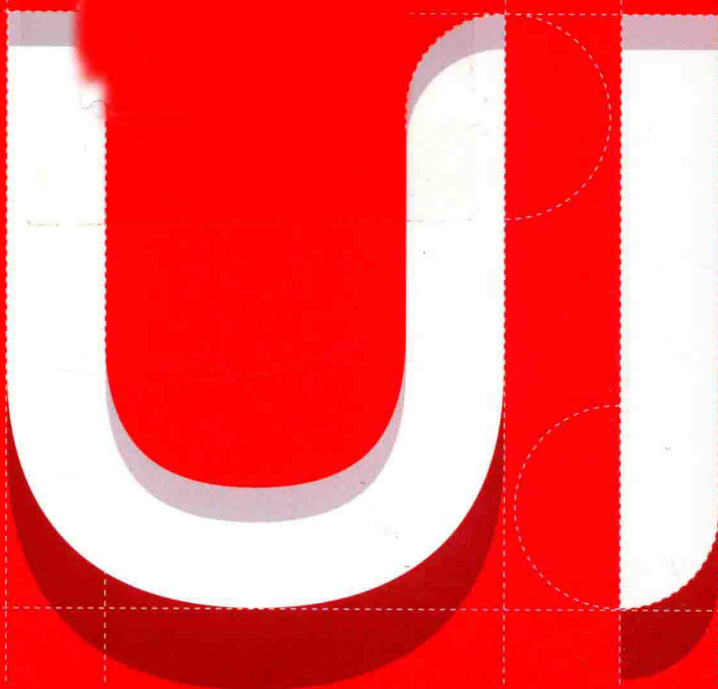


MICU设计

柴米油盐酱醋茶·设计源于生活



新
印象

解构UI界面设计

UI设计师、平面设计师、
交互设计师、产品经理等相关人士的晋升宝典

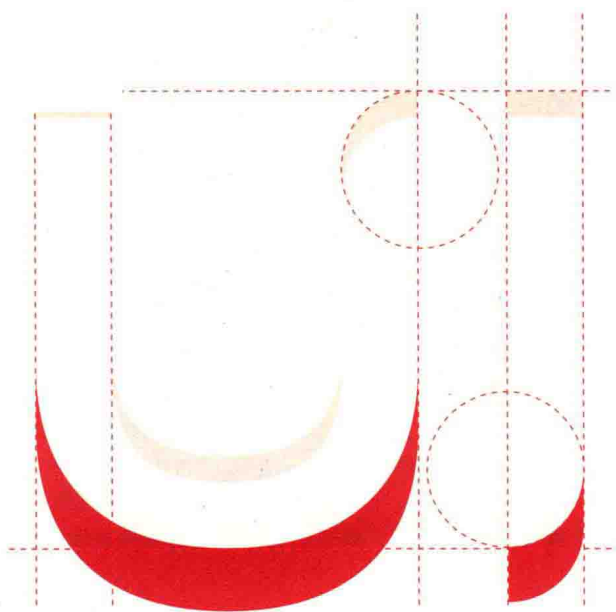
王铎 编著



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



新
印象

解构UI界面设计

王铎 编著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

新印象：解构UI界面设计 / 王铎编著. — 北京：人民邮电出版社，2019.1
ISBN 978-7-115-49227-2

I. ①新… II. ①王… III. ①人机界面—程序设计
IV. ①TP311.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第199283号

内 容 提 要

这是一本全面介绍 UI 设计的书，是帮助初、中级读者快速学习 UI 设计知识、技巧和操作的参考书。

本书从 UI 设计基础入手，结合大量的案例分析，全面深入地讲解了 UI 设计的界面类型、界面构图、版面布局、元素运用、界面用色、设计原则与规范、切图与标注、图标设计及艺术二维码设计等方面的内容。通过丰富的实战练习，帮助读者轻松而高效地掌握 UI 设计的相关技术。

随书附带所有实战案例的源文件和素材文件，方便读者练习。

本书适合 UI 设计师、交互设计师、准备转入 UI 设计方向的平面设计师，以及相关专业的高校学生阅读。

◆ 编 著 王 铎

责任编辑 张丹阳

责任印制 陈 犇

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京瑞禾彩色印刷有限公司印刷

◆ 开本：700 × 1000 1/16

印张：16

字数：430 千字

2019 年 1 月第 1 版

印数：1—4 000 册




2019 年 1 月北京第 1 次印刷




定价：79.00 元


读者服务热线：(010)81055410 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315






广告经营许可证：京东工商广登字 20170147 号

第1章 界面类型 /	009		
1.1 闪屏页	010	1.7.1 单行列表 /	024
1.1.1 品牌宣传型 /	010	1.7.2 双行列表 /	025
1.1.2 节假日关怀型 /	011	1.7.3 时间轴 /	025
1.1.3 活动推广型 /	012	1.7.4 图库列表 /	026
1.2 引导页	013	1.8 播放页面 /	027
1.2.1 功能介绍型（基础型） /	013	1.9 详情页 /	028
1.2.2 情感带入型（中级型） /	014	1.10 可输入页面 /	029
1.2.3 搞笑型（高级型） /	015	 1.11 实战：两步打造炫酷界面 /	030
1.3 浮层引导页 /	016	1.11.1 绘制基础图形 /	030
1.4 空白页 /	017	1.11.2 添加颜色与细节 /	032
1.4.1 首次进入型 /	017		
1.4.2 错误提示型 /	018	第2章 界面构图 /	035
1.5 首页 /	019	2.1 九宫格构图 /	036
1.5.1 列表型 /	019	 案例分析 /	037
1.5.2 图标型 /	020	2.2 圆心放射构图 /	038
1.5.3 卡片型 /	020	 案例分析 /	039
1.5.4 综合型 /	021	2.3 三角形构图 /	041
1.6 个人中心页 /	022	 案例分析 /	041
1.7 列表页 /	024		








2.4 S形构图 /	043
 案例分析 /	044
2.5 F形构图 /	047
 案例分析 /	047
 2.6 实战: 用多种构图方式制作运动 App /	048
2.6.1 用放射构图设计运动页面 /	048
2.6.2 用倒三角形构图设计地图页面 /	053
2.6.3 用三角形构图设计个人页面 /	056

 3.8 实战: 设计智能空气净化器界面 /	080
3.8.1 对页面进行整体布局 /	080
3.8.2 设计“较差”页面 /	082
3.8.3 设计“良好”页面 /	086

第3章 版面布局 / 059



3.1 界面版率 /	060
3.1.1 单色块填充 /	061
3.1.2 多色块组合 /	062
3.1.3 穿插填充 /	062
3.1.4 关键词图形化 /	063
3.1.5 放大文字 /	064
3.2 抠图法 /	065
 案例分析 /	065
3.3 破界法 /	066
 案例分析 /	066
3.4 局部提取 /	069
 案例分析 /	069
3.5 对齐原则 /	070
3.5.1 界面中常用的对齐方式 /	070
3.5.2 小米的登录页 /	072
3.5.3 苹果的登录页 /	073
3.6 间距使用 /	074
 案例分析 /	074
3.7 视觉层次 /	077
 案例分析 /	077


第4章 元素之道 / 087

4.1 点线面 /	088
 案例分析 /	088
4.2 极简至上 /	093
 案例分析 /	093
4.3 品牌灵魂 /	095
 案例分析 /	095
4.4 形象灵魂化 /	096
 案例分析 /	096
4.5 运动赋予生命 /	099
 案例分析 /	099
4.6 菜单设定 /	100
 案例分析 /	100
 4.7 实战: 快速制作品格化界面 /	101
4.7.1 制作圆形头像 /	101
4.7.2 制作品格背景 /	102
4.7.3 制作界面细节 /	104







第5章 “色诱”用户 / 107

5.1 感知色彩 /	108
5.1.1 红色 /	109
5.1.2 橙色 /	110
5.1.3 黄色 /	110


5.1.4 绿色 /	111	6.3.3 Android 的设计尺寸及单位 /	163
5.1.5 蓝色 /	111	6.4 常用字体规范 /	165
5.1.6 粉色 /	112	6.4.1 成也字，败也字 /	165
5.1.7 黑色 /	112	6.4.2 字不过三 /	166
5.2 色不过三 /	113	 案例分析 /	166
 案例分析 /	113	6.4.3 字与背景要分明 /	168
5.3 主色、辅助色及点睛色 /	116	6.4.4 字体与气氛要匹配 /	168
5.3.1 主色 /	116	 案例分析 /	168
5.3.2 辅助色 /	117	6.4.5 常用字体类型 /	169
5.3.3 点睛色 /	118	6.4.6 界面字体规范 /	172
5.4 如何配色 /	119	6.4.7 字体常用颜色 /	174
5.4.1 互补色搭配 /	119	6.5 建立一套设计规范 /	175
5.4.2 冷暖对比搭配 /	121	6.5.1 色彩控件规范 /	176
 5.5 实战：设计一款色彩统一的界面 /123		6.5.2 按钮控件规范 /	177
5.5.1 设计页面图标 /	123	6.5.3 分割线规范 /	177
5.5.2 设计个人中心页 /	128	6.5.4 头像规范 /	177
5.5.3 设计聊天页面 /	132	6.5.5 提示框规范 /	178
		6.5.6 文字规范 /	179
		6.5.7 间距规范 /	180
		6.5.8 图标规范 /	181
		 6.6 实战：打造毛笔字风格的登录页 /182	
		6.6.1 制作基础字体 /	182
		6.6.2 用笔刷设计细节 /	184
第 6 章 设计原则及规范 / 135			
6.1 iOS 的五大设计原则 /	136		
6.1.1 凸显内容原则 /	137		
6.1.2 统一化原则 /	139		
6.1.3 适应化原则 /	140		
6.1.4 层级性原则 /	144		
6.1.5 易操作性原则 /	145		
6.2 iOS 界面尺寸及控件设计规范 /147			
6.2.1 界面尺寸 /	147		
6.2.2 控件规范 /	149		
6.3 Android 设计原则及规范 / 154			
6.3.1 Android 的设计原则 /	154		
6.3.2 Android 的控件设计规范 /	158		
		第 7 章 切图与标注 / 189	
		7.1 高效切图 /	190
		7.1.1 iPhone 屏幕与 Android 手机屏幕的关系 /	190
		7.1.2 Android 的常用单位 /	191
		7.1.3 通用切图法 /	192
		7.1.4 Android “点九”切图法 /	194
		7.2 界面标注 /	197
		7.2.1 标注软件 /	197

7.2.2 标注规范 /	198
 7.3 实战: 为一款首页界面切图 /	201
7.3.1 切图分析 /	201
7.3.2 iOS 切图 /	203
7.3.3 Android 切图 /	205




第8章 图标设计 / 207

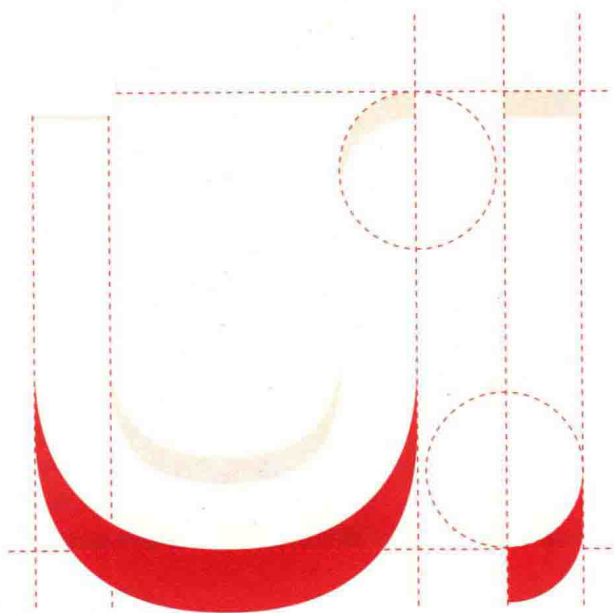
8.1 图标创意 /	208
8.1.1 卡通形象化 /	208
8.1.2 关键词图形化 /	208
8.1.3 字体直观化 /	209
 案例分析 /	209
8.2 图标类型 /	210
8.2.1 像素图标 /	210
 案例分析 /	211
8.2.2 拟物化图标 /	212
8.2.3 扁平化图标 /	212
 案例分析 /	214
8.2.4 线性图标 /	215
 案例分析 /	215
8.2.5 立体图标 /	217
 案例分析 /	217
 8.3 实战: 绘制功能图标 /	219
8.3.1 功能图标设计规范 /	219
8.3.2 功能图标绘制过程 /	220
 8.4 实战: 制作立体图标 /	227

8.4.1 制作透视网格 /	227
8.4.2 制作立体字 /	228
8.4.3 制作灯泡 /	229
8.4.4 制作光晕 /	230

 8.5 实战: 快速制作线条流畅的 Logo /	231
8.5.1 制作 Logo 形状的辅助线 /	231
8.5.2 生成 Logo 路径形状 /	232
8.5.3 将辅助线设置为虚线 /	234

第9章 高端艺术二维码 / 235

9.1 原理结构 /	236
9.2 动态二维码的表现 /	239
9.2.1 MICU 二维码——航行 /	239
9.2.2 MICU 二维码——音乐节 /	240
9.2.3 MICU 二维码——清凉夏日 /	241
9.2.4 MICU 二维码——UI 疫苗站 /	241
9.2.5 MICU 二维码——设计乐园 /	242
 案例分析 /	242
 9.3 实战: 制作宝马春节艺术二维码 /	245
9.3.1 制作原码 /	245
9.3.2 设计二维码 /	246
9.3.3 制作动效 /	249
 9.4 实战: 快速制作界面动态展示图 /	253
9.4.1 导入 GIF 并转为智能对象 /	253
9.4.2 制作透视展示图 /	254



新
印象

解构UI界面设计

王铎 编著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (CIP) 数据

新印象：解构UI界面设计 / 王铎编著. — 北京：人民邮电出版社，2019.1
ISBN 978-7-115-49227-2

I. ①新… II. ①王… III. ①人机界面—程序设计
IV. ①TP311.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第199283号

内 容 提 要

这是一本全面介绍 UI 设计的书，是帮助初、中级读者快速学习 UI 设计知识、技巧和操作的参考书。

本书从 UI 设计基础入手，结合大量的案例分析，全面深入地讲解了 UI 设计的界面类型、界面构图、版面布局、元素运用、界面用色、设计原则与规范、切图与标注、图标设计及艺术二维码设计等方面的内容。通过丰富的实战练习，帮助读者轻松而高效地掌握 UI 设计的相关技术。

随书附带所有实战案例的源文件和素材文件，方便读者练习。

本书适合 UI 设计师、交互设计师、准备转入 UI 设计方向的平面设计师，以及相关专业的高校学生阅读。

◆ 编 著 王 铎

责任编辑 张丹阳

责任印制 陈 犇

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京瑞禾彩色印刷有限公司印刷

◆ 开本：700 × 1000 1/16

印张：16

字数：430 千字

2019 年 1 月第 1 版

印数：1—4 000 册

2019 年 1 月北京第 1 次印刷

定价：79.00 元

读者服务热线：(010)81055410 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京东工商广登字 20170147 号

本书系统地阐述了界面设计所需的各方面知识，真实再现了一款 App 的设计全过程。同时，本书让我感受到了王铎强大的总结与整合能力，以及乐于分享的精神，这是读者的福音。最后，本人发自内心地说一句：“这是一本值得入手学习的 UI 设计书。”

——360 设计总监 原雪梅

刚和王铎成为同事的时候，觉得他是一位很年轻的设计师。但是相处一段时间后，却发现他是一位聪明、有想法、执行力很强的设计师，给我造成了不小的“压力”。后来王铎做公众号、开培训班，我们经常可以看到一些质量很高的爆款文章，他的培训课件、学员作品也是一流的。本书涵盖的 App 界面设计流程和方法，不仅能帮助刚入门的设计师少走弯路（获得有效的设计方法），也能帮助成熟的设计师更新自己的知识库。除了这些以外，本书还有很多独特的设计研究，如字体设计和二维码设计等。希望这本书能为中国设计圈带来新的活力，让中国的设计变得更加美好！

——Boss 直聘设计总监 蔡佳宏

很荣幸能成为王铎的第一批读者。王铎的这本 UI 设计书，我从头到尾阅读了一遍。其中，最让我感兴趣的是关于二维码的内容。虽然现在二维码随处可见，但是能将技术分享出来的设计师很少，在这一点上，我很赞赏王铎的奉献精神。本书不仅讲解设计理论，还在讲解理论的同时，加入了很多的设计案例分析，同时每章都安排了相应的设计案例供大家练习。本人发自内心地将这本书推荐给大家，因为这本书值得大家一看。

——UI 中国联合创始人 / 小米生态链创意中心总监 朱君

很多 UI 设计师比较看重界面设计的形式感与美观度，这是没有错的，但是大家往往会忽略一个前提，就是先要充分了解界面设计的工作流程并掌握基础设计方法。这个前提是做好界面设计的基石，只有这样，作品才不会徒有其表。本书对 UI 设计的工作流程进行了详尽的讲解，不仅包含设计方法和思考方式，还加入了实际案例与平面设计、视觉传达的基础理论。我相信，无论是界面设计初学者，还是具有一定 UI 设计经验的设计师，在读完本书之后都会有丰富的收获和全新的感悟。欣赏王铎的总结能力与分享精神，真心将这本书推荐给大家！

——抖音设计总监 王运恢

前言

PREFACE

在這些年的工作中，我積累了一些較成體系的行業知識。我熱衷於分享，所以寫了這本 UI 設計書。在日常工作中，我常做的是視覺設計與用戶體驗，因此這本書的內容也是圍繞這兩方面展開的。

UI 設計到底是什麼？學生經常問我這個問題。UI 設計師不僅僅是做視覺設計，還要了解軟件的人機交互、操作邏輯和界面視覺的整體設計。UI 設計師，不是單純的美工，UI 設計也不只是畫圖標那麼簡單，我們要更多地去考慮產品和用戶的需求，用自己的思維去判斷用戶想要什麼。

我在 2010 年進入騰訊工作，算是較早進入 UI 設計行業的一批人。雖然當時的智能手機剛剛興起，但是智能手機的 UI 操作讓我興奮不已，從此我便在 UI 設計這條道路上策馬揚鞭，奮鬥至今。在騰訊任職的那些年，我發現，原來一個設計師可以讓上千萬甚至上億的用戶看到自己的設計作品，這大大體現了設計師的價值。還有一點讓我感觸頗深，那就是設計與用戶的交流可以讓設計變得更具實用性和易用性，讓產品的體驗感更好，也就是說設計要一對一到用戶，直接與用戶產生親密接觸，那麼設計就變得更符合人機的交互形式了。換句話來說，UI 設計離不開人機交互，離不開用戶體驗。

2014 年，我進入今日頭條任職，這是一家非常有創新意識的公司。當時我做的是媒體資訊這一塊，發現設計師應該將知識和技術分享出來，因此做了“MICU 設計”這個公眾號。在做公眾號的這幾年內，我總結出一套比較成體系的設計思路和方法，正好借出書這個機會，以書面的形式分享給大家。

我做了兩年多的 UI 培訓，帶過 2000 多位學員，通過與這些學員的交流，我感受到了他們學習 UI 設計的迫切心理。我希望可以通過簡潔的文字和具有針對性的實戰案例，讓更多的人更好地學習 UI 設計。如果大家想要了解更多的設計思路，或者想獲取設計素材及更多的設計教程，可以關注我的公眾號“MICU 設計”。

祝大家在學習的道路上百尺竿頭，更進一步！




王鋒




2018 年 10 月








资源下载


试读结束：需要全本请在线购买：www.ertongbook.com

第1章 界面类型 /	009		
1.1 闪屏页	010		
1.1.1 品牌宣传型 /	010	1.7.1 单行列表 /	024
1.1.2 节假日关怀型 /	011	1.7.2 双行列表 /	025
1.1.3 活动推广型 /	012	1.7.3 时间轴 /	025
1.2 引导页	013	1.7.4 图库列表 /	026
1.2.1 功能介绍型（基础型） /	013	1.8 播放页面 /	027
1.2.2 情感带入型（中级型） /	014	1.9 详情页 /	028
1.2.3 搞笑型（高级型） /	015	1.10 可输入页面 /	029
1.3 浮层引导页 /	016	 1.11 实战：两步打造炫酷界面 /	030
1.4 空白页 /	017	1.11.1 绘制基础图形 /	030
1.4.1 首次进入型 /	017	1.11.2 添加颜色与细节 /	032
1.4.2 错误提示型 /	018		
1.5 首页 /	019	第2章 界面构图 /	035
1.5.1 列表型 /	019	2.1 九宫格构图 /	036
1.5.2 图标型 /	020	 案例分析 /	037
1.5.3 卡片型 /	020	2.2 圆心放射构图 /	038
1.5.4 综合型 /	021	 案例分析 /	039
1.6 个人中心页 /	022	2.3 三角形构图 /	041
1.7 列表页 /	024	 案例分析 /	041








2.4 S形构图 /	043
 案例分析 /	044
2.5 F形构图 /	047
 案例分析 /	047
 2.6 实战: 用多种构图方式制作运动 App /	048
2.6.1 用放射构图设计运动页面 /	048
2.6.2 用倒三角形构图设计地图页面 /	053
2.6.3 用三角形构图设计个人页面 /	056

第3章 版面布局 / 059

3.1 界面版率 /	060
3.1.1 单色块填充 /	061
3.1.2 多色块组合 /	062
3.1.3 穿插填充 /	062
3.1.4 关键词图形化 /	063
3.1.5 放大文字 /	064
3.2 抠图法 /	065
 案例分析 /	065
3.3 破界法 /	066
 案例分析 /	066
3.4 局部提取 /	069
 案例分析 /	069
3.5 对齐原则 /	070
3.5.1 界面中常用的对齐方式 /	070
3.5.2 小米的登录页 /	072
3.5.3 苹果的登录页 /	073
3.6 间距使用 /	074
 案例分析 /	074
3.7 视觉层次 /	077
 案例分析 /	077



 3.8 实战: 设计智能空气净化器界面 /	080
3.8.1 对页面进行整体布局 /	080
3.8.2 设计“较差”页面 /	082
3.8.3 设计“良好”页面 /	086


第4章 元素之道 / 087

4.1 点线面 /	088
 案例分析 /	088
4.2 极简至上 /	093
 案例分析 /	093
4.3 品牌灵魂 /	095
 案例分析 /	095
4.4 形象灵魂化 /	096
 案例分析 /	096
4.5 运动赋予生命 /	099
 案例分析 /	099
4.6 菜单设定 /	100
 案例分析 /	100
 4.7 实战: 快速制作品格化界面 /	101
4.7.1 制作圆形头像 /	101
4.7.2 制作品格背景 /	102
4.7.3 制作界面细节 /	104







第5章 “色诱”用户 / 107

5.1 感知色彩 /	108
5.1.1 红色 /	109
5.1.2 橙色 /	110
5.1.3 黄色 /	110


5.1.4 绿色 /	111	6.3.3 Android 的设计尺寸及单位 /	163
5.1.5 蓝色 /	111	6.4 常用字体规范 /	165
5.1.6 粉色 /	112	6.4.1 成也字，败也字 /	165
5.1.7 黑色 /	112	6.4.2 字不过三 /	166
5.2 色不过三 /	113	 案例分析 /	166
 案例分析 /	113	6.4.3 字与背景要分明 /	168
5.3 主色、辅助色及点睛色 /	116	6.4.4 字体与气氛要匹配 /	168
5.3.1 主色 /	116	 案例分析 /	168
5.3.2 辅助色 /	117	6.4.5 常用字体类型 /	169
5.3.3 点睛色 /	118	6.4.6 界面字体规范 /	172
5.4 如何配色 /	119	6.4.7 字体常用颜色 /	174
5.4.1 互补色搭配 /	119	6.5 建立一套设计规范 /	175
5.4.2 冷暖对比搭配 /	121	6.5.1 色彩控件规范 /	176
 5.5 实战：设计一款色彩统一的界面 /123		6.5.2 按钮控件规范 /	177
5.5.1 设计页面图标 /	123	6.5.3 分割线规范 /	177
5.5.2 设计个人中心页 /	128	6.5.4 头像规范 /	177
5.5.3 设计聊天页面 /	132	6.5.5 提示框规范 /	178
		6.5.6 文字规范 /	179
		6.5.7 间距规范 /	180
		6.5.8 图标规范 /	181
		 6.6 实战：打造毛笔字风格的登录页 /182	
		6.6.1 制作基础字体 /	182
		6.6.2 用笔刷设计细节 /	184
第 6 章 设计原则及规范 / 135			
6.1 iOS 的五大设计原则 /	136		
6.1.1 凸显内容原则 /	137		
6.1.2 统一化原则 /	139		
6.1.3 适应化原则 /	140		
6.1.4 层级性原则 /	144		
6.1.5 易操作性原则 /	145		
6.2 iOS 界面尺寸及控件设计规范 /147			
6.2.1 界面尺寸 /	147		
6.2.2 控件规范 /	149		
6.3 Android 设计原则及规范 / 154			
6.3.1 Android 的设计原则 /	154		
6.3.2 Android 的控件设计规范 /	158		
		第 7 章 切图与标注 / 189	
		7.1 高效切图 /	190
		7.1.1 iPhone 屏幕与 Android 手机屏幕的关系 /	190
		7.1.2 Android 的常用单位 /	191
		7.1.3 通用切图法 /	192
		7.1.4 Android “点九”切图法 /	194
		7.2 界面标注 /	197
		7.2.1 标注软件 /	197

7.2.2 标注规范 /	198
 7.3 实战: 为一款首页界面切图 /	201
7.3.1 切图分析 /	201
7.3.2 iOS 切图 /	203
7.3.3 Android 切图 /	205




第8章 图标设计 / 207

8.1 图标创意 /	208
8.1.1 卡通形象化 /	208
8.1.2 关键词图形化 /	208
8.1.3 字体直观化 /	209
 案例分析 /	209
8.2 图标类型 /	210
8.2.1 像素图标 /	210
 案例分析 /	211
8.2.2 拟物化图标 /	212
8.2.3 扁平化图标 /	212
 案例分析 /	214
8.2.4 线性图标 /	215
 案例分析 /	215
8.2.5 立体图标 /	217
 案例分析 /	217
 8.3 实战: 绘制功能图标 /	219
8.3.1 功能图标设计规范 /	219
8.3.2 功能图标绘制过程 /	220
 8.4 实战: 制作立体图标 /	227

8.4.1 制作透视网格 /	227
8.4.2 制作立体字 /	228
8.4.3 制作灯泡 /	229
8.4.4 制作光晕 /	230

 8.5 实战: 快速制作线条流畅的 Logo /	231
8.5.1 制作 Logo 形状的辅助线 /	231
8.5.2 生成 Logo 路径形状 /	232
8.5.3 将辅助线设置为虚线 /	234

第9章 高端艺术二维码 / 235

9.1 原理结构 /	236
9.2 动态二维码的表现 /	239
9.2.1 MICU 二维码——航行 /	239
9.2.2 MICU 二维码——音乐节 /	240
9.2.3 MICU 二维码——清凉夏日 /	241
9.2.4 MICU 二维码——UI 疫苗站 /	241
9.2.5 MICU 二维码——设计乐园 /	242
 案例分析 /	242
 9.3 实战: 制作宝马春节艺术二维码 /	245
9.3.1 制作原码 /	245
9.3.2 设计二维码 /	246
9.3.3 制作动效 /	249
 9.4 实战: 快速制作界面动态展示图 /	253
9.4.1 导入 GIF 并转为智能对象 /	253
9.4.2 制作透视展示图 /	254

—第一章—

界面类型

INTERFACE TYPE

1.1 闪屏页

每次打开 App 时第一眼看到的就是闪屏页（又称启动页），该页面承载了用户对这款 App 的第一印象，因此对设计的要求是很考究的。闪屏页给用户观看的时间很短，通常只有一秒的时间，因此，如何在这么短的时间内表达出产品的定位就是设计师需要重点考虑的问题。只有设计出定位明确且吸引人的闪屏页，才能加深用户对产品的认知度。闪屏页分为品牌宣传型、节假日关怀型和活动推广型 3 种类型，不同类型的闪屏页承载的内容信息和表达方式也不一样。

1.1.1 品牌宣传型

App 的闪屏页是为了体现产品的品牌而设定的，主要组成部分是“产品名称 + 产品形象 + 产品广告语”，如图 1-1 所示。品牌宣传型的闪屏页是最为直白的闪屏页，设计较为精简，力求凸显品牌特点。



图 1-1 品牌宣传型闪屏页