



十二五高等院校  
艺术设计规划教材

DESIGN

梁景红 编著

# 网站 视觉 设计

配备微课指导视频，设计职业生涯规划  
培养能力提升素质，提高产品设计品味  
贴近行业岗位任务，策划与设计全流程

人民邮电出版社  
POSTS & TELECOM PRESS



配套微课

现代创意新思维·十二五高等院校艺术设计规划教材

# 网站视觉设计

梁景红 编著



人民邮电出版社  
北京

## 图书在版编目 (C I P) 数据

网站视觉设计 / 梁景红 编著. — 北京 : 人民邮电出版社, 2015. 4  
现代创意新思维·十二五高等院校艺术设计规划教材  
ISBN 978-7-115-36027-4

I. ①网… II. ①梁… III. ①网站—视觉设计—高等学校—教材 IV. ①TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第125566号

## 内 容 提 要

本书作为网站视觉设计的理论工具书, 梳理和总结关于网站视觉设计的方方面面。全书分七章, 以“设计目的—信息内容—导航设计—排版设计—色彩设计—风格创意”为脉络, 探讨创作依据与创作手段, 从而解决“我们要建立怎样的站点, 并以何种形式完成它”的问题。

作为一个设计者, 只有清晰掌握建设网站的意图和网页形式之间存在着何种微妙的联系, 才能创作出优秀的作品。作为网站视觉设计的理论书籍, 书中却没有罗列枯燥的理论, 而是循序渐进地进入主题, 引用实例。通过大量案例分析, 探讨网页设计的客观基础与主观因素。

初学者可以从书中得到系统而细致的网页视觉方面的专业知识和思维方法; 网页设计师可以从书中得到与实际工作关系紧密的各种技巧和知识点; 对网页设计课程的相关教师来说, 这会是一本结构合理、专业性强、涵盖面广的教科书; 广告从业者可以通过阅读本书, 快速从传统广告业的设计理念过渡到专业的网站视觉平面的创作理念; 网页设计爱好者, 相信你能够从中得到关于网站视觉设计方面的基础知识和提高知识。

- 
- ◆ 编 著 梁景红  
责任编辑 王 威  
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>  
北京市雅迪彩色印刷有限公司印刷
  - ◆ 开本: 787×1092 1/16  
印张: 12.5 2015年4月第1版  
字数: 320千字 2015年4月北京第1次印刷
- 

定价: 59.80 元

读者服务热线: (010)81055256 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

## 前言

进入信息时代，网页设计行业发展速度一直很快，互联网的用途不断被拓展，从而改变了我们的生活方式。随着移动互联网的兴起、网民人数的暴增，每天都有新的互联网产品问世，行业发展迅猛，对网页设计人才的需求也仍在增加。

网页设计包含了互联网与移动互联网产品的界面设计。虽说网页设计过程并非十分复杂，但要设计出合理而精美的网页作品，确实需要严谨的理性分析、敏锐的观察，以及成熟的审美与创意技巧。为了能够让初学者尽快掌握思考网页设计的方式方法，本书结构上做了精心的设计，把具有体系性、逻辑性及技巧性的内容展现给读者，以“设计目的、信息内容、导航设计、排版设计、色彩设计、风格创意”为脉络，探讨创作依据与创作手段，从而解决“我们要建立怎样的站点，并以何种形式完成它”的问题。这个顺序同样是设计网页的流程依据。

在本书内容编写方面，难点分散、循序渐进；在本书文字叙述方面，注意言简意赅、重点突出；在实例选取方面，注重实用性强、针对性强。本书每章都附有一定数量的习题，可以帮助学生进一步巩固知识，产生自己的理解。初学者需要掌握一定的网站技术（Photoshop, CSS, Html, Dreamweaver等），但真正要设计出审美较好的作

品，则需要依靠你的设计思维。面临“如何做出适合市场需要的网页作品”的问题，初学者可以从书中得到系统而翔实的专业的网站设计创作理念；网页设计师可以从书中得到与实际工作关系紧密的各种技巧和知识点；对网页设计学科的讲师来说，这是一本结构合理、专业性强、涵盖面广的教科书。具有行业实用价值，可以帮助学生向社会需求的方向成长。

本书由设计行业从业多年的网页视觉专家、色彩设计研究者梁景红老师编写。其著作《Web Designer网页设计关键Idea》已在台湾出版，在东南亚也很受欢迎。

书中插入“梁景红谈”微课的链接，可以通过智能手机或平板电脑扫描后，注册网站、打开视频链接。也可以通过输入下方地址，在浏览器中打开链接。“梁景红谈”微课作为扩展内容，给老师和学生一个更广泛的交流空间。

互联网更新速度快，网站频繁改版，很多有价值的网站设计作品在网络上不能长久保存。本书中的插图，很多已经无法找到现今网址，请大家去博客（[blog.sina.com.cn/relen8a](http://blog.sina.com.cn/relen8a)）下载本书插图资料。书中如有错漏之处，欢迎各位老师、学生批评指正。也可以到梁景红老师的博客（[blog.sina.com.cn/relen8a](http://blog.sina.com.cn/relen8a)）与公众微信（微信号：梁景红色彩）中交流。

# 目录

<b>第1章 网站设计行业现状</b> .....	1	<b>第3章 内容规划</b> .....	33
1.1 网站设计的重要性与必要性 .....	2	3.1 了解内容规划对页面设计的影响 .....	34
1.2 网站设计行业现状 .....	4	3.2 信息的形式 .....	37
1.3 设计师要从多个角度看网站设计 .....	6	3.3 信息的创建与管理 .....	44
1.4 全方位思考 .....	8	3.4 视觉信息与文化传播 .....	46
1.5 思考与练习 .....	9	3.5 思考与练习 .....	50
<b>第2章 网站策划</b> .....	11	<b>第4章 导航设计</b> .....	51
2.1 学习策划的意义 .....	12	4.1 学习导航设计的意义 .....	52
2.2 明确主题 .....	13	4.2 导航的形式 .....	52
2.3 帮客户“问”出特点与优势 .....	16	4.3 导航与排版 .....	60
2.4 材料分析 .....	22	4.4 导航设计的创意技巧 .....	66
2.5 目标受众 .....	22	4.5 思考与练习 .....	77
2.6 确立设计的主题 .....	24		
2.7 优化网站时的思考 .....	28		
2.8 网站策划书 .....	29		
2.9 思考与练习 .....	31		

**第5章 版式设计** ..... 79

5.1 网页信息与版式 ..... 80

5.2 网页格局与屏幕大小 ..... 83

5.3 栏式结构和块状结构 ..... 86

5.4 常见的网页版式设计 ..... 93

5.5 信息域与页面层 ..... 104

5.6 网页版式的创意技巧 ..... 108

5.7 思考与练习 ..... 118

**第6章 色彩设计** ..... 119

6.1 色彩对网页设计的帮助 ..... 120

6.2 网页色彩设计的要点 ..... 122

6.3 色彩创作的思路 ..... 128

6.4 情感表达与色彩表现力 ..... 136

6.5 思考与练习 ..... 148

**第7章 创意风格与设计** ..... 149

7.1 学习创意思维对网页设计的意义 ..... 150

7.2 插图表现力 ..... 157

7.3 风格设计 ..... 161

7.4 统一外观与风格创作的审美 ..... 164

7.5 风格设计的思路及参考 ..... 167

7.6 灵感的获取与设计创新表达 ..... 172

7.7 思考与练习 ..... 193

# 网站设计行业现状

如今的互联网已经渗透到我们生活中的各个层面。互联网上各个网站内容既丰富又全面，满足了各种浏览者的不同需求，活跃了经济，也达到了商家开办网站的目的。

正当网络作为第四媒体，逐渐走向成熟和完善的时候，网页设计业也已逐步脱离了传统广告设计的范畴，形成特殊而独立的体系。同时，当前行业发展的速度要求我们对网站视觉审美以及网站功能应用等多个方面的认知达到新的高度。

### 学习目标

- 网页设计的重要性与必要性
- 了解行业现状，确立职业目标
- 多视角解读网站设计的本质

## 1.1 网站设计的重要性与必要性

从理论上来说,抛去媒体这层外衣,网站是信息的存储空间。套用相同的模板,只要保证浏览者能够获取信息,网站的信息存放功能就实现了。如1996年以前的网站,大多是纯文字的页面,几乎没有什么“设计”的概念可言。一直到今天,网络上依旧充斥着大量通过信息堆砌而成的网站。我们需要思考,设计师们到底是为了什么而工作呢?不了解网站艺术与设计的意义所在,设计师如何能够正确地面对创作?

### 其一,互联网环境竞争激烈

众所周知,“优生生存”是事物繁衍发展的自然规律。随着网络技术的更新换代以及计算机美术可达到的范围越来越广,我们无法继续满足于只有几篇文字和版式一模一样的网站。

不可否认,互联网的共享环境给信息存储和更新带来了很大冲击,现今已不像十年前只有数得出来的几百个网站,而是有无法估量的上千万个网站。主题相近或雷同的网站多到无数,想要从千百个相同主题的网站中脱颖而出,确实不易。互联网环境能够使地球另一端的竞争者与我们站在同一条跑道上,竞争加剧了,网站的视觉设计也就变成了竞争环节中的一大利器。

### 其二,面对信息结构复杂化与简洁化的两端发展

网站并不是发布几条消息,或者放上几个广告那么简单的载体。它可能是一个大型的信息资料库,也可能是琳琅满目的信息转盘,信息的重要性决定了信息的摆放顺序及浏览者的使用频率。

一方面由于信息结构变得越来越复杂,

一个信息空间内部结构如何设计、信息类别较多如何管理、异类信息如何分主次、同类信息如何分类分层,以及单一页面上的信息结构安排等诸多问题都需要解决。“页面上有文字就可以”这一原则已经无法适应现今互联网的网站信息情况了。我们需要依据信息结构去规划网站设计,科学的进行信息管理。在不影响信息下载的同时,提供给浏览者一种美好的视觉环境,帮助他们科学且快速地查阅信息。

另一方面,一部分互联网产品向着简洁化方向发展,很多轻阅读的产品出现,在这个碎片式信息正在逐渐侵蚀我们的年代,信息结构的优化也是一个难题,保留哪些内容,删除哪些内容,网页最终呈现的效果决定了百万级、千万级、亿万级用户的选择。这种程度的压力,也是传统设计行业前所未有的。

### 其三,信息的传播内涵与外延

网民们是为了不同的目的登录相关站点来查询信息的。试想一下,一个需要阅读娱乐新闻的人是不会到体育网站上去寻找的,而一个需要收集出国政策的人更是不会到游戏网站上去搜索的,这是有关信息类别的不同选择。

信息不同,网站的气氛亦会不同。当浏览者进入娱乐网站中,却感觉如同进入体育竞技场,那么这个网站所传递出的信息概念就完全错误,浏览者对网站的设计及网站本身都不会给予认可。也就是说,网站的信息内容有着特殊的传播内涵与外沿。弄错了游戏规则,缺失了视觉信息的准确性传播,极可能会损失大量的浏览者等同于失去了成功的机会。



#### 其四，互联网可以帮助经营者实现多元化商业目的

网络不仅仅是信息的存储空间，它已经变成了我们的一种生活方式。区别于电波、纸张、电视而被我们称为第四媒体（或新媒体）。任何以个人、团体、公司等不同名义都可以建设属于自己的网站，这些网站有别于综合性门户或资讯类站点，它们有可能并不依赖大量信息吸引访问者，而是把网站作为他们创造商业价值的工具之一。

企业需要树立形象网站，把VIS系统导入到网站设计中，这无形是延伸了形象传播的宽度和深度。通过网络，企业信息和相关资料被广泛传播给全球委托方，无法估量的各种机遇都会随之而来。毫不夸张地说，一个非常大气而庄重的网站可以给一个仅有几人的

贸易公司带来数万生意。不同的企业，有着不同的企业文化，跟随所要传播的信息概念，网站设计的形式和气氛绝对不能相同。如果把可口可乐公司的网站设计得如同劳力士手表网站一样时，谁能想象这会造成多么大的经济损失？

#### 其五，视觉审美关系到网站生存与发展

网站作为新媒体的媒介主体，具有更多与传统媒体不同的特征和特性。这些特征决定了网页设计的形式和使命，它的意义将与传统媒介的“设计”截然不同。网页设计是网站的视觉内容部分，它是浏览者进入站点内第一时间接收到的视觉信息。它可以给浏览者一个概念，一种印象，这种印象有时候是起决定性作用的。



NWP 第二版  
<http://www.newwebpick.com>



NWP 第三版

很多网站因为其优秀的视觉设计而成功，如NWP就是这样的情况。NWP的主要受众是设计师群体，其第二版的首页设计非常普通，无法给人留下深刻印象，以至于很多设计师看到首页后并没有进入内页浏览，

直接关闭了它。NWP第三版设计看起来像是一个新发布的网站。实际上NWP的用户的确是从第三版开始的认识它的，而NWP也是从第三版开始奠基了它作为国际设计门户网站地位，同时拥有了向更好的方向发展的基础。

移动互联网在这方面表现得更加剧烈。App Store上同类产品有成千上万款，用户的审美已经被培养起来了，在功能相同的产品里，他们只会选择更好的作品。

在如此激烈的竞争之中，一个可用性强的、独特创新的网站设计成为网站长期发展的必要条件之一。你还可以不断产生迭代作品，但只能更好，没有最好。



Ipad App界面

## 1.2 网站设计行业现状

随着信息发布工具的变化，内容丰富的网络视频分享方式，以及改变人们生活方式的在线购物与在线教育，中国互联网经历了多个阶段，网站设计形式也随着行业的发展而不断变化。

### 其一：委托方审美的准则仍未成熟。

早期建设网站时，设计师常常需要对委托方解释什么是网站，对委托方普及网站能做什么。与早期比较，如今随着互联网、移动互联网以及平板电脑的普及，设计委托方对网站设计有了自己的见解，他们更加明确了网站能做什么，要做怎样的网站，能从网

站中得到什么。然而这并不代表所有的委托方都能够准确地表达他们的想法，关于网站建设的意图、网站策划、网站风格等沟通非常重要，需要委托方与设计方（甲乙双方）共同探讨，共同完成。

有数据表明国际互联网域名登记管理机构（INTERNET NIC）每天注册域名15000个以上，其中97%是企业而注册的，在这些企业中能够通过网站获利的占极少数。设计师应该站在行业专家的角度上，与委托方进行对话，帮助委托方梳理商业目的、网站内容、设计需求等。帮助委托方把商业观点准确地表达出来，帮助委托方实现网站的商业价值。

## 其二：工种不分家对设计师提出更高要求。

现在依旧有人无法分得清楚淘宝美工、网页设计师、UI设计师、制作人员、程序设计师、网站设计总监等职位的职权范围，同时又出现了交互设计、界面图标设计、用户体验、用户调研等周边职业。公司招聘员工也是希望应聘人员什么技术都会。如果要求美术设计师精通网页制作和动画设计技术，是比较合理的要求。然而却有不少企业抱着“美术设计人员精通程序设计”这样的愿望去招聘，这种方式到底能招来什么样的“人才”呢？

国外有信息结构专家这个职业。网站是由信息结构设计师与网站创意设计师共同探讨、协作完成，同时有网站运营管等相关工作人员监控网站的运行及发展。但在现阶段的中国，只有少数企业拥有这样的协作队伍。尽管大型网站（商务）策划可以做到由专业的市场行销、策划人员来做，展示的内容也可以由网站编辑编制完成。但是，大部分中小型企业网站几乎是没有进行任何专业策划，直接进入设计阶段的，连制作网站的目的以及渴望得到的效果都没有深入考虑过，便直接交给设计师来设计，其结果很容易陷入形式化。

“工种不分家”使每个在网页设计岗位的设计者，不仅仅要考虑到美术设计与制作方面，同时还要兼顾信息结构的规划，甚至网站建设的策划等工作。如果设计师缺乏总揽全局的能力，是无法把网站做到位的。这大大超出了网页设计师所应承担的职权范围，然而这就是从业者必须面对的现状。

从行业发展上，不鼓励由于“工种不分

家”所形成的恶性循环，但为了能够做出优秀的作品，了解信息和理解目的是必要的，设计师也应该掌握这部分的相关知识。同时若想从设计师向设计总监等更高职位攀登，单纯考虑色彩、版式等形式设计是不够的，必须做到对事情的全面了解，做出正确的判断，带领团队进行难度大、问题多的设计项目。

本书不涉及策划行销内容，但建议设计师们参阅相关书籍，增长经济、营销等相关知识。商业设计与市场经济有着密切的关系，只有了解经济，才能使设计有的放矢。同时设计师应做好与委托方沟通的准备，假如不能把自己的创意解说给委托方，也会表现出设计师的不成熟。商业设计师不是艺术家，设计方仅是设计服务业的一员。委托方不懂设计，他们需要引导和推荐，设计师自己来解说设计，一方面委托方会更加认可你的专业理念、精神和态度；另一方面有助于促进合作，相互理解，并构成良好的沟通关系，为扩展更多业务合作奠定良好的基础。

## 其三：多平台发展是必须考虑的问题

到今天为止，我们不仅可以通过台式机来观看网页，随着移动互联网、平板电脑、智能手机等设备不断更新换代，设计师们面临着需要为一个网站设计多种尺寸的现状。

随着载体的变化，设计师也面临着完全不同的要求。手机界面设计师，需要针对苹果系统手机、安卓系统手机的尺寸分别进行切图。甚至一个作品要导出多个尺寸，以适应各种情况的设备。

### 1.3 设计师要从多个角度看网站设计

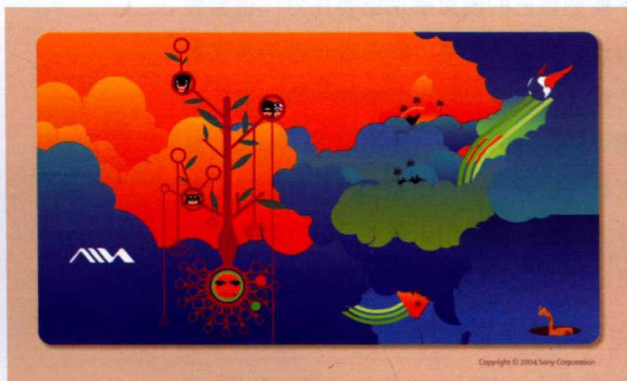
本书着重探讨网页设计的目的与形式之间的关系，也就是网站策划、网站内容与网站设计之间的择优问题与形式创意。使设计师学会站在多个角度上看待创作、看待成品，从而更好地展开创作思路。

设计师通常更习惯站在形式美学的角度去看自己的创作及他人的作品。但如果能够站在委托方的角度去看网站设计，则可以更好地为委托方服务，创造出更有价值的商业网站。

当委托方反复地要求把公司名称字体和标识放大处理，实际上是希望把公司及品牌概念强化。当设计者明白这个意思的时候，就不会和委托方争论标识大一点还是小一点

好看了，可以把标识做虚化放在背景中去强化，或者做成动画来表示强调。总而言之，委托方虽然不懂设计的形式和设计的语言，但没有人比他们更了解自己的公司和产品的行销方针，当设计者能够了解委托方的目的和意图时，设计才有了方向。

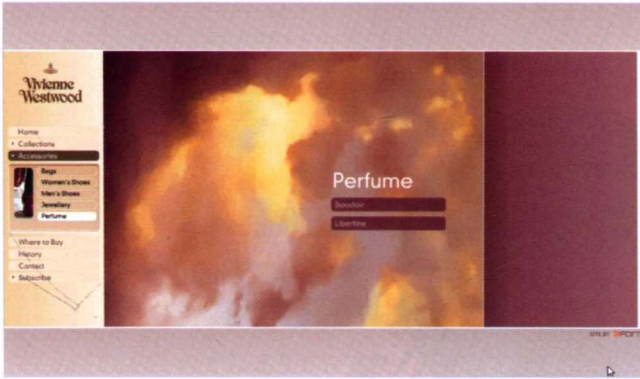
作为设计者，应力求在满足委托方商业目的的同时，确保作品的艺术性和完整性。站在市场的角度去看网站设计时，会怎样呢？市场就是委托方的委托方，终端委托方接收了网站传递给他们的信息概念：看到暖色，他们会感觉这个企业是很有亲和力的，容易沟通的；看到大量的矢量风格的网站插图时，他们会感觉这个企业是潮流派、有个



AIWA ( <http://www.aiwa.com/> )

性、有活力。作为网站真正的使用者，他们比任何人都知道自己需要什么。

AIWA是随身听、音像类产品的品牌，它的网站是十分个性化的，人物卡通和Flash游戏成为网站的招牌。不难分析，动画设计纵然是为了20岁上下的少年和青年准备的，这个群体也正是AIWA的主要行销对象。创作不仅仅使AIWA在网页设计界扬名，同时赢得了众多网民的喜爱。



Vivienne Westwood ( <http://www.viviennewestwood.co.uk/> )



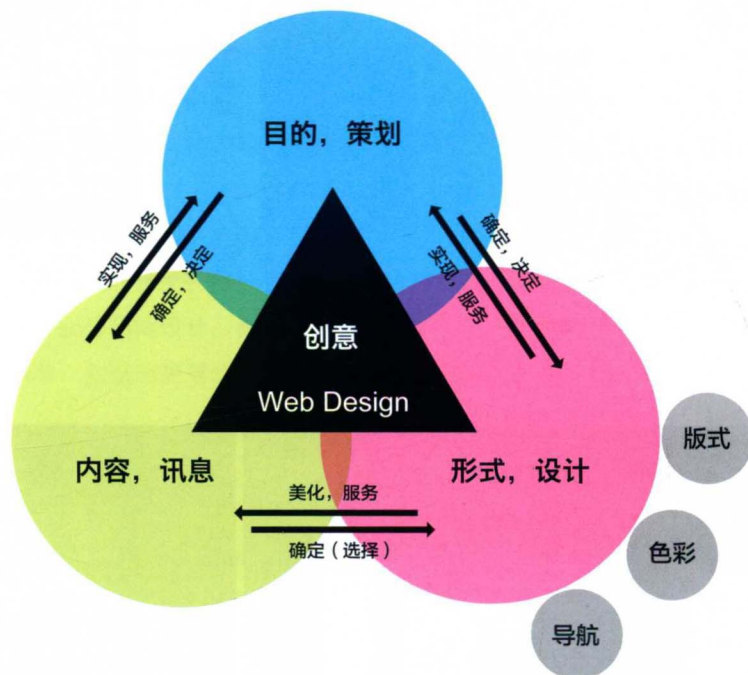
Christian Dior ( <http://www.dior.com/> )

试想一下，如果把这样的风格配给了劳力士手表会变成怎样？消费得起劳力士的群体与AIWA的消费群截然不同，这种做法足以摧毁一个优秀的品牌。

如果读者觉得AIWA与ROLEX两者间的行业相差太远，其案例不具有说服力。那么请观看Vivienne Westwood和Christian Dior两个知名的国际时装品牌的官方网站。

对这两个品牌来说：他们都是流行时尚的典范，却传递出彼此互不相同的文化内涵。没有人因文化内涵的不同，去探究他们中哪个好、哪个不好，或是哪个正确、哪个错误，因为他们从文化到形式都是独一无二的。这也证明了设计师已经成功地把企业文化、产品文化通过网站设计传递给了终端委托方。

## 1.4 全方位思考



目的、信息与设计的关系图

如今互联网发展速度很快，对设计师提出较高的成长要求，单纯考虑“形式上美不美”是不能解决经济问题与人性问题的，还应把策划上不清晰的环节拿出来与委托方讨论、缓解形式设计的压力，使作品更具有亲和力，并含有设计师的见解与审美。也就是说当设计者具备了自己分析设计目标、整理网站的信息关系和控制视觉形式的的能力之后，才能更好地进行具有创新特色的风格设计。把“网站建设的目的、网站信息内容和网站创意设计”放在同一层面上同等对待，是成功设计师的标志，尽可能减少“设计到一半，推翻，重新再来”的情况。

我们已经明白了：设计网站是从分析网站建设的目的开始的。搞清楚设计目的，做好策划书，整理网站的内容和资料后，才

可以开始进入设计环节。本书作为网站视觉设计的理论工具书，梳理和总结关于网站视觉设计的方方面面。全书分七章，除了探讨“商业目的”、“内容策划”分别独立成章，另把网页设计形式中最重要的“导航”、“色彩”与“排版”分为三章讨论，以“设计目的—信息内容—导航设计—排版设计—色彩设计—风格创意”为脉络，探讨创作依据与创作手段，从而解决“我们要建立怎样的站点，并以何种形式完成它”的问题。

本书篇幅有限，不可能包揽万象。作为网页设计师的理论工具书，本书大多数知识点是用来抛砖引玉的，希望可以引发读者的共鸣，帮助在学、在职的设计者们解决自己所面临的实际问题，促进自身潜能的挖掘。

## 1.5 思考与练习

### 思考题

1. 门户网站新浪网首页与视频网站土豆网首页是否能够套用一样的模板, 为什么?

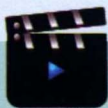
思考提示:

- 两者的品牌差异
- 两者的内容差异
- 两者的网民群体特征差异
- 两者的发展方向差异
- 两者的传播途径差异

2. 感受同样一个网页, 用手机打开、用iPad打开、用PC机打开时你的不同感受?

3. 网页设计师需要掌握的知识领域有多少?

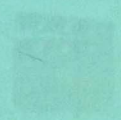
4. 你可以用网站来做什么?



梁景红谈: 如何成为一个网页设计师

课程网址: [http://blog.sina.com.cn/s/blog\\_6056b9480102v9zm.html](http://blog.sina.com.cn/s/blog_6056b9480102v9zm.html)







# 网站策划

设计者更注重审美角度，而常常忽略网站建设的目的。

正所谓纲举目张，一个网站的成功与否，与建站前的网站规划有着极为重要的关系。有了建设网站的想法，并把它的创建流程及相关事宜书写下来，作为工作的总领。这样才能把一两个人的智慧，用策划书的方式传递给其他执行工作的人，共同协作完成。

### 学习目标

- 如何思考网站策划
- 对委托方进行问卷调查
- 学会分析材料和目标用户
- 学会站在委托方角度思考问题