



第2章

移动 UI 的色彩搭配

移动UI的色彩搭配在设计中起着至关重要的作用，不仅影响用户的视觉体验，还影响用户的情感和交互行为。本章对色彩、色彩搭配以及构建UI颜色系统进行讲解。最后，通过构建美食类App颜色系统进行巩固，以提升设计技能。

2.1 色彩的基础知识

色彩是视觉艺术中极为重要的元素之一，具有丰富的表现力和感染力，能够直接影响人的情绪、心理感受以及对事物的认知。

2.1.1 色彩的属性

色彩的三大属性分别为色相、明度以及饱和度。这三个属性共同决定色彩的全面特性和视觉表现。

1. 色相

色相是色彩的最基本属性，指颜色的基本类型或名称，是区分不同颜色的主要方式。基本色相通常包括红、橙、黄、绿、青、蓝、紫，如图2-1所示。这些基本色相可以通过混合生成其他色相。



图 2-1

2. 明度

明度是指颜色的亮度。在色彩中，明度最高的是白色，最低的是黑色。任何色彩都可以通过添加白色或黑色来改变其明度。明度的变化会影响色彩的视觉重量和层次感。明亮的色彩显得轻盈、活泼，而深暗的色彩则显得稳重、沉静，如图2-2所示。



图 2-2

3. 饱和度

饱和度是指颜色的纯度或鲜艳程度。高饱和度的颜色看起来非常鲜艳和纯净，而低饱和度的颜色则显得灰暗和柔和。饱和度越高，颜色越纯；饱和度越低，颜色越接近灰色，如图2-3所示。



图 2-3

提示 “特性”指的是色彩的具体性质和表现形式。具体来说，色相决定颜色的种类，明度决定颜色的亮度以及饱和度决定颜色的纯度。

2.1.2 色彩的类别

色彩的类别可以从多个维度进行分类，以下是一些常见的分类方式。

1. 按色彩属性分类

按色彩属性分类可以分为原色、间色、复色、无彩色系、有彩色系。

- **原色**：不能通过混合其他颜色得到的基本颜色，通常指红、黄、蓝三种颜色。
- **间色**：由两个基本色混合而成的颜色称为间色，如红+黄=橙，黄+蓝=绿，红+蓝=紫。
- **复色（三次色）**：由原色和间色混合而成。复色的名称一般由两种颜色组成，如黄绿、黄橙、蓝紫等。
- **无彩色系**：包括黑色、白色以及由黑和白混合形成的各种深浅不同的灰色。这些颜色没有色相和饱和度的变化，只有明度，如图2-4所示。
- **有彩色系**：除了无彩色系以外的所有色彩都属于有彩色系。这些颜色具有色相、纯度和明度三个基本属性，如图2-5所示。



图 2-4



图 2-5

2. 按色彩的心理感受分类

按色彩的心理感受分类可以将色彩分成暖色调、冷色调以及中性色。

- **暖色调**：以红色、橙色、黄色等暖色调为主。这些颜色往往让人联想到太阳、火焰等温暖的事物，因此给人一种温暖、柔和、亲近的感觉，如图2-6所示。
- **冷色调**：以蓝色、绿色等冷色调为主，这些颜色往往让人联想到大海、蓝天等清凉的事物，因此给人一种凉爽、清新、宁静的感觉，如图2-7所示。
- **中性色**：主要包括黑色、白色、灰色以及一些不明显倾向于暖色或冷色的颜色，如棕色和米色，因其平衡而稳定的特性，给人以自然、舒适和平和的视觉效果，既不过于热烈也不过于冷清，如图2-8所示。

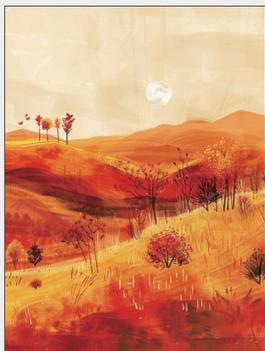


图 2-6



图 2-7



图 2-8

2.2 色彩搭配

在设计中，理解和应用色彩搭配离不开色相环。色相环是一个展示颜色关系的工具，通常以圆形图表的形式呈现，将色彩按照光谱在自然中出现的顺序进行排列。色相环有多种类型，包括6色相环、12色相环和24色相环等。图2-9所示的12色相环，包括12种颜色，分别由原色、间色和复色组成。

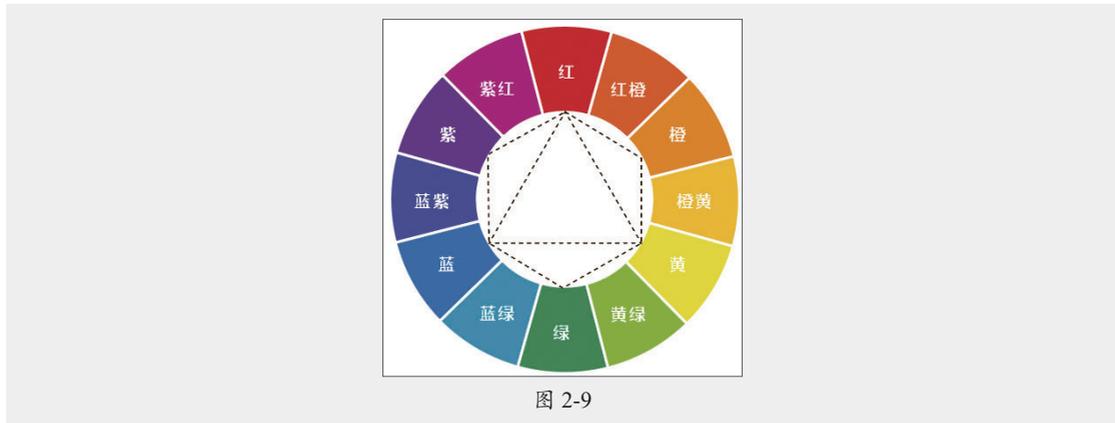


图 2-9

2.2.1 互补色搭配

互补色是指在色相环上彼此相对的一种颜色，如图2-10所示。这种搭配方式会产生强烈的对比效果，能够吸引眼球，制造鲜明和充满活力的视觉效果。



图 2-10

图2-11、图2-12所示为使用互补色搭配设计的UI。



图 2-11

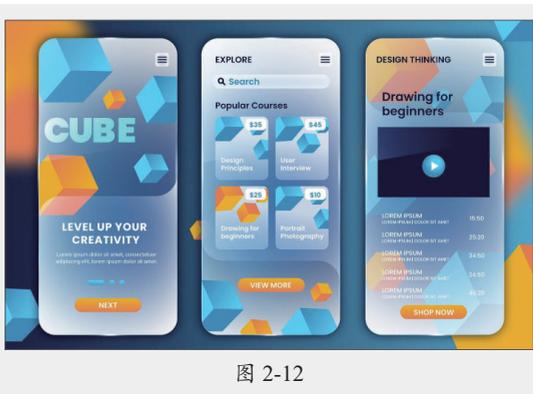


图 2-12

2.2.2 对比色搭配

对比色是指在色相环上相距较远但不完全相对的颜色，通常在色相环中夹角为 $120^{\circ} \sim 180^{\circ}$ ，如图2-13所示。这种搭配能够产生鲜明的色相感，使画面效果强烈、兴奋，但相较于互补色稍

微柔和一些。



图 2-13

图2-14、图2-15所示为使用对比色搭配设计的UI图标组。



图 2-14



图 2-15

2.2.3 相邻色搭配

相邻色是指在色相环上相邻的两种颜色。它们有着相似的色调和亮度，如图2-16所示。这种搭配方式通常给人一种轻松而温暖的感觉，没有强烈的对比，让人感到很舒服和放松。



图 2-16

图2-17、图2-18所示为使用相邻色搭配设计的UI图标组。



图 2-17



图 2-18

2.2.4 类似色搭配

类似色是指色相环上相邻的三种颜色，如图2-19所示。这种搭配方式也会产生和谐、柔和的效果，适合营造统一和协调的视觉体验。



图 2-19

图2-20、图2-21所示为使用类似色搭配设计风景插画。



图 2-20

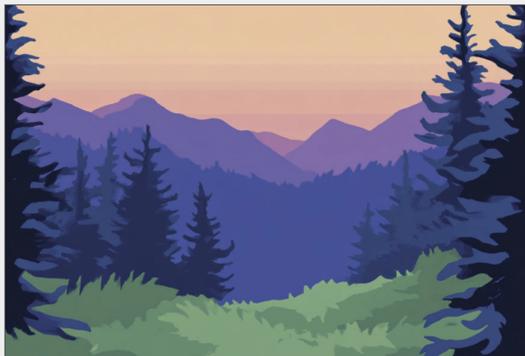


图 2-21

2.2.5 分裂互补色搭配

分裂互补色搭配是指选择一种颜色，然后选择其互补色两侧相邻的颜色，如图2-22所示。这种搭配方式适合在保持对比效果的同时避免过于强烈的视觉冲击。



图 2-22

图2-23、图2-24所示为使用分裂互补色搭配设计的UI图标组。



图 2-23



图 2-24

2.2.6 三角形搭配

三角形搭配是指在色相环上等距离分布的三种颜色，如图2-25所示。这种搭配方式能够产生平衡且活泼的效果，适合需要多样性和活力的设计。



图 2-25

图2-26、图2-27所示为使用三角形搭配设计的UI图标组。



图 2-26



图 2-27

2.2.7 四色搭配

矩形色搭配是指在色相环上形成一个矩形的四种颜色，包括两对互补色，如图2-28所示。这种搭配方式能够产生丰富、复杂的效果，适合需要多样性和丰富色彩的设计。



图 2-28

图2-29、图2-30所示为使用四色搭配设计的插画背景。



图 2-29



图 2-30

2.2.8 正方形搭配

使用色相环上相隔90°的四种颜色，如图2-31所示。这种搭配方式能够产生平衡、和谐的效果，适合需要多样性和均衡色彩的设计。



图 2-31

图2-32、图2-33所示为使用正方形搭配设计的UI图标组。



图 2-32



图 2-33

2.3 构建UI的颜色系统

构建UI的颜色系统是设计过程中一个关键步骤。它不仅影响用户的视觉体验，还直接关系到界面的可用性和一致性，如图2-34、图2-35所示。

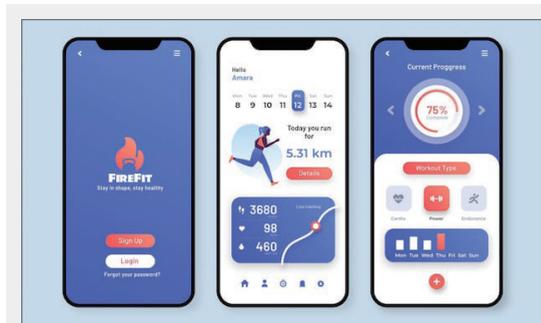


图 2-34

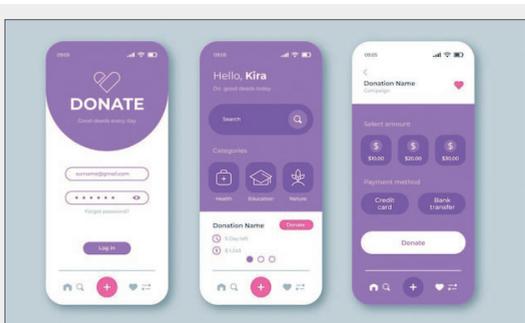


图 2-35

2.3.1 明确风格

在选择颜色之前，首先需要明确UI设计的整体风格。这将为后续的颜色选择提供方向和基础。

1. 了解品牌定位

首先要明确品牌的经营理念、价值观、市场定位以及品牌想要传达的信息。这些信息将直接影响颜色系统的选择，因为颜色能够传达品牌的情感、个性和价值观。例如，环保品牌可能会选择绿色系，科技品牌可能会选择蓝色系。同时，若品牌已有视觉元素（如标志、字体、色彩等），则需确保新颜色系统与品牌整体形象保持一致。

2. 目标用户分析

明确目标用户群体的年龄、性别、职业、兴趣爱好等特征，以及他们的使用习惯和偏好，有助于选择更符合用户心理预期的颜色系统。同时，分析用户对UI的期望和需求，包括易用性、美观性、情感共鸣等方面，确保颜色系统的选择能够提升用户体验。

3. 行业趋势研究

关注所在行业的色彩趋势和设计风格，了解竞争对手和行业内领先企业的颜色系统。这有助于找到差异化的设计方向，避免与同行过于相似。在遵循行业趋势的同时，也要勇于加入一些创新元素，以彰显品牌的独特性和前瞻性。

4. 选择设计风格

在明确品牌定位和目标用户后，需要选择合适的设计风格呈现UI。设计风格直接影响颜色的选择和使用方式。极简主义风格可能倾向于使用较少的颜色和简洁的布局，如图2-36所示。而复古风格则可能运用更多的色彩对比和复古元素，如图2-37所示。

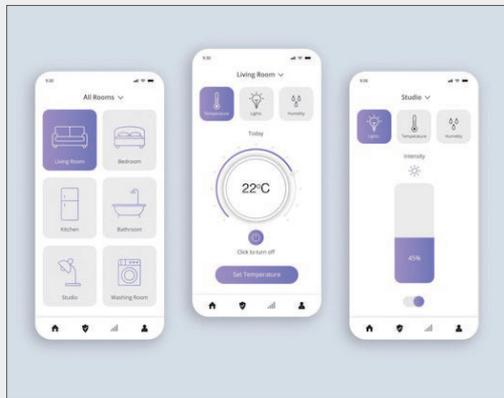


图 2-36

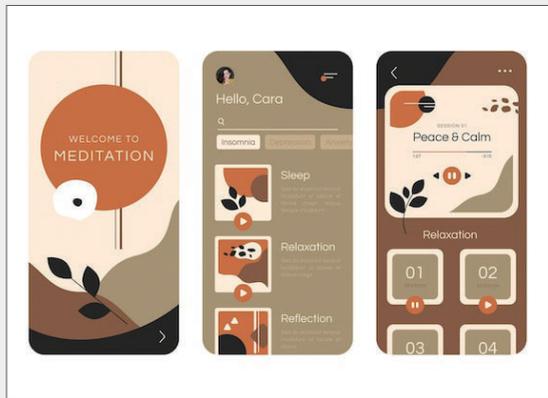


图 2-37

5. 确定情感色彩

根据品牌的定位和目标用户分析，确定希望通过颜色系统传达的情感色彩。这些情感色彩可以是温暖、冷静、活力、优雅等。在此过程中，需要灵活运用色彩心理学原理，选择能够引发用户积极心理反应和情绪变化的颜色组合，营造符合品牌调性的氛围和感受。

2.3.2 选择主色

主色是UI设计中的核心颜色，用于界面的主要元素，如背景、标题等。选择主色时需考虑以下几点。

- **品牌识别：**根据品牌的色彩识别系统（如企业VI系统中的标准色）选择主色，以确保品牌的一致性和辨识度。
- **品牌定位：**考虑品牌的行业属性、市场定位以及目标受众的喜好，选择符合品牌调性和形象的主色。
- **目标受众：**研究目标受众的喜好，选择符合他们偏好的颜色。例如，年轻用户可能更喜欢明亮和大胆的颜色，而年长用户可能更偏爱柔和和稳重的颜色。
- **色彩心理学：**不同的色彩能够引发不同的心理反应和情感共鸣。选择能够引发目标用户期望情感反应的颜色。
- **环境适应性：**考虑不同屏幕尺寸、分辨率和显示技术下主色的表现效果。确保主色在各种设备上都能呈现理想的视觉效果。
- **光线条件：**如果UI设计将用于户外或光线变化较大的环境中，应测试主色在不同光线条件下的表现，并进行相应的调整。
- **品牌独特性：**在遵循行业标准的基础上，选择能够突出品牌独特性的主色，避免与竞争对手过于相似。

2.3.3 确定配色

确定配色是构建UI颜色系统中的关键步骤。配色方案不仅要美观，还要功能性强，能够提升用户体验。以下是确定配色的一些具体步骤和考虑因素。

1. 选择辅色

辅色用于次要按钮、次要行动和强调元素。可借助色相环，在互补色和相邻色中进行选择。

- **互补色**：选择与主色互补的颜色，在视觉上形成对比和平衡。
- **相邻色**：选择与主色相邻的颜色，可以创建和谐的视觉效果。

2. 选择中性色

中性色用于背景、文本和边框，通常包括不同深浅的灰色、白色和黑色。

- **灰色调**：选择一系列从浅灰到深灰的颜色，用于不同层次的背景和文本。
- **白色和黑色**：白色通常用于背景和高亮，黑色用于文本和主要内容。确保这些颜色在不同的背景下有足够的对比度。

3. 选择状态色

状态色用于表示不同的状态，如成功、警告、错误和信息，如图2-38所示。确保这些颜色在视觉上与主色和辅色有明显区别。

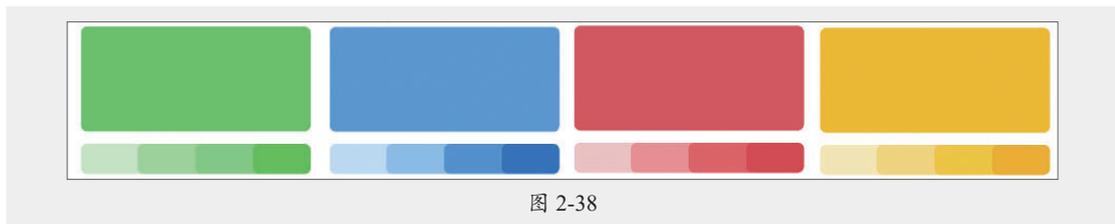


图 2-38

- **成功色**：通常使用绿色表示成功或完成状态。
- **警告色**：通常使用黄色或橙色表示警告或注意状态。
- **错误色**：通常使用红色表示错误或失败状态。
- **信息色**：通常使用蓝色表示信息或通知状态。
- **禁用色**：通常使用灰色表示不可用状态、禁用按钮或选项。

2.3.4 定义颜色层次

颜色层次是指在UI中不同颜色的使用规则和优先级，主要包括以下几个类别。

1. 背景色

背景色位于最底层，为整个界面提供统一的视觉基底。背景色应确保在不同设备和光照条件下的可读性，并与主色、辅色等形成和谐的视觉效果。图2-39~图2-41所示分别为不同类型的背景色。

常用的背景色分类方式如下。

- **主背景色**：主背景色通常占据UI中最大的面积，奠定整个界面的基调。在多数应用中，主背景色为白色或浅灰色，简洁且易于阅读。

- **次背景色**：次背景色用于分隔不同区域或组件，如卡片、弹窗、侧边栏等，可以是比主背景色稍深或稍浅的颜色，也可以是与主色调形成对比的颜色，但需要保证整体的协调性和一致性。
- **强调背景色**：强调背景色用于突出界面中的关键元素或重要信息，如按钮、链接、高亮显示的内容等。选择的颜色应与主色调和次色调形成鲜明对比，但也要避免过于突兀或刺眼，以免影响用户的视觉体验。



图 2-39



图 2-40



图 2-41

2. 文本色

文本色用于界面中的文字部分，确保文字的可读性和视觉层次，如图2-42~图2-44所示。文本色的分类如下。



图 2-42



图 2-43

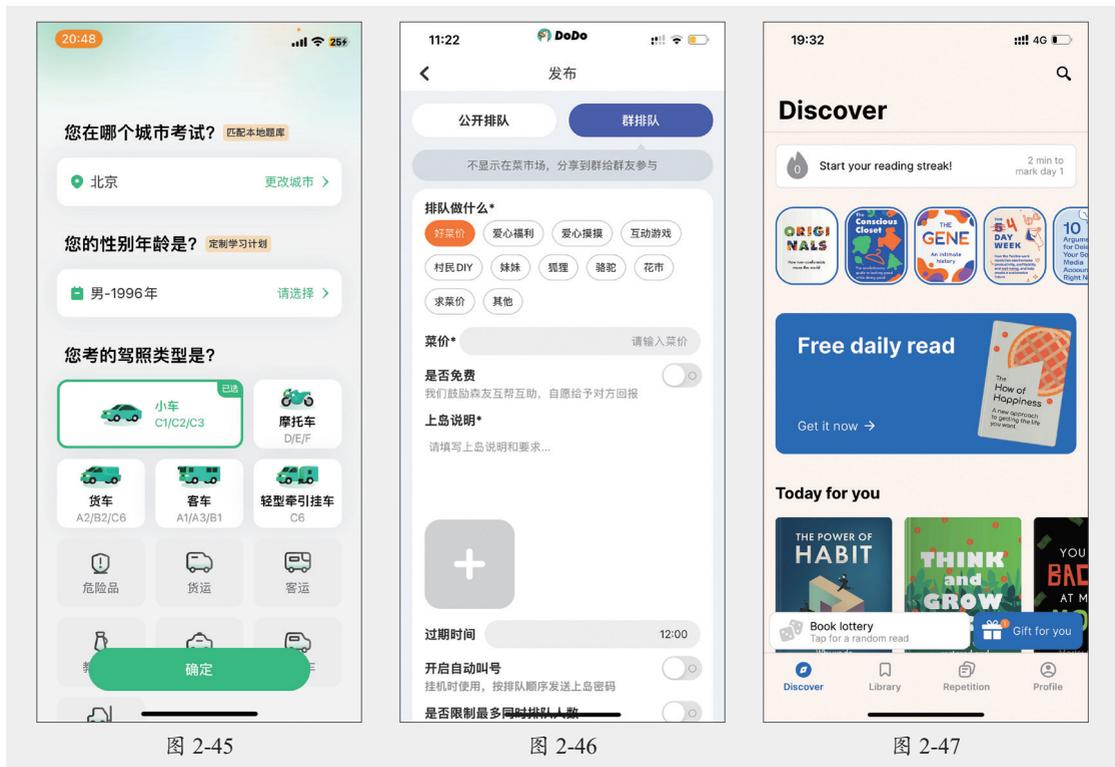


图 2-44

- **主文本色**：主文本色用于主要内容的文字，如标题和正文。通常选择与背景色有足够对比度的颜色，以确保清晰可读。常见的主文本色为黑色或深灰色。
- **次文本色**：次文本色用于次要内容或辅助信息的文字，如副标题、说明文字等。次文本色通常比主文本色稍浅，以形成层次感。常见的次文本色为中灰色或浅灰色。
- **强调文本色**：强调文本色用于需要特别注意的文字，如链接、警告信息等。强调文本色应与主文本色和背景色形成鲜明对比，但也需避免过于刺眼。常见的强调文本色为蓝色、红色等高对比度颜色。
- **反向文本色**：反向文本色通常用于深色背景上的浅色文本或浅色背景上的深色文本，以提高高对比度，确保在任何光线条件下都能清晰阅读。

3. 边框色

边框色用于界面中元素的边框，帮助定义和分隔不同的区域或组件，如图2-45~图2-47所示。边框色的分类如下。



- **主边框色**：用于界面中最常见的边框，如卡片、输入框、按钮等。主边框色帮助定义元素的边界，使其在界面中清晰可见。通常选择与背景色和主文本色有一定对比度的颜色，以确保边框的可见性。常见的主边框色为中灰色或浅灰色。
- **次边框色**：次边框色用于辅助或次要的界面元素，如分隔线、列表项等。次边框色通常比主边框色稍浅，以避免过于突显。常见的次边框色为浅灰色或淡灰色。
- **强调边框色**：强调边框色用于需要特别突出的边框，如警告框、选中状态、重要提示等，可以帮助用户快速识别重要信息或交互状态。强调边框色应与背景色和主边框色形成鲜明对比，以引起用户注意。常见的强调边框色为红色、蓝色等高对比度颜色。

4. 填充色

填充色用于界面中各种元素的内部填充，帮助区分不同的状态或类型，如图2-48~图2-50所示。填充色的分类如下。

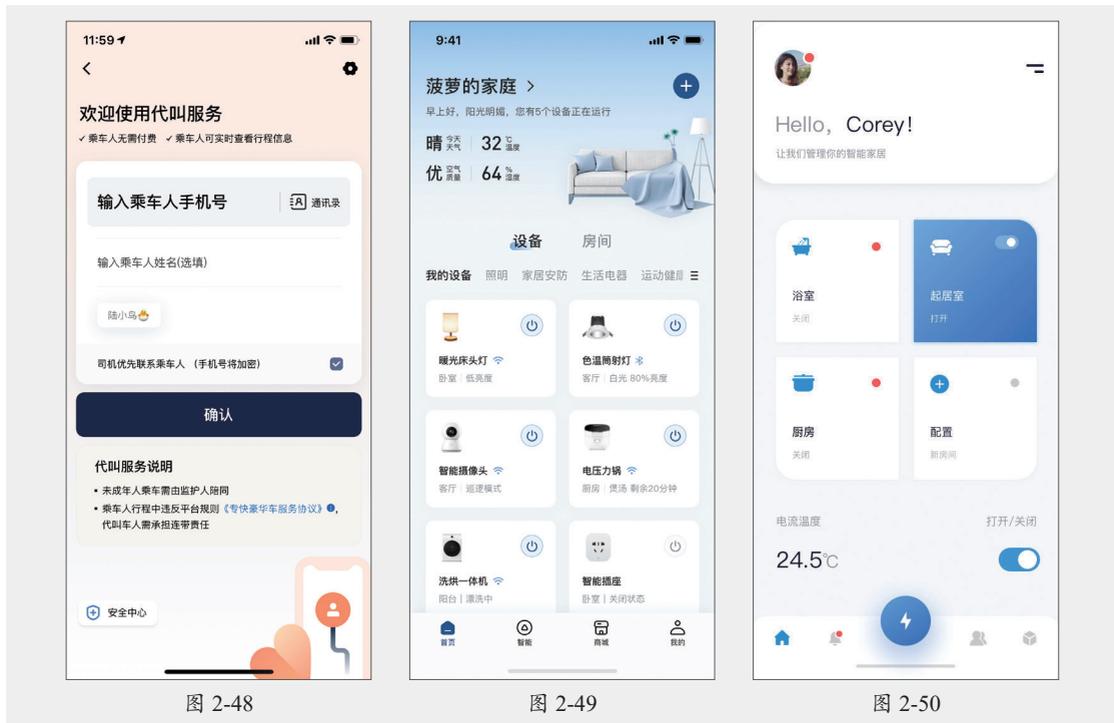


图 2-48

图 2-49

图 2-50

- **主填充色：**主填充色用于界面中最常见的填充，如主要按钮、导航栏、重要卡片等。通常选择与背景色和主文本色协调的颜色。常见的主填充色为品牌色或主色调。
- **次填充色：**用于次要的元素，如次要按钮、辅助信息框、背景等。次填充色帮助分隔不同层次的内容。次填充色通常比主填充色稍浅或颜色饱和度稍低，以避免过于突显。常见的次填充色为浅色或中性色调。
- **强调填充色：**强调填充色于需要特别突出的元素，如警告框、选中状态、重要提示等。强调填充色帮助用户快速识别重要信息或交互状态。强调填充色应与背景色和主填充色形成鲜明对比，以引起用户注意。常见的强调填充色为红色、蓝色、橙色等高对比度颜色。

2.4 常见的移动UI配色

在移动UI设计中，配色方案对于塑造应用的整体风格、提升用户体验以及传达品牌信息至关重要。

2.4.1 社交类配色

社交类应用的配色方案通常注重传达信任、安全、友好和互动性。这类应用的配色往往较为简洁，避免过多的色彩干扰，让用户能够更专注于内容和交流本身。常见的配色方案如下。

- **蓝色系**：蓝色通常与信任和专业性相关联。在社交应用中，蓝色可以营造一种可靠、稳定的氛围。
- **绿色系**：绿色象征着生长、健康与自然，可以传达一种积极向上的态度，有助于增强用户的舒适感和归属感。
- **紫色系**：紫色是一种较为独特的颜色，既能传达出奢华和神秘感，也能表现一种创新和前卫的态度。

以微信和小红书为例。

1. 微信

- **主色**：绿色，象征着生机、活力与和谐，是其品牌标识的核心。
- **辅色**：白色背景搭配深灰色或黑色文字，确保信息清晰可见。
- **强调色**：绿色在导航栏中用于表示选中的图标，蓝色通常用于表示链接，鼓励用户点击。红色用于强调重要的信息或警告，如未读消息的标记。深灰色或黑色用于次要文本和辅助信息，以保持界面平衡。

图2-51所示为该应用程序的Logo与界面效果。



图 2-51

2. 小红书

- **主色**：红色，象征着热情、活力与吸引力，是其品牌标识的核心。
- **辅色**：白色背景搭配深灰色或黑色文字，确保信息清晰可见。
- **强调色**：红色用于主要的行动号召按钮，如“关注”“点赞”“开启通知”等。黑色/深灰色用于标题和正文，形成良好的对比度。灰色用于已处理的或非激活的状态。

图2-52所示为该应用程序的Logo与界面效果。

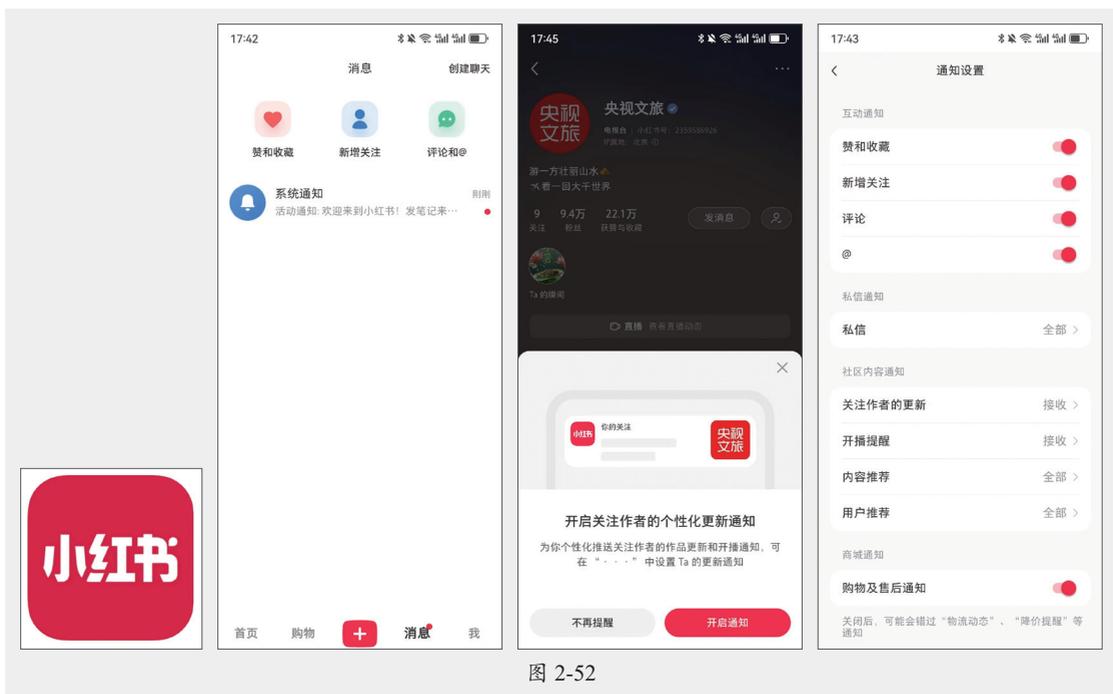


图 2-52

2.4.2 电商类配色

电商类应用程序的配色方案是多样化的，旨在通过色彩搭配吸引用户注意力、传达品牌形象、营造购物氛围，并提升整体的用户体验。常见的配色方案如下。

- **红色系：**红色系通常代表热情、活力、能量和紧迫感，常用于促销和折扣信息。它能够吸引用户的注意力，激发购买欲望。
- **橙色系：**橙色系通常代表温暖、活力、创新和友好，够传达积极向上的态度，又具有一定的亲和力，适合用于营造轻松愉快的购物环境。
- **黑色系：**黑色代表高端、神秘、稳重和经典。能够营造一种奢华和专业的氛围，适合用于展示高端商品或品牌。

以淘宝和京东为例。

1. 淘宝

- **主色：**橙色，代表着活力、热情和友好，适合营造一个活跃的购物环境，鼓励用户参与和购买。
- **辅色：**白色用于大部分页面背景，提供干净的视觉空间，让商品信息更加突出。
- **强调色：**橙色用于导航栏和主要行动号召按钮，增强用户的操作指引。蓝色用于链接，鼓励用户点击。红色、绿色以及棕色用于促销和通知，吸引用户注意。灰色用于非活动状态的按钮或辅助信息。

图2-53所示为该应用程序的Logo与界面效果。

2. 京东

- **主色：**红色，象征着热情、活力与吸引力，是其品牌标识的核心。

- **辅色：**白色背景搭配深灰色或黑色文字，确保信息清晰可见。
- **强调色：**红色用于导航栏和主要行动号召按钮，增强用户的操作指引。橙色、黄色用于促销和通知，吸引用户注意。灰色用于不活跃的元素或辅助信息。
- **限定颜色：**京东会根据不同活动的主题色来灵活调整页面颜色。例如，在清凉季活动中采用蓝色系，既符合活动主题，又能为用户带来清新、凉爽的视觉感受。

图2-54所示为该应用程序的Logo与界面效果。



图 2-53

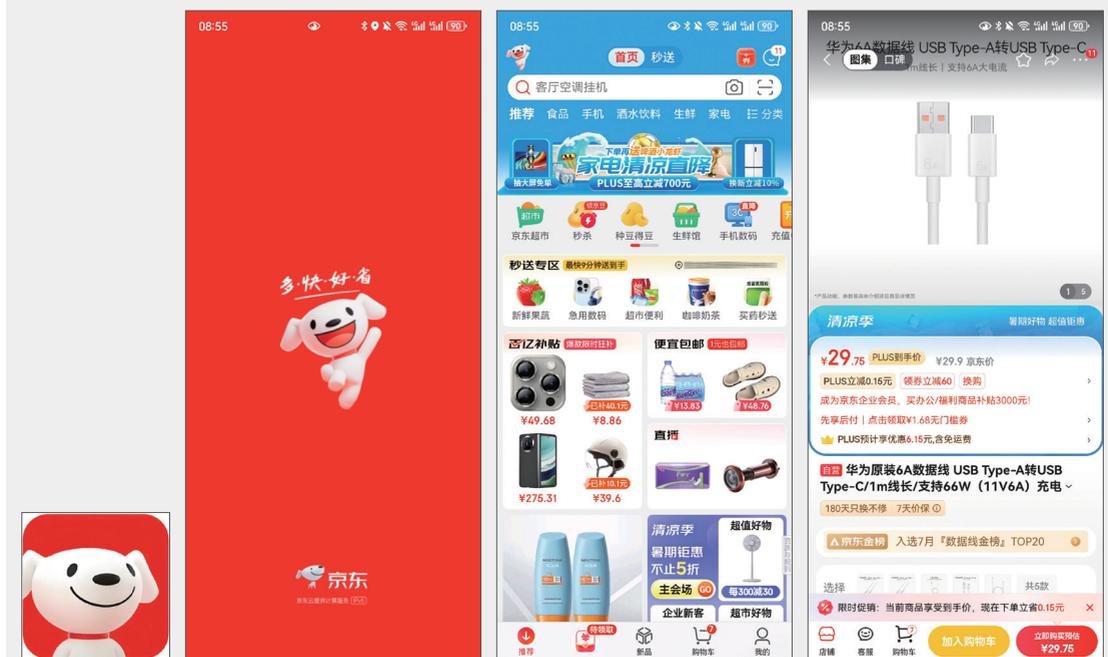


图 2-54

2.4.3 美食类配色

美食类应用程序的设计旨在为用户提供丰富的食谱资源、烹饪技巧、餐厅推荐以及美食文化交流的平台。这类应用的配色方案、界面布局和功能设计都需要紧密围绕美食这一主题，以吸引用户的注意并提升他们的使用体验。常见的配色方案如下。

- **暖色系：**暖色系如红色、橙色、黄色等，能够激发人们的食欲，与美食的温暖、丰富和诱人特性相呼应。能够营造欢快、温馨的氛围，使用户在浏览美食内容时感到愉悦和兴奋。
- **自然风：**如绿色、蓝色、浅木色等，能够营造健康、纯净的感觉，与人们对健康美食的追求相契合。有助于缓解视觉疲劳，使用户在长时间浏览时保持舒适感。
- **复古怀旧风：**棕色、墨绿、酒红等，能够唤起人们对过去美好时光的回忆，给人一种稳重、经典的感觉，适合用于展示传统美食或讲述美食背后的文化故事。

以美团和饿了么为例。

1. 美团

- **主色：**黄色，代表着热情、温暖的品牌形象。
- **辅色：**白色背景色，提供清晰、简洁的视觉空间，使商品信息、图片和文字等内容更加突出。黑色、灰色或其他浅色调，用于辅助信息的展示和界面的平衡。
- **强调色：**在特定场景下，如促销、优惠或重要提示时，美团会使用红色或其他鲜艳色彩增强视觉冲击力，引导用户进行操作。

图2-55所示为该应用程序的Logo与界面效果。

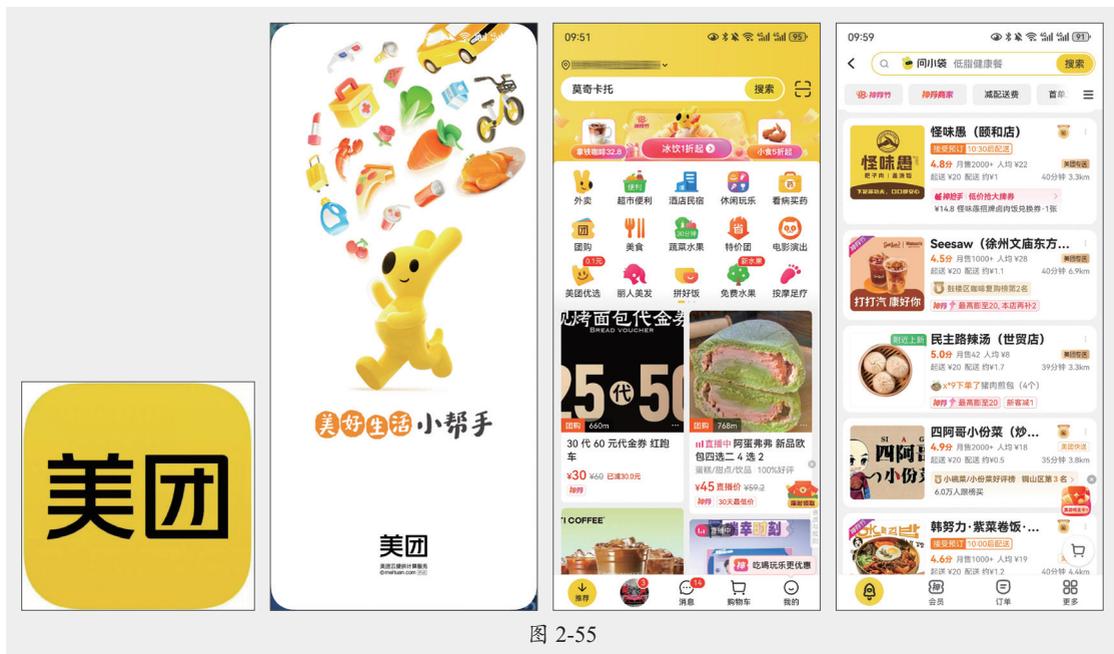


图 2-55

2. 饿了么

- **主色：**蓝色，给人以清新、健康和信赖的感觉，对于食品安全和健康饮食的宣传有正面影响。

- **辅色**：白色背景色，为食物图片和信息提供清晰的展示环境。黑色或深灰色用于文本，以保证可读性。
- **强调色**：在促销或重要按钮上使用橙色或红色等鲜艳色彩进行强调。

图2-56所示为该应用程序的Logo与界面效果。



图 2-56

2.4.4 教育类配色

教育类应用程序的配色方案通常注重营造一种温馨、专业、易于阅读和学习的视觉环境。这类应用的配色不仅要符合教育行业的特性，还要考虑用户的视觉体验和心理感受。常见的配色方案如下。

- **蓝色系**：蓝色是教育类应用中最常见的配色之一，代表信任、专业、稳重和宁静，有助于营造一个专注的学习环境。
- **绿色系**：绿色象征着生长、健康、自然与和谐，非常适合用于教育类应用，可以传达积极向上的学习氛围和健康的成长环境。
- **柔和色系**：以粉色、浅黄色等温馨柔和的颜色为主，营造一种温暖、亲切的感觉。有助于拉近应用与用户之间的距离，增加用户的归属感。

以百词斩和巧虎为例。

1. 百词斩

- **主色**：高饱和度的蓝色，有助于营造专注的学习氛围。
- **辅色**：白色作为背景色，确保单词和例句清晰可见；同时使用深灰色或黑色文字，以保证良好的对比度和可读性。
- **强调色**：使用鲜艳的橙色或红色作为强调色，用于标记重点词汇、操作按钮或错误提示，以吸引用户注意。

图2-57所示为该应用程序的Logo与界面效果。

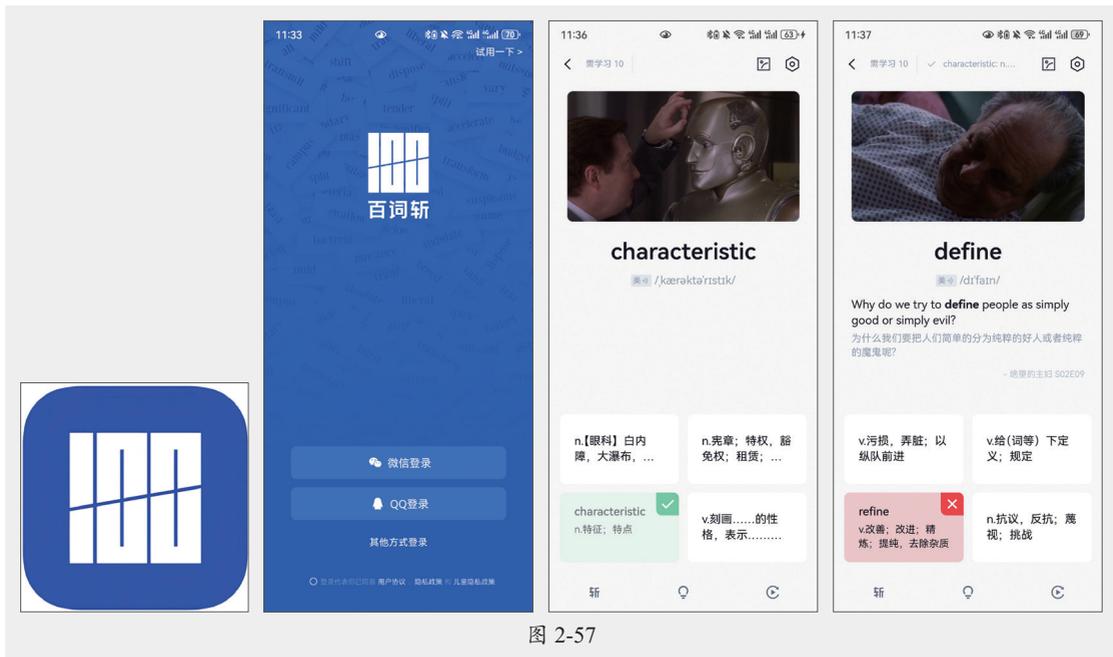


图 2-57

2. 巧虎

- **主色**：柔和的黄色系，传递快乐、温暖和活力，吸引儿童的注意力。
- **辅色**：浅色背景（白色、浅灰色以及米黄色），搭配黑色、灰色文字，确保内容清晰易读，提供干净、简洁的视觉基础。
- **强调色**：红色用于特别重要的提示和警告信息，吸引用户的注意力。粉色用于一些装饰元素和次要按钮，增加界面的柔和感和亲和力。

图2-58所示为该应用程序的Logo与界面效果。



图 2-58

2.5 案例实战：构建美食类App颜色系统

本案例利用所学的知识构建美食类App颜色系统，包括明确风格、选择主色、确定配色以及定义颜色层次。下面介绍具体的构建方法。

1. 明确风格

明确App的整体风格。

- **品牌个性：**现代、健康、清新。
- **目标用户：**主要面向注重健康饮食的年轻人和中年人。
- **情感目标：**希望用户在使用过程中感受到健康、清新、愉悦的感觉。
- **行业特性：**美食类App通常使用能引起食欲和传达新鲜感的颜色。

2. 选择主色

主色是UI设计的核心颜色，通常与品牌的主色调一致。对于现代、新鲜、健康主题的美食类App，可以选择绿色（#32CD32），如图2-59所示。



图 2-59

3. 确认配色

在确定主色后，需要选择辅助色、中性色以及状态色构建完整的配色方案。

- **辅色：**橙色（#FFA500），如图2-60所示。
- **中性色：**浅灰色（#F5F5F5），深灰色（#333333），如图2-61所示。



图 2-60



图 2-61

- **状态颜色：**成功（绿色#28A745）、警告（黄色#FFC107）、错误（红色#DC3545）、信息（蓝色#17A2B8）、禁用（浅灰色#DCDCDC），如图2-62所示。

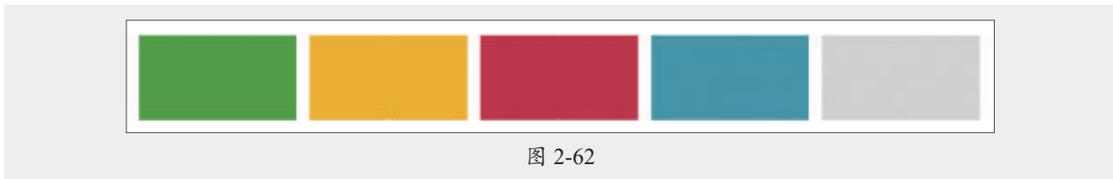


图 2-62

4. 定义颜色层次

颜色层次的定义有助于创建一致的视觉层次结构，使用户更容易理解和使用界面。

（1）背景色

背景色通常选择较为柔和的颜色，以突出前景内容，如图2-63所示。



图 2-63

- **主背景色**：浅灰色（#F5F5F5）。
- **次背景色**：更浅的灰色（#FAFAFA）。
- **强调背景色**：浅绿色（#E6F4EA）。

(2) 文本色

文本色选择的对比度要适当，有助于信息的层次区分，如图2-64所示。



图 2-64

- **主文本色**：深灰色（#333333）。
- **次文本色**：中灰色（#666666）。
- **强调文本色**：成功（绿色#32CD32）、警告（橙色#FFA500）、错误（红色#DC3545）、提示（蓝色#17A2B8）。
- **反向文本色**：白色（#FFFFFF）。

(3) 边框色

边框色用于分隔内容、创建层次感和强调交互元素，如图2-65所示。



图 2-65

- **主边框色**：浅灰色（#DDDDDD）。
- **强调边框色**：绿色（#32CD32）。
- **次边框色**：更浅的灰色（#EEEEEE）。

(4) 填充色

填充色主要用于背景、按钮、卡片等元素，以区分不同的内容区域，如图2-66所示。

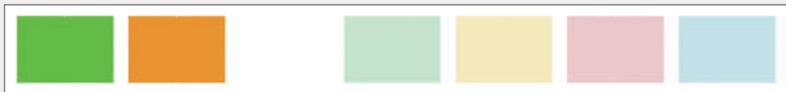


图 2-66

- **主填充色**：绿色（#32CD32）。
- **次填充色**：橙色（#FFA500）。
- **强调填充色**：成功（浅色#D4EDDA）、警告（浅橙色#FFF3CD）、错误（浅红色#F8D7DA）、提示（浅蓝色#D1ECF1）。



1. Q: 在一个界面中应该使用多少种颜色?

A: 为了保持界面的简洁和一致性,通常建议在一个界面中使用3、4种颜色:一种主色、一种强调色和一种或两种辅助色。过多的颜色会让界面显得杂乱,影响用户体验。

2. Q: 如何运用色彩引导用户行为?

A: 通过色彩搭配可以引导用户的视线和行为。例如,使用醒目的色彩突出按钮或链接,吸引用户点击;使用柔和的色彩作为背景,降低干扰,让用户更专注于内容。此外,还可以利用色彩心理学中的色彩偏好影响用户的决策过程。

3. Q: 如何保持色彩搭配在不同平台和设备上的一致性?

A: 保持色彩搭配在不同平台和设备上的一致性需要关注色彩管理的问题。在设计过程中应使用标准的色彩模式和色彩值(如sRGB、Hex值等),并在不同设备和平台上进行预览和测试。

4. Q: 如何在色彩搭配中应用品牌色?

A: 品牌色是品牌识别的重要元素,应在UI设计中合理应用。通常,品牌色会作为主色调使用,并在关键元素(如Logo、按钮)中体现。确保品牌色与其他颜色搭配和谐,同时保持品牌的一致性和识别度。

5. Q: 移动UI中的色彩是否需要随着季节或节日变化?

A: 色彩变化可以增强用户的情感连接和参与感,但并非所有应用都需要这样做。对于一些季节性强的应用(如购物、旅游等),适当的色彩变化可以带来新鲜感和节日气氛。但对于一些功能性强的应用(如金融、生产力工具等),保持一致的色彩可能更为重要。

6. Q: 常用的配色工具有哪些?

A: 常用的配色工具如下。

- **Adobe Color:** 一个强大的在线配色工具,可以生成各种配色方案,并允许根据需要调整颜色。
- **Coolers:** 一个快速生成配色方案的工具,支持保存和分享配色方案。
- **Paletton:** 基于色相环的配色工具,可以生成单色、类似色、三色和四色方案。