

基于用户体验的手机界面视觉表现分析

侯莹

(天津理工大学, 天津 300384)

摘要: **目的** 从用户体验角度出发, 分析手机界面的视觉表现。**方法** 以用户体验为基础, 结合人机工程学、设计心理学、色彩学等原理, 讨论以用户体验为基础的手机界面的设计原则, 从感官体验、微交互体验、情感体验出发, 对手机界面的视觉表现进行分析。**结论** 从用户体验角度出发的界面设计能了解用户在使用过程中真正需要的视觉表现, 达到真正的人性化设计, 是未来视觉表现的发展趋势。

关键词: 用户体验; 感官体验; 微交互体验; 情感体验

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)10-0151-04

Mobile Phone Interface Visual Performance Analysis Based on the User Experience

HOU Ying

(Tianjin University of Technology, Tianjin 300384, China)

ABSTRACT: From the perspective of the user experience, it analyzes the visual performance of mobile phone interface. Based on the user experience, combined with ergonomics, design psychology, color and so on, it discusses the design principle of mobile phone interface based on user experience. Finally from sensory experience, micro interaction experience and emotional experience, it analyzes the visual representation of mobile phone interface. Only real understanding of user needs in the process of using visual performance, can achieve real humanized design, this also is the future trend of the development of visual expression.

KEY WORDS: user experience; sensory experiences; micro interaction experience; emotional experience

现在人们正处在一个信息化和网络化的科技时代, 这个时代处处离不开网络、电脑和手机, 近几年, 网络衍生出了一个名叫“低头族”的词来形容这些人, 这说明无论是人们的工作、学习还是生活, 都要依赖网络, 而能随时联网的手机也成为了人们关注的焦点, 因此, 应将手机界面设计得更人性化, 以此提高用户的满意度, 让用户享受手机界面在视觉与感官等方面带来的情感体验。

1 关于用户体验的概述

1.1 用户体验的定义

用户体验是用户在操作或使用一件产品或服务时的所作、所想、所感, 其包括通过产品和服务提供给用户的理性价值和感性体验^[1]。随着时代的发

收稿日期: 2016-01-15

基金项目: 天津市艺术科学规划项目“天津市现代舞台艺术服装涉及发展与应用研究”项目(B12054)

作者简介: 侯莹(1975—), 女, 天津人, 硕士, 天津理工大学讲师, 主要从事设计基础和城市公共设施方面的研究。

展,用户体验的内容也在逐步地完善,现在的用户体验不仅包括使用后的一切感受,而且还包括使用某种产品之前所产生的一切感受,它具体是指在体验前、体验中和体验后的过程中的心理感受、身体感受、情感感受,以及所带来的兴趣度和效益度等。

1.2 用户体验的设计原则

用户体验是建立在用户与界面间关系的基础上的,因此,界面的设计应让用户产生舒适、愉悦、自由的感觉,在设计时应遵循以下原则。尊重用户的习惯。用户体验的对象虽然是虚拟物,但是在设计时应该还原用户真实的使用过程,使其视觉形式和功能形式达到统一,提高用户的满意度。在用户的体验过程中,发现产品的不足和用户的真正需求,寻找最佳方案并运用到设计中去。便于操作。界面视觉表现不仅要布局恰当,而且还要内容合理,只有这样才能做到便于操作。凌乱的布局和繁琐的内容都将对用户产生困扰。用户体验就是想通过界面视觉的表现形式使用户在使用产品的短时间内能够适应,并能主动地学会使用。

2 手机界面视觉要素设计中感官体验分析^[2]

用户在使用手机时,最先感觉到的要素就是视觉要素,会通过手机界面的视觉表现来评价产品^[3]。而立足于用户体验的手机界面设计主要表现在图形和色彩两方面,它能通过这两方面给体验者一个好的感官体验。

2.1 图形

图形在视觉设计中占有重要地位,它比文字的表达效果更直观有效,它不受国界、性别、年龄等因素的影响,可以准确地表达图形本身的含义,因此,图形的融入是必要的^[5]。在手机界面上,人们可以将文字以图形的方式反映出来,将所要传达的信息浓缩为可识别度较高的图形,这样用户不仅能快速找到并识别图形信息,而且还能留给用户深刻的印象。图形的合理利用与布局可以提升手机界面空间的利用率,在丰富内容形式的同时,也提供更多的存储空间。锤子手机的界面设计见图1(文中图片均摘自锤子科技官网),锤子手机将所有APP重新设计了,以美观、简洁、高效的设计理念为宗旨,设计出了精美生动的画面,并以图形取代文字的形式将文字解释的功能取消,呈现出了一种只保留图形



图1 锤子手机的界面设计

Fig.1 The considerate design of Smartisan mobile phone interface design

的全新形式,并将图形放大,合理地利用了有限的空间布局。

2.2 色彩

欣赏色彩是人的本能^[6],人们会随着色彩的变化而产生不同的视觉感受。在用户体验中,色彩对界面视觉效果的影响较大。由于手机界面的空间有限,并且颜色占据了较大面积,因此颜色是留给用户最直观的印象。为了让用户快速获取所需要的信息从而实现目标,可以将色彩分为两类:建立通俗易懂的颜色代码,如红色表示支持、喜欢、赞,可以将经常使用的功能标识部分增添为特殊的颜色以便快速识别目标,丰富色彩的功能性;借助颜色的明度或纯度来显示手机的状态,如在手机电量不足20%时,手机整体的视觉效果会偏暗,用户不用在下一次弹出提示时才反应过来,减少了忘记充电的可能性。

3 微交互体验分析

3.1 微交互作用

微交互^[7]是一种立足于用户本身,观察用户在使用过程中的每一个简单动作,注意用户每个细节的体验变化的细节交互。通过搜集无数个微交互的相关数据发现,常常被人们忽略的小地方更容易找到突破口,获得成功的用户体验。手机界面的微交互主要体现在用户的互动感和参与感方面,这些微交互通过每天自然的变化交流,带给人们一种发自内心的愉悦感和舒适感。微交互打开了用户与物之间的对话渠道,使用户无论在操作过程中,能感觉到视觉表现的亲切感和舒适感。适感。比如在使用手机时^[8],在用单手左手操作时,左手的大拇指接触不到右上角的位置,在不需要右手辅助的情况下,锤子手机设计出了一个体贴式设计,将左手拇指大面

积地按压在屏幕上并往下滑，就会出现屏幕下拉的效果，这时左手拇指便可操作之前操作不到的地方。锤子手机的体贴式设计见图 2。



图 2 锤子手机的体贴式设计

Fig.2 Smartisan mobile phone interface design

3.2 动态效果在手机界面中的作用

微交互可以理解为用户给予用户的及时反馈^[9]，是更加人性化的一种体验。随着手机业的快速发展，手机与人的交流方式由静态向动态方向发展，由人与物的交流转为人与“人”的沟通，因此，要想让界面成为用户的好朋友，在设计中应增强界面的互动性，将操作结果可视化，增加智能化的体验方式，其具体表现为隐藏用户不需要的功能元素和具有私密性的功能元素；增加界面之间衔接的延续性；增强用户的认知识别度。动图已经成为流行趋势^[10]，自从苹果手机出现了 GIF 动图后，手机界面的动态效果便成为了发展趋势。锤子公司虽然只是一个起步 4 年的公司，但是 Smartisan OS 的操作系统并不落后。在 Smartisan OS 的相册应用中，新增了视频编辑器，用户不仅可以快速剪辑高达 1080 p FHD 的视频，而且还可以将自己录的视频转化为 GIF 动图，这不仅增强了界面之间的延续性，而且还加强了用户对品牌的认知度。

4 情感体验分析

情感体验建立在人与产品交流的基础上^[11]，在交流过程中，用户感受到关爱和乐趣，强调产品界面的设计感、故事性、交互感，与用户建立良好的情感基础，吸引用户。

4.1 增加趣味性

用户与界面的交流总会带有一些枯燥的味道。现代产品逐渐朝着趣味性的方向发展，人们将趣味性融入到界面设计中，不仅能激发用户的本能情感，

而且还能带来意想不到的效果。比如在人们用手机登录账号时会出现一个对话框，人们可以在对话框的上端设置一个可爱的小熊，输入密码时，小熊会自动捂住眼睛，这就为用户增添了趣味性和喜悦感；再如，当人们打开一个网页时，由于网速或者电脑硬件跟不上等原因，可能会出现等待加载或者错误页面的情况，虽然这是不可避免的事情，但是还是会令人们心情烦躁。如果人们将错误页面设计成动画效果，就能增加趣味性，减少负面情绪的产生，引导用户返回到正确页面或耐心停留在错误页面继续等待。

4.2 增加不舒适感

界面设计是在工业设计的基础上产生的，因此像手机这类智能产品往往会带有冰冷感，会让人觉得缺少人情味。人们应通过对手机的界面设计，在视觉效果上弱化其冰冷感，增添趣味性，减少不舒适感，使产品无论从功能上，还是从视觉效果上，都能真正地做到人性化与智能化。现在是一个智能化的时代，可是大多数父母对手机的一些功能或出现的一些状况还是感到很无助，尤其是子女不在身边时更是不知所措，这时人们可以通过远程协助功能，帮助父母解决问题，远程协助功能还可以通过手机上的其他 APP 来识别父母的位置，防止走失。具相关数据统计，有 15% 左右的人习惯用左手操作手机，虽然为小众，但是还是有这样的需求人群。锤子手机的特殊界面设计见图 3，无论用哪只手，都能获得同样的便利。



图 3 锤子手机的特殊界面设计

Fig.3 The special interface design of Smartisan mobile phone

5 结语

手机的界面设计以用户体验为中心^[12]，以产品的使用环境和人们的心理状态、生理反应为依托，以增强趣味性、减少不舒适感为最终目的，让设计的艺术

性转变为科技的生产力,真正实现了智能化和人性化的设计,充分体现了人文关怀的时代性主题。

参考文献:

- [1] 陈焯.面向用户体验的网页界面优化设计方法研究[D].重庆:重庆大学,2010.
CHEN Ye.Research on the User Experience Oriented Website Optimization Method[D].Chongqing:Chongqing University,2010.
- [2] 彭佳.基于用户体验的老年人智能手机APP界面交互设计研究[D].上海:华东理工大学,2014.
PENG Jia.Interactive Interface Design Studies Based on Older Smart Phone User Experience APP [D].Shanghai:East China University of Science and Technology,2014.
- [3] 刘伟,李华,赵菁.迭代式体感交互设计方法的应用研究[J].包装工程,2015,36(22):17—21.
LIU Wei,LI Hua,ZHAO Jing.Iterative Somatosensory Interaction Design Method of Application Research[J].Packaging Engineering,2015(22):17—21.
- [4] 王晓慧,覃京燕.大数据处理技术在交互设计中的应用研究[J].包装工程,2015,36(22):9—12.
WANG Xiao-hui,QIN Jing-yan.Large Data Processing Technology in the Application of Interaction Design Research[J].Packaging Engineering,2015,36(22):9—12.
- [5] 李永锋,柏锦燕.老年人网页的情感化设计研究[J].包装工程,2015,36(10):30—33.
LI Yong-feng,BAI Jin-yan.The Elderly Emotional Design Study of a Web Page[J].Packaging Engineering,2015,36(10):30—33.
- [6] 李砚祖.从功利到伦理——设计艺术的境界与哲学之道[J].文艺研究,2005(10):100—109.
- LI Yan-zu.From Utilitarian to Ethical: the Realm of Art Design and the Road of Philosophy[J].Literary Study,2005(10):100—109.
- [7] 陈志刚,鲁晓波.大数据背景下信息与交互设计的变革和发展[J].包装工程,2015,36(4):6—9.
CHEN Zhi-gang,LU Xiao-bo.Big Data Under the Background of Reform and Development of Information and Interaction Design[J].Packaging Engineering,2015,36(4):6—9.
- [8] 彭国华,陈红娟,杨君顺.视觉体验与日用产品设计[J].包装工程,2015,36(8):14—17.
PENG Guo-hua,CHEN Hong-juan,YANG Jun-shun.Visual Experience and Daily Product Design[J].Packaging Engineering,2015,36(8):14—17.
- [9] 诺曼·唐纳德.设计心理学[M].北京:中信出版社,2010.
NORMAN D.The Design of Everyday Things[M].Beijing:China Citic Press,2010.
- [10] 朱晓阳,朱华,欧永和.极简主义在手机APP启动图标设计中的运用[J].包装工程,2014,35(8):32—35.
ZHU Xiao-yang,ZHU Hua,OU Yong-he.Minimalism in the Phone APP Launch the Application of Icon Design[J].Packaging Engineering,2014,35(8):32—35.
- [11] 毛彤.交互性信息设计中视觉元素表现研究[J].包装工程,2015,36(2):44—48.
MAO Tong.Visual Elements in the Design of Interactive Information Research[J].Packaging Engineering,2015,36(2):44—48.
- [12] 张瑞秋,褚原峰,乔莎莎.基于用户心理模型的移动终端手势操作研究[J].包装工程,2015,36(6):63—67.
ZHANG Rui-qiu,CHU Yuan-feng,QIAO Sha-sha.Based on User Mental Models of Mobile Terminal Gesture Operations Research[J].Packaging Engineering,2015,36(6):63—67.