

为iPad而设计 打造畅销App

WILEY

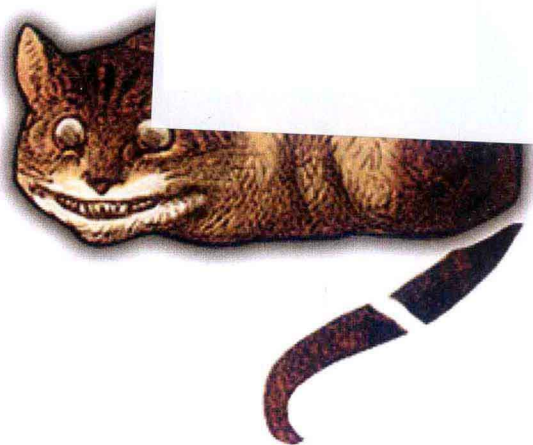
Designing for the iPad: Building Applications that Sell

[英] Chris Stevens 著

陈勇 张晓雯 译



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



为iPad而设计 打造畅销App

[英]Chris Stevens 著
陈 勇 张晓雯 译

人 民 邮 电 出 版 社
北 京

图书在版编目 (C I P) 数据

为iPad而设计 : 打造畅销App / (英) 史蒂文森
(Stevens, C.) 著 ; 陈勇, 张晓雯译. — 北京 : 人民邮
电出版社, 2013. 9
ISBN 978-7-115-32566-2

I. ①为… II. ①史… ②陈… ③张… III. ①便携式
计算机—应用程序—程序设计 IV. ①TP368.32

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第159119号

版权声明

Chris Stevens

Designing for the iPad: Building Applications that Sell

Copyright ©2011 by John Wiley & Sons, Inc. Chichester, West Sussex.

All right reserved. This translation published under license.

Authorized translation from the English language edition published by John Wiley & Sons, Inc.

Alice for the iPad is a trademark of Atomic Antelope LTD.

本书中文简体字版由 **John Wiley & Sons** 公司授权人民邮电出版社出版, 专有出版权属于人民邮电出版社。
版权所有, 侵权必究。

-
- ◆ 著 [英] Chris Stevens
 - 译 陈 勇 张晓雯
 - 责任编辑 王峰松
 - 责任印制 王 玮
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
 - 邮编 100061 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: 21
 - 字数: 297 千字 2013 年 9 月第 1 版
 - 印数: 1—3 500 册 2013 年 9 月北京第 1 次印刷

著作权合同登记号 图字: 01-2012-9276 号

定价: 79.00 元

读者服务热线: (010) 67132692 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

内 容 提 要

iPad的流行为App的开发设计带来了革命性的挑战。本书向读者展示了如何充分利用iPad的新特性，让开发者的App看起来更漂亮、用起来更顺手，而且还能冲进App排行榜，变得炙手可热。

本书作者克里斯·史蒂文森是Alice for the iPad的开发者，他在书中展示了如何将一款App从铅笔手绘草图变成苹果App Store商品的全过程。到目前为止，这款应用已安装在超过50万台iPad上，作者在书中首次揭示了其成功背后的秘密，这将帮助开发者在App淘金热中拔得头筹。

本书强调实际可行的操作步骤，而非模棱两可的建议，包括如何产生创意、手绘App、做出原型设计、组织协作项目，以及App营销方面独家并且内行的建议。在本书中，史蒂文森还向读者展示了用来做出超棒App的最新代码库、讨论了界面设计方面的抉择。

不管你是一个iPad App设计团队的管理者，还是一个想要寻求建议的设计师，或者是一名想搞明白在世界范围内都很成功的iPad App背后设计过程的程序员，本书都能引导你走向成功。

献 给

彼特 (Peter), 罗丝玛丽 (Rosemary),
多米尼克 (Dominic), 路易丝 (Louise) 以及MJ

作者简介

克里斯·史蒂文森（Chris Stevens）是Alice for the iPad的设计师，这款应用软件曾经冲到过iPad应用商店（App Store）的首位，并且此后一路畅销。全世界范围内超过50万台iPad上安装了Alice for the iPad，并且这个数字还在不断增加中。Gizmodo网站（译者注：www.gizmodo.com，美国科技博客网站，主要报道和研究高科技产品）说这款应用是“到目前为止最聪明的iPad图书”，BBC（英国广播公司）说它是“未来数字阅读的惊鸿一瞥”。Alice for the iPad还曾在《奥普拉·温弗瑞秀》（译者注：The Oprah Winfrey Show，由美国脱口秀女王奥普拉·温弗瑞制作并主持的脱口秀节目）上亮相，奥普拉对听众说这款软件“将改变孩子们的学习方式”。

克里斯曾经是报纸《每日电讯》（The Daily Telegraph）的科技专栏作者，后来他为《时代》（The Times）撰稿。他还为CNET出品和导演过颇受欢迎的新鲜小展览“空间泡泡”（Space Bubble）。除了撰稿之外，克里斯还是一名插画师和剧作家。他曾经为华纳兄弟（Warner Bros）、EMAP（发行杂志、广播节目和特定电视节目的媒体公司）以及《连线》（Wired，美国科技杂志，也有自己的网站）都工作过。克里斯曾经因为作为记者获得“卫报传媒奖”（Guardian Media Award），并以发现“色情倒影”（reflectoporn，用反光物体表面拍摄裸体画面）而知名。

现在，克里斯经营着Atomic Antelope公司，就是创造出了Alice for the iPad的出版公司。他直接和位于伦敦、纽约、东京的作者们一起创作新的图书。

作者致谢

感谢我最好的朋友苏珊·森德（Susan Sunde）给我找了个能让我从事本书创作的地方，我对你的钦佩无以复加。感谢萨夏·泰勒（Sacha Taylor）为我提供驱蚊剂。感谢瑞诗·阿南德（Rishi Anand），安德鲁·莱姆（Andrew Lim），还有睿智的艾拉·莫顿（Ella Morton），没有你们的点拨我已经破产了。还要感谢凯茜娅·恩德斯莱（Kezia Endsley），克里斯·韦伯（Chris Webb），艾莉·斯科特（Ellie Scott），凯瑟琳·派瑞特（Katherine Parrett），以及Wiley出版社每一位让本书得以顺利出版的人。最后，感谢本·罗伯茨，Alice的程序开发者，正是因为他非凡的技术才使得Alice这一软件得以问世。

简体中文版推荐序

在工作之余，我阅读了这本书，很肯定的告诉大家，无论是从App的创意构思还是从App营销推广角度来看，这本书都是这类书中最全面、最精准、最具有指导性的。

当下，移动互联网的应用和应用市场环境快速的裂变求新，App的不断更新迅速地改变了我们的生活，而创造这些App的核心力量就是开发者。现在的开发者有70后的IT精英、80后的热血青年、90后的年轻学生，全球最小的开发者也仅仅只有7岁，无论你是资深的开发者还是有梦想的新进入的开发者，面对iOS和Android这两个庞大的生态链，每一次的决策都决定你产品的未来。

对于一个App来说，产品本身是真正的核心竞争力，从产生创意到打磨创意是每一个App诞生前最先做的，怎么样用心去创造一款产品，怎么样去提高产品的技术壁垒，这本书对于开发者来说能够给予很大的启发和指导。

现今移动互联网行业乱象丛生，泛滥的刷榜现象和抄袭现象以及各种规则的变化，严重阻碍了开发者的App生存道路，为了使自己的App快速脱颖而出，越来越多的开发者选择刷榜这条“捷径”，而这个灰色链条中的刷榜公司也信誓旦旦地提高价格门槛，让很多有心的开发者无从生存。

无论是iOS还是Android平台，面对混乱的生态链，我在这里建议大家从产品初期雏形设计的时候就找准产品的核心价值，同时有效地通过品牌运营以及正确的渠道推广提升App的知名度。

现阶段，虽然我深处Android的生态链当中，但这本书中所讲述的如何打造畅销App的思路不谋而合，相比iOS的生态链，Android市场面对更为严峻的局面，而我带领的机锋网不仅是这个生态链中的重要角色，同时也是这个生态链中的解决者——为开发者建立绿色的通道，提供更有效、更精准的解决方案。

这本书的名称叫做“为iPad而设计：打造畅销App”，是针对开发iPad应用的开发者，iPad和iPhone虽然都是iOS系统，但App的设计思路完全不一样，当你阅读完这本书，你能够找到一些答案，比如iPad并不是大号的iPhone，你应该如何重新思考人体工学，什么样的应用和什么类型的游戏才能完美地在iPad上呈现出来，这本书都能够给你很多收获。

App的设计是App的核心竞争力，App的营销同样是推动核心竞争力发挥的必要手段，无论你是一个iPad App设计团队的领导者，还是一个App原型设计师，或者说你是一个想尝试加入iPad App设计的用户，这本书都将以精准的建议和成功的案例引领你走向成功。

杜昀

机锋网COO

译者序

书店里面关于iOS开发的书籍数不胜数，很多书籍都会从“Hello, world!”开始由浅入深地讲述如何编制一款软件或者游戏，这样的做法从人们发明它以来一直沿用到今天——经典、老套，不过确实有点用。这种教学方法使得开发人员误以为任何平台下软件的开发就是关于SDK的安装、IDE的使用以及对应编程语言的掌握。

果真如此吗？当然不是！就好像你无法在传统的PC机上体验到“镜之边缘”（Mirror's Edge）的酣畅淋漓一样，把俄罗斯方块这样的经典游戏不加任何改变地照搬到iOS或者Android平台上，保证你会被玩家骂得狗血淋头。

iPad是近几年才风靡全球的新玩意儿，关于它的核心用法还在不断被挖掘和探索中，要成为iPad上的开发大赢家，首先就要了解iPad和传统的计算设备有什么不同，如何才能发挥其最大的优势。

应用商店是个值得你为之投入时间和精力的大金库，不过不要被TOP 10上的软件或者游戏所迷惑了，不要以为你可以轻轻松松地就开发出榜上有名的作品。

如何才能想出有创意的游戏或者软件点子？iPad只是个大号iPhone吗？如何让你开发的iPad应用或者游戏顺利通过苹果公司的审查？如何宣传和推销自己开发的iPad应用？初创的小型iOS应用开发工作室需要几个人才合理？程序员如何与美工进行分工与合作……

上面的很多问题可能是你从未想过的，也可能是你百思不得其解但又没有人能告诉你答案。

本书针对上述很多问题都给出了准确的、经过市场和实践检验的回答，本书的原作者是大名鼎鼎的iPad电子图书“Alice for the iPad”的开发者Chris Stevens，这本电子立体书曾经在iPad应用市场中名列榜首，《金融时报》和Gizmodo网站都对这本iPad图书赞誉有加，将其树为“iPad出版物的典范”！

SDK、IDE、Cocoa、Objective-C……这些技术相关的东西我们能从市面上找到大量参考资料，甚至仅仅是通过苹果公司的官方教程，也能掌握开发iOS应用所需要的技术。但是创意、发挥iPad的核心优势、推广……这些非技术的要素才是能够让你的应

用能够在应用商店排行榜上拔得头筹的、甚至变得家喻户晓的不二法门。这些从传统教科书上无法学到的东西，在本书中都有所提及，这也是本书独特的价值所在。

衷心期待中国的开发者有朝一日也能开发出类似“愤怒的小鸟”、“植物大战僵尸”、“割绳子”、“切水果”等令世人瞩目的作品。

在本次翻译中，得到了Daisy、Kankan、Bowlwan等朋友的大力支持和帮助，出版社王峰松等老师的鼓励和支持也是能让我顺利完成翻译的重要原因，在此向他们表示感谢。限于时间和水平，译文中的错误在所难免，欢迎读者来信讨论和指出：
music19@gmail.com。谢谢。

陈勇Chris

2013年5月，于深圳

前言

有一个星期，我坐在沙发上看“奥普拉·温弗瑞秀”（美国著名脱口秀节目The Oprah Winfrey Show），但紧接着的第二个星期，我就到《奥普拉·温弗瑞秀》作客了。正是如此，我们的iPad开发二人组“Atomic Antelope”忽然之间就开始从iPad应用中掘金了。

一年前，如果你悄悄穿越我家花园，趴在窗户上窥视，你会看到这样一幅场景：一个单身汉趴在计算机前，正在与Photoshop和Xcode较真儿。他的想法只有一个：通过开发iPad应用来发家致富。

一个月后，我成为了iPad上最赚钱的儿童图书Alice for the iPad的合作作者。这本书是奥普拉最爱的iPad图书，《金融时报》（The Financial Times）和Gizmodo网站都对这本iPad图书赞誉有加，将其树为“iPad出版物的典范”！我们的iPad应用在伦敦、东京的电视节目风靡起来，并且横扫每个国家的苹果应用商店。Alice for the iPad成了出版行业的大救星，它也是当之无愧的iPad杀手级应用。

现在，我愿意与你分享iPad应用制作的心得体会。

谁适合阅读本书？

想充分发掘iPad令人激动的新特性，并且想把自己有关应用软件（APP）的想法变成现实的人，都特别适合阅读本书。读完本书，就能把应用软件从最原始的草图一路做成iPad应用商店中最畅销的作品。我会教你掌握专业秘诀，让你能在应用淘金热里拔得头筹，进而让你能大



卖（自己开发的）超棒的、有赚头的iPad软件。你将会学到：如何让应用看起来很漂亮，用起来很顺手，还能疯狂大卖。

你可能在想：凭什么要相信我所说的？很简单，冷静审视一下翻过的iPad开发手册就行了。和那些开发手册不同，我有证据能表明我的方法是行之有效的。正是采用本书中的方法，我制作出了iPad上最畅销的童书应用——Alice for the iPad，它正在不计其数的iPad上运行，我因而变得很富裕——富裕得超乎我最疯狂的想象。当然，我不会因此就整天坐在按摩浴缸里向阳台下扔钱玩儿，相反，我会付诸行动，好好利用这些知识：我会把我从iPad应用中掘金的方法告诉你，并告诉你如何让你也能获得这一切。

这本书重在实用的操作步骤，而非空洞的建议。我不会让你去遵循一些模棱两可的规则，也不会跟你说制作成功应用程序的秘诀就是集体头脑风暴——实际上，我认为试图通过集体头脑风暴想出来点子的方式，是很可怕的——这个我们稍后细说。

不管你是一个iPad应用开发团队的负责人，还是一个想要了解成功制作iPad应用方法的开发者，这本书里都有你需要的重要内容。在面对可怕的应用软件提交过程的时候，本书将是你的指路明灯。透过本书，你将了解到iPad是如何打开了一扇独特的机会

窗口，可以让我们利用其技术做出最畅销的应用——这些技术在iPad出现以前，并不存在。

苹果应用商店的竞争异常激烈，你的应用很容易就泥牛入海。要想脱颖而出，需要不断尝试和验证一些方法，这些方法能够让你想出卖点、完善产品理念、规划原型设计、找到程序员和美工，并管理好分工与协作。本书中，我们会一起领略一下iOS（译者注：iOS就是iPhone和iPad的操作系统）上程



程序员能够用来开发出优秀应用的全新代码框架。会学到关于iPad应用的界面设计选择问题，并真正理解为什么iPad和笔记本电脑以及iPhone有着天壤之别。最重要的是，我会提供给你圈内人的意见，从而让你的iPad应用在苹果商店的排行榜上名列前茅，并实现你的终极梦想。

在本书中，我会告诉你为什么当你想开发应用的时候，诸如“我能做出的最棒的iPad应用是什么？”这样的问题并不合适。如果真想赚钱，比较好的问题可以是例如“我要怎么销售这个应用？”。

业余程序员的复兴

我们处于一个令人兴奋的时代。苹果应用商店在很大程度上普及了制作和发布软件的过程，苹果公司让我们回到了车库程序员（个体程序员）在Spectrums（1982年由Sinclair公司生产的一款8位个人电脑）和Commodore 64s（20世纪80年代的家用计算机）上敲写代码的全盛时期。今天，即使只有两三个人的小团队也能开发出最畅销的产品。但是在几年前，独立的软件零售商简直赚不到什么钱，而今这一切正在悄然变革。只需要99美金注册成为开发者，加上一台苹果电脑，你就顺利入围啦。其他还需要的就是：想象力以及来自本书的信息。诚然，有不少评论直言苹果对其应用商店的管控过于苛刻，但另一方面，这种做法让很多程序员很高兴并且收获颇丰。

和其他iPad应用开发的书籍不同，我会在本书中披露iPad应用软件产业中冷酷的事实。苹果应用商店的深沟险壑同样有污浊不堪的情况存在，也许你会对自己在本书中的发现感到不适，但是请握住我的手，让我们一起前行。



提示

本书不过是个开始。iPad应用软件的市场在不断变革。基本上每天都能找到一些由独立工作室为掘金开发出来的新奇而又令人兴奋的应用。要与最新的iPad应用信息动态保持同步，请访问本书的官方博客：www.appsthat sell.com，或者在Twitter上关注我：@AppsThatSell。

目 录

第1部分 了解iPad

第1章 拥抱新模式	3
快速回顾用户界面设计史	3
为什么iPad不是放大版的iPhone	5
更多填充空间	6
采用不同的方式提交应用	7
价格优势	7
充分利用大尺寸触摸屏	8
探索360度的旋转	8
记住：人手不是鼠标	16
让iPhone程序适用于iPad	17
缩放规则	18
重新思考人体工学	19
挖掘休闲计算应用	20
发现新用途	21
第2章 进入iPad应用市场	23
赚钱	23
了解客户	25
尊重用户	26
注重市场竞争	29
大胆创意	32

让媒体报道自己的应用	34
特殊节假日	35
新电影上映时	35
激发讨论	36
第3章 获取灵感	39
抓住iPad的核心用法	39
将iPad作为视频娱乐设备	41
想象iPad上的游戏	47
将iPad用于教育的可能性	60
用iPad进行内容创作	64
用iPad发布报纸和杂志	73
iPad上的图书	78

第2部分 规划杀手级应用

第4章 与客户合作	83
阐释iPad应用的计划	84
向客户推销iPad应用的想法	85
改造现有的Flash应用	86
就设计达成一致	87
关于利润分配	88
第5章 开发独立的iPad应用	91
在团队中做设计	91
分工合作	92
全球化协作	92
自我激励	93
与iPad社区保持联系	94
第6章 苹果开发者的生活	95

跟苹果公司沟通	96
小团队模式	97
理解苹果	97
苹果公司想要什么	99
学着接受苹果公司的沉默	100
第7章 组织工作流程	101
规划应用软件	102
与设计师和程序员协作	102
用草图沟通iPad应用软件的设计	103
用Google Docs做项目协同	104
良好的工作实践	105

第3部分 针对触摸屏界面进行设计

第8章 让用户感到愉悦	109
理解iPad的优势	109
不要害怕精简应用软件	111
关于软件功能上的谬误	112
为手指设计	113
手指能直接进行操作	113
手指速度更快	114
总有手指可用	115
探索全新的符号学	121
iPad上的排版	124
理解iPad的人体工学	127
原型的重要性	138
做决定而不要仅提供选择	141
用户永远都是对的	152
关注细节就是全部	154