 阙 珠 称 夜 犬 来 珣 查 索

岂 敢 毁 所 万 慕 贞 洁 更 效 才 良 知 过 心 改 得 能 慕 忘 同 淡 被 短 善 庆 靡 待 己 可 覆 信 波 可 覆 器 欲 难 重 墨 悲 丝 染 待 赞 美 羊 景 行 维 贤

荷 衣 兮 蕙 菜 隰 而 寢 而
 來 兮 翹 而 遊 夕 宿 夕 宿
 兮 蒹 芡 周 隄 須 兮 須 兮
 雲 之 浮 兮 文 游 兮 游 兮
 汎 河 淙 風 至 兮 從 兮 從
 揚 波 兮 文 沐 兮 咸 兮 咸

𠂔 𠂔 𠂔 𠂔 𠂔 𠂔 𠂔 𠂔
 𠂔 𠂔 𠂔 𠂔 𠂔 𠂔 𠂔 𠂔
 𠂔 𠂔 𠂔 𠂔 𠂔 𠂔 𠂔 𠂔

荷 衣 兮 衣 兮 蕙 茝 淩 雨 來
 兮 忽 而 忽 而 越 夕 宿 兮 寐
 郊 周 淮 周 淮 須 兮 雲 之 流
 兮 女 游 女 游 兮 乃 何 神 風
 至 兮 從 兮 從 兮 揚 波 兮 女 沐

𣎵 𣎶

秋蘭兮麝香，
予亦久矣。
叶兮紫茎。

蘼蕪兮薜荔，
芳已歇兮。
叶兮紫茎。

望兮來，
臨兮歌。

[illegible]

THANKS FOR WATCHING

感谢 / 观看!

& 2022-2026

LOOKING FORWARD TO YOUR REPLY

TEL:15201338936

E-MAIL:1367918980@QQ.COM

