

“我被Josh Clark对iPhone用户体验的深刻理解所打动。这本书对于每个在思考iPhone应用的人来说都是不可多得的。”
——Jürgen Schweizer, Cultured Code创始人

触动人心

——设计优秀的iPhone应用

Tapworthy Designing Great iPhone Apps



Josh Clark 著
包季真 译

O'REILLY®



電子工業出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

触动人心

——设计优秀的iPhone应用

Tapworthy: Designing Great iPhone Apps

Josh Clark 著

包季真 译

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 · BEIJING

内 容 简 介

本书是《Tapworthy: Designing Great iPhone Apps》的中文翻译版。

可能你设计网站产品或软件界面早已得心应手，可是遇到了iPhone，却感觉无从下手。

无论你是产品经理、设计师、创业者还是程序员，本书都能告诉你如何从iPhone的角度来思考应用设计。本书能帮助你理解如何设计iPhone应用，要创建一款触动人心的应用，需要如何去综合思考设计、心理、文化、人体工程和可用性问题。在书中，你会看到大量的真实应用的设计实例和思考过程。除大量实例外，本书用通俗易懂的语言，对整个iPhone应用设计方法也做了系统的阐述。

978-1-449-38165-3 Tapworthy: Designing Great iPhone Apps © 2010 by O'Reilly Media, Inc. Simplified Chinese edition, jointly published by O'Reilly Media, Inc. and Publishing House of Electronics Industry, 2011. Authorized translation of the English edition, 2010 O'Reilly Media, Inc., the owner of all rights to publish and sell the same. All rights reserved including the rights of reproduction in whole or in part in any form.

本书中文简体版专有出版权由O'Reilly Media, Inc.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。

版权贸易登记号 图字：01-2011-4231

图书在版编目(CIP)数据

触动人心：设计优秀的iPhone应用/(美)克拉克(Clark, J.)著；包季真译.

北京：电子工业出版社，2011.10

书名原文：Tapworthy: Designing Great iPhone Apps

ISBN 978-7-121-14497-4

I. ①触… II. ①克… ②包… III. ①移动电话机-应用程序-程序设计 IV. ①TN929.53

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第178053号

策划编辑：张春雨

责任编辑：刘 舫

封面设计：Monica Kamsvaag 张 健

印 刷：中国电影出版社印刷厂

装 订：

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱

邮编：100036

开 本：787×980 1/16

印张：20.75

字数：365千字

印 次：2011年10月第1次印刷

印 数：4000册 定价：79.00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，联系及邮购电话：(010) 88254888。

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

服务热线：(010) 88258888。

O'Reilly Media, Inc.介绍

O'Reilly Media通过图书、杂志、在线服务、调查研究和会议等方式传播创新知识。自1978年开始，O'Reilly一直都是前沿发展的见证者和推动者。超级极客们正在开创着未来，而我们关注真正重要的技术趋势——通过放大那些“细微的信号”来刺激社会对新科技的应用。作为技术社区中活跃的参与者，O'Reilly的发展充满了对创新的倡导、创造和发扬光大。

O'Reilly为软件开发人员带来革命性的“动物书”；创建第一个商业网站（GNN）；组织了影响深远的开放源代码峰会，以至于开源软件运动以此命名；创立了Make杂志，从而成为DIY革命的主要先锋；公司一如既往地通过多种形式缔结信息与人的纽带。O'Reilly的会议和峰会集聚了众多超级极客和高瞻远瞩的商业领袖，共同描绘出开创新产业的革命性思想。作为技术人士获取信息的选择，O'Reilly现在还将先锋专家的知识传递给普通的计算机用户。无论是通过书籍出版，在线服务或者面授课程，每一项O'Reilly的产品都反映了公司不可动摇的理念——信息是激发创新的力量。

业界评论

“O'Reilly Radar博客有口皆碑。”

——Wired

“O'Reilly凭借一系列（真希望当初我也想到了）非凡想法建立了数百万美元的业务。”

——Business 2.0

“O'Reilly Conference是聚集关键思想领袖的绝对典范。”

——CRN

“一本O'Reilly的书就代表一个有用、有前途、需要学习的主题。”

——Irish Times

“Tim是位特立独行的商人，他不光放眼于最长远、最广阔的视野并且切实地按照Yogi Berra的建议去做了：‘如果你在路上遇到岔路口，走小路（岔路）。’回顾过去Tim似乎每一次都选择了小路，而且有几次都是一闪即逝的机会，尽管大路也不错。”

——Linux Journal

遥想六年前，交互设计在大陆刚刚兴起，UCD的概念开始慢慢被大家所认识。那时正和Ryana等同学建起UXStudy（油茶会）。市场上能找到的交互设计书籍少之又少，像宝贝似的，我抱着《交互设计精髓》每天啃一点。那时我渴望每一本能买到的交互设计书籍，希望将它快快读完。



六年后的今天，触屏手机已经风靡全球。iPhone的App Store带来了手机应用的浪潮。手机微博和LBS更是让国内各大互联网公司、团队都一拥而入。很荣幸在大众点评网有了这样的机会设计了iPhone和Android上的客户端。可是当我需要补充知识的时候，突然发现市场上仅有的中文读物是网上一些组织自愿翻译的《iPhone人机界面设计指南》。感谢电子工业出版社的侠少及其同事给予了我这个机会能够将Josh Clark的这本书为我们中文读者所读到。

感谢Josh等人为iPhone应用设计师，为触屏手机设计领域，也是为我们不辞辛劳地写出了这部作品。书中语言通俗易懂，案例非常丰富，让我在翻译的同时也迅速成长，学到了很多曾经不曾发现的问题。在图书的翻译过程中，Josh也给了不少的建议，同时他也非常高兴作品能与中国读者见面。

翻译终归是个体力活儿，本书的翻译花费了超过600小时的时间。第一次翻译图书，水平肤浅，为给各位尽量译出至少能看得懂的作品，避免贻笑大方，我寻求了很多行业内的同学一同审阅。他们指出了拙译中近千处讹误或不通顺之处，为能译出本书做出了相当大的贡献。他们是丁宇



（Flex Ding）、朱坤（Kent Zhu）、陈莹（Elya妞）、余子翼（Zerg Yi）、彭永霞、王万林（老三）、坏人。尤其是丁总能在百忙之中还仔细对每处的翻译错误、错别字甚至标点符号都做了详尽的批注，他的认真参与使本书的翻译质量有很大提升。

最后感谢我的妻子李玲娟及家人，在半年多的翻译过程中，为我分担了许多事，包括婚礼筹备。

——老包（包季真）



Josh Clark，设计师、开发者，同时也是一位作家，帮助扫清创意人士向全世界分享想法中遇到技术困难。他作为演讲者兼顾问，帮助了许多公司创建触动人心的iPhone应用和有效的网站。他不会光说不练，有时他会把独创的设计和人性化的软件自己做出来。Josh创造了“Big Medium”，这是一款让常人能轻松管理站点的友好软件。

在投身互联网之前，Josh在美国波士顿制作公司，为许多美国公共广播公司里的节目所工作。他曾向前苏联总统米哈伊尔·戈尔巴乔夫分享过对俄国的看法，曾和美国前总统里根的妻子南希·里根在农场里漫步，和美国洛克菲勒家族有亲密交往，也曾为电视问答比赛节目写过一些琐碎的问题。在1996年，他创建了名噪一时的“Couch-to-5K”跑步计划，该计划已帮助了数百万懒于锻炼的民众开始慢跑。

Josh在其网站www.globalmoxie.com上会发表文章，给出建议并撰写代码。你可以在Twitter上关注他：www.twitter.com/globalmoxie。此外，Josh也是*Best iPhone Apps*和*iWork'09: The Missing Manual*两书的作者。这两本书都已由O'Reilly Media出版。

很多情况下，做一款iPhone应用只需要一个人，但是写一本关于iPhone应用的书，却需要很多人。非常感谢所有花费不少时间给我分享他们的设计过程的智者们。他们包括：Facebook的Joe Hewitt、Iconfactory的Craig Hockenberry和Gedeon Maheux、Gowalla的Josh Williams、Cultured Code的Jürgen Schweizer、Mercury Intermedia的Rusty Mitchell、TLA Systems的James Thomson和ShadiRadio的Shadi Muklashy。

还有一群编辑，他们为我节省了很多时间，不厌其烦地指出书中的技术错误、不成熟的看法以及太多谬误。感谢以Karen Shaner为首的编辑团队的努力，同时也感谢Louis Rawlins、Rob Rhyne、James Thomson和Shawn Wallace四位技术审核，他们慷慨地给出了建议，并富有诚意地给出严格的批评。感谢我的朋友Peter Meyers、Jonathan Stark和David VanEsselstyn，他们提出了中肯的反馈，并一直鼓励着我。

我同时非常感谢Edie Freedman，他用他敏锐的眼力和温和的引导，极大地提高了本书的内页设计。同样，感谢Chris Nelson，是他让此书通过错综的商业市场，送到了你们的手中。

最后，特别感谢Ellen。她在此书的撰写过程中，非但经起了比别人更多的考验，还不断地关心、支持我。

——Josh

关于作者	xii
致谢	xiii
入门	1
设计令人欣喜且易用的应用	
等下……先吸口气	1
阅读本书不需要专业知识	2
忠言	3
1. 一切从点击开始	4
我们是如何使用iPhone应用的	
行走中：一只手，一只眼睛，一直在抖动	6
尽快搞定	8
满满一箱工具，你只是其中的一把	9
无聊了，变卦了，于是换了	10
双击、缩放、旋转，这都是啥？	11
笨手笨“指”	13
那，难道我要为笨蛋而设计？	13
2. 能触动人心吗？	16
精心设计你应用的目标	
前无古人	18
你的故事内容是什么？	19
你的应用为何是移动应用？	20
面对面：Josh Williams和“Gowalla”	22
移动用户的心态	32
“我有个微任务要做”	32



“我想看看附近的情况”	33
“我有些无聊”	37
如何独树一帜?	40
等等, 等等, 别走!	42
好歹不分, 玉石俱焚	47
上网看不就好了吗?	50
3. 小小触摸屏.....	54
为尺寸和触摸设计	
物理现实的感觉	56
拇指的规律	58
神奇的数字44	62
别太挤了	64
面对面: James Thomson和“PCalc”	67
敏锐的设计	73
拿到上面去	73
基于44像素的设计韵律	75
质疑滚屏	77
编辑、编辑、再编辑	82
秘密的面板, 隐藏的门	85
面对面: Rusty Mitchell和“USA Today”	90
4. 有条不紊.....	96
学着苹果做应用	
信乔哥, 得永生: 乔教会怎么做?	98
穿行于页面: 苹果的导航模型	100
平铺页面: 就像一叠卡片 (有时就一张)	101
标签栏: 菜单上有啥?	106
树形结构: 千张页面触手可及	110
组合使用导航模型	114

模态视图和导航的死胡同	117
乱麻般的网络	119
在纸上画出你应用的故事板	122
丑点没关系	124
面对面: Jürgen Schweizer和“Things”	127

5. 标准控件 134

使用内置的界面元素

标准控件的威力	137
靠着导航栏指路	138
工具栏	143
把图标放到各种“栏”里……	145
搜索栏	149
表格视图是增强型列表	152
设置表格: 索引列表和分组列表	156
编辑表格视图的工具	158
文本	160
编辑文本	162
修订勘误	163
本页还是新开?	164
别老弹键盘	165
多选控件: 拨选器、列表和操作表单	167
按钮	172
是与否: 开关	173
像收音机按钮一样的分段控件	174
在轨道上的滑动条	176
设置的那些事	176
还有什么?	180



6. 与众不同 182

创建自己独特的视觉风格

你应用的个性是什么?	185
做好设计工作	186
弄得有档次	189
像真的一样	191
设计自定义工具栏图标	194
用上隐喻	196
我的新发明, 我叫它“轮子”	201
现在来搞点完全不同的东西	203
面对面: Craig Hockenberry、Gedeon Maheux 和 “Twitterrific”	205

7. 第一印象 212

介绍你的应用

你应用的图标就是你的名片	213
创建你应用的图标	219
起名的学问	222
在等待的时候: 启动图像	223
运行暂停的错觉	226
铺开迎宾毯	228
说明书不是万能的	230
首页	233
面对面: Joe Hewitt 和 “Facebook”	236

8. 滑! 捏! 拂! 242

用手势来操作

发现你所看不见的东西	244
沿着走出来的路铺上道	245
快捷方式和备用方案	247
扩充标准手势	249

只用一根好	254
不方便的自卫设计	255
手机的物理机制	257
9. 了解横屏	262
屏幕旋转	
大家为什么要转屏?	264
全新的横屏模式	267
高难度转身	269
别丢了之前的位置	272
10. 礼貌的对话	274
警告、打断和更新	
什么时候该打断	276
保持淡定，继续前行	278
推送通知	280
恶臭的主屏幕标记	282
对，我正运行着呢	284
时间变快：进度条和其他分散注意力的控件	287
11. 吃没？隔壁的兄弟	292
和其他应用打成一片	
公共场所：通讯录、照片和日历事件	294
你就是组合中的一小块：把控制权交给其他应用	297
动起来：浏览器、地图和邮件	300
慢走不送了，邻居	302
术语表	304
索引	305

“我们要做个IPHONE应用。”你肯定在办公室里听过这句话，或许和朋友聊天时听过，甚至是在你的餐桌上听到过。当你正读本书之时，甚至也可能自己都说过此话。

没错，你确实要做个iPhone应用。苹果的漂亮玩意儿创造了全新的计算方式。它唯我独用、亲密无间且方便快捷，这一全新体验已经被成千上万老百姓所习惯并热衷。继往开来，从iPhone开始，我们在未来，还会把更多的时间花在手机、平板电脑还有时刻在线的网络设备上。iPhone的前沿科技激动人心，集内涵和外表于一身。

等下……先吸口气

做一个iPhone应用不是为了做而做，不能一时心血来潮。如果你是为做而做的话，还是省省吧。在20世纪90年代，也曾有一段网站热潮。当时所有人都跑去东拼西凑一些HTML代码，为的就是能有个网站。网站只要能打开就行，不管有没有用，好不好用。那是一个充满异想天开、不切实际的年代。今天的iPhone应用也是一样。虽然在App Store里能找到一些颠覆性的应用，但是，App Store同样还是充斥着浪费时间的破玩意儿。而你，不该是这些破玩意儿的作者。

你设计的应用要因高雅而与众不同。这不仅仅指漂亮的像素，而是指你的应用做些什么、如何运行以及如何将自己展示在你的受众面前。触动人心的应用会用高效和魔力让用户着迷。iPhone的屏幕很小，用户的注意力也游离不定。只有让每一个像素都起到作用，让每一次点击都富含意义，应用才能触动人心。也就是说，优秀的设计必须要有反复考虑过的想法、精练的功能、有效的可用性和一定程度的个性化。所有这些都需要时间、精

力和天分，但也许最重要的，它需要一些常识。本书斟酌了对真实用户使用真实应用的观察，而后将其变成了通俗的iPhone和iPod Touch的界面设计原则。（本书的大多数建议都适用于iPhone和iPod Touch——一般也适用于其他的智能电话。为了简单起见，我通篇就只提iPhone。如果你下意识地每次提到iPhone的时候加上“和iPod Touch”，我也无所谓。iPad也算被提及了。但是iPad的大小和使用情境的不同让iPad完全是另一番样子。本书主要考虑小屏幕的设计。iPad就择日再议吧。）

阅读本书不需要专业知识

这本书是教你如何有“iPhone的思维”。这不是一本关于编程的书，也不是一本关于营销的书。这是一本关于iPhone和iPhone应用的设计、心理学、文化、可用性和人类工程学的书。从想法到漂亮的设计，这本书诠释了如何创建完美的iPhone应用。你将会学到如何构思并定义一个符合移动用户需求的应用的设计。设计一个触屏的手持设备和设计其他的软件界面大相径庭。无论是有经验的设计师还是新人都会发现，精打细作一个了不起的应用所需要的理念和技术，都会和以往不同。

你还需要继续深挖iPhone界面元素的细节。这本书会解释每个按钮、工具栏和新奇控件的设计细节和原因。从人类的视角去看待每个元素的设计：用户想从你的应用里得到什么，期望什么，需要什么。自始至终，你会看到很多设计理念，它们都以现实生活中熟知的物件和例子来阐述。这也就是以人类熟悉的知识来创造人性化的软件。

说这么多，其实这本书并不（只）是为技术狂人所写的。这本书是为参与到应用的设计环节中的所有人所写——设计师、程序员、管理层、营销人员和客户，以及那些仅仅对iPhone应用如何运作感兴趣的发烧友。为创造一个好用的应用，你得给自己充电，问正确的问题（并找到正确的答案），然后做出设计方面的、技术方面的和可用性方面的决策。本书的目的是架设一座桥梁，让技术狂人和普通人都能分享同一个对完美应用目标和构造

的描述。这个使命很单纯：当在座的所有人都理解了如何造就触动人心的应用时，就会有更多触动人心的应用诞生。

忠言

看起来做一个了不起的应用不费吹灰之力。貌似最厉害的应用，其设计过程也不过如此。其实并不是这样的。无论多牛的设计师或是开发人员，在设计一个了不起的应用时都要付出加倍的努力，谨慎地斟酌。纵观全书，你会看到很多对iPhone巨星的访谈。每个巨星都分享了他们的设计过程、突破点和失误。你可以看到在创建热门应用幕后的花絮。这些热门应用包括了“Facebook”^{注1}、“Twitterrific”^{注2}、“USA Today（今日美国）”^{注3}、“Things（事儿）”^{注4}等。早期的草图和设计原型描绘了这些应用如何从概念蜕变为精湛设计的过程，然而这些过程往往很坎坷。

回顾书中所写的这些业内巨头们倾心灌注的实践技巧，可以感知需要多少汗水才能创建功能强大且易用的界面。当然，还有无微不至的用户体验。别人怎么说软件的来着？我们存在于这个如此私人化的计算机新纪元中，代表着我们必须从不同寻常的角度去思考软件。

“我们要做个iPhone应用。”不错，确实如此，但更具体地说，要做个触动人心的应用。设计应用，一切从准确理解用户如何使用、为何使用他们的iPhone开始。这也就是本书的开篇。

注1：一款访问Facebook（全球最大的SNS站点）的应用。目前大陆无法访问。

注2：一款查看Twitter（全球最大的微博站点）消息的应用。目前大陆无法访问。

注3：一款阅读美国每日新闻的应用。

注4：一款任务计划管理的应用。

1

一切从点击开始

我们是如何使用iPhone应用的

