

WEB DESIGNER
网页设计
设计师必读

设计师谈

成功网页设计原则



周钦华 (韩) 姜恩正 黄静慧 著
飞思数码产品研发中心 监制

The Principle for Web Identity



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
http://www.phei.com.cn

WEB DESIGNER
网页设计师
必读

设计师谈

成功网页设计原则

The Principle for Web Identity



(韩) 姜恩正 黄静慧 著
周钦华 译
飞思数码产品研发中心 监制



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING



内 容 简 介

本书是一本面向网页设计师的理论性图书。通过国外优秀的网页实例,介绍建立优秀网页过程中构筑网页差异化特性、表现企业价值观等原则,拓展网页开发者对于网页风格的认识视野。通过实例分析和理论指导,帮助设计师构建更加具有特色、具有生命力,能够在竞争中处于不败之地的优秀网站。

本书适合网页设计师和想制作网页的个人阅读。

Original Published as The Seven Principle: for Web Identity (Author: Jungle Press WWW Lab.) by © Books & People Co.Ltd. All rights reserved.

本书中文简体版专有出版权由 Books & People Co.Ltd.授予电子工业出版社,未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

版权贸易合同登记号 图字: 01-2006-5605

图书在版编目(CIP)数据

设计师谈成功网页设计原则 / (韩)姜恩正, (韩)黄静慧著; 周钦华译. —北京:

电子工业出版社, 2006.11

(网页设计师必读)

ISBN 7-121-03271-6

I. 设... II. ①姜... ②黄... ③周... III. 主页制作 IV. TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第118563号

责任编辑: 赵红梅 徐 磊

印 刷: 山东高唐印刷有限公司

装 订: 山东高唐印刷有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京海淀区万寿路173信箱 邮编: 100036

开 本: 787×1092 1/16 印张: 14 字数: 336千字

印 次: 2006年11月第1次印刷

印 数: 5 000册 定价: 49.80元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系电话:(010)68279077;邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至 zlt@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。



前言

如今这个时代任何人都可以很容易地制作并运营个人网页，甚至连小学生都会。一天之中有无数的网页产生，也有无数的网页消失，在因特网上生存的这些网页相互之间也存在着激烈的竞争。在这些网页中，怎样才能以获得吸引用户眼球的生命力为基础而持续地生长，给用户留下深刻的印象，使他们再次访问网页，从而成为脍炙人口的网页呢？

曾经策划、制作过网页的或者现在想要策划、制作网页的设计者，都会自然而然地提出这样的问题：

- 怎样才能使我制作的网页给访问者留下深刻的印象或好感？
- 怎么才能使我制作的网页区别于其他网页？
- 怎样才能轻松地使访问者了解我所制作的网页是怎样的网页？
- 怎样才能为访问者提供他们最需要的服务？
- 怎样才能使访问者对网页产生信赖？
- 怎样才能为网页注入生命力？
- 怎样揭示网页现在的面貌及未来的发展？

在无数相互竞争的网页中，能够突显自己制作的网页的最有效、最基本的方法之一，就是构筑特定网页的特性，并积极地加以表现，这也是制作成功网页的方法。那么，应该怎样构筑并表现网页的特性呢？这绝不是一个简单的问题。但是，网页策划者或设计者们却需要研究并解决这个问题。在这个问题的解决上，为了能够给予读者帮助，笔者以亲身经历和各种理论为依据，撰写了这本书。在书中，讲述了构筑差别化特性的原则、构筑可以表现企业价值观特性的原则等八种构筑网页特性的原则，书中的讲述并不是以生硬的理论展开的，而是通过具体的实例演绎出这八种原则。

希望这本书的内容能够给制作网页的设计者们或将要从事这个领域的学生们以帮助。最后，感谢那些为本书顺利出版而辛勤工作的人们。

著 者

联系方式

咨询电话：(010) 68134545 88254160

电子邮件：support@fecit.com.cn

服务网址：<http://www.fecit.com.cn> <http://www.fecit.net>

通用网址：计算机图书、飞思、飞思教育、飞思科技、FECIT



关于飞思

我们经常感谢生活的慷慨，让我们这些原本并不同源的人得以同本，为了同一个梦想走到一起。

因为身处科技教育前沿，我们深感任重道远；因为伴随知识更新节奏，我们一刻不敢停歇。虽然我们年轻，但我们拥有：

“严谨、高效、协作”的团队精神

全方位、立体化的服务意识

实力雄厚的作者群和开发队伍

当然，最重要的是我们拥有：

恒久不变的理想和永不枯竭的激情和灵感

正因如此，我们敢于宣称：

飞思科技 = 丰富的内容 + 完美的形式

这也是我们共同精心培育的品牌 

为有源头活水来”。路再远，终需用脚去量；风景再美，终需自然抚育。

年轻的飞思人愿为清风细雨、阳光晨露，滋润您发芽、成长；更甘当坚实的铺路石，为您铺就成功之路。



目 录

1 差别化的网页特性原则 1

① 为了能够表现统一性，在整个网页上 运用一贯的 WI、BI 3

在线企业中，运用不同的 WI、BI，
体现网页特性的实例 4

② 在扩张的家族网页上表现垂直的、 水平的网页特性 10

各个企业电子品牌（e-Brand）的定位实例 11

国际化企业的地方网页电子品牌的定位实例 17

按照产品类别，定位网页的电子品牌 27

按照服务类别，定位特殊化网页的电子品牌 33

2 通过企业的价值观， 体现网页特性的原则 37

① 表现企业文化和价值观的同时， 应该使企业特有的行动样式标准化， 进而体现更具创意的网页特性 39

通过差别化的内容开发，表现企业价值观的实例 41

通过经营理念和行动规范的介绍，
表现企业价值观的实例 51

通过 CI 的介绍，表现企业价值观的实例 53

②利用公司的训言、标语， 体现企业的价值观和文化	58
使用公司的训言、标语，构筑网页特性的实例	61

3 在视觉上，体现网页特性的原则 69

①整体设计中使用一贯的色彩， 体现视觉上的网页特性	71
运用 LOGO 色彩和一贯色彩， 体现网页特性的实例	72
根据品牌特性，构筑色彩上的网页特性	77
②整体设计中使用具有一贯性的暗喻（metaphor）， 体现视觉上的网页特性	89
使用亲切的暗喻，提高企业形象的实例	90
与品牌形象密切相关的暗喻	92

4 通过语言的形式，体现网页特性的原则 97

①在 URL、企业或品牌名称、标题上， 使用一贯的文字韵律、 音像效果和语调体系	99
在所有菜单中，以共同的韵律形式， 表现企业或品牌名称	100

在每页的版头， 反复使用相同单词或文句的实例	107
---------------------------------	-----

② 传达信息时，使用统一的表现方式， 构筑语言上的网页特性	111
在语感、语义中所体现的一贯性	112
使用特殊文字，制作差别化的形象	116

5 在体验上，构筑网页特性的原则 121

① 提供肯定的体验，设计使用者沟通界面	123
为使访问者能够直接体验而设计的沟通界面	123
通过企业固有式样和网站主题的有机结合， 向顾客提供感性的体验	130
② 为了使离线和在线状态下具有相同的体验， 需要提供统一的网页特性	134
在线和离线状态下的顾客体验可以在 网页特性的构筑中体现	134
通过贴近实际生活的体验， 构筑网页特性的实例	138

6 通过多媒体，实现网页特性的原则 143

① 突出网页环境中影像媒体的特征， 实现网页特性的构筑	145
运用动作图形的实例	146

使用互动的多媒体, 构筑网页特性的实例	151
使用 3D 技术, 构筑多媒体网页特性的实例	157
使用声音效果, 构筑多媒体网页特性的实例	161

②在表现产品或提供信息时,	
提供多媒体的体验	163
传达一般信息时, 提供多媒体体验的实例	164
表现产品时, 提供多媒体体验的实例	168

7 通过关系, 构筑网页特性的原则 175

①通过在线沟通, 建立企业和顾客的友好关系	177
通过品牌社区, 提高顾客对品牌的忠诚度	178
通过持续、个别的品牌沟通,	
构筑品牌与个别顾客之间	
关系型的网页特性	184
提供持续的在线活动, 构筑关系型的网页特性	187

8 构筑具有生命力的网页特性原则 191

①网站需要维持管理和持续地修补作业	193
网页的维持管理实例	193
通过网页的宣传作业,	
使网页活性化的维持管理实例	199

❷ 通过网页的更新，构筑具有生命力的网页特性 202

 跟随时代的潮流，
 更新网页特性的表现形式 203

 随着时代的变化，
 网页特性的发展 209

差别化的网页特性原则

虽然我们经常会使用品牌特性或网页特性的词语，但是多数人错误地理解这些用语。实际上，很多人都把品牌特性或网页特性单纯地认为是“设计网页的工作”。

这样就使以品牌特性作为基础的网页特性变得更加模糊，构筑强有力的品牌的工作只能变得更加遥远。因此可以说构筑统一的、差别化的特性就是企业生长的源泉。

网页特性和品牌特性存在有机的联系。构筑强有力的、差别化的品牌特性就如同构筑强有力的网页特性一样。这是因为网页特性的基本前提就需要理解品牌特性。

因此，品牌特性需要向客户有效地、准确地传达企业的品牌形象，同时也需要区别于其他企业的品牌形象。这种差别化方案的结果才能准确地传达企业的品牌形象。

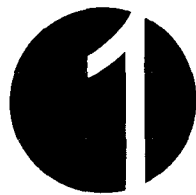
品牌形象 (Brand Image)

为什么需要 区别品牌形象？

要区别品牌形象是因为差别化方案可以产生高附加值。“星巴克”咖啡连锁店可以说是差别化方案的成功实例。霍华德·舒尔茨是“星巴克”的创始人，他使美国人从居民区饭店以50美分的价格就可以喝到一杯咖啡的习惯转变成了从“星巴克”咖啡连锁店以2.5美元的昂贵价格饮用咖啡。这是因为他把这种广泛普及销售的被称作“咖啡”的竞争商品制作成了非竞争的、差别化的商品。进而把当时无法赚大钱的“咖啡”市场改造成了可以产生亿万富翁的高收入企业。这个范例就是通过品牌的差别化方案，创出了高附加值。

星巴克的霍华德·舒尔茨在无差别化的咖啡市场中注入了完全不同的新元素。他观察社会的发展趋势，研究顾客的需求。因此，美国人虽然购买价格较高的咖啡饮用，却可以感受到幸福。现在，在韩国有一部分人喝“星巴克”的咖啡，也会有幸福的感觉。所以，通过这个实例可以了解到“星巴克”咖啡使品牌形象差别化，进而成功地创造了高附加值。

那么，怎样才能使品牌形象差别化，并准确地传达它呢？在网页这个特别媒介下，应该怎样有效地体现网页特性呢？



为了能够表现统一性，在整个网页上运用一贯的WI、BI

下面我们看一下，在网页上，怎样向用户明确地传达品牌形象的差别化方案。

如果说在客户的心中树立企业产品、服务或品牌特性的行动被称为烙印品牌，那么打造电子品牌（e-Branding）就是通过网页实现这一系列行动。

通常，客户识别品牌的过程可以分为在利用产品或服务的过程中所实现的直接体验品牌（Direct-experience Branding）和通过广告词、TV或杂志广告等方法认识品牌的间接体验品牌（Indirect-messaging Branding）。

电子品牌和一般品牌的认知过程存在着不同点，这是因为电子品牌是客户在网络上实现品牌的认知过程。一般品牌的认知过程是在直接体验或间接体验之间恰当地协调中实现的。相反，电子品牌的认知过程主要是通过直接的体验而实现的。

由于因特网媒体本身的双方向特性，当顾客使用网页时，通过直接体验来反复认知品牌。当顾客获得所需信息或执行购买等特定活动时，通过与网页的相互反应，直接地体验品牌。

如果想要在整个网页上运用一贯的WI (Web Identity)、BI (Brand Identity) 来体现统一性, 就可以向访问网页的顾客反复地提供品牌认知的体验。即如果使网页的WI、BI差别化, 那么访问网页的顾客就会体验到差别化的品牌。

下面向大家讲述在电子品牌的直接体验中, 从网页上体现WI、BI差别化的实例。

在线企业中, 运用不同的WI、BI, 体现网页特性的实例

随着市场竞争日趋激烈, 企业之间的竞争也趋于白热化。因此, 通过 CI (Corporate Identity) 使消费者确切地认识企业的实体变得更为重要。

事实上, 在CI (Corporate Identity) 领域中核心部分是企业名称、LOGO、象征标志 (Symbol Mark)、WI、BI, 它们是视觉要素, 是表现企业形象的标志, 所以也叫做视觉识别 (Visual Identity)。视觉识别通过构筑的电子品牌向使用者提供直接的体验。

下面, 向各位读者讲述在线企业中的网络门户NAVER和国际网络门户雅虎运用差别化WI、BI的实例。

网页特性分析范例 1

• **NAVER** <http://www.naver.com>

NAVER BI

韩国网络门户 (Portal Site) 之一的NAVER向用户提供了大量的信息。NAVER以一般成人和儿童为用户群, 向使用者提供一般搜索、网络门户和青少年网页等服务。

如图比较这两个网站就可以了解到整体界面和设计、标志的表现等, 按照目标用户群的不同, 提供的内容也有很大的差异。但是, 在这两个网站中, 象征着NAVER网站的象征标志——探险帽子却是统一的, 品牌名称所使用的“绿色”也相同, 目的在于向使用者明确地传达品牌特性的信息。

NAVER与JUNIOR NAVER不同, 它的整体界面和设计、标志的表现面向的是一般人群。但是, 象征NAVER网页的探险帽子和品牌名称所使用的色彩与“JUNIOR NAVER”相同。

The screenshot shows the Naver homepage with a green header. The search bar is at the top center, flanked by the Naver logo and a navigation menu. Below the search bar, there are several sections: a 'The Colors of My Life' banner, a 'News' section with various headlines, a 'Business' section, and a 'Community' section. The layout is clean and organized, with a focus on providing a wide range of information and services.

在两个网站中，象征着NAVER网站的象征标志——探险帽子是统一的，品牌名称所使用的“绿色”也相同。



↓ JUNIOR NAVER <http://jr.naver.com>



○ JRNAVER标志的设计恰当地迎合了儿童的喜好。网页的设计运用了各种各样的色彩和大界面，达到了结合儿童感性的目的。



○ JUNIOR NAVER BI

网页特性分析范例 2

• 雅虎 <http://www.yahoo.com>

雅虎的WI

国际网络门户之一的雅虎在初创期是全世界网络门户的搜索引擎领导者。不仅仅在雅虎网站上能够感受到品牌的特性，而且从整个主页UI中也可以领略到雅虎的特性。特别是最上端的LOGO标志和六个导航图标就好像在告诉全世界的用户“这就是雅虎网页的UI”，这些运用也体现了一贯性的原则，同时能够感受到与其他网络门户所形成的差别化，进而表现出了网页的特性。



这是雅虎的国际网页。它以最上端的雅虎标志和六个导航图标作为基础，使整个网站的布局划分成搜索窗口和两栏栏目的用户界面。