时尚类电子期刊 APP 色彩设计

钱默
（重庆邮电大学，重庆 400065）

摘要：目的 时尚类电子期刊 APP 色彩设计关系到期刊形象的树立和用户的阅读体验，作为设计师应高度重视色彩设计，通过色彩设计引导用户从美学意义上了解和鉴赏时尚潮流，激发用户的时尚消费。**方法** 梳理了当前时尚类电子期刊 APP 色彩设计存在的问题，从时尚趋势、用户体验、色彩心理学角度进行了案例分析。**结论** 提出了设计师应注意把握色彩的流行趋势、突出色彩的个性、区分色彩的功能、注重色彩的情感、驾驭色彩的动态等 5 项建议，期望为该领域 APP 的色彩设计带来新的启示。

关键词：时尚；电子期刊 APP；色彩设计
中图分类号：J511 **文献标识码：**A **文章编号：**1001-3563(2018)06-0094-05
DOI：10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.06.019

APP Color Design of Fashion Electronic Journals

QIAN Mo
(Chongqing University of Posts and Telecommunications, Chongqing 400065, China)

ABSTRACT: The APP color design of fashion electronic journals is related to the journal image and the users' reading experience. Designers should pay more attention to the color design, guiding users to understand and appreciate fashion, and stimulating the fashion consumption. It reviews the current problems existing in fashion electronic journals APP color design, and analyzes cases from the perspective of fashion trend, the users' experience, and the color psychology. Thus it gives the five suggestions: designers should pay attention to the color fashion trends, highlight the color character, distinct the color function, focus on the color emotion, and control the color dynamic, expecting to bring new inspiration for APP color design.

KEY WORDS: fashion; electronic journals APP; color design

时尚类电子期刊 APP 作为新型的多媒体互动性电子期刊，是指在手机、平板电脑等智能终端通过移动互联网提供时尚杂志的在线阅读、下载及离线阅读服务的应用程序[1]。色彩作为电子期刊 APP 最重要的视觉元素，关系到期刊形象的树立和用户的阅读体验，而色彩设计是遵循科学与艺术的内在逻辑，对色彩进行富有鲜明创见性及理性化的过程，具理性与感性相结合的创造过程[2]。作为设计师应高度重视色彩设计，通过色彩设计引导用户从美学意义上了解和鉴赏时尚潮流，激发用户的时尚消费。笔者梳理了当前时尚类电子期刊 APP 色彩设计存在的问题，提出了色彩设计的 5 项建议，期望为该领域 APP 的色彩设计带来新的启示。

1 时尚类电子期刊 APP 色彩设计存在的问题

近年来，许多传统时尚类纸质媒体纷纷加入到时尚类电子期刊 APP 制作中，让时尚类电子期刊 APP 发展十分迅速。据统计，在苹果应用商店电子期刊 APP 免费排行榜前百名中，时尚类电子期刊 APP 占 58%[1]，成为人们追求生活品质的方式之一。在这些时尚类电子期刊 APP 中，涌现出了部分将实用性与艺术性有机结合的 APP，但由于我国时尚类电子期刊 APP 还处于起步发展阶段，就色彩设计而言，优秀的

收稿日期：2017-12-05
基金项目：重庆市社会科学规划重点项目（2014SKZ19）
作者简介：钱默（1988—），女，重庆人，硕士，重庆邮电大学讲师，主要研究方向为数字媒体艺术设计。

时尚类电子期刊 APP 还不多，更多的色彩设计还存在问题。这些问题主要集中起来有以下 3 个方面。

1.1　色彩设计缺乏时尚语言

色彩作为时尚语言的关键元素，对于传递期刊 APP 的精神理念有着重要作用。近年来，伴随着大数据思维与技术的发展，许多流行色机构开始利用大数据进行色彩趋势预测。例如全球最大的图片社交网站之一的 Pinterest，分别从平台内超过 56 亿时尚服饰类、12 亿美妆类和 26 亿家居类的图片中，找到每一门类出现频率最高的颜色，预测了 2016 年度最流行的颜色是茱萸粉和薄荷绿[3]。然而，笔者对苹果 APP Store 里的 30 个时尚类电子期刊 APP 色彩进行随机抽样发现，采用茱萸粉和薄荷绿进行设计的 APP 几乎没有。其中 43%都主要采用黑白色系，它们虽然经典但过于枯燥保守；另有 30%则主要采用红色系，红色系列常居流行色排行第一，它既包括艳丽的朱红色、桃红色等，也不乏含蓄的珊瑚红、豆沙红等[4]。然而多家时尚类电子期刊 APP 都是采用同一种红色设计，未免会形成平庸、欠缺个性的印象。其实，除红黑色系以外，若其他色系配色得当也可以演绎出时尚人士潇洒、清爽、干练的印象[5]。笔者认为，当前一些时尚类电子期刊 APP 的色彩设计缺乏时尚语言，原因主要在于缺乏对色彩流行趋势的科学预测和应用，色彩设计依然停留在单凭设计师经验设计或小数据研究推断。

1.2　色彩设计功能不尽合理

传递时尚信息是时尚类电子期刊 APP 的首要功能，色彩正是创造有序视觉信息的重要元素[6]，色彩甚至能影响用户的购买决策。美国数字营销公司 HubSpot 在一项色彩营销试验中[7]，尝试测试按钮色彩是否会影响转化率。经过试验，A 和 B 两个页面，除点击按钮颜色不同以外，在界面完全相同的情况下，点击红色按钮的用户比绿色按钮多 21%，从中可以看到，色彩引导用户点击的功能不容小视。当前时尚类电子期刊 APP 的色彩功能存在以下不足：一是主要功能的图标色彩设计不够突出，一些时尚类电子期刊 APP 设计师在进行导航、菜单、按钮的色彩设计时，未能结合期刊 APP 的主要功能和读者阅读习惯设计，影响阅读体验的流畅性；二是商品推广区域的色彩设计缺少引导，由于时尚类杂志的内容本身由大量广告商品组成，需要引导用户进行购买以营利，但许多期刊 APP 促销推广区域的色彩设计缺乏对购买行为的影响研究，色彩很难引起用户注意，降低了期刊 APP 的商业价值。

1.3　色彩设计不符合用户情绪

色彩心理学研究表明，颜色与情绪之间存在一种明确的关系，虽不是一一对应，但某些颜色与某种情绪具有更强的关联[8]。

当前时尚类电子期刊 APP 色彩设计不符合用户情绪主要表现在两方面。一方面是 APP 色彩情绪设计与大众认知不符。笔者通过对红、蓝、绿 3 种颜色趋势进行比较，根据百度指数（2016 年 11 月—2017 年 3 月）的数据显示，红色在圣诞节（2016-12-25）、春节（2016-01-30）、元宵节（2017-02-11）期间搜索次数明显高于蓝、绿色，而其余时间段搜索指数下降明显，4 月中旬起与另外两色指数接近，见图 1。数据表明，在中国人心目中，红色有强烈的喜庆、欢乐的情绪，而一些主导快乐幸福的时尚生活方式 APP 色彩设计却采用黑灰色调设计，显然不符合用户情绪。另一方面是 APP 色彩情绪过于静态缺乏动感。传统时尚纸质期刊的色彩不会因为位置、操作、观看方式的不同而变化，而移动交互设备的色彩已经从平面的静止状态变为了活跃动态，但众多时尚类电子期刊 APP 色彩并未转向为同时具有时间及空间维度的动态色彩设计。

2　时尚类电子期刊 APP 色彩设计提升策略

针对以上存在的问题，建议设计师在充分了解期刊的办刊定位及特色等基础上，对色彩理论和数据进行科学应用，紧扣时尚类电子期刊 APP 的特点进行色彩设计。

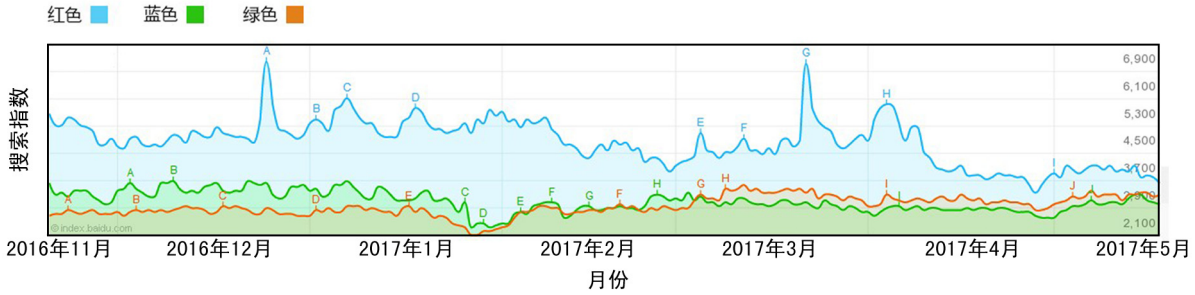


图 1　百度指数

Fig.1 Baidu index

2.1 把握色彩的流行趋势

从 20 世纪 90 年代起，流行色在一定程度上能促进市场消费的观点早已成为业界共识。在时尚类 APP 界面色彩设计时，设计师应通过百度大数据、淘宝大数据了解用户在对色彩的搜索、寻找购买过程中对于某一色彩的兴趣与变化，根据时尚预测机构如 WGSN、色彩营销集团 CMG 等把握下一季度流行色的发展方向，提升整体期刊的时尚格调。

根据英国权威时尚趋势预测机构 WGSN 对 2017 年色彩趋势的预测，主要有四种色彩趋势：运动活力数码色系、柔和休闲大地色系、海滩亮蓝色系、纯粹浓郁奢侈色系。设计师在进行 APP 色彩设计时，应当结合期刊的品牌特点选择流行色系。例如，《芭莎男士》APP 选择了柔和休闲大地色系，以浅咖色为主体色，搭配灰调的金、蓝等辅助色作为点缀和衬托，将复古质朴的大地色与粗狂硬朗的金属色进行搭配，形成色彩重复、渐变、多元的节奏感，这样简单、独特色彩设计使得 APP 传递出一种休闲感与都市感并存的色彩风格，丰富了电子期刊的视觉效果，体现出《芭莎男士》APP 代表中国成功男士的品位为主流方向的时尚品牌形象，见图 2。可见，把握色彩的流行趋势，合理地运用流行色可以彰显期刊 APP 的时尚情趣，避免廉价低俗感。



图 2 《芭莎男士》APP 色彩设计

Fig.2 "BAZAAR Men" APP color design

2.2 突出色彩的个性

要想在众多时尚类电子期刊 APP 中脱颖而出，就要求设计师结合移动端的用户心理和行为与色彩的个性进行设计。时尚电子期刊 APP 的阅读特点具有个人化、碎片化、场景化等特点。一方面，设计师需要针对读者的年龄、性别、身份彰显色彩个性。研究表明，蓝色是受到最普遍喜爱的颜色，被 40%男性和 36%女性所喜爱[9]，但孤立运用这一规律容易使 APP 缺乏个性。《时尚旅游》APP 色彩设计在众多时尚 APP 中之所以能独树一帜，就是设计师针对读者是一群积极勇敢、求知欲强的旅行者，采用了现代感、对比度极强的黄黑色彩设计，传递出醒目、主动、不安分的感受。另一方面，设计师需要针对读者在不同时间、场合的阅读需求进行个性化的色彩设计。例如《Ma Ma》APP，是以孕期女性为受众群体的时尚类期刊，其色彩设计应展现轻松舒适氛围，避免过于强烈的色彩表现，仅以白色为基调局部点缀粉彩色就能给孕妇眼前一亮的感觉。需要注意的是，色彩的设计切勿为了追求个性化走向极端，设计成难以理解的另类风格，这样会失去用户的阅读兴趣，从而削弱电子期刊的竞争力。

2.3 区分色彩的功能

可用性实践者们认为行为设计讲究的是效用，其中最首要的因素就是功能[10]。时尚电子期刊 APP 的功能最主要的就是提供时尚讯息，包括往期阅览、时尚快讯、商品推广等。如何完善色彩功能设计提升 APP 的效用，对于用户阅读体验的效果起着关键作用。一是利用色彩突出主要功能，弱化次要功能。以《网易时尚杂志》APP 为例，它最大的特点是主要功能明确，分为资讯与杂志两大功能，并在顶端用深灰色和浅灰色的 Tab 按钮作切换，辅助功能隐藏在左上角的菜单，点开辅助功能菜单，可看到用桃红色圆点标注的最新推荐功能，即人物换装。二是利用色彩突出刺激消费的功能。在时尚类电子期刊 APP 中，促销推广信息随处可见：时髦单品打折、包邮、秒杀、限时抢购等。实际生活中，高明度的亮黄色常被用在橱窗上以吸引顾客的目光，色相明确的大红色常用于打折、促销、清仓的标语制作，《VOGUE》APP 的设计师利用色彩对购买行为的影响，将商品的“马上申请”“查看详细”功能以亮黄色区分，“限时折扣”功能以大红色进行强调，让它传递信息更加明确，以吸引用户进行点击，引导用户进行购买，其色彩功能的设计很值得设计师参考。

2.4 注重色彩的情感

每种色彩都有其特定的情感表现、深层次的象征意义以及在人们心中的特定含义[11]。单凭设计师对色彩的直觉、使用经验，不足以反应用户的色彩情感。为使用户在操作和使用产品的过程中得到精神满足，使产品成为连接设计者与用户的情感桥梁[12]，设计师可通过使用情绪板进行色彩可视化[13]，提取与用户情

绪关联的色彩，强调交互过程中的情感体验和整体氛围的渲染，弥补界面冰冷的机械感。《LOHAS》APP是使用情绪板“以色传情”的典型成功案例，见图 3，该刊以引导用户感受与节气相关的时尚健康生活为主题。设计师根据节气、自然、健康等关键词，选择了多张符合主题内容的图片素材创建情绪版，并根据视觉设计所需进行图片的筛选，再采用拾色工具如 Adobe Color 提取相应色彩元素，最后将所得的色彩方案，即果绿色、樱花粉、米黄色等应用于期刊 APP 的色彩设计，让用户沉浸在天然、轻松、愉快的情绪中进行阅读。可见，结合期刊的品牌定位，设计师使用情绪板可对色彩情感进行人性化的提炼，科学归纳出色彩的设计方案。



图 3　《乐活》APP 情绪版色彩提炼与应用
Fig.3 "LOHAS" APP Mood Board color design

2.5　驾驭色彩的动态

时间维度中的色彩认知是一个连续的、单向影响的过程，在交互中用户滑动切屏过程停留时间非常短，屏与屏之间的颜色会相互影响[14]。在时尚类电子期刊 APP 中有大量需要用户滑动切屏的阅读动作，设计这种动态色彩必须加入时间维度的思考，形成更加科学的色彩设计方案。比如，《GQ24》APP 乃是全球男性时尚潮流杂志，传统研究认为男性更偏向于冷峻感的色调，但证据表明[8]人们对颜色的偏好会随时间、空间的变化而变化。《GQ24》色彩设计方案有男性偏爱的蓝色、绿色，也融合了黄色、红色，蓝黄为色环上的互补色，绿红为对比色，但它们在饱和度、明度上非常一致，在跃动中共同传递着男性的速度感和力量感。在不同屏幕切换和色彩短时间流动过程中，让色彩不拘泥于单一印象，用户不仅不会觉得眼花缭乱，反而感到色彩富于跃动感，见图 4，因此设计师应该学习驾驭色彩的动态性，把握色彩变化，突破传统静态色彩设计思维，寻求合理的动态色彩表现手法。



图 4　《GQ24》APP 色彩设计
Fig.4 "GQ24" APP color design

3　结语

在竞争激烈的时尚类电子期刊 APP 市场，色彩设计是整体视觉效果、阅读体验质量的重要保证。笔者依托色彩原理，从时尚趋势、用户体验、设计心理学、大数据统计等对色彩设计进行探析，提出 5 条策略优化时尚期刊 APP 色彩的时尚性、个性化、功能性、情感性和动态性，期望设计师创新色彩设计手法，以色彩演绎当代潮流文化，提升用户的审美品味，引导消费者的购买决策，充分发挥时尚类电子期刊 APP 的优势。

参考文献：

[1]　虞金蕾，王勇. 浅析我国时尚类杂志 APP 发展现状[J]. 中国报业, 2014(9): 27—28.
YU Jin-lei, WANG Yong. Analysis on the APP Development of the Chinese Fashion Electronic Journals[J]. China Newspaper Industry, 2014(9): 27—28.

[2]　李广元. 传统文化元素在现代包装设计中的应用[J]. 包装工程, 2010, 31(18): 69—72.
LI Guang-yuan. Application of Traditional Chinese Culture in Modern Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2010, 31(18): 69—72.

[3]　张亚南. 大数据下的色彩设计发展研究[D]. 北京: 北京服装学院, 2016.
ZHANG Ya-nan. Color Design Research and Development under the Big Data[D]. Beijing: Beijing Institute of Fashion Technology, 2016.

[4]　崔唯. 数解 2016 年春夏国际色彩发展趋势[J]. 流行

色, 2015(6): 44
CUI Wei. The Trend of International Color in Spring and Summer in 2016[J]. Fashion Colour, 2015(6): 44.

[5] 奥博斯科编辑部. 配色设计原理[M]. 北京: 中国青年出版社, 2013.
Obscureinc Inc. Color Theory in Design[M]. Beijing: China Youth Press, 2013.

[6] 王斐. 搭建用户体验与网站设计的彩虹桥网站色彩设计研究[D]. 北京: 北京印刷学院, 2013.
WANG Fei. Building the Rainbow Bridge Website Color Design of User Experience and Website Design[D]. Beijing: Beijing Institute of Graphic Communication, 2013.

[7] WIDRICH L. Why is Facebook Blue? The Science behind Colors in Marketing[EB/OL]. https://www.fastcompany. com/3009317/why-is-facebook-blue-the-science-behind-colors-in-marketing. 2013.

[8] 法尔曼·肯尼思·R, 法尔曼·切丽. 色彩物语: 影响力的秘密[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2012.
FEHRMAN K R, FEHRMAN C. Color: the Secret Influence[M]. Beijing: Posts & Telecommunications Press, 2012.

[9] 海勒·爱娃. 色彩的性格[M]. 北京: 中央编译出版社. 2013.
HELLER E. Character of Color[M]. Beijing: Central Compilation & Translation Press, 2013.

[10] 诺曼·唐纳德·A. 设计心理学 3: 情感化设计[M]. 北京: 中信出版社, 2015.
NORMAN D A . Design Psychology 3: Emotional Design[M]. Beijing: CITIC Press Group, 2015.

[11] 陈金梅, 李友友, 谭坤. 基于 NCS 色彩系统的传统主题网站色彩分析[J]. 包装工程, 2012, 33(22): 79.
CHEN Jin-mei, LI You-you, TAN Kun. Analysis of the Traditional Theme Website Color on the Basis of the NCS Color System[J]. Packaging Engineering, 2012, 33(22): 79.

[12] 孙辛欣, 靳文奎. 移动应用中的情感交互设计研究[J]. 包装工程, 2014, 35(14): 52.
SHUN Xin-xin, JIN Wen-kui. The Affective Interaction Design in Mobile Application[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(14): 52.

[13] 加勒特·杰西·詹姆斯. 用户体验的要素: 以用户为中心的 Web 设计[M]. 北京: 机械工业出版社. 2011.
GARRETT J J. The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web[M]. Beijing: China Machine Press, 2011.

[14] 高玉娇, 覃京燕, 陶晋. 手机 APP 交互设计中动态色彩的视知觉研究[J]. 包装工程, 2016, 37(8): 136.
GAO Yu-jiao, QIN Jing-yan, TAO Jin. Visual Perception of Dynamic Color in Mobile APP Interactive Design[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(8): 136.