

 信息时代数字媒体艺术专业系列教材

网站策划与设计

Website Planning and Design

陈超华 朱颖博 著



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com

 信息时代数字媒体艺术专业系列教材

网站策划与设计

Website Planning and Design

陈超华 朱颖博 著



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com

内 容 简 介

本书是数字媒体艺术专业新媒体网络方向的专业教材,从网站设计思维、网页艺术风格、网页版面设计、网页色彩设计、网页元素设计等方面,对网页设计艺术进行深入浅出的讲解。书中加入了大量的精美案例设计分析,通过大量实例对比,更为直观地讲解网站设计的视觉传达知识。在教学中,教师可以结合本书实例将实践教学比重提高,使学生通过实践完成多个完整的设计作品。项目驱动下的实践教学能够增强学生的学习动力及成就感,进一步激发学生兴趣,提升学生的设计水平。

图书在版编目(CIP)数据

网站策划与设计 / 陈超华, 朱颖博著. --北京: 北京邮电大学出版社, 2014.8

ISBN 978-7-5635-4105-8

I. ①网… II. ①陈… ②朱… III. ①网站—设计—高等学校—教材 IV. ①TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第185902号



书 名: 网站策划与设计

著作责任者: 陈超华 朱颖博 著

责任编辑: 何芯逸

出版发行: 北京邮电大学出版社

社 址: 北京市海淀区西土城路10号(100876)

发行部: 电话: 010-62282185 传真: 010-62283578

E-mail: publish@bupt.edu.cn

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京宝昌彩色印刷有限公司

开 本: 787 mm×1 092 mm 1/16

印 张: 10

字 数: 198千字

版 次: 2014年8月第1版 2014年8月第1次印刷

ISBN 978-7-5635-4105-8

定价: 45.00元

• 如有印装质量问题,请与北京邮电大学出版社发行部联系 •

编 委 会

名誉顾问：李 杰

主 任：胡 杰

副 主 任：郑志亮 贾立学 陈 薇

编 委：袁 琳 邱贝莉 马天容 侯 明

陈超华 朱颖博 徐 丹 曾 洁

丛书总序

数字媒体产业是国家文化创意产业中的重要组成部分，为此，国家十分重视数字媒体教育与专业人才培养。据有关资料统计，截止至 2011 年，全国共有 120 余所高校开设了数字媒体艺术专业。数字媒体艺术是一个新专业，它充分体现了 21 世纪数字化生存的细分与融合，体现了艺术与技术的完美结合。如今，美国的动作大片横扫全球，占据了票房的霸主地位，以迪士尼为代表的动画片吸引了数以亿计儿童的眼球；日本、韩国的游戏、动漫产业亦异彩纷呈、蒸蒸日上；处在高速发展中的中国数字媒体产业将上演怎样的精彩呢！

随着移动互联网在全球的蓬勃发展，中国的移动互联网用户数已领先全球，同时国内数字媒体教育正以突飞猛进之势在高速发展。北京邮电大学世纪学院倡导的数字媒体艺术教育依托信息与通信领域，在移动互联网平台上打造数字媒体特色教育，建设与培养从事数字动漫、游戏、影视、网络等数字媒体产品的艺术设计、编创与制作的高级应用型专门人才。

本系列教材编委会依据数字媒体艺术人才培养规律，不断改革创新，精心策划选题，严格筛选课程，准确定位方向。所选编的教材主要涉及动漫、游戏、影视、网络四个领域，重点针对全国各地开设数字媒体艺术专业的本科院校，提供了一套较为完备的、系统的、科学的专业教材。整套教材的主导思路是重视实践案例剖析，强调理论知识积累，教材十分关注数字媒体产业的发展趋势，努力建设特征鲜明的数字媒体艺术教育资源，重视创作理念、艺术技法、科技手段，倡导“理论指导实践、实践反馈于理论”的教学思想。

此次与北京邮电大学出版社合作，正是基于该社鲜明的出版特色，信息通信领域的广泛影响，期望在此基础上全面建设数字媒体艺术的系列教材，为信息产业增添新的特色，为数字媒体教育做出新的贡献。

本套系列丛书主要由北京邮电大学世纪学院数字媒体艺术专业教研团队倾力完成，从教材总体规划、落实选题、整理资料、作者编写、后期修订到编辑出版，凝聚了众多人的心血与热情。作为培养数字媒体艺术人才的一种尝试和探索，难免存在着这样或那样的不足，衷心希望能得到业内各位学者和专家的批评指正。

《信息时代数字媒体艺术专业系列教材》名誉顾问 李杰

前言

互联网对当今世界的影响是巨大的，随着个人计算机的普及、宽带互联网的飞速建设、网民年龄范围的扩大，网站已经成为一种全新的信息传播媒介。一个优秀的网站要有丰富的层次、良好的秩序、友好的可读性、舒适的艺术效果，这些都离不开网站页面的视觉设计。在信息量急速膨胀的今天，为用户提供有序、舒适的阅读体验，帮助用户快速有效地获得信息，更加成为了网站设计的重点，这一切都依赖于网站的基本单元——网页设计。

网页设计已发展为一门新兴的学科，广义上讲，网页设计是指网站策划、艺术设计、技术设计等流程的整体实现过程；狭义上讲，网页设计特指网页艺术设计。网页艺术设计并不单纯是计算机技术的运用，也是平面设计在网络世界的延伸。新的媒体和新的领域需要复合型的人才，要想成为一名出色的网页设计师既要有熟练的网页制作技术，更需要有扎实的页面艺术表现能力。网页的艺术设计，日益被网站建设者和投资者等人员所注重。

本书将网页艺术设计与其他艺术设计形式进行比较，从网站设计的建设思维、流程，网页的版面设计、色彩设计、元素设计等方面，对网页设计艺术进行了深入浅出的讲解。书中加入了大量的精美案例设计分析，通过大量实例对比，更为直观地讲解了网站设计的视觉传达知识。在教学中，教师可以结合本书实例将实践教学的比例提高，使学生通过实践完成多个完整的设计作品。项目驱动下的实践教学能够增强学生的学习动力及成就感，进一步激发学生兴趣，提升学生的设计水平。

本书主要针对高校新媒体网络专业方向的学生，内容易于理解和掌握，也可以为网页设计爱好者提供指导和帮助。感谢在本书写作过程中提供帮助的师长和同事，由于个人的能力和学识有限，书中的不足之处敬请各位读者批评指正。

目录

CONTENTS

第1章 网站设计思维 1

- 1.1 网站策划 / 1
- 1.2 网站设计流程 / 2
- 1.3 网站层级分类 / 8

第2章 网页艺术风格 10

- 2.1 什么是网页艺术设计 / 10
- 2.2 网页风格设计 / 14
- 2.3 不同行业的页面设计 / 21
- 2.4 专题页设计 / 34
- 2.5 网站 VI 设计 / 41

第3章 网页版式设计 44

- 3.1 基本概念 / 44
- 3.2 网页版面尺寸和构成要素 / 44
- 3.3 网页版面的视觉流程设计 / 54
- 3.4 网页版面网格设计 / 61
- 3.5 网页版式基本类型 / 68

第4章 网页色彩设计 74

- 4.1 网页色彩基础知识 / 74
- 4.2 色彩的情感 / 78
- 4.3 网页色彩搭配 / 94

第5章 网页元素设计 107

5.1 网页构成元素设计 / 107

5.2 网页媒体元素设计 / 132

5.3 网页材质设计 / 140

参考文献 150

第1章

网站设计思维

1.1 网站策划

1.1.1 什么是网站

网站（Website）是指在互联网上，根据一定的规则，使用 HTML 等工具制作的用于展示特定内容的相关网页的集合。简单地说，网站是一种通信工具，就像布告栏一样，人们可以通过网站来发布自己想要公开的信息，或者利用网站来提供相关的网络服务。人们可以通过网页浏览器来访问网站，获取自己需要的信息或者享受网络服务。世界上第一个网站由蒂姆·伯纳斯·李创建于 1991 年 8 月 6 日。^①

随着网站制作技术的流行，图像、声音、动画、视频等媒体形式在互联网上日益普及，网站的形式变得更加丰富有趣，功能也日益增多，用户能够越来越多地通过网站进行信息的获取和交换。

1.1.2 网站策划

1. 网站策划的内容

网站策划需要做以下具体工作。

（1）市场分析

通过分析相关行业的市场特点、市场主要竞争者以及公司自身条件来评估网站的价值和可行性。

（2）建设目的和功能

明确建设网站的目的是树立企业形象、宣传产品、电子商务还是建立行业性网站等。根据公司的需求和发展规划，确定网站的功能类型，如企业形象型、产品宣传型、网上营销型或客户服务型电子商务型等。

^① 维基百科 <http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%BD%91%E7%AB%99>

(3) 网站技术支持方案

根据网站的功能确定网站技术支持方案,包括服务器、操作系统、建站后台、安全措施、数据库等方面。

(4) 网站内容及实现方式

进行内容分类梳理,确定网站的主导航及各级导航。根据内容和网站建设目的进一步明确网站应具备的功能,如会员登录、网上购物、在线支付、问卷调查、信息搜索、流量统计、留言等功能。

(5) 网页艺术设计

考虑网页艺术设计的风格和要求,注意从目标访问群体的角度出发。同时,也要制订出网页设计的改版计划。

(6) 费用预算

(7) 网站维护

网站维护包括服务器及相关软硬件的维护、数据库的维护、内容的更新和调整等。制定出相关的规定,将维护规范化。

(8) 网站测试

网站测试包括文字、图片、链接的正确性,程序及数据库的测试等。

(9) 网站发布与推广

完成后的网站要撰写网站策划书,通过策划书的形式把策划中涉及的问题细化于纸面,有序进行。

1.2 网站设计流程

随着互联网科技的发展和普及,计算机硬件的不断升级,网络已经是我们生活中必不可少的组成部分。计算机网络已经走进千家万户,手机网络正在迅猛崛起。在我们享受网站购物的快捷、网上娱乐的轻松、网上办公的高效的同时,也在与网站进行着越来越多的接触。在开始本节的内容之前,先请大家思考一个问题:如果要你创建一个网站,需要做哪些工作?流程是怎样的?

每一个初次接触网站设计的人对这个问题的回答都是不同的。有人回答先做美术设计、规划页面的视觉效果;有人回答找网站的运行平台、首先解决技术问题;有人回答先找技术人员进行合作协商。这些答案都是网站策划设计中的一部分,那么网站

设计的流程到底是怎样呢?

图 1-1 是由 JesseJamesGarrett^①创作的用户体验模型。这幅流程图被全世界的网页设计师所推崇,因为它形象而实际地表达了网站设计的过程。

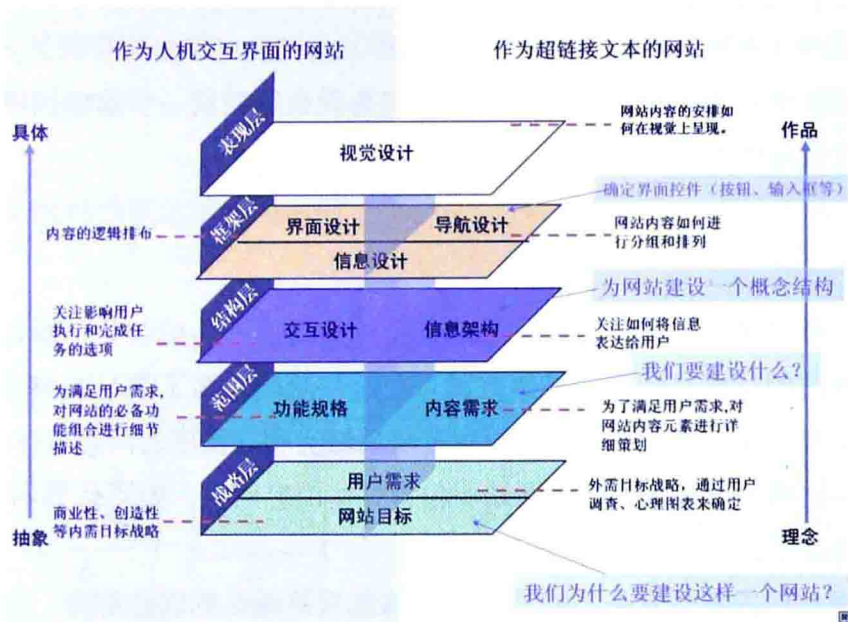


图 1-1 网站设计流程

这幅图的阅读顺序是自下而上,依次体现了网站设计的 5 个层面:战略层、范围层、结构层、框架层、表现层。其中每个层的内部都分为两个部分:人机交互部分和超链接文本部分。

1.2.1 战略层

战略层是建设一个网站首先要考虑的问题。在这一阶段,网站的建设者需要首先明确建设网站的目标和策略,是要建设电子商务类盈利网站、公司宣传网站还是公益网站、创意性的网站?是想通过网站进行盈利,还是想通过网站进行某种宣传和汇集?网站建设目标是网站建设者的内部需求,也就是网站所有者本身的需求。

在明确网站建设具体目标的同时,还要进行外部需求分析。包括用户需求分析、社会环境需求分析等。通过网站建设者自身的内部需求与网站外部需求的综合分析,

^① Jesse James Garrett 是 Adaptive Path——一个位于旧金山的用户体验咨询公司——的创始人之一。从“用户体验要素”在 2000 年 3 月初次发布到网上以来, Jesse 绘制的这个模型已经被下载了 2 万多次。Jesse 的互联网从业经验包括 AT&T、Intel、Boeing、Motorola、Hewlett-Packard 以及美国国家公众广播等。他在用户体验领域的贡献包括“视觉辞典 (the Visual Vocabulary)”,这是一个为规范信息架构文档而建立的开放符号系统,现在在全球各个企业中得到广泛的应用。他的个人网站 www.jjg.net 是提供信息架构资源网站中最受欢迎的一个。

利用用户调查问卷、心理分析图表等手段，最终形成明确的网站建设战略。

在这一阶段可以提出一些常见问题并进行沟通和探讨，例如：希望通过网站提供什么信息？目标用户都是什么样的人？这些人有哪些共同特征或差异？网站的竞争对手是谁？不喜欢的网站案例是什么样的？用户看到建设好的网站会有什么样的反应？整个项目的时间和预算是怎样的？

战略层阶段解决的问题可以概括为：我们为什么要建设一个这样的网站，即建设这个网站的初衷是什么。

1.2.2 范围层

范围层，顾名思义，是要对网站战略层目标进行进一步的细化，制订出网站的具体内容，为网站的战略目标划定具体范围。在这一阶段，为了满足前面分析过的网站所有者内部需求及外部用户需求，必须制定出最切实和有秩序的网站具体内容。例如：要建设一个购物网站，就需要明确网站要包含哪些内容信息，如商品类别、商品描述、网站的相关链接等。

但仅有网站的内容信息是不够的，内容信息只是网站的软性部分。这些内容通过什么样的方式进行组合？用户通过什么样的方式才可以接触到这些内容？而他们之间又会在交互的过程中发生什么关系？这些都是网站的功能规格需要满足的部分。还是用购物网站举例，用户选好了数码产品中的手机，需要通过购物车，到结算中心进行结算。购物、结算、选择商品、取消选择商品、退换货、在线交流等功能都属于功能规格的描述范围。

通过范围层的完善，我们进一步明确了一个问题：我们的网站要建设什么，即这个网站都有什么内容。

1.2.3 结构层

在范围层明确之后，将进入网站的结构层阶段。网站的结构层会关注和实施两方面的内容是：网站的信息架构和交互设计。网站的信息架构决定了网站如何将信息传递给用户。网站建设者通过网站的范围层，将网站需要包含的具体内容细则及功能细则进行组织。网站在这一阶段将形成内容结构图，明确网站内容的信息架构，制定出网站的页面层级、每一层级的页面数量、层级与层级之间的组织关系以及每个页面内的信息含量。通过网站内容结构图将网站的信息架构体现出来。

结构层阶段还包括网站的交互设计，这里的重点是制定和考虑影响用户执行和完成任务的选项。即用户在每一个内容信息停留时的功能性可操作项，最简单的功能如

前进、后退、上一项、下一项、至顶端等，随着互联网技术的发展，交互方式也在不断更新和变化，还有很多更为人性化的设计被越来越多的人采用，例如：图像的放大、缩小、旋转，内容的提交、修改以及动态网站中一些更为人性化的交互。

网站结构层的信息架构与交互设计是相辅相成的，交互设计需要围绕信息架构展开，信息架构又需要有合理的交互设计做支撑。

通过结构层的设计，我们已经能够为网站建设一个概念结构，即网站内容的层级关系。

图 1-2 是网站的概念结构图示例。

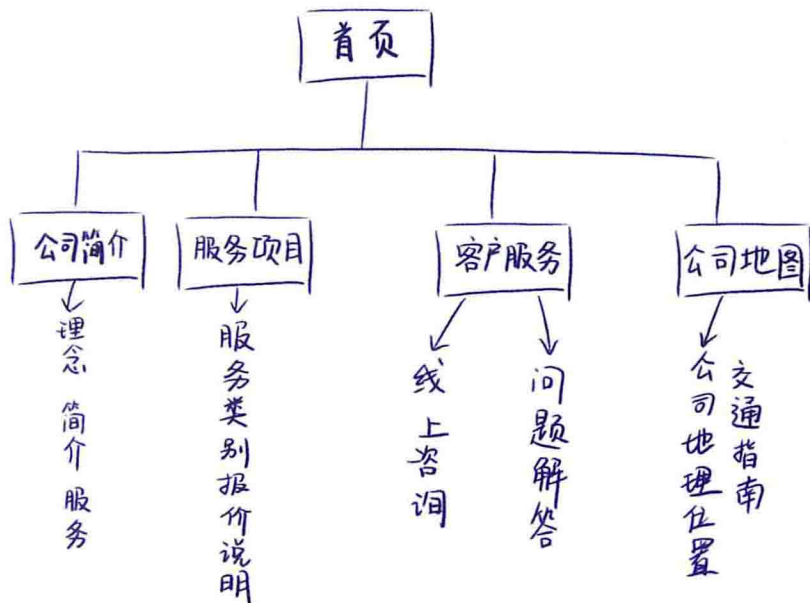


图 1-2 网站概念结构图

1.2.4 框架层

如果说结构层是网站的内容罗列和交互设计的安排，那么框架层则是所有网站信息的进一步细化设计。这一阶段的设计包括网站页面设计和导航设计，但这里提出的两个设计并不是视觉上的艺术化处理，而是所有内容及功能信息在页面上的位置排布以及导航位置、层级的组织和安排。

网站的导航是贯穿网站内容的重要线索，通过对网站内容的归类确定导航的内容和顺序。内容庞杂、信息量大的网站除了全站导航外，还需要多个层级的导航，网站建设者通过这些导航的内部构成模块以及导航与导航之间的联系构成了网站的整个结构。这些关于导航内容的设计是在结构层中确定的，在框架层会为这些导航安排具体

的位置及呈现方式，确定导航及下级内容在页面中的分组、不同级别的信息排列方式、更易于用户对信息的操作和获取的分组方式。

在框架层阶段，会确定页面内容与页面所需要的控件：按钮、输入框、选择框等，对它们进行具体的位置规划，但此时的规划仅仅是位置规划，而不是视觉效果的设计，即网站内容如何进行排列。

图 1-3 是网站的框架结构图示例。

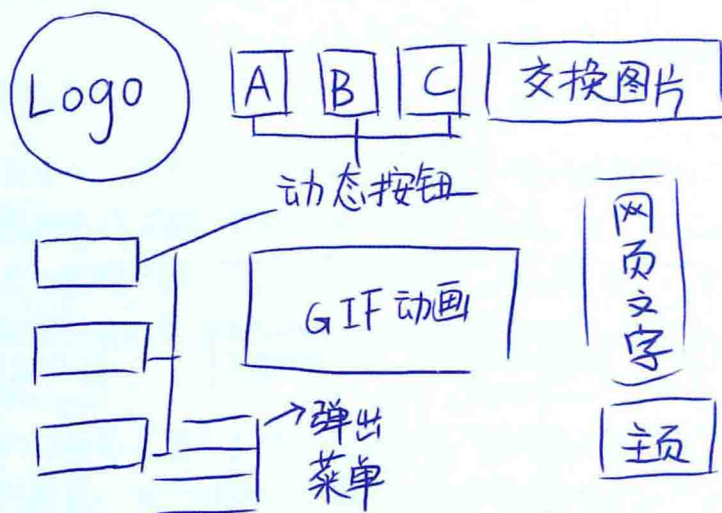


图 1-3 网站框架结构草图

1.2.5 表现层

经过前四层的铺垫，我们终于到了表现层阶段。表现层阶段是网站内容信息与功能的最终视觉化呈现，在表现层的背后有战略目标、内容范围、信息结构、信息位置等诸多方面的考虑和设计。与表现层紧紧相连的是框架层，在框架层中已经出现了网页页面的雏形，只是这个雏形是非常朴素的内容信息组织表现，没有任何色彩、形状、形象上的设计。在表现层，我们将解决网站的艺术表现问题。

表现层所要研究的内容也是本书后续章节讲解的重点。网站的艺术效果是网站的形象，是网站内容最直观的体现。如果说前面四个阶段构成了网站的骨骼和血液，那么表现层就是网站的皮肤和脸面，是网站与用户接触的第一个窗口，是网站给用户第一印象的源头。网站表现层的设计是学习数字媒体艺术相关专业人员的学习重点，在实际的工作中，视觉设计人员从事表现层设计的工作，他们根据网站各级页面的框架图进行视觉设计。

图 1-4 是一个竞拍网站的框架图，图中标明了内容模块的位置及相应的文字内容。

需要设计师根据框架图进行艺术设计。

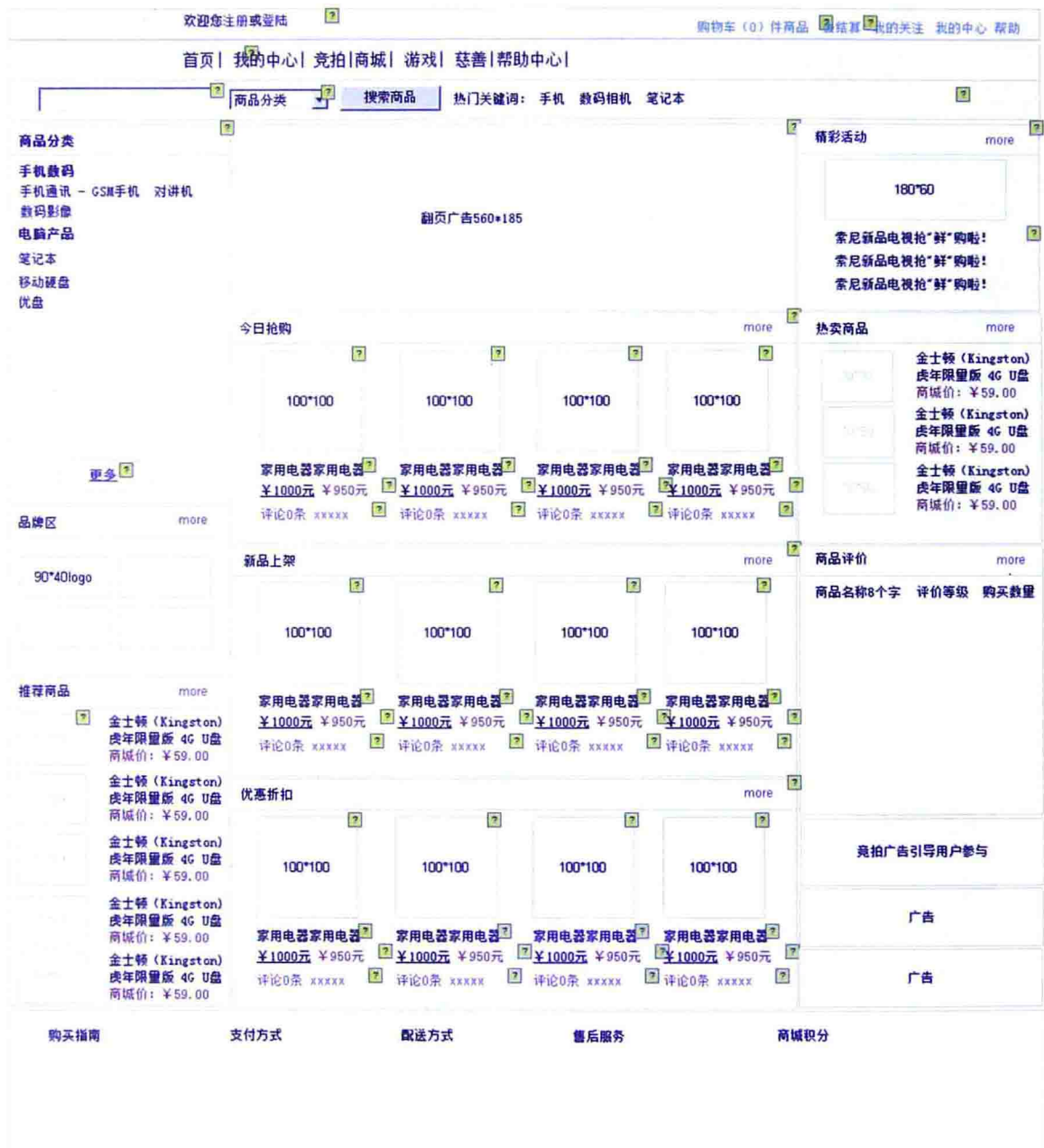


图 1-4 竞拍网站框架图

图 1-5 和图 1-6 是根据框架图设计出的两个色彩不同的页面效果，从框架层到表现层的过程中，设计师在一定的范围内进行设计，提供多个设计稿进行讨论。对于门户及购物网站来说，框架层的限定会更多一些，页面的文字、按钮、输入框无一不体现着网站的功能；对于个人网站等艺术性较强的网站来说，框架层的限制会少很多，页面的元素大多是为视觉服务的，设计师发挥的空间也比较大。



图 1-5 购物网站效果图 (1)



图 1-6 购物网站效果图 (2)

从战略层到表现层的过程示意图如图 1-7 所示，它形象地展示了每一层的内容项目，网站设计就是通过这样的层级关系构架起来的，我们要进行的网站艺术设计位于最顶层——表现层。

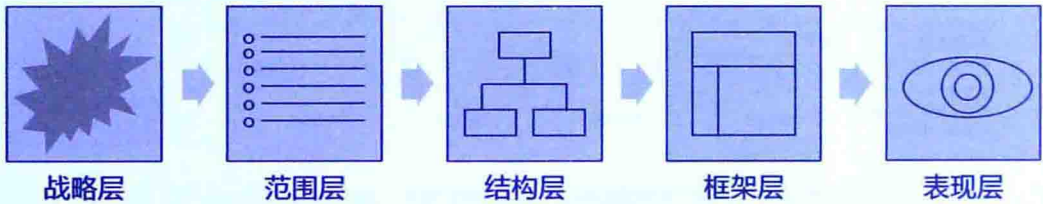


图 1-7 网站设计流程

1.3 网站层级分类

网站是由网页组成的，网页之间的组合与链接又有一定的秩序。网站的层级通常分为首页、一级页面、二级页面、三级页面……内容页，这些页面之间的关系通过网站地图来体现，网站地图能够把网站的全部页面层级展现出来。图 1-8 为瑞星卡卡网站首页，图 1-9 为瑞星卡卡网站地图，展示了网站中包含的所有页面。



图 1-8 瑞星卡卡网站首页

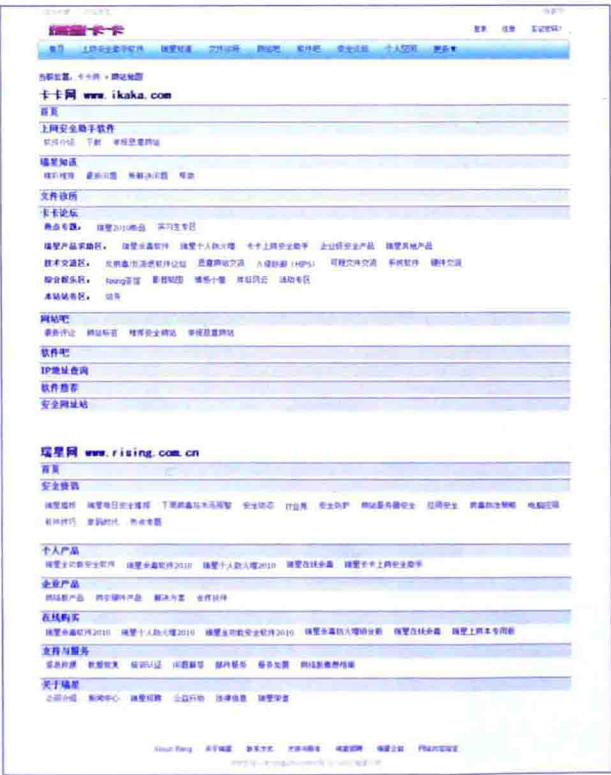


图 1-9 瑞星卡卡网站地图