

# APP 移动终端决胜之道 视觉设计艺术

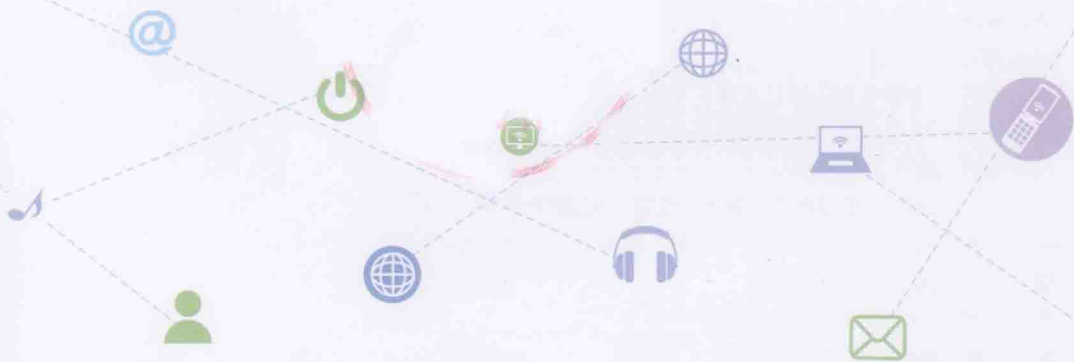
这是一场翻天覆地的视觉设计革命，请你马上做好准备

SunI视觉设计 编著 

- 移动互联网产品与APP视觉设计的前世今生 · 产品功能、APP设计、用户体验的黄金平衡
- 鲜为人知的APP视觉设计原理的全面解密 · APP设计中优化和提升用户视觉的专业方法
- 实现用户完美操控的APP设计的概念与标准

# APP 移动终端决胜之道 视觉设计艺术

SunI视觉设计 编著 



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

## 内容简介

移动互联网给人们的生活带来了无限的便利,这一通信科技技术的快速发展使得“移动 UI”成为了如今这个时代不容忽视的关键词之一,越来越多的设计师们也加入到移动 UI 的设计行列,本书便选取了其中的一个环节——移动 UI 的视觉设计,帮助使读者了解移动 UI 视觉设计的设计理念与一些需要遵循的法则,以便开阔读者的设计思路与想法。

全书共分为 5 个章节,我们又可以将其分为两大部分,第一部分为第 1 章与第 2 章,相当于全书的基础部分,以统筹与概括提炼的方式,对移动 UI 的大环境、相关的思维模式理论以及设计时需要把握的关键点进行了大致讲解,读者通过阅读后能够在脑海中形成一定地知识体系,理解什么是移动 UI 的视觉设计并认识到设计时的关键点。第二部分则为第 3、4、5 章,在这三个章节中则为基础部分的扩展,结合详细的移动 UI 视觉设计案例,使读者能对一些设计方法与理论得到更加具体与直观的理解,以便运用到日后的设计之中。

对应相关的设计理论知识,本书列举了大量移动 UI 的设计案例,并结合理论通过分析案例对错与比较的方式,让读者能更为直观且具体地理解理论所阐释的关键所在。读者不仅可以通过案例获取更多的设计灵感,也能通过对理论知识的了解进一步武装自己的设计思维,这也是编者希望通过本书所达到的目的。

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

移动终端决胜之道:APP视觉设计艺术/Sunl视觉设计编著.--北京:电子工业出版社,2014.11

ISBN 978-7-121-24500-8

I. ①移… II. ①S… III. ①移动电话机-程序界面-程序设计 IV. ①TN929.53

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第234699号

策划编辑:牛勇

责任编辑:徐津平

印刷:中国电影出版社印刷厂

装订:中国电影出版社印刷厂

出版发行:电子工业出版社

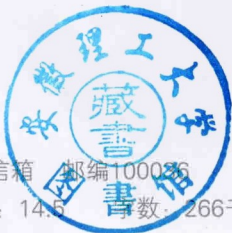
北京市海淀区万寿路173信箱 邮编100026

开本:720×1000 1/16 印张:14.5 字数:266千字

版次:2014年11月第1版

印次:2014年11月第1次印刷

定价:59.00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。

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

服务热线:(010)88258888。

## 反侵权盗版声明

电子工业出版社依法对本作品享有专有出版权。任何未经权利人书面许可，复制、销售或通过信息网络传播本作品的行为；歪曲、篡改、剽窃本作品的行为，均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人应承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。

为了维护市场秩序，保护权利人的合法权益，我社将依法查处和打击侵权盗版的单位和个人。欢迎社会各界人士积极举报侵权盗版行为，本社将奖励举报有功人员，并保证举报人的信息不被泄露。

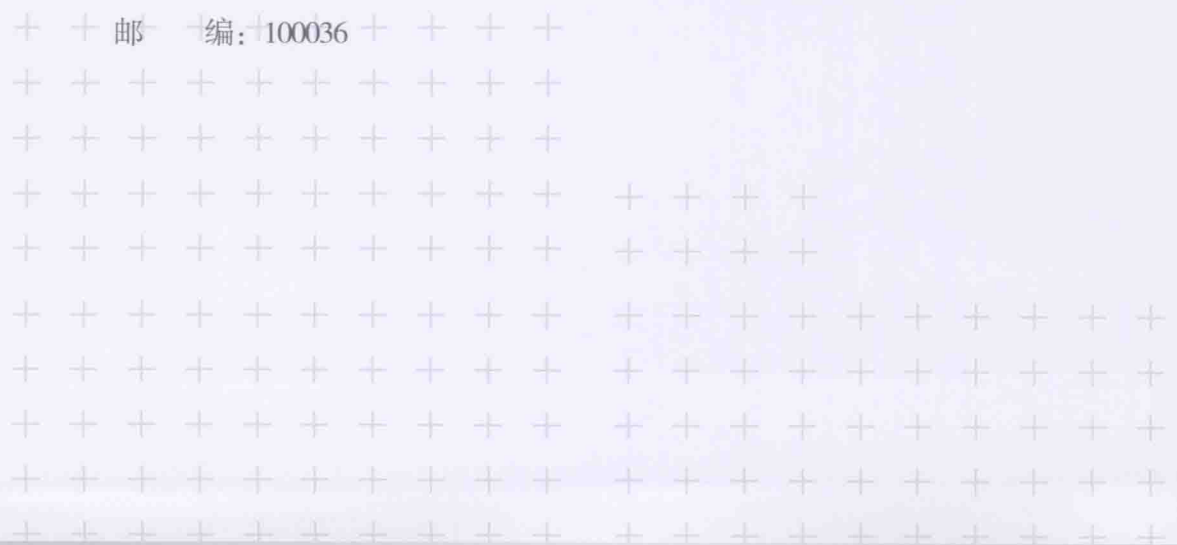
举报电话：(010)88254396；(010)88258888

传 真：(010)88254397

E-mail: dbqq@phei.com.cn

通信地址：北京市万寿路 173 信箱 电子工业出版社总编办公室

邮 编：100036



# 目录

## 第1章 移动互联网产品在变化 / 6



- 1.1 信息时代与产物 /10
  - 1.1.1 时代在变化 /10
  - 1.1.2 初识移动 UI/11
- 1.2 层级化与理性思维 /14
  - 1.2.1 移动 UI 与层级化 /16
  - 1.2.2 移动 UI 与理性思维 /20
  - 1.2.3 层级化与理性思维和用户界面之间的关系 /24
- 1.3 移动互联网产品的 UI 设计也被艺术化? /26
  - 1.3.1 用户的界面被“简化”了吗 /27
  - 1.3.2 透过艺术浅观移动 UI “简化”的设计思维 /30

## 第2章 数据时代的用户体验 / 32



- 2.1 认识移动 UI 的用户与界面 /36
  - 2.1.1 移动 UI 用户研究也有“4W”原则 /37
  - 2.1.2 交互设计与界面 /38
  - 2.1.3 用户与界面的概念归纳 /39
- 2.2 用户体验与人机交互 /41
  - 2.2.1 新兴学科——用户体验设计 /42
  - 2.2.2 人机交互中的用户体验 /43
  - 2.2.3 用户体验与移动 UI 视觉设计的关系 /53
- 2.3 移动 UI 视觉设计也被视觉传达设计化? /58
  - 2.3.1 用户界面也需要视觉传达的设计与布局 /58
  - 2.3.2 移动 UI 视觉设计与视觉传达设计的关系 /61
- 2.4 移动 UI 视觉设计中的思维模式 /62
  - 2.4.1 “傻瓜”应用是属于大众的 /62
  - 2.4.2 “傻瓜”应用为什么会大众化 /63

## 第3章 格式塔中的视觉经验 / 72



- 3.1 观察结构与经验习惯 /76
  - 3.1.1 视觉经验与惯性体验 /76
  - 3.1.2 初识格式塔理论 /76
- 3.2 格式塔理论与移动 UI 视觉设计 /77

- 3.2.1 格式塔理论: 接近性 /77
- 3.2.2 格式塔理论: 相似性 /82
- 3.2.3 格式塔理论: 连续性 /92
- 3.2.4 格式塔理论: 封闭性 /103
- 3.2.5 格式塔理论: 简化对称性 /116
- 3.2.6 格式塔理论: 主体与背景 /120
- 3.2.7 格式塔理论: 共同命运 /124

### 3.3 综合运用格式塔理论 /129

- 3.3.1 对于格式塔理论的总结 /129
- 3.3.2 将格式塔理论综合用于移动 UI 视觉设计之中 /129

## 第4章 视觉优化的过程 / 130



### 4.1 感知与视觉结构 /134

- 4.1.1 经验与感知 /134
- 4.1.2 环境与感知 /141
- 4.1.3 目标与感知 /147
- 4.1.4 结构化与感知 /152

### 4.2 阅读障碍的产生 /163

- 4.2.1 阅读的方式 /164
- 4.2.2 别让信息设计影响阅读 /167

### 4.3 视力的局限性 /170

- 4.3.1 中央凹与边界视线 /170
- 4.3.2 兼顾视力局限的界面信息传达 /173

### 4.4 色觉与视觉 /177

- 4.4.1 色觉与色觉现象 /177
- 4.4.2 移动 UI 视觉设计中的用色准则 /184

## 第5章 可操控性体验 / 188



### 5.1 触控式交互体验 /192

- 5.1.1 人机工程学与触屏时代 /192
- 5.1.2 触屏时代与界面布局 /196
- 5.1.3 移动 UI 视觉设计的人机工程学 /198

### 5.2 注意力、记忆力、思考力与可操控性 /207

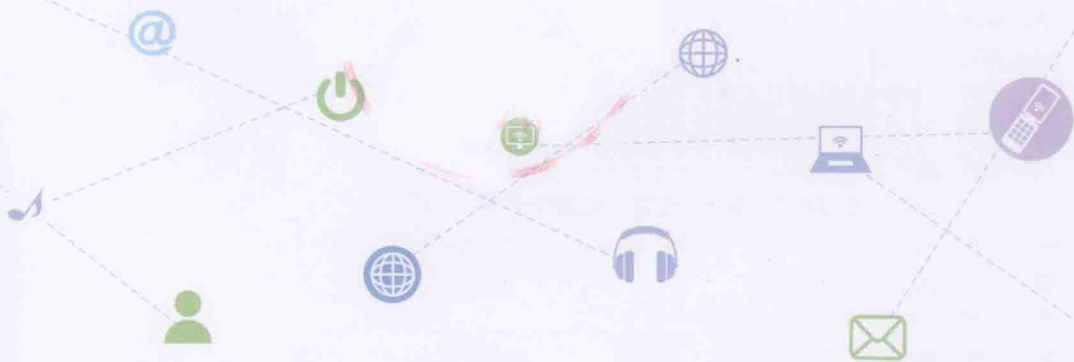
- 5.2.1 短期记忆与长期记忆 /208
- 5.2.2 可操控性设计的六事项 /213

### 5.3 尺寸与触感体验 /221

- 5.3.1 符合体验的移动设备尺寸探究 /221
- 5.3.2 需要了解的设计尺寸相关知识 /226

# APP 移动终端决胜之道 视觉设计艺术

SunI视觉设计 编著 



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

## 内容简介

移动互联网给人们的生活带来了无限的便利,这一通信科技技术的快速发展使得“移动 UI”成为了如今这个时代不容忽视的关键词之一,越来越多的设计师们也加入到移动 UI 的设计行列,本书便选取了其中的一个环节——移动 UI 的视觉设计,帮助使读者了解移动 UI 视觉设计的设计理念与一些需要遵循的法则,以便开阔读者的设计思路与想法。

全书共分为 5 个章节,我们又可以将其分为两大部分,第一部分为第 1 章与第 2 章,相当于全书的基础部分,以统筹与概括提炼的方式,对移动 UI 的大环境、相关的思维模式理论以及设计时需要把握的关键点进行了大致讲解,读者通过阅读后能够在脑海中形成一定地知识体系,理解什么是移动 UI 的视觉设计并认识到设计时的关键点。第二部分则为第 3、4、5 章,在这三个章节中则为基础部分的扩展,结合详细的移动 UI 视觉设计案例,使读者能对一些设计方法与理论得到更加具体与直观的理解,以便运用到日后的设计之中。

对应相关的设计理论知识,本书列举了大量移动 UI 的设计案例,并结合理论通过分析案例对错与比较的方式,让读者能更为直观且具体地理解理论所阐释的关键所在。读者不仅可以通过案例获取更多的设计灵感,也能通过对理论知识的了解进一步武装自己的设计思维,这也是编者希望通过本书所达到的目的。

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

移动终端决胜之道:APP视觉设计艺术/Sunl视觉设计编著.--北京:电子工业出版社,2014.11  
ISBN 978-7-121-24500-8

I. ①移… II. ①S… III. ①移动电话机-程序界面-程序设计 IV. ①TN929.53

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第234699号

策划编辑:牛勇

责任编辑:徐津平

印刷:中国电影出版社印刷厂

装订:中国电影出版社印刷厂

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:14.5 字数:266千字

版次:2014年11月第1版

印次:2014年11月第1次印刷

定价:59.00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。

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

服务热线:(010)88258888。



可以说，如今我们已经进入了一个信息时代。在这个时代中，移动互联网成为了这个时代的关键词，移动产品成为了这个时代的必需品，也因此移动 UI 设计等新兴的设计门类逐渐浮出水面。对于许多人而言，移动 UI 也许仍是个新鲜的词汇，然而对于设计界而言，它就像是一片设计的蓝海，等着人们去开发与探险，而如今也有越来越多的人加入到这个队伍之中。这场视觉革命还在继续，正因如此便出现了现在所看到的这本与移动 UI 视觉相关的书籍。

本书编者在对移动 UI 的背景、移动 UI 视觉设计的关系等基础概念和设计思想以及理论进行大致的说明后，再结合具体的移动 UI 设计案例对理论进行了更为直观展示。让读者不仅了解了理论，也能将其运用在实际的设计之中。

本书共分为 5 个章节。首先，在本书的第 1 章中，以如今这个信息时代为背景出发点，告知读者什么是移动 UI 设计，以明确本书的创作方向。除此之外还介绍了与移动 UI 设计相关的基础理论与思维方式，并试图探讨移动 UI 视觉设计的现状，使读者能从中获取一些设计的线索。第 2 章则在第 1 章的基础上，丰富了移动 UI 视觉设计的基础理论，并加入“用户体验”的概念，使读者了解到进行移动 UI 视觉设计时，需要把握的核心点。第 3 章则以心理学家提出的格式塔理论为主线，讲解了用户的视觉经验与设计的关系，并结合案例的分析来告知读者什么样的设计能够兼顾用户所形成的一些视觉经验，并能使所设计的界面在视觉上带给用户更好的体验与享受。第 4 章进一步以“用户的视觉”为研究对象，试图从用户所表现出的某些生理现象去分析与总结移动 UI 视觉设计的准则与注意事项。移动 UI 视觉设计除了需要让界面信息更为清晰与流畅地展现在用户面前以外，也不能忽视用户的可操控性，所设计的视觉界面元素尺寸过小，很可能使用户忽略该元素或者根本无法点击到该元素，因此在本书的第 5 章中，便从操控性的角度出发，讲解了什么样的界面设计不仅美观，同时也有良好的用户操作体验。

本书采用了图文并茂的编排方法，并通过穿插图表式的说明方法，使读者能够更加轻松地理解并运用理论知识，在每章的开头会提出与该章相关的问题，与读者产生互动，让读者在阅读知识的同时产生主动思考的能力。除此之外，各章节的开头也会设置相应的学习目标，既是对章节的简要概括，也让读者能了解到该章节的叙述重点，以此来辅助全章的阅读。

总之，本书以总分的形式，以理论引出案例、案例带动理论理解的方式，对移动 UI 的视觉设计进行了较为详细的阐释与说明，旨在使读者能从中获取一些设计的思路与灵感。本书由“Sunl 视觉设计”团队编写，参加编写工作的有周文卿、罗洁、陈慧娟、陈宗会、李江、李德华、徐文彬、朱淑容、刘琼、徐洪、赵冉、陈建平、李杰臣、马涛、秦加林。最后，由于编者水平有限，在编写本书的过程中难免会存在疏漏之处，恳请广大读者批评指正，欢迎登录 [www.epubhome.com](http://www.epubhome.com) 提出宝贵意见，也可以加入 QQ 群 280080336 与我们交流。

# 目录

## 第1章 移动互联网产品在变化 / 6



- 1.1 信息时代与产物 /10
  - 1.1.1 时代在变化 /10
  - 1.1.2 初识移动 UI/11
- 1.2 层级化与理性思维 /14
  - 1.2.1 移动 UI 与层级化 /16
  - 1.2.2 移动 UI 与理性思维 /20
  - 1.2.3 层级化与理性思维和用户界面之间的关系 /24
- 1.3 移动互联网产品的 UI 设计也被艺术化? /26
  - 1.3.1 用户的界面被“简化”了吗 /27
  - 1.3.2 透过艺术浅观移动 UI “简化”的设计思维 /30

## 第2章 数据时代的用户体验 / 32



- 2.1 认识移动 UI 的用户与界面 /36
  - 2.1.1 移动 UI 用户研究也有“4W”原则 /37
  - 2.1.2 交互设计与界面 /38
  - 2.1.3 用户与界面的概念归纳 /39
- 2.2 用户体验与人机交互 /41
  - 2.2.1 新兴学科——用户体验设计 /42
  - 2.2.2 人机交互中的用户体验 /43
  - 2.2.3 用户体验与移动 UI 视觉设计的关系 /53
- 2.3 移动 UI 视觉设计也被视觉传达设计化? /58
  - 2.3.1 用户界面也需要视觉传达的设计与布局 /58
  - 2.3.2 移动 UI 视觉设计与视觉传达设计的关系 /61
- 2.4 移动 UI 视觉设计中的思维模式 /62
  - 2.4.1 “傻瓜”应用是属于大众的 /62
  - 2.4.2 “傻瓜”应用为什么会大众化 /63

## 第3章 格式塔中的视觉经验 / 72



- 3.1 观察结构与经验习惯 /76
  - 3.1.1 视觉经验与惯性体验 /76
  - 3.1.2 初识格式塔理论 /76
- 3.2 格式塔理论与移动 UI 视觉设计 /77

- 3.2.1 格式塔理论：接近性 /77
- 3.2.2 格式塔理论：相似性 /82
- 3.2.3 格式塔理论：连续性 /92
- 3.2.4 格式塔理论：封闭性 /103
- 3.2.5 格式塔理论：简化对称性 /116
- 3.2.6 格式塔理论：主体与背景 /120
- 3.2.7 格式塔理论：共同命运 /124

### 3.3 综合运用格式塔理论 /129

- 3.3.1 对于格式塔理论的总结 /129
- 3.3.2 将格式塔理论综合用于移动 UI 视觉设计之中 /129

## 第 4 章 视觉优化的过程 / 130



### 4.1 感知与视觉结构 /134

- 4.1.1 经验与感知 /134
- 4.1.2 环境与感知 /141
- 4.1.3 目标与感知 /147
- 4.1.4 结构化与感知 /152

### 4.2 阅读障碍的产生 /163

- 4.2.1 阅读的方式 /164
- 4.2.2 别让信息设计影响阅读 /167

### 4.3 视力的局限性 /170

- 4.3.1 中央凹与边界视线 /170
- 4.3.2 兼顾视力局限的界面信息传达 /173

### 4.4 色觉与视觉 /177

- 4.4.1 色觉与色觉现象 /177
- 4.4.2 移动 UI 视觉设计中的用色准则 /184

## 第 5 章 可操控性体验 / 188



### 5.1 触控式交互体验 /192

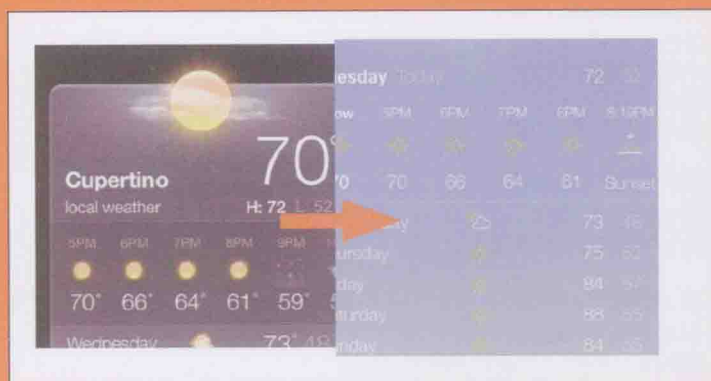
- 5.1.1 人机工程学与触屏时代 /192
- 5.1.2 触屏时代与界面布局 /196
- 5.1.3 移动 UI 视觉设计的人机工程学 /198

### 5.2 注意力、记忆力、思考力与可操控性 /207

- 5.2.1 短期记忆与长期记忆 /208
- 5.2.2 可操控性设计的六事项 /213

### 5.3 尺寸与触感体验 /221

- 5.3.1 符合体验的移动设备尺寸探究 /221
- 5.3.2 需要了解的设计尺寸相关知识 /226



移动互联网产品在变化





# 第1章

## 移动互联网产品在变化

### 内容摘要

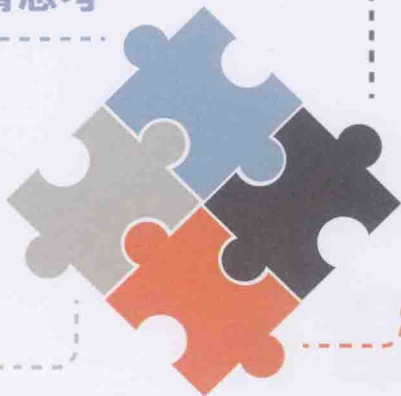
本章尝试从如今的信息时代为背景出发，来探讨分析移动互联网产品和移动 UI 视觉设计的现状，并在分析过程中为读者提供一种设计移动 UI 视觉设计的思路。有了这种思路，就能让读者找到了解和设计移动 UI 视觉设计的突破口与方向，也为下文的讲解奠定了理论的基础。

### 关键词

-  移动互联网
-  移动互联网产品
-  移动 UI 视觉设计
-  越简单，但越好

## 阅读本章前请思考

你是否感受到了移动互联网与移动设备给生活带来的变化?



你是否感受到了这些变化已经在逐步影响你的视觉感受?

为什么会产生这样的变化? 这又与移动UI视觉设计有什么关系?

## 阅读本章后要了解

什么是移动互联网产品与移动UI视觉设计?

如今移动互联网产品中的UI视觉设计的现状是什么?

透过艺术的历史,了解并思考产生移动UI视觉设计现状的原因。

## 号召令



如今我们所生活的时代究竟是个什么时代？电脑、智能手机、平板电脑等一系列的电子设备将人们联结在同一个网络之中。不可避免的信息数据如洪流一般，在不同的电子设备之间流动，满足着人们繁复的需求，如电子邮件、短信传输、语音通话、视频、照片、游戏、音乐、远程会议等等。

**没错，我们已经并早已进入了一个信息的时代！**

在这个时代中，人们的生活不仅仅只有电脑，越来越多的人更加追求能够随时随地连接网络，能够随时随地进行工作、娱乐的生活方式，因此人们现在几乎离不开智能手机、平板电脑等移动电子设备。

**没错，移动产品成了这个时代的必需品！**

忙碌的工作使人们即使在约会，也要翻出手机或平板电脑查阅电子邮件或短信；在路途、等候或休闲中，人们也会随时随地感受世界各地的新闻资讯或享受游戏的乐趣。可以说，这都离不开移动互联网的支持。

没错，“移动互联网”已经成为这个时代的关键词！

在这一发展过程中，产生了 UI 设计、移动 UI 设计等概念，而随着移动设备使用者的增加，移动 UI 设计更成为了如今最热门的话题之一。

移动设备上的软件或应用层出不穷，为了吸引更多的用户，设计师们也力求让软件和应用系统或界面变得更具个性与品味，让操作变得更加舒适、简单、自由，充分体现软件和应用定位、特点与意义，完善用户体验。可以说，如今移动 UI 设计正在设计师们的不断探索与改革中，进行着设计的革命。

而在这诸多的产品、软件和应用中，如同乔布斯重新定义手机后获得绝佳用户体验一般。如何让你的移动 UI 设计吸引眼球、博得关注？又如何让你的移动 UI 设计更加人性化，获得用户的喜爱？让我们也一起来探索这场移动 UI 视觉的设计革命！

## 1.1 信息时代与产物

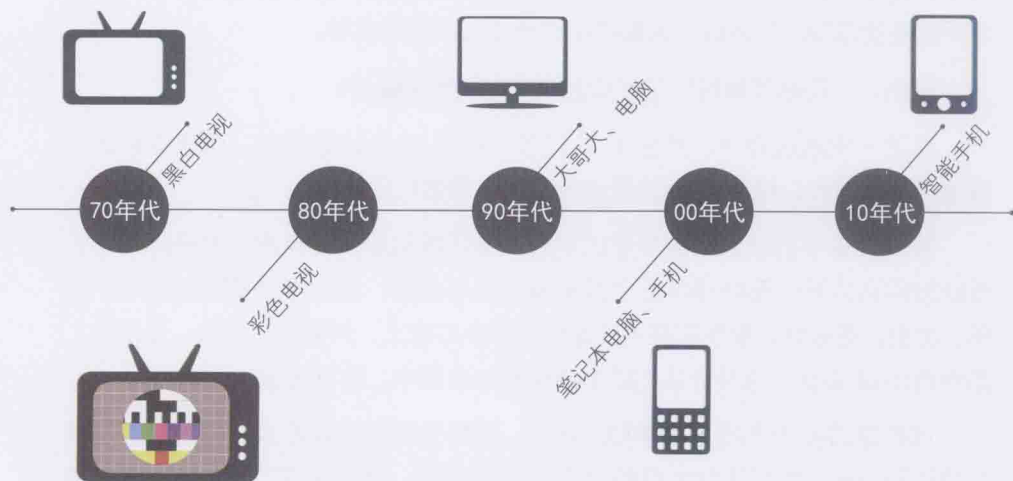
iPhone是世界上第一台批量生产商业用途的使用电容屏的手机。才华横溢、充满激情的乔布斯发明了一种全新的人机交互方式——用手指代替了触控笔和专用按钮。如果没有乔布斯的发明，移动互联网也许到今天还没有诞生。

——eFuture 富基融通董事长 颜艳春



### 1.1.1 时代在变化

就如同前文所述，20世纪到21世纪是人类科技进步最快的时代，许多在以前或许人们看来只可能出现在想象或科幻电影中的场景，或者从前想也没想过的词汇，如今都成为了现实。通过下面的图片能够更加直观地感受到，年代的不同，我们生活周边的物品在发生变化，科技的进步带来的了电器、电子设备的改革，改革的过程也促进了移动互联网的产生，这些也都是这个时代带给我们的产物。





## 1.1.2 初识移动 UI

时代与其产物，改变着我们的生活，也改变着我们的意识形态。如今我们或许能够放下电脑，但却连上厕所时也离不开手机，盘旋在我们脑海里的 PC 软件界面也似乎渐渐被电子阅读、手机游戏、移动试听、移动支付、移动搜索、移动商务等移动互联网产品的图标与界面所取代，这是一种你不得不承认的现象。



不论是在酒店、餐馆、百货公司或是咖啡店，商家们都打出了“有 WiFi 供应，免费上网”的招牌来吸引客户，你也不得不承认智能手机与互联网在改变着我们。

上面的种种现象，我们都可以借用腾讯公司董事会主席兼 CEO 马化腾在 2012 互联网大会中的主题演讲去总结：

“刚才我发现会议的资料里看到非常多的创新型的企业，正在诞生，而且他们很多的产品，我估计有超过一半的数量是在移动互联网方面。所以我们看到整个移动互联网是大势所趋。……根据调查，到 6 月底手机上网用户达到 3.88 亿，到现在 9 月份，必然已经突破 4 个亿，这已经超过过去台式和笔记本电脑上网终端的用户总数量。

……

种种的趋势看来，移动互联网已经是大势所趋，PC 互联网现在已经进入了平台区，在未来可能比过去从流量和使用市场来说，会远远小于移动互联网。这个结论出来了，所有的产业上下游，所有的从业者都应该勇敢地去拥抱这个变化。”