

让一切变得更简单!

3rd Edition

Web Design

FOR

达人迷 DUMMIES®

写给大家看的 Web设计书 (第3版)

学习如何:

- 1. 有效地规划项目以及在网站项目中集成社交媒体
- 将优秀的网站设计原则应用在颜色、字体和导航上
- 开发、测试以及发布你的网站

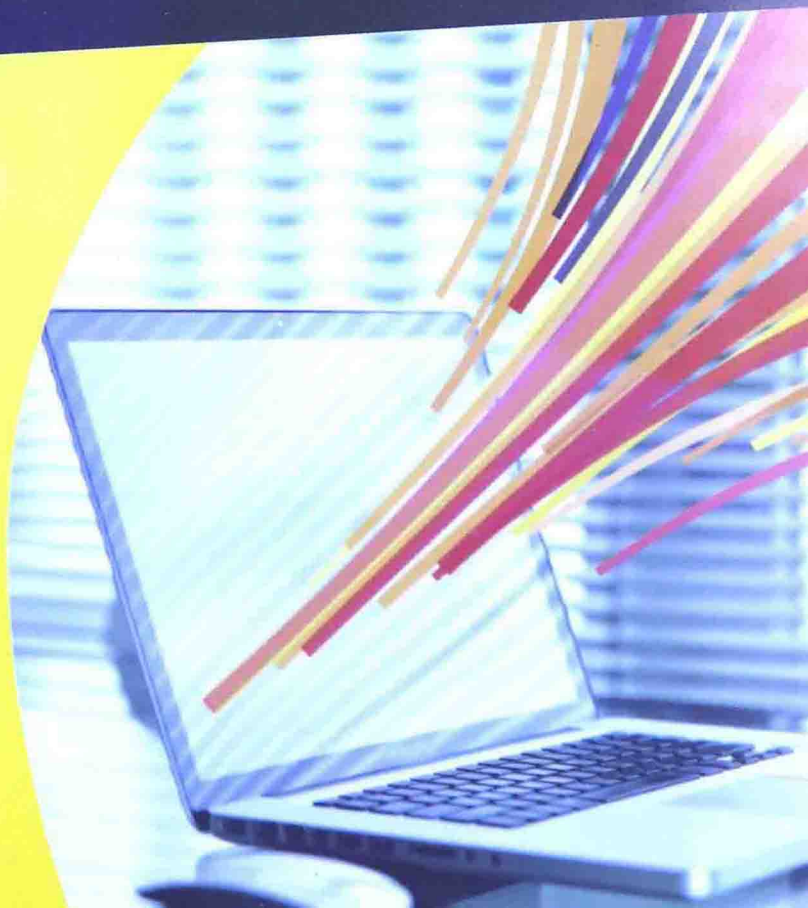
全彩印刷

◎【美】Lisa Lopuck 著

◎ 北京麦秆创智信息技术有限公司 译



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



Web Design
FOR
DUMMIES
达人速
写给大家看的
Web设计书
(第3版)

◎【美】Lisa Lopuck 著
◎北京麦秆创智信息技术有限公司 译

人 民 邮 电 出 版 社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

写给大家看的Web设计书: 第3版 / (美) 洛普克
(Lopuck, L.) 著; 北京麦杆创智信息技术有限公司译
— 北京: 人民邮电出版社, 2014. 10
(达人迷)
ISBN 978-7-115-32203-6

I. ①写… II. ①洛… ②北… III. ①计算机网络—
程序设计 IV. ①TP393.09

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第123889号

版 权 声 明

Original English language edition Copyright © 2012 by Wiley Publishing, Inc.. All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form. This translation published by arrangement with Wiley Publishing, Inc. 本书原英文版本版权© 2012 归 Wiley Publishing, Inc. 所有。未经许可不得以任何形式全部或部分复制作品。本书中文简体字版是经过与 Wiley Publishing, Inc. 协商出版的。

商 标 声 明

Wiley, the Wiley Publishing Logo, For Dummies, the Dummies Man and related trade dress are trademarks or registered trademarks of John Wiley and Sons, Inc. and/or its affiliates in the United States and/or other countries. Used under license.

Wiley、Wiley Publishing 徽标、For Dummies、the Dummies Man 以及相关的商业特殊标志均为 John Wiley and Sons, Inc. 及其子公司在美国和/或其他国家的商标或注册商标。未经许可不得使用。

-
- ◆ 著 [美] Lisa Lopuck
 - 译 北京麦杆创智信息技术有限公司
 - 责任编辑 刘 洋
 - 责任印制 杨林杰
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
 - 邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
 - 网址 <http://www.ptpress.com.cn>
 - 北京精彩雅恒印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 800×1000 1/16
 - 印张: 20.75
 - 字数: 361 千字 2014 年 10 月第 1 版
 - 印数: 1—3 000 册 2014 年 10 月北京第 1 次印刷

著作权合同登记号 图字: 01-2013-1134 号

定价: 79.00 元

读者服务热线: (010) 81055488 印装质量热线: (010) 81055316

反盗版热线: (010) 81055315

内容提要

本书的内容组织遵循一个主流网站设计项目的基本流程。第一部分首先介绍涉及的团队角色，以及你将会用到的开发流程。第二部分介绍了网页设计的第一步，了解你的用户并制作站点的结构图。在第三部分，你可以学到一些视觉设计的策略，以及如何为网站准备可用的图像。第四部分涵盖了完成开发流程所需要掌握的核心技术。最后，第五部分将所有内容概括成了简单的参考指南。

本书适合 IT 及互联网领域的项目经理、产品经理及设计师阅读，也可为有志于进入该领域的人员提供参考。

作者介绍

丽莎·洛普克（Lisa Lopuck）是一位有着超过 20 年行业经验的数字创意执行代表，她曾亲自组建并领导过创意团队，负责供应商管理，监管数码部门和项目预算、品牌标识、包装风格以及销售点的设计，并且引领着团队的创新方向，探索在网页、移动、社交媒体和电子商务等项目上的最佳实践。

丽莎第一次接触多媒体是在 1988 年，她在加州大学洛杉矶分校攻读设计方向的学位时。当她看到 Voyager 公司设计的一个微小、黑白、可交互的 HyperCard 程序的时候，她便决定了自己未来的职业方向。她校外的第一份工作是在旧金山的苹果多媒体实验室，后来她去了天行者牧场，与乔治·卢卡斯一起设计教育光盘。从那以后，她便开始了交互设计的生涯——与 eBay 到迪士尼和所有人共事，并在全世界的各类会议上发表演讲。

她的上一个职务是担任 Monster Energy 公司负责创意及数字媒体方面的副总裁，负责公司的全球网站、电商平台以及移动应用的改版和发布工作。在她的领导下，Monster 公司的 Facebook 品牌主页仅花了一年半的时间，就使粉丝数从 50 万增长到 1 200 万。在到 Monster 之前，她还为迪士尼设计了一些电商网站，包括 DisneyShopping.com（后被并入 DisneyStore.com）；还有很多迪士尼主题公园的网站，包括 HongKongDisneyland.com 和 DisneyCruiseLine.com。

她目前是 Front Row www.frontrow-studios.com 的联合创始人，该公司是一家专注于运动领域的数字营销代理机构。她本人是一名很有热情的运动员（业余网球选手），现就住于南加利福尼亚。

译者序

我作为产品经理和项目经理的时间不算短了，虽然这本书号称给初学者提供，但一路看下来，竟然大有“他乡遇故知”之感，在不少细微之处都不禁抚案而笑，只觉“于我心有戚戚焉”。

是的，这不是一本高深而枯燥的技术类书籍，它为 IT——包括互联网——从业者中的产品经理、项目经理和设计师而作，囊括了项目进程、设计思路、技术实现、商业运作等许多你不可不知的内容，的确是补充常识不可或缺的佳作。从狭义上讲，这本书适用于所有参与 B/S 架构项目开发的非技术人员；而从广义上讲，书中讲述的项目推进过程、团队分工等内容，适用于所有 IT 项目。

项目经理能够从书中看到一个项目需要哪些角色参与、他们各自起着什么作用、完成项目需要考虑的问题都有哪些、如何向客户或上司展现自己、如何与客户沟通、在项目进行的过程中需要避开哪些陷阱。产品经理能够从书中看到一个项目如何从无到有一步步推进、如何绘制站点地图和线框图、它们起到了什么作用、如何验证自己的产品思路、如何组织用户测试。设计师（或者说想要成为设计师的项目经理和产品经理）能够从书中看到基于网页的项目在交互、布局、导航等方面应该如何思考，需要掌握的基础技术都包括什么——图像、字体、工具、文件、数据库、CMS 和后台程序，等等。其中甚至包括简单的 HTML 和 CSS 编码，了解了这些之后，完全不懂编程的你可能都可以自己试着调试前端页面了！

也许你有一定的技术背景，但却对产品和设计有着更深远的向往和抱负；也许你专精某一方面，想要成为能够总领大局的角色却不得其法；也许你什么都懂一些，只差了解表象背后的技术，以做出更优质和高效的设计；也许你正遭遇一个棘手的项目，却看不透项目遇到问题的根源，那么恭喜你，你要的答案就在这里！

由于译者水平有限，匆忙之中难免有所疏漏，欢迎各位读者批评斧正。有任何反馈内容请联系本书编辑，电子邮箱：liuyang@ptpress.com.cn。

献词

谨以此书献给我的丈夫——Matt，他是我和我们女儿 Jasmine 的传道师，在他的指导下，Jasmine 也表现出了作家和艺术家的天赋。

此书还要献给我的父母，是他们始终鼓励我去摘取漫天繁星中最闪耀的那一颗。

致谢

我要感谢很多人，在他们的帮助下，我做出了一本自认为很优秀的 Web 设计图书。最大的感谢要献给 Aaron 和他不可思议的团队 Ekko Media Group，他们能够抓住任何机会并把事情做好——包括为本书提供大量的技术参考。谢谢 Paul，我的编辑，保证我始终走在正确的道路上。特别感谢我在 Monster Energy 的队员：LeRoy，Ryan，Chris 和 Pete，他们为这项伟大的事业做出了令人惊讶的努力。最后，我想要感谢我们商业合作伙伴 Front Row 的 Martin 和 Don，他们是我在合作过程中遇到过的最有天赋的人，和他们的合作非常愉快，在完成这个优秀版本的过程中，他们为我提供了很多支持。

前言

设

计专业网站不仅仅是制作漂亮的页面，你需要理解你的用户，构建一个既满足他们的需求，同时又能实现商业目标的信息架构。

这是一项需要团队完成的工作，从内容组织、视觉设计、产品模块化到技术实现，你需要理解产品流程当中所有的协作技巧。

在接下来的数百页内容中，我会向你展示完整的网站设计流程包含哪些方面，特别是创意的设计和开发。阅读完本书，你就能对如何实现一个大型商业网站项目有基本的了解。你仍然需要大量的实践和经验才能做出不错的东西，不过本书会为你的成功打下牢固的基础。

关于本书

这本书是为那些梦想进入网页设计殿堂的创意达人，以及需要理解以便管理网页创意和开发流程的商务精英们而著的。我不会教你用镶褶边的字体和绚烂的背景样式搭建个人主页，我要探讨的是为那些真正的客户开发商业级别的网站——无论客户是财富 100 强还是创业公司，都需要强大的网站以担当起全球商务当中的主要功能。

不论你是站在执行的角度掌控流程，还是作为一个项目的团队成员，都会发现本书中提到的流程、技巧和技术在每一个项目中都是最基本的。

阅读完本书，你会懂得如何：

- (1) 理解建立一个网站所需要的团队角色和分工；
- (2) 向客户演示产品——特别是公司内的客户；
- (3) 将内容提纲和需求列表转变成信息架构的策略；
- (4) 绘制线框图来规划每个页面的布局和交互设计；

- （5）制定满足可用性要求的视觉设计规范，创建独一无二的品牌定位；
- （6）设计可被快速下载，同时兼容各平台以及浏览器的图片素材；
- （7）为网站设计用户友好的导航系统；
- （8）组织和主持用户测试；
- （9）进行技术选型。

本书涉及的惯例

在这本书里，为了让概念更容易理解，我使用了一些约定用语。通常一些行业用词旁边会伴随一个 WebSpeak 图标。（参见前言后半部分的“本书使用的图标”说明。）

代码均以等宽字体表示，例如 `<style type="text/css">`。如果需要强调某行或者某块代码，就会以粗体表示，例如 **`<body>`**。

面向新手

本书主要面向那些身处一个专业网站设计项目当中，或者需要管理大型网站产品的人。不论你是一个想要了解创意和产品流程的产品或财务经理，还是一个想做个网站的商人，抑或是想拓宽设计能力的开发人员，这本书都非常适合你。

这本书对于那些在其他领域有经验，例如平面设计和建筑，想要在网页设计行业发挥自己特长的设计师和艺术家会非常有帮助。因为本书较为专业，所以对于那些已经建立个人网站想更进一步提升的人也很有帮助。

你不需要对 HTML（网页标记语言）或其他高级的编程语言有了解，就可以理解全部 18 章的内容。在这本书当中，你可以找到进行设计和网站开发所有需要的人、流程规划、图像设计和用户交互以及技术。这本书虽然无法给予你神奇的创造力，但是它能将你的创造力变成漂亮、对用户友好并且高效的网站。

阅读建议

无论你做什么，都不要被书中那些专业技术所困扰。在这本书里，特别是靠后

的章节，我会介绍一些技术上的范例并解释基本的工作原理。作为一名网页设计师或者项目经理，你不需要成为一名程序员，只需要对基础技术以及它们的作用有所了解即可。当你对网页设计了解得越多，就越容易理解其中的技术，它们并非看上去那么可怕。



任何时候在边栏看到像左边这样的 Technical Stuff 图标，你都可以快速略过，因为这并不会妨碍你理解全书的主要内容。毕竟，本书主要围绕创意展开，服务于那些想在网站设计上发挥自己技能的专业人士，而非打造一个激光制导的卫星。

本书如何组织

本书的内容组织遵循一个主流网站设计项目的基本流程。第一部分首先介绍涉及的团队角色，以及你将会用到的开发流程。第二部分介绍了网页设计的第一步，了解你的用户并制作站点的结构图。在第三部分，你可以学到一些视觉设计的策略，以及如何为网站准备可用的图像。第四部分涵盖了完成开发流程所需要掌握的核心技术。最后，第五部分将所有内容概括成了简单的参考指南。下面将分别介绍每个部分。

第一部分：初识网页设计

专业的网站设计包含很多互相关联的工作环节。要想成为一名成功的网页设计师或者去管理一个网页设计项目，你必须懂得整个开发流程，以及将会和你配合工作的人。第 1 章将向你介绍角色分工和一个典型网页开发团队所负责的事情，第 2 章会概括地描述开发流程以及如何进行管理。

第二部分：用户友好的设计

了解你的用户，并设计一个既能让用户理解，同时还能完成业务目标的站点结构，可不是一件容易的事情。第 3 章和第 4 章会帮助你为站点设计蓝图，第 5 章会告诉你如何进行视觉设计才能让人们有效地在你的站点中进行导航。第 6 章会向你展示如何对最终用户测试你的设计，这样你就可以在进行正式的开发之前，知道你的设计是否被接受。

第三部分：设计网站图形

为网站设计实际可用的图像是很有意思的过程。第 7 章到第 12 章探讨了图像设计的问题，以及技术是如何与网页产生联系的，顺带说些你需要了解的技术细节。

我还会告诉你一些图像开发技术和为客户准备演示时的小技巧。

第四部分：开发完整的网站

当你确定了图像和用户界面设计之后，真正的工作才刚刚开始——将设计元素组合到开发中的网站上。这里会涉及一些吓人的技术细节。别担心，第 13 章和第 14 章提供了一个友好的教程，帮你理解 HTML 的工作原理、网页的基本语言，以及层叠样式表或者叫 CSS。第 15 章会更深入地讲解网站开发，向你阐明那些能将网站变成活生生的商业机器的技术（这是好东西，但的确吓人）。

第五部分：10 项注意

延续 For Dummies 的风格，第 16 章到第 18 章将全书的内容概括成 Top Ten 大纲，可以用来作为参考指南。建议你将这些章节撕下来，把它们粘到你工作的书桌下面，这样你就可以方便地随时查看，而且谁也不会知道。你的老板将会对你井喷式的知识领悟能力感到震惊。（当然，之后你就必须再买一本没有被撕过的《写给大家看的 Web 设计书（第 3 版）》了。）

本书使用的图标

为了让这本书更易于阅读，我给不同类型的区块加上了图标，用来标识有意思的想法、需要留意的事项，以及行业术语。如你所见，就是下面这些小图标。



涉及网页设计的讨论，不可能避开技术问题。这正是为什么我试图通过这个图标给你一些提醒，让你在心理上有所准备。这些技术内容会提供背景知识，但是你也可以选择跳过，我不会有意见。



网页设计和开发过程到处充满了让你陷入麻烦的陷阱。留意那些旁边有小地雷图标的内容。



我喜欢小道消息。当我希望与你分享一些内部消息的时候，会在旁边加上这个图标。



这个图标不意味着特别严重的警告，而是表示在网站项目过程中你应该记住的东西。



就像任何其他行业，网页设计也有行业术语。为了保证你获得最专业的知识，我会指出所有这些概念，便于你掌握最全面的知识。

如果有问题

请告诉我关于这本书你的想法（好的或不好的），如果你有疑问或是有一个很好的设计案例分享，可以在 [Facebook.com/WebDesignForDummies](https://www.facebook.com/WebDesignForDummies) 找到我。

你还可以访问 Dummies 网站 www.dummies.com，联系其他 For Dummies 书籍的出版商或作者。通信地址是

John Wiley and Sons, Inc
10475 Crosspoint Boulevard
Indianapolis, IN 46256

我们将会不定期地更新技术书籍。如果这本书的内容有更新，将会发布在 www.dummies.com/go/webdesignfordummiesupdates 网站上。

目 录

第一部分 初识网站设计 1

第 1 章 当你开始设计一个网站... 3

涉及的角色	3
商务人员和客户	4
产品经理和项目经理	4
信息架构师	5
视觉设计师	7
内容编辑	9
媒体专家	9
前端开发人员	10
程序员	10
准备开始	11
积累经验	11

第 2 章 从概念到执行 13

第 1 阶段：定义	13
理解网站目标	14
收集业务需求	15
制作一份 RFP	15
构建项目计划	16
第 2 阶段：设计	16
创建站点地图	17
制作线框图	18
用户测试	19
整合内容计划	19
构建“风格”	19
从焦点人群中获取建议	20
第 3 阶段：开发	21
开发模型	21

内容开发	21
媒体开发	22
使用 HTML 和 CSS 构建	
表现层	23
后端 (Backend) 开发	24
第 4 阶段：部署	26
质量保证	26
发布日	28
第 5 阶段：维护	28

第二部分 用户友好的设计 31

第 3 章 针对正确的人群设计正确的

网站 33

用户是谁	34
给客户的问题清单	34
角色视角	35
用户场景	36
为你的网站构造框架	36
平衡业务需求和用户需求	36
分类和优化信息	36
在优先级的基础上建立	
导航集	38
创建站点地图	40
连线的艺术	42
创建你自己的符号集	44
齐心协力	46
正式页面索引	46
为重新设计的网站构建站点	

地图	47
解构一个网站	47
完成站点地图	48
制作市场推广计划	49
线下推广	49
线上推广	49

第 4 章 组织及导航页面内容 ...55

页面层规划	56
规划内容板块	56
线框图	57
在页面中展示内容	59
在线框图中标注文字	59
使用内容管理系统	60
最大限度地利用空间	60
为线框图编写注释	63
了解样式	65
全局导航	65
板块导航	65
留下一串面包屑	68
结合导航技术	69
使用图形主题而不是借喻 ...	70

第 5 章 网站用户界面设计73

交互设计	73
创建用户流程图	74
顺其自然	75
视觉设计对可用性的影响	77
提供悬停反馈	79
设计外观可交互的按钮	79
从日常生活中获取线索	80
元素的聚合与嵌套	81
提供“你在这里”的反馈 ...	82
被高估的颜色编码	82
可点击与不可点击的差异 ...	85

一致性就是一切	85
空间最大化	87

第 6 章 用户测试：不需要穿

白大褂91

构建可供测试的原型	92
创建可点击的线框图	92
测试视觉设计	93
为可用性测试创建可跳转的	
HTML 流程	95
为用户测试做准备	98
为用户准备任务清单	98
设计一套测试方法	101
展开用户测试	102
寻找小白鼠	102
引导测试过程	104
“休斯顿，我们遇到一个	
问题……”：评估结果	105

第三部分 设计网站图形.....109

第 7 章 网页图形设计111

制作可视化界面	111
开发页面模板	112
创建页面模型	114
配色、类型和图像	115
使用网格系统	119
设定视觉优先级	121
实施“大、中、小”策略.....	122
将页面分为可管理的区域.....	123
围绕折线做设计	124
添加留白	125
建立一份设计样式规范	127
图形样式规范	127

按钮样式	127
字体样式	128
第8章 字体完美型设计	131
易于阅读的文字	132
选择适合场景的字体	134
不要过大或过小	139
控制文本显示	140
图片文本与 HTML 文本	140
本地化语言	140
字体规范	140
字体后备方案	141
使用 CSS	143
外部样式表	143
内部样式表	146
第9章 理解网页颜色、分辨率和	
文件格式	149
RGB 世界的秘密	150
颜色削减和颜色叠加	150
大量的颜色	150
颜色位深	152
受限的调色板	152
24 比特色深图像	154
显示屏色深	154
十六进制颜色码	156
图像和显示屏分辨率	157
显示屏分辨率	158
图像分辨率	158
位图图像和矢量图像	159
位图图像：组织像素	159
矢量图像：擅长数学	160
矢量图像和位图图像大比拼	161
图像压缩和文件格式	163

GIF 格式	163
JPEG 格式	167
PNG 格式	167
SVG 格式	169
SWF 格式	169
第10章 搭建网站模型	171
常用软件	172
Photoshop	172
Fireworks	172
Illustrator	174
Flash	174
Dreamweaver	175
情绪板：确定风格	176
设计资源	177
照片和插画库	177
数码摄影照片和扫描图像	178
版式设计	178
Photoshop 笔刷	179
控件	180
Web 设计模板	180
从头开始构建网页模板	180
网页背景图	183
第11章 启发灵感：网站设计	
理念	187
制定设计方向	187
从线框图开始	188
让多名设计师共同参与	188
收集设计意见	189
获取视觉和交互设计的灵感	191
电影式网站	191
创新交互设计	194
借鉴品牌体验	197
为你的网站设计移动版本	200

看待像素的新角度200

简化导航201

压缩文件大小202

横向和纵向203

使用单列布局203

第 12 章 展示你的设计杰作... 205

实现在线演示 206

 在线演示设计方案206

 构建有功能和无功能的

 原型208

创建打印演示稿 208

 高质量彩色打印209

 黏在展板上210

进行展示 211

 客户不是伯乐212

 继续战斗：第二轮213

第四部分 开发完整的网站.....215

第 13 章 构建表现层..... 217

HTML：将页面黏在一起的

 胶水 218

 偷偷看一眼源代码220

 学习（借鉴）其他人222

 借助强有力的工具编辑

 HTML222

HTML 5 224

 移动设备友好的解决方案 ...224

 动画的可选方案225

 触屏支持225

 地理位置226

 强大的内容处理226

DHTML、JavaScript、jQuery

和 Ajax 227

CSS 228

 CSS 如何工作228

 颜色渐变、透明和反射231

 阴影效果232

 圆角效果233

 动画效果234

第 14 章 平台选择、内容管理、
数据分析和 SEO ... 237

开发平台 238

内容管理 239

 用户生成 VS 固定管理241

 连接网站和 CMS242

Web 数据分析 242

 Google Analytics.....243

 你可以从数据中获得

 什么？243

 实时监控246

 用户都点击了哪里246

 付费服务247

搜索引擎优化 247

 页内和页外搜索247

 URL 结构和文件名251

 去掉指向相同页面的

 重复 URL251

 准备供搜索的站点地图252

 更多的 SEO 策略253

 自然搜索和付费搜索254

 入站和出站链接257

第 15 章 高级网站..... 259

扩展网站功能 260

 连接 Facebook260

 Twitter263

 Disqus263

Google Maps	264
可供选择的海量 API	265
电子商务网站	266
安全套接字层	267
支付入口	267
几点有关购物车的建议	268
使用 Cookie 实现个性化网页	271
浏览器和定位	272
IP 和 GPS 定位	272
响应式设计	274
全球网站响应性能	276

第五部分 10 项注意 279

第 16 章 管理网站设计项目的

10 个技巧 281

展示你的工作	282
整理一份作品集	282
展示你的工作成果	284
制作一份方案	285
赢得竞标	287
了解作为独立顾问如何收费	288
公司如何收费	289
掌控客户预期	290
指定客户在项目中的责任	290
在关键里程碑时获得客户签字	291
管理网站项目的工作流	291
雇用及管理分包商	292

第 17 章 信息和交互设计的

10 个技巧 295

仅使用 5 ~ 7 个主菜单	296
----------------------	-----

为每一个独特的页面布局绘制 线框图	297
标记出按钮和图标	297
注意下载时间	298
向用户提供“你在这里”的 反馈	298
回到首页很容易	299
从视觉上区分可点击与不可 点击的对象	300
其中有一个按钮不一样	301
谨慎对待真实世界的借喻	301
颜色分类省着用	302

第 18 章 容易出问题的

10 件事 305

“我们能再加一样东西吗？”	305
“没时间画站点地图了。”	307
“客户想要‘那种’设计？”	307
“都有我了，还要什么可用性 测试？”	308
“我肯定会让这项技术正常 工作的。”	308
“我们还有国际访客？”	309
“网站需要运行在移动 平台上？”	311
“你是说现在我们需要维护这个 网站了？”	312
“糟糕，我们忘了加数据 分析。”	312
“只要我们做了，他们就会 来的。”	313