

视觉设计

互联网产品
(Web/移动Web/App)



风格篇

WEB
APP } DESIGN

一本专注的、诚意的互联网设计手册，紧跟当前设计趋势，帮助你迅速突破创意与视觉困境。众多案例让你快速积累并掌握设计方法，并即学即用。

隋涌 著

100%

互联网
设计师

快速充电

清华大学出版社

互 联 网 产 品
(Web / 移动 Web / APP)

视觉设计

风格篇

隋涌 著

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书旨在介绍 Web 及移动 Web/APP 等互联网产品界面风格的知识与方法。新兴的互联网企业将网站的建设和运营视为重中之重,传统企业也试图通过网站树立企业形象,扩大企业影响,并进行产品营销。网站由一个个页面组成,每个网页上承载着需要传递的信息,信息的质量决定着网站的生存。网站视觉设计的任务就是要最大限度地提高信息传递的高效性,用精确的形态实现功能。

本书以网站视觉设计为核心,阐述了网站的视觉风格及设计方法和案例分析的专业书籍,并针对移动互联网的迅猛发展解析了移动端产品的视觉风格及特点。内容包括:网站视觉风格,网站视觉风格的建立,用户体验与风格,网站类型与风格,视觉风格与趋势,移动化风潮。

本书作者为数字媒体艺术专业副教授,长期从事教学科研及设计实践工作。本书力求将国内外 Web 界面设计方面的知识体系融会贯通,从贴近实战的角度出发,结合案例式教学的方法经验,做到“有用、能用、好用”。

本书适合从事网站及移动 APP 设计人员以及大专院校、培训机构相关专业师生阅读,特别适合希望掌握界面风格设计方法和技巧的读者作为参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

互联网产品(Web/移动 Web/APP)视觉设计·风格篇/隋涌 著. —北京:清华大学出版社,2015
ISBN 978-7-302-38625-4

I. ①互… II. ①隋… III. ①人机界面—视觉设计 IV. ①TP311.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 276476 号

责任编辑:栾大成

装帧设计:杨玉芳

责任校对:徐俊伟

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:三河市君旺印务有限公司

装 订 者:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:170mm×230mm 印张:14.75 插页:1 字 数:433 千字

版 次:2015 年 3 月第 1 版

印 次:2015 年 3 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:59.00 元

产品编号:041487-01

前言

关于笔者

大家好，我叫隋涌，是北京印刷学院设计艺术学院数字媒体艺术专业副教授，网络艺术设计专业方向负责人，已从事教学科研及设计实践工作达20年之久。从1999年我院开设网络艺术设计专业方向以来，我就担任了这个专业的教师，对于教授艺术类学生学习网站设计相关的课程积累了很多经验和方法，感慨也颇多。在这么多年的教学与实践过程中，我一直在积累知识和提升自己的能力，同时还在不断地总结工作经验，只有这样才能承担起教师的工作。经过这么多年教学工作的历练，使我从一个不懂事、很自我的小女孩，变成了一个有耐心、有爱心的老师。都说老师是一个神圣的职业，也有把老师比喻成辛勤的园丁，而我更喜欢把老师称作打开学生人生之门的钥匙。老师给予学生的不单纯只是专业上的知识，还要有做人的道理。对于设计学科的大学老师来说，没有实践经验是无法胜任这个职业的，因此我也不断在实践中修炼自己，曾为中国人民银行、惠普等部门和企业从事过设计服务。在这个过程中，我获得了一些经验，并希望通过这本书对设计风格进行总结。

创作背景

互联网的飞速发展改变着我们的工作和生活。在这种新的媒体环境下，越来越多的用户通过网站来实现信息的获取和产品的购买。新兴的互联网企业将网站的建设和运营视为重中之重，传统企业也试图通过网站树立企业形象，扩大企业影响，并进行产品营销。网站由一个个页面组成，每个网页上承载着需要传递的信息，信息的质量决定着网站的生存。网站视觉设计的任务就是要最大限度地提高信息传递的高效性，用精确的形态实现功能。

2010年伊始，移动互联网以势不可挡的发展速度引起了业界的高度关注。2011年，移动互联网的应用条件及基础服务得到不断优化，不管是在智能终端还是应用服务上，其用户规模和渗透率都有了显著的提升。移动互联网的发展和各种移动智能终端的大量涌现，改变了移动产业的基本业务模式和商业模式，使得应用商店模式成为移动业务的主导模式。应用商店模式充分结合了智能移动终端的移动计算能力和互联网的业务开放能力，产生了众多的创新应用。

网站和移动APP的广泛应用，使得更多的设计从业者开始涌向这些新兴媒介的设计。不管是网站还是移动APP，要想获得更高用户粘度，除了抓住用户“痛点”，在设计中还要做到实用、美观。视觉设计是使网站和移动APP看起来美观的关键。在视觉设计的整个过程中，是进一步完成产品界面设计的重要参考依据，是建立视觉体验的重要因素。独特而新颖的设计风格也是吸引用户的好方法，虽然这些风格可能会随着时间的推移而变得不那么流行和被关注；一些依赖技术而呈现的风格，随着技术的不断进步，可能会被抛弃。但是具有良好审美性的视觉呈现将永远给人以一种美好的感觉，就像好的设计永远会被人们铭记。

视觉风格的建立不可能凭空而来，其形成有多个方面的原因，首先它是以产品的定位为依据，来自于内容、功能及目标用户的需求，是在需求分析和定位分析之后的产物。其次，视觉风格的建立也离不开设计师的个体因素，以及创意和表现方面的个性体现。

本书紧紧围绕视觉风格，凭借笔者多年的教学经验和设计经验，从多个角度阐述视觉风格建立的要素，以及不同视觉风格的呈现方式。本书在撰写过程中更新过两次案例，目前所看到的案例都是最新鲜和具有

代表性的。

本书内容

本书以网站视觉设计为核心，阐述了网站的视觉风格及设计方法和案例分析的专业书籍，并针对移动互联网的迅猛发展剖析了移动端产品的视觉风格及特点。

第1章 关于网站视觉风格

视觉是物体的影像刺激视网膜后所产生的一种感觉，是最基本和最重要的生理现象，是人类辅助生存的感官功能，也是人类进行交流的重要手段。网站视觉风格对用户建立网站的初步印象具有重要的作用。

第2章 网站视觉风格的建立

网站视觉风格的确立不是凭空而来的，而是以网站的定位为依据的，来自于网站的内容、功能以及目标用户的需求。网站视觉风格的建立要能体现出功能性、可视性、统一性、艺术性的原则。

第3章 用户体验与风格

用户体验，即用户在使用一个产品或系统之前、使用期间和使用之后的全部感受，包括情感、信仰、喜好、认知印象、生理和心理反应、行为和成就等各个方面。在用户体验方法的指导下，网站的定位不同，会在信息架构、交互方式、视觉表现上呈现出不同的方式和样貌，会给用户带来不同的体验。视觉体验是用户体验的一部分，视觉风格又是视觉体验元素中最容易被用户感知的元素。

第4章 网站类型与风格

对于网站设计者来说，创意的过程是从积累到突破的过程，是从看到想再到实践的过程。这就要求设计者首先要浏览大量的网站，分析已有网站的设计及表现，对惯用的设计规范和技巧了如指掌，然后谋求打破规则，实现创新。要进行网站的视觉风格分析，通常依托于网站的类型。如果细分网站的类型，林林总总，不胜枚举。本章抽取 15 种典型类型的网站，展示优秀案例。

第5章 视觉风格与趋势

网站视觉风格的形成来自网页上的视觉元素的形态与组织及展示方式，图形、文字、色彩、布局、动态效果等都会影响视觉风格。本章选取具有代表性的视觉风格，展示这些类别中具有代表性的网站。这些风格类型有的正属潮流，也有的已成经典。

第6章 移动化风潮

通信技术的发展带动了无线通信技术的迅速崛起，智能手机和平板电脑等移动设备已经成为人们上网首选之物。智能手机和平板电脑与传统的桌面设备有着巨大的差异，这种差异使得移动应用产品的设计明显区别于桌面产品。本章从移动端互联网产品与传统桌面互联网产品差异化要素谈起，列举了目前流行的移动应用产品界面风格。

关于本书

本书出版获得北京市教委人才强教创新团队项目（田忠利，060 40109001）资助。

本书《风格篇》为《互联网产品（Web/移动 Web/APP）视觉设计》系列丛书中的一本，其他三本分别为《导航篇》、《色彩篇》和《布局篇》。

关于读者

本书适用于视觉设计师、大中专院校设计专业师生、平面设计爱好者、培训机构相关专业师生等人士。

如果你是一名学生，本书可以告诉你视觉设计及视觉风格设计的基本流程，视觉设计的细节把握，以及从不同角度提供给你最新鲜的案例。

如果你已经是一位专业设计师，本书可以在你忙碌之余，给你一些新鲜的启示。

感谢

感谢北京印刷学院田忠利老师，您的帮助是本书得以出版的保障。

感谢清华大学出版社栾大成编辑，感谢您对我的容忍和给予的无限耐心。

感谢和我一起书写的小伙伴们——王愉、罗慧、付震蓬。

感谢我的学生，你们是我前进的动力。

感谢本书引用理论的提出者，以及本书所列举的所有案例的创作者。

感谢我的家人，谢谢你们在我撰写书稿的时间里给予我的关爱和体谅。

感谢每一位读者，感谢你们花时间来了解这本书。

目 录

第1章 关于网站视觉风格	1
1.1 风格溯源	2
1.2 何谓网站的视觉风格	2
第2章 网站视觉风格的建立	7
2.1 依据	8
2.1.1 网站目标分析	8
2.1.2 用户需求分析	9
2.1.3 网站类型和规模	9
2.2 视觉风格的要素	16
2.2.1 文字	16
2.2.2 图形	20
2.2.3 色彩	23
2.2.4 布局	29
2.2.5 动态效果	36
2.3 视觉设计的原则	39
2.3.1 功能性原则	39
2.3.2 可视性原则	41
2.3.3 统一性原则	87
2.3.4 艺术性原则	91
第3章 用户体验与风格	93
3.1 人本主义设计	94
3.1.1 人性化设计理念的兴起	94
3.1.2 需求层次	94
3.1.3 以用户为中心的设计	97
3.2 用户体验	99
3.2.1 用户体验的要素模型	101
3.2.2 蜂巢模型	103
3.2.3 用户体验的四要素量化模型	103
3.3 网站的体验类型与视觉风格	105

3.3.1 浏览体验型	105
3.3.2 信任体验型	107
3.3.3 交互体验型	113
3.3.4 感官体验型	114
第4章 网站类型与风格	119
4.1 门户网站	120
4.2 机构网站	122
4.3 新闻网站	125
4.4 购物网站	128
4.5 运动网站	131
4.6 旅游网站	135
4.7 影视网站	139
4.8 音乐网站	142
4.9 游戏网站	145
4.10 美食餐饮网站	148
4.11 科技网站	151
4.12 设计类网站	154
4.13 社交网站	157
4.14 个人网站	160
第5章 视觉风格与趋势	163
5.1 扁平化	164
5.2 拟物化	168
5.3 极简主义	170
5.4 绘画风格	173
5.5 杂志风格	177
5.6 玩转文字	180
5.7 超大背景	182
5.8 模糊背景	185
5.9 视频背景	188
5.10 3D图形	190
5.11 像素风格	193
5.12 单页网站	196

5.13 视差滚动	199
5.14 滚动侦测	202
5.15 超彩色	205
第6章 移动化风潮	207
6.1 跨屏设计的差异化要素	208
6.1.1 使用场景的差异化	208
6.1.2 交互方式的差异化	208
6.1.3 屏幕容量的差异化	209
6.1.4 信息组织的差异化	209
6.1.5 导航系统的差异化	210
6.2 多屏一致的 Web 体验策略	212
6.3 移动 APP 视觉风格	219
6.3.1 拟物化风格	219
6.3.2 扁平化风格	220
6.3.3 绘画风格	221
6.3.4 其他风格	222
参考文献	225

第1章

关于网站视觉风格

视觉是物体的影像刺激视网膜后所产生的一种感觉，是最基本和最重要的生理现象，是人类辅助生存的感官功能，也是人类进行交流的重要手段。网站视觉风格对用户建立网站的初步印象具有重要的作用。

1.1 风格溯源

“风格”一词其实是可以用于形容任何物或事的超级流行用语。人们很早就开始关注“风格”一词，它源于希腊文，本义表示一个长度大于宽度的固定的直线体。在罗马作家特伦斯和西塞罗的著作中，将这个词演变为书体、文体之意，表示以文字表达思想的某种特定方式。古希腊哲学家亚里士多德认为，“风格”是思维的修饰或句法模式。

汉语的“风格”一词在东晋葛洪的《抱朴子》里就已出现，指人的风度品格。在南朝梁代刘勰的《文心雕龙》中，“风格”指文章的风范、格局，并提出了作者的才、气、学、习是构成作品风格主观方面的因素。在唐代的关于绘画史论的著作中，“风格”被用作绘画艺术的品评语。

《汉语大词典》中对“风格”一词的解析包括如下几点：

- (1) 风度、品格；
- (2) 气魄；
- (3) 风采、风韵；
- (4) 指作家和艺术作品在创作过程中所表现出来的格调特色；
- (5) 泛指事物的特色。

《设计词典》中这样解释：“风格是艺术作品或工业产品的审美价值的个性表现。审美价值作为客体满足主体审美需要的尺度关系，构成不同时代、不同民族、不同流派、不同审美客体类型的风格区别。风格由两个方面组成：一方面是作品的社会主体，它体现了作者的审美理想；另一方面是作品的形式语言，由构成作品的形式因素及其结构方式形成。风格往往还意味着某种审美价值取向对传统审美趣味定势的背离”。^[1]

可见，“风格”一词可以用来形容任意的事物，也包括人的外貌、行为等。在现今的日常生活中，人们听到的“风格”一词更多地被应用于艺术领域，从审美角度诠释着纯艺术或应用艺术。

1.2 何谓网站的视觉风格

我国著名的文艺理论家、美学家、艺术教育家王朝闻先生在他的著作《美学概论》中提出：“艺术风格作为一种表现形态，有如人的风度一样，它是从艺术作品的整体上所呈现出来的代表性特点，是由独特的内容与形式相统一、艺术家的主观方面的特点和题材的客观特征相统一所造成的一种难于说明却不难感觉的独特面貌”。^[2]

概括地说，网站的视觉风格是指站点的整体形象给浏览者的综合感受。也就是说，网站的视觉风格是由网页上的视觉元素体现出来的。视觉是人的基本与重要的生理与心理现象，是人类辅助生存的感官功能，也是人类进行交流的重要手段。作为生理现象，是人的视觉器官——眼睛的作用的体现，形成视觉感觉；作为心理现象，是由于视觉具有知觉、思维、记忆、情感等作用，形成视觉认知。视觉思维学说主张感觉与知觉的同时作用，认为视觉也是一种特殊的思维方式，具有选择与判断、整合与组织的能力。因此，视觉包括认识和解释两个方面，不能简单地将视觉与眼睛及功能相等同。网站视觉传达的实质是借助视觉语言的信息传达，借助含有不同信息量的空间、形态、光色、肌理及相互间的组织关系，采用最佳的视觉程序把信息快速准确地传达出去，并使受众能够通过自己的视觉经验和心理联想认识和理解视觉语言，将

其表达的物质信息和精神信息良好地接受下来,从而获得最佳视觉效果。^[1]从本质上说,网站的视觉风格作为一种表现形态,是从网站的视觉要素及其组织形式所呈现出来的代表性特点,是网站内容与视觉形式相统一的结果,是网站的功能需求和用户需求被设计者诠释后而体现出的一种独特面貌。

网站的视觉风格就像现代设计发展中的各种流派一样,具有暂时性和流行性的特点。有的风格在流行几年后会成为经典,有的则会慢慢从人们的视野中消失。网站视觉风格具有混搭的特点,如现在流行的扁平化设计风格,往往又是极简设计风格;单页网站又经常会包含视差滚动或滚动侦测设计;有的网站会有几种风格的混搭。

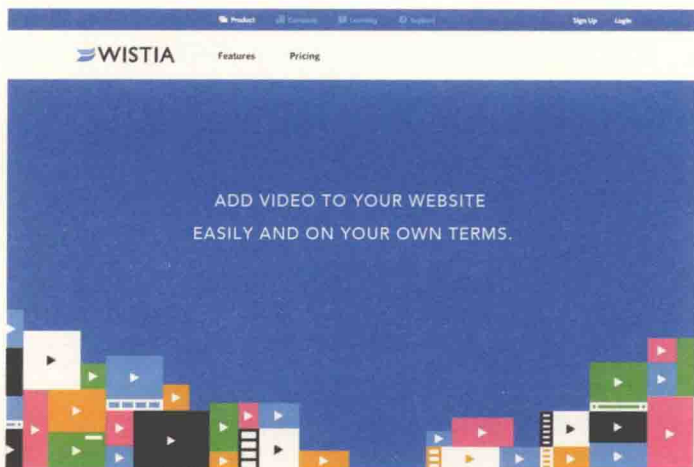
Chilicongraphic是一个从事网页设计、前端开发、企业形象、在线营销和创新设计的独立设计工作室。工作室网站通过饶有趣味的图形创意准确地表现了工作室从事的业务类型和流程。网站属于单页形式,并采用了扁平化设计风格,导航方式则使用了现在流行的滚动侦测方式,同时还使用了视差滚动,可以说包括了目前最流行、最典型的设计风格。作为设计公司的网站将当下最流行的设计趋势体现在其官方网站中,可以让客户了解到公司具备实现当下最具潮流设计的技术实力,有利于赢得客户的信任和好感。



<http://chilicongraphic.com/>

并不是说网站的设计都要把最酷炫、最流行的元素都加上，而是要根据网站的定位和需求决定最终的设计要素。一味堆砌的结果可能会导致不伦不类，或者影响网页的加载速度，最终影响用户体验的效果。

从事视频托管服务的 Wistia 公司的官方网站也是采用的扁平设计风格，并且十分简洁。网站首页的布局和色彩设计张弛有度，首屏的图形和文案点明了公司的核心业务，视频的使用更容易使用户理解其内容。



Professional video hosting
built specifically for business.



Video success stories
come in all sizes.

<http://wistia.com/>

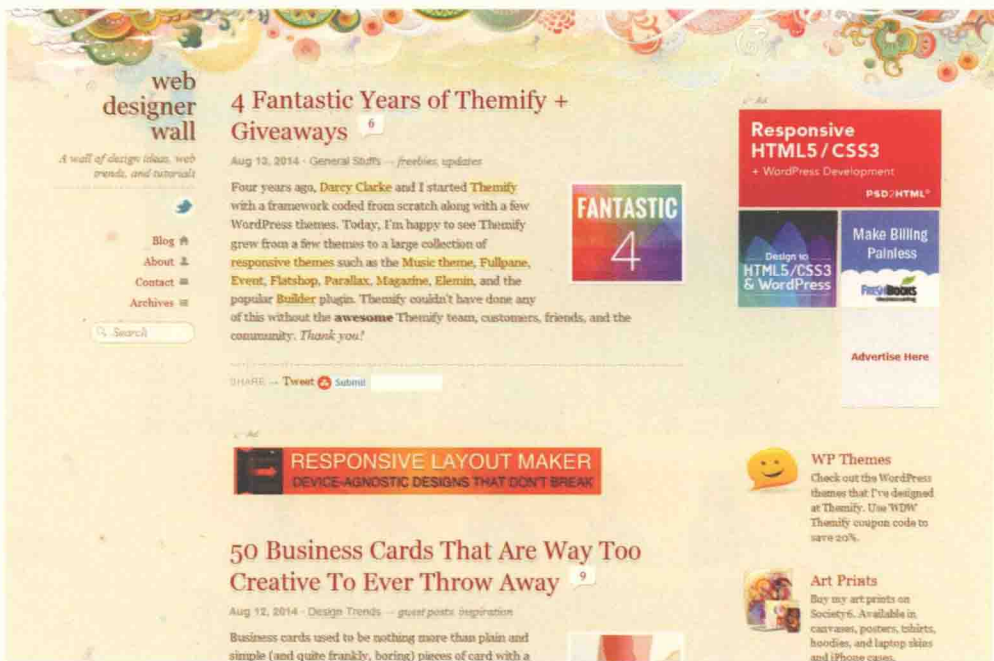
而“团队介绍”二级页面中的图片使用鼠标事件生动有趣，充满活力。



<http://wistia.com/about/yearbook>

视觉风格的形成需要突出核心, 利用某一种元素, 将典型特征做到极致、美观, 就会产生很强的视觉表现力, 就可以强化网站的视觉风格, 并创造更具特色的品牌氛围。

知名的网页设计类博客网站 Web Design Wall 成立于 2007 年 8 月, 由多伦多的网页设计师和插画家尼克拉建立, 以谈论设计思想、趋势和教程为主要内容。由于其高品质的内容和美观的设计风格而被许多杂志和画廊所推崇。该博客采用了用户习惯的信息布局方式, 页面头部和尾部的手绘插图, 使博客获得了独特而优美的视觉印象。



<http://webdesignerwall.com/>

每一种风格样式都不一定绝对完美, 会有各自的优缺点, 在设计时除了要符合网站的定位, 还要求设计师有敏锐的洞察力和懂得如何取舍。

第2章

网站视觉风格的建立

网站视觉风格的确立不是凭空而来的，而是以网站的定位为依据的，来自于网站的内容、功能以及目标用户的需求。网站视觉风格的建立要能体现出功能性、可视性、统一性、艺术性的原则。

2.1 依据

网站视觉风格的形成有着多方面的原因。首先,网站建立的根本目的或是实现一种业务,或是成为一种媒体,而其最终目的是通过为用户提供优质的服务来获得经济效益。是做业务,还是做媒体,这取决于网站的定位。网站的定位是网站视觉设计的最根本依据,而且决定网站能否生存的关键因素依然是网站的内容,没有内容的网站也就失去了存在的意义。因此网站视觉风格的确立不是凭空而来,而是以网站的定位为依据的,来自于网站的内容、功能及目标用户的需求。其次,网站视觉风格的建立也离不开设计师的个体因素,离不开在创意和表现方面的个性体现。因此,网站的视觉风格的产生是网站的定位与作为创作主体的设计者的主观性的统一。

网站的定位是网页设计的最根本依据,是网站设计开发的基石,网站的内容策划、信息架构、交互设计、视觉设计等环节的顺利实施都依赖于网站准确的定位,准确地锁定并最终满足定位也是网站视觉设计的目标。这很像竞技体育中的射击项目,目标就是靶心,弹孔越接近靶心越能获胜;网页设计中的定位就是像靶心,设计越能体现定位就越能保证网页设计的成功。二者的不同之处在于射击的靶子是人为给定的,很容易找到,而网站设计中的这个“靶心”则更抽象、复杂,必须经过严谨的调研和缜密的分析才能获得。网站视觉设计是对网站定位与用户需求的一种明确的体现,最终是在表现层面上被展示出来。

2.1.1 网站目标分析

网站目标不同,网站的设计甚至建设流程都有所不同,当然网站视觉风格也会随之不同。比如新闻类网站为了保证其信息的易读性,整体设计风格会趋向简洁,结构严谨,页面造型元素多为直线形态;而电子商务网站,要实现浏览者从选择商品到购买商品的过程,因此产品的搜索、展示方式、购买等功能的设计尤为重要,图形设计重在提升网站的交互体验和信任体验。网站目标经常会被定义为一种虚无缥缈的理想,如“给客户提供最大的价值”“促进公司产品销售”“传播公司品牌形象”等诸如此类的话,而这些空泛的描述却无法给网站建设者真正的指导。对建站者具有真正有指导作用的网站目标,应该非常明确而单纯,应该是特定的用户行为。在网站建设的前期准备阶段,就应该想清楚到底想让用户在网站上做些什么,得到什么?这才是网站目标。当然,目标的确立需要根据建站者的主观意愿,更需要严谨的市场调研与分析,才能保证目标的科学性和准确性。

市场分析是对市场规模、位置、性质、特点、市场容量及吸引范围等调查资料所进行的经济分析。市场调查的方法必须严格认真、客观科学,要做到严谨精细,否则可能影响调查的客观性和准确性,得出与事实不符的结果。

市场调查主要包括以下几方面内容:

- (1) 建站者自身条件分析,如公司概况、市场优势,可以利用网站提升哪些竞争力,建设网站的能力(费用、技术、人力等);
- (2) 相关行业的市场是怎样的,有什么样的特点,以及在互联网上开展业务的可能性和前景;
- (3) 网站主要竞争者分析,了解竞争对手上网情况及其网站的功能、盈利模式、用户黏度、发展经营状况等,汲取他们的长处,并找出自己的优势;