

# 情感化设计视角下移动端界面情绪线索研究

李梦秋

重庆电子科技职业大学 重庆 401331

**【摘要】**：移动互联网深度普及的当下，移动端界面已成为用户接触数字产品时完成交互动作的核心载体。情感化设计，逐渐成为产品提高自身竞争力的关键方向。情绪线索是情感化设计发挥作用的核心载体，可通过视觉、交互等多元形式传递情感信息，直接作用于用户的使用体验与情感共鸣。本文依托情感化设计理论，探讨移动端界面中情绪线索的表达价值，梳理当前设计领域存在的困境，结合实际设计场景，整理出适配场景的优化方向，为移动端界面情感化设计实践补充理论参考，给出可落地的操作方向，帮助建立具备人文属性、适配不同使用场景、拥有独特标识的移动端界面，完成功能价值与情感价值的融合统一。

**【关键词】**：情感化设计；移动端界面；情绪线索；用户体验；界面优化

DOI:10.12417/3041-0630.26.05.069

移动终端普及范围不断扩大，用户需求发生升级改变，移动端界面设计完成转型，设计核心从“功能满足”转向“情感适配”，情感化设计成为连接产品和用户的重要桥梁。情绪线索是情感化设计的具体呈现形式，承担界面传递情感、唤醒用户共鸣的作用，涉及视觉元素、交互逻辑、反馈机制等多个维度。当下，多数移动端界面已经融入情感化设计理念，情绪线索的设计仍存在诸多不足，难以有效匹配用户的情感需求。基于此，本文从情感化设计视角出发，系统分析移动端界面情绪线索的表达价值、设计困境，并提出科学合理的优化策略，破解当前设计痛点，推动移动端界面设计向更具人性化、情感化的方向发展，同时为相关设计实践提供理论支撑与实践参考。

## 1 移动端界面情绪线索的表达价值

### 1.1 传递界面温度，唤醒用户情感共鸣

移动端界面嵌入情绪线索，消解数字产品的疏离感；设计元素具象化后，情感温度可直接传递，最终连通设计者与用户的情绪链路<sup>[1]</sup>。快节奏生活场景下，用户打开移动端产品，一方面看重功能使用的顺畅，另一方面对情感方面的接纳与安抚存在需求。情绪线索依托色彩调整、图标造型设计、操作交互反馈等路径，把文字或概念方面的情感转化为可被感知的界面元素，匹配用户内在情感诉求。医疗类APP选用温和淡蓝色调，搭配简洁清晰的页面布局，向用户传递安定感，平复等待诊疗或日常管理过程中的不安情绪。这类情感传递不属于刻意讨好用户，设计过程贴合不同场景下的用户需求，能推动界面完成身份转变，从单纯承载功能的载体，转向可回应情绪的伙伴，唤醒用户内在情绪共振，提高用户对产品的接纳程度，拉高用户重复打开产品的可能性。

### 1.2 沉淀情感符号，深化界面记忆感知

情绪线索长期稳定呈现，可以沉淀为独特情感符号，它可以强化用户对界面及产品的记忆感知，搭建产品和用户之间的

情感联结。移动端界面内的情绪线索不会单独存在，设计方面遵循统一逻辑，最终形成连贯的情感表达模式，慢慢在用户心中建立固定情感认知。举个例子，微信采用绿色图标，搭配简洁交互模式，长时间向用户传递便捷温暖的情感，已经成为即时通讯品类中的情感符号。网易云音乐使用红色图标，搭配个性化推荐机制，沉淀出文艺治愈的产品标签，让用户记忆更加深刻。这类情感符号可以区分类似产品，拉高产品辨识度，用户看到对应界面元素时，可以快速联想到产品的情感价值，加深记忆，拉高用户粘性，支撑产品长期发展。

## 2 移动端界面情绪线索的设计困境

### 2.1 线索表达流于表面，缺乏情感深度

当前多数移动端界面的情绪线索设计，仅停留在表层视觉装饰，设计过程未挖掘情感本身的内在含义，无法和用户建立情感方面的联结。部分设计师片面看重界面外观，把情绪线索直接归为色彩搭配、图标造型的美化工作，忽略情感表达自身的逻辑层次与内容厚度，情绪线索停留在形式方面，无法传递真实深刻的情感<sup>[2]</sup>。举例来说，部分APP不加辨别选用高饱和度和色彩，搭配夸张的动画效果，外观上视觉冲击力强，却没有结合产品自身定位和用户实际使用需求，无法传递贴合产品核心价值的情感，还会让用户出现视觉疲劳，对内容产生抵触情绪。部分情绪线索设计缺少连贯的设计逻辑，不同界面元素传递的情感内容相互冲突，无法聚拢成统一的情感表达框架，用户无法获得完整深刻的情感体验，情绪线索最终脱离原本的设计核心。

### 2.2 视觉呈现杂乱无序，破坏情感韵律

视觉元素承担情绪线索的核心传递功能。现有部分移动端界面的视觉呈现杂乱无序，缺少统一设计规范，破坏情感韵律的传递。不少设计师进行设计工作时，会堆砌过量视觉元素，把色彩、图标、文字、动画这类元素随意拼接，没有系统梳理

视觉层级,规划色彩搭配,理清布局逻辑,最终界面呈现出来混乱的视觉效果,用户无法快速定位核心信息,也无法感知到连贯的情感表达。部分电商APP的首页就是典型,同一界面同时出现多种色彩,弹出多个广告窗口,排布大量文字信息,视觉元素种类和数量过多,提高用户认知负担,破坏界面情感韵律,无法输出清晰的情感导向,用户使用过程中会生出烦躁焦虑的情绪,影响使用体验。

### 2.3 情感传递与用户认知脱节,适配性不足

情绪线索的核心价值,在于贴合用户的情感需求,适配用户的认知习惯。当前部分移动端界面设计情绪线索时,情感传递和用户认知相互脱节,适配性不足<sup>[3]</sup>。部分设计师依靠自身主观经验完成情绪线索设计,忽视用户年龄、性别、文化背景、使用场景等多方面差异,情绪线索的情感表达,和用户实际需求、认知习惯无法契合,精准的情感传递无法落地。面向老年用户开发的APP,若采用时尚复杂的视觉元素和交互逻辑,传递年轻化情感导向,老年用户难以适应,无法获得良好使用体验;面向青少年开发的APP,若采用沉闷保守的情绪线索设计,也无法吸引青少年用户关注。

### 2.4 线索表达缺乏个性,难以形成独特标识

同质化竞争日益激烈的移动端市场中,情绪线索的个性化表达,可提高产品辨识度。当前多数移动端界面的情绪线索设计缺少个性,难以形成独特的情感标识,无法在同类产品中跳出固有圈层。部分设计师盲目照搬同类产品的情绪线索设计,缺少创新意识,不同产品的界面情绪线索呈现出来同质化特征,用户难以通过情绪线索区分不同产品的核心价值,也难以区分情感定位。多数社交类APP均采用相似的暖色调、圆润图标,情绪线索的表达缺少独特性,无法给用户留下深刻的印象。部分工具类APP的情绪线索设计偏向简洁,没有自身的情感特色,难以和用户建立情感联结。这种缺少个性的情绪线索设计,无法提高产品的竞争力,还会让用户对产品的记忆点模糊,影响产品长期发展。

## 3 情感化设计下移动端界面情绪线索的优化策略

### 3.1 以情感叙事为核心,构建精准线索表达

优化移动端界面情绪线索设计,核心围绕情感叙事展开,挖掘产品情感内涵,建立精准有深度的情绪线索表达模式。设计师结合产品定位和用户需求,明确情感导向,把抽象情感转换为连贯叙事逻辑,借助具体界面元素传递有温度有内涵的情感信息<sup>[4]</sup>。分析用户情感需求和心理特征,结合年龄性别文化背景和使用场景差异,定位情感表达方向,避免线索停留在表面。比如办公类APP要传递高效专业感,可选用简洁冷色调、规整布局,母婴类APP要传递温暖安全感,可选用柔和暖色调、可爱图标与细致反馈。关注情绪线索的连贯性和逻辑性,整合

视觉元素交互逻辑和反馈机制,形成统一情感叙事模式,让用户获得连贯深刻的情感体验,完成深度情感共鸣。

### 3.2 以视觉韵律为支撑,规范线索呈现形式

视觉韵律可支撑情绪线索完成传递。优化情绪线索设计,要调整视觉呈现的整体形态,建立和谐有序的视觉韵律,改善情感传递的实际效果。划定视觉设计规则,梳理视觉内容排列逻辑是落地前提,可结合界面功能划分内容层级,把核心功能、情感元素放在视觉焦点位置,调整次要元素的排列位置,保证界面结构清晰有序。用户捕捉核心信息过程中,可同步感知连贯的情感变化逻辑。色彩和图标搭配要贴合情绪线索的情感方向,色彩承载情感内容,要结合产品定位、情感需求选择适配的色彩组合,控制高饱和度和色彩使用范围,保证整体色彩关系和谐统一。图标设计偏向简洁具象方向,贴合情感表达要求,放弃夸张杂乱造型,强化自身与情绪线索的匹配程度。动画辅助情感传递,要控制使用范围,保持自身简洁流畅,贴合界面整体情感方向,过度添加动画会打乱视觉秩序,破坏现有情感韵律。各类视觉元素通过有序排列形成和谐韵律,可更完整传递情绪线索包括的情感内涵。

### 3.3 以用户感知为导向,完善线索适配设计

情绪线索的优化,需以用户感知为导向,充分考虑用户个体差异,理清用户不同使用场景,完善线索适配设计,提高情绪线索适配性,强化情绪线索实用性<sup>[5]</sup>。加强用户调研,摸清不同用户群体的情感需求,梳理用户群体的认知习惯,明确各群体常用使用场景,建立用户画像,为不同用户群体设计差异化的情绪线索。例如,面向老年群体开发产品,情绪线索设计保持简洁直观,运用清晰文字,搭配柔和色彩,设置简单交互逻辑,降低用户认知负担。面向青少年群体开发产品,可运用时尚活泼的视觉元素,搭配合适交互逻辑,传递个性化年轻化情感方向,抓住青少年群体注意力。纳入文化差异相关考量,避免文化差异让情绪线索的情感表达出现偏差,保证情绪线索可被不同文化背景的用户理解接受。结合用户实际使用场景,让情绪线索随场景变化调整内容。不同使用场景中,用户情感需求不同,心理状态也有区别,情绪线索可跟随使用场景变化,调整情感表达形式。例如,用户处于夜间使用场景,产品可自动切换低饱和度暗色调,传递柔和舒适情感,保护用户视力。用户处于紧急使用场景,产品可采用醒目的色彩搭配简洁交互反馈,传递高效直接的操作体验,帮助用户快速完成操作,优化用户使用感受。

### 3.4 以个性表达为抓手,打造独特线索标识

同质化竞争的市场环境中,优化情绪线索设计,要以个性表达为核心方向,建立独特情感标识,提高产品辨识度,提高产品竞争力。设计师首先要树立创新意识,跳出同类产品的模

仿局限,结合产品核心价值,结合品牌特色,设计带有个性化特征的情绪线索。小众文创类 APP 可采用复古视觉元素,搭配独特交互逻辑,传递文艺小众的情感导向,形成和同类产品区分开的专属标识。科技类 APP 可采用简洁的 futuristic 视觉元素,传递前沿高效的情感感受,建立专属品牌形象。要注重情感符号的沉淀与强化,将个性化情绪线索长期稳定输出,让用户逐步建立对产品的独特情感认知。依托统一色彩搭配、图标造型、交互反馈,可形成连贯的情感表达模式,让用户在使用过程中快速识别产品情感特色,深化产品在用户心中的记忆。可结合用户生成内容,鼓励用户参与情绪线索设计,让情绪线索贴合更多用户的个性需求,同时增强用户参与感,增强用户归属感,强化产品的独特情感标识,推动产品走差异化发展路线。

#### 参考文献:

- [1] 包金茗.移动端健康科普中的情感化设计介入研究[D].南京邮电大学,2024.
- [2] 李昕,贺俊淇,周雅茹,等.移动端适老化产品的情感化设计研究[J].西安建筑科技大学学报(自然科学版),2025,57(03):446-453.
- [3] 杨璧菲.移动端数据新闻用户持续使用意愿影响因素研究[D].中国社会科学院研究生院,2020.
- [4] 谭铭.移动端翻页动作“点击”VS“滑动”对用户在线沉浸感强度的影响研究[D].暨南大学,2019.
- [5] 孙赛楠,孙大力.基于情感交互的孕期智能监护产品设计研究[J].设计,2024,37(05):46-49.

## 4 结论

情感化设计范畴内,移动端界面情绪线索承担传递情感、连接产品和用户的作用,可传递界面温度,唤醒情感共鸣,沉淀情感符号,深化记忆感知。现有设计中,情绪线索存在表达肤浅、视觉杂乱,情感传递和用户认知不匹配,设计缺少个性等问题,直接影响用户使用移动端界面的感受。未来移动端界面情绪线索设计,要抓住情感化设计核心内容,跟随技术发展方向,结合人工智能、大数据等技术手段,捕捉用户情感需求的动态变化,完成情绪线索的个性化、智能化适配。跨学科融合可拓展设计边界,可引入心理学、社会学等学科理论,挖掘情绪线索的情感内涵,跳出当前设计同质化的局限。情绪线索设计过程中,可邀请用户参与创作和优化环节,推动设计向人性化、多元化、创新化方向延伸,助力移动端产品融合功能价值和情感价值,带动整个移动端界面设计行业向前发展。