



触动人心的 手机端 页面设计

Mobile Web Page Design

林琼 编著

设计，是一条漫长的路
让我们一步一个脚印扎实地走下去



触动人心的 手机端 页面设计

Mobile Web Page Design

林琼 编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

这是一本结合目前手机端页面潮流的设计书，除了详细讲述手机端页面设计的各个要点（包括字体、颜色、字号、留白、布局等），还列举了众多实例（包括淘宝、唯品会、京东、Apple 手机、途牛等大型手机网站页面）来帮助读者提升审美能力。全书从基础入门，图文并茂地细谈手机端的版式、细节、配图、配色等，在各个重点上帮助读者掌握手机页面设计的要领；然后传授完整的设计分析；最后通过营销角度来点评作品，让新手看完本书之后，不仅懂得怎么做一个手机页面，更懂得如何设计适合营销的手机页面。

为了便于读者轻松提高，本书还介绍了一些 PS 小技巧（涉及配色、配图、字体设计等），并传授了一些从事页面设计必备的软件应用知识（涉及 Ps Play、ColorSchemer Studio 等软件），帮助广大设计师更好地掌握页面设计的精髓，从而得心应手地设计出优秀作品。

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

触动人心的手机端页面设计 / 林琼编著. —北京：电子工业出版社，2016.6
ISBN 978-7-121-28758-9

I. ①触… II. ①林… III. ①移动电话机—人机界面—程序设计 IV. ①TN929.53

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第096440号

策划编辑：牛 勇

责任编辑：徐津平

印 刷：北京千鹤印刷有限公司

装 订：北京千鹤印刷有限公司

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：787×1092 1/16 印张：12 字数：288 千字

版 次：2016 年 6 月第 1 版

印 次：2016 年 6 月第 1 次印刷

定 价：59.80 元

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 zlts@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：010-51260888-819 faq@phei.com.cn。

前言

随着互联网越来越发达，智能手机迅速普及。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第37次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2015年12月，我国网民中，使用手机上网的比例为90.1%，其中仅通过手机上网的网民占18.5%。近几年，移动通信技术从2G一直升级到现在的4G，再加上各地逐步免费开放的Wi-Fi，人们从以前单一使用电脑进行网上冲浪，到如今将大部分时间都转移到了更加方便的手机上网。很多网民使用手机上网的时间，已经远远超过了打电话的时间。手机带来的便利，使得越来越多的人注意到了手机所衍生出来的商机，众多商家纷纷开始针对手机端页面展开各式各样的营销活动，因此诞生了各种各样的应用产品。商家中最具代表性的有腾讯、百度、阿里巴巴、搜狐、360等。

手机端的营销迅速崛起，这让很多设计师们应接不暇，手机端的设计应该怎么做？如何去做好手机端的设计？尚未成熟的手机端设计路线，让众多设计师们很苦恼。作为一个资深的高级网站设计师，本书作者经过多年的美工设计研究，一路走来，亲眼见证了手机端设计从一开始的雏形发展到今天，深有感触，而且经常看到身边的菜鸟同事面对各种页面不知所措，尤其是对手机页面的设计无从下手，把好好的一个页面做成了PPT……于是萌生了编写这本书的念头，以期帮助大家学会手机端设计，提升设计能力，做出更多显得更加“高端、大气、上档次”的设计。

手机端的设计，包括手机网站的广告设计、单屏页的设计、微信页面设计等。大家用手机打开淘宝、QQ、京东、微信朋友圈等，都可以大量地看到这类型的手机端设计。手机端设计是一个新的设计方向，它在屏幕、色调、营销角度等方面不同于电脑端。在设计上，手机端的要求会与电脑端的要求有很大不同。

在本书中，一开始引导大家对手机端页面有一个基本的了解，对页面有个总体的概念，然后开始着手深入地了解手机页面设计的每个要点。书中从最简单、最规范的知识点开始讲述，包括字体的应用、颜色的搭配、形状的融合、留白的恰到好处、布局的规划、配图的技巧等，再结合一些手机页面设计所必备的小工具应用技法，让每个知识点汇聚在一起，形成一个规范性的基本的手机页面。

在完成前面这一部分基础设计学习后，读者已经可以自己独立设计出一个基础页面，但是距离一个“高大上”的设计页面还是有一定距离的，于是，读者需要进行接下来的页面提升学习。

在本书中会用很大的幅度来讲述基础页面的提升技法，包括扁平化设计、Banner设计、

图文设计、字体设计、点线面技巧等。这些页面提升技法会从一个点、一个大的模块上对设计进行全面的提升，最后再总体地让页面整个设计得到跨越式的提升，从而让手机页面的设计跟上时代的步伐，甚至引领时尚。由于知识跨越度比较大，为便于读者学习，书中还引用了大量国内外优秀案例来进行佐证。

通过学习提升部分的内容，读者已经可以设计出一个有模有样的手机页面了，但是在创作上，或许还是会缺乏经验，缺乏灵感。所以在图书的最后，设置了一章内容为作品探讨研究，也便于读者巩固前面所学的知识点，通过一些比较出名、大型的手机网站页面（例如：淘宝、京东、唯品会、途牛、苹果等手机网站专题）来进行探讨研究。此部分有针对性地（特别是营销角度）对页面进行解剖分析，结合前面学到的知识点，吸取网站上的优秀设计经验，揣摩设计页面时的细节，从这些手机页面里搜寻设计灵感，补足自己的缺陷，以便在设计实战中，不仅懂得怎么做一个手机页面，更懂得如何做出极具营销价值的细腻、时尚的手机页面。

本书主要由林琼编写，参与编写工作的还有：李媛、潘国允、林阳、林虎、李丽君、梁玉群、李晓欣、谢连娣、龙凤辉、陈玉贤、廖松生、李加爱、吴建茂、吴晓彤。另特别感谢家人和朋友给予的一切支持。

在做设计的道路上，学到的知识需要经过很多实践来让作品成熟。本书力求精确地为读者指出一条“明路”，以便大家能少走弯路，吸取众多设计师的精华，从而走上一条光明大道！



目 录

第1部分 手机端设计的趋势

第1章 手机上网已成主流 / 3

1.1 手机端用户到底有多少 / 4

1.2 手机端设计的分类 / 4

1.2.1 APP / 4

1.2.2 手机端网站 / 5

1.2.3 其他页面设计 / 7

1.3 小结 / 7

第2章 手机端相关市场调查 / 9

2.1 手机品牌与屏幕尺寸统计 / 10

2.2 手机屏幕分辨率统计 / 11

2.3 Photoshop 小技巧 / 12

2.4 小结 / 14

第2部分 细谈手机端页面设计 / 15

第3章 手机端页面设计的预备知识 / 17

3.1 了解手机用户的视线 / 18

3.2 手机端 2 秒原则 / 20

3.3 小结 / 21

第4章 手机端页面架构 / 23

4.1 手机引导页 / 24

4.2 手机网站 / 25

4.2.1 单屏手机站 / 26

4.2.2 其他手机站 / 27

4.3 手机专题 / 29

4.3.1 单屏滑动专题 / 29

4.3.2 整页专题 / 30

4.4 小结 / 32

第5章 手机端页面设计元素 / 33

5.1 文字设计 / 34

5.1.1 字号的选择 / 34

5.1.2 字体的选择 / 35

5.2 颜色设计 / 37

5.2.1 选主色 / 37

5.2.2 对比色 / 41

5.2.3 相近色 / 45

5.2.4 选色工具 / 46

5.3 图形设计 / 49

5.3.1 单个形状的应用 / 49

5.3.2 多个形状的应用 / 52

5.3.3 Photoshop 形状小技巧 / 53

5.4 留白很重要 / 56

5.4.1 整体留白 / 56

5.4.2 局部留白 / 61

5.5 布局设计 / 62



5.5.1	上下布局	/ 63
5.5.2	左右布局	/ 64
5.6	页面配图	/ 65
5.6.1	icon 的选择	/ 65
5.6.2	其他图片搭配	/ 67
5.7	小结	/ 69
第6章 手机端页面设计提升 / 71		
6.1	主流设计	/ 72
6.1.1	扁平化设计	/ 72
6.1.2	扁平立体结合	/ 76
6.1.3	扁平技巧	/ 78
6.1.4	Photoshop 制作长投影	/ 79
6.1.5	制作不规则图形	/ 83
6.2	Banner 设计	/ 87
6.2.1	Banner 的尺寸	/ 87
6.2.2	选用字体	/ 89
6.2.3	背景配图	/ 91
6.3	图文并茂	/ 93
6.3.1	文字融入图片	/ 93
6.3.2	图文分离	/ 95
6.3.3	出格立体感	/ 96
6.4	字体设计	/ 97
6.4.1	硬字体	/ 97
6.4.2	软字体	/ 98
6.4.3	立体字体	/ 99
6.4.4	Photoshop 制作字体	/ 101

- 6.5 点线面的组合 / 106
 - 6.5.1 点 / 106
 - 6.5.2 线 / 107
 - 6.5.3 面 / 108
 - 6.5.4 点线面结合技巧 / 110
- 6.6 营销型页面 / 114
 - 6.6.1 网络营销概念 / 114
 - 6.6.2 营销型网站要点 / 115
 - 6.6.3 手机营销网站的技巧 / 117
- 6.7 小结 / 118

第3部分 案例分析

第7章 优秀手机端页面解析 / 121

- 7.1 购物类手机网站 / 122
- 7.2 信息类手机网站 / 138
- 7.3 行业类手机网站 / 151
- 7.4 手机专题页 / 170
- 7.5 手机页的各类广告 / 177
- 7.6 小结 / 182



第 1 部分

手机端设计的趋势



第 1 章

手机上网已成主流

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）于 2016 年初发布的第 37 次《中国互联网发展状况统计报告》，网民个人上网设备进一步向手机端集中，截至 2015 年 12 月，我国网民中，使用手机上网的比例为 90.1%，其中仅通过手机上网的网民占 18.5%，而使用台式电脑、笔记本电脑和平板电脑上网的比例持续下降。

随着手机端在网络中所占比重越来越大，越来越多的人看到了手机端的市場，试图把自己更好地展现在手机端上，从而有了 APP、手机网站、微信订阅等各种各样的手机端产品。

1.1 手机端用户到底有多少

在2016年,中国互联网络信息中心(CNNIC)发布了第37次《中国互联网发展状况统计报告》。《报告》显示,截至2015年12月,全国网民有6.88亿,其中手机端用户就有6.20亿,较2014年底增加了6303万人。如图1-1所示。根据工业和信息化部发布的《2015年通信运营业统计公报》显示,2015年全年移动电话普及率达95.5部/百人,比上年提高1部/百人;而手机上网流量同比增长109.9%,在移动互联网总流量中的比重达到89.8%。

图1-1中数据表明,手机用户已经远远超过了PC端用户,而且在手机端达成的交易,逐年上涨,这使得手机作为第一大上网终端设备的地位更加巩固。而手机网络的急速发展,所带来的商机,那更是不能被忽视的,就像一开始的传统营销转移到网络营销一样,偌大的市场,谁都想占有一席之地。这便有了迅速发展起来的手机端产品,其中包括我们最为关心的手机端产品的设计。



图 1-1 中国手机网民规模及其所占网民比例调查

1.2 手机端设计的分类

手机端用户这么多,面对琳琅满目的手机端产品,我们从设计的角度,要怎么给手机端产品分类呢?

1.2.1 APP

APP指的是智能手机上第三方的应用程序。例如:手机百度、美图秀秀、新浪微博、腾讯QQ、手机淘宝等。如图1-2和图1-3所示。

从图1-2中,我们可以看到,手机淘宝打开之后,相当于在PC端打开了淘宝网站,在这个应用里,能够像在网页上一样浏览淘宝的内容。图1-3中的腾讯QQ也是一样的,打开手机腾讯QQ就像是在手机上用缩小版的PC端腾讯QQ程序。这



图 1-2 手机淘宝展示页



图 1-3 QQ 展示页

两者，虽然一个是以网页的形式，一个是以软件的形式，无论是哪种都是属于 APP 应用程序。

在 APP 的设计中，需要做的是，把 APP 应用程序，把它的本质，表现得淋漓尽致，让广大用户一看就明白，而且在简单中寻求精致，在众多不同尺寸的手机中寻求统一、兼容。

1.2.2 手机端网站

手机端网站，指的是用编程语言来开发的专门用于手机浏览的网站，一般都是以文字信息和简单的图片信息为主。例如：百度、搜狐、新浪等。这里以打开 360 浏览器为例来进行演示说明。如图 1-4 所示。

在图 1-4 中可以看到，在浏览器里会出现一些经常被使用的网站，我们可以通过点击选择常用的网站，也可以通过搜索来访问想要的网站。手机端的网站和 PC 端的网站一样，可以是一个页面，也可以是多个页面，取决于大家想呈现多少东西出来。其中以独立主题、独立风格呈现出来的手机页面，我们称之为手机专题，它是一个以独立风格呈现的个体。如图 1-5、图 1-6 所示。

从图 1-5 中可以看出，手机网站注重的是整体统一风格，突出多个信息点，以文字和简单的配图为主。而在图 1-6 中可以看到，手机专题注重的是突出风格和传递一个信息，所以会以设计图片为主。在手机网站里，有时候为了让网站看起来更精彩，会在网站里加入多个手机专题，用手机专题的精彩设计风格来代替枯燥无味的文字说明，所以在设计上手机网站会比手机专题复杂得多。

一个赏心悦目的手机网站或手机专题，不但要能清晰地表达内容，还要在设计上引人入

胜，这样才能让用户更有兴趣地往下浏览，让用户对网站和专题留下更好的印象。如果设计没办法做得突出，网站和专题都做得像文档一样，甚至比文档还乏味，那用户估计还未浏览，



图 1-4 360 浏览器打开页面

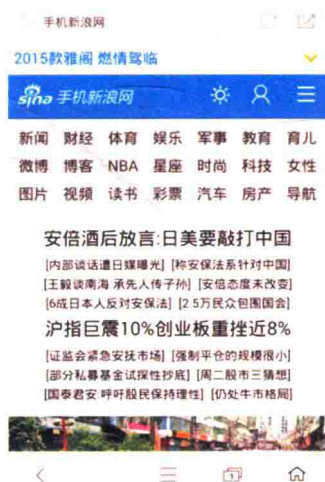


图 1-5 手机网站



图 1-6 手机专题

便会立即关闭。手机网站和手机专题的设计，就像是人穿的衣服：如果你的穿着像乞丐一样，根本没人会去关注你的价值；如果你穿得很时尚、很漂亮，人们就会多看你几眼，对你开始感兴趣，有想深入了解的冲动。如图 1-7、图 1-8 所示。

在图 1-7 和图 1-8 中可以看到，这两个专题都是非常普通，没有设计感、时尚感的专题，颜色搭配得不好，文字突出得不好，让用户一看，就会觉得是一个很低端的东西。用户会认为，连自己的网站和专题都没用心做，看来这些网站和专题，全都是忽悠人的。这将会导致用户对该网站和专题失去信心。

而一个优秀的手机网站和专题，不但可以给用户信心，还可以让用户觉得这个网站这么重视网站和专题的设计，肯定是站在用户体验的角度好好思考过，在这里看到的东西会令人放心。举个例子：当你去吃饭的时候，同样的价格，你会选择路边摊还是装修很好的店铺呢？如图 1-9、图 1-10 所示。

虽然手机网站和手机专题看起来比 PC 端的设计简单些，但是由于手机屏幕尺寸太多，所以设计师在做这类型的设计时，需要思考怎么样的设计可以兼容到各种尺寸的屏幕。而这些问题，将会在后面的章节里详细介绍。

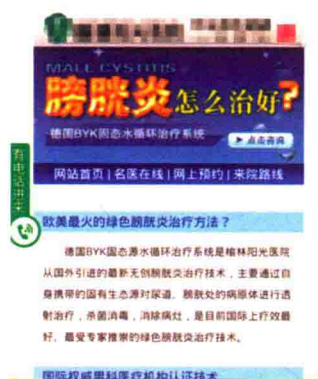


图 1-7 某医院专题



图 1-8 珠海公交巴士专题



图 1-9 某妇科医院网站

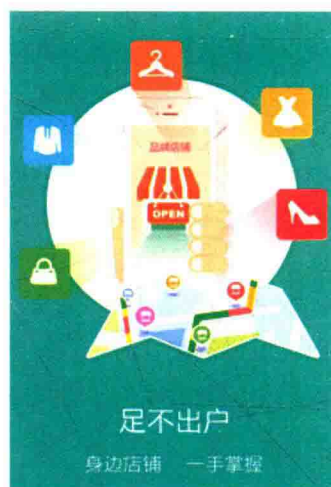


图 1-10 某购物专题

1.2.3 其他页面设计

除了上面介绍的 APP 和手机端网站,在手机端,还有其他的存在,例如单个的广告设计、插图设计等。最典型的例子是微信订阅号和淘宝。这里我们以微信订阅号作为演示讲解。随着手机用户数量不断增长,微商越来越多,很多商家都会有自己的个人微信号和公众平台。在微信里,个人微信号是属于比较轻松的个人交友平台,而公众平台就像企业形象一样,会更注重上传的文章和图片设计技巧。如图 1-11、图 1-12 所示。



图 1-11 某代购网订阅号



图 1-12 代购订阅号里的专题

图 1-11 和图 1-12 是一个代购店的微信订阅号,可以看到图 1-11 是微信订阅号的展示页面,在订阅号发文章的时候,会设计文章的广告图,让文章更吸引眼球。图 1-12 是订阅号里一种专题的体现,有时候为了吸引更多的用户,会用这种整图专题来代替枯燥无味的文章。从这两个图里不难看出,在手机端上的设计是需要很巧妙地来表达的,而且手机端设计的趣味性会比 PC 端更多。

在手机广告设计中,如何把握好图片的尺寸?怎样在有限的空间里更好地表达内容,让广告充满冲击力?这些都是很重要的,我们到底应该怎么做才能做好一个设计呢?在后面的章节里,会有详细的介绍,帮助大家学习做好手机端的图片设计。

1.3 小结

本章是理论课,也是基础课。通过学习,我们大致了解了手机端设计的重要性。对于企业来说,手机端的营销是商机,对于我们设计师来说,手机端的设计,是一个必须掌握的技能。面对琳琅满目的手机设计,本书在后面的章节会偏重于讲解手机网站、手机专题,还有其他的手机端设计。而由于 APP 涉及的设计层面太深,所以在后面的章节里,我们不会以 APP 作为讲解的对象。

通过本章对手机端设计趋势的了解之后,下一章里,我们将对手机端做市场调查,为手机端设计做入手准备。



