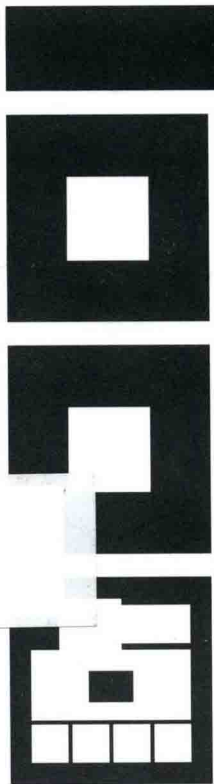


创 新 设 计 方 法

格物者
► 编 著



新华出版社

格物者陪伴设计师成长

新华出版社

图书在版编目(CIP)数据

100 点创新设计方法 / 格物者编著. —北京: 新华出版社, 2014. 9

ISBN 978-7-5166-1195-1

I. ① 1… II. ① 格… III. ① 设计学 IV. ① TB21

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 210136 号

100 点创新设计方法

作 者: 格物者

出 版 人: 张百新

责任编辑: 陈光武

封面设计: 格物者

责任印制: 廖成华

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路 8 号

邮 编: 100040

网 址: <http://www.xinhupub.com>

<http://press.xinhuanet.com>

经 销: 新华书店

购书热线: 010-63077122

中国新闻书店购书热线: 010-63072012

照 排: 北京格物乐道科技有限公司

印 刷: 北京国邦印刷有限责任公司

成品尺寸: 140mm×140mm

印 张: 4.5

字 数: 20 千字

版 次: 2014 年 10 月第一版

印 次: 2014 年 10 月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5166-1195-1

定 价: 39.00 元

图书如有印装问题, 请与出版社联系调换: 010-63077101

目 录

- | | | | |
|-----|-----------|-----|--------------|
| 013 | 释放天性 | 039 | 分享 - 格物者设计分享 |
| 015 | 用更加生动的方法 | 041 | 直觉 |
| 017 | 饥饿 | 043 | 联想 - 异形异物 |
| 019 | 参考资料书籍或网络 | 045 | 臆想 |
| 021 | 关键词法 | 047 | 产品体验 |
| 023 | 便签 | 049 | 偏好 |
| 025 | 目录 | 051 | 公司进化定位 |
| 027 | 剪辑 | 053 | 历史文化典故 |
| 029 | 记录观察 | 055 | 文化禁区 |
| 031 | 照片 | 057 | 情感设计 |
| 033 | 录音 | 059 | 行为习惯 |
| 035 | 音乐 | 061 | 不要无意义的修饰 |
| 037 | 头脑风暴 | 063 | 打破常规 |

Contents

065	图案纹理	091	标准化
067	图形演变	093	辅助图形
069	自然环境	095	供需关系
071	仿生仿物	097	外协厂
073	颜色刺激	099	安全性
075	功能的加减	101	整体产品线法
077	产品跨界	103	总结案例
079	点线	105	草图
081	黄金分割	107	虚拟场景（建模）
083	用视角还原整体	109	三屏
085	以小见大	111	永恒的经典
087	主题	113	随机试验
089	视觉焦点	115	模拟测试

117	规避已有问题	143	自我管理
119	多重视角	145	对潮流的把握
121	用户体验过程	147	手工模拟产品
123	换位思考	149	区域划分
125	跨地区交流	151	角色扮演
127	产品设计流程	153	模型的实现
129	冷眼旁观	155	还原现场
131	跟随使用者的步伐	157	对可能的预测
133	产品的发展脉络	159	尝试推翻既有想法
135	场景再现	161	跟随体验
137	前景展望	163	关系脉络
139	大声说出你的想法	165	情景特写
141	手绘	167	用户回访

- | | | | |
|-----|--------|-----|----------|
| 169 | 延时摄影 | 195 | 排序 |
| 171 | 设计师体验 | 197 | 高速摄影 |
| 173 | 征求意见 | 199 | 了解人们的行动 |
| 175 | 词汇拓展 | 201 | 将典型大众化 |
| 177 | 用户视角 | 203 | 排列组合 |
| 179 | 记录你的一天 | 205 | 模拟实验 |
| 181 | 人体工学 | 207 | 发掘你的潜在客户 |
| 183 | 反应测试 | 209 | 行动路线 |
| 185 | 任务清单 | 211 | 不良习惯的改正 |
| 187 | 联系与发展 | | |
| 189 | 跨地区的设计 | | |
| 191 | 将语言图像化 | | |
| 193 | 了解你的对手 | | |

格物者陪伴设计师成长

新华出版社

图书在版编目(CIP)数据

100 点创新设计方法 / 格物者编著. —北京: 新华出版社, 2014. 9

ISBN 978-7-5166-1195-1

I. ① 1… II. ① 格… III. ① 设计学 IV. ① TB21

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 210136 号

100 点创新设计方法

作 者: 格物者

出 版 人: 张百新

责任编辑: 陈光武

封面设计: 格物者

责任印制: 廖成华

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路 8 号

邮 编: 100040

网 址: <http://www.xinhupub.com>

<http://press.xinhuanet.com>

经 销: 新华书店

购书热线: 010-63077122

中国新闻书店购书热线: 010-63072012

照 排: 北京格物乐道科技有限公司

印 刷: 北京国邦印刷有限责任公司

成品尺寸: 140mm×140mm

印 张: 4.5

字 数: 20 千字

版 次: 2014 年 10 月第一版

印 次: 2014 年 10 月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5166-1195-1

定 价: 39.00 元

图书如有印装问题, 请与出版社联系调换: 010-63077101

我是格物者



每每在设计类书籍的海洋里徘徊时，总觉得缺少些什么，我苦苦思考，终于明白缺少的是一本专业的设计工具书。这本书不同于学习软件操作的书、不同于晦涩难懂的理论书、死钻一门的某一门类专业书，这是一本适用于所有的设计门类的工具书，这里有最基础的设计方法，这是正行走在设计之路上的你最需要的一本书。

在设计行业打拼多年，于 2012 年在北京创建属于自己的设计公司【格物者】，涉及的业务包括产品设计、结构设计、品牌设计、UI 设计、鞋产品研发等等。基于设计公司的丰富资源下，格物者携手人大创办了中国首家「设计学」教学平台，同时定期举办设计师分享会，为设计师和创业者的学习提供力所能及的服务，同时我们也会分享最新的创意方法、理念、趣文，关于这点



官网二维码



公众微信二维码

大家可以关注格物者官方微信。

写这本书是希望秉承我们格物者分享会的精神，能够将一些设计经验分享给大家，希望能让喜欢设计、从事设计的你们少走一些弯路。这本书总结了格物者的全体设计师和我身边同样从事设计工作的好朋友们的宝贵经验，书中的每一个设计方法都承载了格物者所有伙伴的努力。

仅以此书献给格物者全体以及走在设计路上的你。设计的路上，你并不孤单，格物者，陪伴设计师成长。

最后感谢我的同事格物者李亚琦、刘悦、姜金圣、张禹顺及耿振华的辛勤工作，才使此书可以快速的呈现在读者面前。

如需设计交流请联系：leo@gewuer.com，我们将真诚的与您交流。

格物者方雷
2014 年 7 月

我推荐格物者

当今时代，设计之于生活如同家常便饭一样，但是好的设计却是凤毛麟角，如何让你的设计在诸多设计中脱颖而出？本书可以为你的设计想法插上翅膀，帮助你实现你的设计梦想。

——苏荻【车库咖啡创始人】

设计的百度词条，图文并茂，言简意赅，随意翻开随心阅读。

——池伟【+86致翔创新创始人、著名设计师】

优秀的设计作品，绝非思维的偶然火花！它的孕育，融汇着严谨的创意思维和设计方略。本书正是“格物者”从成功经验中精心提炼、诠释的一百个设计锦囊。各方法，图文并解、不玄虚、易理解和落地，相信会给不同阶段的设计人带来灵感和启发！

——尹团晖【美的集团环境电器工业设计负责人、设计专家】

设计不重要，如何懂得设计才重要！互联网思维时代，要打造令人尖叫的产品，就先要有令人尖叫的设计创意；本书精选了 100 个经过实战，百炼成钢的设计锦囊，干脆利落、锋利，风格鲜明，直入人心，打通设计的任督二脉，让你的品牌迅速杀出重围！

——尹章平【大朴网联合创始人】

书中列举了常见的有效的设计方法，分享了作者设计经历和心得，能够为年轻设计师提供有益帮助和有效指导，也为设计专业在校生提供了参考和辅导，开卷有益。

——程旭锋【北京林业大学艺术学院 副教授 研究生导师】

本书阐述了 100 种创新设计方法，实际上也可以说是 100 种用户体验设计思维。如果你是用户体验从业人员，或者你正专注于设计出愉悦用户体验的产品，相信这本书能从设计师的角度给到你很多珍贵的思考和答案。

——成权【美的集团生活电器 用户体验研究室负责人】

理性派可以总结过往和前瞻短期的未来。但这个世界之所以让人兴奋，因为我们仍有伟大的感性！本书讲的是，设计灵感的收集也有规则可循，如何捕捉你的电光火花？适用于设计师，更适用于自以为远离设计行业的死理性派。

——林晓【搜狐畅游品牌总监】

好的灵感来源于生活，而整理灵感却离不开科学的设计方法，一本好的方法合集能让你事半功倍，让你的灵感变为产品回归于生活。

——董景博【UI 中国创始人】

如果你只有有限的时间，但有无限的想像力，这本书一定可以帮助你。他列举了几乎设计会用到的所有方法，但如何运用，你可以和作者共同动动脑筋。

——何烨伟【匹克（中国）体育有限公司】

100 种方法代表 100 种历练，格物者从年轻和创新两个视角审视新时代的设计，天工开物，举重若轻，凝炼分享，不改初心。

——李响【上海庆科信息技术有限公司 北区总经理】

这是第一本总结基础设计方法的书，非常实用，浅显易懂，根据书中方法可以设计出优秀的产品，建议作为设计师必备工具书。

——赵宏梅【黑龙江科技大学 教授】

设计不是异想天开，设计是在一定规则之上的创作，这本书总结了诸多设计规则，为正在迷茫中的设计人打开了一扇通往成功的天窗。

——王佳【三星（中国）投资有限公司】

目 录

- | | | | |
|-----|-----------|-----|--------------|
| 013 | 释放天性 | 039 | 分享 - 格物者设计分享 |
| 015 | 用更加生动的方法 | 041 | 直觉 |
| 017 | 饥饿 | 043 | 联想 - 异形异物 |
| 019 | 参考资料书籍或网络 | 045 | 臆想 |
| 021 | 关键词法 | 047 | 产品体验 |
| 023 | 便签 | 049 | 偏好 |
| 025 | 目录 | 051 | 公司进化定位 |
| 027 | 剪辑 | 053 | 历史文化典故 |
| 029 | 记录观察 | 055 | 文化禁区 |
| 031 | 照片 | 057 | 情感设计 |
| 033 | 录音 | 059 | 行为习惯 |
| 035 | 音乐 | 061 | 不要无意义的修饰 |
| 037 | 头脑风暴 | 063 | 打破常规 |

Contents

065	图案纹理	091	标准化
067	图形演变	093	辅助图形
069	自然环境	095	供需关系
071	仿生仿物	097	外协厂
073	颜色刺激	099	安全性
075	功能的加减	101	整体产品线法
077	产品跨界	103	总结案例
079	点线	105	草图
081	黄金分割	107	虚拟场景（建模）
083	用视角还原整体	109	三屏
085	以小见大	111	永恒的经典
087	主题	113	随机试验
089	视觉焦点	115	模拟测试

117	规避已有问题	143	自我管理
119	多重视角	145	对潮流的把握
121	用户体验过程	147	手工模拟产品
123	换位思考	149	区域划分
125	跨地区交流	151	角色扮演
127	产品设计流程	153	模型的实现
129	冷眼旁观	155	还原现场
131	跟随使用者的步伐	157	对可能的预测
133	产品的发展脉络	159	尝试推翻既有想法
135	场景再现	161	跟随体验
137	前景展望	163	关系脉络
139	大声说出你的想法	165	情景特写
141	手绘	167	用户回访