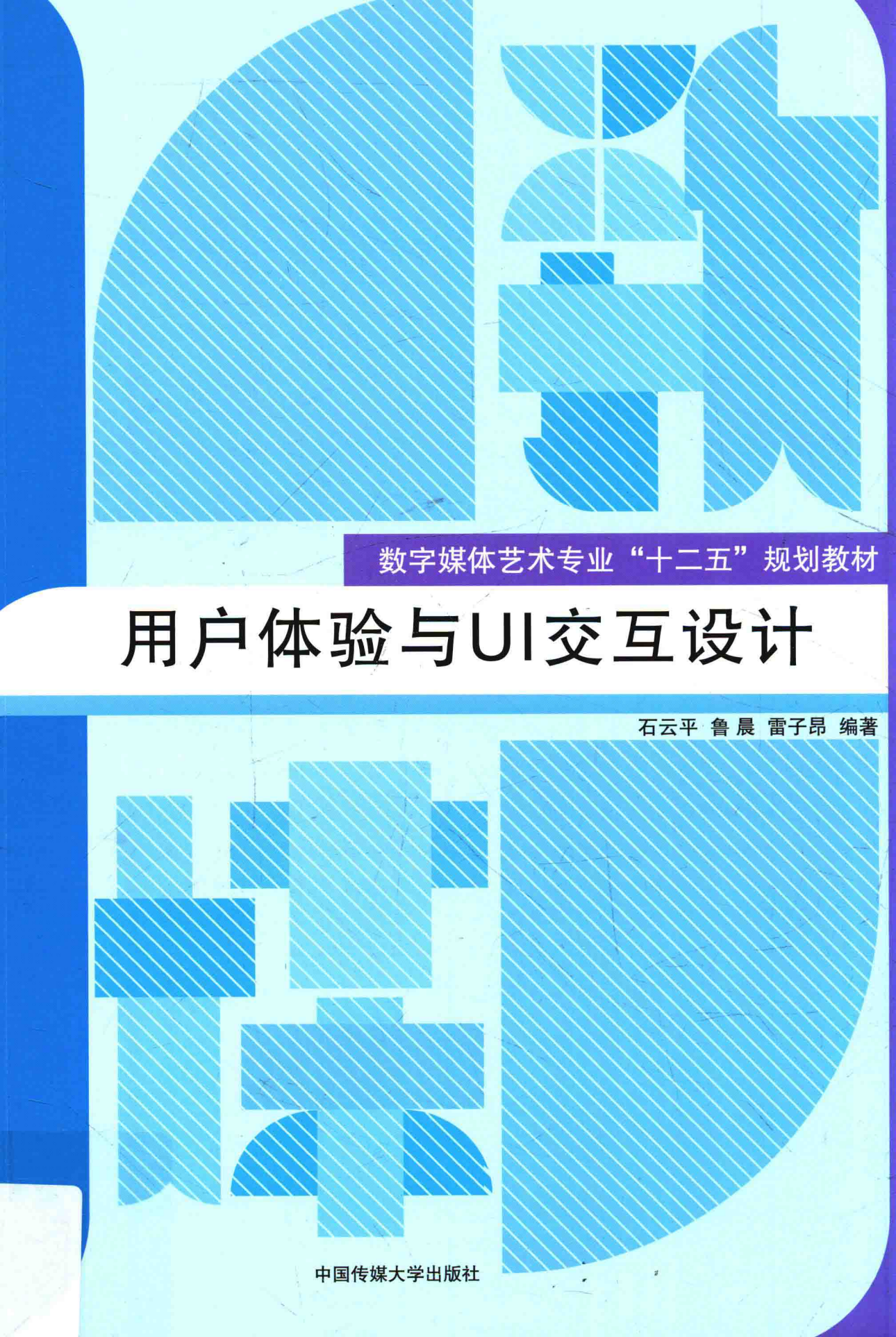


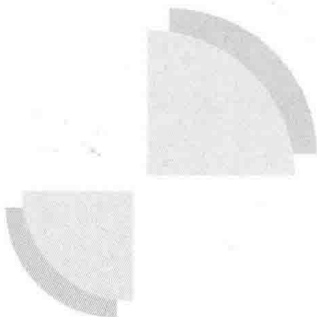


数字媒体艺术专业“十二五”规划教材

用户体验与UI交互设计

石云平 鲁晨 雷子昂 编著

中国传媒大学出版社



数字媒体艺术专业“十二五”规划教材

用户体验与UI交互设计

石云平 鲁晨 雷子昂 编著



中国传媒大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

用户体验与 UI 交互设计 / 石云平, 鲁晨, 雷子昂编著. — 北京: 中国传媒大学出版社, 2017.8

数字媒体艺术专业“十二五”规划教材

ISBN 978-7-5657-1982-0

I. ①用… II. ①石… ②鲁… ③雷… III. ①人机界面—程序设计—高等学校—教材 IV. ①TP311.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 098985 号

用户体验与 UI 交互设计

YONGHU TIYAN YU UI JIAOHU SHEJI

编 著 石云平 鲁 晨 雷子昂
策 划 冬 妮
责 任 编 辑 赖红林 张 玥
特 约 编 辑 陈 默
装帧设计指导 吴学夫 杨 蕾 郭开鹤 吴 颖
设 计 总 监 杨 蕾
装 帧 设 计 徐源、刘欣怡等平面设计创作团队
责 任 印 制 曹 辉

出版发行 中国传媒大学出版社
社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024
电 话 010-65450532 或 65450528 传真:010-65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京艺堂印刷有限公司
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 彩色 1 黑白 20
字 数 441 千字
版 次 2017 年 8 月第 1 版 2017 年 8 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-1982-0/TP·1982 定 价 59.00 元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换



中国传媒大学“十二五”规划教材编委会

主任：苏志武 胡正荣

编委：（以姓氏笔画为序）

王永滨 刘剑波 关玲 许一新 李伟
李怀亮 张树庭 姜秀华 高晓虹 黄升民
黄心渊 鲁景超 蔡翔 廖祥忠

数字媒体艺术专业“十二五”规划教材编委会

主任：廖祥忠

副主任：黄心渊 贾秀清 石民勇

委员：（以姓氏笔画为序）

王雅平 李停战 张骏 郑维林 贾否
贾秀清 索晓玲 倪学礼 黄心渊 曾定凡
谭笑 路盛章

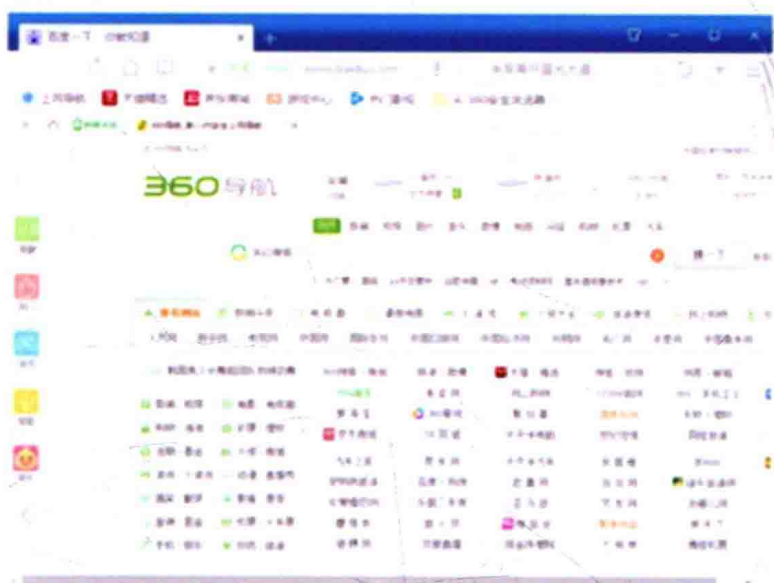


图1



H216 S56 B85
R96 G146 B220



H216 S63 B81
R76 G128 B207

图2

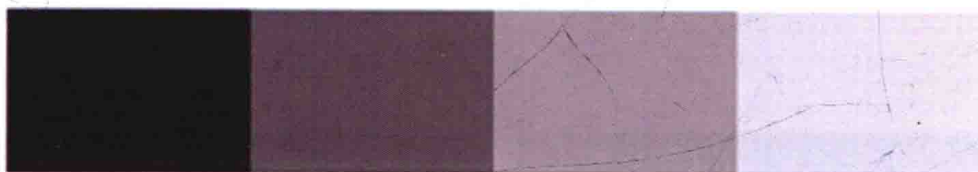


图3



图5

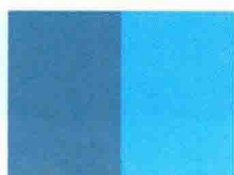


图6



图4

图7

Light Blue			Cyan			Teal		
500		#03a9f4	500		#00bcd4	500		#009688
50		#e1f5fe	50		#e0f7fa	50		#e0f2f1
100		#b3e5fc	100		#b2ebf2	100		#b2dfdb
200		#81d4fa	200		#80deea	200		#80cbc4
300		#4fc3f7	300		#4dd0e1	300		#4db6ac
400		#29b6f6	400		#26c6da	400		#26a69a
500		#03a9f4	500		#00bcd4	500		#009688
600		#039be5	600		#00acc1	600		#00897b
700		#0288d1	700		#0097a7	700		#00796b
800		#0277bd	800		#00838f	800		#00695c
900		#01579b	900		#006064	900		#004d40
A100		#80d8ff	A100		#84ffff	A100		#a7ffeb
A200		#40c4ff	A200		#18ffff	A200		#64ffda
A400		#00b0ff	A400		#00e5ff	A400		#1de9b6
A700		#0091ea	A700		#00b8d4	A700		#00bfa5

图8

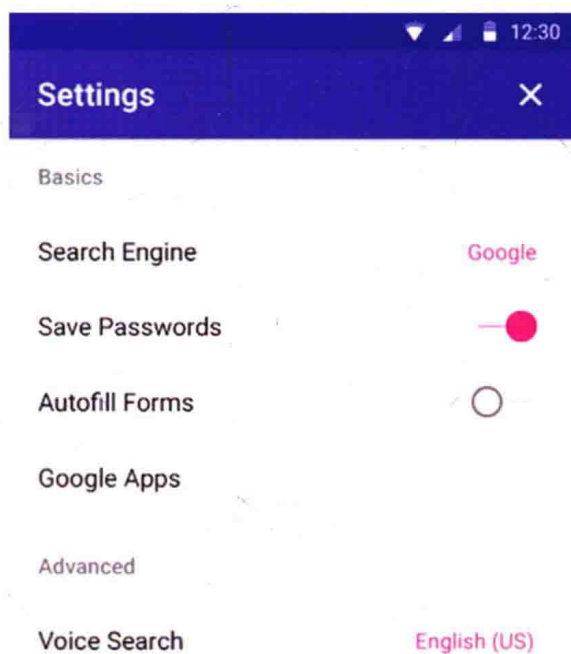


图9

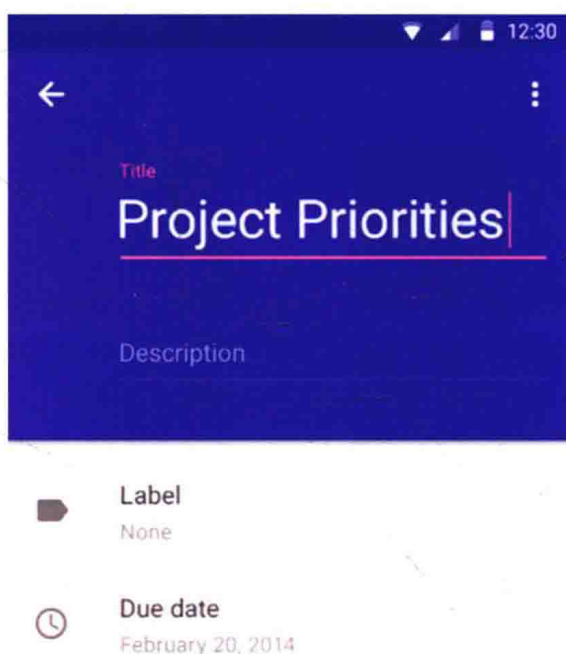


图10

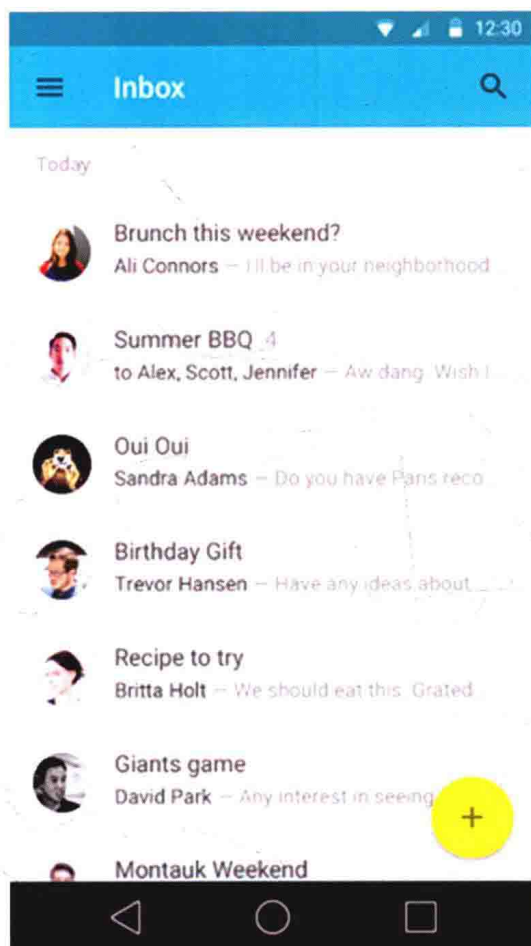


图11



图12



图13



图14

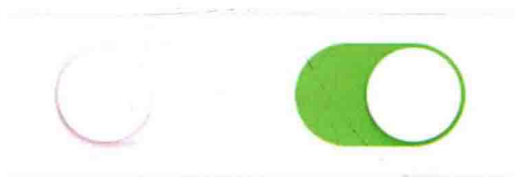


图15



图16



图17

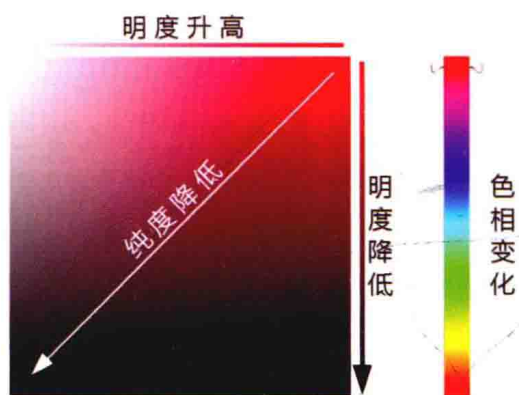


图18



图19



图20



图21

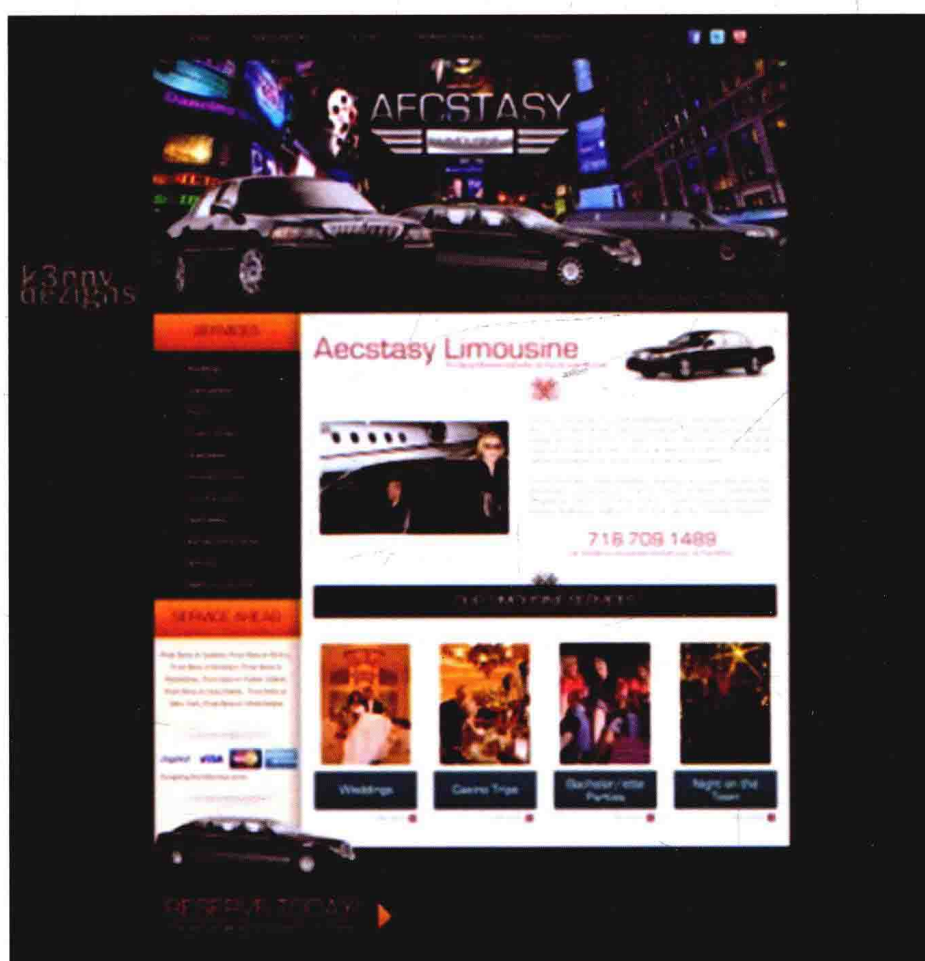


图22

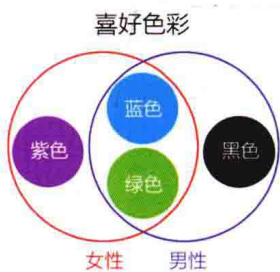


图23

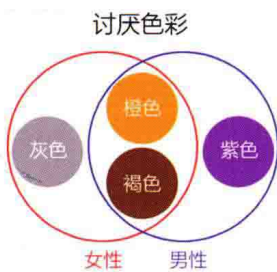


图24

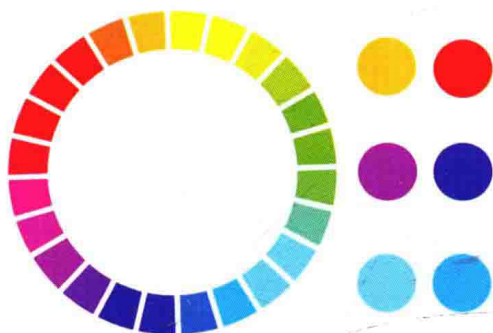


图25

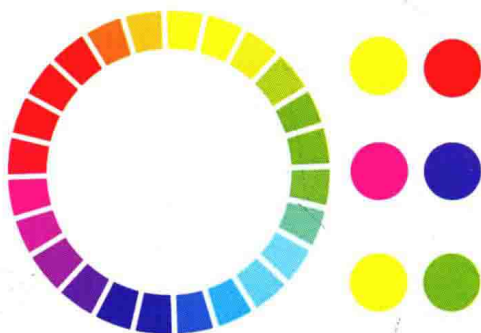


图26

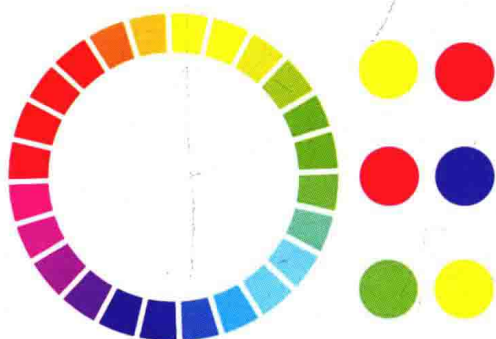


图27

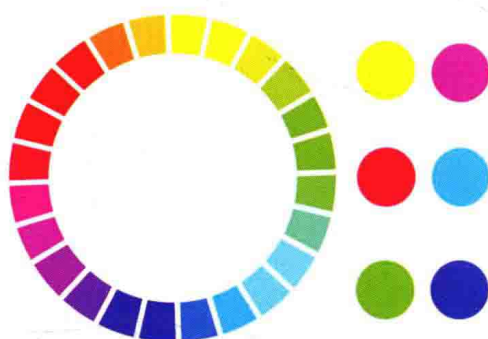


图28

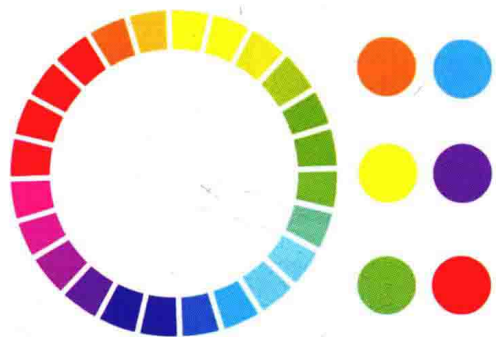


图29

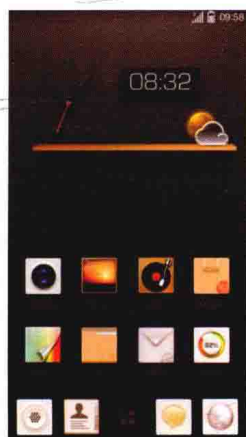


图30



图31



图33



图32

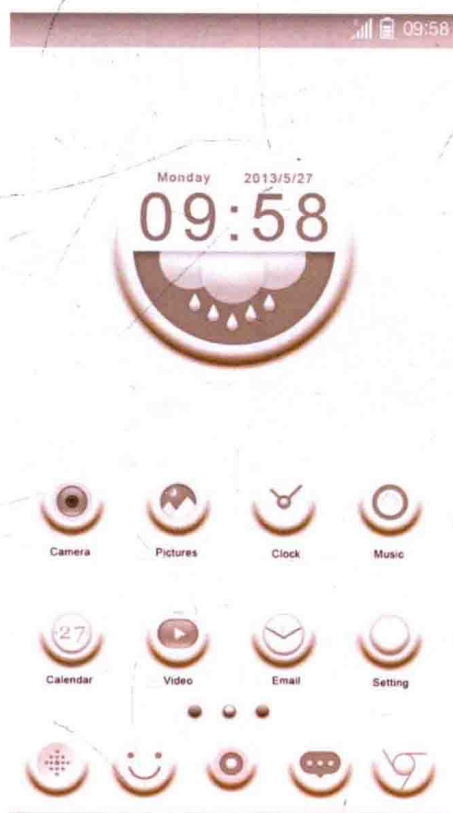


图34



图35



图36



图37

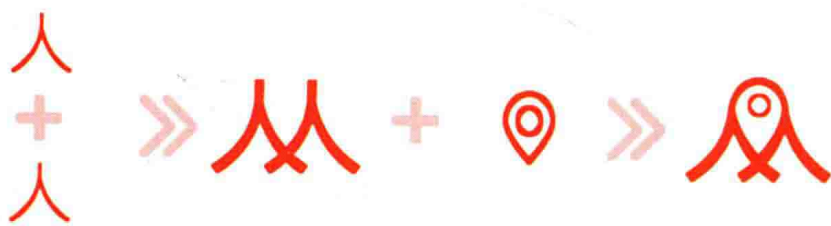


图38



攒人儿
Gathe

图39



图40



Let It Go

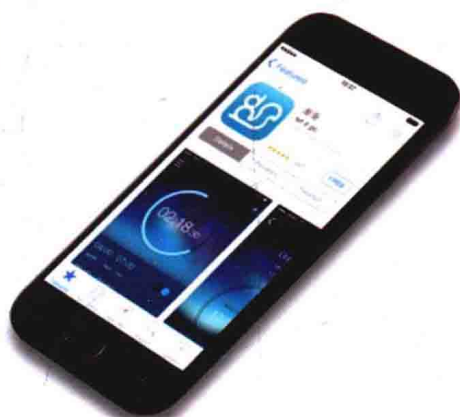


图41

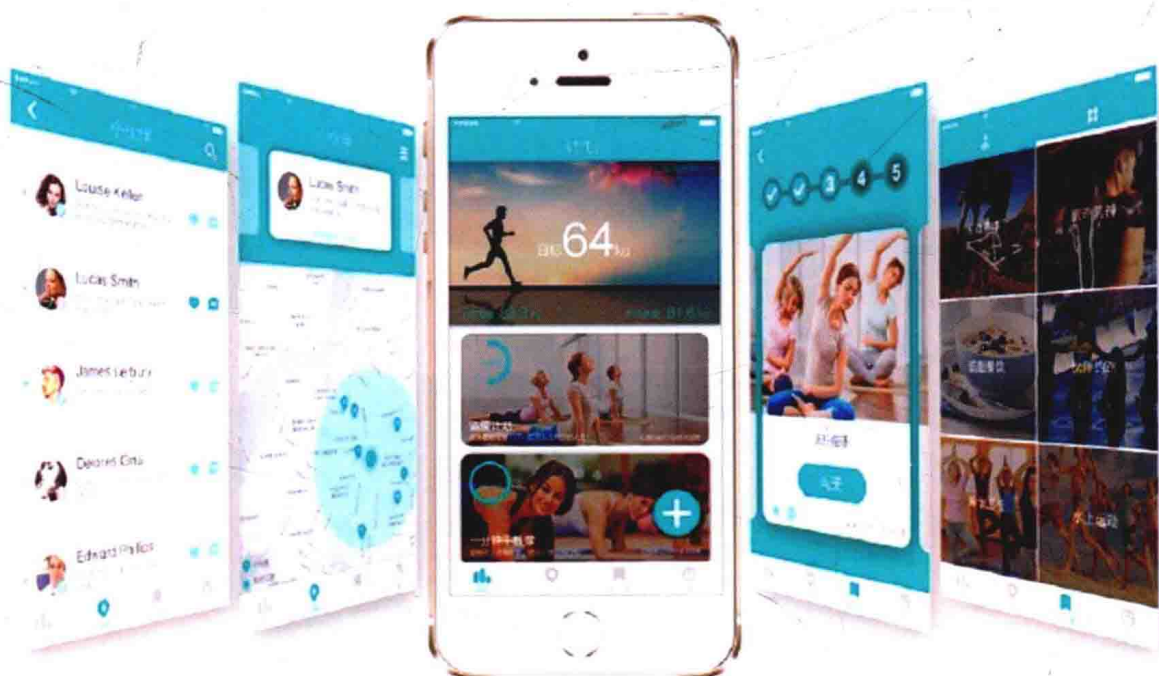


图42



图43



图44

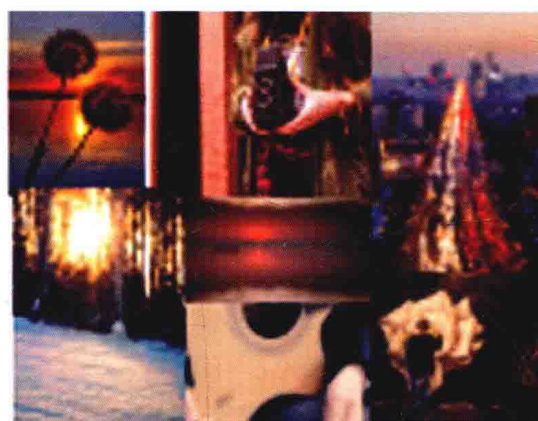


图45



图46



图47

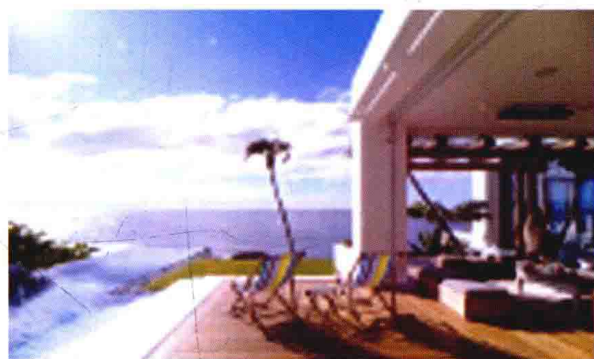


图48



图49

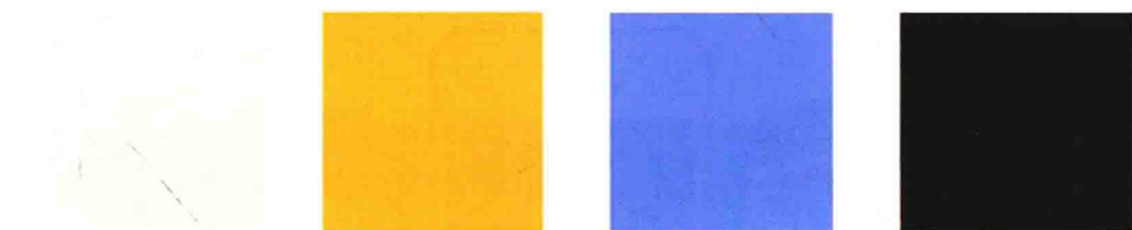


图50



图51



颜色提取

white

图52

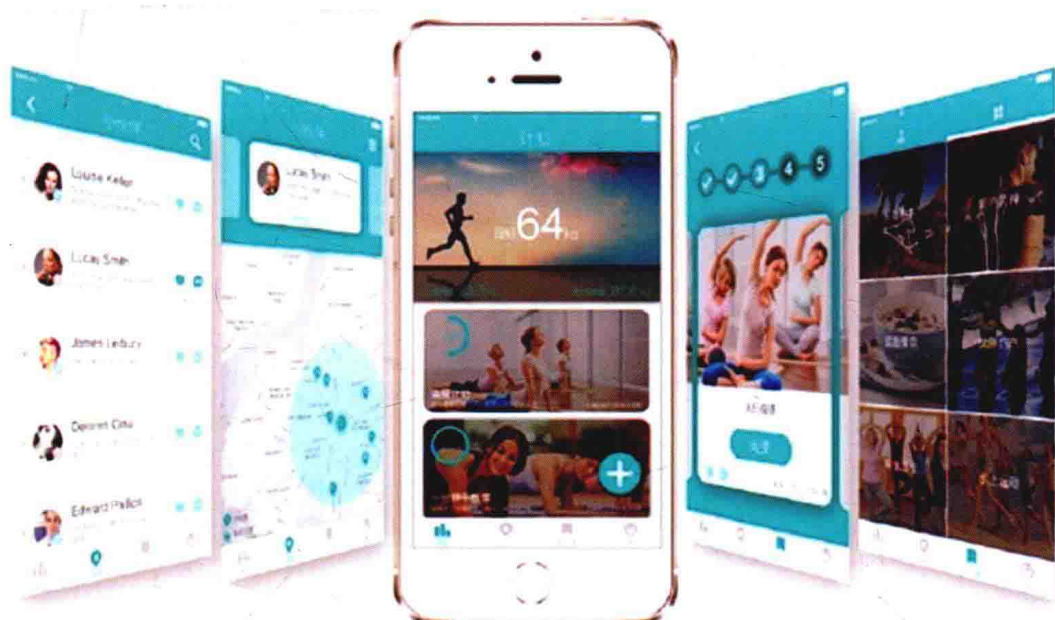


图53

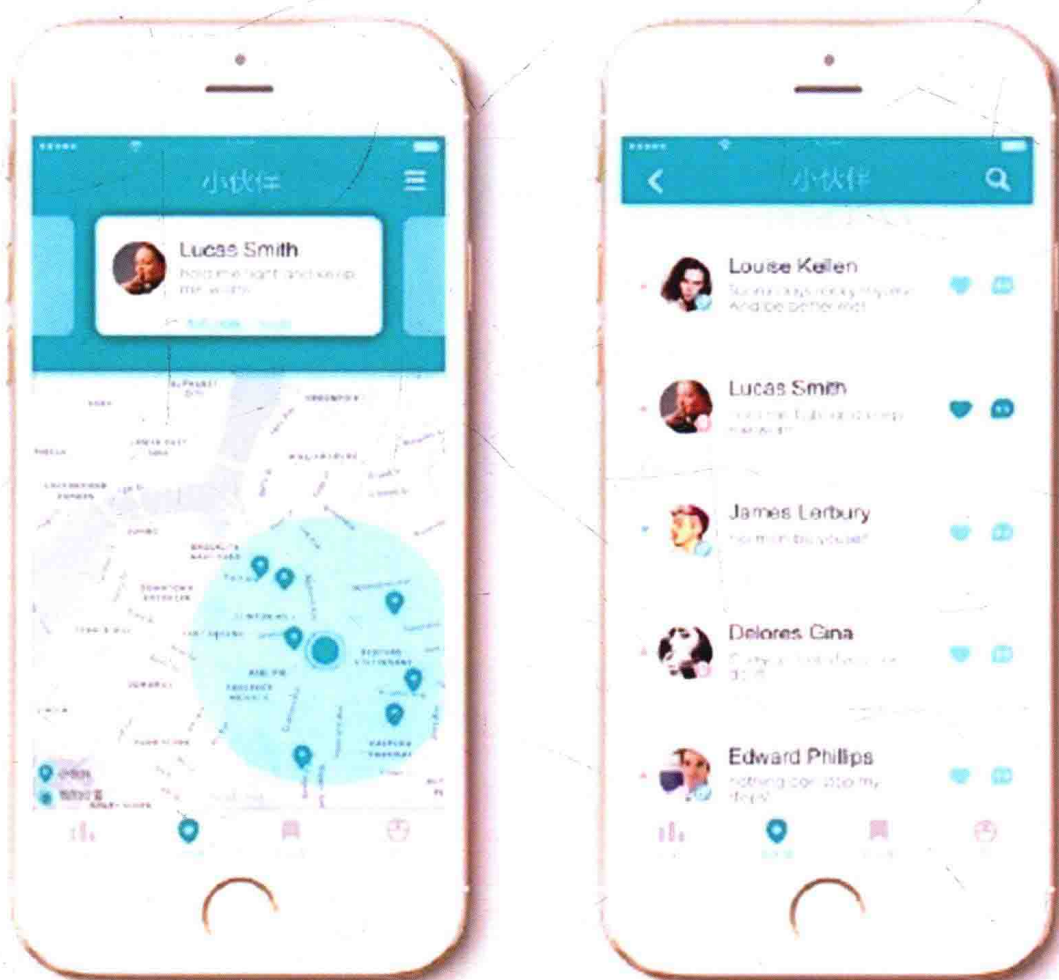


图54

序 未来已来

整个人类文明史上有两个十分重要的时代。第一个是大航海时代，因为大航海运动把所有孤立的大陆上的物种、人种彻底融合在一起，塑造了今天的世界，包括政治格局。第二个就是互联网时代，互联网再一次把全人类的思想融合在了一起。我们虽然不可能重返大航海时代，但庆幸的是我们正身处互联网时代。互联网时代是一个充满机遇的时代，一个微妙的小动作、一个不一样的思维就有可能改变我们已经遵循很多年甚至几百年的生活方式，颠覆我们习惯已久的认知。

互联网时代发展至今已经经历了三个阶段。在 1.0 时代，各个领域的企业争相推出自己的 App 来占领用户的手机端。那是一个只要抓住用户某个很细微的“痛点”就能成就一番事业的年代，我称它为互联网的“寒武纪”，遍地的 App 产品就像生命爆发一样迅速地涌现；到了 2.0 时代，已经接近饱和状态的 App 产品市场开始融合，构建出较为完善的服务平台，提升了某个领域内的所有利益相关人的用户体验；今天，我们结合硬件技术的创新构建产品生态链，步入了 3.0 时代。从智能穿戴到智能家居，从衣食住行到教育医疗，互联网思维已经渗透到我们生活的方方面面，让人们觉得以前在电影里出现的未来的生活场景已经来到了我们面前。不断创新的科技又一次让人类集体亢奋，就像第一次工业革命时期一样，几乎每天都有新的概念产品进入人们的视野。在这样一个全民创新的年代，设计变得尤为重要，因为设计思维尝试解决的就是如何平