

色彩在 UI 设计中的应用

编辑导语：我们经常会使用到很多产品，一些产品里的色彩搭配也会给我们留下深刻的影响，比如你会记得淘宝的橙色、支付宝的蓝色等等，色彩对于用户的体验也很重要；本文作者分享了关于色彩在UI设计中的应用，我们一起来看一下。

一、色彩的应用

人脑对于色彩的记忆度要高于形态,即一个 App给用户留下深刻印象的往往是界面的色彩；例如说到支付宝，我们可能想不起它的首页长什么样子，标签栏图标是那些，但能马上记起它的界面主色是蓝色；因此运用好色彩对UI设计十分重要，它能直观的呈现产品的气质和性格，能有效的帮助用户组织和阅读信息，与界面设计产生联系和记忆。

好的配色往往依靠设计师审美、感觉搭配出来，但合理的颜色搭配必定存在合理的配色规律和配色方法论的支撑,下面结合相关案例为大家讲解色彩运用的几个技巧。

1. 不得触碰的禁区

分析研究了很多优秀设计作品,发现他们在用色的时候有一部分区域是不会使用的，也就是我们常说的“配色禁区”；当然，这里的“禁区”是带双引号带的，

并没有什么绝对的禁区，只是说这些颜色不易控制，在连基础色都没有驾驭好之前，尽量少碰。

配色禁区大概分为这三种：三角形禁区、矩形禁区、扇形禁区（红色为禁区），如下图：

综合看来，不管是那种禁区，右下角区域的颜色是很少用的。毕竟他们又脏又深，当然什么颜色都能驾驭的大师请略过。

知识点：

在界面设计中，一般主色和辅助色都集中在右上角，次要的和不可点的颜色都集中在中中上方，而文字信息和背景色则集中在左侧，右下角禁区是我们要重点避开的对象。

2. 色调一致

在 App 设计之前应先确定界面的主色调，主色将占据界面中很大的比例，通常是品牌色，而辅助色、点缀色、背景色等都应主色调为基准来搭配，这样才能保证 App 整体色调的一致。

色调一致的界面，能带给用户始终如一的视觉体验。例如马蜂窝将黄色（品牌色）作为主色，以及从主色搭配出的蓝色（对比色）贯穿 App 始终。

3. 60-30-10 原则

60% 30% 10%的原则，是达到色彩平衡的最佳比例。在 60%的空间使用主色，可以运用到导航栏、按钮、图标等关键的元素中，使之成为整个 App 的视觉焦点和色彩关系；30%的空间使用辅助色，可以平衡过多的主色而造成的视觉疲劳；最后剩下 10%的空间为点缀色，可以用在一些不太重要的元素又需要区分的时候。

6:3:1 原则构建了一种丰富的色彩层次，让界面看上去和谐、平衡和不杂乱。

哔哩哔哩将粉色运用到页签、标签栏、按钮、入口图标等上，蓝色的辅助色用在角标、图标上，还有黄色、红色用在一些小图标、小标签上，主次非常清晰明了。

4. 色不过三

经常很多大神在网上说配色不要超过三种色，其实就是「色不过三」原则，即在一个页面中不要使用超过 3 种颜色搭配，这也和上面说的“60-30-10 原则”类似，即一个主色、一个辅助色和一个点缀色。

但在实际 UI 设计中，迫于产品的需要可能会使用更多数量的色彩，但切记不可超过 7 种色相（注意不是 7 种色值），每个色相还可以运用其饱和度、明度的变化分解出丰富的色彩搭配。

美团外卖的首页 20 个功能入口大图标的背景用了 9 种不同的色彩，每种色彩又包含一种低饱和度色彩进行彩色渐变，但并没有显得杂乱，而是呈现一种年轻时尚的律动感。

这是因为这里虽然使用了 9 种不同的色彩，但仔细观察发现只使用了 3 种色彩，其他 6 种则是从前者邻近色中提取出来的搭配，再将它们错落放置，呈现出丰富多彩的色彩搭配，整体和谐统一。

5. 远离纯黑色和纯灰色

黑色就像没有生命力的深渊，使用户陷入冷冷的负面情绪中。远离纯黑色和纯灰色，是因为它们不存在于现实世界里；尝试在纯黑和纯灰中加入一些色调，会让界面看上去更柔和自然；另外，纯黑色还会与白色产生强烈的对比度，看久了会使人疲劳，让用户产生焦虑的情绪。

MONO的导航栏并不是深黑色，而是加入了蓝色的低饱和度蓝黑色，它的界面背景也是加入了蓝色的的浅色，这样就不会让界面看上去死气沉沉的。

6. 遵循色彩心理学

前文我们已经了解过各种色彩的心理知识，就是为了我们在进行 App 设计时提供依据；这些色彩都是源于人类对大自然最原始的感受，蓝色的天空、绿色的草地、黄色的沙漠等等，自然的色彩，对于我们来说是司空见惯的，但其中却蕴含着丰富的美感，并达到了和谐统一。

网易云音乐使用红色作为主色，这种热情奔放的颜色传递出一种充满能量、自信的气质。

7. 良好的可读性

良好的可读性在界面设计中能为用户提供主次分明、层次清晰的阅读体验，而一个可读性差的界面则会成为用户浏览的障碍。

那如何确保界面具有良好的可读性呢？

这就需要在界面设计中注意色彩搭配的对比，如在浅色背景上使用深色文字，在深色背景上使用浅色文字，使用高对比度的亮色展示重要的元素，用低对比度的浅色来体现需要弱化和次要的内容；例如苹果 **Music** 的主要功能入口，标签栏图标、按钮等都是用了高纯度的红色，与其他元素形成鲜明对比，就连深灰色的辅助文字都有着清晰的可读性。

8. 从大自然中获得灵感

配色中尽量使用大众熟悉的色彩，如自然界中人们常见的色彩等；从大自然中获取的配色灵感可以使你的设计更加切合用户的审美，非常自然；而艺术是对自然的直接反映，是非常宝贵的资源，值得好好利用。

我们可以搜集各种与自然风光相关的图片，从中提取色彩运用到设计中，这些几近完美的搭配呈现出来的和谐美感能瞬间打动人心；天气应用 **Marline** 就是一个很好的例子，它的界面背景渐变就参考大自然的变化，随着不同时间段呈现出

清晨、日出、正午、日落、深夜、雨天等渐变色，打开应用即唤起了用户的快乐情绪。

9. 将 UX 颜色与品牌相匹配

品牌价值在创建调色板中发挥关键作用，但是它们不是唯一重要的因素，行业规范也是关键；使用与品牌主要竞争产品几乎相同的配色方案不失一种好方法。

配色在品牌视觉中所发挥的作用是不言而喻的，但是，色彩本身的内涵和情绪特质并不是全部；比如一个行业当中，很多产品都使用了蓝色，那么你的产品继续使用蓝色，可以让用户更快「识别出」你所属的领域；但是本身也存在让人混淆的风险。如果你想要在视觉上脱颖而出，可以试着使用不同的色彩。

中国区或美国区，红色和蓝色都是最流行的颜色

在进行品牌设计的时候，选择配色的第一步，始终是了解各种颜色或者色相的气质和情感属性；然后，在具体设计的时候，再进一步根据品牌的气质和需求，再在色相的基础上调整明暗和饱和度。也可以打破常规创造出与众不同的配色方案。

10. 从强调色入手

想要让配色方案更加突出，在设计中添加强调色可能是最容易入手的地方；举个例子，一个律师咨询的 App 可能会使用传统的蓝色作为基础配色，但是，如果能够加入柠檬绿作为强调色，会显得独特很多。

11. 冷暖色对比搭配

冷暖对比色是自然平衡的规律，可以在设计中大量使用，这样的配色会使作品非常的出彩，同时不显单调，让用户感觉舒服平和；而且这种搭配方法基本没有啥缺点，使用在设计中，技巧性比较多，对设计的细腻感受要求比较高，需要多练习。

12. 黑白色搭配不过时

黑色是所有中性色中最强的，而白色是最常用的背景颜色。

黑色是一个很好的选择，有种高端和永恒的感觉，而白色可以带给用户自由，宽敞和透气的感觉；如上所述，黑色和白色也是最大的对比色，如果合理的使用黑色配合白色，会营造出一种优雅的氛围。

12. 强交互色彩

交互色彩在执行过程中必须清晰且在界面中保持一致。

号召性用语必须相对于背景具有足够的对比度,并且相对于其他组件必须具有足够的视觉权重,以便用户可以轻松识别它们; **Nike** 健身应用中,「开始」按钮以高饱和度的柠檬绿作为主色,从背景中脱引而出。

但是,交互色彩并不总是以最具饱和度或最亮为特征,而是通过色调、形状、大小或对比度,从屏幕上脱颖而出;因此,交互色彩的有效性将基于用户识别交互区域和执行任务的速度来衡量。

同时,次要功能权重要更轻,并在视觉上更接近信息元素。如上图 **Nike Training** 界面中,“设置”和“声音”按钮只用简单的白色,减轻对主按钮的干扰,也避免了页面中出现多个强交互按钮。

13. 保证良好的可读性

可读性是一切设计中的重要因素。你的颜色应该清晰易读，尤其是在处理文字时；因此对比度对视觉效果的影响就非常关键，对比度过小，就会使得界面出现灰蒙蒙的效果。

清晰的对比度，一般会采用色彩的两极，黑纸白字或白纸黑字；而在彩色背景上要让内容清晰可见，就需要搭配纯白或高明度的文字，避免灰色文字；也要注意避免彩色背景上搭配互补色和明度接近的文字，因为这两种搭配会产生一种“震颤效应”，发出光晕的视觉效果。

14. UI 中的阴影

没有完全纯黑的阴影，阴影的颜色是会受到物体本身固有色的影响，一定要避免使用纯黑色（#000000），使用不太深的灰色，效果会更好；对于有颜色的元素，好的做法是为阴影设定与元素相同的颜色，并使其更暗一些。

如果有颜色的元素，并且它处在黑暗的背景下，一般情况下，是不建议使用阴影的；但是如果你一定要用，把阴影透明度调到小于 10% 及以下，并且颜色跟随主色调来；比如按钮为绿色，则可以为按钮设定一个更深的绿色阴影，并加上小于 10% 的透明度数值。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/645302032011011240>