

Design in 2023-2026

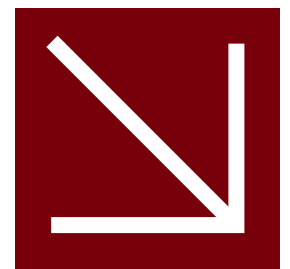
Made By JIN CHENGSHUAI

PORTFOLIO

UI/UX Designer

UI Design/Interface Design/IP Design/AI Works

PROTECT REVIEW OVER THE PAST 4 YEARS



Mooffee | 私人咖啡

Mood Coffee



Mooffee



01

PROJECT BACKGROUND

项目背景

现制咖啡小程序陷入两极分化：**效率型陷信任危机，体验型效率低下，且普遍存在“不知道喝什么”的选择困境。**本项目旨在打造一个以“公平透明定价”与“场景化智能推荐”为核心的新型小程序，跳过冰冷的价格战，做最懂用户心情的咖啡伴侣。

Freshly brewed coffee mini-programs are polarized: efficiency-driven ones face trust crises, while experience-focused ones lack efficiency, with users often stuck on "what to order." Our project creates a new mini-program centered on fair, transparent pricing and mood-based intelligent recommendations—skipping cold price wars to become the coffee companion that truly understands how you feel.

USER PAIN POINTS

02

结合 AI 分析用户痛点

Accenture 全球消费者调研数据显示 **58% 的消费者因信息过载而放弃购买**，当面临过多产品或信息时，超过半数消费者会选择“什么都不买”直接离开。

McKinsey Gen Z 消费洞察数据发现 **42% 的 Z 世代表示“做决定很累”**，年轻一代在消费中更渴望“帮我一键选择”而非“给我所有选项”。

选择困难

Decision
Paralysis

信任危机

Crisis of Trust

效率低下

Inefficiency

DESIGN OBJECTIVES

03

设计目标

下单转化目标

Order Conversion

提升点单转化率

- 优化“心情选择→AI 推荐→加购”核心路径，减少决策步骤，提升转化率
- 通过天气 + 时间 + 心情的场景化推荐与透明定价，降低选择焦虑，提升客单价

用户体验目标

COMMUNITY ENGAGEMENT

提升用户留存率

- 补齐启动页→引导页→登录注册全流程，新用户 3 步内完成功能认知
- 首页信息层级清晰，滚轮手感流畅，从打开到完成点单控制在 20 秒内

品牌认知目标

Brand Awareness

强化品牌心智

- IP 形象“路路”贯穿启动、引导、缺省页及表情包，建立情感连接与品牌记忆
- 围绕“公平定价”+“情绪推荐”持续强化差异化认知，区隔效率型竞品

DESIGN STRATEGY

设计策略

04



05

COMPETITOR ANALYSIS

竞品分析

根据产品定位、目标用户和核心价值主张, 市面上的咖啡点单小程序可归为以下四类: **效率工具型** (瑞幸咖啡)、**品牌叙事型** (星巴克)、**极简轻量型** (Manner Coffee)、**情感治愈型** (永璞咖啡)

Based on product positioning, target users and core value propositions, the coffee ordering mini-programmes currently available on the market can be categorised into the following four types: efficiency-focused (Luckin Coffee), brand-narrative-driven (Starbucks), minimalist and lightweight (Manner Coffee), and emotionally uplifting (Yongpu Coffee)



瑞幸咖啡

范围层：
功能覆盖完整，包含到店取、幸运送、优惠券、拼单、礼品卡、福利中心、联名活动、人气推荐等，商业转化能力强

结构层：
采用“顶部 Banner + 功能宫格 + 优惠卡片 + 推荐内容 + 底部导航”的成熟结构，入口清晰但数量过多

表现层：
高饱和蓝色、促销红、明星联名和大面积活动图形成强视觉刺激



星巴克

范围层：
首页围绕会员、星级、好礼券、专星送、活动新品展开，强调品牌关系和长期运营

结构层：
多 Tab 架构完整，会员、点单、订单、我的等路径清晰，但首页承载内容偏重

表现层：
品牌绿色稳定，图片质感较高，活动 Banner 有较强氛围感和精致感



Manner

范围层：
功能克制，主要包含开始点单、会员积分码、订单、积分商城等，干扰较少

结构层：
首页路径短，核心入口突出，用户可以快速开始点单

表现层：
视觉安静，低饱和背景、产品大图和简洁文字营造高级感



永璞

范围层：
内容丰富，包含岛民身份、积分、任务、签到、游戏、商城、客服等，情绪连接强

结构层：
结构更接近品牌社区或小游戏，新用户需要探索，点单路径不够直接

表现层：
插画风格强，手绘质感、角色化表达和治愈色彩带来强记忆点

POSITION

06

项目定位

这是一款以“心情点单”为核心的咖啡小程序，**面向有选择困难、重视价格公平与情绪体验的年轻用户**。它通过 AI 推荐一杯适合当下状态的咖啡，并结合透明定价与杯贴轻创作，提供克制、高效、有温度的点单体验。

This is a mood-based coffee ordering mini program for young users who struggle with choices, value fair pricing, and seek emotional connection. It uses AI to recommend one suitable coffee for the user’s current mood, while combining transparent pricing and light cup-sticker creation to create a restrained, efficient, and warm ordering experience.

心情点单

Mood Order

公平透明

Fair Pricing

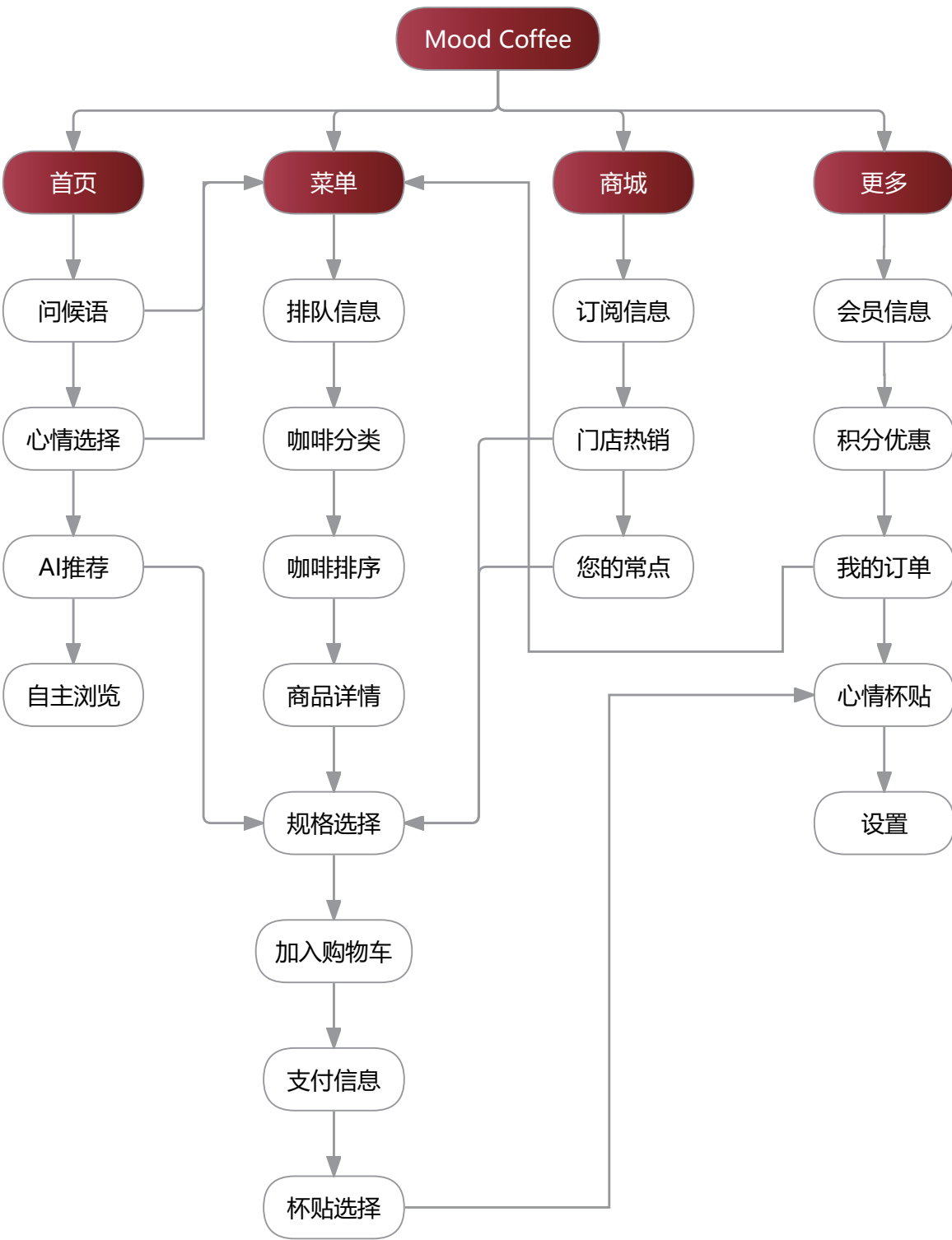
品牌认知

Brand Awareness

ARCHITECTURE

07

功能架构



08

COLOR SPECIFICATION

颜色规范

红色在饮品行业中天然关联“活力、温暖、心跳加速”，这正是咖啡的功能本质，因此以红色做为主色调。

Red naturally evokes vitality, warmth, and a quickened heartbeat in the beverage world — exactly the functional essence of coffee. That’ s why we use red as our primary color.

基础色

主色 #77000B	辅色 #F8F4ED		
	重要文字 #212121		
	普通文字 #757575	次要文字 #ABADB1	背景色 #fefefe

辅助色

09

TEXT SPECIFICATION

字体规范

主要运用 SF PRO 一种字体。页面字体统一，根据大标题、副标题等不同属性将字体分为不同等级，使用面和通统一，层次分明。

Primarily use a single typeface, SF PRO. The page fonts are consistent, with different levels assigned based on attributes such as main titles and subtitles. The use of surfaces and spacing is unified, creating a clear hierarchy.



大标题	SF Pro Medium	24/42
小标题	SF Pro Semibold	16/24
Body	SF Pro Regular	14/22
Body Bold	SF Pro Semibold	14/22
Caption	SF Pro Regular	12/20

ICON SPECIFICATION

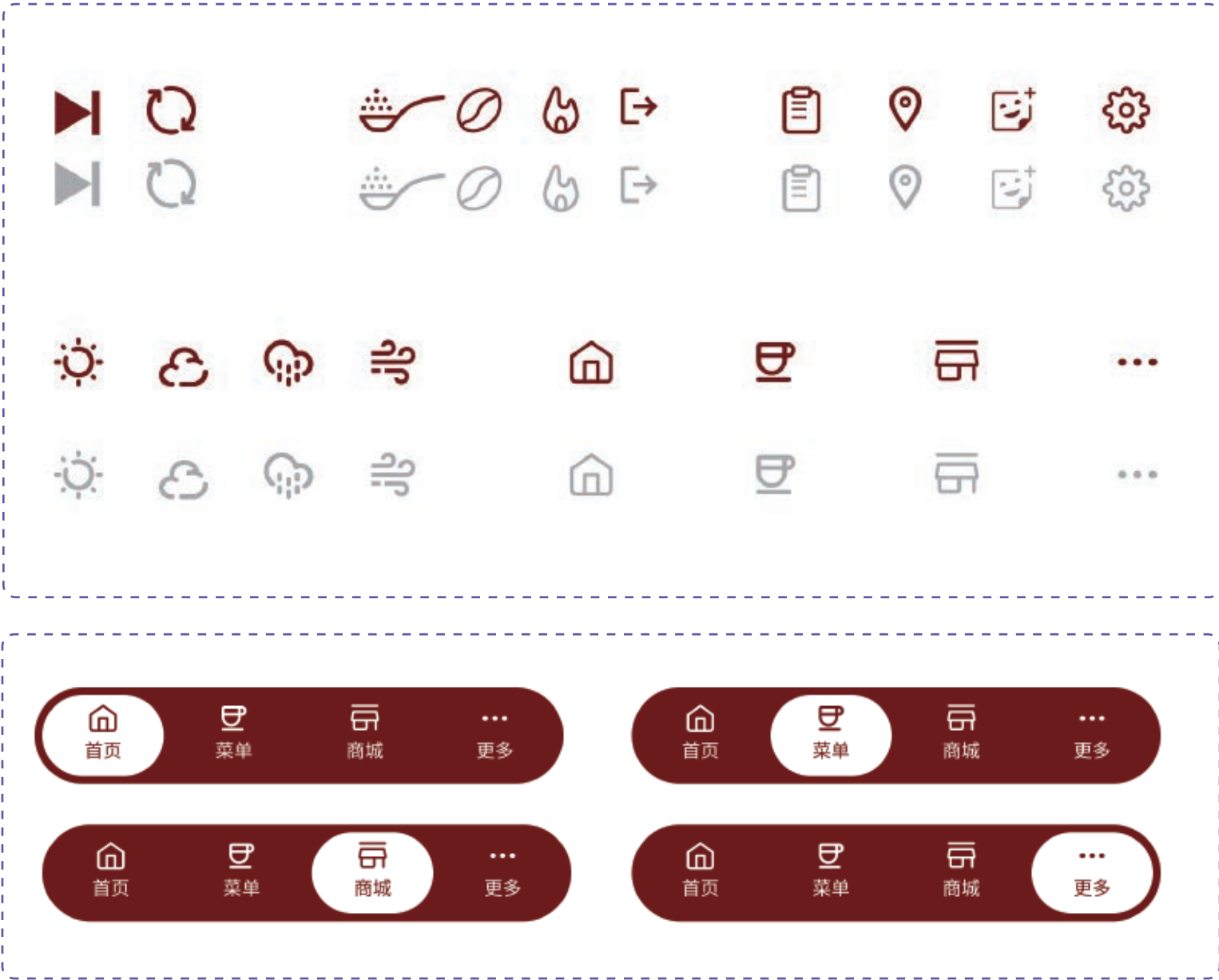
图标规范

图标以线稿为主，主色调采用页面主色调，根据使用需求分为默认状态和按压状态，以下图标上排为默认状态，下排为按压状态

The icons are primarily line art, with the main colour scheme matching that of the page. They are categorised into default and pressed states according to usage requirements; in the image below, the top row shows the default state and the bottom row shows the pressed state.



标签栏动效
Tab Bar Animations

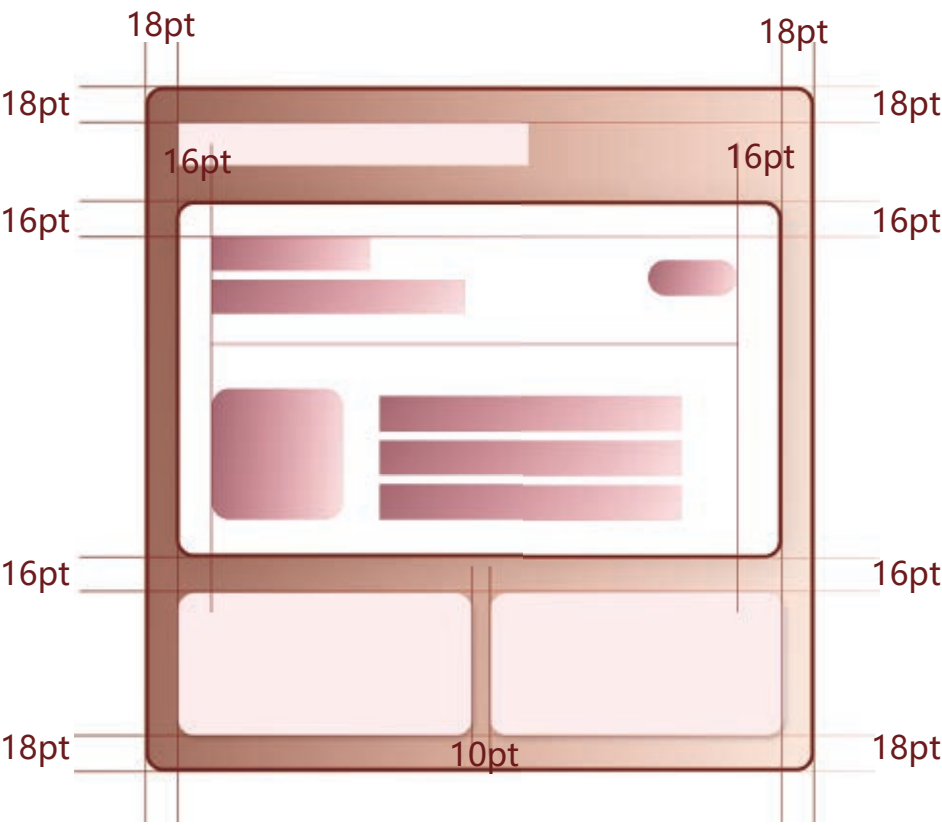
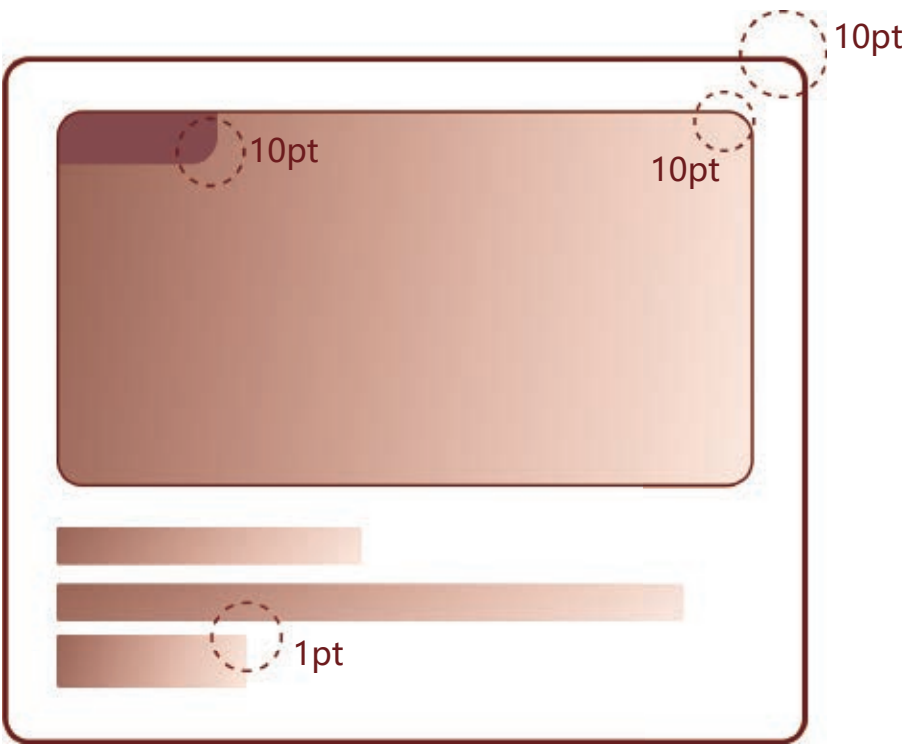


LAYOUT SPECIFICATION

布局规范

本小程序很多地方使用卡片式布局，大圆角为 10pt，标签等小圆角为 1pt，卡片内间距为 16pt，间距统一，使页面更加和谐。

This mini-programme makes extensive use of a card-based layout, with large rounded corners of 10pt, small rounded corners of 1pt for labels and similar elements, and an internal spacing of 20pt within the cards; this consistent spacing creates a more harmonious page.



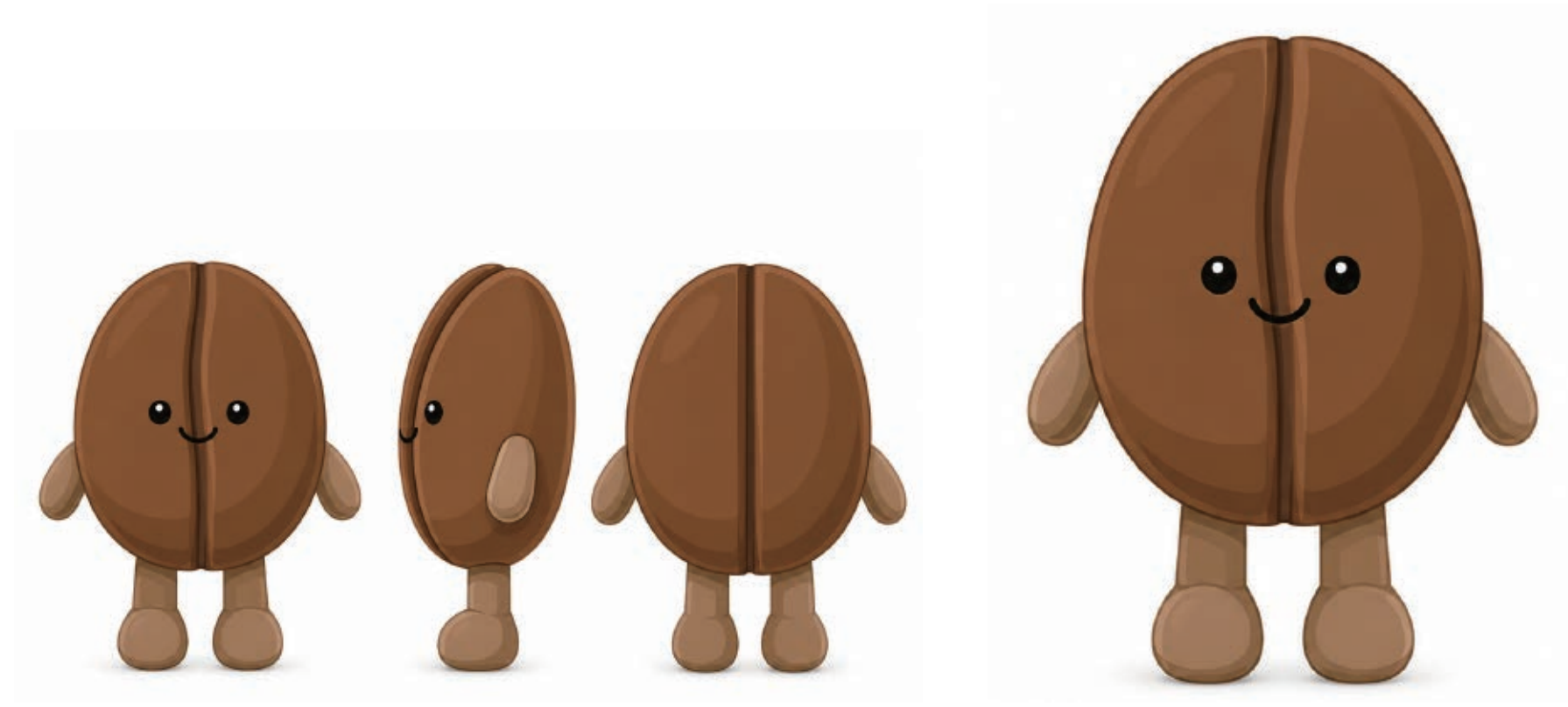
IP DESIGN

12

吉祥物设计

咖啡豆是一杯咖啡品质的关键所在，符合本 app 的基调；配色以咖啡豆的棕色为主。表情精怪可爱，拉近用户距离。

Coffee beans are key to the quality of a cup of coffee, which fits the tone of this app; the colour scheme is dominated by the brown of coffee beans. The emoticons are quirky and cute, helping to build a connection with users.



13

EMOJI

表情设计

根据 ip 路路的特征，设计了 9 个 ip 表情包，上传于微信平台；根据咖啡馆顾客每日心情的变化，设计出困、emo、烦躁、活力等表情；风格可爱亲切，增加 ip 的影响力，提升 app 的亲切感。



Based on the characteristics of the IP character Lulu, nine IP emoji packs were designed and uploaded to the WeChat platform. According to the daily mood changes of café customers, expressions such as sleepy, emo, irritable, and energetic were designed. The style is cute and friendly, increasing the IP's influence and enhancing the app's approachability.

DEFAULT PAGE

14

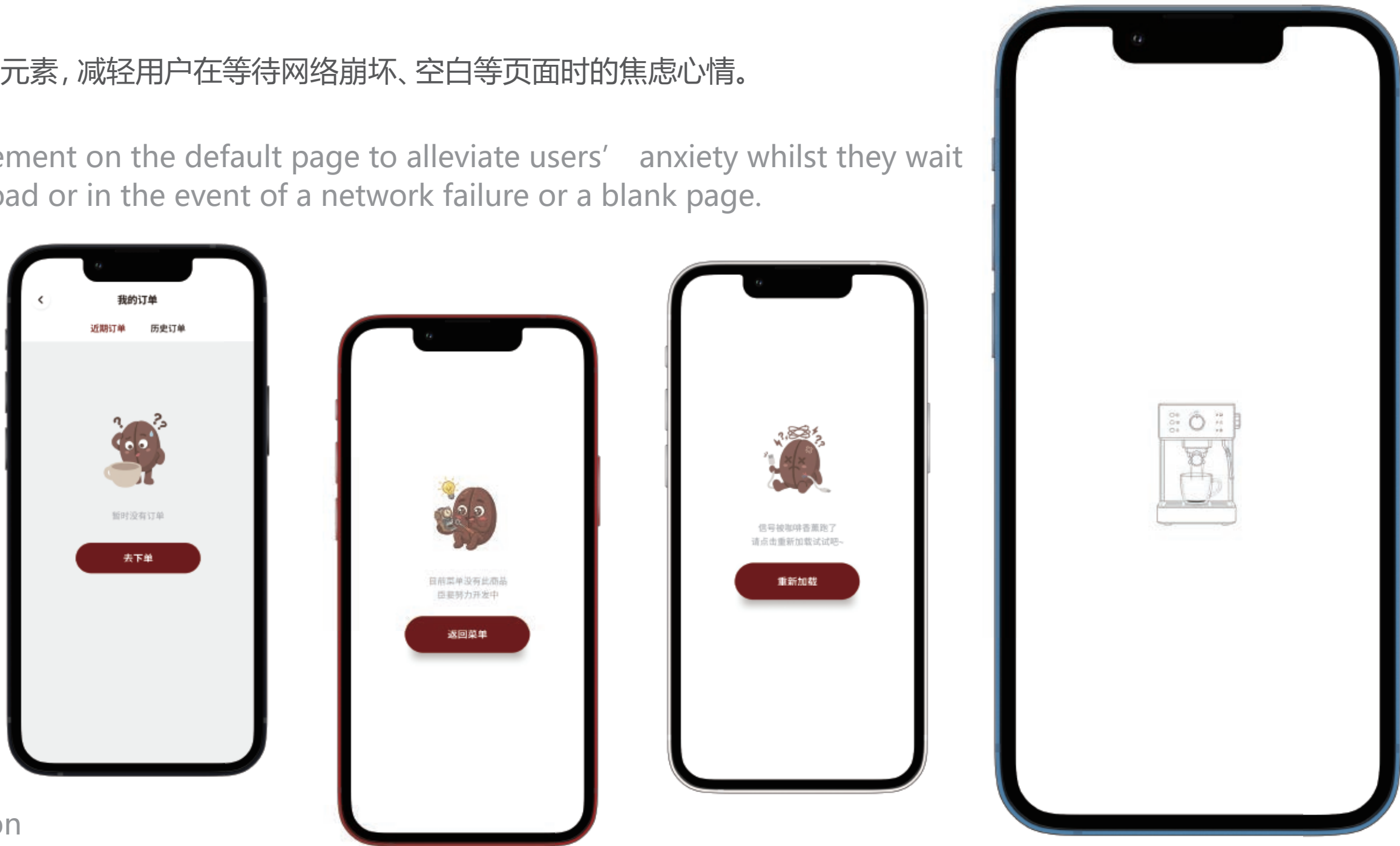
缺省页

在缺省页中加入 ip 元素, 减轻用户在等待网络崩坏、空白等页面时的焦虑心情。

Include an 'ip' element on the default page to alleviate users' anxiety whilst they wait for the page to load or in the event of a network failure or a blank page.



加载动效
Loading animation



START

启动页



LANDING PAGE

16

引导页

在引导页中加入 ip 元素，强化品牌印象。

Add an IP element to the landing page to reinforce brand recognition.



17

LOGIN PAGE

登录页



毛玻璃卡片：使客户在无聊的登录界面输入时感受到清新的感受。

快捷登录：减少登录手续，增加客户留存率。

HOME

首页

问候语区：点开界面即给客户提供情绪价值，天气实时变化。



滚轮式心情推荐：每轮推荐三杯，根据用户心情、时间、天气及历史偏好推荐对应咖啡因含量、甜度、热量的咖啡。



滚轮式心情选择：共六项，根据果酱实验当提供24种果酱时，只有3%的顾客购买；而仅提供6种时，购买率升至30%。



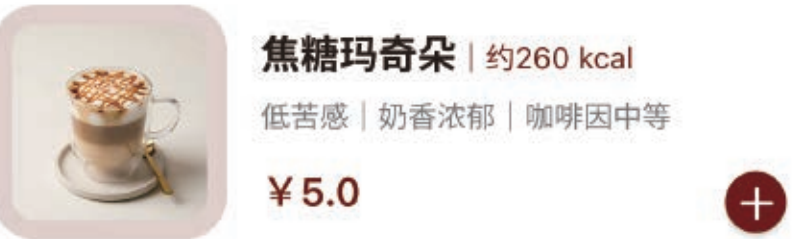
MENU

菜单

卡片提醒：减少用户等待焦虑。



卡片式菜单布局：可上下滑动选择商品，单机菜单顶部可回到顶部。



是 / 否点单按钮变化

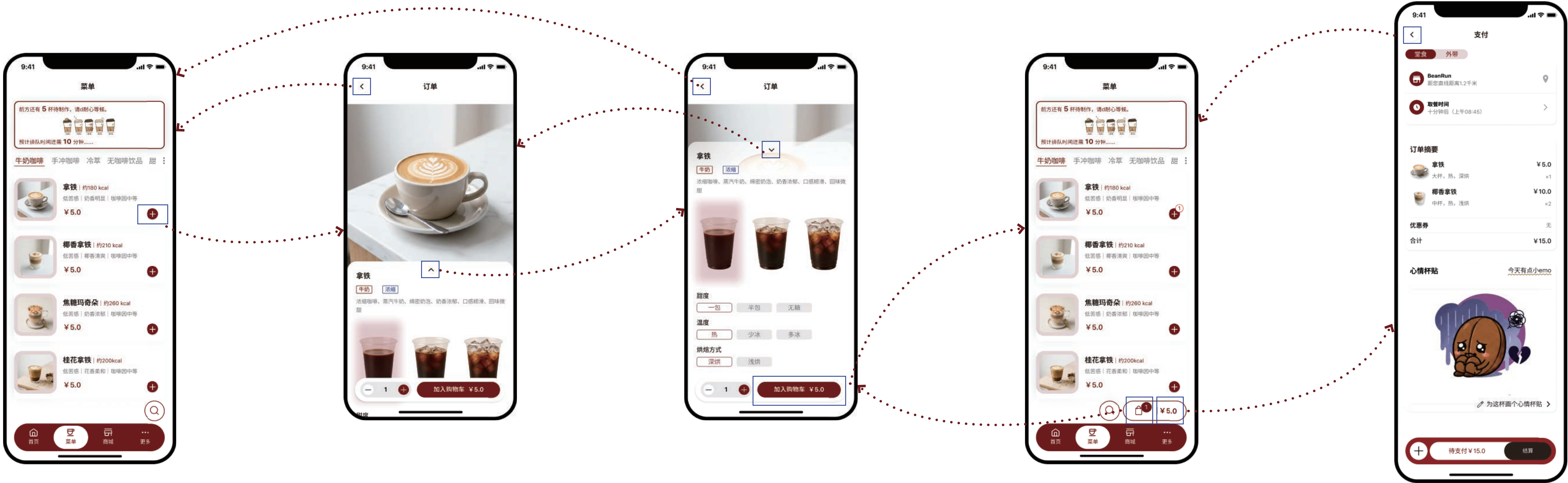


可展开菜单排序：针对不同需求的人展示不同的菜单排序，减少点单时间，提高点单效率，满足不同顾客需求。



PROCESS

点单流程



SHOP

商城

1. 通过“跳过本周”按钮的设计减少客户订阅压力，以此加强长期购买力



1. 最上方展示主要功能——咖啡豆订阅。通过与其他卡片不同的展示方式突出重点。

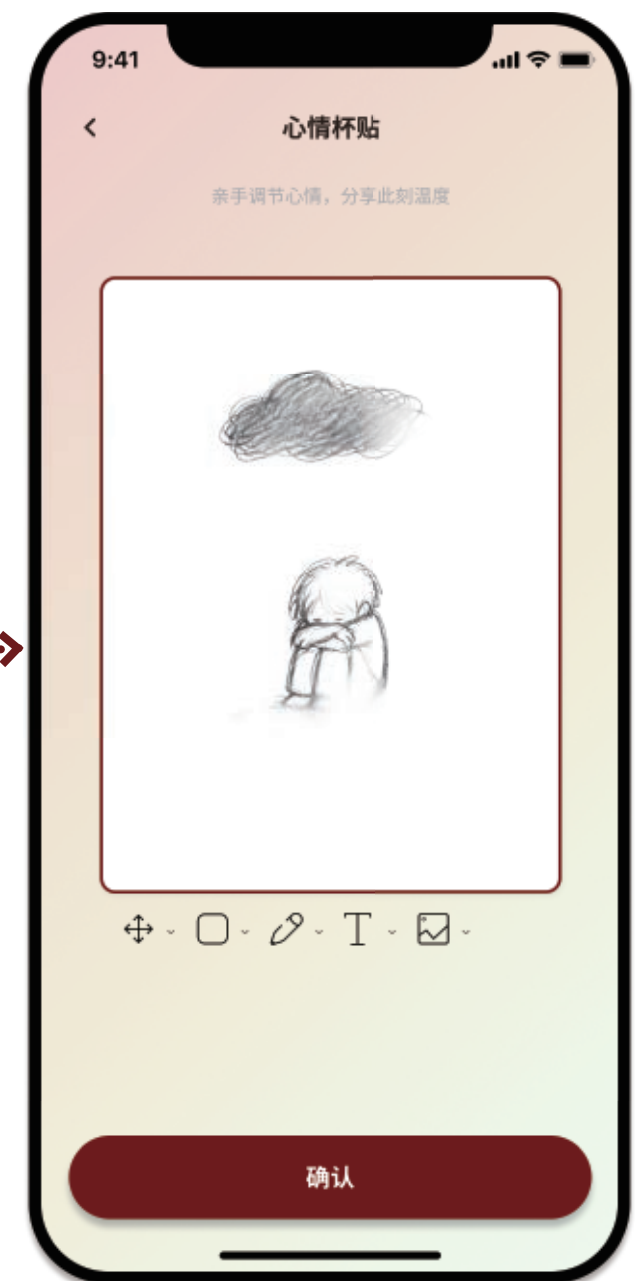


2. 滚动式卡片，通过背景颜色的节奏变化暗示后续还有内容，并用过选中放大的设计提高交互感



21

22

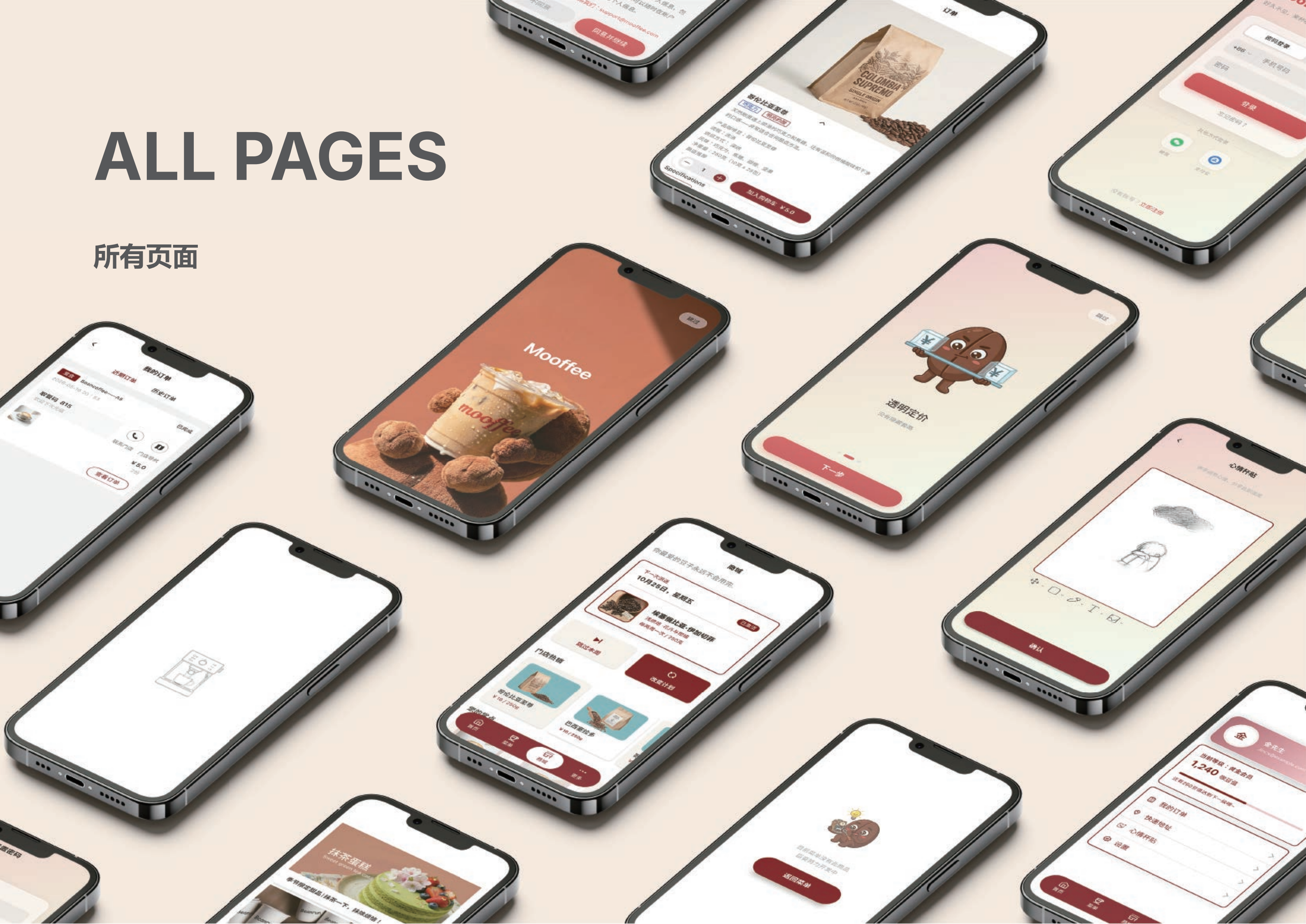


MORE

更多

ALL PAGES

所有页面



THANK YOU
FOR WATCHING

