

刘畅 编著

10+年UI设计经验

500+个成功项目设计经验

6+年中国设计师协会会员

UI设计师总结多年的设计经验

筛选工作中时常遇到的经典案例

帮助UI设计师实现从新手到高手的蜕变

经典创意 PHOTOSHOP 移动与网页UI电商设计

UI



本书源文件及相关下载

请登录中国铁道出版社网站下载

<http://upload.crphdm.com/2017/0904/1504522885515.rar>

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE



经典创意

PHOTOSHOP

移动与网页UI电商设计

UI



刘畅 编著

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

内 容 简 介

本书共分十个章节，均使用图文结合的方式进行编写，浅显易懂。全书串联起来，是一种由浅入深、由深至广的写作方式。书中的许多知识是作者多年UI设计工作经验的总结，书中的首页设计、详情页设计、直通车设计、海报设计均是电商设计中会出现的设计分类，除此之外，作者还将自己为客户创作的网页设计中的部分案例展示给大家，同时对作品的合理与不合理之处进行了分析与建议，系统化地向读者讲述了本书的相关规范和原理。

书中的理论均为实用型，都是有据可循的问题，都是在设计实践中会碰到的。本书适用于设计初学者及在设计中遇到瓶颈需要有所突破的设计师，书中的相关内容希望能为你打下坚实的基础，养成良好的设计习惯。

图书在版编目（CIP）数据

经典创意UI：Photoshop移动与网页UI电商设计/刘畅

编著. —北京：中国铁道出版社，2017. 11

ISBN 978-7-113-23253-5

I. ①经… II. ①刘… III. ①移动电话机—人机界面—程序设计②图象处理软件③电子商务—网站—设计IV. ①TN929. 53
②TP391. 413③F713. 361. 2④TP393. 092

中国版本图书馆CIP数据核字（2017）第137721号

书 名：经典创意UI——Photoshop移动与网页UI电商设计
作 者：刘 畅 编著

责任编辑：张亚慧
责任印制：赵星辰

读者热线电话：010-63560056
封面设计：**MXK** DESIGN
STUDIO

出版发行：中国铁道出版社（100054，北京市西城区右安门西街8号）

印 刷：北京铭成印刷有限公司

版 次：2017年11月第1版 2017年11月第1次印刷

开 本：787mm×1092mm 1/16 印张：16 字数：338千

书 号：ISBN 978-7-113-23253-5

定 价：69.00元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书，如有印制质量问题，请与本社读者服务部联系调换。电话：（010）51873174

打击盗版举报电话：（010）51873659



通过翻阅本书，书中内容所呈现给大家的是各种互联网界面设计案例，当今是以互联网发展为主的时代，人们的生活方式都离不开电商购物、手机娱乐，互联网已占据了人们生活的相当一部分。憧憬着设计出精美的海报或者充满灵性图片的设计师不在少数，其实资深设计师与初级设计师都是在共同成长着，大家各自扮演着设计领域的不同角色。初级设计师通过正确理论的学习，以及不断地练习与琢磨，是可以在较短的时间内上升为资深设计师的。

我们看到任何优秀的互联网 UI 设计作品，都是有一定的设计原理的，而非凭空想象。商业设计与纯艺术的区别就是如此，前者有着许多的规范、条例，如果想要让用户接受，要在条例范围内进行创作，最终有人为你的设计付费，或者你的设计在市场上得到了广大用户的认可并被转化成商业利益，这时候的你才能够算得上是一位真正的 UI 设计师（UI 设计师并非创作出足够精美的作品就会被业界认可，设计师的真正价值主要在于通过自身创作佳品，进而为客户转化出多少商业价值来作为评判标准）。该书为大家介绍了很多关于 UI 设计规则之类的设计原理。

想必大家在美术院校或者专业学校里都没有学到过类似的设计理论吧！学校只是一个铸造基本功的地方，很多设计原理还得在工作实践中才能真正体会到。在工作中大家都是

P R E F A C E —

不断地学习前辈设计师的设计技巧或者直接受到美术指导的建议，在这样的不断学习过程中总结出来的实践经验。其实这些经验总结起来也是有一定规律的，所以我们为什么说好的设计公司不断推陈出新，通过培训新的理论知识来强化高级设计师的设计技能，让整个公司的设计水平再上一个新台阶。

身为 UI 设计指导的我编写此书的目的，一是想把我多年从事互联网设计所体验到的设计规律、技法一并收录并撰写成书。通过学习并掌握书中的理论知识之后，希望可以为你设计下一个新项目提供可靠的标准与基础，并可大幅度地提高自身的设计水准，最终拿出好的作品去打动客户。二是希望能让初学者或者正遇到瓶颈的设计师们找到正确的设计方法，尽量少走弯路，纠正不好的设计习惯。通过阅读本书并将里面的知识学以致用，最终促使你的设计水平有所上升，并能从设计中找到更多的乐趣，这将是出版此书的最大收获。

刘 畅

2017 年 6 月

第一章	○-----	了解设计心理以及用色技巧 01
		第一节 爱德马法则 / 3
		第二节 配色、取色技巧 / 4
		第三节 色彩搭配方法 / 16
第二章	○-----	首页设计思路以及构图理念 21
		第一节 电商首页设计的关键性三大要素 / 23
		第二节 首页的产品分区及次要板块 / 30
		第三节 首页的布局和分割 / 36
第三章	○-----	详情页设计 51
		第一节 前期分析 / 53
		第二节 设计制作 / 62
		第三节 详情页三定律 / 79
第四章	○-----	直通车设计 89
		第一节 前期分析 / 91
		第二节 设计制作 / 95
		第三节 后期提升 / 116
		第四节 直通车细节注意事项 / 122
第五章	○-----	海报设计 123
		第一节 海报设计需要的三大元素 / 125
		第二节 设计思路 / 134
		第三节 海报需注意的几点 / 144

Table of Contents



expe

第六章 ○ ----- 版式设计 157

第一节 版式分类 / 159

第二节 排版 / 167

第三节 对比与重复 / 182

第七章 ○ ----- 风格把控 189

第一节 风格的定义 / 191

第二节 选择风格 / 194

第三节 准确把握风格 / 198

第八章 ○ ----- 留白的运用 203

第一节 留白的定义 / 205

第二节 适合于留白的几种场景 / 206

第三节 留白的案例与分析 / 214

第九章 ○ ----- 巧妙运用圆形 219

第一节 圆形的定义 / 221

第二节 颜色、材质对比 / 226

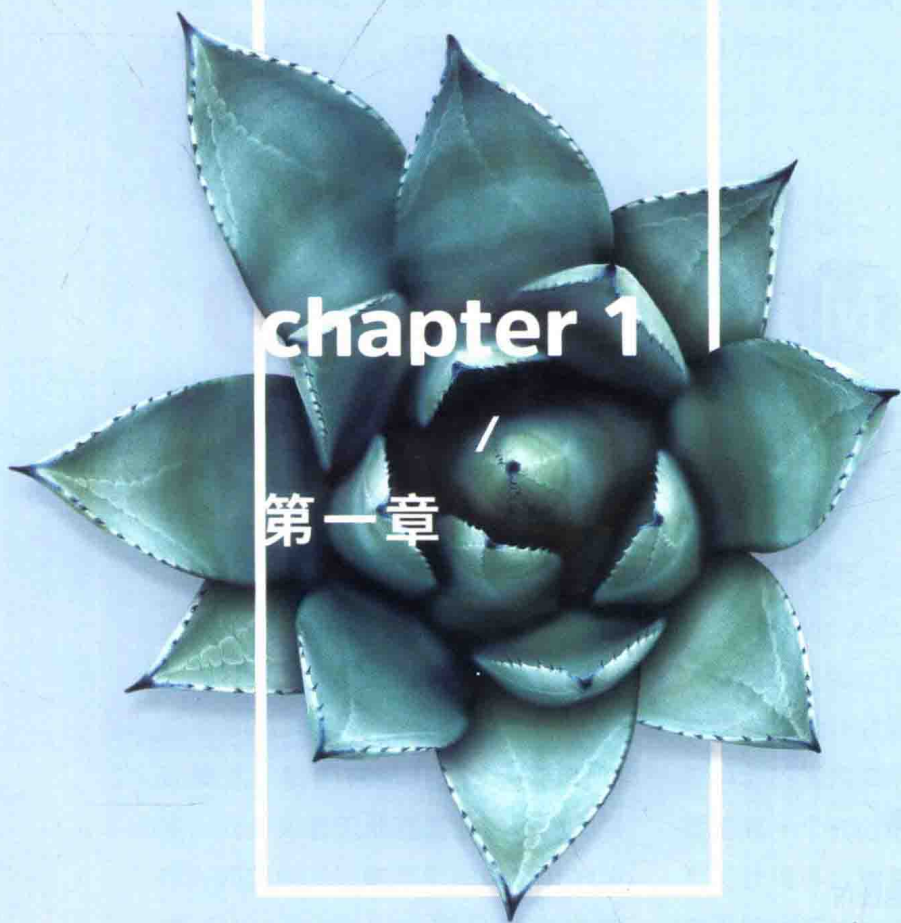
第三节 圆形元素在界面设计中的
规范运用 / 229

第十章 ○ ----- 素材鉴赏 239

第一节 资源整合 / 241

第二节 酷站推荐 / 247





chapter 1

第一章

第一节 爱德马法则

第二节 配色、取色技巧

- 01 颜色基本知识
- 02 视觉的识别性
- 03 和谐的配色
- 04 配色塑造形象

第三节 色彩搭配方法

- 01 间色与复色（三级颜色）
- 02 强调色的用法

爱德马法则

爱德马法则 (AIDMA) 是对人类消费行为五个过程的分解说明。共分五个步骤, 即“注意 (Attention)、兴趣 (Interest)、欲望 (Desire)、记忆 (Memory)、行动 (Action)”

的大写首字母组合而成, 这是在商品交易或商品开发等领域经常被提及的词语。下面用一张逐步演变的图形展现, 以便于大家能更好地理解, 如图 1 所示。

1



图 1 标示了买家在网店看到某件商品或者广告后, 到实际付款购买前的过程。实际上无论我们是在逛街或者翻看网店时也会采取类似的行动模式。我们在打开一个网店的时候, 则会无意识地遵循爱德马法则顺序: 网店的设计能否引起观看者的注意 (Attention), 对商品产生兴趣 (Interest), 产生拥有的欲望 (Desire),

进而留下记忆 (Memory), 最后采取购买行动 (Action)。

我们在设计电商网页的时候, 要领悟你的设计会影响到什么样的人, 要对你的买家会产生什么样的行为, 提前有一个充分的认识。无论你的网页设计得多么精美, 最终没能让观看者采取购买的冲动, 也是没能完成这个设计的使命。

配色、取色技巧

概述：

颜色与其他的设计要素不同，不能轻易断言颜色将会给我们传递何种“绝对”的印象。这是因为大家通常很难正确地把握好“颜色”，而且颜色带给大家的印象就是主观性非常大。

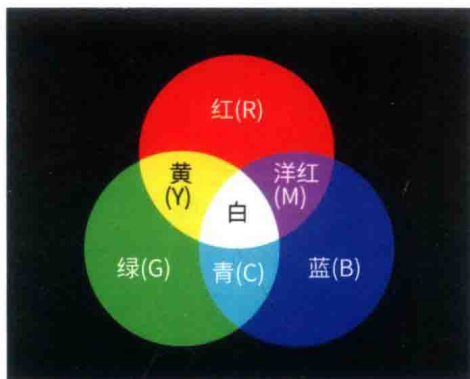
凡是从事设计工作的人，一旦想要将信息准确地传达给大众视线，用色切忌含混不清。必须使用各种方法使颜色正确地表现、传达，要做到这些，先要掌握颜色的性质。

01 颜色的基本知识

设计中不可或缺的元素就是颜色，它足以使一幅完美的作品举世瞩目，然而未配好颜色的作品也会因此毁于一旦。下面来分析一下颜色所具有的特性。

我们眼中看到的颜色，依据和光线的关系有两种分类方式。一种是光线本身所带有的颜色，是运用“加法混色”的原理混合出各种各样的颜色。只要有红（Red）、绿（Green）、蓝（Blue）三种光色，就能混出所有的颜色，三色同时叠加为白色。三原色常用于电脑的显示屏幕或数码照相机的图像（图2）。

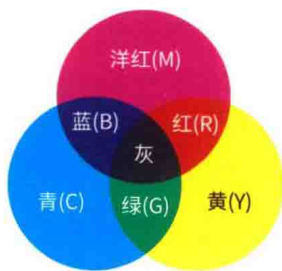
2



取这三种颜色的首字母，将混出的颜色称为“RGB”色彩

3

另一种是把颜料或油墨印在某些介质上，就是我们平时经常看到的宣传册、包装盒、时尚杂志等纸质的印刷品。这种通过在介质上面的反射来表现颜色的方法，称为“减法混色”。它由青(Cyan)、洋红(Magenta)、黄(Yellow)三种颜色组合而成，通过这三种颜色，就能够混合出其他的颜色。大多数的印刷品，都是由这三种颜色再加上黑(Black)色所组成的“CMYK”四色油墨印刷而成的(图3)。

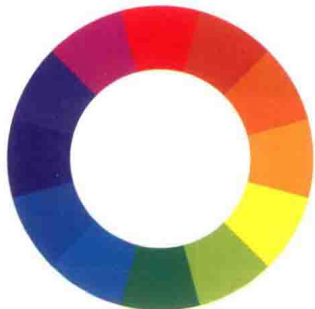


如果再加上黑色，四种颜色就构成了印刷品的基本油墨色“CMYK”

若要理解颜色给人带来的影响，我们则需要记住正确的色彩分析方法和专业术语。颜色有各种各样的分类和表现方法，我们对最常用到的“蒙塞尔颜色表示体系”进行解说。它将颜色体系分为“色相”“饱和度”和“明度”三种要素。

色相是色彩的首要特征，是区别各种不同色彩最准确的标准。最初的基本色相为红、橙、黄、绿、蓝、紫。在各色中间加插一两个中间色，其头尾色相。按光谱顺序为：红、橙红、黄橙、黄、黄绿、绿、绿蓝、蓝绿、蓝、蓝紫、紫。红紫、红和紫中再加个中间色，可制出十二基本色相(图4)。

4



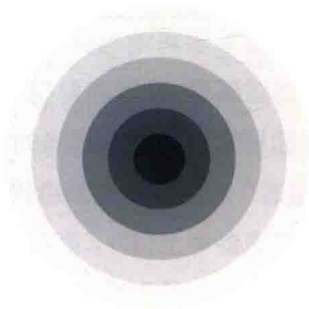
色相环

5



饱和度

6



明度

饱和度是指颜色的鲜艳程度。用饱和度来表示颜色的“鲜艳”或“暗淡”。颜色越鲜艳饱和度越“高”，颜色最显眼、饱和度最高的颜色称为“纯色”。相反，颜色越暗淡则饱和度越“低”，饱和度最低的是被称为“无彩色”的灰色(图5)。

明度是指颜色的明暗程度。不同色彩有不同的明度，即使同一种色彩，其明度也有不同(图6)。

以上介绍了颜色的表现手法，不仅在现实生活中形容颜色时会使用，在设计上更是常常提到的术语，因此需要记住每个词的含义。

02 视觉的识别性

我们做 UI 设计的时候，经常使用的颜色，通常是由多种颜色混合而成的，就算是在显示器上看到的白色，都是由 R、G、B 三种颜色的最高值“255”组合而成（图 7）的；在纸质印刷方面，白色就意味着不需要任何颜色，C、M、Y、K 的值均为“0”，表示在印刷的时候四色均不用色。所以说，在媒介与纸质上的用色方式区别相差较大。

我们在做设计的时候，虽说颜色搭配可以随意自由，但是光凭感性来配色是远远不够的。依据环境的变化不同，颜色的呈现方式也会随之变得多种多样（图 8）。

当我们在设计作品的时候，尤其是文字和符号必须要清晰可见。能否将重要信息呈现得清晰与否，直接关系到用户的体验感受，这就称为“视觉识别性”。颜色的视觉识别性有明确的规则，叫作“明度差”。明度是指颜色的明亮度（有关明度请参考上页），而在色彩搭配中，几种颜色之间的明度差，左右着视觉识别性的高低（图 9）。

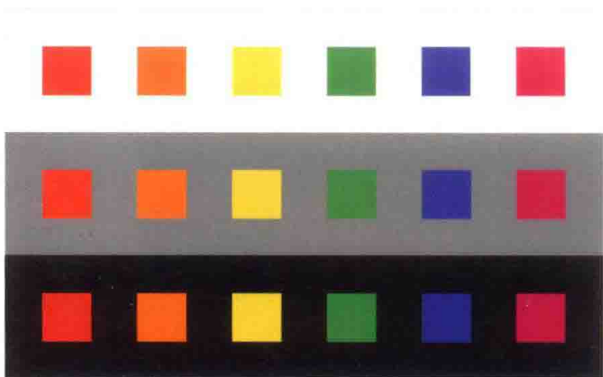
图 9 左侧三行标识中的颜色组合让人很难辨认清楚文字，这是因为色彩搭配时颜色之间的明度差不足。

右侧三行标识虽然背景色和左图相同，但是文字都显得清晰易读。这是由于文字和背景色之间的明度差拉大。

7



8



颜色所呈现出来的效果会随背景颜色变化而变化，图中可以看到有的颜色在白色背景中比较清楚，有的颜色在黑背景中才会清楚显示。

9



因此，在设计需要轻易辨别重要文字和符号的时候，尽量选择与背景颜色有明度差的颜色。

需要往图片中加入文字排版也是同样的道理。若希望在深色系图片中让文字清楚地显现，就要选择明度最高的白色或者接近白色的颜色。相反，若要在明亮的图片中加入文字，就要选择明度最低黑色或者接近

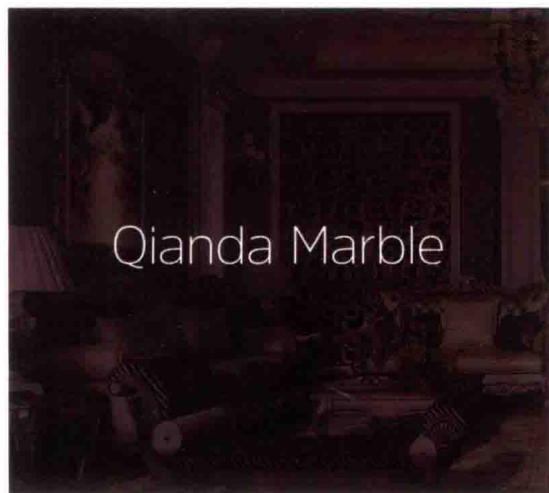
黑色的颜色。这样，才能通过明度差来提高文字的视觉识别性。

但是，如果图片是既不亮又不暗的中间颜色，那么不管是白色还是黑色都无法辨认清楚。在这种情况下，无论使用什么颜色都不能得到理想的效果（图 10）。因此，可以改变思路，尝试改变图片的颜色或者在文字区域周围加入背景色。

10



在这种中间色调的图片中，无论搭配白色还是黑色的文字，都很难被人识别出来。如果白色或者黑色都不能被清晰地呈现出来，那么任何颜色都无法被识别。



我们使用同样的背景图片，只是在图片上加入了黑色的透明层，这样显现出来的效果就截然不同。在深色背景上显现出来的白字，想让它不突出都难。

我们再来看一个图例（图 11）。

11





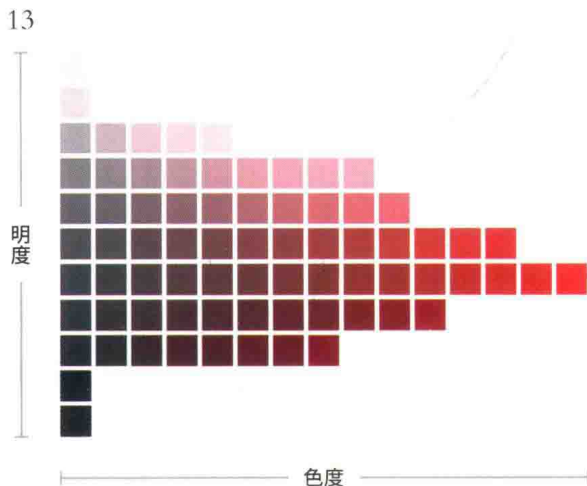
如图 12 所示，这是我之前设计过的一些色彩比较凸显的 LOGO 案例，为了让这些多彩颜色 (multi-colour) 的 LOGO 显现效果，特意选择了能和任何颜色形成鲜明对比的明度差的白色作为背景色，各个 LOGO 在纸上的效果是一目了然。

一旦把背景色改为图 11 的橙色系，你看到后会是什么样的感受？虽然还有部分元素能够被我们清晰发现，但有很大一部分与背景相似明度的元素明显是被减弱了明度差，视觉的识别性受到了很大的影响，因而就没有突显出多彩 LOGO 颜色的效果。

03 和谐的配色

“配色”虽说在设计中是十分有趣的，但同样也是最难、最不好掌握的工作。虽然随意搭配颜色能使你的工作进度加快，但是这样设计出来的作品算不上是一幅佳作。首

先，我们要统一好整幅画面的色调，保证好整体的协调性。其次，遵循配色和谐统一的原则，即调整好颜色的“明度”和“色度”的关系，如图 13 所示。



14



图 13 中的竖向表示明度，横向表示色度。即使是色相相同的颜色，也有明亮与黑暗、鲜艳与黯淡的差异。

所以说，无论使用何种色相的颜色，只要将明度与色度和谐搭配，就能取得漂亮的配色。

如图 14 所示，左侧魔方是随意搭配出来的色块组合，它会给人带来不和谐的杂乱感。图中的颜色选择没有经过明度和色度的

考虑就直接上色，因此毫无秩序章法。

右侧魔方虽然和左侧的色相相同，但是对它的明度和色度在基础之上明显做了不少调整，这样一来，整个色块组合就得到了舒适的协调性与条理性。

明度与色度的颜色倾向称为“色调”。根据明度与色度的搭配，色调可以表现为各式各样的色环（图 15）。

15



如图 15 所示，像这样色度和明度的集合就叫作“色调”。在配色时选择同一色调的颜色，可以让整个版面显得更为协调。在图中，越朝上的色调组合明度就越高，而越朝右的色调组合色度就越高。

当明度处于中间色调，而色度处于最高色调的组合称为“鲜艳色调”，这种鲜艳的颜色组合能给人带来朝气的印象。当明度与

色度都很高的色调称为“浅色调”，这是一种浅、淡并且十分可爱的颜色组合。

实际上，我们利用色调进行配色的时候，只要从同一色调中选取即将使用的颜色，整体页面就能呈现出色调和谐的状态。这是因为从同一色调中选取颜色，不但能突出版面的条理性与协调性，还能避免某些特定的颜色过于抢眼，从而使版面各种颜色均等协调。

16



图 16 所示为一个统一使用明亮色调的个人成长微信圈宣传海报。图中展现出的鲜艳色彩，目的是为中小学生的个性学风做宣传。

17



图 17 所示为例子中使用的色调。高色度的颜色组合给人以年轻有朝气、活泼的正面印象。