

Portfolio ()io

Kang Zhian
DESIGNER
combokahn@163.com

BOOK 1
2021-2026 Design Portfolio

A designer who unfolds infinite possibilities starting from

(1) Kang Zhian

About me



奖项

2022年四川农业大学BIM设计竞赛一等奖
2022-2023学年四川农业大学学生融媒体中心优秀干部
2021年四川农业大学建筑建模大赛优秀奖
2022年四川农业大学校园微电影大赛一等奖
2022年四川农业大学“定格新时代的变迁”摄影大赛二等奖

技能



爱好



经历

2021-2022担任四川农业大学学生融媒体中心影视编导部部长
2022夏于成都忆学堂文化传播有限公司实习（摄影、摄像、图像后期、图册制作）
2023夏于四川飞图文化发展有限公司实习（新媒体运营、平面物料制作、数字影像落地）
2024夏于绵阳橙印品数字印刷有限公司实习（平面设计、广告设计，文创设计）
2023成都马拉松、2024成都世遗马拉松均完赛全程马拉松

Interaction Design Brand\IP Design Product Design Graphic Design Architectural Design

基础信息

姓名：康之安
年龄：22
本科：四川农业大学
专业：建筑学
本科GPA：3.62\5
语言水平：CET4:612;CET6:488（均大一通过）

☎ 18080253947
✉ combokahn@163.com
📄 <https://xhslink.com/m/9SM2L8lapt>



Joy Fit

悦享健康 相伴同行

“悦健”（JoyFit）是一款面向健康生活方式管理的陪伴型数字平台。通过播客化健康课程、健康社群互动、数据可视化管理及线下活动联动等模块，构建覆盖运动、饮食、作息与兴趣活动的多场景健康服务体系。平台通过社交激励机制与个性化健康提醒，引导用户在日常生活中逐步建立稳定的健康行为模式，实现从单一健康记录工具向全场景健康陪伴平台的转变。

背景调研

健康运动未来新趋势
Future Trends

政策支持

国家《健康中国2030》规划纲要持续推进全民健身数字化，2026年数字健康政策进一步向“全维度健康管理、个性化服务、线上线下融合”倾斜，为整合型健康APP提供了政策落地土壤，鼓励产品覆盖运动、饮食、作息等多元健康场景。

社会需求

用户健康需求已从“单一健身”升级为“全周期管理”，调研显示，超60%因多APP放弃健康，72%希望社交陪伴提升坚持，85%希望覆盖饮食、睡眠、兴趣等方面——单一功能产品难满足需求，整合型健康APP存在市场空白。

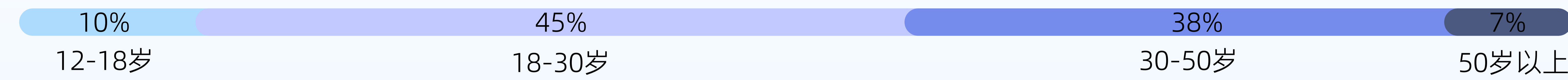
未来展望

未来，悦健将融合线下社群，拓展全场景健康生态，增强社交陪伴，整合运动、饮食、作息与兴趣，实现个性化、可持续的健康生活，为用户提供全方位健康管理体验。



用户研究

深入洞察
In-depth insights



姓名 邹明
年龄 21
身份 自律培养期学生
城市 上海
特征 喜欢社交，追求趣味，活跃好动

痛点 缺乏自律性、偏好社交和互动、追求低成本体验、喜欢趣味化内容

需求 社交聊天、趣味成就体系、动态分享打卡



姓名 何婉亭
年龄 29
身份 都市白领
城市 杭州
特征 工作繁忙，生活节奏快，效率导向

痛点 时间碎片化、亚健康、多个APP切换效率低、独自健身缺乏动力

需求 缺乏自律性、偏好社交和互动、追求低成本体验、喜欢趣味化内容



姓名 汉森
年龄 38
身份 多元健康爱好者
城市 深圳
特征 兴趣广泛，爱尝试，注重身心健康

痛点 兴趣广泛、爱好健身、厨艺、跑步等活动、缺乏系统内容、需要同好交流

需求 多元课程、兴趣社交圈、营养数据可视化、个性化目标设置

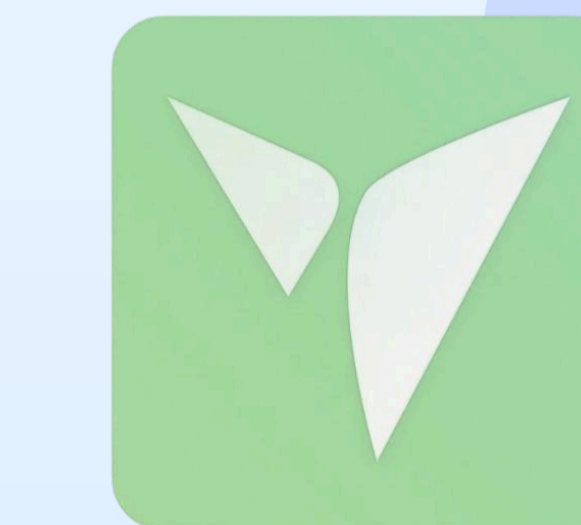
市场分析

走进市场
Entering the market

竞品分析

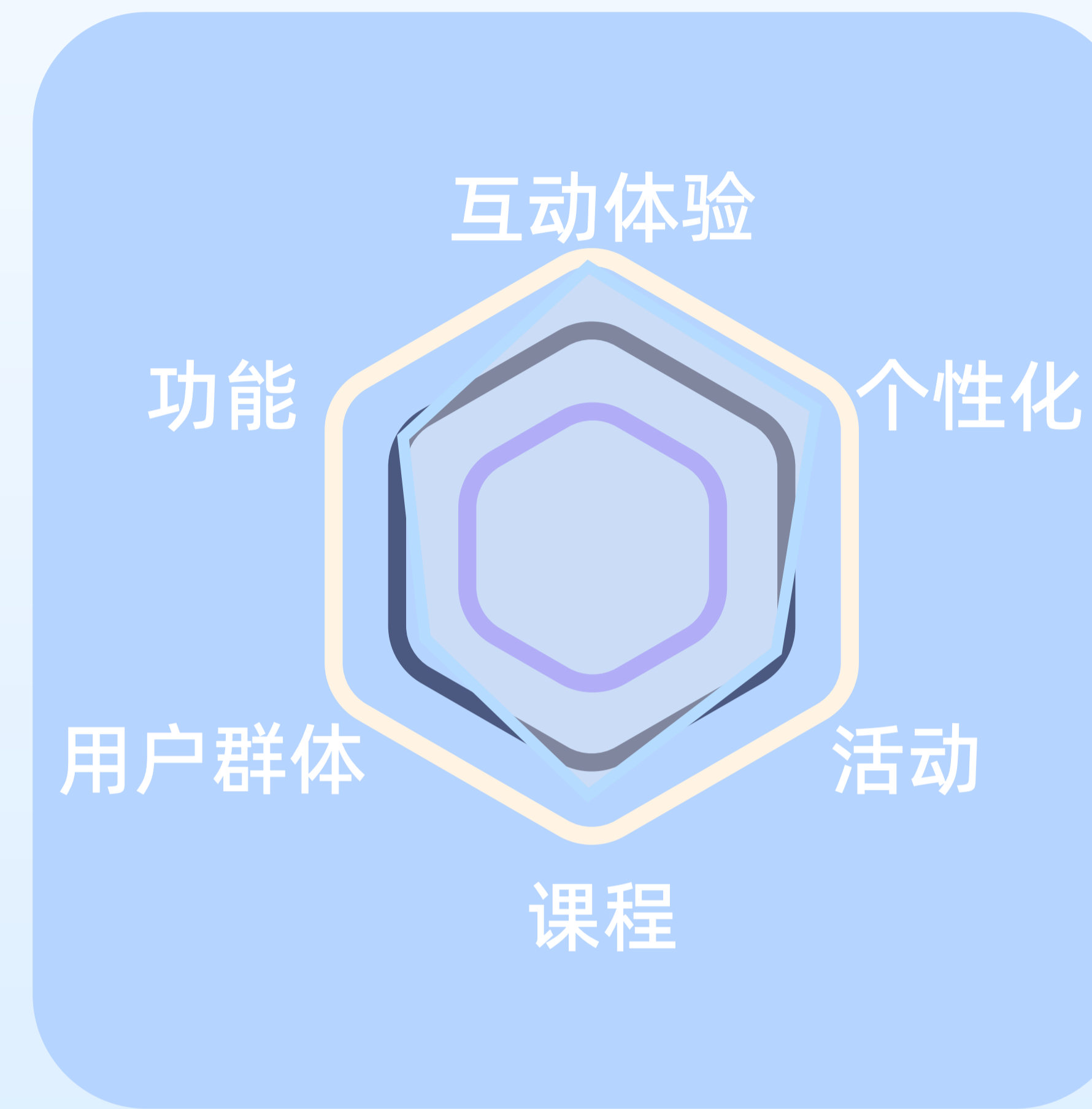


Keep
优势: 运动课程丰富 数据统计全面 社区互动活跃
劣势: 单功能覆盖少 社交陪伴弱



悦动圈
优势: 运动记录精准 活动赛事丰富 社交分享活跃
劣势: 饮食管理弱 兴趣拓展少

需求分析

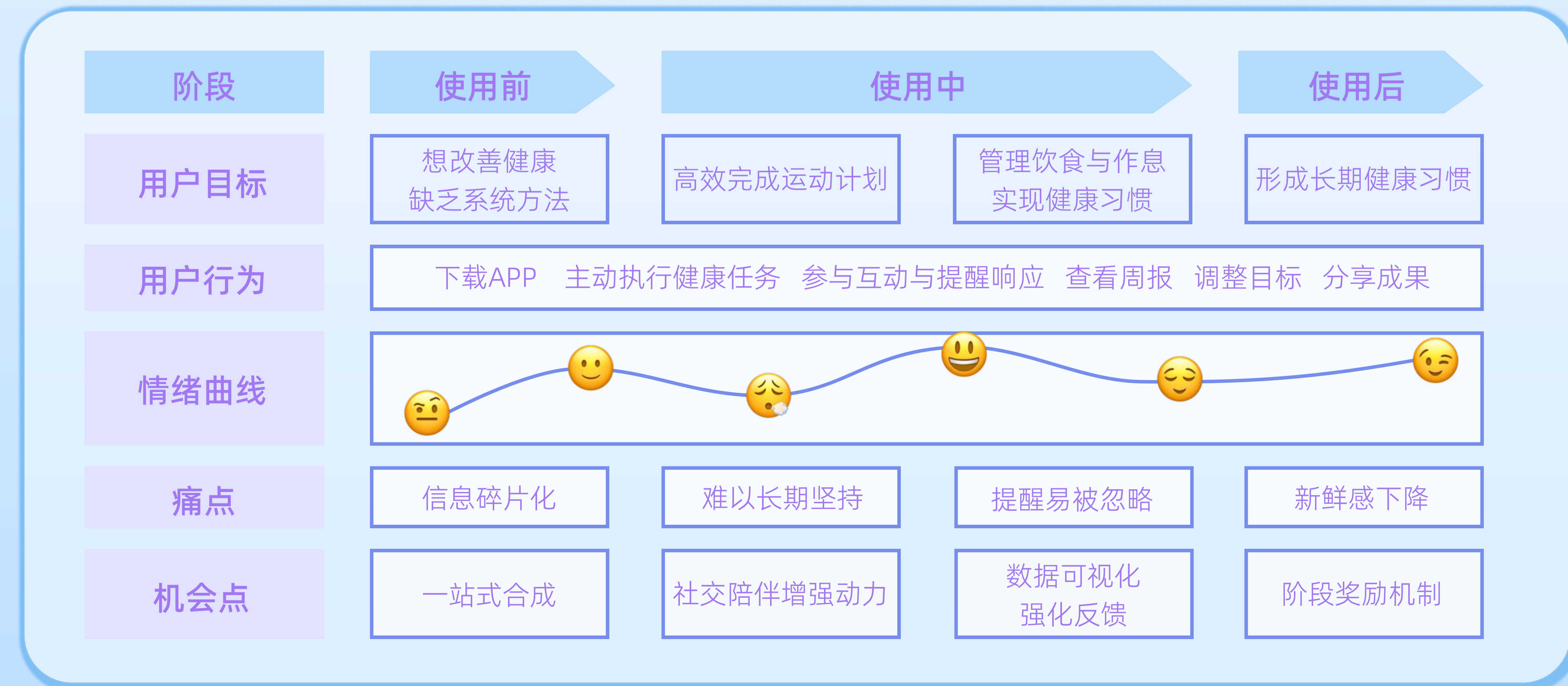


APP服务
覆盖运动饮食作息兴趣，全场景健康管理

交流互动
搭子匹配、私信互动、健康分享

用户体验
操作简便，情感化反馈，全年龄段友好

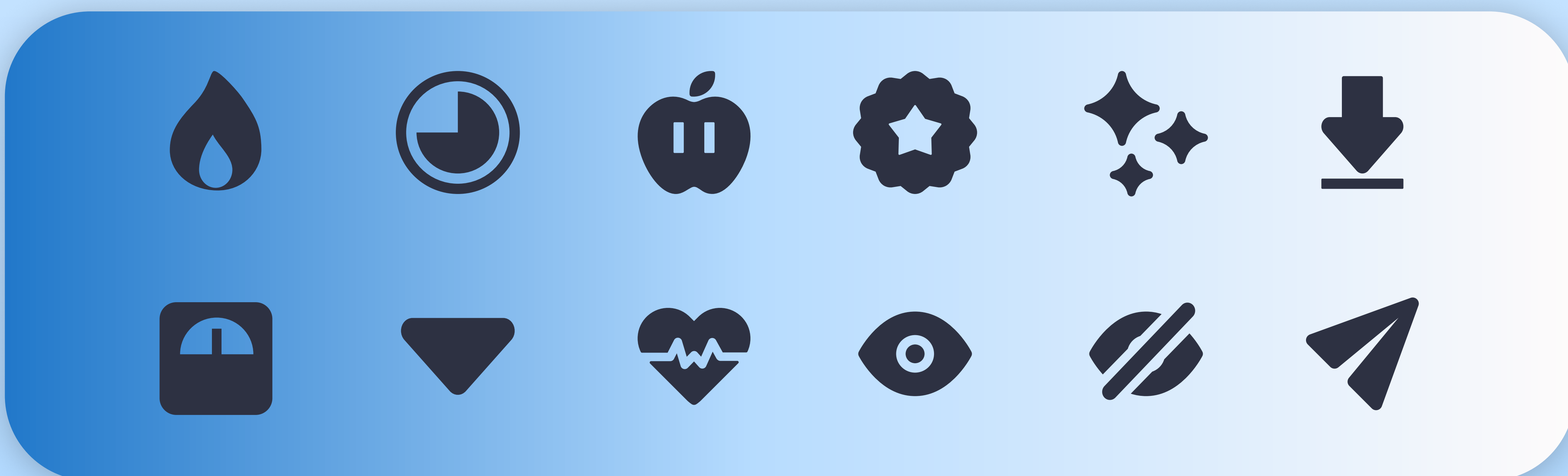
用户体验地图



产品原型图



Icon



字体

	28pt	Alibaba PuHuiTi 3.0
	24pt	Alibaba PuHuiTi 3.0
	20pt	Alibaba PuHuiTi 3.0
	16pt	Alibaba PuHuiTi 3.0
	14pt	Alibaba PuHuiTi 3.0

颜色

#F3B24F	#FFDEC9	#FFC19A
#53AA99		
#000000	#CBE5E0	#4C5980
#F4F6FA	#FFFFFF	

LOGO&名称设计



“悦” 愉悦体验

强调用户在健康管理过程中获得的愉悦感受，体现“轻松、积极、可持续”的生活方式。符合品牌Slogan“悦享健康，相伴同行”，传递健康不只是任务，更是一种愉快的生活习惯。

“健” 健康核心

直接凸显产品核心功能：运动、饮食、作息、兴趣全方位健康管理。简洁明了，让用户一眼理解App定位，强化专业性与可信度。

“JoyFit”

“Joy”对应“悦”，传递愉悦、轻松的品牌情感；“Fit”对应“健”，凸显健康、适合的生活方式。短小精炼、国际化易读，便于在海外市场传播与推广。英文与中文互为呼应，形成统一品牌认知。



J象征Joy与Journey，点为成长坐标，活力橙传递健康能量，共同构成品牌Logo，表达积极、持续的健康生活方式。

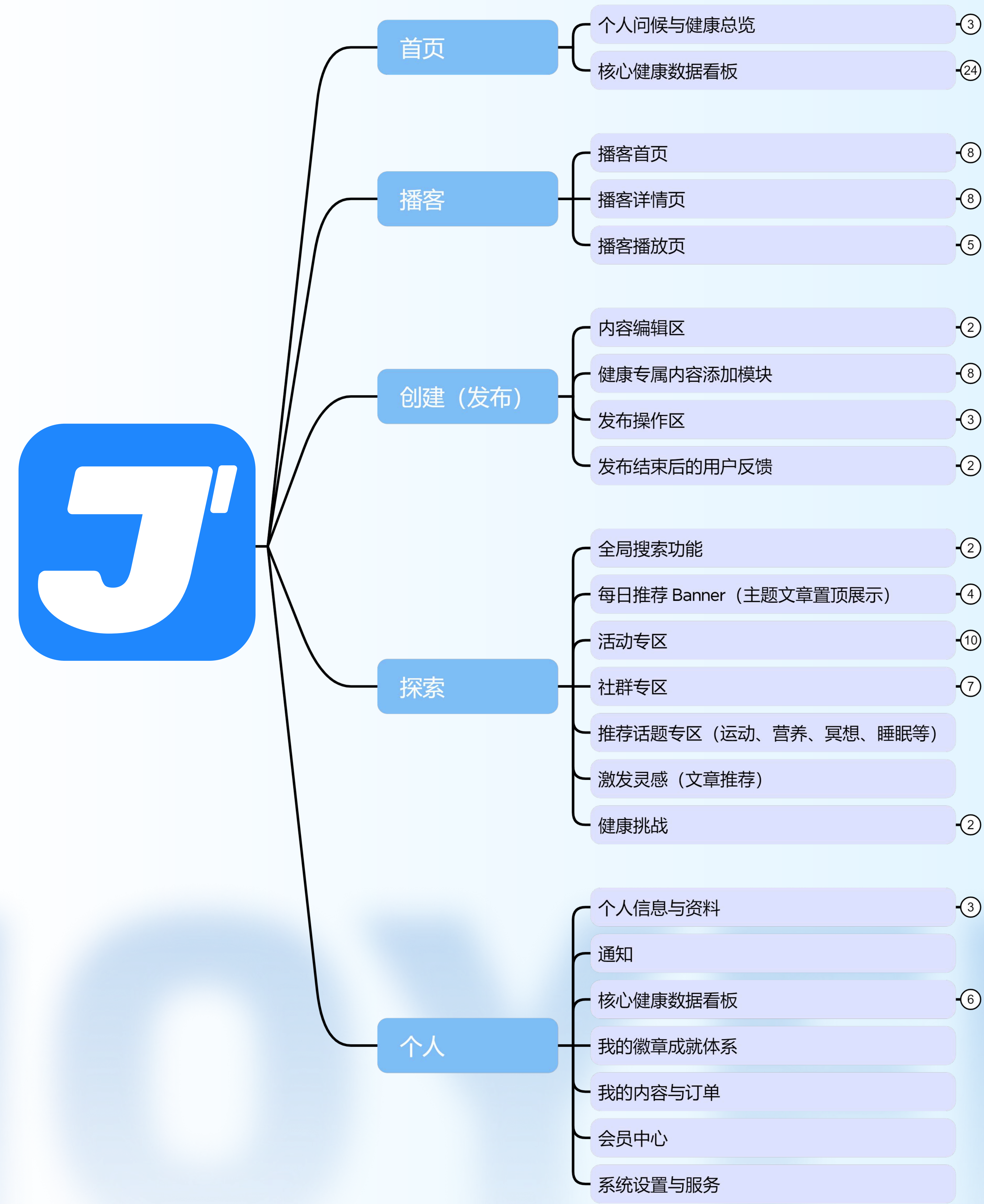
全方位健康管理
覆盖运动、饮食、作息、兴趣等多场景，实现“一站式健康生活管理”。

社交互动与交流
提供健康搭子匹配、私信聊天、动态分享等功能，构建正向社交闭环。

自律习惯养成
通过目标-执行-追踪-激励闭环，引导用户形成长期规律健康行为。

趣味化与生活化
引入多元兴趣课程，让健康管理融入日常生活。

智能化与个性化
基于用户数据提供个性化健康方案调整建议;智能硬件联动，实现数据自动同步。



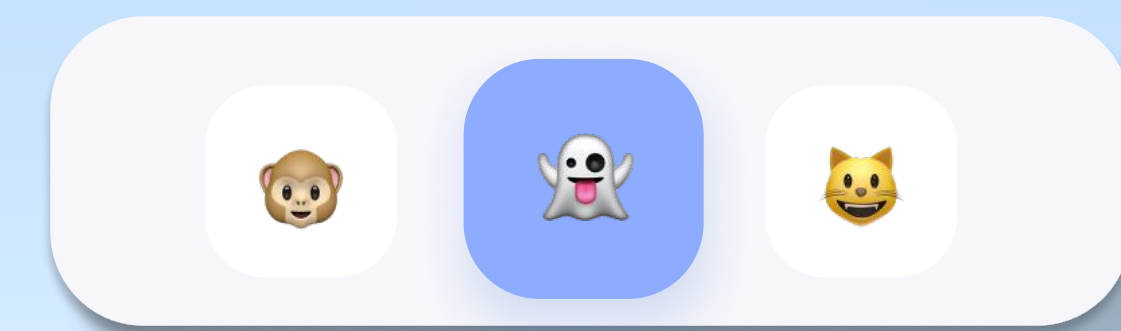
启动页



01 头像选择

用户进入应用后首先需要选择个人头像，用于建立基础用户身份信息。

提供多种卡通头像选择



02 兴趣选择

系统引导用户选择个人兴趣，以便后续推荐相关健康内容与课程。

兴趣标签



03 健康目标设置

用户可以选择自己的健康目标，系统将根据目标制定相应的健康计划。

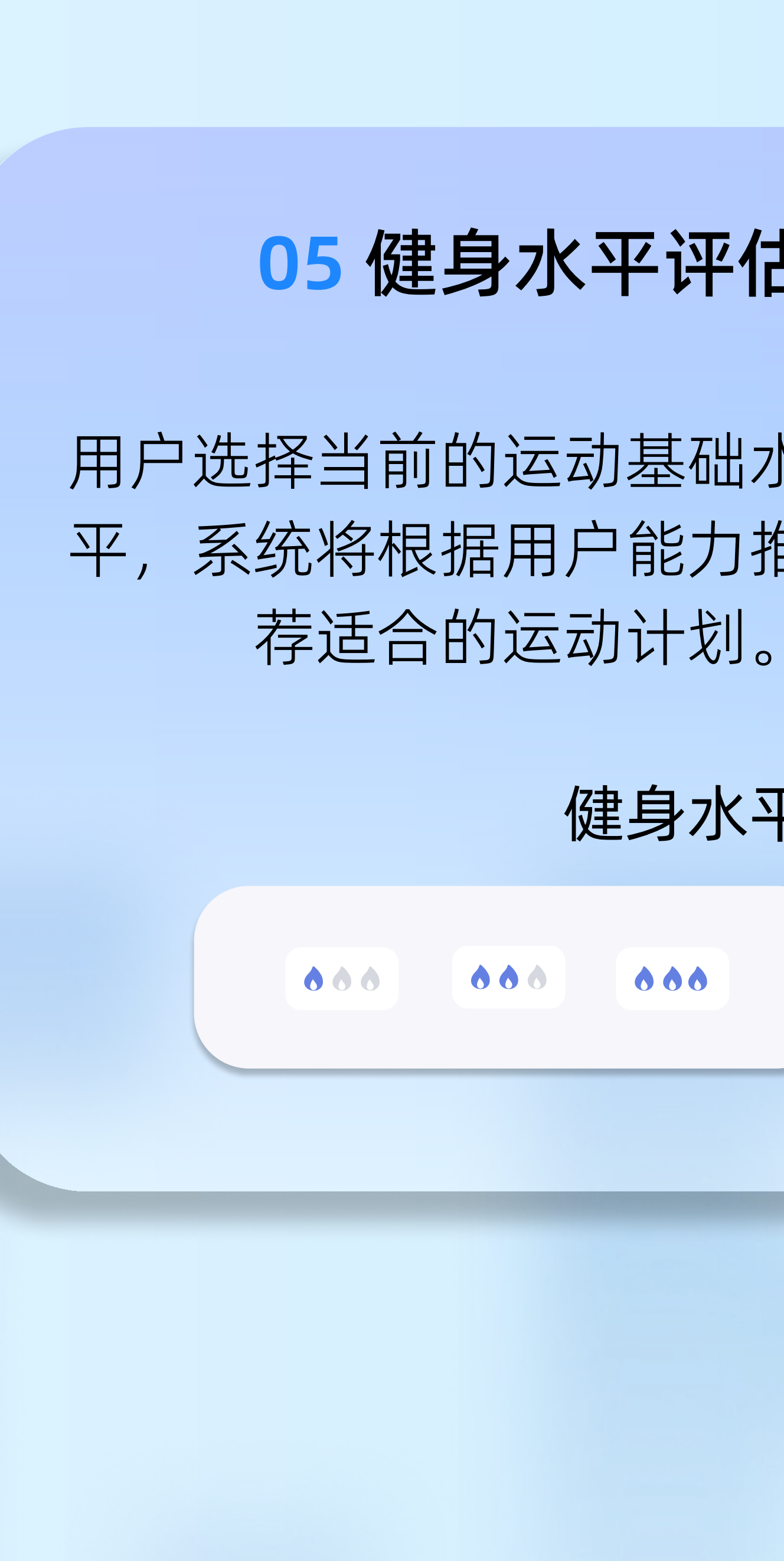
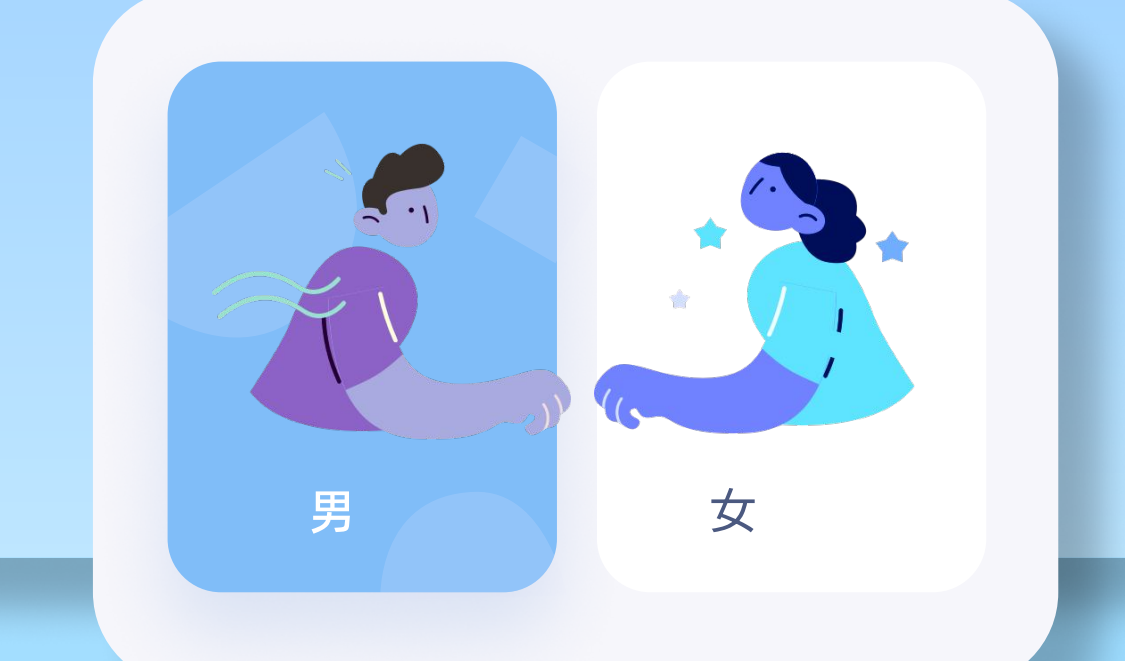
目标选项



04 性别选择

用户填写基本个人信息，用于优化健康数据分析与内容推荐。

性别选择



05 健身水平评估

用户选择当前的运动基础水平，系统将根据用户能力推荐适合的运动计划。

健身水平



06 通知提醒设置

用户可选择是否开启健康提醒功能，帮助养成规律生活习惯。

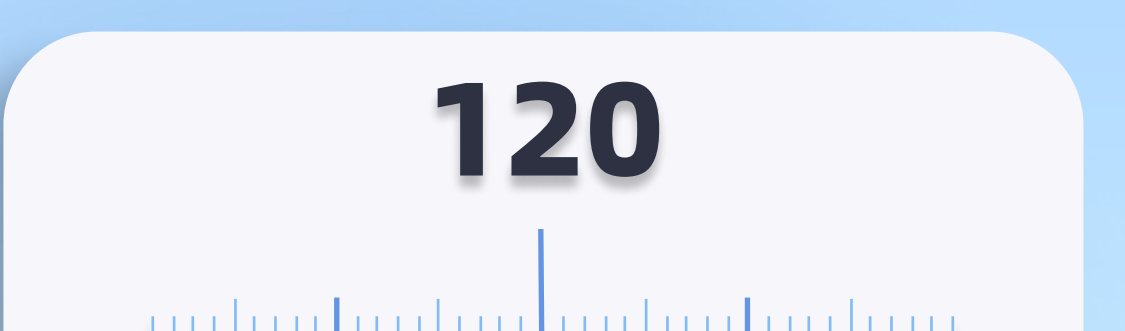
提醒内容



07 身体数据填写

用户输入体重等身体基础数据，用于生成个人健康档案。

体重滑动选择



08 引导完成页

用户完成全部设置后进入欢迎界面，正式开始使用应用。

引导用户开始健康管理



一切准备就绪!

感谢你花时间创建账户。现在开始最有趣的部分，一起探索这个应用吧!

开始使用!

首页

首页为健康管理中枢看板，以卡片式布局聚合四大核心数据，实现“一眼看全、一键操作、一屏洞察”，为用户提供全天健康状态总览。



食物详情页

展示食物名称、热量、营养成分（蛋白质、脂肪、碳水、膳食纤维）环形占比图



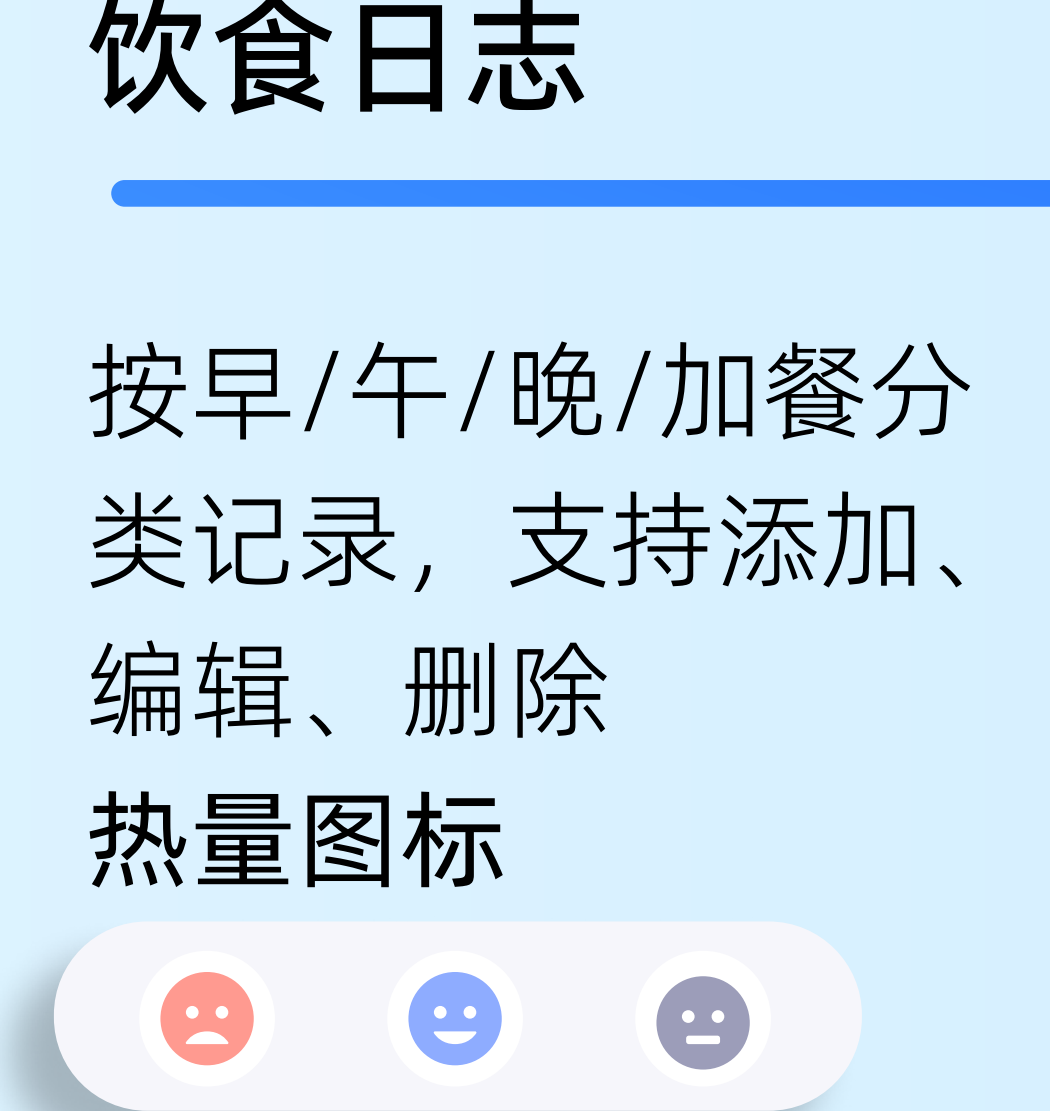
早餐创意推荐

提供健康早餐食谱，一键加入当日饮食



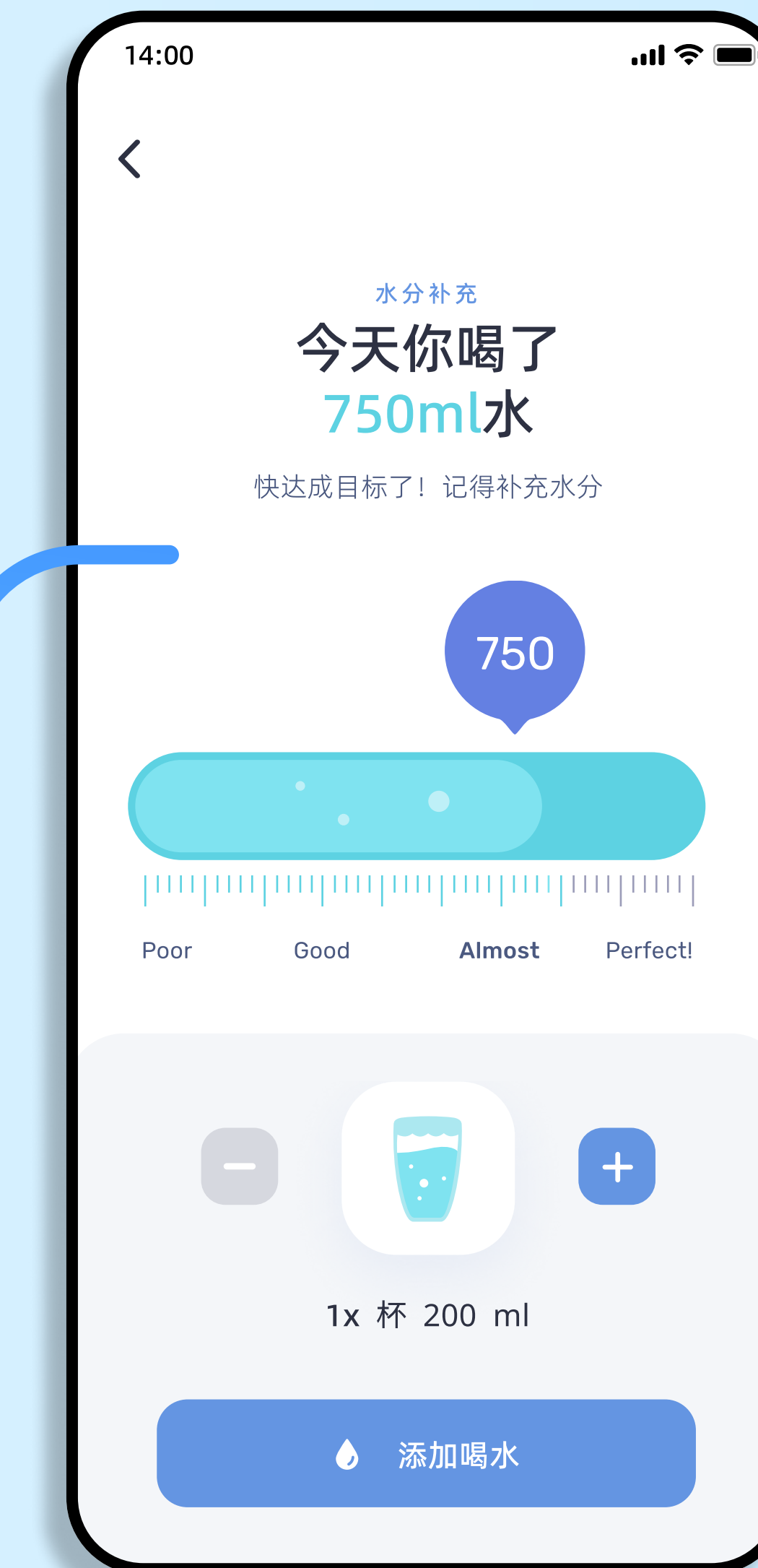
饮食日志

按早/午/晚/加餐分类记录，支持添加、编辑、删除
热量图标



饮水记录模块

每日水分摄入追踪，培养科学饮水习惯



卡路里管理模块

能量平衡管控核心，展示摄入、消耗、目标完成度



健康评分

综合健康数据生成每日健康评分，给出健康建议
评分图标 50 84 100



步数运动模块

日常运动追踪与深度数据分析
热量图标



体重管理模块

体重趋势追踪与目标管理，支持长期数据可视化



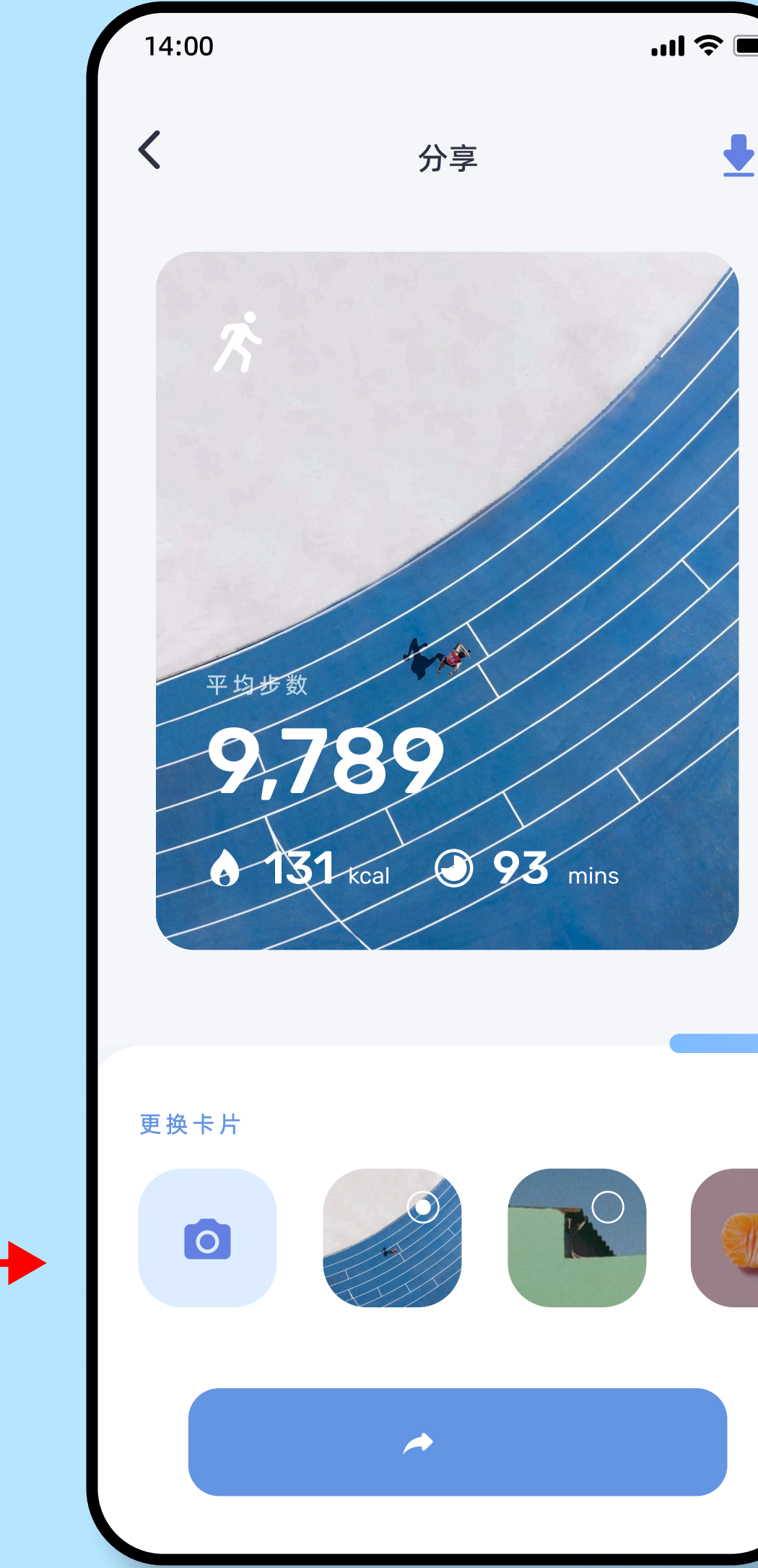
体重提醒

自定义提醒周期，培养规律测量习惯



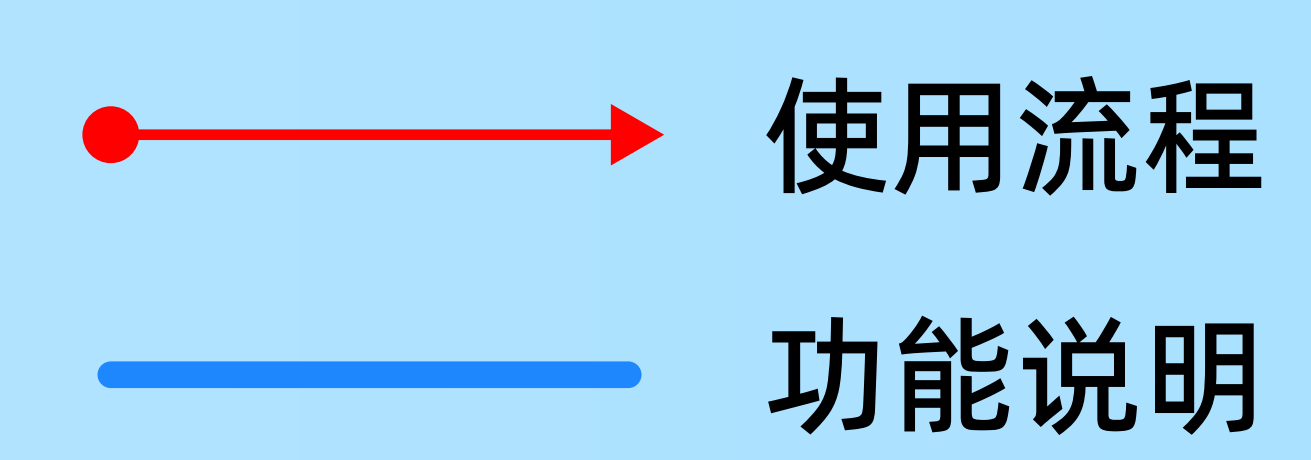
分享功能

一键分享步数数据与运动报告



洞察分析

步数对比、平均步数、运动建议，深度分析运动状态



播客

会员开通

播客页点升级会员，跳转开通页，解锁完整内容

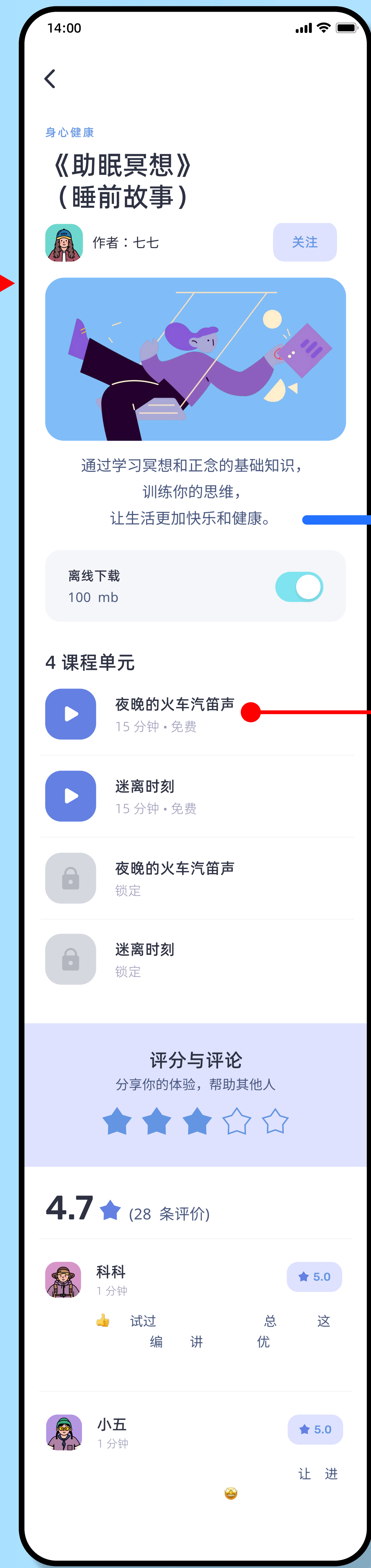


播客内容浏览页

进入播客首页，可查看各类助眠、健康类播客专辑，涵盖冥想、放松、情绪调节等多元内容，满足不同需求

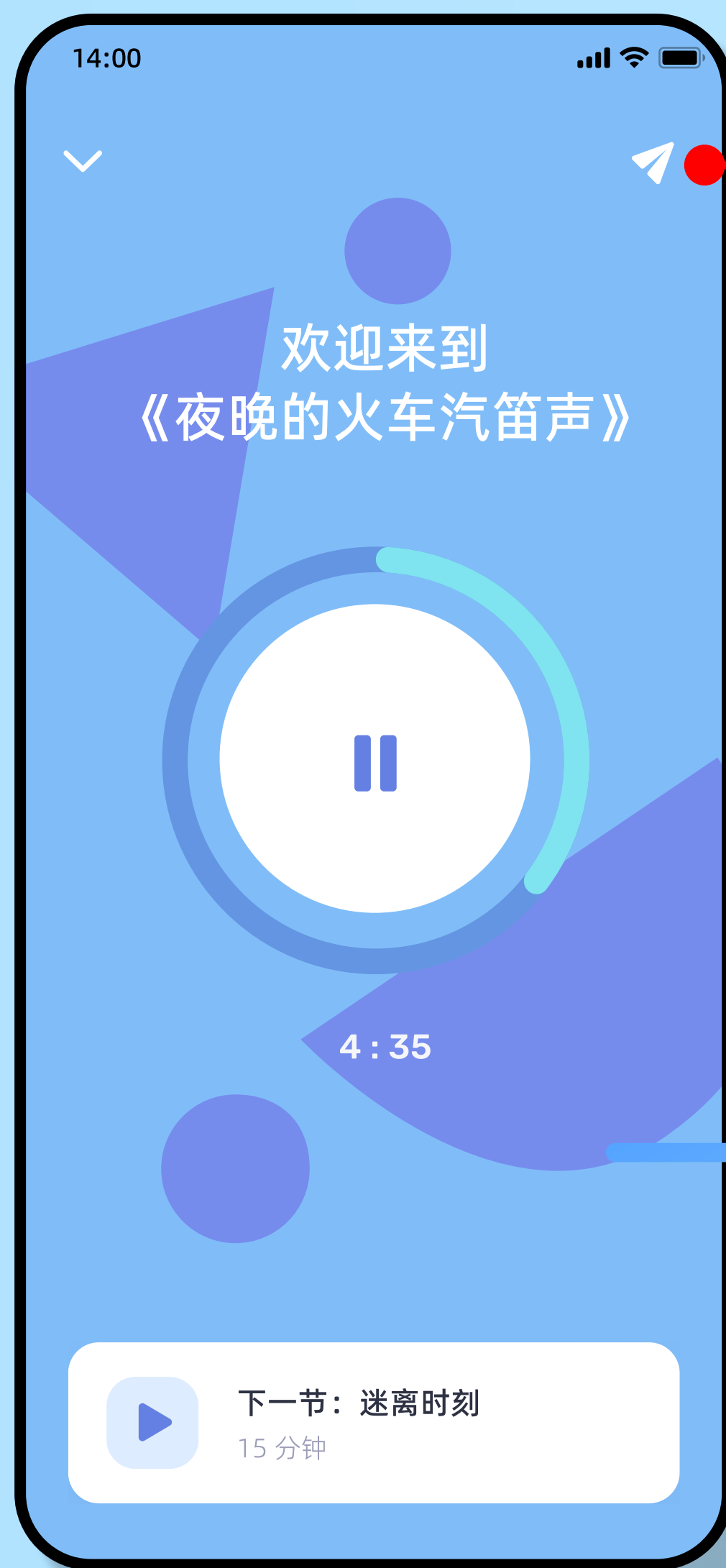
播客详情页

点播客进入详情，看介绍、评分、课程单元
 可播放图标
 锁定图标



播放功能

封面一键播放，进入播放页，可切节目、暂停、下一节



分享功能

播放页支持多平台一键分享，便捷传播优质内容

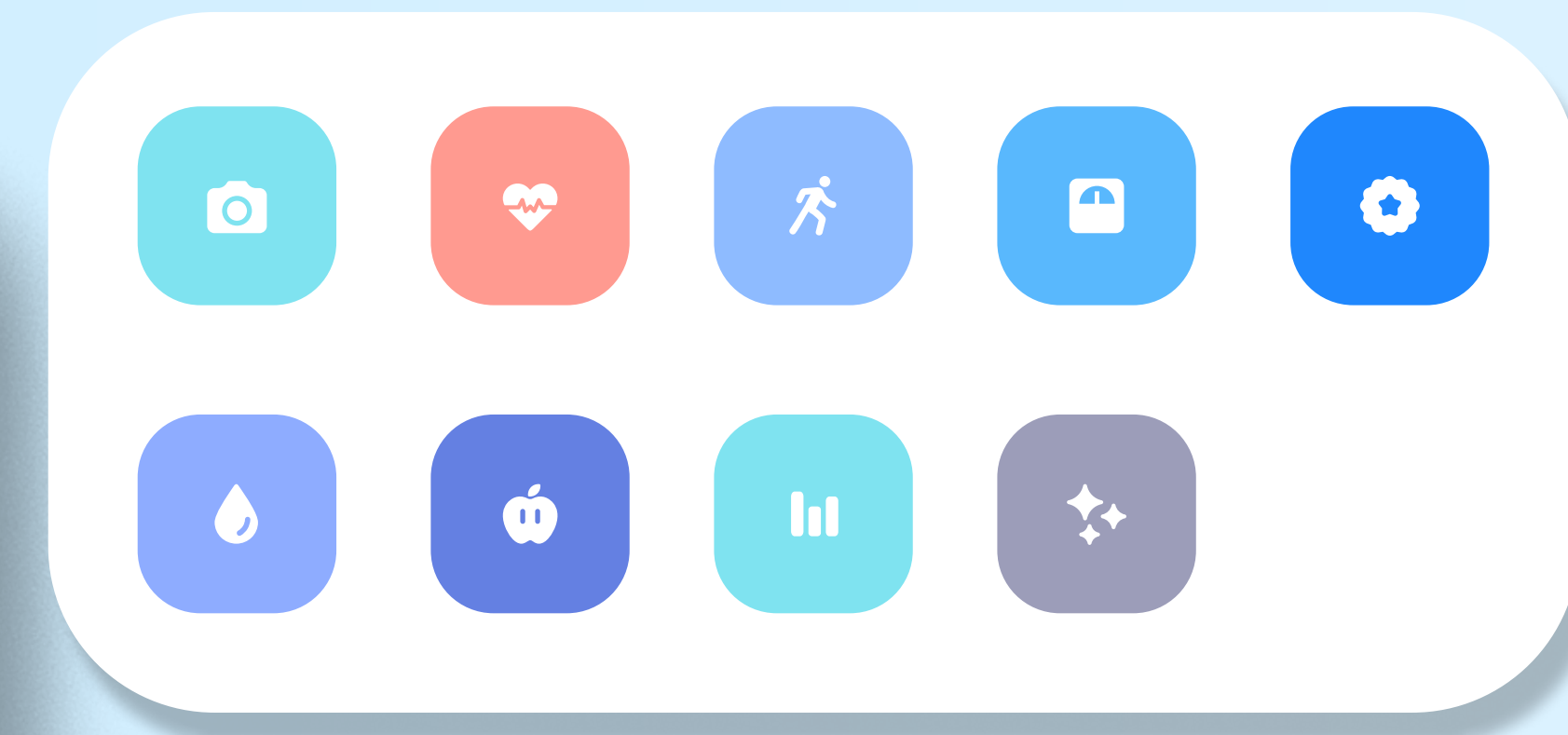
发布&用户反馈

发布页

发布页是用户内容创作与分享的核心入口，以“快速、多元、便捷”为设计核心输入
 顶部提供输入框，支持用户自由输入文字，表达想法、记录生活与运动感悟



多元素材



用户反馈

用户反馈模块分为两级流程，实现“体验评价+问题定位”闭环，助力产品持续优化。



一级反馈

以情绪化交互为核心，通过笑脸表情直观呈现满意度，用户可快速选择“我很满意”等评价，降低反馈成本
 简洁视觉设计搭配引导文案，清晰引导用户完成整体体验评分，高效收集全局使用感受

个人

个人主页

集个人信息展示、健康数据可视化、成就激励与会员服务于一体，全面呈现用户健康档案，兼具记录、激励与升级引导功能



二级反馈

提供加载缓慢、无响应、反应迟钝、客户服务、应用崩溃、功能不可用、安全问题等多维度问题标签，支持多选精准定位问题
 底部设置“提交”按钮，用户勾选问题后一键提交，形成完整反馈链路，为产品迭代提供真实依据。



通知中心

整合社交互动与健康提醒，按时间分类推送消息，实时同步动态与目标进度，高效触达、清晰有序



睡眠弹窗

以轻量化科普传递睡眠健康知识，搭配简洁确认交互，强化健康认知，引导用户重视睡眠管理



睡眠提醒设置

支持自定义就寝时间与铃声开关，一键完成提醒配置，以灵活、便捷的方式帮助用户建立规律作息



→ 使用流程
 — 功能说明

探索

以社群为核心，联动、活动、挑战、投票等模块，构建完整的健康生活生态。探索页聚合搜索、活动、社群、话题、挑战等功能，实现高效探索，社群页主打社交互动与投票，活动页与详情页提供运动活动浏览与报名，挑战页激励运动坚持，投票页轻量化话题互动。各页面跳转顺畅、功能互补，满足用户探索、社交、运动、互动的全场景需求。



投票页

投票页由社群页快速投票入口进入，主打轻量化健康话题互动。

展示主题、选项、参与人数与实时占比，支持一键投票、查看结果、评论与分享，操作简洁，快速表达观点，提升社群互动氛围。



社群页

聚合好友动态、话题讨论、排名数据、运动分享等内容。

展示用户互动、评论、点赞、运动步数排行，强化社交属性与互动氛围。

支持快速查看好友动态、参与话题、查看排名，提升社群活跃度。

好友排名



探索页

探索页是APP的核心内容聚合与功能枢纽，顶部设有搜索栏，支持快速检索话题、活动与用户。

中部整合活动、社群、推荐话题、挑战四大核心模块，可一键跳转对应页面。

下方智能推送健康、运动、饮食类热门话题，支持投票、评论互动。

话题图标



活动页

活动页作为运动活动的聚合入口，以卡片形式展示全民跑步、游泳、马拉松等各类运动项目，同时通过地图可视化呈现附近活动，清晰标注时间、人数、地点等关键信息，方便用户快速浏览、筛选感兴趣的运动，并一键跳转至详情页。



挑活动详情页

活动详情页完整呈现单个活动的全部信息，包括主办方、参与人数、时间、地点、费用及活动规则，内置地图定位便于导航，底部设置报名按钮，支持用户一键参与，信息全面清晰，操作流程简洁高效。

交通图标



整体采用浅蓝清新配色，模块化卡片布局，信息层级清晰、交互路径直观。

以探索页为核心串联各功能页面，兼顾视觉舒适与操作效率，强化健康、社交、运动的产品定位。

→ 使用流程
— 功能说明

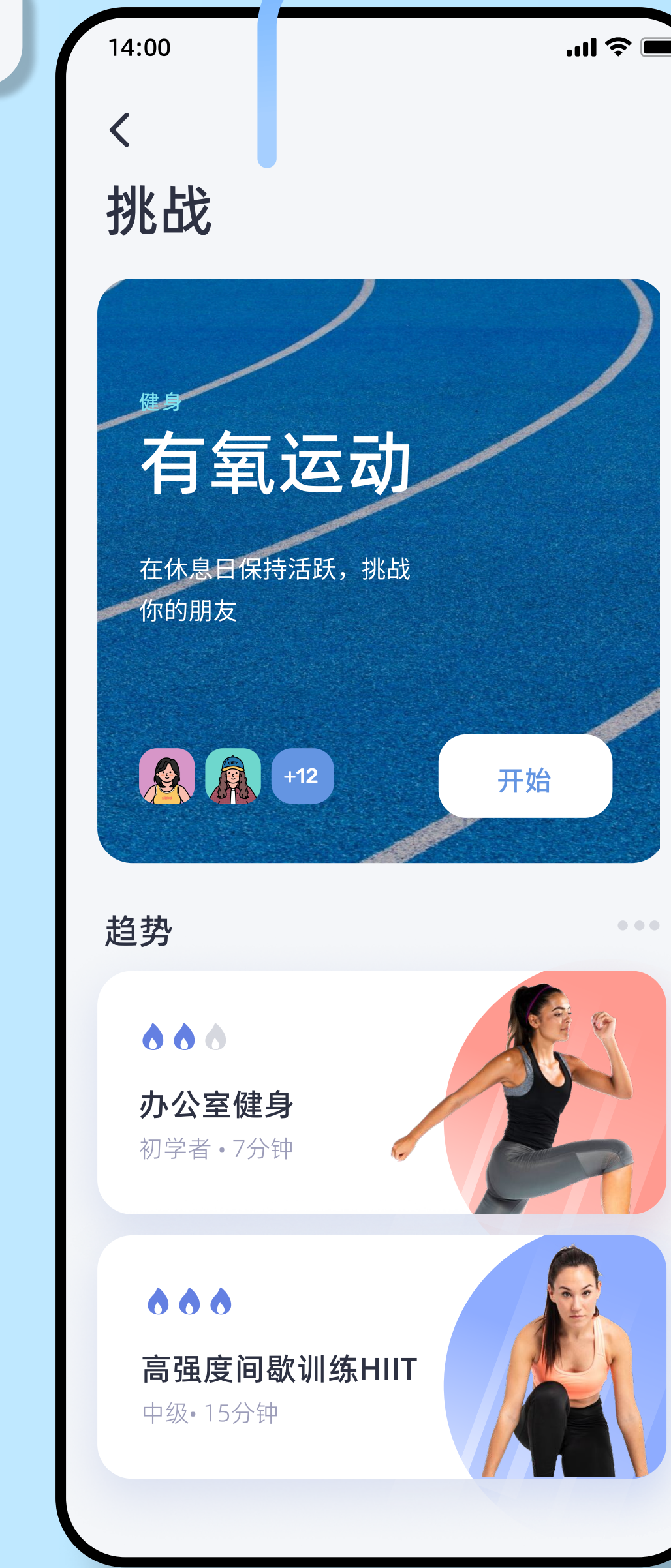
探索,发现更多

社群,互动分享

活动,参与运动

挑战,坚持自律

投票,表达观点



挑战页

展示有氧运动、办公室健身、高强度间歇等各类运动挑战。

提供挑战封面、简介、难度、参与人数，支持一键开始挑战。

记录挑战进度、完成情况，激励用户坚持运动、达成目标。

Joy



Fit

悦享健康, 相伴同行

OVERFIT 过度拟合

"一卷融合了陶瓷与数学的瑰丽诗篇"

过度拟合是一个高端家居陶瓷品牌，以将陶瓷与数学完美融合为特色。

我们设计具有美感、个性和内涵丰富的产品。旨在颠覆传统，通过与数学结合，打造独特的陶瓷艺术品，展现对现代审美和创新设计的不懈追求。

品牌鼓励创造力的迸发，将好奇心视为创造力的源泉，通过陶瓷创作激发客户对艺术和数学的深入思考。

"A poetic fusion of ceramics and mathematics."

Overfitting is a high-end home ceramics brand distinguished by seamlessly merging ceramics with mathematics.

We design products that embody aesthetics, personality, and profound meaning. Our aim is to challenge conventions by integrating mathematics, crafting distinctive ceramic artworks that reflect an unwavering pursuit of modern aesthetics and innovative design.

The brand encourages the eruption of creativity, viewing curiosity as the wellspring of creativity, inspiring customers to delve into profound contemplations on the fusion of art and mathematics through ceramic craftsmanship.

关于

ABOUT



CONTENTS

目录

1.0 IDENTITY: ELEMENTS 要素

- 1.1 Overview 总览
- 1.2 Logo 标志
- 1.3 Wordmark 标准字

2.0 IDENTITY: COLOR 颜色

- 2.1 Color Palette 色板
- 2.2 Using Color 角色

3.0 IDENTITY: IN USE 使用

- 3.1 Minimum Scale 最小尺寸
- 3.2 Preferred Clearspace 留白范围
- 3.3 Imagery 图像

4.0 :GRAPHIC ELEMENTS 图形

- 4.1 Grid Pattern 网格图形
- 4.2 Geometric Pattern 几何图形
- 4.3 Linear Pattern 线性图形

5.0 APPLICATIONS 应用

- 5.1 Poster 海报
- 5.2 Package 包装
- 5.3 Peripherals 周边产品

LOGO

标志

标志是识别系统的核心要素，标志可以被独立使用。

The logo is the core of the recognition system and can be used independently.

WORDMARK

标准字

标准字是品牌的中英文名称，标准字可以被独立使用。不过，建议在附近同时使用标志。

Standard characters are the Chinese and English names of a brand, and can be used independently. However, it is recommended to use the logo nearby at the same.

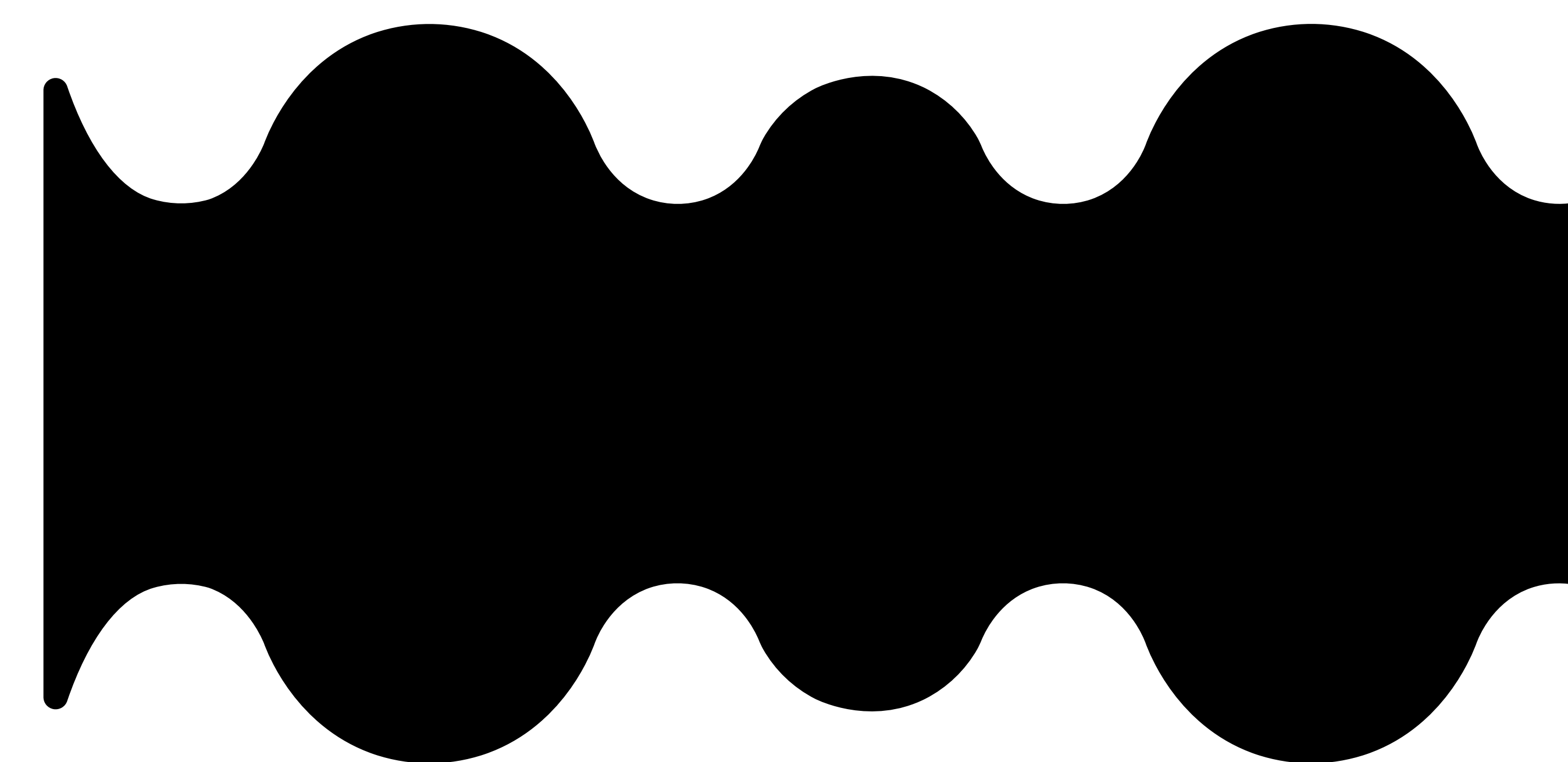
LOCK-UP

标准组合

定义标志和标准字的固定组合。每个标准组合都设定了标志和标准字各个要素的大小、比例和位置，使用时不得随意更改。

Define a fixed combination of symbols and standard characters. Each standard combination sets the size, proportion, and position of each element of the logo and standard text, and cannot be changed arbitrarily during use.

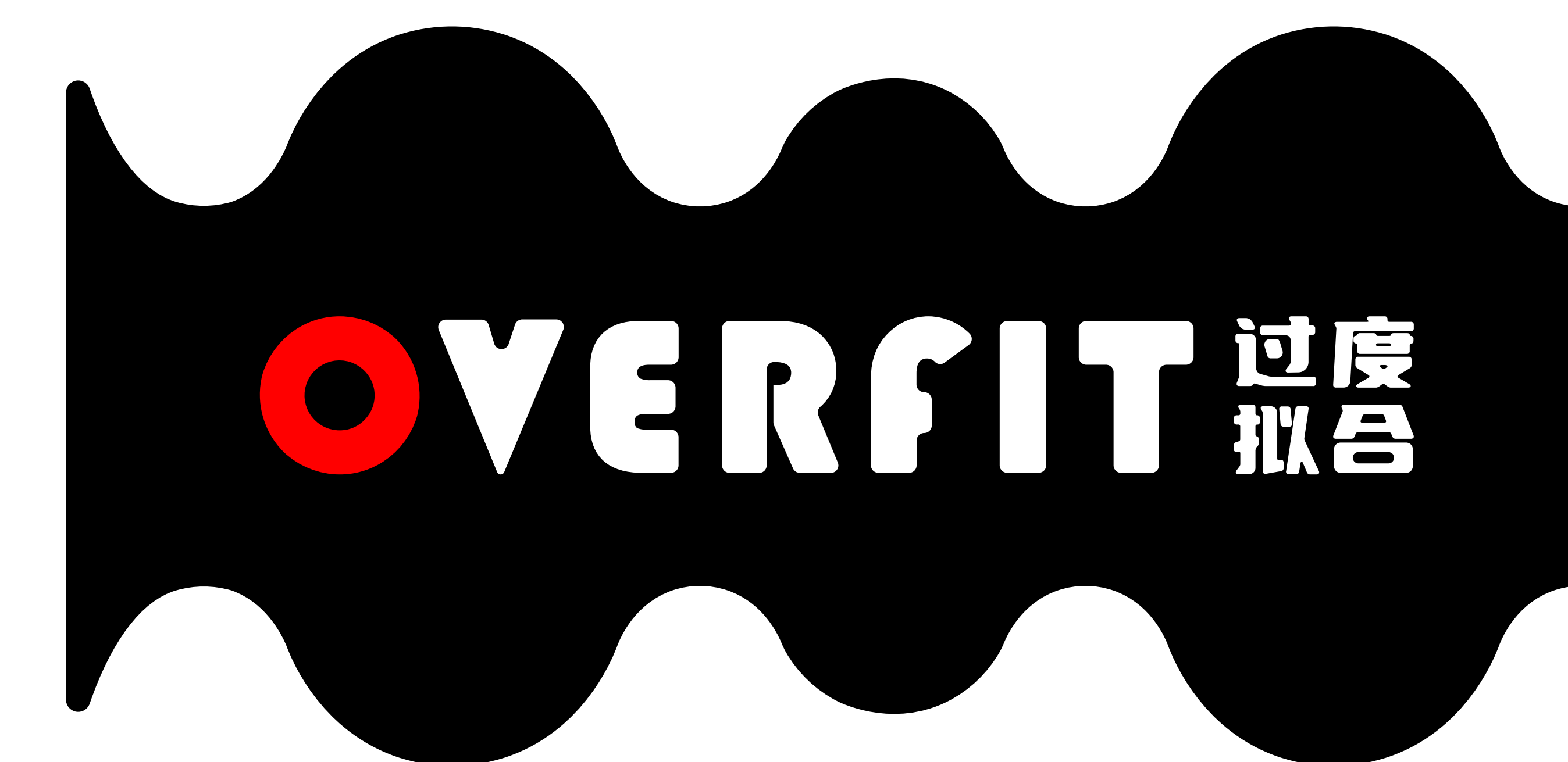
LOGO 标志



WORDMARK 标准字

OVERFIT 过度拟合

LOCK-UP 标准组合



1.1 OVERVIEW 总览

过度拟合的标志可以单独使用，也可以与标准字组合使用。使用标准组合时，请仅适用提供的标准组合文件。

combination of symbols and standard characters. Each standard combination sets the size, proportion, and position of each element of the logo and standard text, and cannot be changed arbitrarily during use.

使用方式：

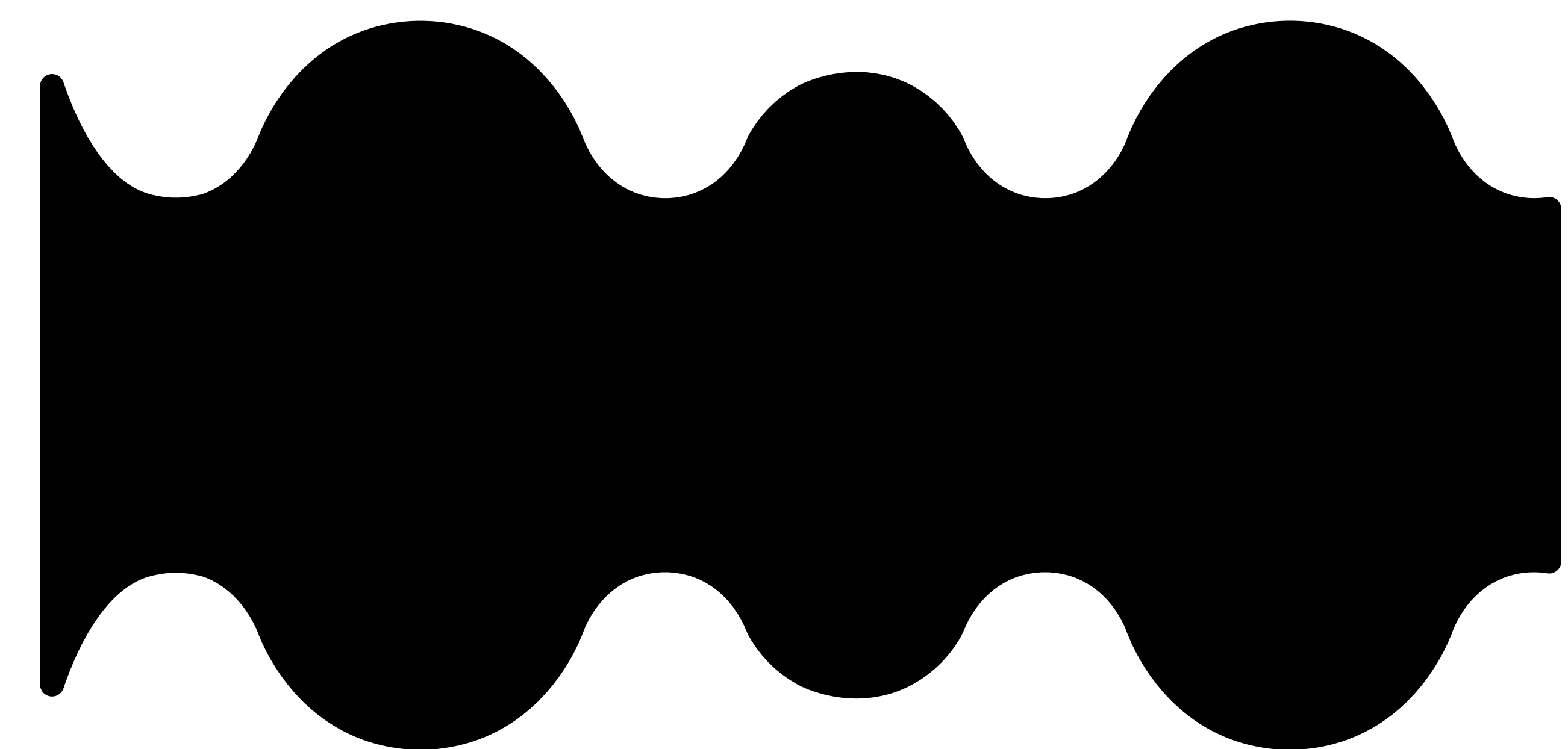
- 单独作为标志
- 单独作为图形
- 与标准字作为标准组合
- 作为辅助图形延展应用

Usage:

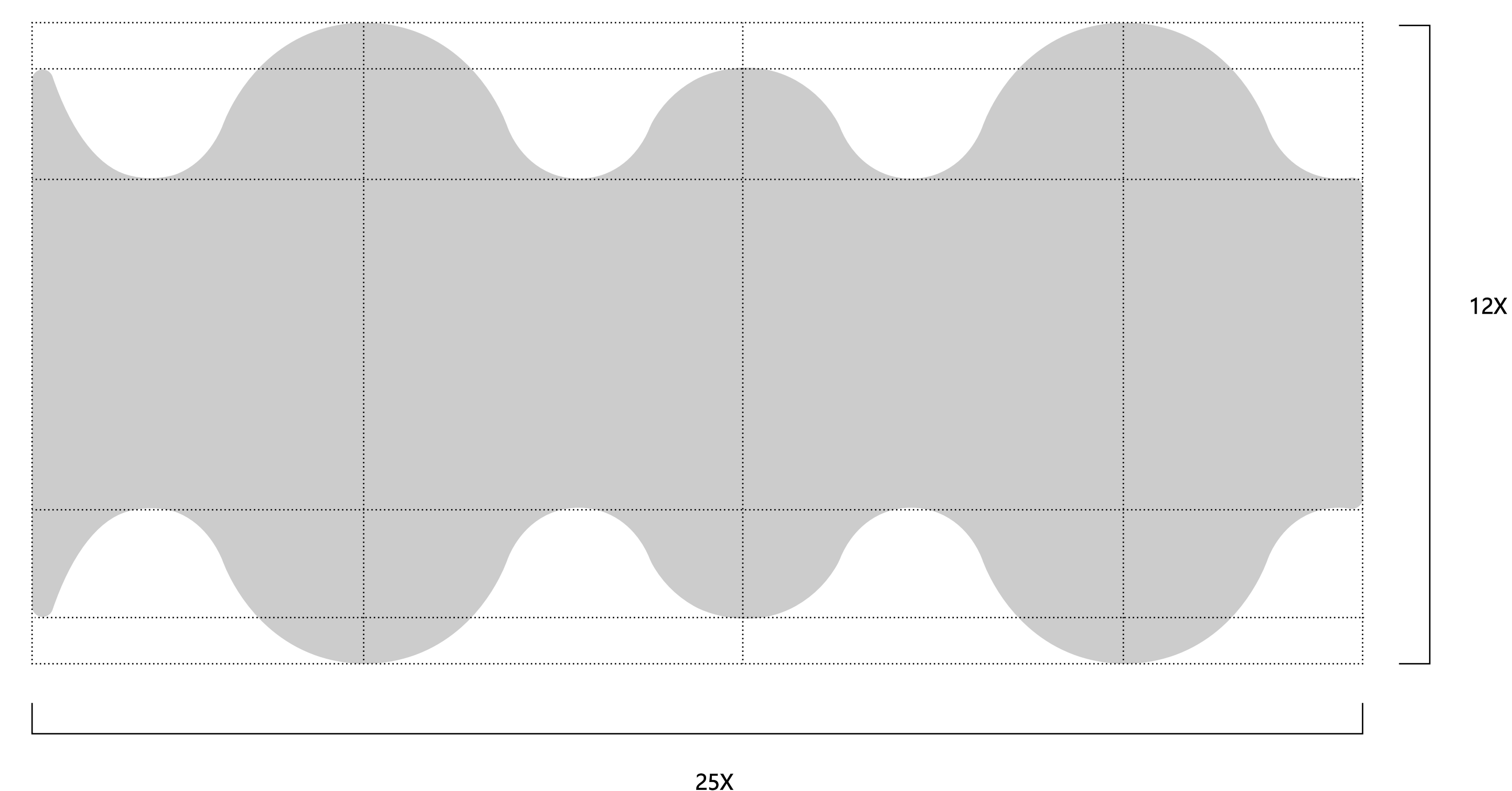
- As a separate symbol
- As a separate graphic
- Using wordmark as a lock up
- Used as an auxiliary graphic extension

1.2 LOGO 标志

LOGO 标志



LOGO 标志



过度拟合的标准字可以单独使用，也能与标志组合使用，但仅限在标志字与标志结合。当标准组合时，请仅使用提供的标准组合文件。标准字可以被放置在图像上。
OVERFIT standard characters can be used alone or in combination with symbols, but only when combined with symbols. When using standard combinations, please only use the provided standard combination files. Standard characters can be placed on images.

提供了三个版本的标准字组合：主标准字一、主标准字二和辅助字。在可能的情况下，应优先考虑主标准字一；在空间不足的情况下，应考虑标准字二；在需要更大中文名的场景下，应使用辅助标准字。
Three versions of standard character combinations are provided: main standard character one, main standard character two, and auxiliary standard character. Where possible, priority should be given to the main standard character one; when space is insufficient, standard character two should be considered; in situations where a larger Chinese name is required, auxiliary standard characters should be used.

1.3 WORDMARK 标准字

main standard character 1 主标准字一

OVERFIT 过度拟合

auxiliary standard character 辅标准字

过度拟合 **OVERFIT**

main standard character 2 主标准字二

OVERFIT
过度拟合

OVERFIT

过度拟合

OVERFIT 品牌的色板采用了黑白红和不同色调的灰色，在色板中提供的其他颜色作为品牌使用图像的背景色或辅助色。

The OVERFIT brand's color palette uses black, white, red, and different shades of grey, while the other colors provided in the palette serve as background or auxiliary colors for brand-use images.

COLOR RULES 颜色使用规则

在印刷中，首选 PMS（Pantone Matching System），当不能使用 PMS 颜色时，应使用对应的 CMYK 颜色。

In printing, PMS colors are preferred. When PMS colors cannot be used, their CMYK colors should be used.

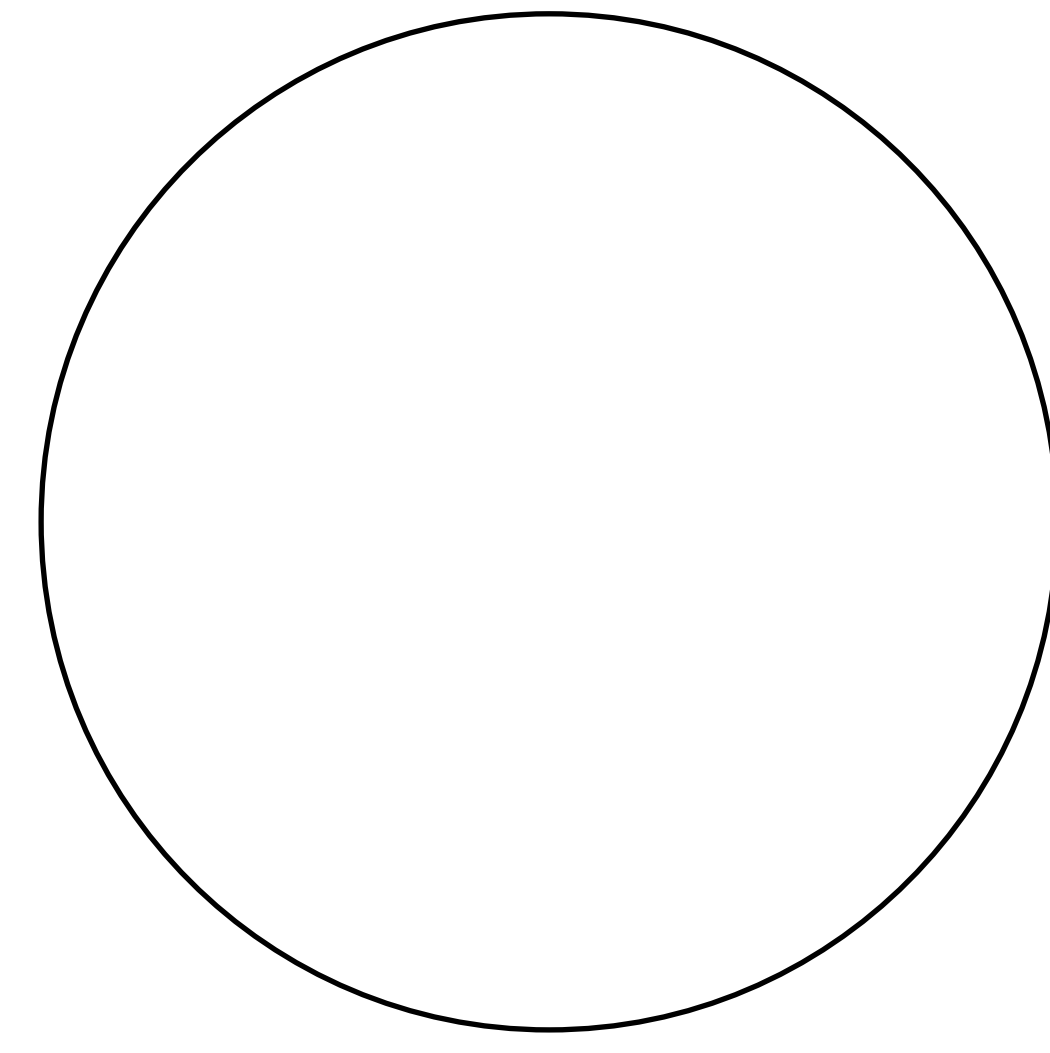
COLOR RATIO 色彩比例

在色彩系统中，大致规范了不同颜色在品牌系统中的比例。

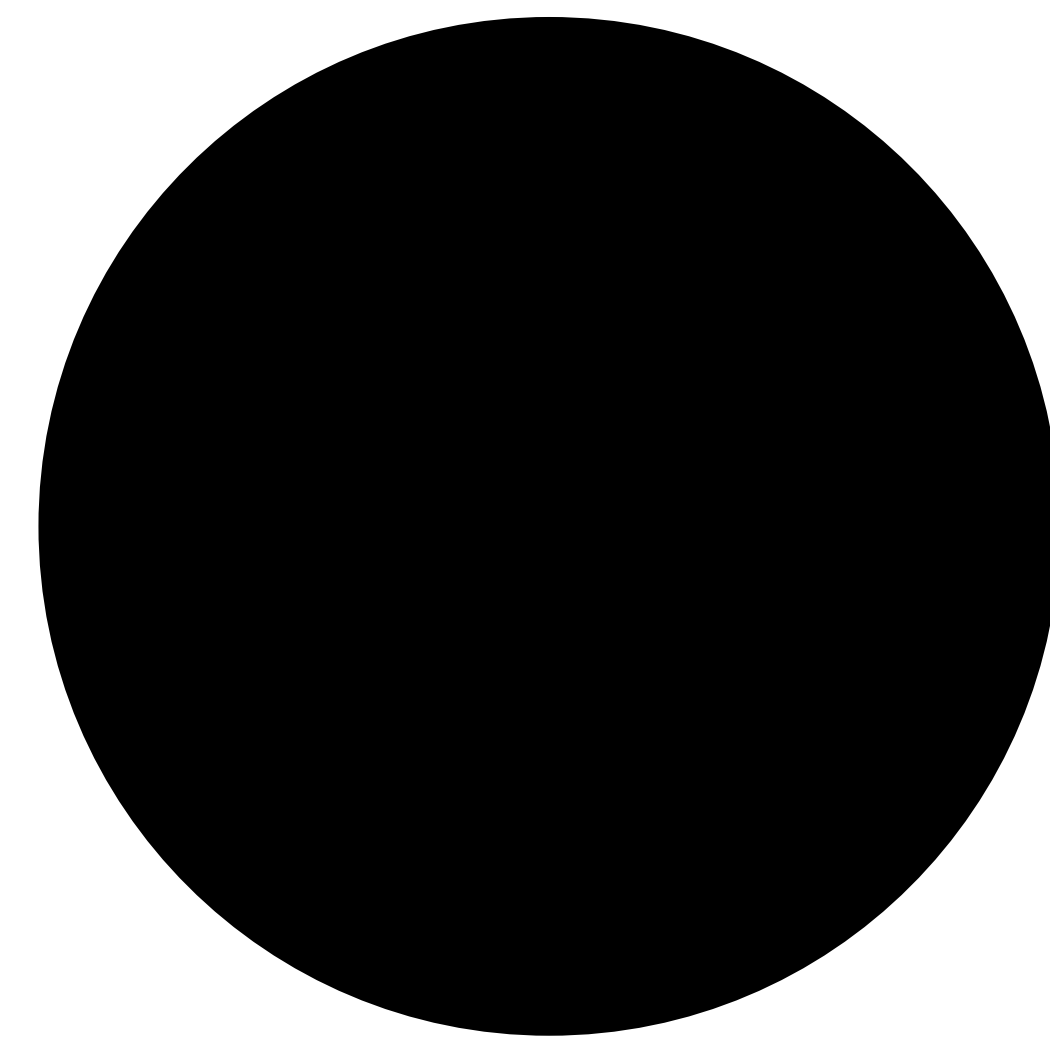
In color display, roughly standardized the proportion of different colors in the brand's color system.

2.1 COLOR PALETTE 标准字

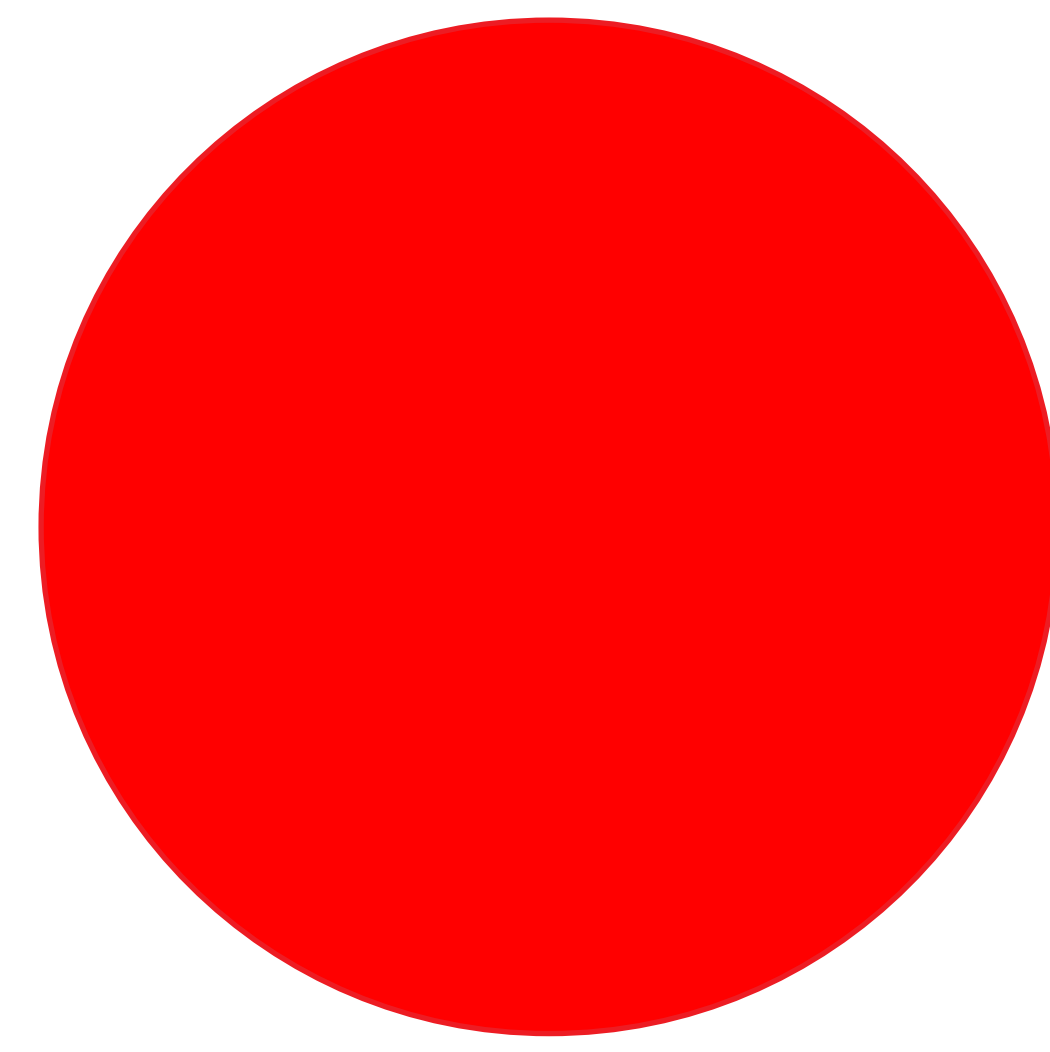
PRIMAPY COLOR 主色



WHITE 白

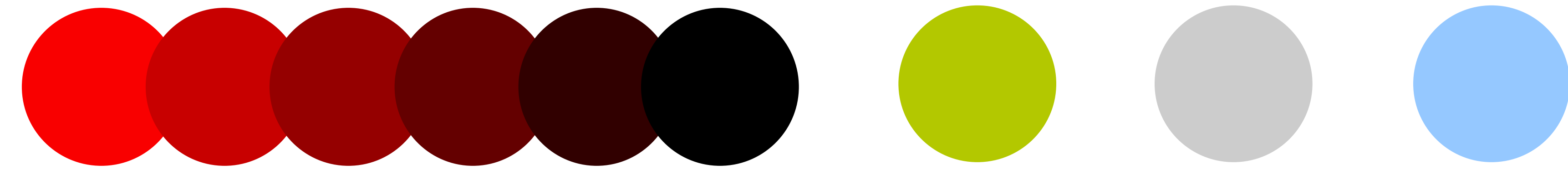


BLACK 黑

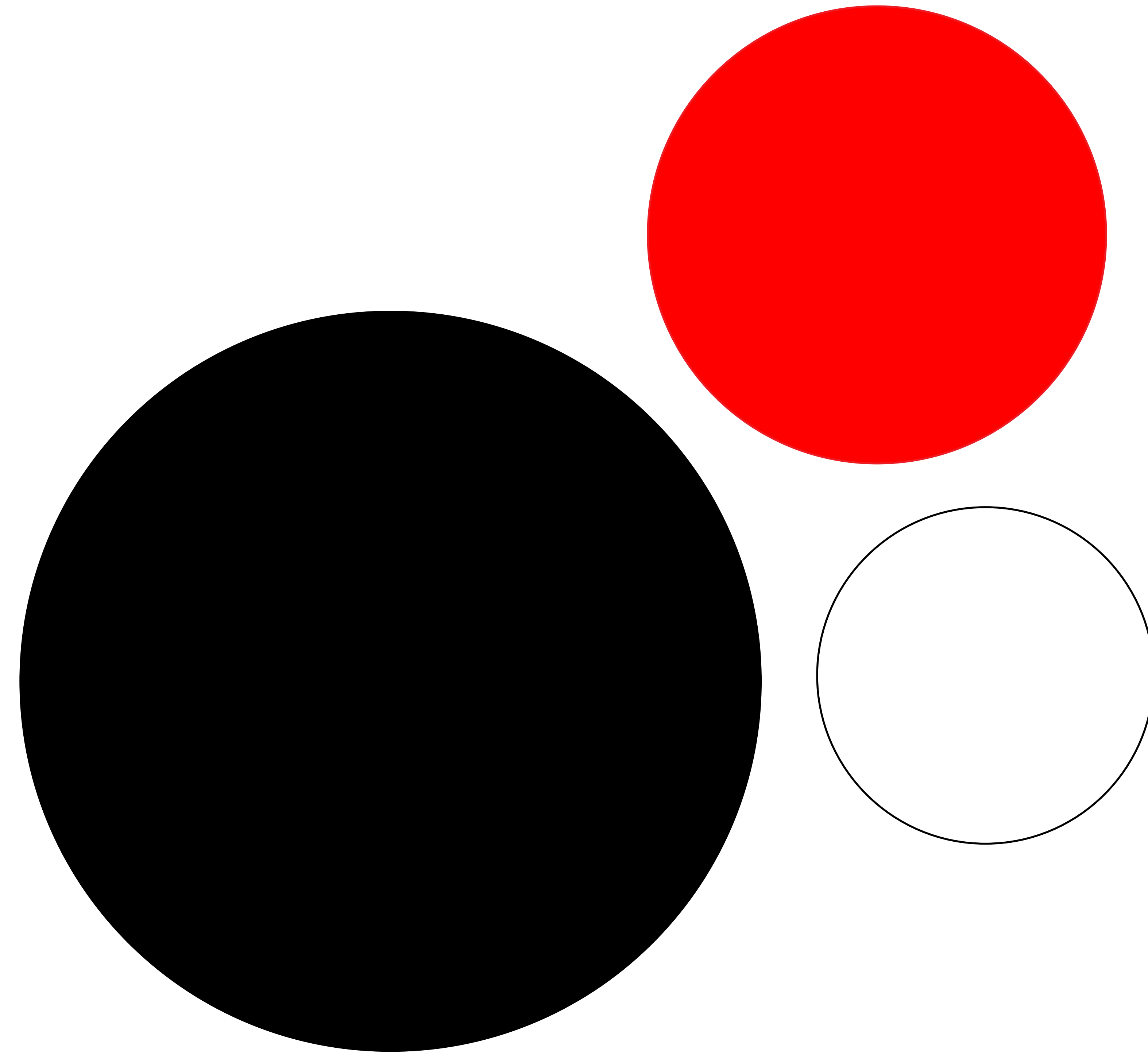


RED 红

SECONDARY COLOR 辅色



COLOR RATIO 色彩比例

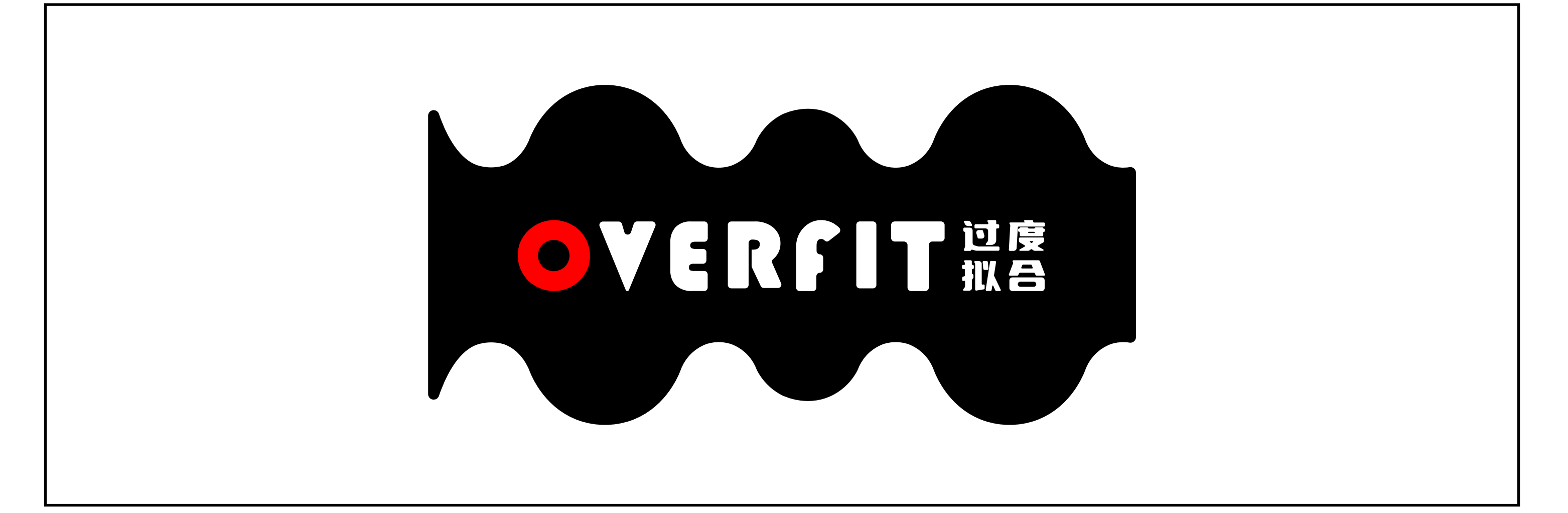


提供了过度拟合品牌用色的规范搭配。标志、标准字和标准组合只能以主色呈现。且在所有情况下，必须保持足够的对比度和可读性，根据这个原则，其中斜杠的方案不建议使用。

Provides standardized color combinations for the OVERFIT brand. Symbols, standard characters, and standard combinations can only be presented in the main color. In all cases, sufficient contrast and readability must be maintained, and according to this principle, the use of slashes is not recommended.

2.2 USING COLOR 颜色

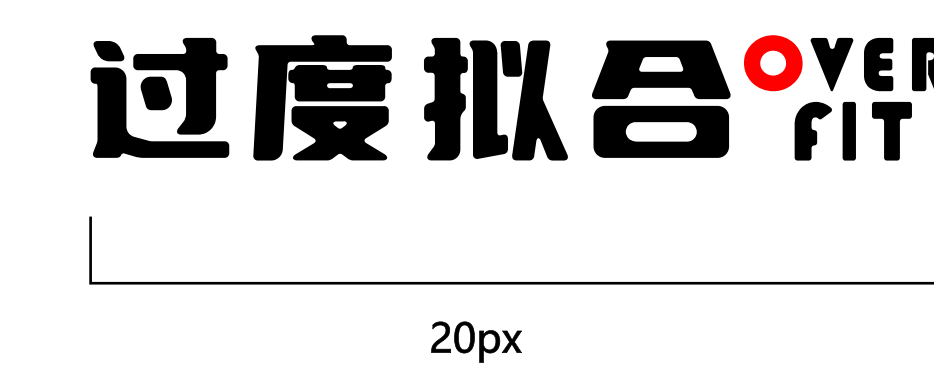
USING THE PALETTE 色彩使用



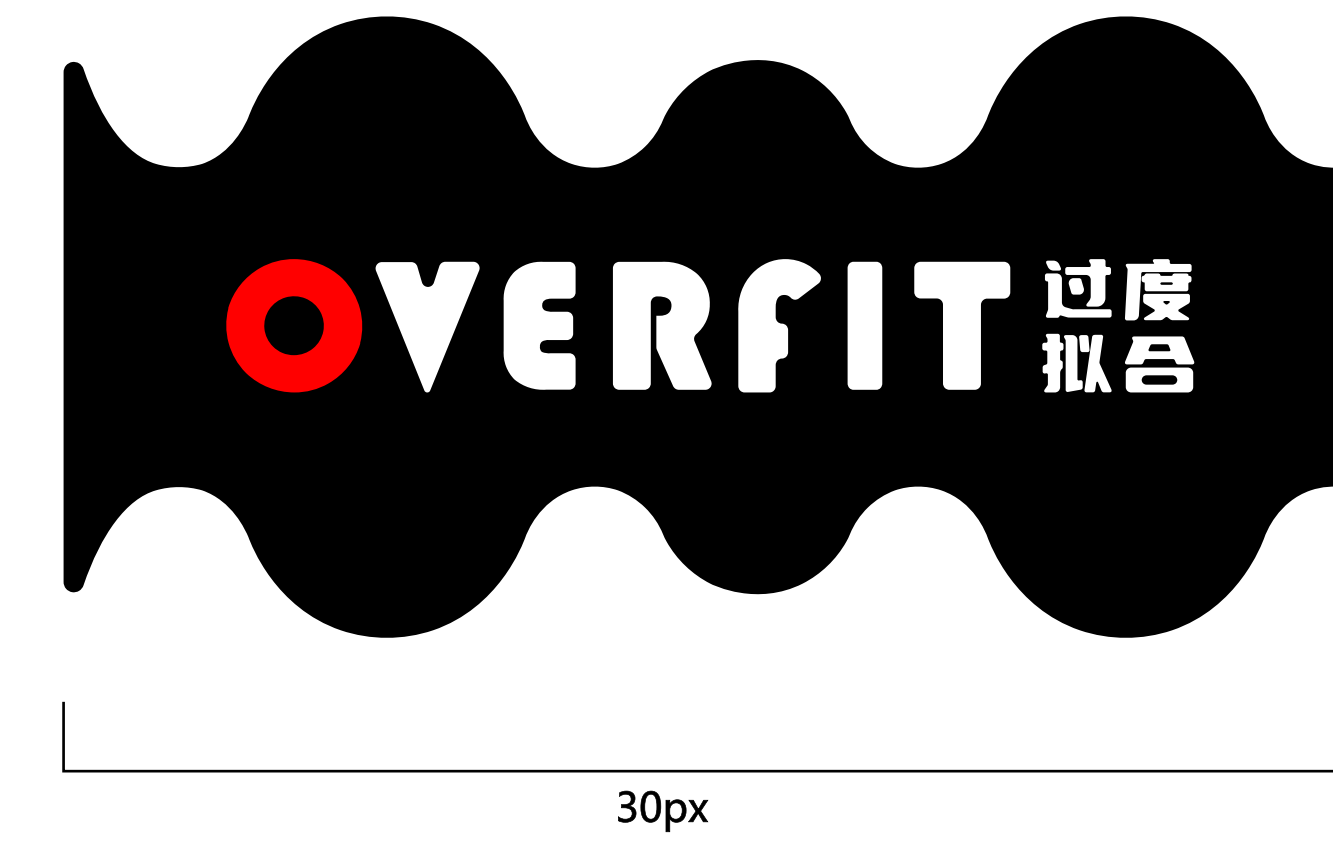
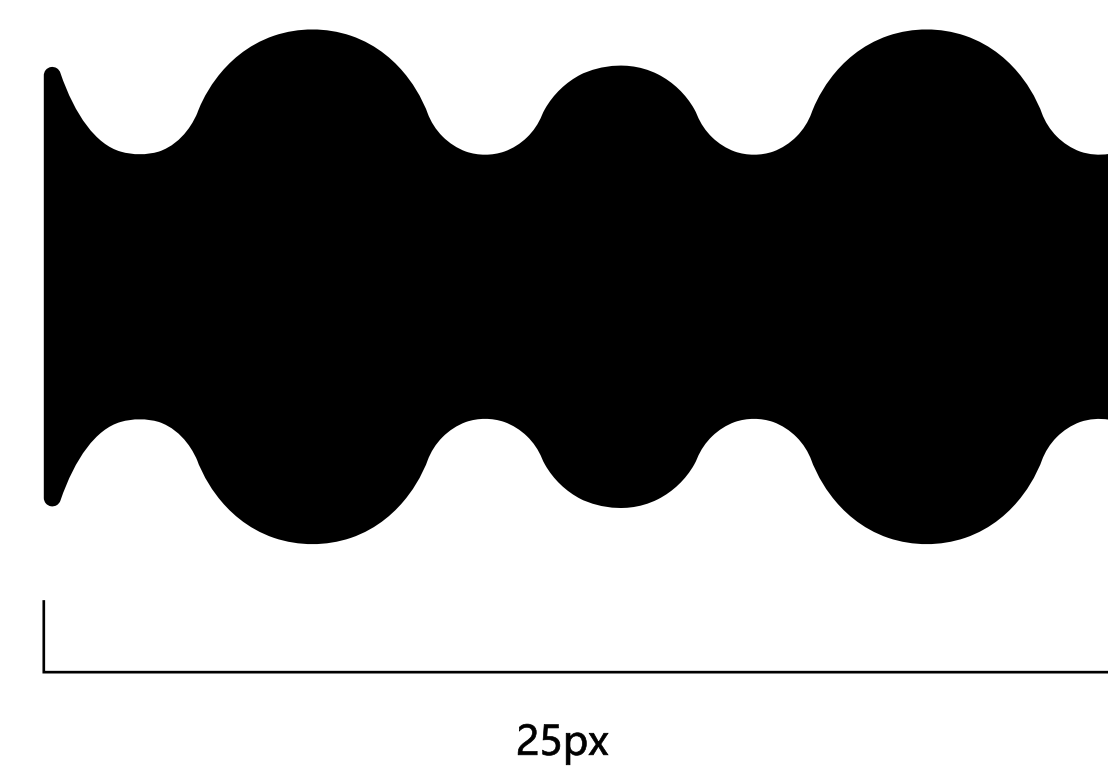
为了确保适当的细节和可读性，图形标识元素的大小不应该小于其最小印刷比例尺寸。

To ensure appropriate details and readability. The size of graphic identification elements should not be smaller than the minimum printing ratio size.

MINIMUM PRINT SCALE 最小印刷尺寸



3.1 MIN SCALE 最小尺寸



标志、标准字和标准组合周围的留白范围非常关键，以便让其与其它要素（如文本、标题或黑体）区分开来。标志或标准组合周围的区域应该始终有一个宽裕的留白区域，以便这些组件不拥挤或受外部元素的约束。

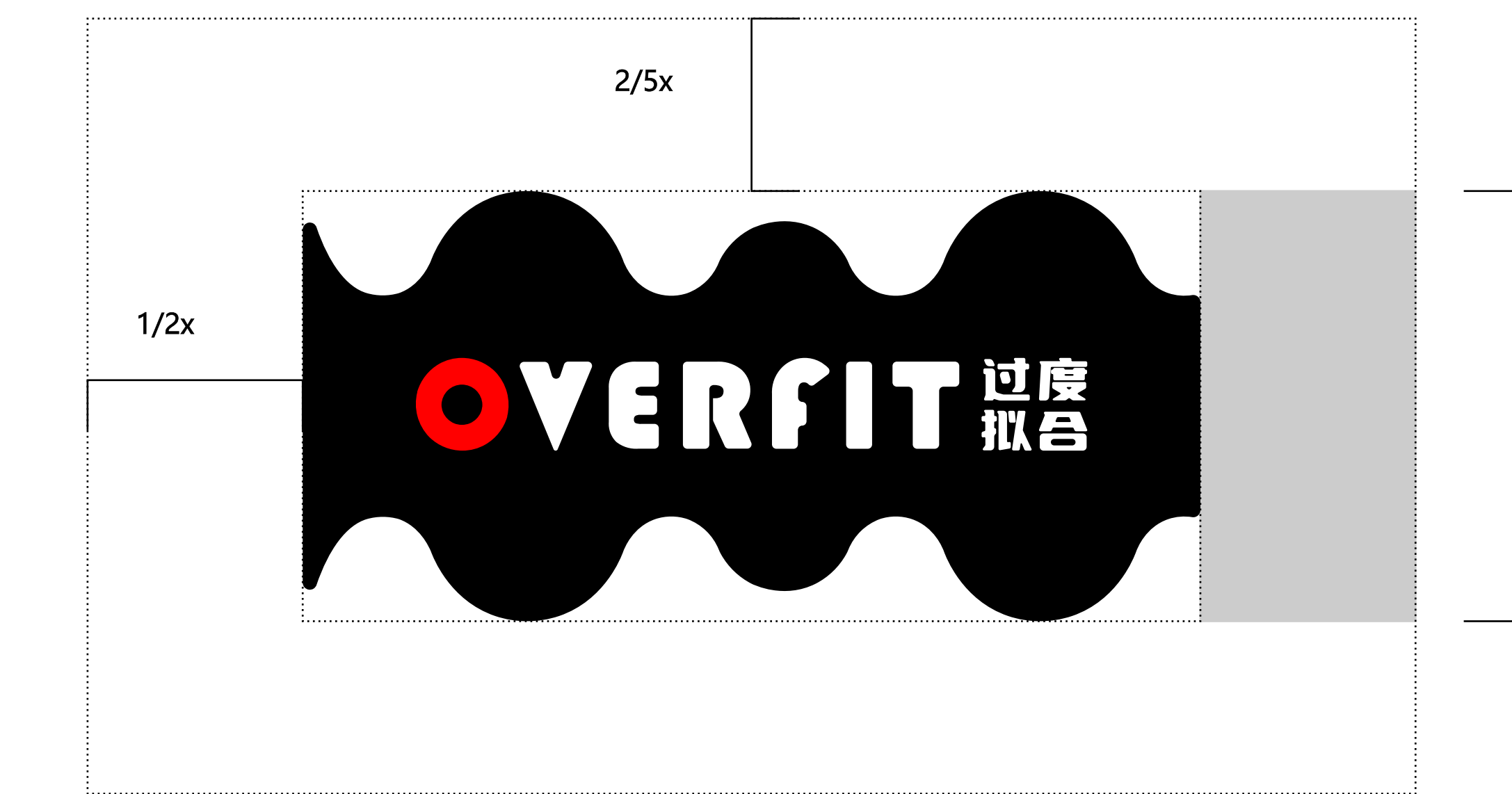
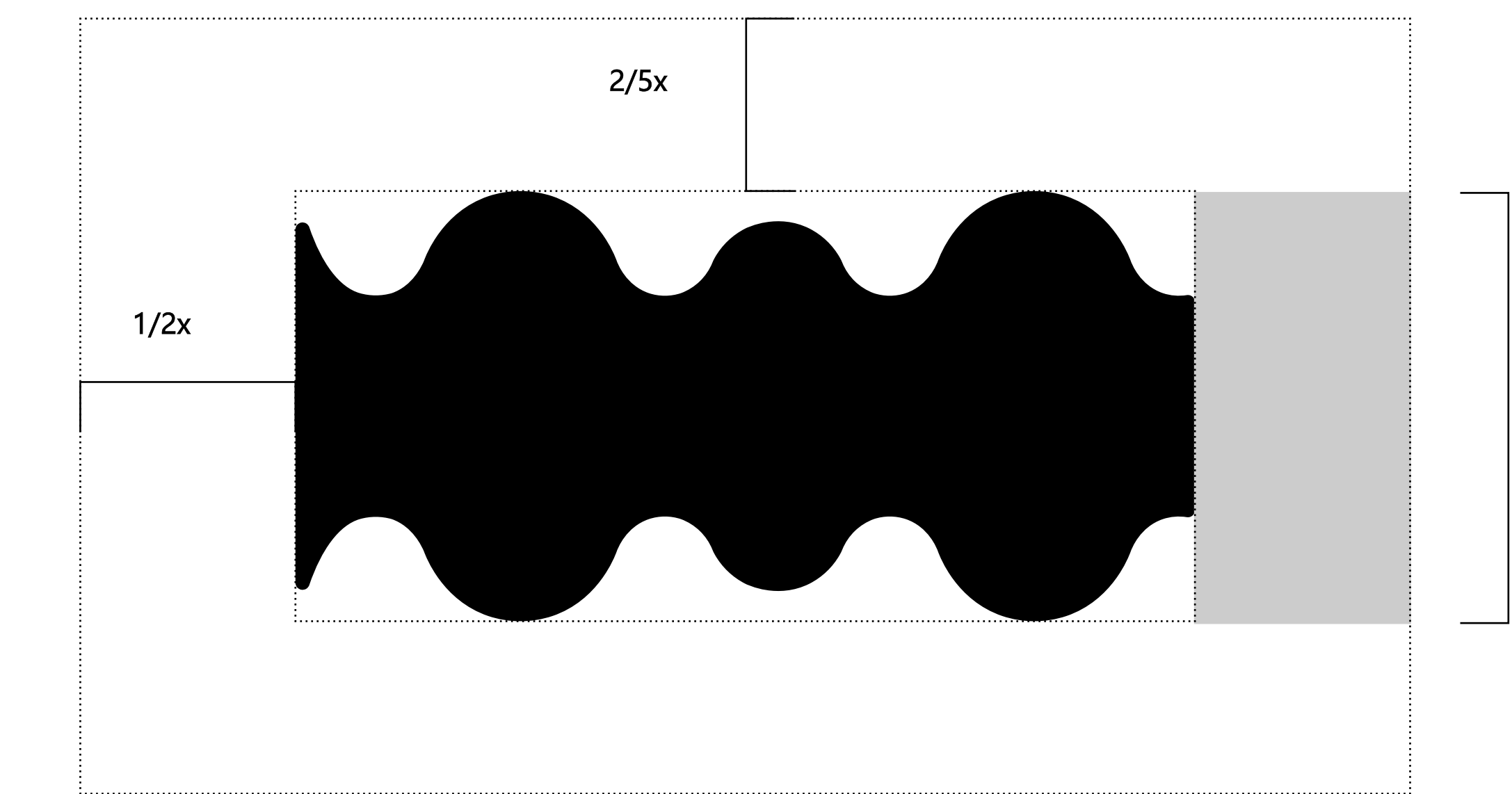
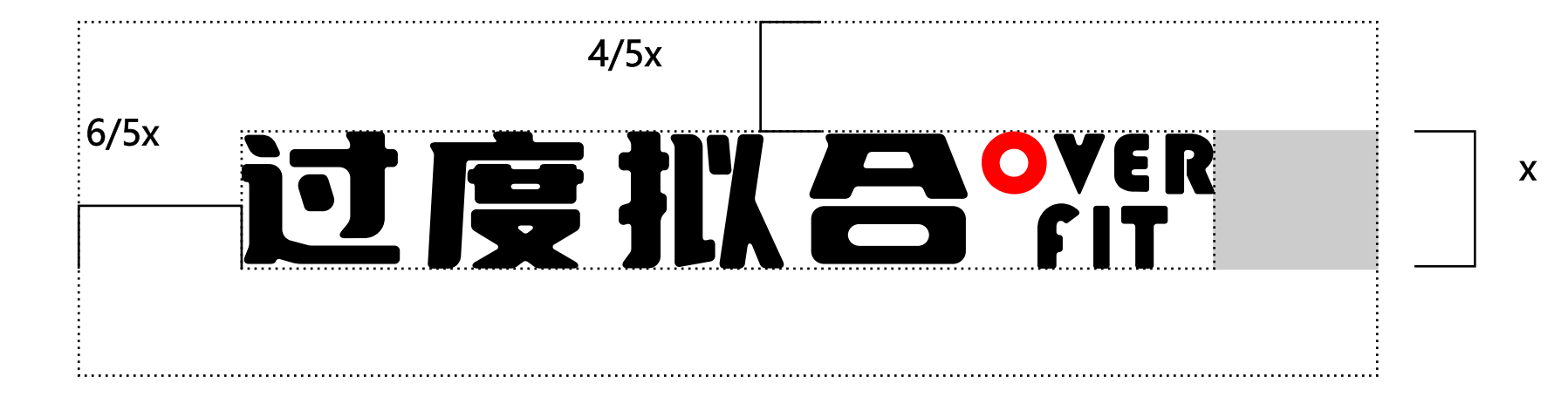
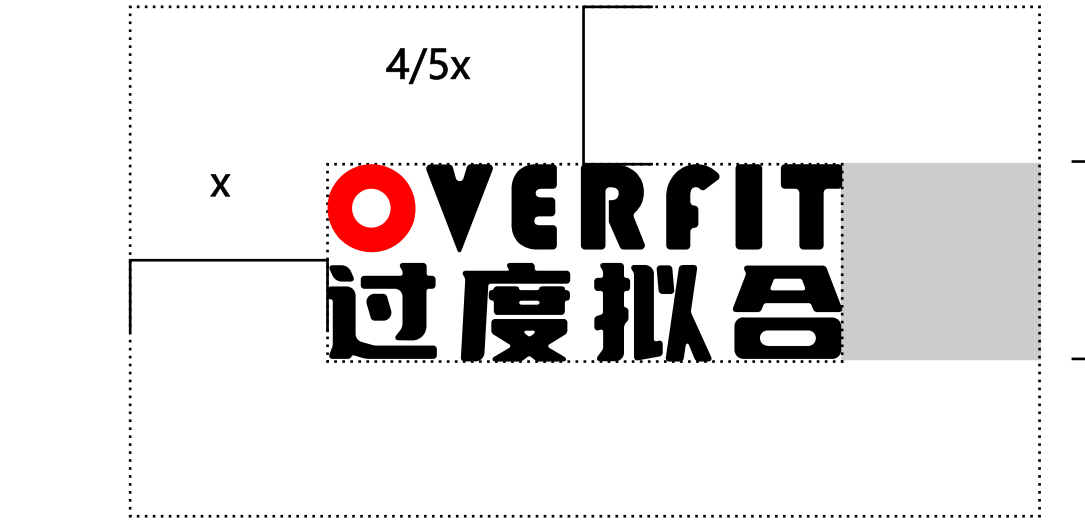
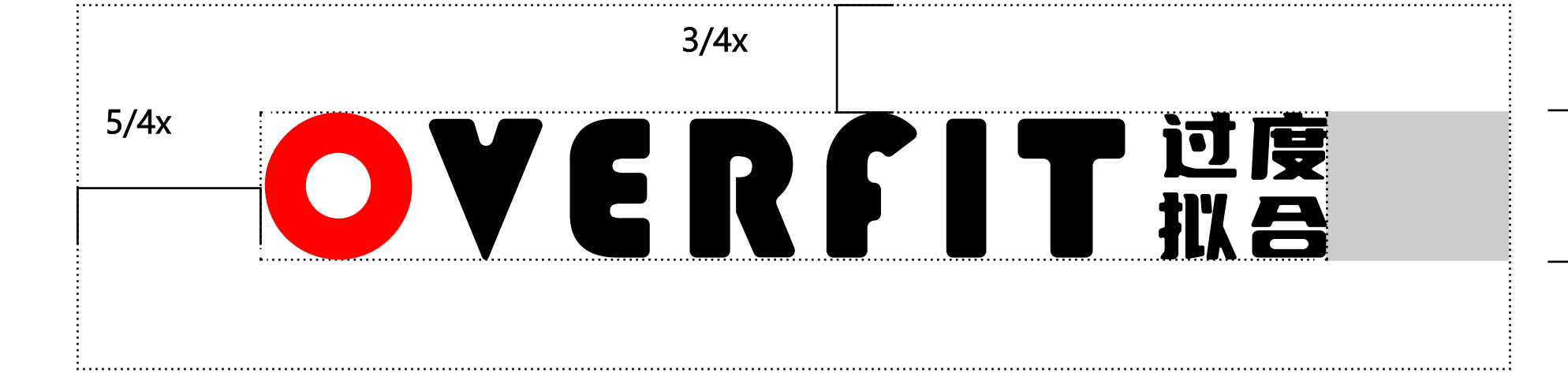
这里的图示显示了标志或标准组合周围的最小留白范围，以确保清楚和标志的锁定突出。

The white space around logos, standard words, and standard combinations is crucial to distinguish them from other elements such as text, titles, or bold. The area around the logo or standard combination should always have a spacious blank area so that these components are not crowded or constrained by external elements.

The diagram here shows the minimum white space around the logo or standard combination to ensure clarity and prominent locking of the logo.

3.2 CLEAR SPACE 留白范围

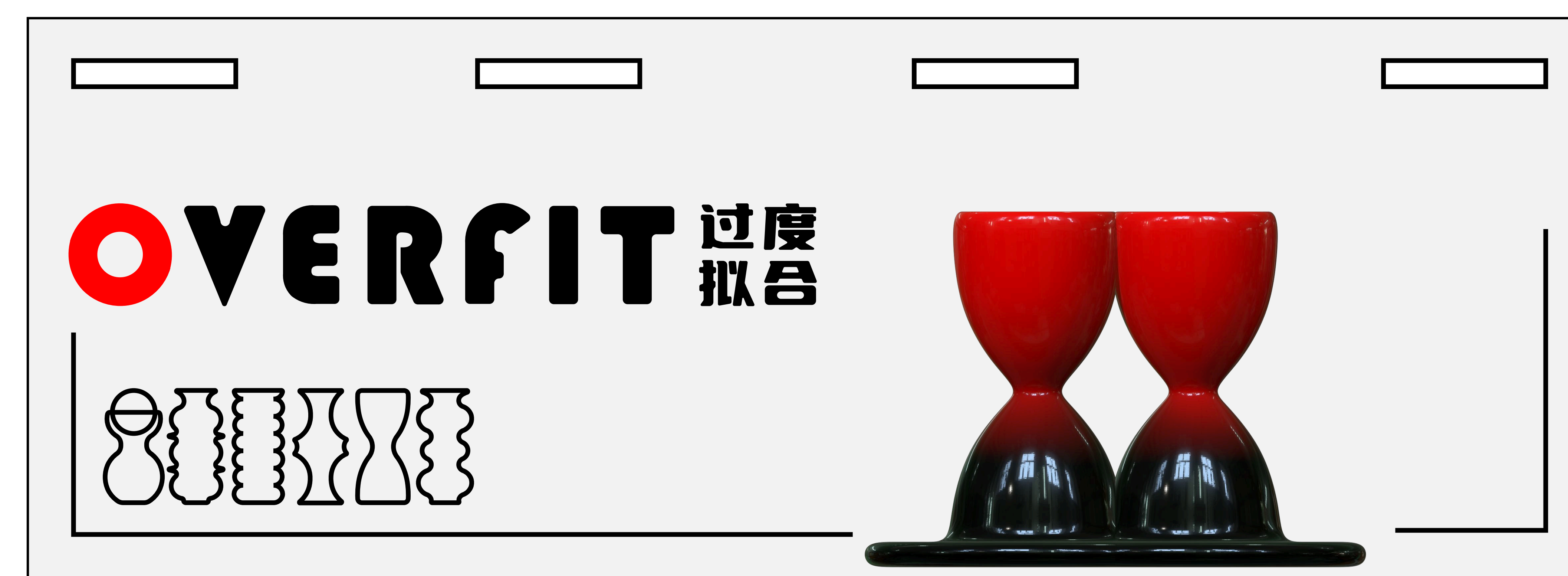
CLEARSPACE 留白范围



当标志、标准字或标准组合定位在图像上时，这些元素只能是白色或黑色（标准字和标准组合中的红色字母除外）。白色的标志、标准字和标准组合应该使用在中灰度到黑度的图像上，黑色标志、标准字和标准组合应该应用在低灰度值到中灰度值图像上（当标准字单独展示时，避免红色作为背景）。

When symbols, standard characters, or standard combinations are positioned on the image, these elements can only be white or black (except for the red letters in standard characters and standard combinations). The white logo, standard text, and standard combination should be used in images ranging from medium grayscale to black, while the black logo, standard text, and standard combination should be used in images ranging from low grayscale to medium grayscale (When displaying standard characters separately, avoid using red as the background).

IMAGERY 图像



3.3 IMAGERY 图像

OVERFIT 的几何图形元素，是品牌“陶瓷与数学融合”核心理念的视觉化表达。

从函数图像中提炼出流畅的曲线与精确的拐点，转化为陶瓷器物上的轮廓与肌理；

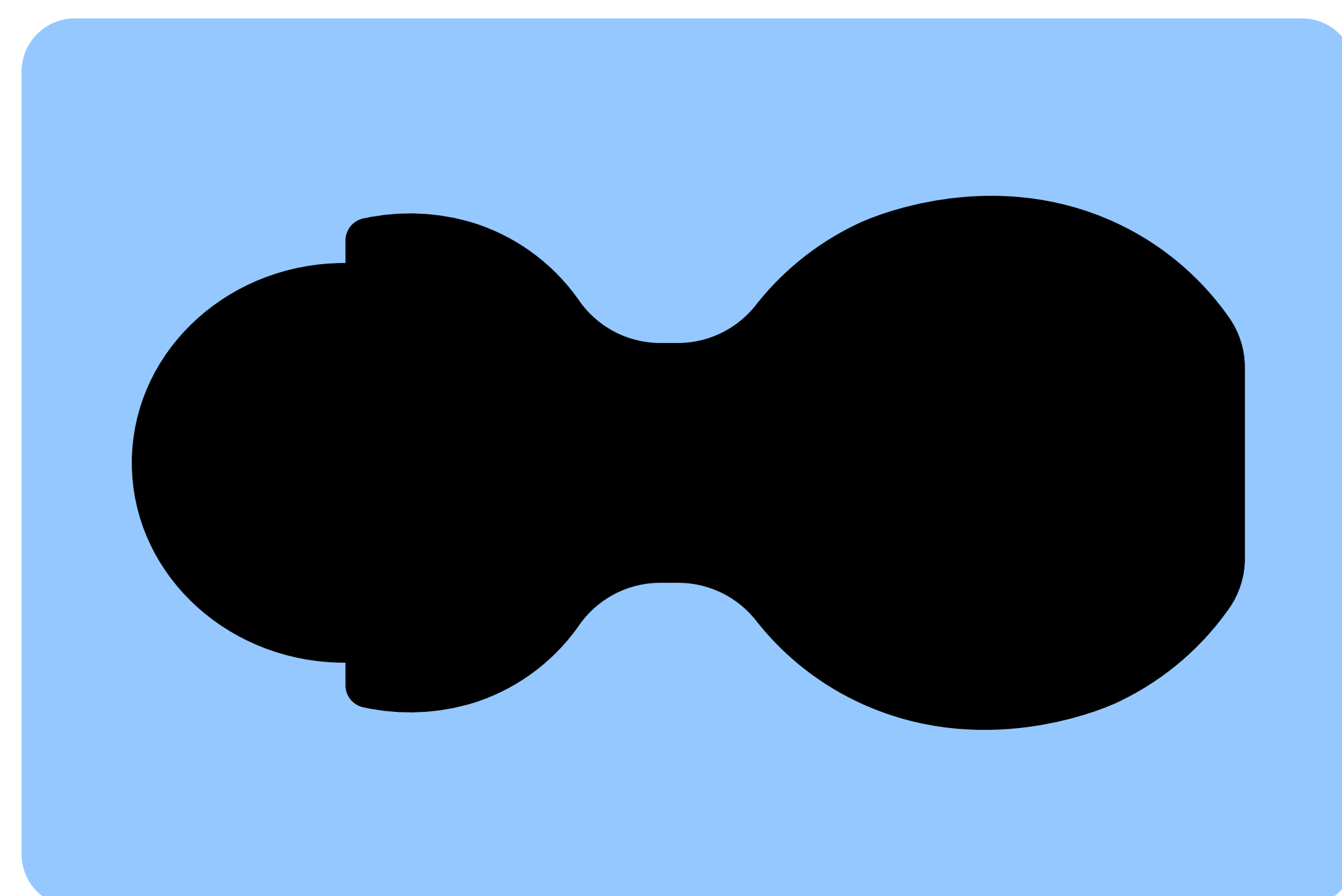
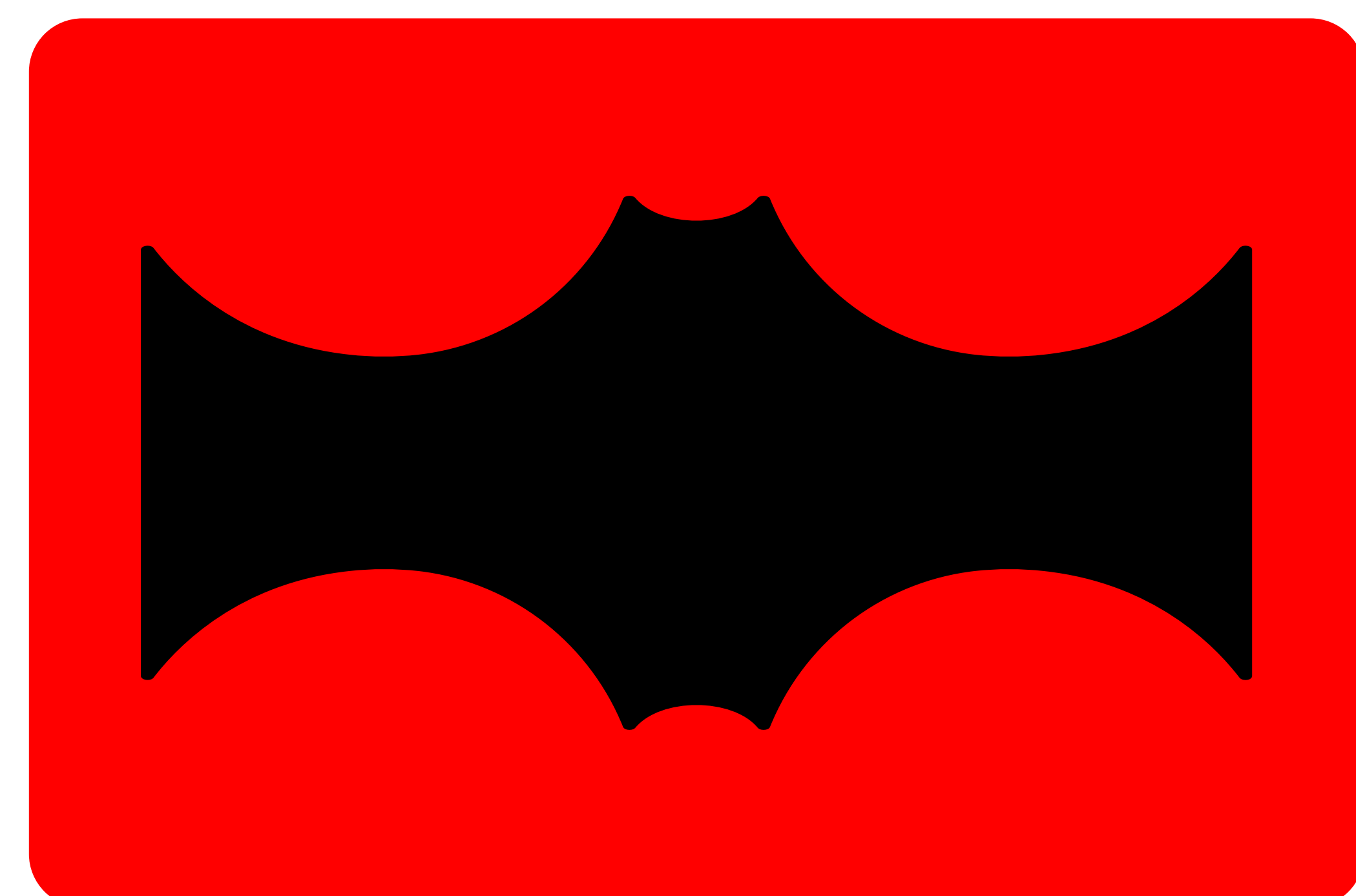
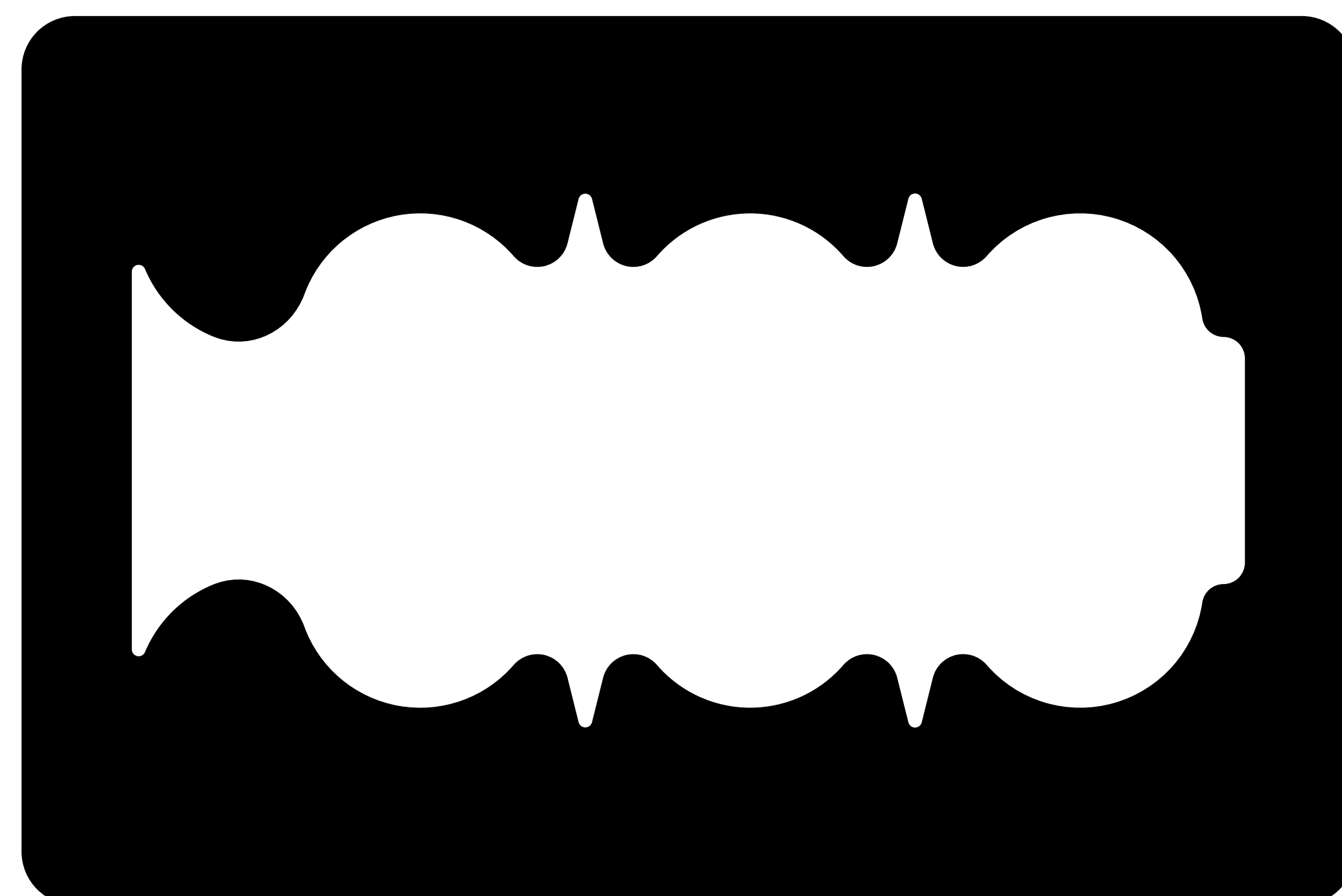
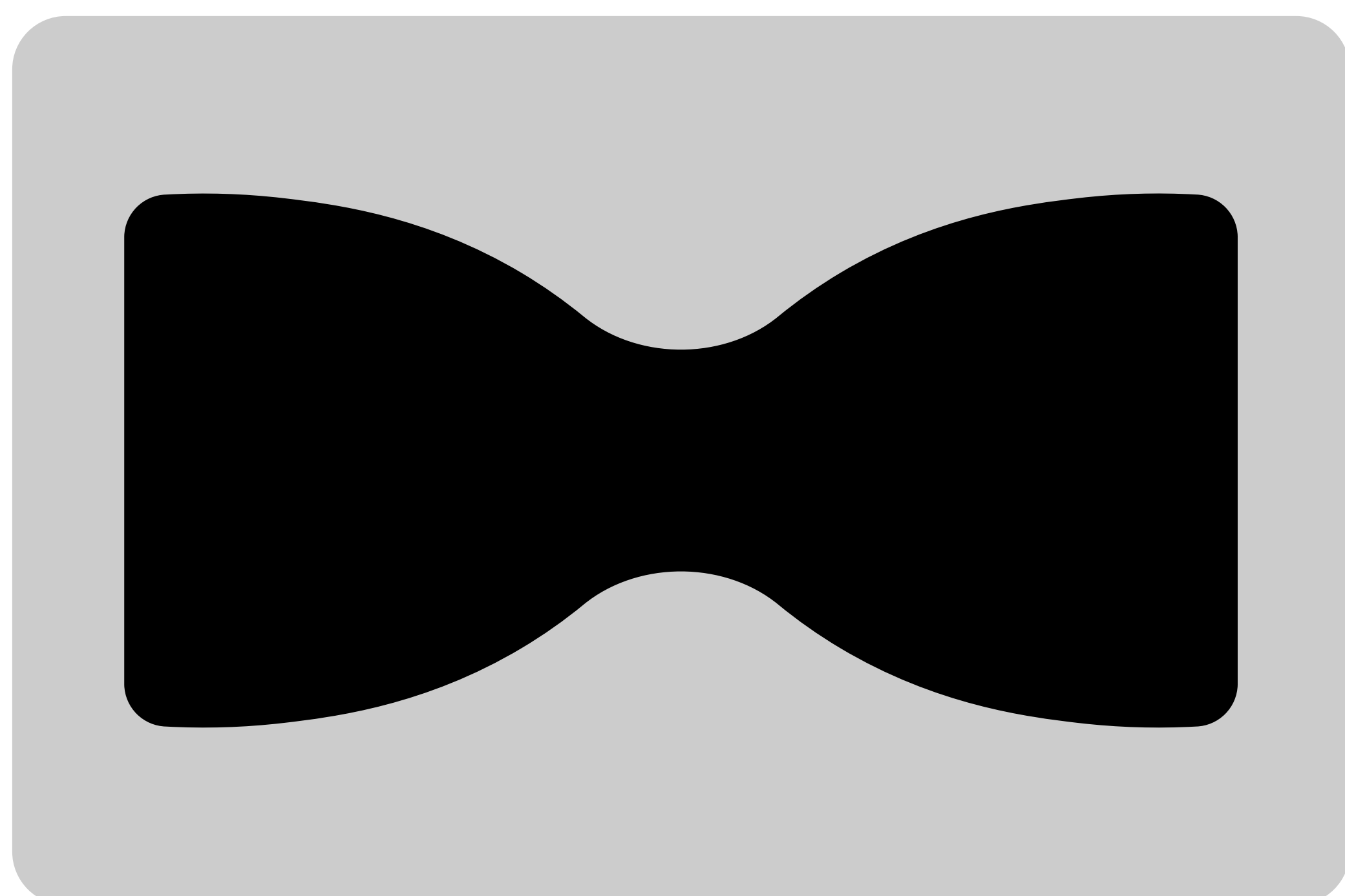
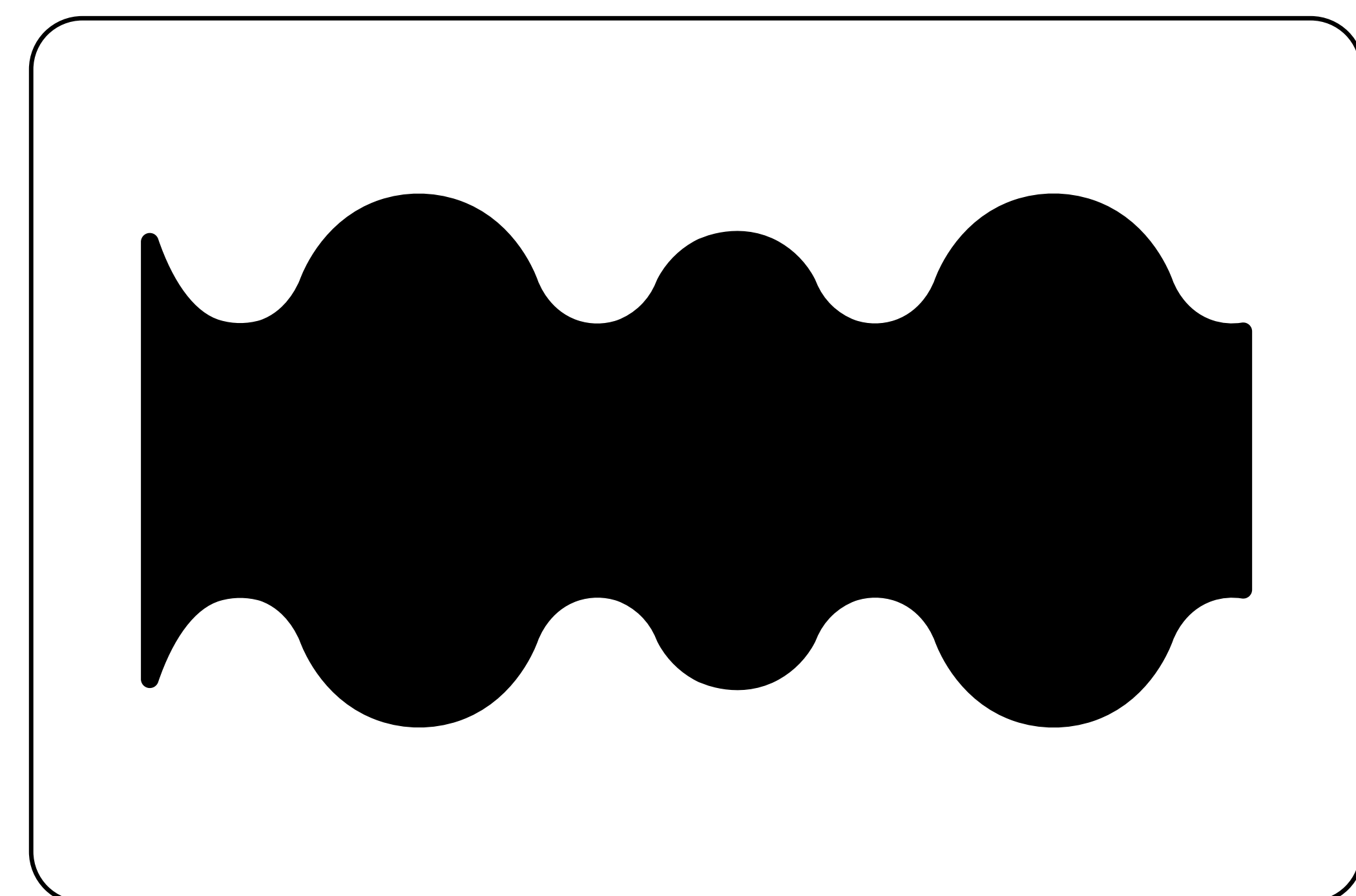
从几何拓扑中提取出简洁的结构，转化为品牌视觉中的基础图形单元；

通过对数学公式的视觉转译，让抽象的理论变成可感知的美学符号，使每一个图形都承载着理性与感性的双重张力。

OVERFIT's geometric graphic elements are the visual expression of the brand's core philosophy of "the fusion of ceramics and mathematics." We extract smooth curves and precise inflection points from function graphs and transform them into the contours and textures of ceramic objects; we extract concise structures from geometric topology and transform them into the basic graphic units in the brand's visual language; through the visual translation of mathematical formulas, abstract theories are transformed into perceptible aesthetic symbols, so that each graphic carries the dual tension of rationality and sensibility.

4.1 GEONETRIC PATTERN 几何图形

GEOMETRY PATTERN 几何图形

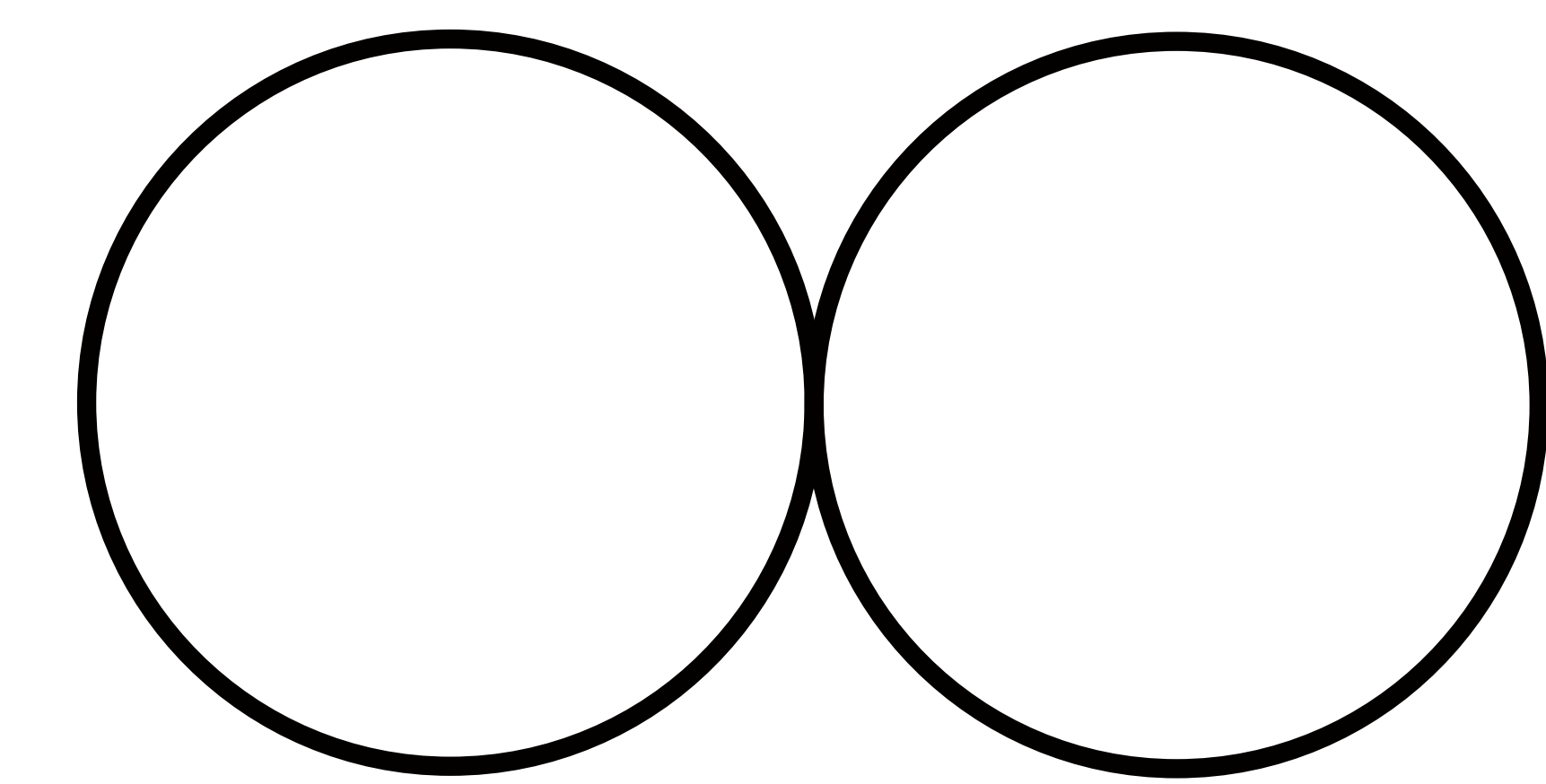
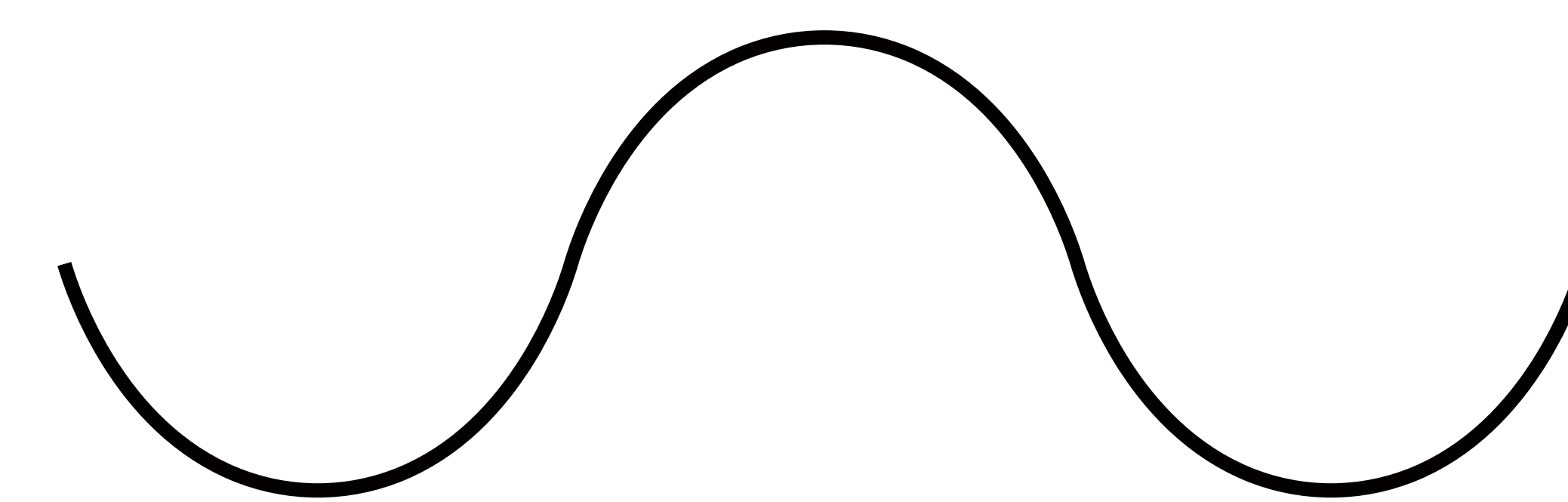
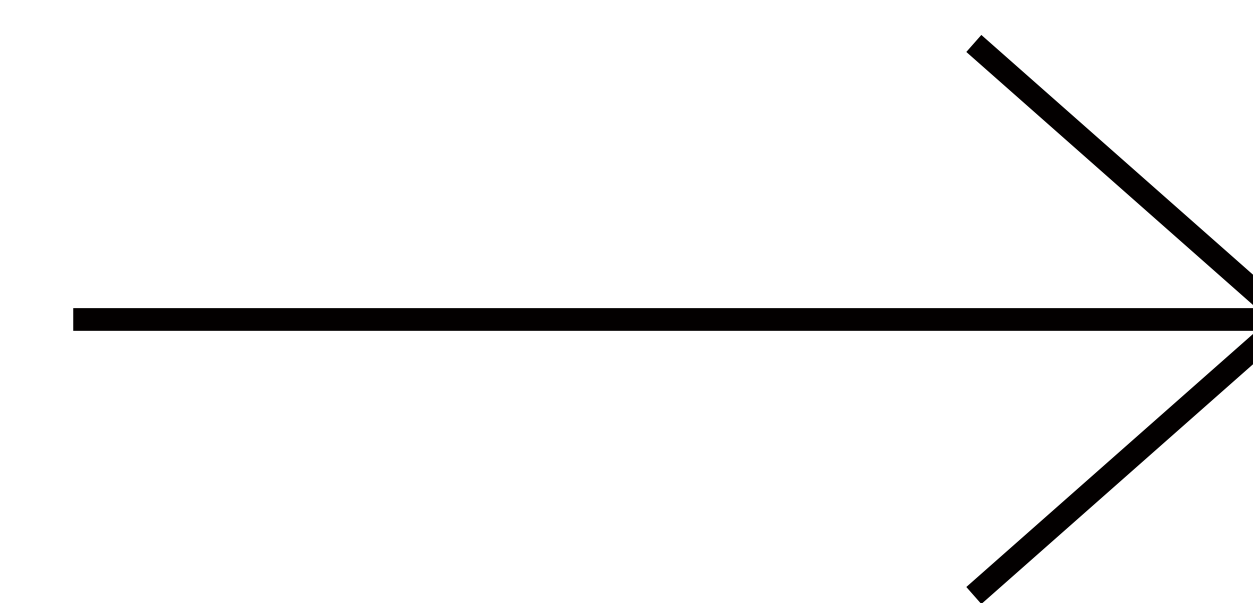


线性图形系列的创造，是为了品牌视觉体系加入兼具艺术与理论，抽象与具象的视觉语言。使品牌更方便的传达内容和思想等，成为具备更大可能性的表达形式。

The creation of the linear graphic series is aimed at incorporating a visual language that combines art and theory, abstract and concrete elements into the brand's visual system. Make it more convenient for brands to convey content and ideas, becoming a more likely form of expression.

4.2 LINEAR PATTERN 线性图像

LINEAR PATTERN 线性图形



OVERFIT 过度拟合

“一卷融合了陶瓷与数学的瑰丽诗篇”

过度拟合是一个高端家居陶瓷品牌，
以将陶瓷与数学完美融合为特色。
我们设计具有美感、个性和内涵丰富的产品。
旨在颠覆传统，
通过与数学结合，
打造独特的陶瓷艺术品，
展现对现代审美和创新设计的不懈追求。
品牌鼓励创造力的迸发，
将好奇心视为创造力的源泉，
通过陶瓷创作激发客户对艺术和数学的深入思考。

"A poetic fusion of ceramics and mathematics."

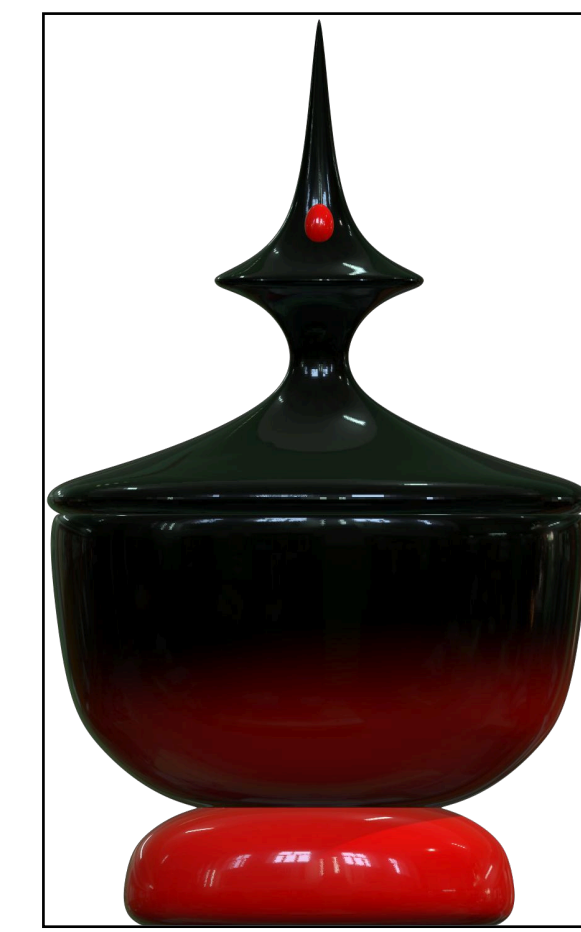
Overfitting is a high-end home ceramics brand distinguished
by seamlessly merging ceramics with mathematics.

We design products that embody aesthetics, personality, and profound meaning.
Our aim is to challenge conventions by integrating mathematics,
crafting distinctive ceramic artworks that reflect an unwavering pursuit of modern aesthetics and innovative
design.

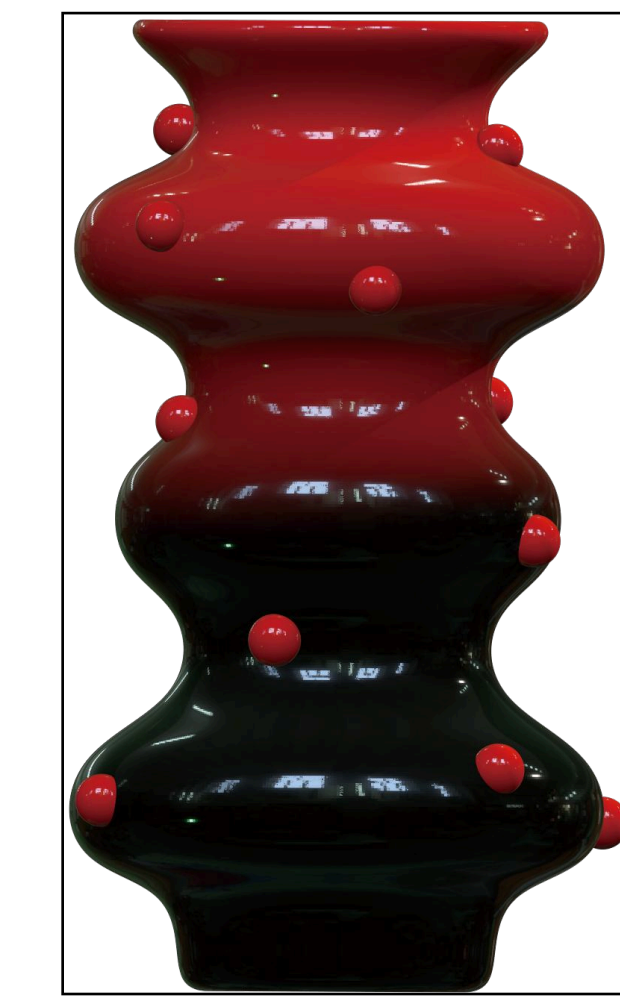
The brand encourages the eruption of creativity, viewing curiosity as the wellspring of creativity,
inspiring customers to delve into profound contemplations on the fusion
of art and mathematics through ceramic craftsmanship.



$y^2 = ax^3$
尺寸: 260mm×180mm



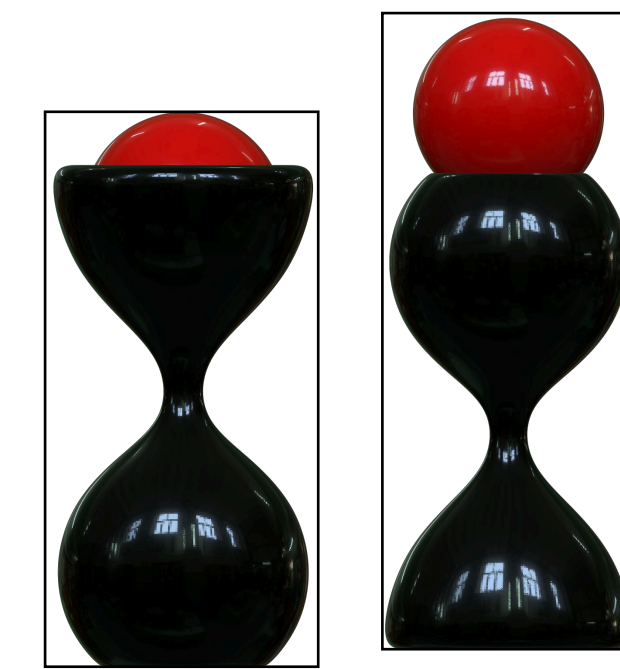
$y = ax^3$
尺寸: 180mm×280mm



overfit
尺寸: 160mm×300mm



$(x^2 + y^2) = a^2 (x^2 - y^2)$
尺寸: 160mm×340mm



$y^2 (2a - x) = x^2$
尺寸: 80mm×170mm
80mm×200mm



$y = bx^3$
尺寸: 120mm×400mm

陶瓷
Ceramics

数学
Mathematics

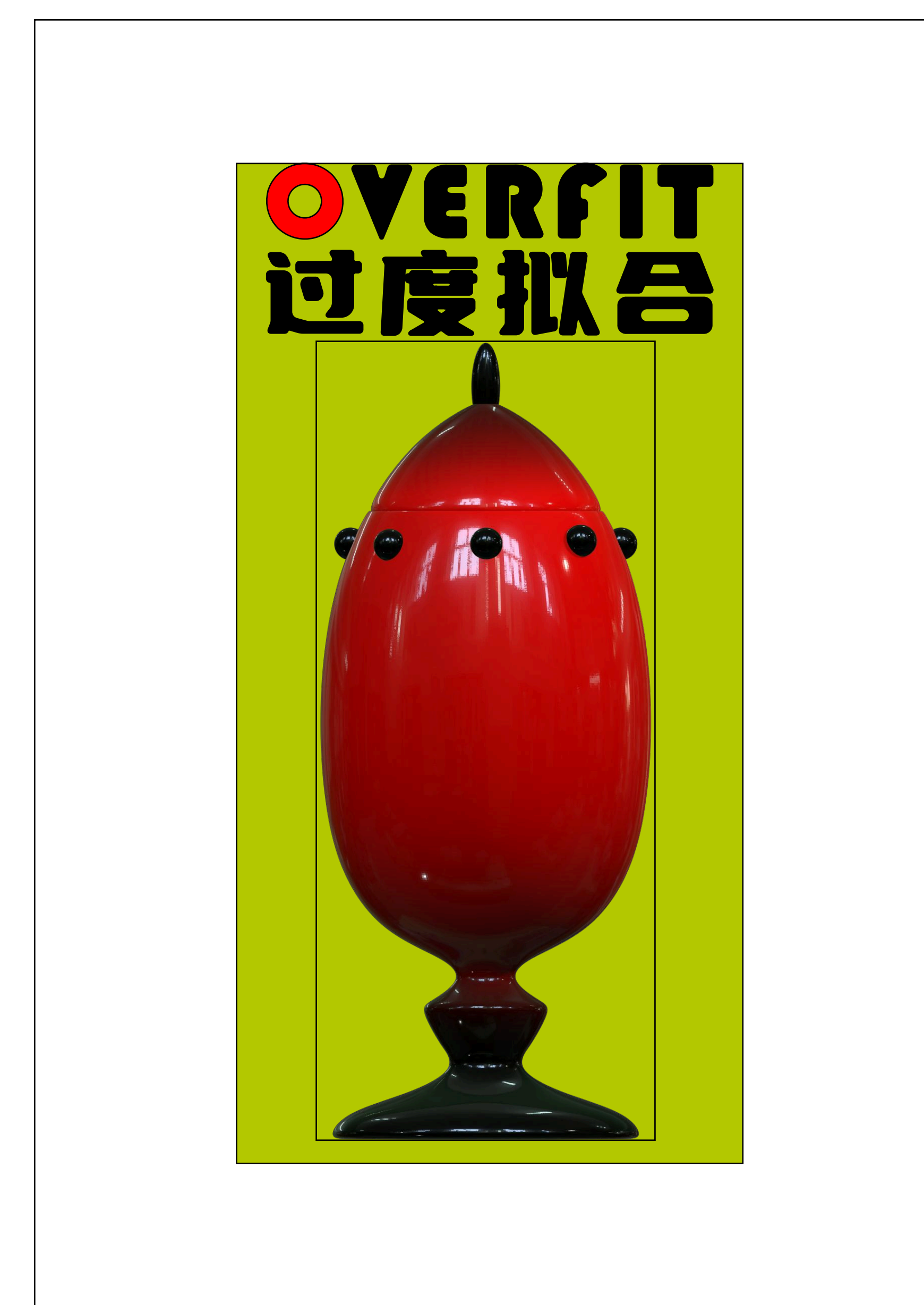
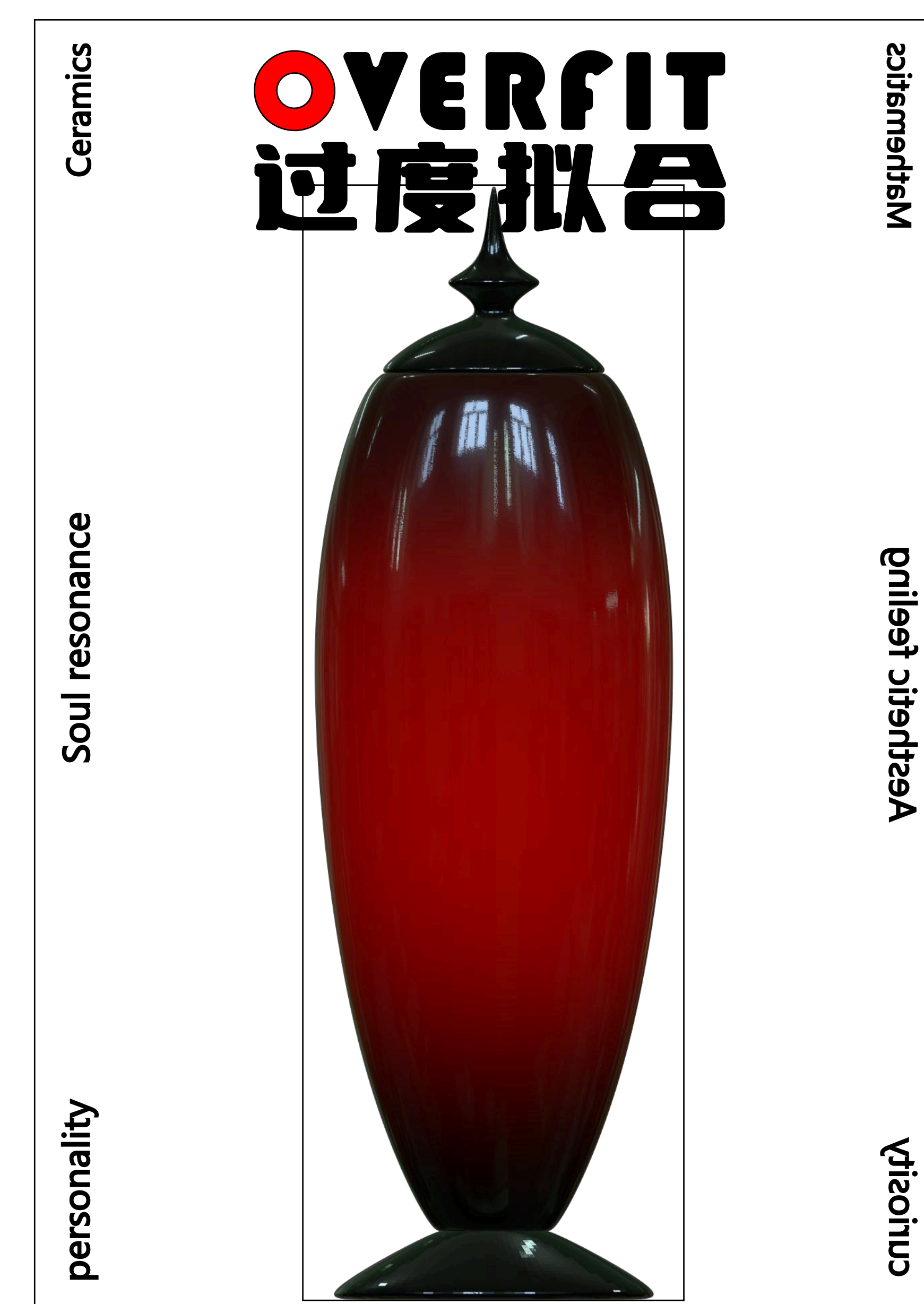
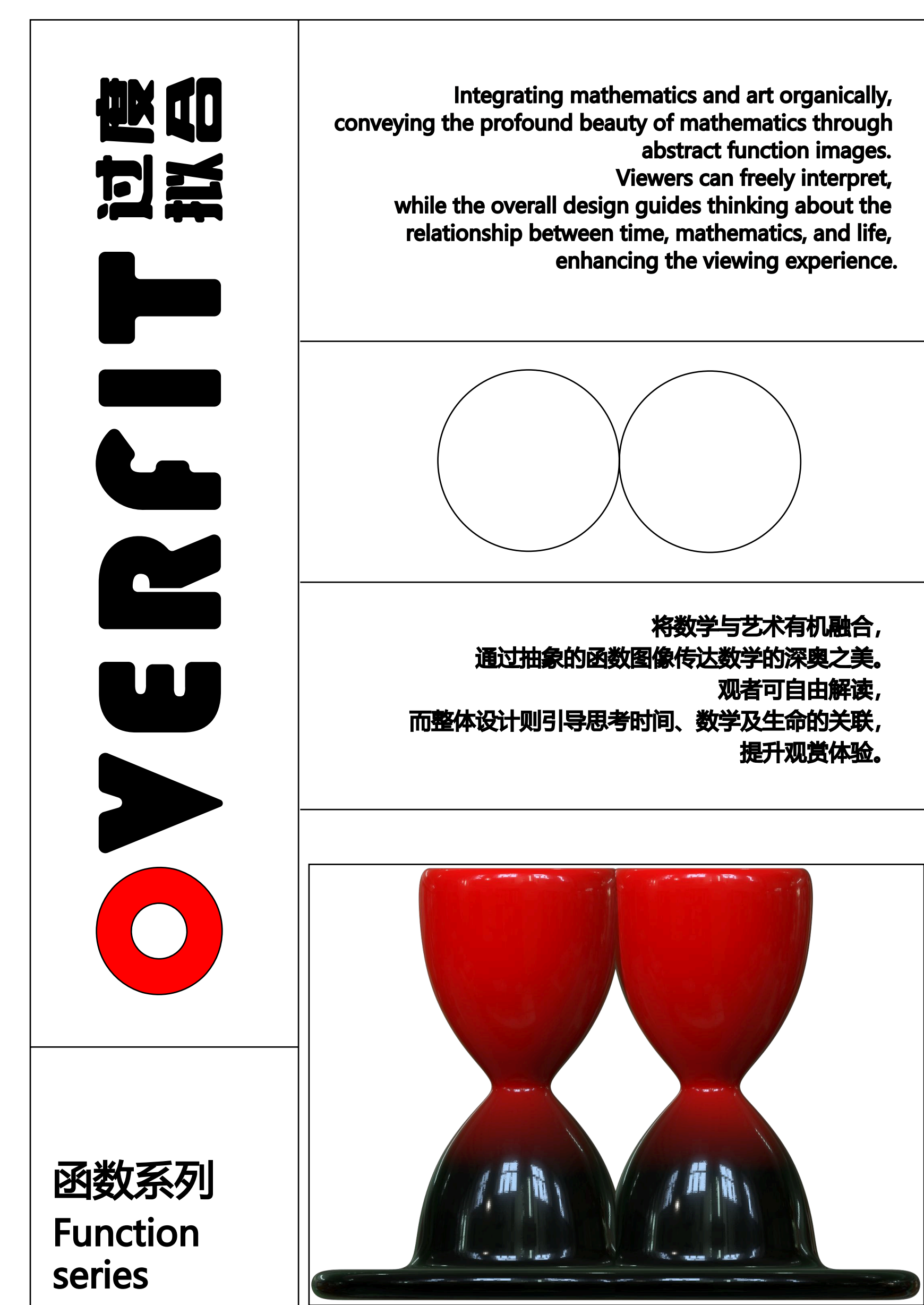
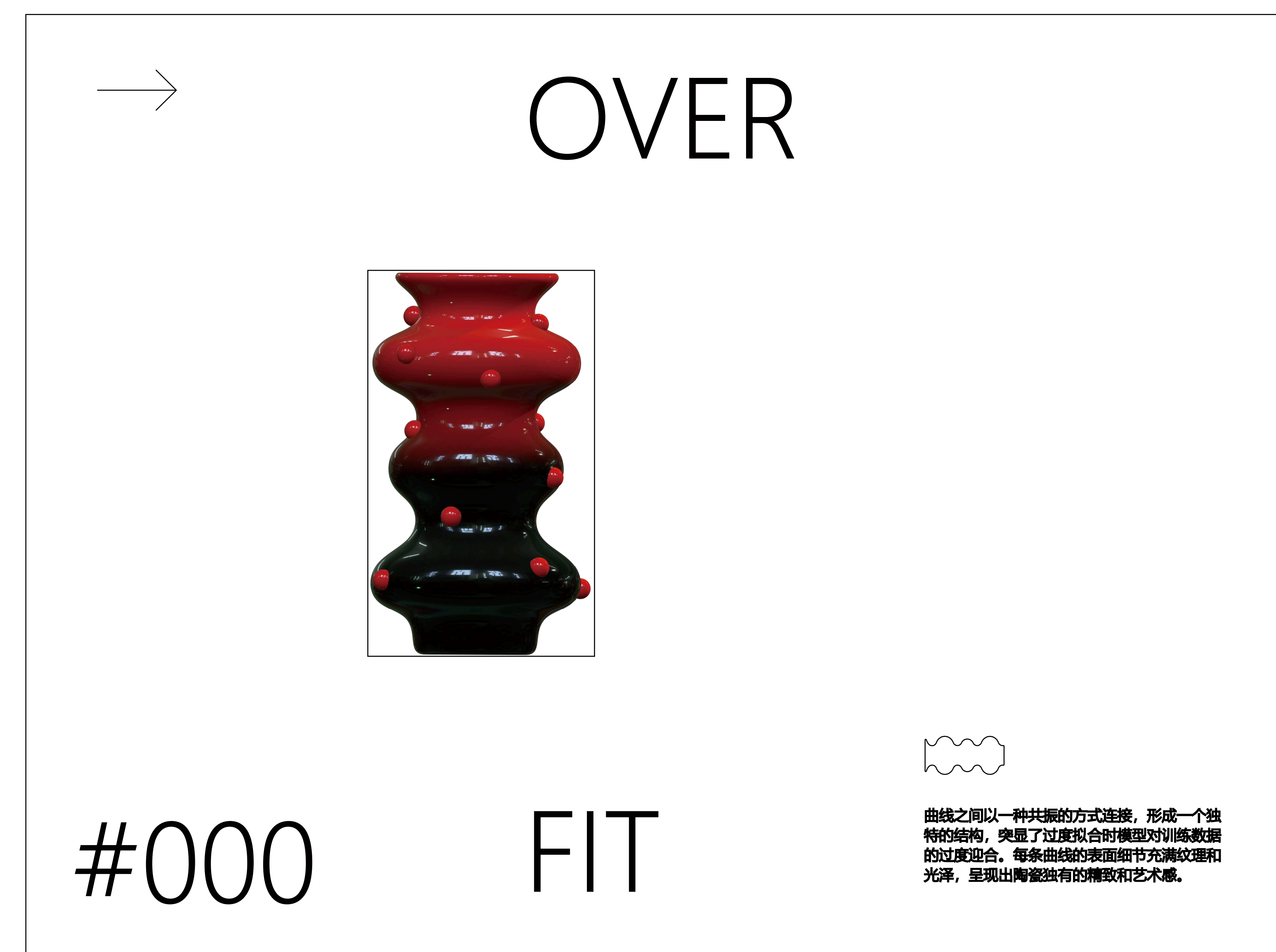
个性
personality

好奇心
curiosity

灵魂共振
Soul resonance

美感
Aesthetic feeling

5.1 POSTER 海报



5.2 PACKAGE 包装



OVERFIT
过度拟合



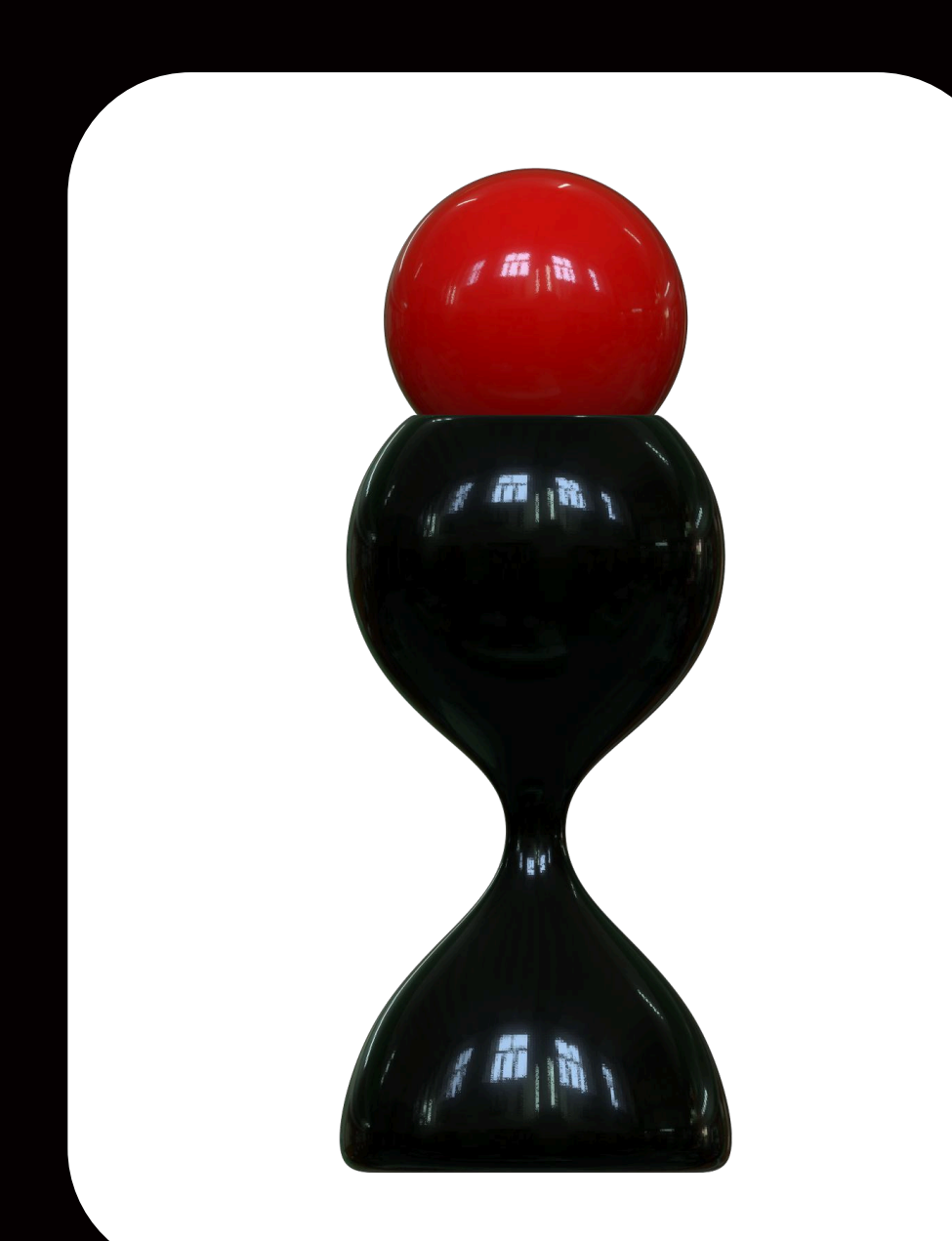
一卷融合了陶瓷与数学的诗篇。
A poetic fusion of ceramics and mathematics.

OVERFIT
过度拟合



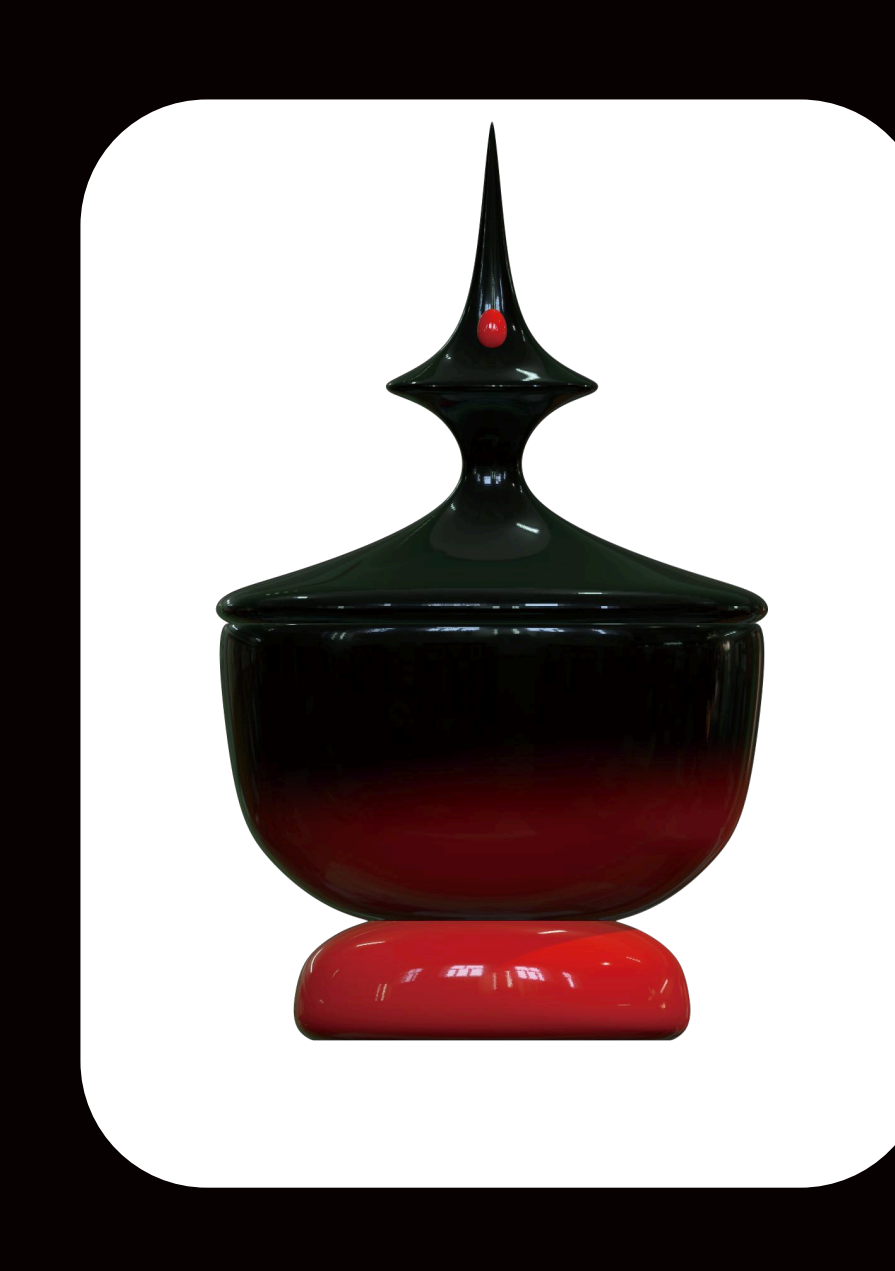
一卷融合了陶瓷与数学的诗篇。
A poetic fusion of ceramics and mathematics.

OVERFIT
过度拟合

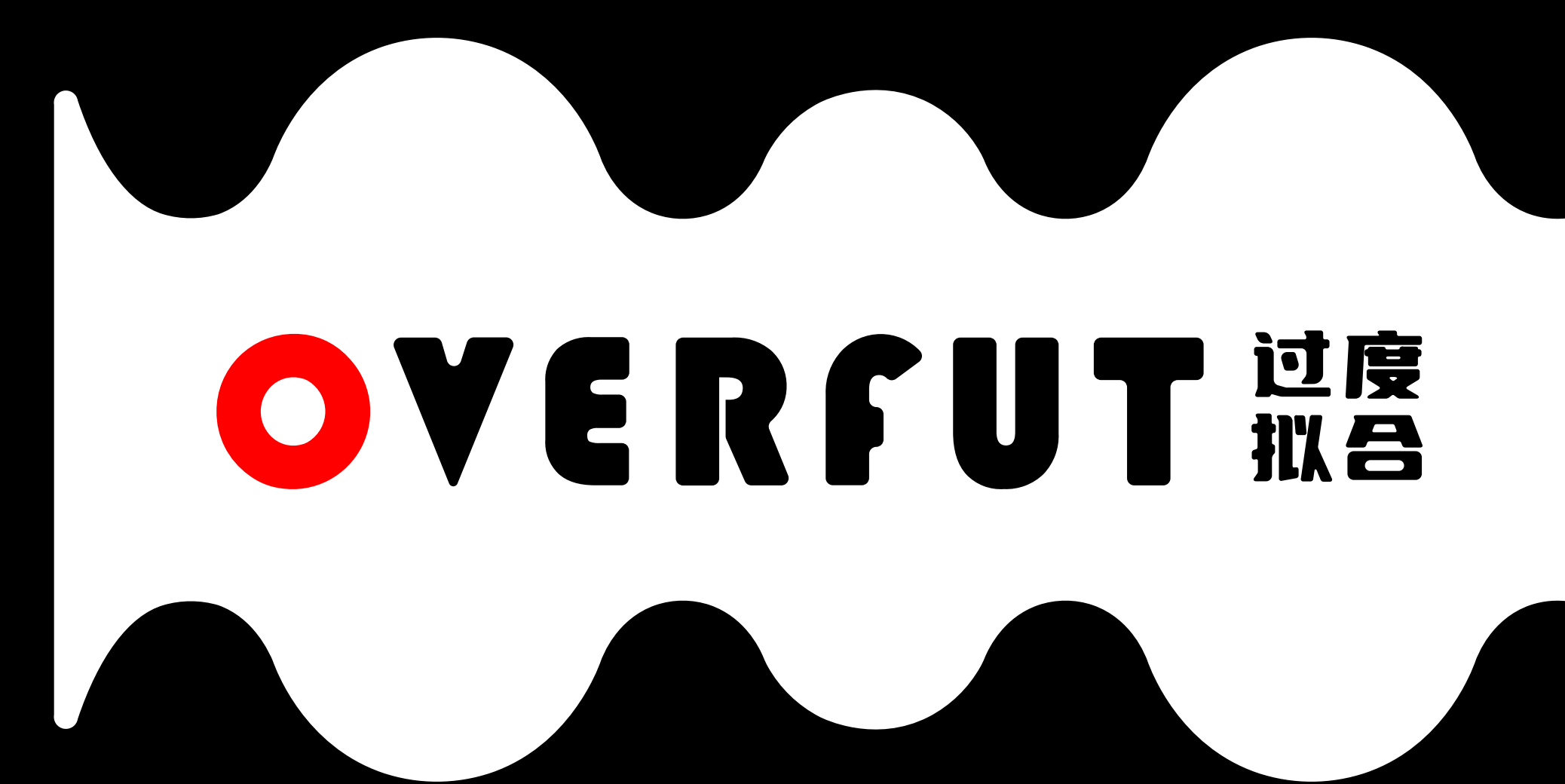
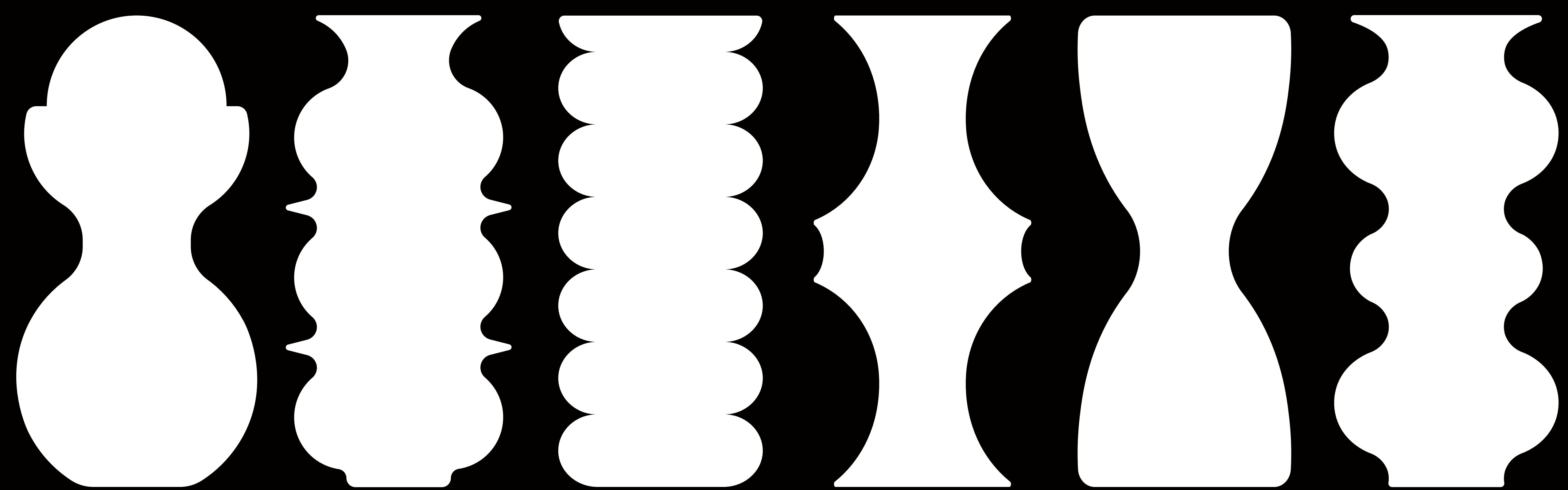


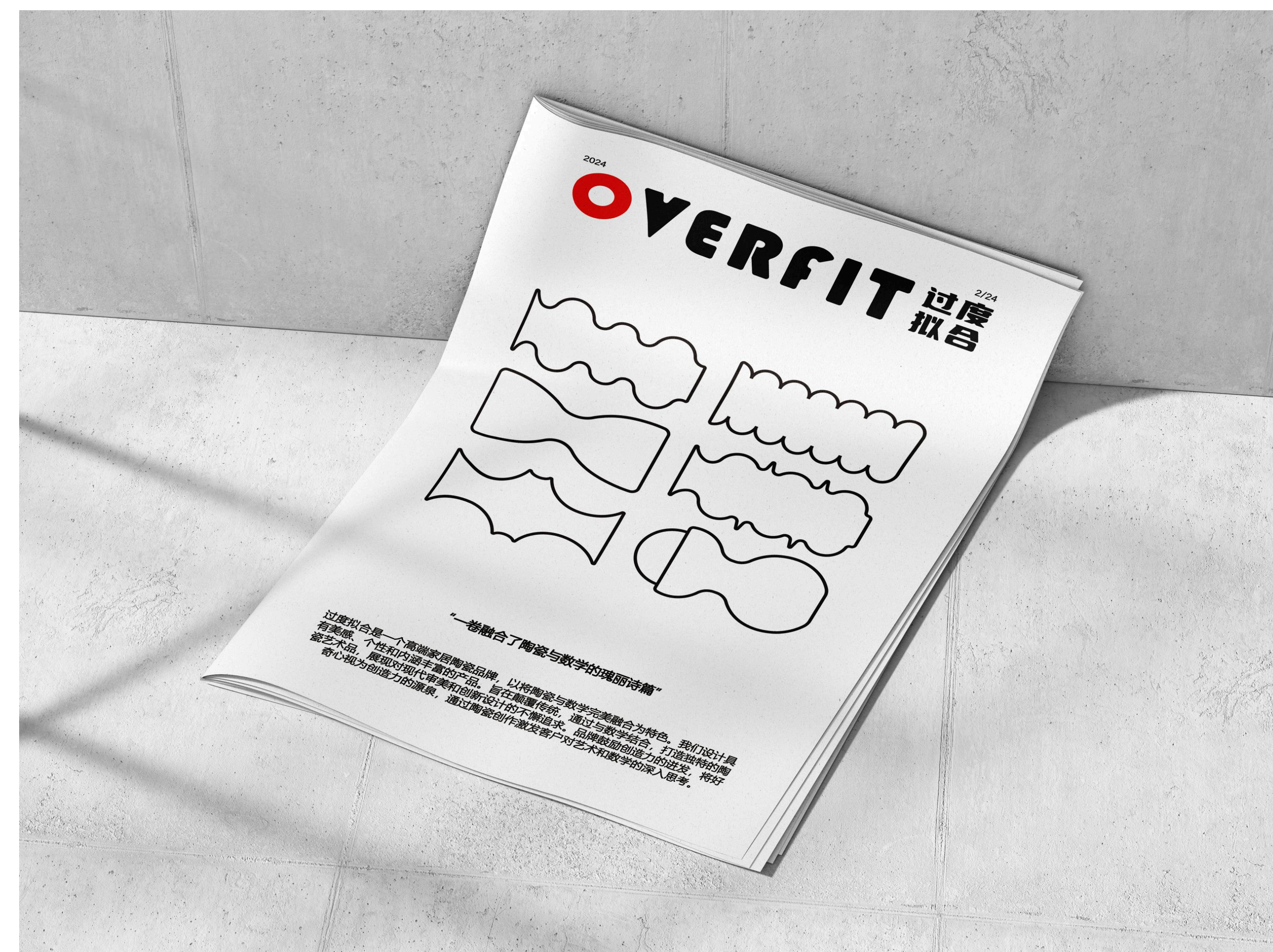
一卷融合了陶瓷与数学的诗篇。
A poetic fusion of ceramics and mathematics.

OVERFIT
过度拟合

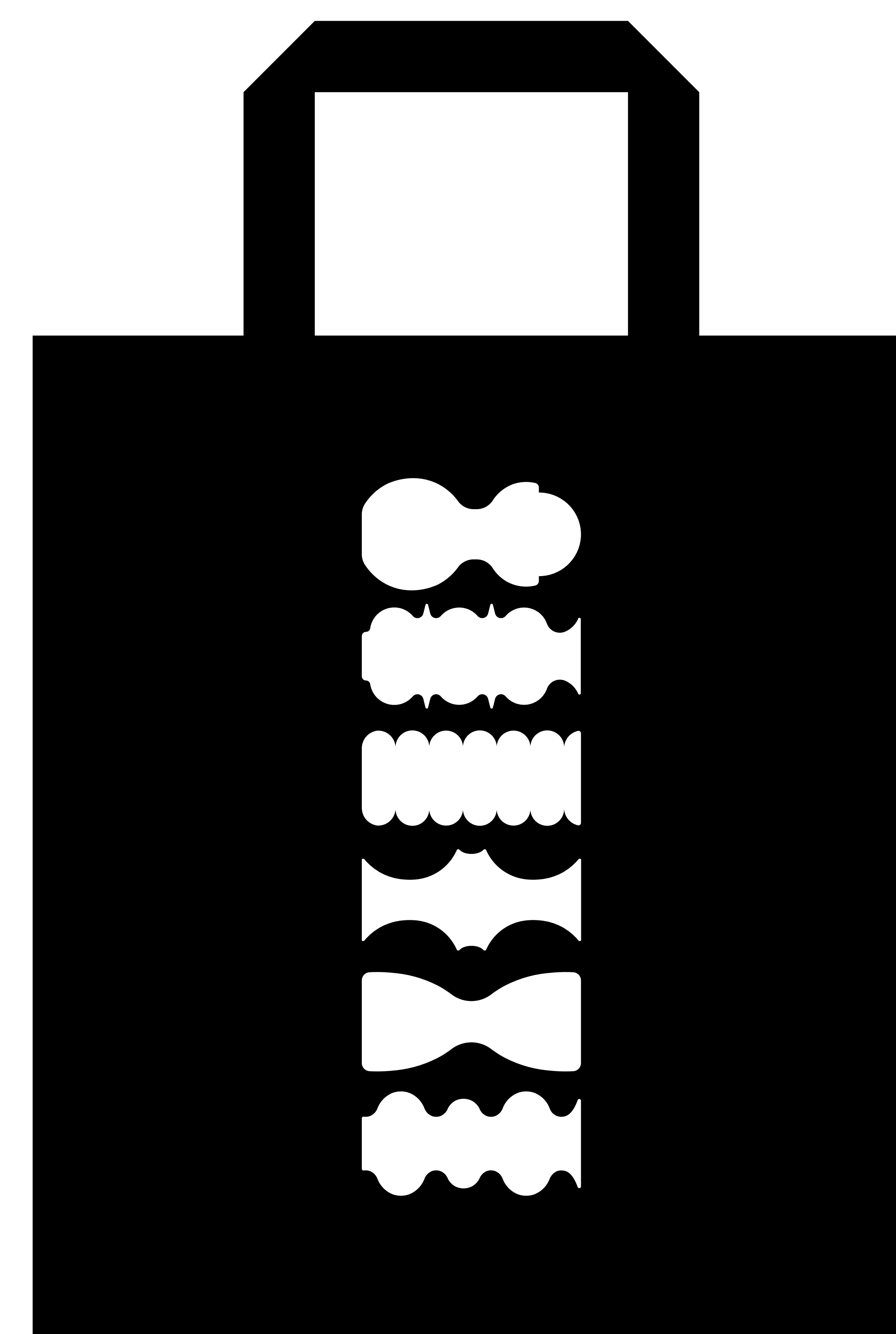
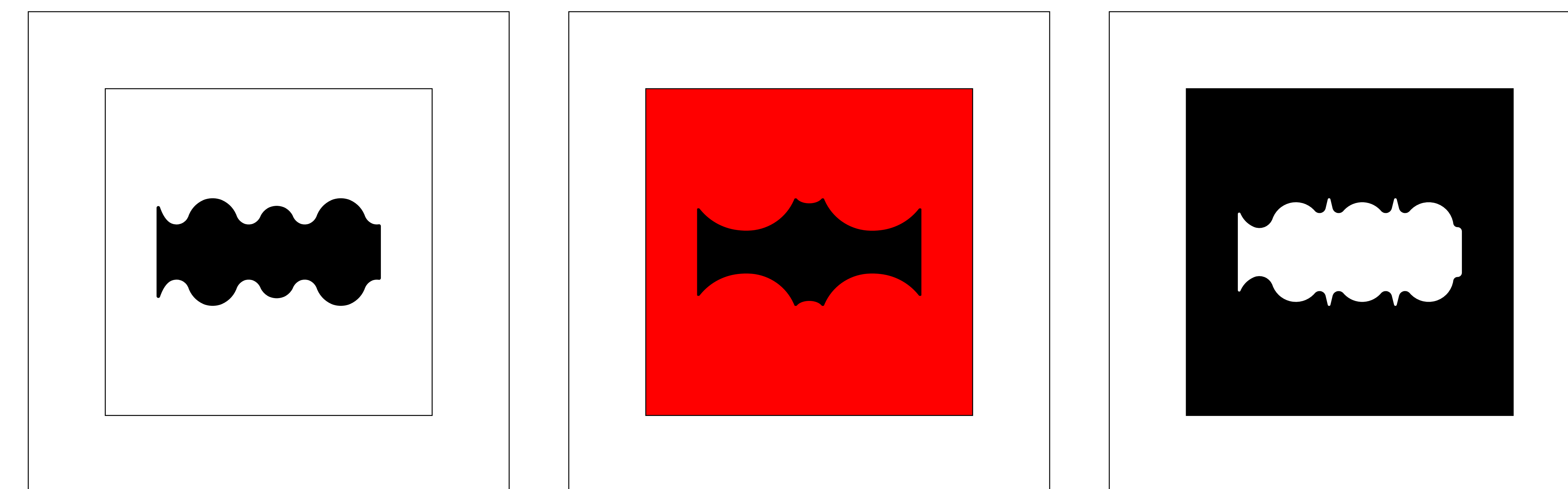
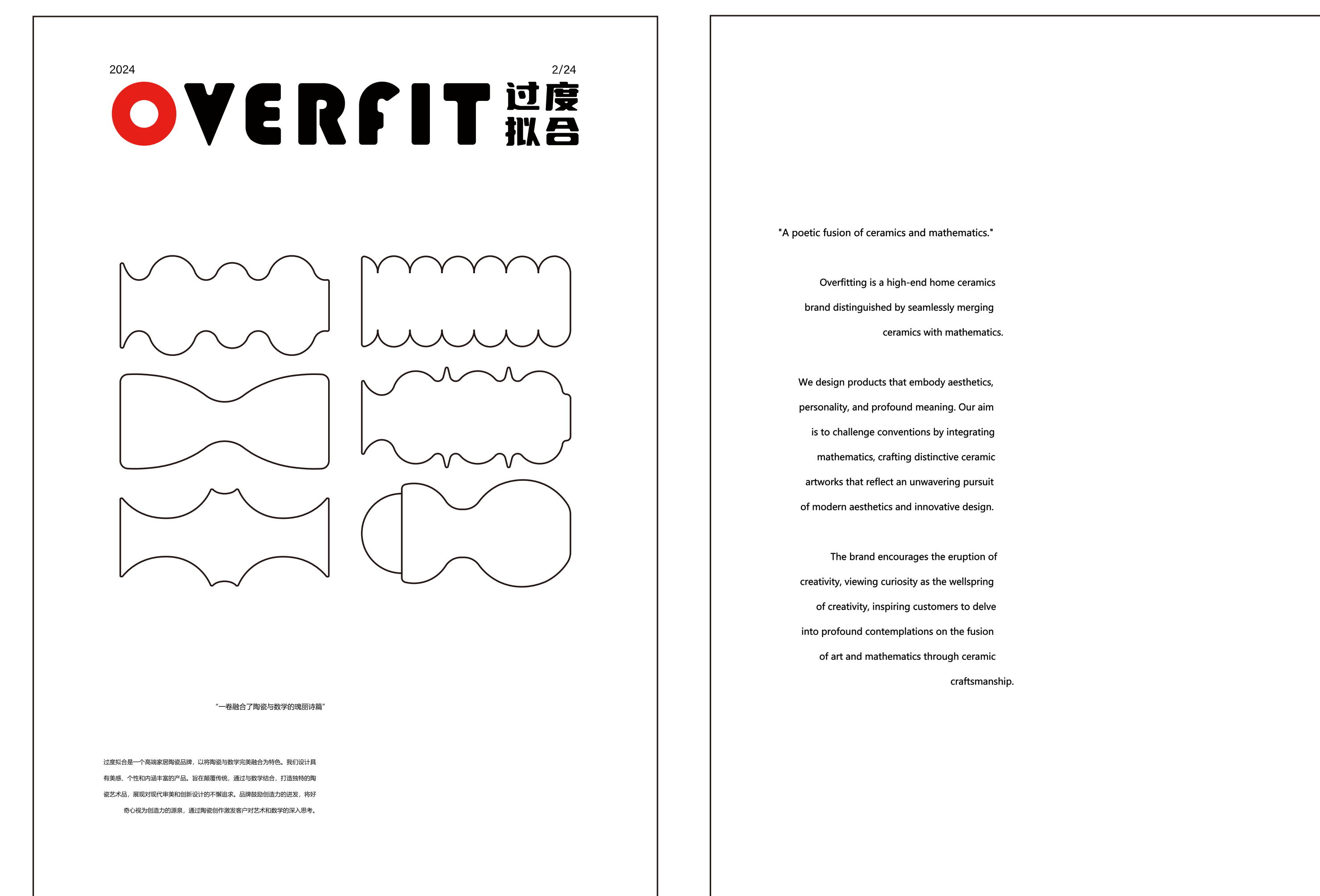
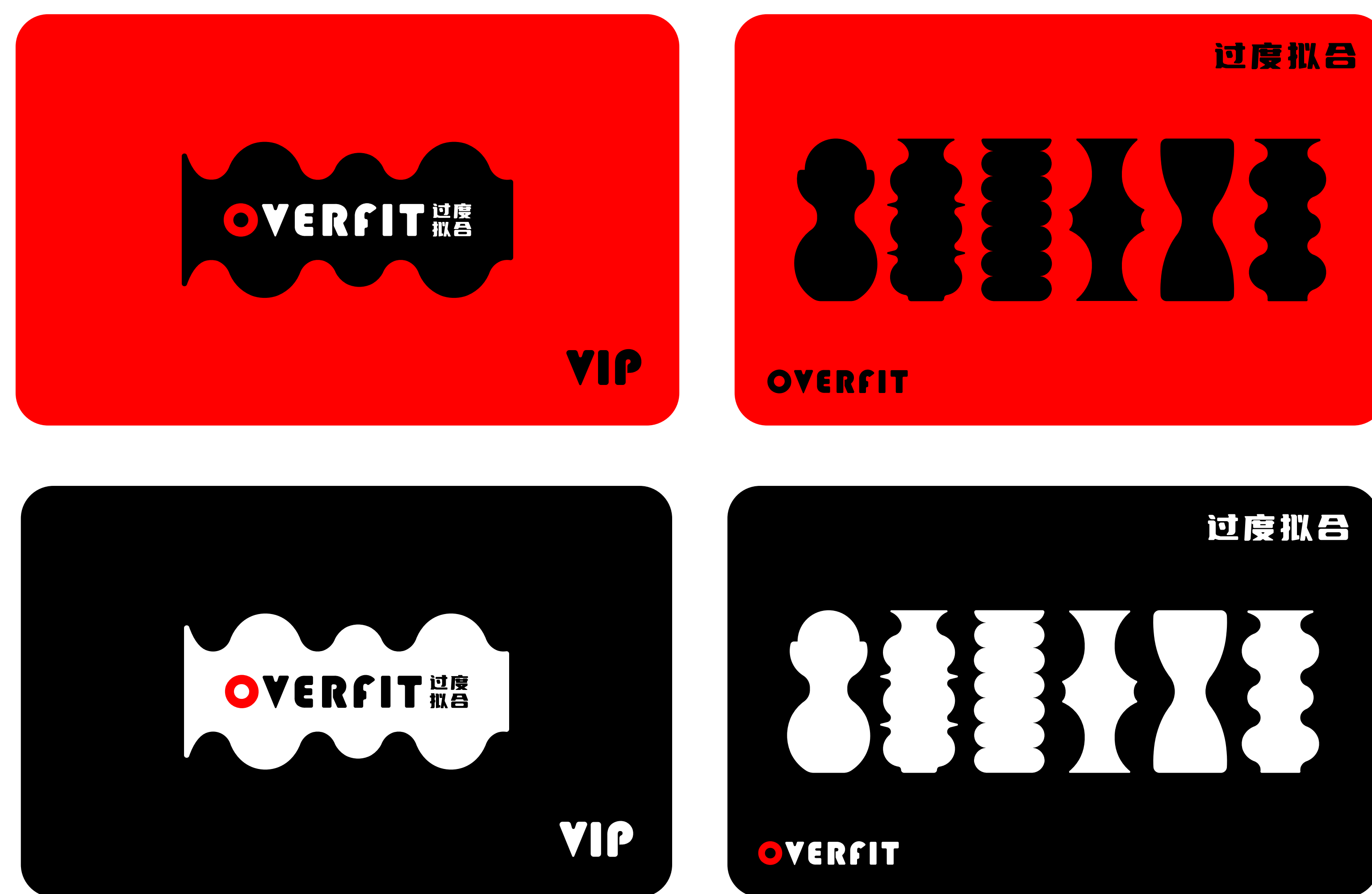
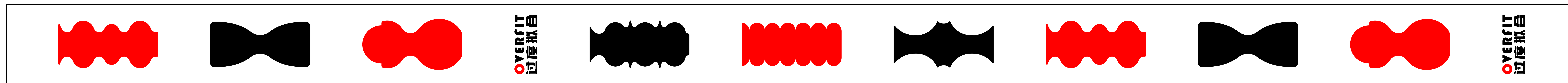


一卷融合了陶瓷与数学的诗篇。
A poetic fusion of ceramics and mathematics.





5.3 PERIPHERALS 周边产品



STAR WANDERS

星行者

STAR WANDERS



ROAMING THE STARS,
ACROSS THE GALAXIES.



ASTROEXPLORERS

CHILDHOOD FRIENDS LUO NI DESIGNS SPACECRAFT,
WHILE TANG XIN EXPLORES PLANETS,
TOGETHER ADVANCING COSMIC EXPLORATION FROM NOVA CITY.

星行者



背景

两位少女在新星城因为爱与科学，结下了深厚的友谊。
他们共同创立了“星行者”团队，致力于深入探索遥远的星系，收集并带回宝贵的科学数据和样本。
他们的勇气和卓越的科技天赋使他们在科技界和探索领域中脱颖而出，成为未来科学发展的重要力量。
这个团队的成就不仅在科技界引起了广泛的关注和赞誉，也为人类对宇宙的探索开辟了新的篇章。

Two young girls bonded deeply over science and co-founded the StarWanders team. They venture into distant galaxies, gathering valuable scientific data and samples. Their courage and exceptional tech talents make them stand out in the scientific and exploration fields, becoming pivotal in future scientific advancements. The team's achievements have garnered widespread acclaim, pioneering new chapters in humanity's exploration of the universe.



ROAMING THE STARS,
ACROSS THE GALAXIES.



HELLO EVERYONE, I'M TANG XIN. TO ME, THE STARS ARE NOT JUST MYSTERIES BUT ALSO DREAMS. SINCE I WAS YOUNG, I'VE LOVED ASTROPHYSICS AND EXPLORING PLANETS, WHICH IS NOW MY MISSION. GROWING UP IN NOVA CITY TAUGHT ME PATIENCE AND ENTHUSIASM IN FACING CHALLENGES AND FINDING SOLUTIONS.

01



STAR WANDERS

糖心 星行者



02

HELLO EVERYONE, I'M LUO NI. SINCE CHILDHOOD, I'VE BEEN FASCINATED BY THE ALLURE OF TECHNOLOGY, ESPECIALLY AEROSPACE ENGINEERING AND ASTROPHYSICS. GROWING UP IN NOVA CITY, I DEEPLY BELIEVE IN THE IMPORTANCE OF SCIENCE AND EXPLORATION.



STAR WANDERS

洛霓 星行者



STAR WANDERS

星行者

EX3 



糖心

身高: 155cm

体重: 50kg

性格: 呆萌可爱 内向善良



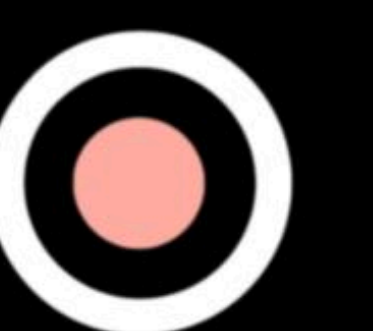
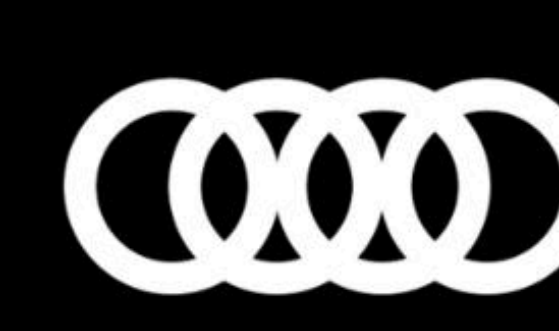
兴趣爱好: 天体研究 行星探测 宇宙生物学
喜欢小动物和可爱的东西

特殊技能: 有极强的耐心和细致的观察力 具有
极高的情感共鸣能力 能够与洛霓紧密合作 激
发她的潜力



糖心  

STAR WARRIORS

星行者

EX3



洛霓



洛霓

身高: 170cm

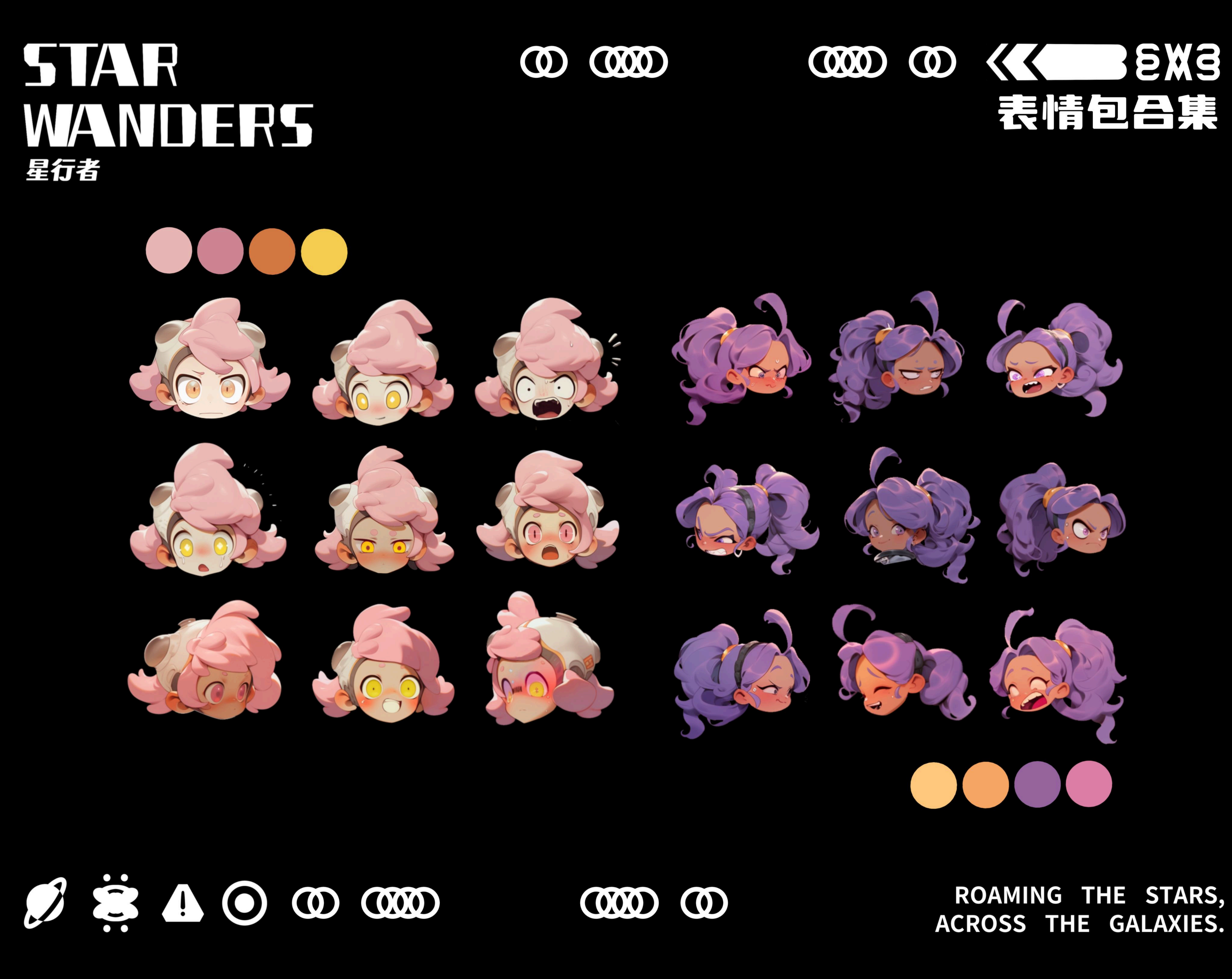
体重: 65kg

性格: 开朗活泼 社交能力强 乐于助人

兴趣爱好: 星际探险 航天器设计 量子物理
音乐创作 喜欢探索新事物

特殊技能: 精通多种外星语言和航天技术 能够
设计并操控复杂的航天器 具备极强的领导能力
和创新精神 擅长演讲和公共沟通



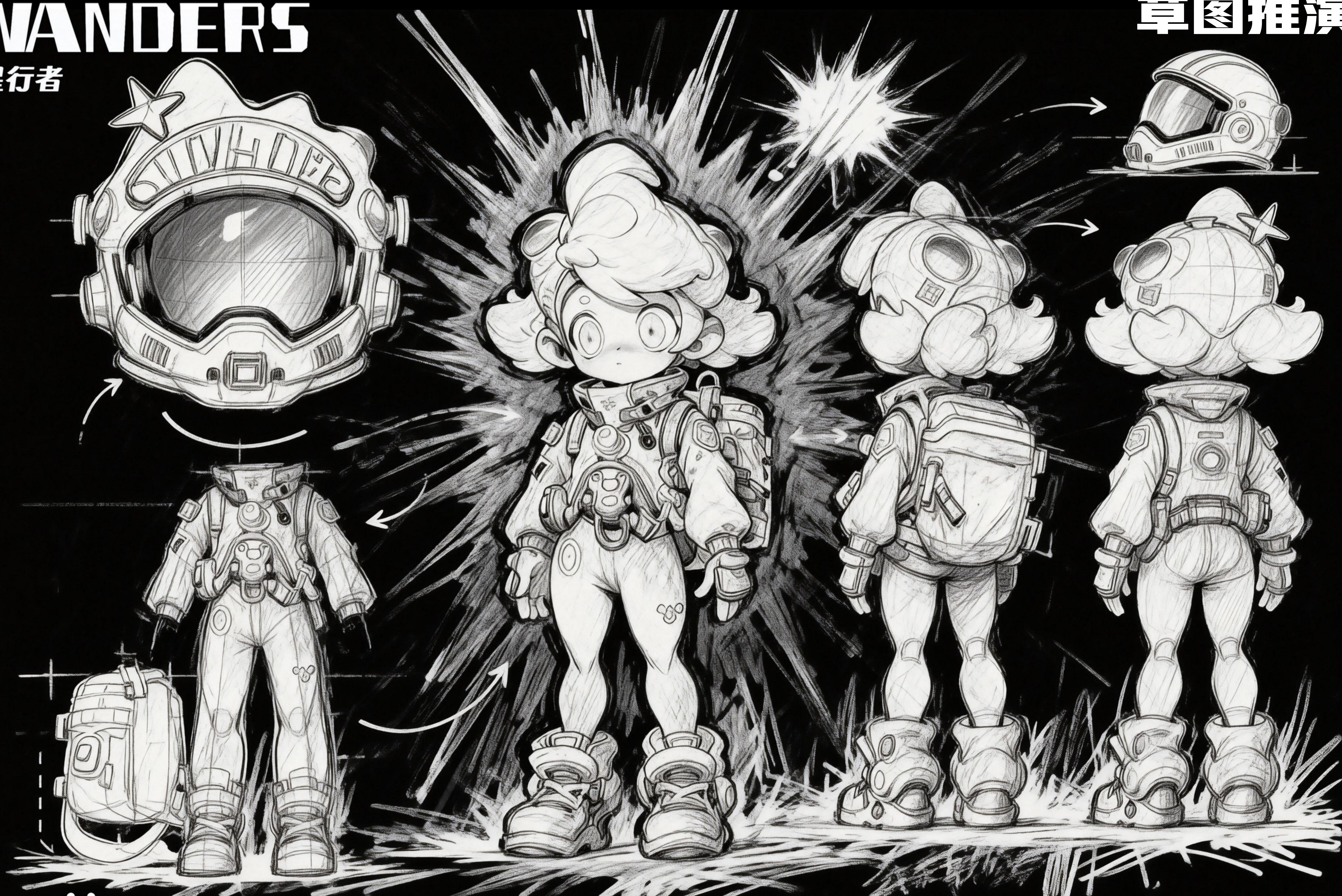


STAR WANDERS

星行者



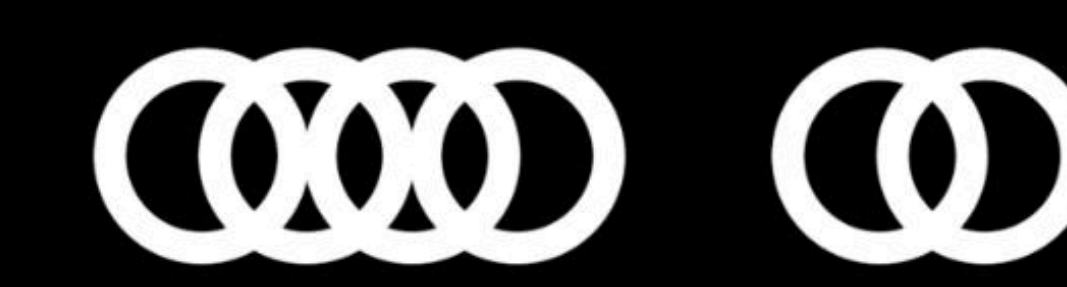
草图推演



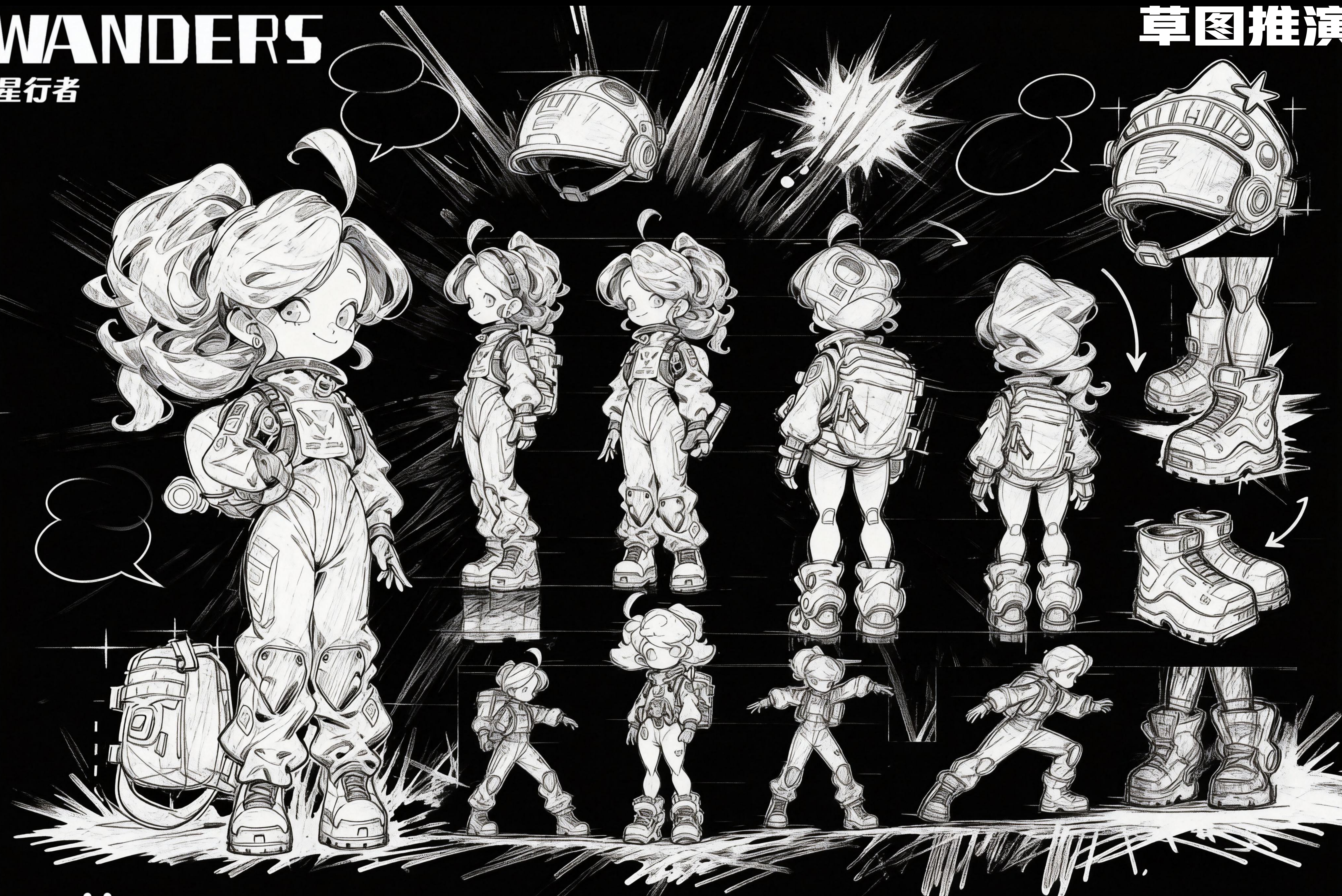
ROAMING THE STARS,
ACROSS THE GALAXIES.

STAR WANDERS

星行者



草图推演



ROAMING THE STARS,
ACROSS THE GALAXIES.

STAR WANDERS

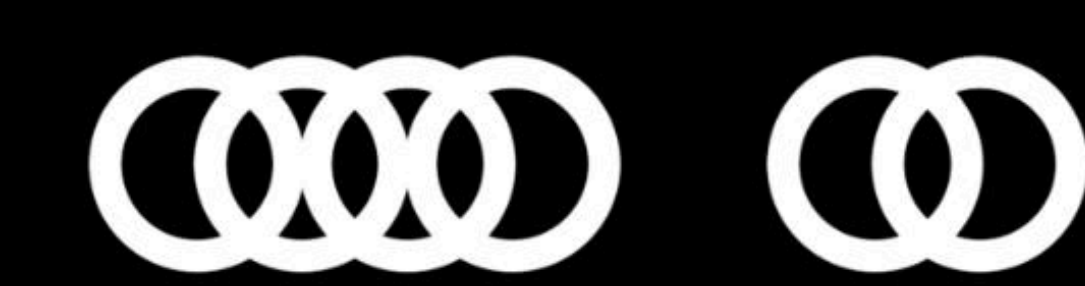
星行者



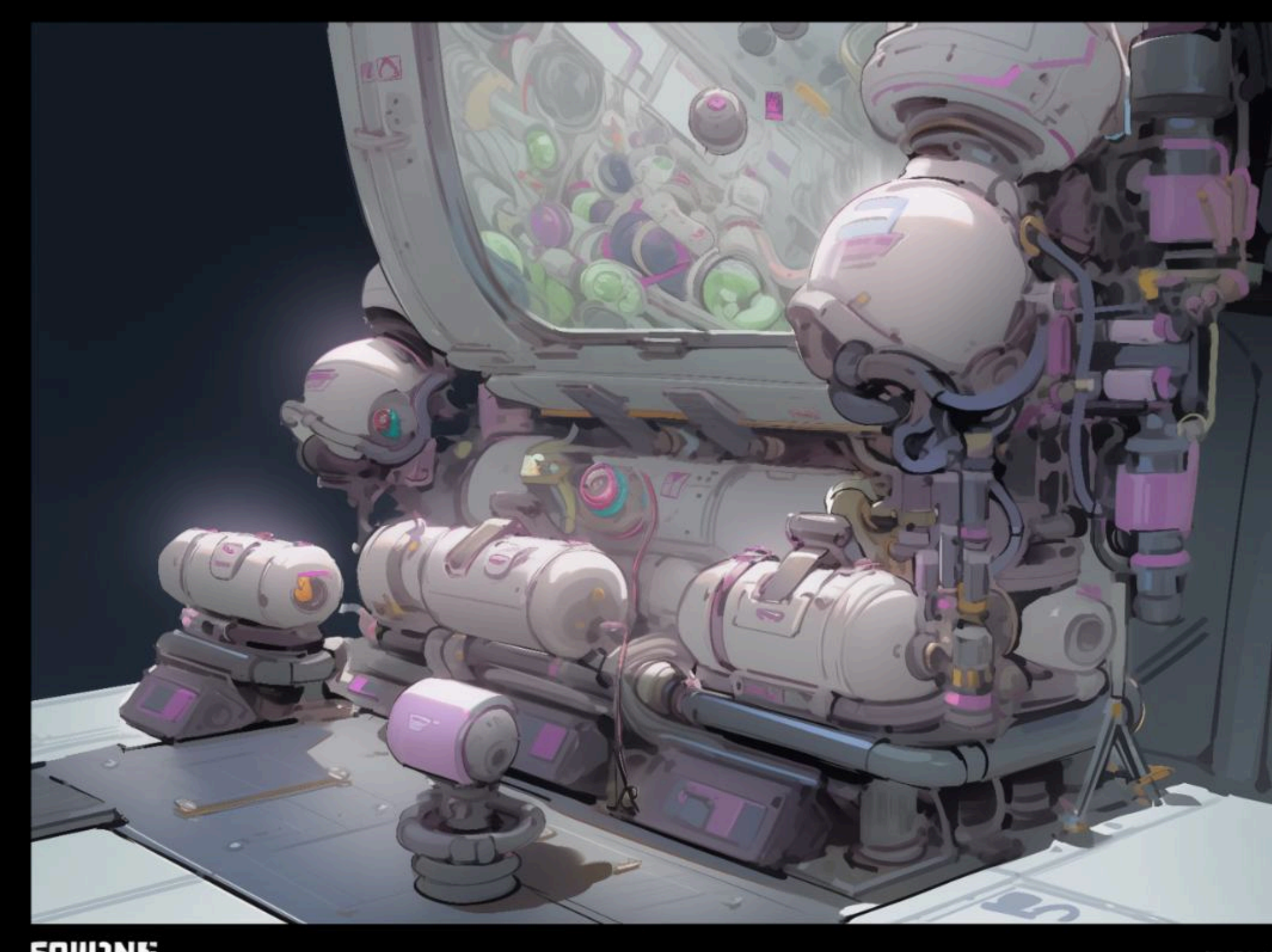
图像生成

STAR WANDERS

星行者



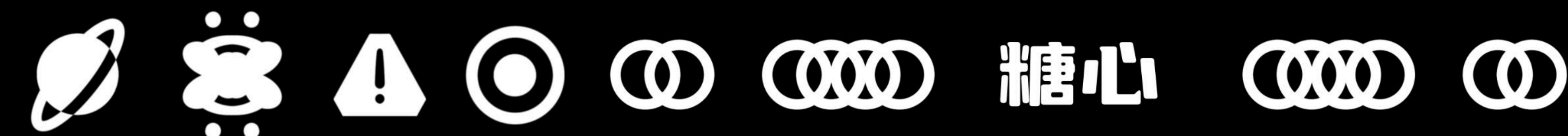
图像生成



Full body, complete view, (The cute little girl is very technologically dressed.), Pink hair, white clothes, Space equipment, Sense of technology, pink and white color matching, three views of the (Little girl's) character, front view of the (Little girl), side view of the (Little girl), back view of the (Little girl), game art, from the game Splatoon, transparent material, best lighting, Bubble Mart, contrast between light and dark, Zbrush, 3D, OC rendering, super detail --ar 4:3 --s 750 --niji 5 --style expressive

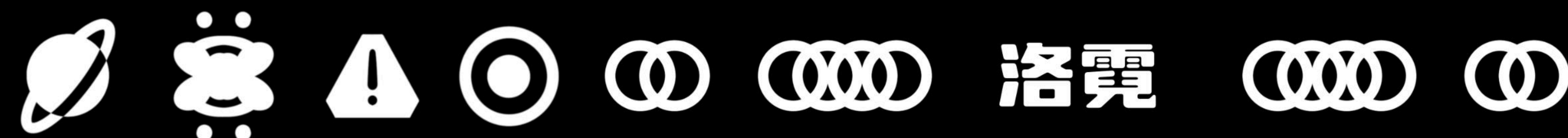
full body, complete view, (cute little girl in pharmaceutical technology clothes), sense of technology, space suit, with lavender hair, wearing purple clothes, mainly purple and black, three views of the (Little girl's) character, front view of the (Little girl), side view of the (Little girl), back view of the (Little girl), game art, from the game splatoon, transparent material, best lighting, contrast between light and dark, zbrush, 3d, oc rendering, super detail --ar 4:3 --s 750 --niji 5 --style expressive

使用工具: midjourney



ROAMING THE STARS,
ACROSS THE GALAXIES.

使用工具: midjourney



ROAMING THE STARS,
ACROSS THE GALAXIES.



⊕ ⊕ ⏪ 🔋 EX3

游戏场景渲染



ROAMING THE STARS,
ACROSS THE GALAXIES.

STAR WANDERS

星行者

UI element showing a character portrait in a circular frame on the left. To its right are two horizontal bars: a red one at the top and a blue one below it. Below the bars are three small icons: a shield, a person, and a gear.

A circular radar map with a red dot in the center and several blue lines radiating outwards. The map is overlaid on a dark background with some faint grid lines.

⊞ ⊞ ⏪ 🔋 EX3

游戏场景渲染



ROAMING THE STARS,
ACROSS THE GALAXIES.

A horizontal bar containing seven icons: a red circle with a white dot, a planet with a ring, a planet with a ring, a robot head, a tent, a hand holding a tool, and a warning triangle.

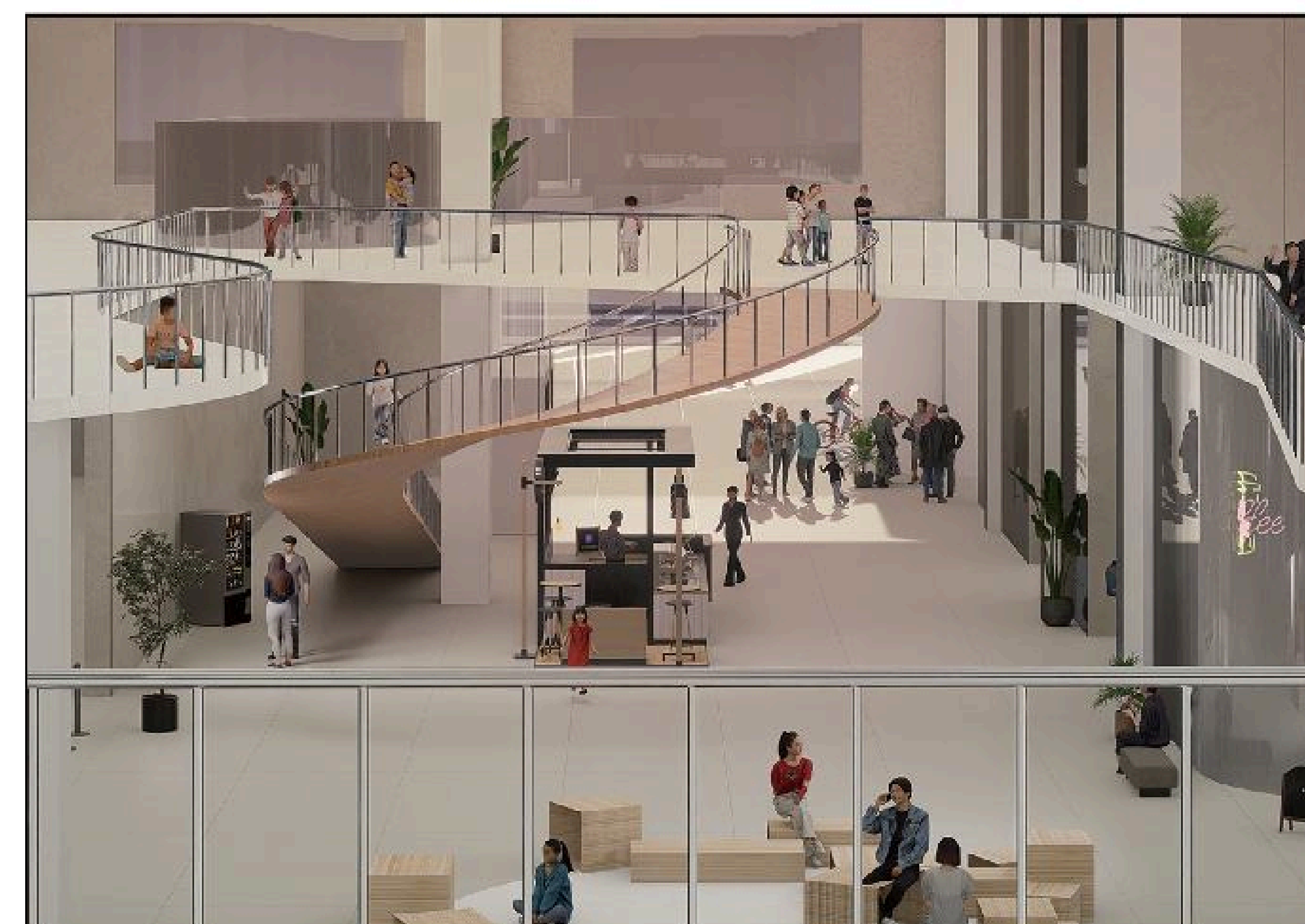
A vertical stack of seven circular icons: a warning triangle, a cross, a robot head, a plus sign, a planet with a ring, a planet with a ring, and a tent.

STAR WANDERS

星行者

RIGHT HERE

“此地”社区综合体设计

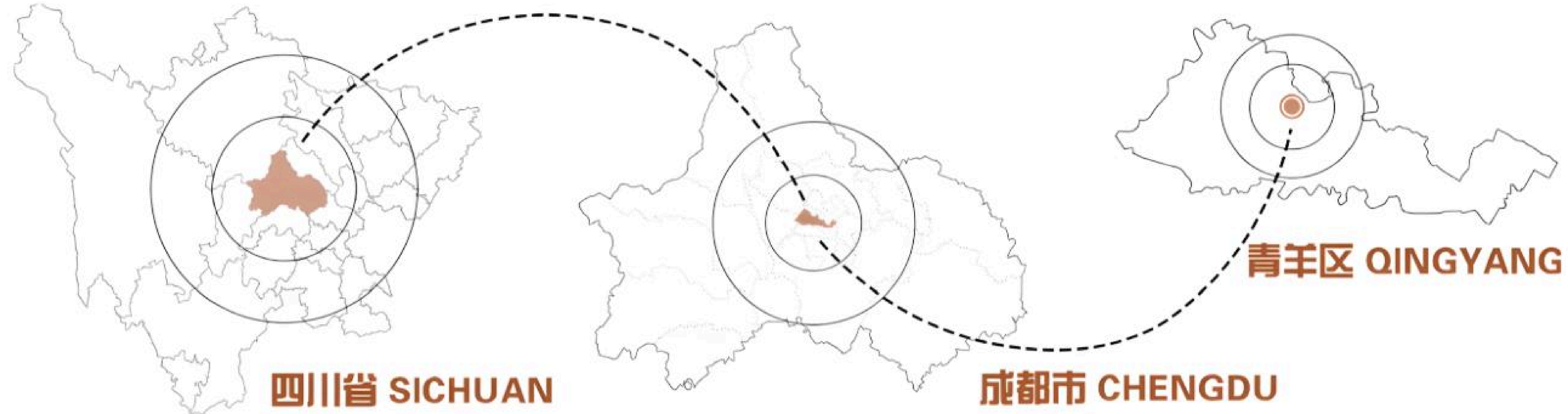


此地 RIGHT HERE —— 社区综合体设计

COMMUNITY COMPLEX DESIGN

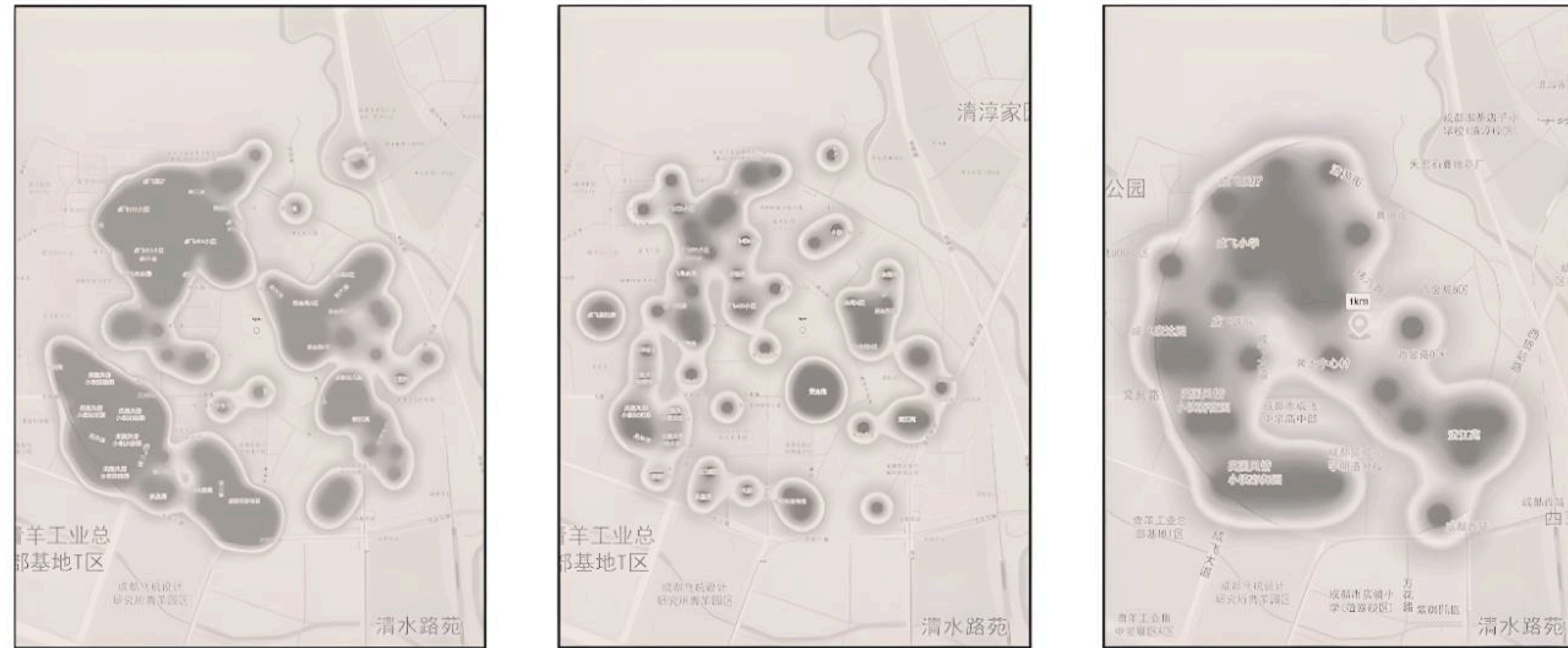
本设计以“凝聚边界”为核心理念，通过多层次空间布局构建活力社区。设计以“一个盒子”作为空间核心，凝聚场所的边界、社交的边界、生活的边界，将社区生活从单一功能向多维场景延伸，通过文化渗透、功能融合与生态赋能，实现“从空间到社群，从传统到未来”的可持续社区愿景。以“简单的盒子”约束秩序，呈现生活，纪录行为的发生，人与建筑将更加亲密，生活将交还给居民，人们可以自由地去定义——“此地”。

区位分析 District Analysis



四川省成都市青羊区黄土社区地处航空新城核心，紧邻成长等企业，在建楼盘多。紧邻地铁4、9号线和成都西站，交通便利。周边教育、医疗资源丰富，社区商业待完善，建设综合体将助力产业与人口集聚。通过“居住+产业+服务”融合，打造辐射周边3公里的一站式社区服务核心，提升居民生活便利性与区域竞争力。

热力分析 Thermodynamic Analysis



周边的生活服务配套设施主要集中在场地附近社区的中心区域，形成了几个明显的高密度区域，而场地周边生活服务配套设施的密度相对较低，在该区域规划社区综合体，可提升社区的生活服务水平，提高居民的生活质量。

场地周边住宅区分布较为集中，红色区域为住宅区最为密集的区域，蓝色区域则为住宅区较为稀疏的区域。场地位于几个红色密集区中心，重要的生活设施布于此，可服务较大范围，为居民提供便利的生活服务。

场地周边有三所学校，学校周边居住人群密集、学生较多，为满足少年、儿童需求，社区综合体应提供儿童游乐、教育辅导、家庭娱乐等服务；对于周边的上班族、老年人可提供医疗保健、健康咨询、餐饮、健身等服务。

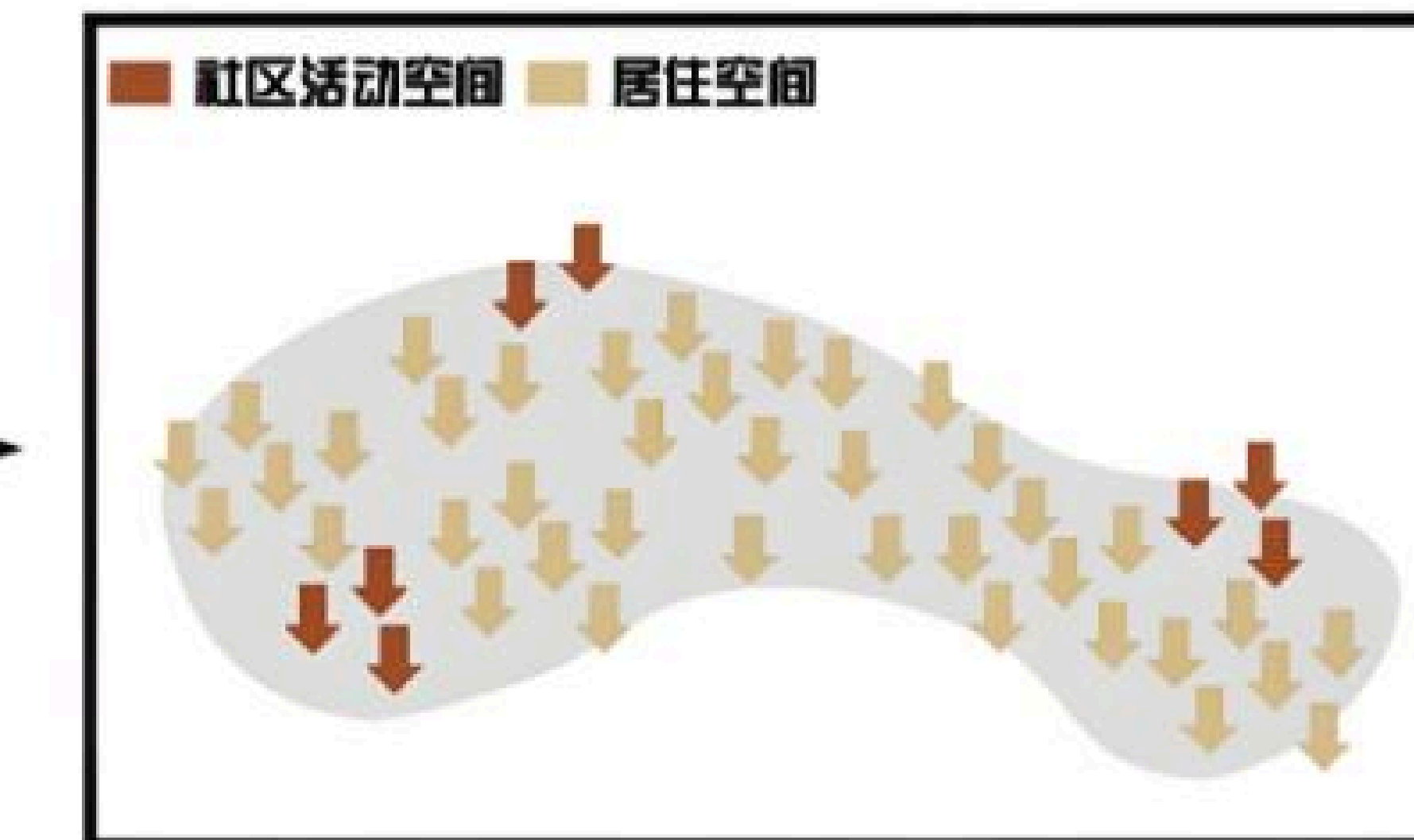
设计策略 Design Strategy



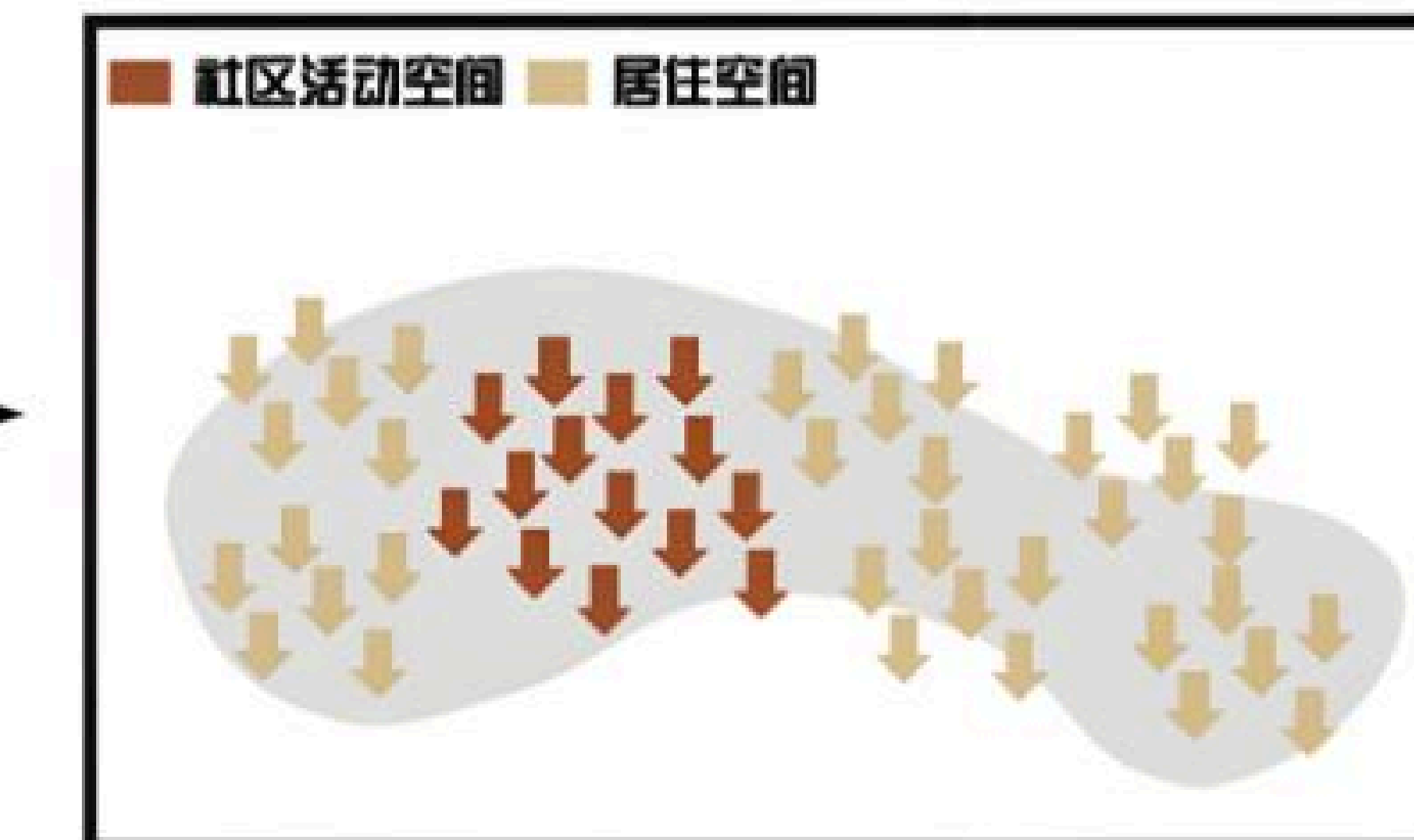
传统社区活动空间——服务设施匮乏、功能单一、空间利用效率不高，缺乏组织和引导，管理较为粗放。



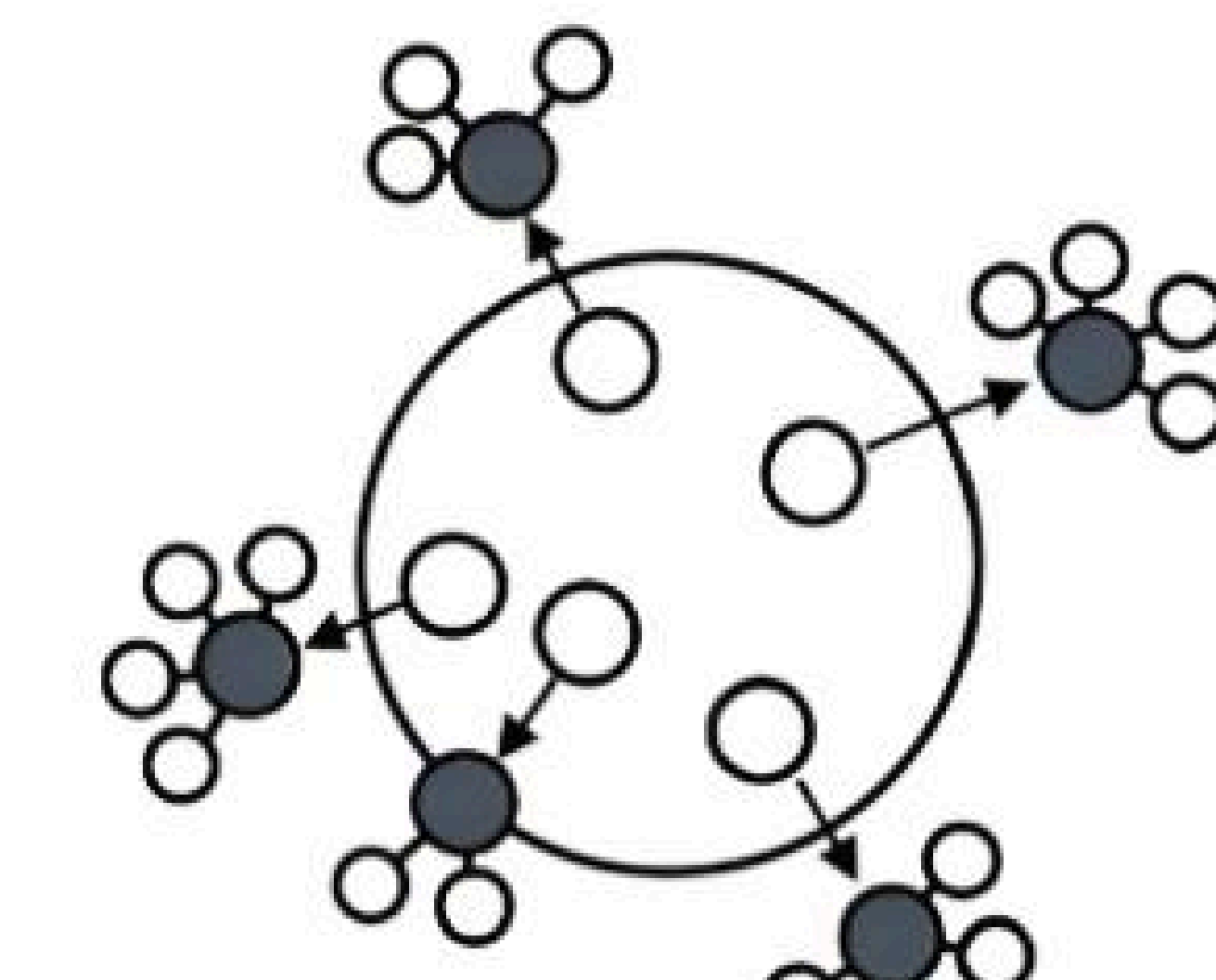
社区综合体活动空间——配备完善的服务设施、功能更加多元化、能够满足居民多样化的生活需求，实现“一站式”生活体验。



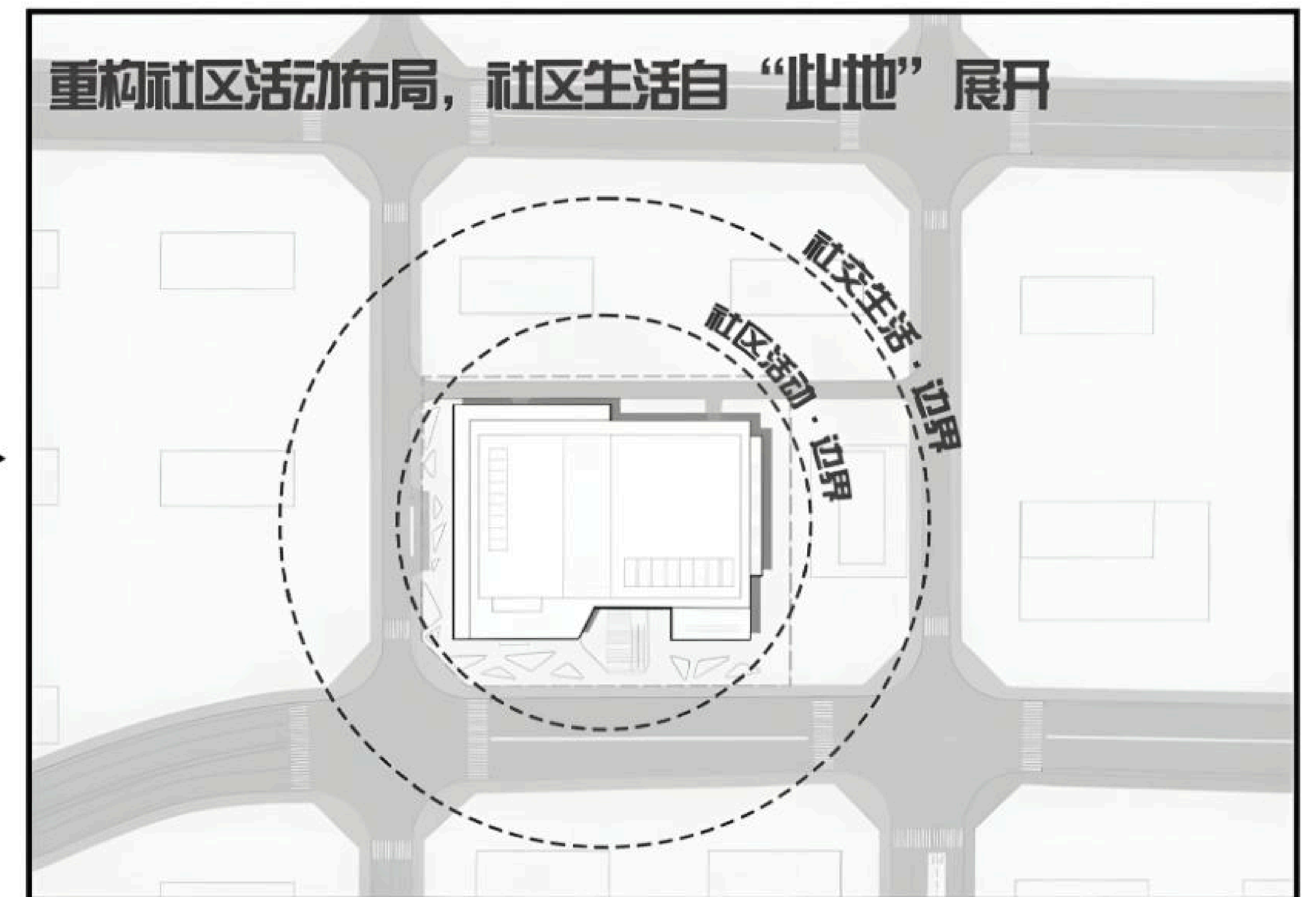
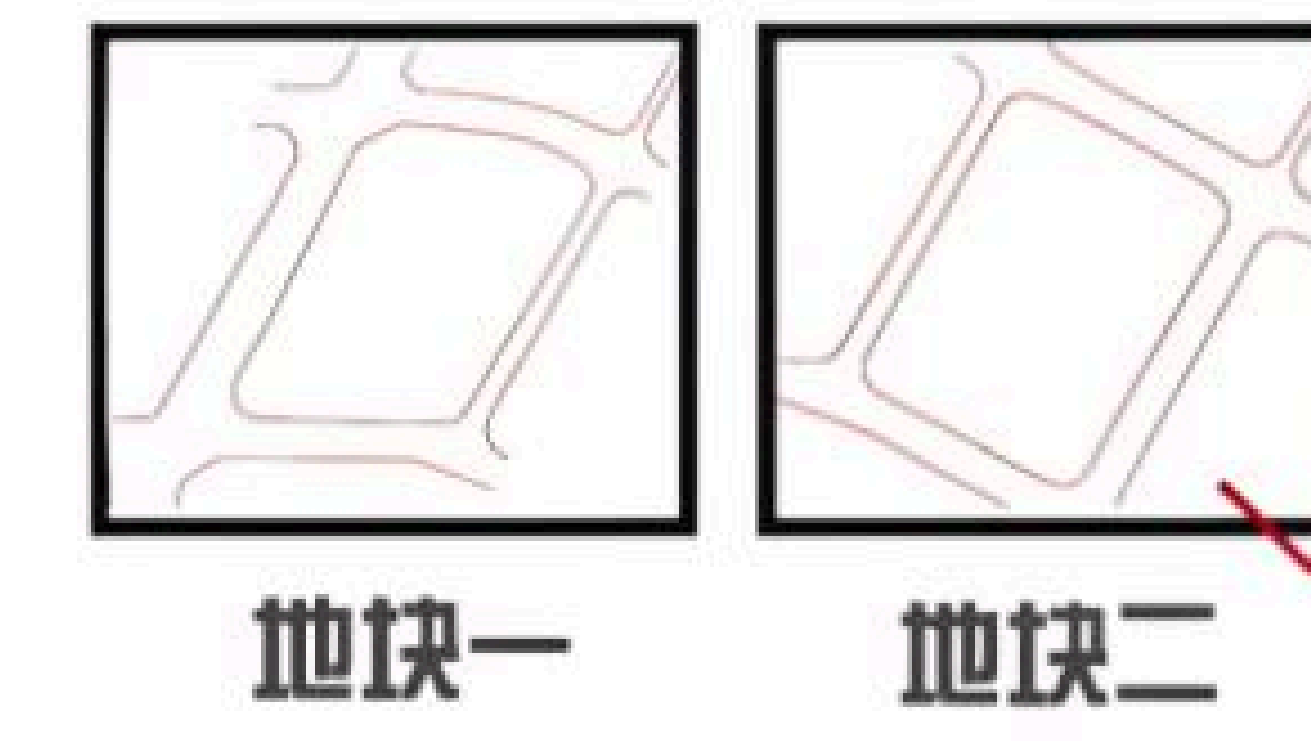
传统社区活动空间——分散、单一



社区综合体活动空间——集聚、丰富

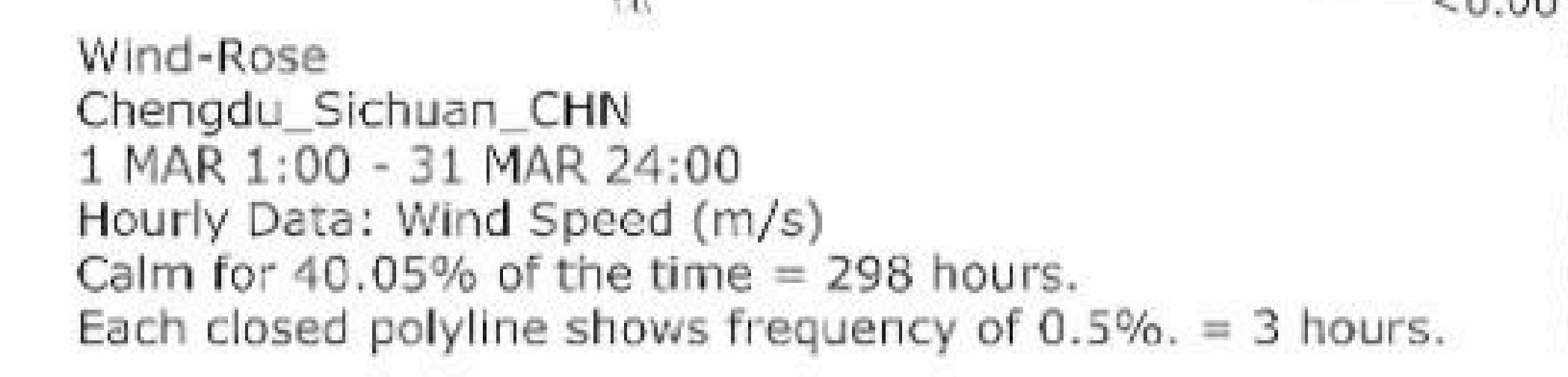
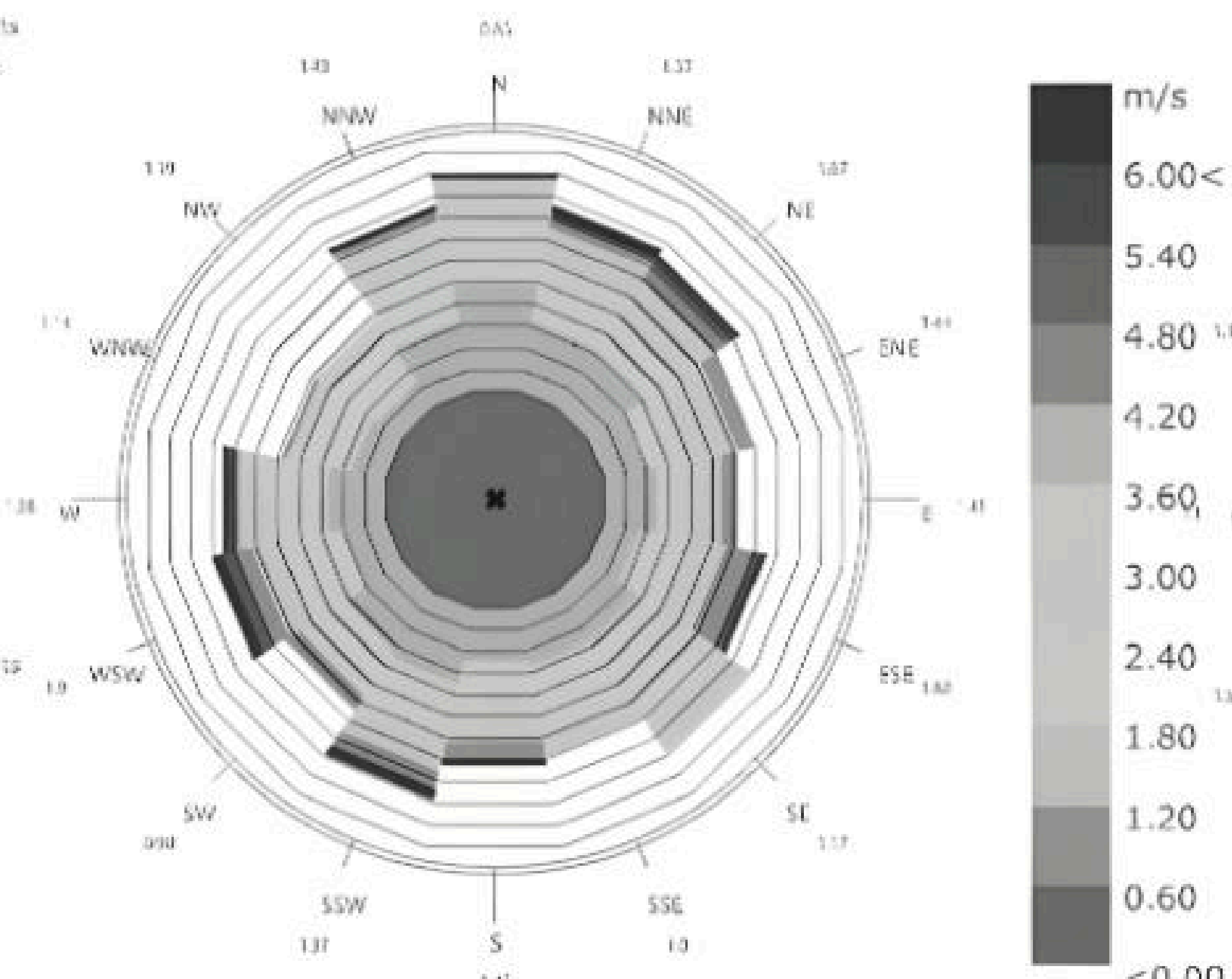
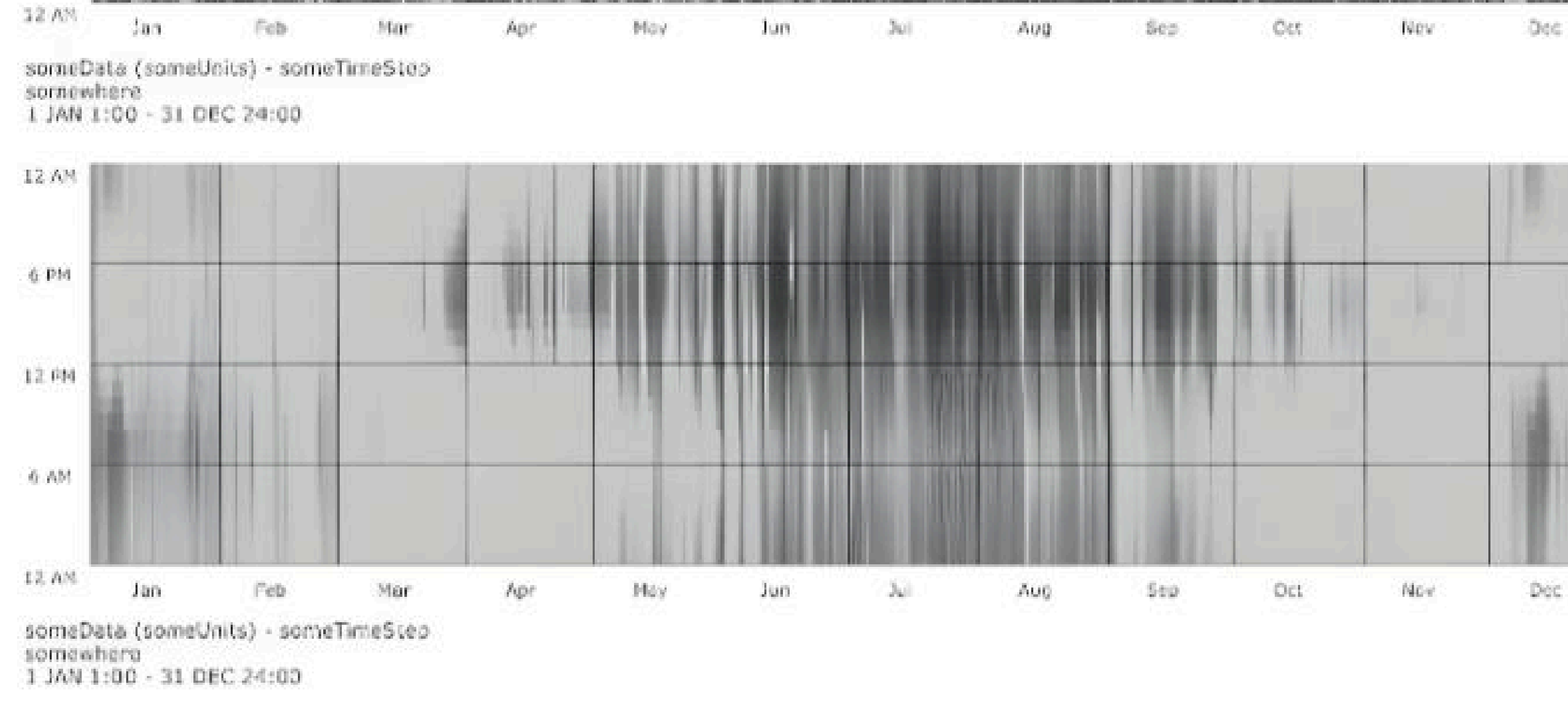
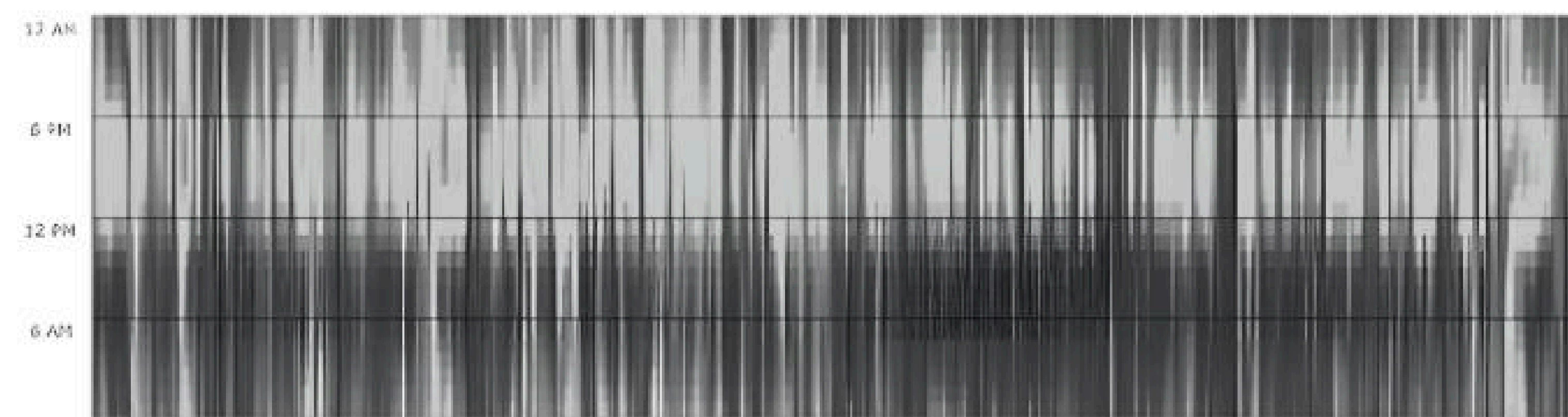


凝聚场所的边界、社交的边界、生活的边界。
简单的盒子空间里，呈现复杂精彩生活：
将生活交还给居民，一切场景由人们自己去定义。



此地·社区综合体
RIGHT HERE

气候分析 Climate Analysis

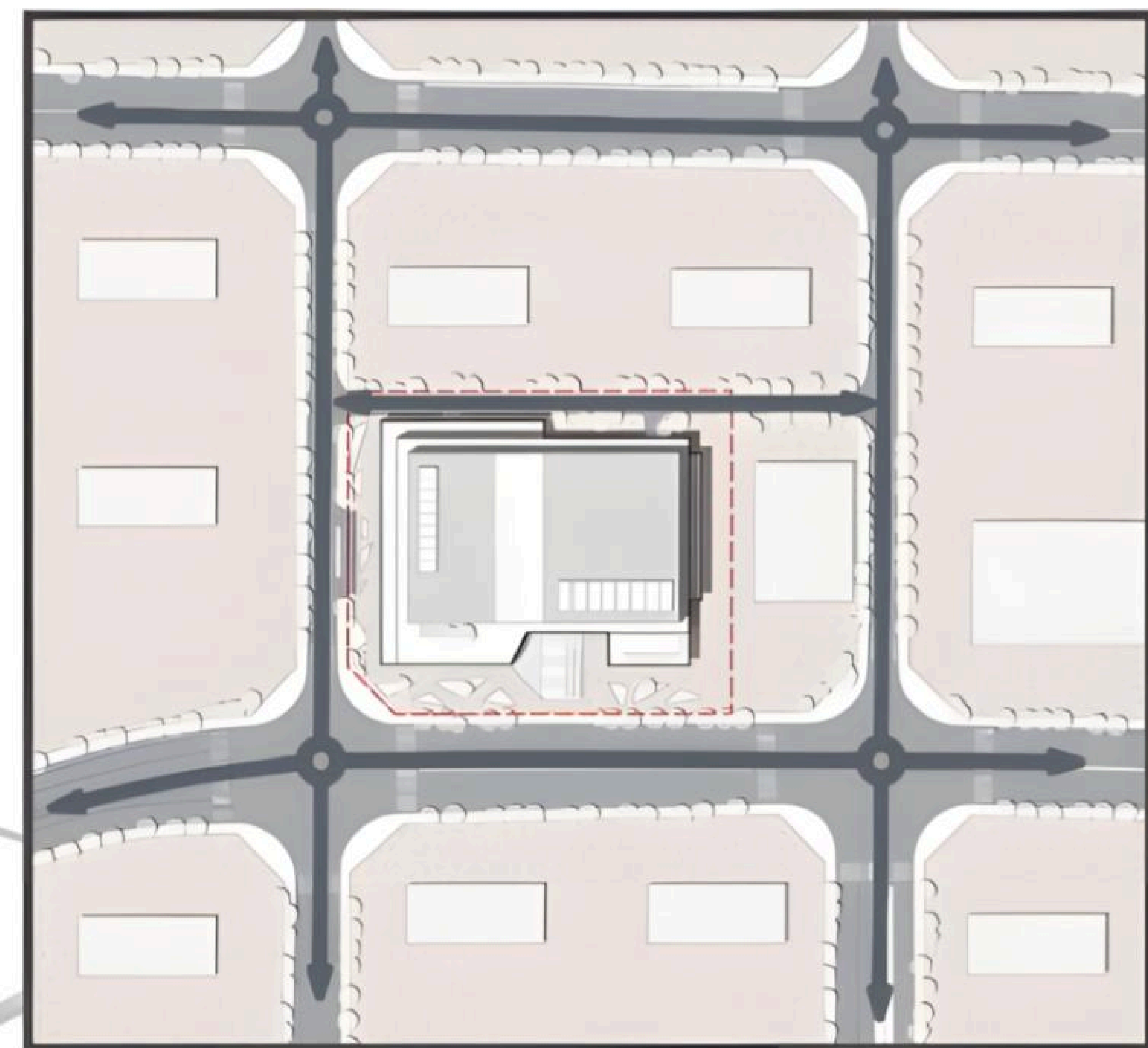


场地现状分析 Site Status Analysis



周边用地功能

社区综合体选址于黄土社区内，被黄土社区内的居住区围绕。社区综合体位于中心位置，居民无论居住在社区的哪个角落，都能以较短的距离到达综合体，享受其提供的各种服务和设施。



周边交通现状

周边路网规整，降低交通事故发生的风险，更容易进行交通管理和监控，有助于及时发现和处理交通问题，居民可以便利地到达居住区的边界，进入公共活动的空间，有助于减少社区内部的交通流量和拥堵问题。



场地地形现状

场地位于黄土社区中间，地形平坦，地势起伏小，这为社区综合体的建设提供了良好的基础条件。平坦的地形有利于建筑的布局 and 施工，可减少地形对建筑的影响，利于构建开放的社区活动空间。

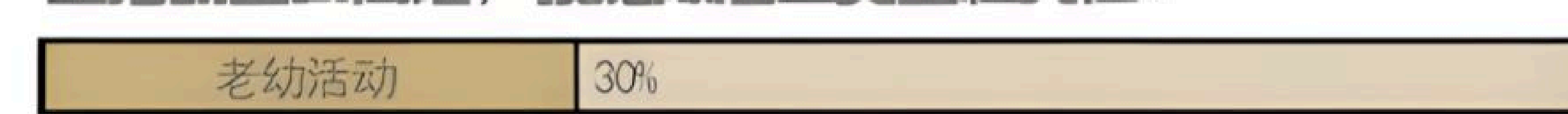


人群行为分析 Crowd Activity Analysis

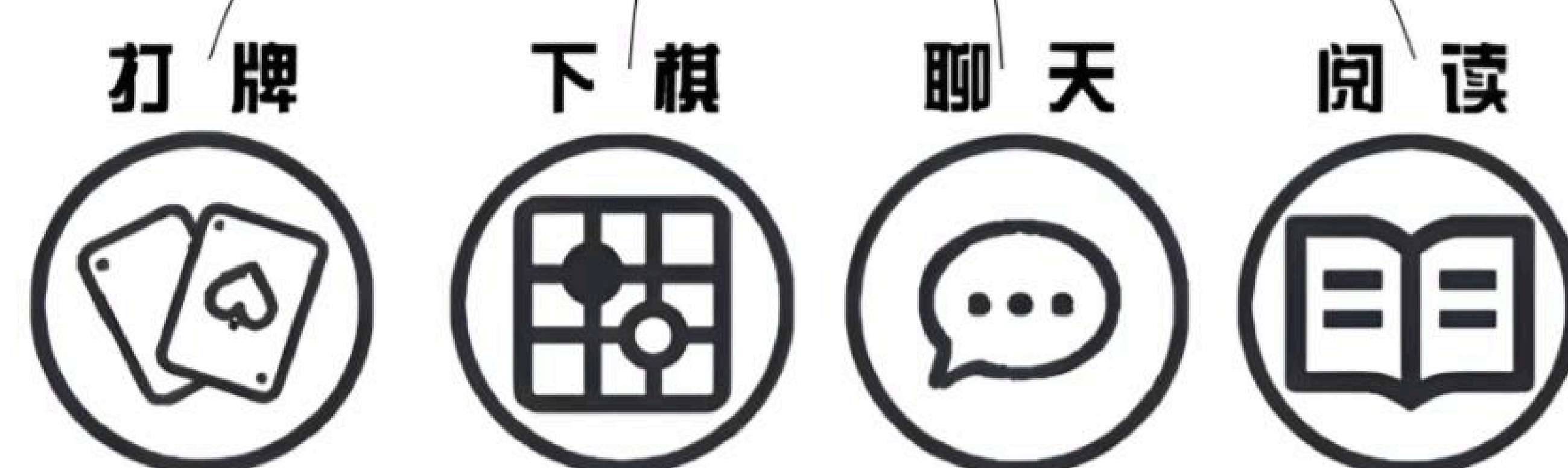


传统社区活动

老年活动集中于广场舞、聊天、散步等基础休闲活动；儿童活动区域简陋，设施陈旧且安全性欠佳。

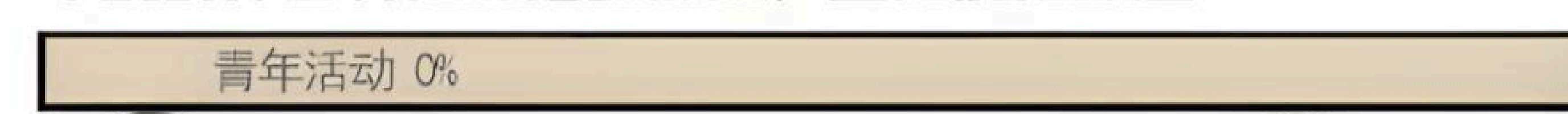


活动单一、设施匮乏
缺乏多样的公共活动空间



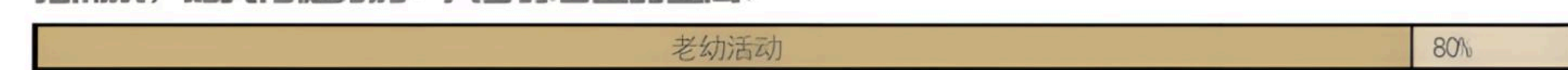
传统社区活动

年轻人所需的潮流运动、社交空间近乎空白，难以满足不同年龄群体多样化的活动需求，亟待优化改造。



新型社区活动

满足老年人日常生活照料、健康管理、社交娱乐等需求的功能区域；同时还考虑到年轻人的生活需求，如具有健身房、共享办公区等空间。



功能多元、设施完善
为人们多样性的互动创造空间

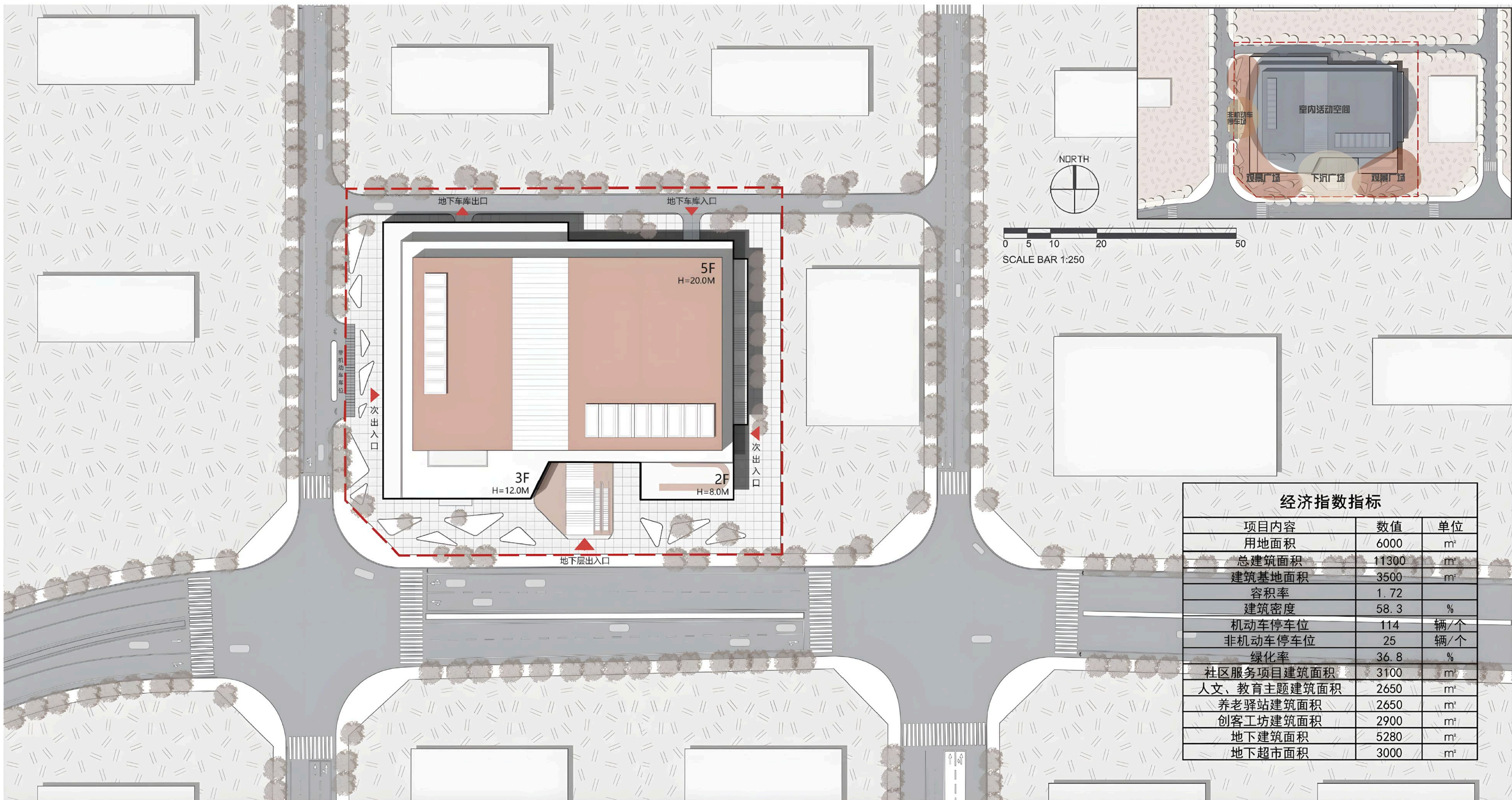


新型社区活动

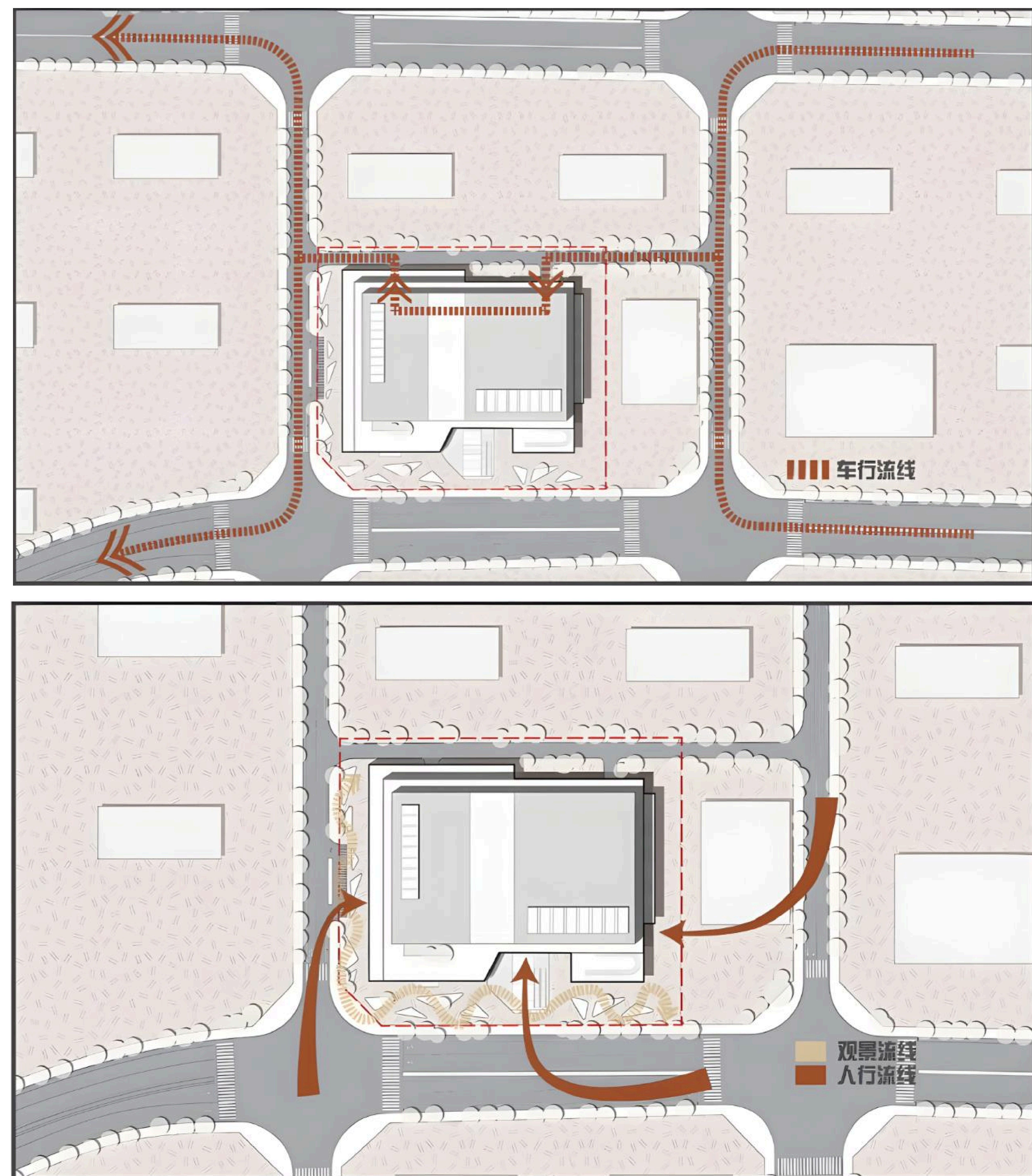
居民日常购物、餐饮需求能在内部商业区域得到满足，亲子活动区域色彩鲜艳、设施丰富，为儿童提供了游乐与学习空间。



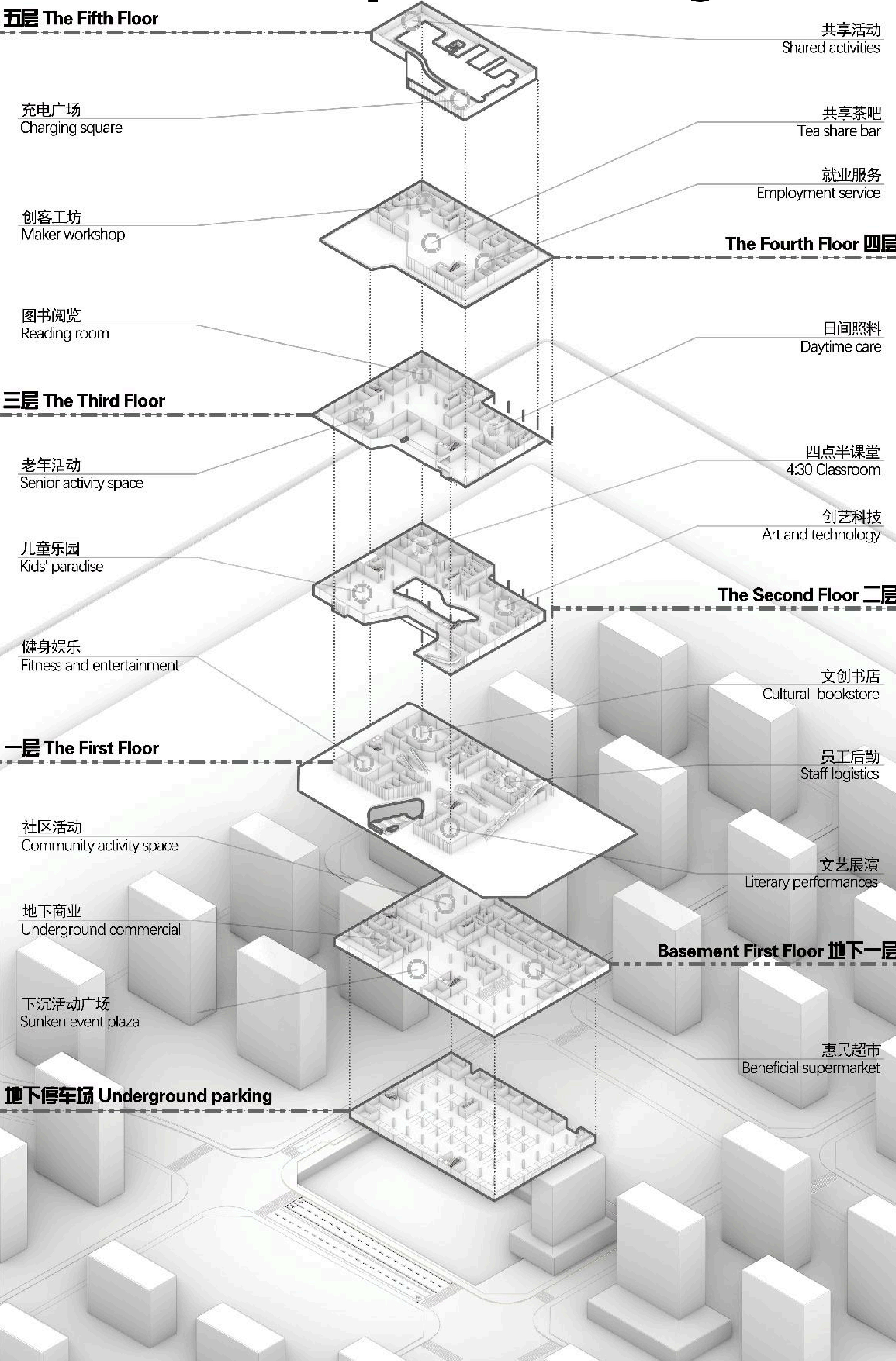
总平面图 General Layout



总平面分析 General Layout Analysis



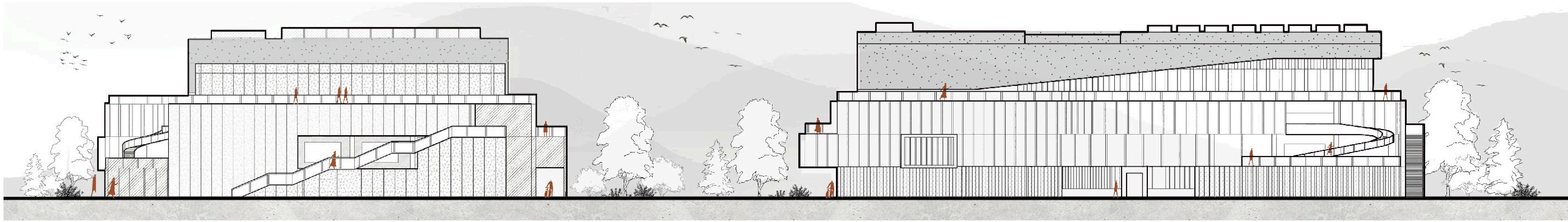
爆炸图 Explosion Diagram



剖面图 Sectional view



立面图 Elevation View



各层平面图 Each Layer Of Floor Plan

