

# 视觉链



[视觉链 下载链接1](#)

著者:吴佳敏

出版者:机械工业出版社

出版时间:

装帧:

isbn:9787111558682

这是一部能帮助视觉设计师开悟的著作，由携程网UED视觉高级经理撰写，是她9年互联网视觉设计经验的总结和奉献。

全书从设计师的专业能力、设计方向、设计技巧、设计理念、设计规范5个维度展开，其中前4项可以构成一个完整的视觉设计工作链，在这个链条上每一环都是后面一环的支撑，缺一不可。但是在这个链条之上必须配以设计规范，才能让这个链条更加稳固。因此本章主要分为5章：

第1章：首先介绍了互联网产品及其视觉设计的概念，然后介绍了互联网产品视觉设计

师的职业规划、需要知道的5个关键点和需要掌握的4种学习方法，这些是形成设计理念的基础。

第2章：首先明确了战略和用户对于互联网产品视觉设计人员来说意味着什么，接着用了较大的篇幅深层剖析了对互联网产品视觉设计人员非常重要的一个概念——层级。只有掌握了层级，才可能成为合格的设计师。最后则系统介绍了视觉设计方法和流程，这部分内容旨在帮助设计师在掌握了层级，有了成为一名合格设计师的潜质之后，知道如何开展设计工作。

第3章：围绕细节设计展开，主要包括两大块内容：设计元素和颜色搭配。元素+颜色=作品，所以掌握了这两部分内容就可以设计出令人拍案叫绝的作品。这一章从颜色代表的情感、颜色的模式、颜色选取的2种方法等角度详细介绍了颜色搭配的方法；从图标的类型、像素、体量感、选择、动效设计、使用情况等方面介绍了图标的使用方法。除了这两大块内容外，本章还在最后分别介绍了文字和表单处理方法。

第4章：围绕回归设计理念展开，要求设计师能提炼设计理念，论证设计方向，提炼设计技巧，这样不仅能让作品有感性的视觉传达、理性的理论支持，还能让设计师找到不足、积累经验。

第5章：在明确了设计规范的重要性之后，给出了制定规范的5大原则和具体流程，最后还辅以具体的案例，让读者在掌握理论层面的知识后，还能通过他人的成功经验知道自己的工作如何落地！

作者介绍:

吴佳敏

资深视觉设计和研究专家，移动电商设计专家，拥有9年互联网视觉设计和管理经验，在互联网视觉设计的需求分析、用户体验、创新设计等各方面有着极为深刻而系统的理解和认识。拥有多项国家外观设计专利。

现任携程UED视觉高级经理，参与了携程机票事业部各个产品部门的设计工作，并帮助培养视觉设计方面的人才；曾就职于腾讯，先后参与世博官网、腾讯微博、腾讯网等相关产品的设计工作。

UI中国前身Iconfans特攻队的版主之一

目录: 目录

前言

致谢

第1章 · 认识互联网产品视觉设计/1

1.1 什么是互联网产品的视觉设计 /2

1.1.1 了解互联网产品 /2

1.1.2 什么是互联网产品的视觉设计 /8

1.2 互联网产品视觉设计师5项关键能力 /10

1.3 提升视觉设计师能力的4种学习方法 /23

1.4 视觉设计师的职业规划 /31

1.4.1 专业线 /32

1.4.2 P线 /34

1.4.3 M线 /37

1.5 视觉设计与其他岗位同事之间的配合 /39

1.5.1 团队合作 /39

1.5.2 工作沟通 /41	
第2章 · 设计方向和设计理念/43	
2.1 产品战略与目标用户对设计方向的影响 /44	
2.1.1 为什么要确定设计方向 /45	
2.1.2 确定设计方向的调研方法 /49	
2.2 贯穿全局的思维—层级概念 /61	
2.2.1 为什么要掌握分析层级的能力 /62	
2.2.2 建立信息层级的视觉方法 /66	
2.3 视觉设计流程与方法 /74	
2.3.1 研究分析 /74	
2.3.2 设计草案 /81	
2.3.3 设计辩证 /90	
2.3.4 设计提案 /97	
第3章 · 细节深入/101	
3.1 细节设计的两个关键点 /102	
3.1.1 设计元素 /102	
3.1.2 颜色搭配 /107	
3.2 颜色 /108	
3.2.1 色彩的情感 /110	
3.2.2 在UI设计中运用RGB颜色模式 /119	
3.2.3 理性和感性的两种取色方法 /123	
3.3 图标 /129	
3.3.1 图标类型 /129	
3.3.2 图标像素 /135	
3.3.3 图标统一体量感 /136	
3.3.4 图标的隐喻选择 /137	
3.3.5 图标色彩与视觉反馈 /139	
3.3.6 图标的动效设计 /139	
3.3.7 在适当的情况下使用图标 /143	
3.4 文字 /144	
3.4.1 字体和字号 /145	
3.4.2 色值 /146	
3.4.3 衬线体与非衬线体 /147	
3.4.4 文字行距 /148	
3.4.5 边距和缩进 /148	
3.4.6 行为召唤 /149	
3.5 表单 /151	
3.5.1 情感化的表单 /151	
3.5.2 清晰的视线流 /151	
3.5.3 合理的排布 /153	
3.5.4 更多地为用户考虑 /155	
3.5.5 有效地引导 /157	
第4章 · 回归设计理念/159	
4.1 提炼设计理念 /160	
4.1.1 点、线、面理念 /162	
4.1.2 直线与浪线理念 /163	
4.1.3 抽屉理念与卡片设计 /165	
4.1.4 负层级理念 /166	
4.2 设计中的法则 /167	
4.2.1 7±2法则 /167	
4.2.2 费茨法则 /168	
4.3 参考线的价值 /169	
第5章 · 设计规范/173	
5.1 规范的重要性 /176	

5.1.1 统一产品的用户体验 /176
5.1.2 方便设计 /178
5.1.3 形成备案和文库 /179
5.1.4 提高工作效率 /180
5.2 制定规范的5大原则 /181
5.2.1 把握制定规范的时机 /181
5.2.2 需要确定规范的范围 /183
5.2.3 避免规范一成不变，需要迭代 /184
5.2.4 避免规范过于详尽 /184
5.2.5 大指引、小规范的制定思路 /185
5.3 制定规范的流程 /187
5.3.1 注意积累和归纳 /188
5.3.2 制作规范 /189
5.3.3 汇总和微调 /196
5.4 Web规范制定的案例 /197
5.4.1 页面颜色规范 /199
5.4.2 文字规范 /200
5.4.3 按钮规范 /201
5.4.4 单选框和复选框规范 /201
5.4.5 控件规范 /202
5.4.6 命名规范 /204
• • • • • ( <a href="#">收起</a> )

[视觉链\\_下载链接1](#)

标签

设计

UI

用户体验

视觉

产品

0025\_视觉经验总结

网页设计

互联网

## 评论

没什么意思

-----  
是因为保密机制所以没有拿自己的实际案例深入讲吧，感觉比较干瘪。前面的内容还有些参考价值，后面都在扣细节，像是一个事无巨细的保姆在宣读注意事项。方法没有讲述的很透彻。

-----  
不要太随便哦

-----  
关于竞品分析的流程和设计稿自查方法这一块值得学习

-----  
适合初级互联网设计师和非视觉系产品经理

-----  
非常没意思.. 匆匆概览，都讲了一点点，集合的碎片化阅读 有了解，无能掌握的知识

-----  
最近一直在反复消化一本字体的书和《用户体验要素》。今天抽出一个半小时的时间读完了这一本。在微信读书上花了20多个书币买的，前面两三章节讲述关于竞品分析、自我审查的内容还算有些价值，后面几章就像是在给新手写指南，东拼西凑的痕迹也比较明显。

-----  
2018， 76  
-----

比较全面的知识普及，一些流程，方法，技巧的介绍还是不错的。

推荐的设计师网站很棒，吴佳敏最后改版的携程页面果真能看出功力，这本书1个小时就读完了，具体掌握还要很长时间。

对于初入门的设计师挺有帮助。其中竞品分析的流程和设计稿自查，值得学习。

就对第一部分感兴趣一点。专业性比较强一点的书籍适合有实践经验的人再来阅读此书

内容非常的基础，但是非常的适合初学者看，内容比较简单，基本不到2个小时就可以看完，对于初学者而言，基本都是干货，还是可以看一看的。

前半部分有点意思

挺好一般书，各方面都有涉及到 幕布笔记：<https://mubu.com/doc/7J3Mb378W>

着重笔墨在理念规范这块，因为书名的关系，期望是有一些更独到的观点。其中一个航班选择页的重构令人印象深刻。

很少看到比我论文写得还烂的书

补充了层级的概念，还有了解了做竞品分析的流程是什么样的。

两个小时读完，仍需十年去实践，适合入门，理论浅显，配图随意，有些理论没解释透

，略感失望

-----  
内容较浅 没什么收获

-----  
[视觉链\\_下载链接1](#)

## 书评

-----  
[视觉链\\_下载链接1](#)