

D E S I G N
W I T H O U T
B O R D E R S
G U I D E B O O K
F O R
U I
D E S I G N E R S

视界·无界

王涵 编著

视界·无界 2.0

写给UI设计师的设计书

ZCOOL站酷
站酷力荐图书



视界·无界 2.0
写给 UI 设计师的设计书

王涵 编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书作者经过3年的沉淀和总结,力求更详尽地给刚入行或碰到瓶颈的设计师们解读:什么是UI? UI设计和其他职业有什么区别? 我该学什么软件? 从零基础如何一步步地提升? 该培养自己什么样的习惯才能成为一名好的设计师? 工作中的正确流程是什么样的? 对于配色、设计质量等有没有可以提升的技巧? 该如何进入大公司,又如何应对面试? 如何对设计外包单报价? 一名优秀的设计师应该遵守什么样的戒律?

工具书对大家的帮助是阶段性的,而本书更像一本设计师思维经验上的规划指导用书。书籍并不能告诉你该走什么捷径,因为设计不会有捷径,但是可以告诉你如何少走弯路。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

视界·无界2.0:写给UI设计师的设计书/王涵编著.--北京:电子工业出版社,2019.6
ISBN 978-7-121-36113-5

I. ①视… 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(2019)第042377号

责任编辑:张艳芳 特约编辑:刘红涛

印 刷:北京捷迅佳彩印刷有限公司

装 订:北京捷迅佳彩印刷有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编:100036

开 本:720×1000 1/16 印张:21 字数:537.6千字

版 次:2019年6月第1版

印 次:2019年6月第1次印刷

定 价:99.00元

广告经营许可证号:京海工商广字第0258号

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888,88258888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式:(010)88254161~88254167转1897。



王涵（牛MO王）

BIGD创始人兼创意总监

Adobe ACA中国设计委员会理事会员

Adobe 认证交互设计师

辽宁省青年设计协会理事

站酷十周年十大人气设计师 / 推荐设计师

UI中国全国十佳UI设计师

网页设计联盟全国十佳网页设计师



视界·无界 2.0

本书特别献给王梓年、王梓好两位小朋友。

你们的诞生，让我更加热爱这项事业和这个世界。

时光匆匆，人生漫漫。

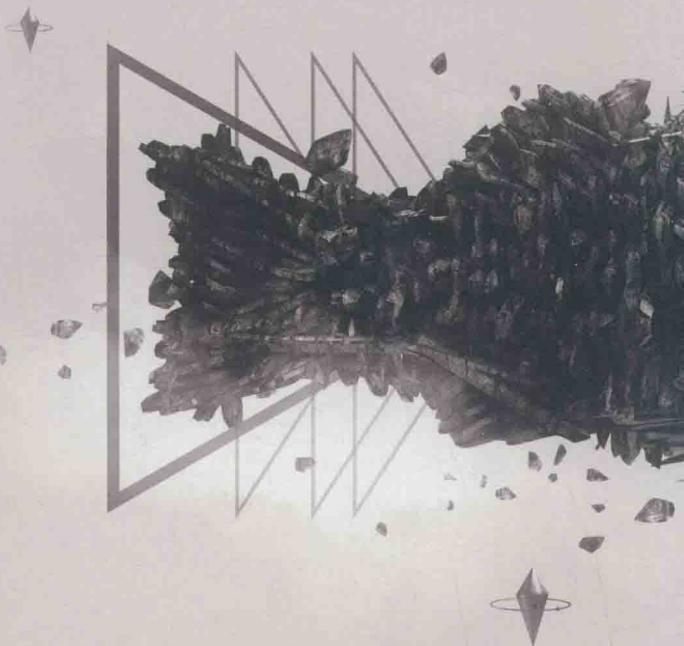
只望你们健康成长，开心地度过每一天，

坚持自己的坚持，热爱自己的热爱。

开启视界之旅 >

序

Preface



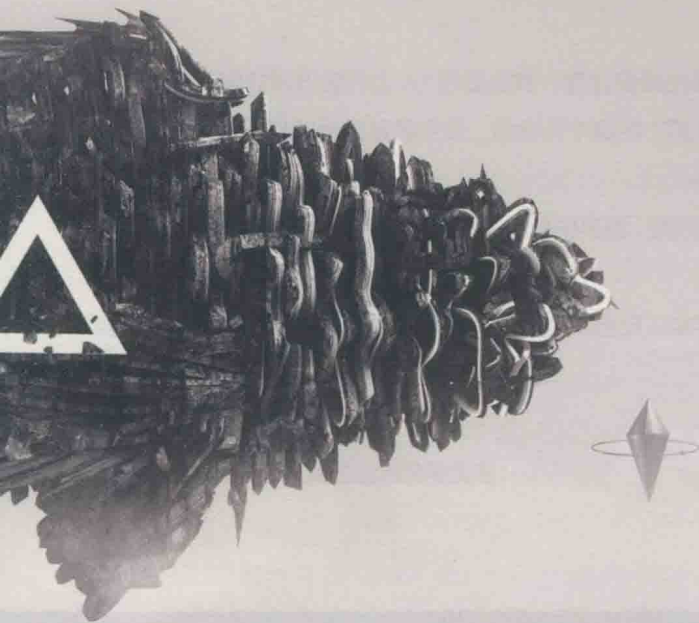
本来我是要为牛 MO 王（以下称阿牛）的书写推荐的，但是我觉得还是写序比较好。

基本上我是看着阿牛成长起来的。大家都知道阿牛几乎是 UI 界人人知晓的“大神”，却不知道他其实也是从一个小设计师做起的，而他的成长历程本身就是一个非常励志的故事。我是真的没想到，这个小伙可以通过自己的努力，“牛”到这种程度。

大概是 2010 年，我们在一家业内知名的互动广告公司做同事。那时他也不叫牛 MO 王，而我已经是业内知名的、所谓的“大神”，在我看来他真的是一个“菜鸟”。我们都挺慢热的，以至于在一个公司里，在座位非常近的情况下，相互之间 3 个月都没有说过话。这也是我们之后经常拿来打趣的梗。但是几个月的工作接触下来，我发现他有种特别的潜质——一种坚韧不拔的毅力和对工作的认真与负责，以及北方人的重情重义与爽朗。

从此，我们成了无话不谈的好友。

后来他去大连，在大连的一家大型软件公司做 UI 设计。其实，大连的设计氛围非常一般。即使在专业的设计公司里，大部分人也是混日子。要知道，一个公司的工作氛围很重要，一个大部分人都混日子的公司很容易影响一个人的工作状态。



但是他没有受到影响。

有一次他到北京出差，我们见了一面。我还记得他兴奋地跟我描述如何画一个图标的情景，并用 iPad 给我展示了他给某个品牌画的一套图标，然后给我讲解每个图标他是怎么思考又是怎么完成的。

其实，认真这件事，非常要命。他可以认真到用好几天的时间去抠一个图标，细节细致到每一个像素。我想，他对 UI 的热爱，大概源于他对每一个像素的热爱吧。当时我就觉得他是真的喜欢这个、擅长这个。几年之后，果然如此。

我也曾带出过很多人，包括几名站酷网推荐设计师。现在这个时代，懂得感恩的人依旧不多，但阿牛是其中之一。他是一个很真诚的人，真诚到办培训班之后还建议别人自学。很多做 UI 设计的小伙伴都知道，阿牛的文章帮助了很多人。

之所以我能为阿牛写这么多，和他的经历是分不开的。他做过平面设计、网站、互动网站，转到 UI 设计方向简直可以说是顺风顺水。

商业设计并不是一个封闭的系统，它是相通的。任何一个学习 UI 设计的小伙伴如果能

掌握基本的平面设计、网站排版甚至品牌设计等，那么他在 UI 上的造诣是非常深的。如果没有这些经历，他怎么会写出这些东西？在这个行业内，缺少的就是他这样无私分享的人。尤其是他的 UI 系列文章，影响了很多人。

或许有人不喜欢他，但无法否认的是，更多的新人看了他的文章以后，少走了很多弯路，如此就够了。

就像他的签名——“人活着就要实现自己吹过的牛。”我相信，这个小伙总有一天会实现自己的梦想。

奥美前创意副总监 / 赤云社创始人 灰昼



自序

Preface

我是谁

我的网名是牛 MO 王。牛是生肖，MOMO 是我于 2006 年创作的表情，王是本姓。

大学就读于吉林动画学院（现在被称为“中国动漫产业的黄埔军校”）。当初在我入学的时候，这并不是一所有名的大学。

高考之后填写报考学校的时候，因病不能填写志愿，那时又没有手机，所以同桌阴差阳错地帮我报了吉林艺术学院动画系和吉林动画学院设计系。但我并没有因此自暴自弃——既然选择了设计系，就努力做下去。同系比我起步早的人有很多，绘画能力比我高的人也不少，但我却总能获得优秀作业奖。只是因为我比别人用心，态度更认真。

大四时我利用课余时间玩起了 Flash，而且帮助互动专业的同学做了两分钟的动画作为其毕业设计，被评为优秀毕业设计。

毕业后，我在北京某外企公司做平面设计，俗称小美工。虽然安逸，可内心的灵魂总是会因互联网潮流的发展而躁动。

当我接触网页设计后便无法自拔，于是以低薪进入互动广告行业，做起了互动设计师。刚接触网页设计半年的我，因为同事的一句“你一辈子都不可能上 68 设计联盟专访”的玩笑而暗自下定决心，半年后我接受了 68 设计联盟专访，并且获得“2010 年度中国十佳优秀网页设计师”殊荣。当时，68 设计联盟是国内最大的网页设计平台。

后来随着移动互联网时代的来临，我再次转行，成了 UI 设计师。由于离开了北京，因此学习交流就靠网络。

在大连这座城市，我的职位是 UED(用户体验设计师)，在一个全国有 3 万名员工的企业，只有我一个设计师的 200 人的部门，一做就是 3 年。3 年时间，说长不长，说短不短，我在这里经历了很多风风雨雨。

2014 年，我终于下定决心组建了 BIGD 这个团队，并且注册了大连必格设计有限公司。

2015 年，翻开新的篇章，很荣幸在年初的时候，我和合伙人 aiki007 获得了“UI 中国十佳 UI 设计师”的殊荣，这是对我们莫大的鼓励和荣耀，更是促进我行动的源泉。同年，我拿到了 Adobe 交互设计师资格证书，我相信未来迎接我的便是光明，也深刻地领悟到“越努力越幸运”这句话的含义。

2016 年，站酷举办十周年活动，我再次入选“站酷十大人气设计师”，而且 BIGD 团队入选“站酷十大最酷团队”，这是一份新的挑战、新的荣耀。

2017 年，我成为辽宁省青年设计协会理事，也担负更大的责任，期待为更多新行业里的新人带来更多价值，培养更多年轻的设计从业者，让他们具有正确的三观和正直的态度。

我走得并不快，底子并不厚，不过即使是蜗牛般的速度，我还是会不断地向前爬行。因为我从不服输，我相信，即使不在一线城市，不在所谓的互联网巨头企业中，我仍然能做一名优秀的设计师。

这就是我，一个以蜗牛般的速度前进的设计师。

为什么要写这本书

业内比我优秀的人有很多，这本书的编著是一个非常有趣的契机。以前的我经常活跃于站酷网，后来有幸成为站酷网推荐设计师。刚入行的时候，深知求学的痛苦——没有人指导，只有自己去摸索，走过很多弯路，吃过很多苦头。现在稍微有一点点成绩，感觉可以给大家分享一些经验，帮助新人朋友避免走弯路。于是，在站酷网、UI 中国（前身为 iconfans）、优秀网页设计等平台分享了很多内容，包括 UI 系列文章、图标案例教程、交互动画教程等。

在各大平台也收到过很多朋友的私信，向我咨询相关知识。基本上每一个问题我都会耐心、认真地去解答，后来发现问题实在是太多了，而且有很多问题都是相似的，并且大

多数人也都在问与技法相关的问题，很多朋友希望我能出书，让更多的人受益。当时我已经萌发了出书的念头，只是觉得没有找到合适的出版社。

后来，电子工业出版社的编辑找到了我，问我有没有意向出一本关于 UI 设计教程的书，我想这正好是个机会，于是在网络上发表了 UI 系列文章，没想到反响非常好。由于内容有趣，以至于被很多平台转载，这让我感到非常高兴。同时也更加觉得这个行业太需要一本书来为初学者指点迷津了，于是埋头写完这本书。后来发现 UI 不是三言两语就能讲完的，需要更加通俗易懂、接地气的词语和案例才能说清楚，所以在编写这本书的时候，我尽可能地用比喻及通俗的语言去说明，希望看到这本书的读者会接受并喜欢这样的方式。在这里，感谢编辑对我的支持与帮助！不能说这本书是业内标杆，但是我会尽自己最大的努力去帮助和指导新人步入 UI 殿堂。

这本书有什么不同

如果你不慎入错了行业，或者想转行，并且对 UI 设计有浓厚的兴趣，或者想提升自己，或者想了解设计团队的执行和管理，那么我非常推荐你看这本书，我相信，这里的内容和思路一定会对你日后的工作有很大的帮助。

同时我也建议，即使你已经掌握了其中的部分内容，也应该花一些时间耐心、细致地看完，相信一定会有不一样的收获，这也是我最期待的结果。

感谢那些人

一路走来，既坎坷又幸运。

由衷地感谢那些帮助我的人，那些支持我的人，因为是他们激励我在这个行业做出了些许成绩。如今，我相信自己可以去帮助更多的年轻设计师，这是我存在的价值和应尽的责任。同时也寄语即将踏上设计旅程的朋友们，设计是源于生活、服务于生活的，不应该闭门造车，多分享才能彼此进步，才能不断地去改善中国设计的大环境，我认为，这是一名设计师应有的态度和应具备的一种责任感。

最后，真诚地对书籍对面的每一位读者说一声：“谢谢！”

再版序

Preface for the Second Edition

互联网产品都会进行版本的迭代更新，书籍同样如此。

我要深深地感谢一直以来关注、支持我和《视界·无界：写给 UI 设计师的设计书》第 1 版的读者朋友们，感谢大家对书籍内容的肯定。在京东、豆瓣读书、微信读书等平台看到大家对书籍的赞誉和肯定，让我有莫大的荣誉感。

在 2016 年写完人生第一本书的时候，我真的非常开心。图书出版后不断地重印，让我完全没想到阅读这本书的读者如此之多。在得到赞誉的同时，我也看到了一些意见和建议，这让我产生了很多遗憾，为此做一个深刻的反省。同时也暗自下定决心，要让修订版的内容更丰富。

首先，对于第 1 版的封面，原本的设计想法是无论反正、上下，在不同的角度都能读出“视界无界”这个名字，却也忽略了识别性，造成有几位读者加我微信告诉我说这个名字真的很难辨认。其次，内容上即使经过多次校对，还是出现了错误，这让我觉得很惭愧。书籍应该是非常严肃的事情，一点点文字疏忽都可能会让读者误解，应该更加认真、仔细校对。再次，由于写这本书的时候是 2014 年，而历经两年的时间，在 2016 年出版印刷时，其中很多资讯、信息已经随时代过时，也有很多内容没有及时更新。

关于一些细节内容，比如，设计师的报价技巧、如何详细地将报价单提交给客户、面试简历的具体内容，而且很多内容缺少画面实例和数据表格等，这些都是大家非常关心的问题。

在众多评价中，我看到有读者评价“本书只适合初学者”，虽然我也清楚无法让一本书面向所有层次的群体，但是我希望内容能够更加完善，而让人在不同时期、不同级别、不同年龄层次和职位都有不同的感受，这是我的一点点期待。

为了使书中的内容更趋于完美，我与编辑沟通，再次改版，无论是作为 2.0 版还是修订版都可以，因为我希望能够完善它，而并非把它当成一个简单的“看过以后就放在书架里不再翻阅”的收藏品。这次改版内容增加了 100 多页的“干货”，而且原计划更新 30%，慢慢地更新到了 50%，最终更新了 80% 以上的内容。同时，站在两个立场去阐述内容，力争让各个层面的读者都能够有所收获，并添加了对“设计”的新理解。我希望在 UI 日益强大的当今中国，能写出一本让国人骄傲的 UI 书籍。

这是我改版的初衷。

从 2013 年的设计总监，到现在运营一个设计公司的 CEO，自身的身份变化让我对“设计”这件事更有不同的体会，对于移动互联网也有更多的感悟和接触，对于这个时代的设计也有了更丰富的体验和经历。我想，这是我应该和大家分享的，这些经验和经历也是本书真正的价值。

以前做设计更多的是为了满足视觉、满足艺术性、满足精神层次的需求，而当自身将设计师身份和运营身份结合以后，对于设计这件事才有了全新的概念：设计应该具有规则性和目的性。

这是我改版的目的。

设计不是绘画，绘画可以让人在某个时间拿起画笔和颜料在画布上尽情挥洒，随心所欲地创作，因为你面向的群体是懂你的人，是喜欢你的作品风格的人。而若是一名设计师，那么你的设计作品绝对不能随意，而是要有目的性，无论是概念设计还是 Redesign（针对现有产品重新设计），都要明确产品的定位、设计的目的、用户的需求、交互的行为、风格的解释、最终完成的复盘及反推，否则你的设计毫无意义。

书籍能引发读者哪些思考、能为读者解决什么问题，这是我对书籍价值的认知。也正因为如此，我利用一年的时间重新阅读了大量书籍和参考文献，汲取优秀的思维，发掘欠缺的问题。同时，在知乎、脉脉等平台时刻关注设计师想了解什么、需要什么、最难解决的问题是什么，以及愿意阅读什么样的内容。

这是我改版的愿景。

在我还是设计师的时候，特别不认同的一种“领导”就是让设计师把 LOGO 放大的人。而当我自己变成领导以后，看着团队成员在做设计的时候，LOGO 同样很小，才感受到当初的年少轻狂。客户可能要做的的是一个商场海报，设计的 LOGO 虽然很有格调，但是太小了，因为在商场张贴的海报和用手机查阅的环境是完全不同的，因此客户的投放目的就达不到了。

因为加深顾客对品牌的印象、了解品牌属性才是设计的目的，设计师不能拿着客户的钱还要满足自己的“审美”。就好像你花 8000 块钱请了一个健身教练，而他不怎么教你如何健身，而是自己在那里自顾自地练。满足自己的需求而忽略顾客的感受，这是所有设计师值得思考的事情。

UI 设计进入了一个鼎盛时代，越来越多的人喜欢上了 UI 设计，从事了与 UI 设计相关的工作，也有很多人因为竞争的激烈放弃了 UI 设计，甚至在一些文章及订阅号中出现了“UI 饱和”“互联网寒冬”等字眼，可结果呢？两年后，UI 设计还是那么火爆。竞争更激烈了，因为优秀的人越来越多，企业必然会选择优秀的人才，而淘汰那些投机主义和滥竽充数的人。在自媒体的订阅号时代，“套路”就是给粉丝制造焦虑，贩卖焦虑，然后从中得“利”。

在此，我也希望此时正在阅读本书的你成为一个自身强大、有着一身本领的人。

所以，请不要在意过多的舆论，做我们自己，脚踏实地一步一步向前就可以了。待到付出得足够多，在对的时间，就会真正理解“天道酬勤”这句话的真正含义。

王记

书于 2018 年 4 月 7 日

ZCOOL 站酷
站酷力荐图书

大咖力荐

Recommend

刚认识王涵（牛 MO 王）这位晚辈时，便感觉他对艺术、对设计、对职业的态度都是诚恳和认真的。在他的书里，不仅可以帮助新一代设计师提升技能，同样也为他们的职业规划、职业态度指明了方向。艺术和设计本是一体的，它们不仅需要创作思想，同样需要良性的态度和正确的认知，为此我推荐这本书。

辽宁省青年美术家协会主席 / 国家一级美术师 / 硕士研究生导师 常庆利

我一直在关注牛 MO 王在站酷网发表的系列文章，干货满满，人气超高。新书有 80% 的内容没有在站酷网发表过，如果你是一位有志于从事 UI 设计的设计师，本书会非常适合你，从 UI 设计入门、设计师的态度和技法等各个方面，牛 MO 王都毫无保留地分享自己的心得。诚意之作，值得大家一看。

站酷创始人 & CEO 梁耀明

牛 MO 王的大部分文章我都读过，非常适合刚入门 UI 或者打算进入这个行业的设计师，所以我也经常推荐他的文章给一些向我请教的年轻朋友。

他的很多观点其实也是我想说的，因为我自己也是这样一步步摸索过来的，走了不少弯路。在目前这个 UI 教学依然不够专业的环境下，他的这些文章确实可以让年轻的设计师朋友们早些明白那些道理，少走一些弯路，这是非常有价值的。可能也正是这个原因，他有越来越多的设计师粉丝。

他不仅仅在讲设计本身，还从职业生涯、对待设计的态度、如何提升自己等更全面的角度出发，让大家对行业与设计的认识更整体。我希望好的内容能被更多的人看到，让更多的年轻朋友们受到启发，对这个行业有兴趣的朋友都来读一读吧。

ARK 联合创始人 滕磊（火山大陆）

产品是设计最好的放大器。设计师除了专业的能力与知识结构，更多地培养产品感与用户感知更加重要。多学、多看、多感受。

RIGO 设计创始人 / 小米首席设计 朱印 (Robin)

如果你希望成为一名 UI 设计师，作为一名初学者，那么这本书将会很适合你。本书作者利用多年的从业经验总结出了你该如何去看、如何去做及如何去思考与反思。其中的一些方法和技巧，可能只有当你真正参与制作多年后才能够发现。

锤子科技前视觉设计总监 罗子雄 (Pumel)

这是一本写给设计师的好书，用贴近当下的案例详细地讲解了设计技巧和工作经验，是一本不可多得的设计入门书籍，那些看似简单却让人爱不释手的 UI 设计是如何一步一步实现的，正是这本书想要告诉大家的。如果你是 UI 设计爱好者、从业新人，那么这本书再合适不过了。

腾讯网 UED 设计总监 任婕

不翻书，只看到牛 MO 王的名字，就可知本书必会热销。先不说这是一位做事踏实、为人幽默的视觉“老鸟儿”，平日里他在我们优设上发表的文章，首日必定能使阅读量轻松破万，提起那篇脍炙人口的设计师报价公式，更是被设计师广为传阅，成了许多新入行的人眼中的行事标杆。总而言之，这是一本接地气的书，设计师要入行，要做 UI，此书一定得捧来读一读，相信你会有那种如获至宝的兴奋感，你一定会学到满卷的窍门，而且是实实在在的真本领，用优设的标志语来说——通篇的干货！

优设哥 张鹏

阿牛一直活跃在 UI 中国，发表了不少对 UI 新人非常有帮助的文章，几篇文章都位居最热文章的榜首。从最初 iconfans 论坛的一个无名小卒，慢慢地变成了一个很多人熟知的 UI 设计师，我很荣幸地见证了他一步步的成长。做设计其实不怕走弯路，最怕的是选

择了一条错误的路，并且一条路走到黑，白白浪费了青春的大好时光和精力。这本书不能说应该成为每位 UI 设计师必读的“圣经”，但是能真正地感受到作者阿牛对书中内容的认真及希望新人设计师们走一条对的路、向善的路的心情，我为他的态度和用心点赞。

小米生态链设计主管 / UI 中国联合创始人 朱君

经历过才能言之有物，很感激有这样出色的设计师帮我们整理实用的设计内容，这可能是国内为数不多的非常优秀的原创设计书籍，通过幽默、易懂、干练的描述，解读逻辑、原理、技巧等诸多设计层面，让我们了解设计究竟是什么，针针见血。这本书不仅适合那些初学设计的设计师，我觉得大部分设计师都应该看一看，书中提到的设计意识非常值得大家学习，是一本精彩的设计指引书籍。

设计是周而复始的累积，而设计思维是这些累积的成果。如果有人将自己多年感悟的成果分享给你，那么他一定是当代雷锋，这就是那本敢于奉献的书。

5PLUS 联合创始人 冯轶

在我眼里，牛 MO 王是一个很认真的人，认真做设计，认真做 UI，认真做教程，认真做自己的事业。认真生活的人都值得被认真对待，所以这本书值得你认真对待。

蚂蚁金服（支付宝母公司）品牌设计中心资深视觉设计师 奚郁浩（阁楼妖怪）

UI 设计领域已经逐步进入一个成熟期，不只热在图形界面，也不只是空谈理论，而是回归到 UI 设计的价值本质。这本书也正成熟于此时，设计概念、设计方法、实践经验等丰富且深入，在 UI 中国看过牛 MO 王（王涵）分享的系列经验的设计师肯定更加了解，接地气的写法能够让你快速理解和消化这些内容，更好地进阶。相信这也是王涵近几年实践经验的结晶。

——UI 中国创始人 & CEO 董景博