

ZCOOL 站酷  
站酷力荐图书

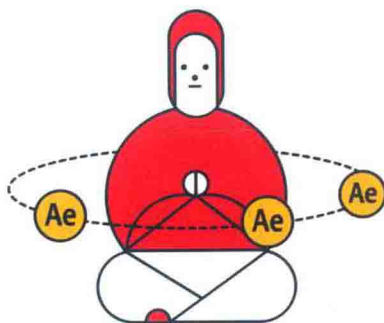
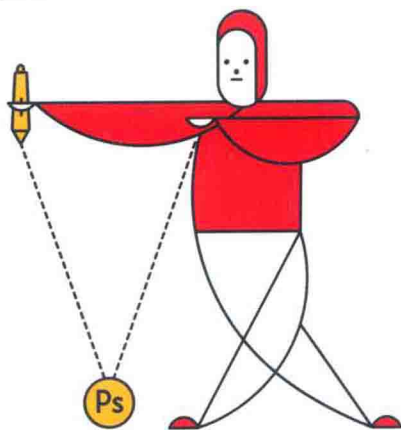
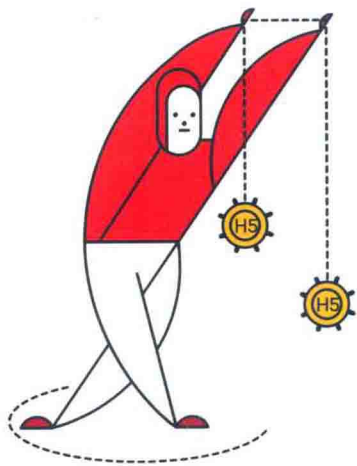
# H5 匠人手册

## 霸屏H5实战解密

Secret of H5

1xD, UI and Motion Design

网易传媒  
设计中心 著

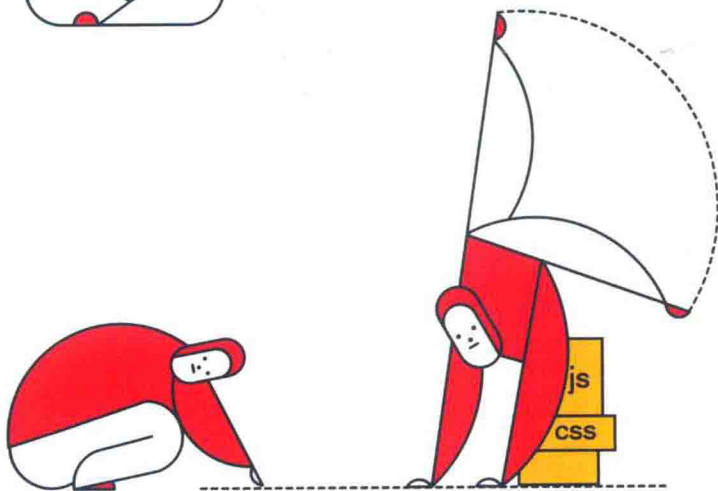


NetEase

Media

Design Center

清华大学出版社



网易传媒  
设计中心 著

# H5 匠人手册

霸屏H5实战解密

Secret of H5

IxD, UI and Motion Design

清华大学出版社  
北京

## 内 容 简 介

这是一本关于H5设计方法和设计流程的书,作者为近年来佳作频出的网易传媒设计中心,其代表作品有《娱乐圈画传》《里约小人大冒险》《我是一只快乐的羊驼》《滑向童年》等。

本书通过交互、视觉和动效三部分内容,从产品策划、用户心理、交互手段、视觉渲染、动效运用、移动界面设计常识等方面进行系统论述,通过理论讲解和案例分析,详细介绍了提升H5设计质量的方法和一些实用性强的手段,帮助读者建立起一个更加完整的H5设计思维体系。

本书适合从事H5相关工作的交互设计师、视觉设计师、动效设计师阅读,也可供致力于H5设计的初学者和爱好者参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

### 图书在版编目(CIP)数据

H5匠人手册:霸屏H5实战解密 / 网易传媒设计中心著. — 北京:清华大学出版社, 2018  
ISBN 978-7-302-50298-2

I. ①H… II. ①网… III. ①超文本标记语言—程序设计 IV. ①TP312.8

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第112036号

责任编辑:张敏

封面设计:肖鑫灵 景安然

责任校对:胡伟民

责任印制:沈露

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦A座 邮 编: 100084

社总机: 010-62770175 邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, [c-service@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

质 量 反 馈: 010-62772015, [zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

印 装 者: 小森印刷(北京)有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 170mm×230mm 印 张: 15 字 数: 260千字

版 次: 2018年8月第1版 印 次: 2018年8月第1次印刷

印 数: 1~5000

定 价: 89.90元

# 推荐序

文 | IXDC&美啊教育创始人，国际体验设计大会主席 胡晓

收到徐琳琳的写序邀请正值 IXDC 2018 国际体验设计大会开启中，回想 2017 年大会现场，徐琳琳携网易传媒设计中心的优秀设计师们一起，带来了精彩的工作坊——霸占社交媒体的 H5 是如何诞生的。当时她还身怀六甲，专业的分享与敬业的设计精神令人为之敬佩。待看过这本书后，我更是深感同为设计者，我们致力于为用户体验行业、为提升设计师技能水平做出努力与贡献的赤诚之心。

随着移动互联网的迅猛发展，在移动社交媒体爆棚的时代，H5 已然是最重要的品牌、产品传播手段之一。H5 的独特形态，让其在资讯传播、用户互动、信息可视化上都可以充分契合企业的诉求，帮助企业与用户建立情感共鸣，逐步加深用户对企业自身品牌和产品的认知，从而让品牌脱颖而出。这也是企业与品牌热衷 H5 的重要原因。

然而，真正有创新体验的 H5 却很少，市面上充斥的更多的则是套用模板、快成品的页面，产生出的 H5 页面架构几乎千篇一律，设计风格单调乏味，无法成为爆品，也无法达到真正宣传企业与品牌的目的。

网易传媒设计中心的设计师们，归纳总结了一套行之有效的 H5 设计方法，从产品策划、用户心理、交互手段、视觉渲染、动效运用、移动界面设计常识等方面系统论述讲解，通过理论和案例分析，详细介绍了提升 H5 设计质量的方法以及一些实用性强的手段，帮助大家建立一个更加完整的 H5 设计思维体系。书中有大量的实战案例，活灵活现地向大家介绍方法与原则。可以说，从这本书中学到的不仅仅是技能，更是设计思维。

很欣慰有这样一本优秀的设计书籍，能够帮助设计从业者、爱好者们提升思维与能力，创造、输出更优秀的产品，让时代更加美好，让设计师们实现更大的价值。

# 友情推荐

网易传媒设计中心的 H5 营销在业界是顶级水准，出品过《娱乐圈画传》《里约小人大冒险》《滑向童年》《纪念哈利·波特 20 周年》等刷爆朋友圈的力作。这本包含团队的五维评价体系、交互流程剖析的 H5 匠人手册，首次全面解密了霸屏 H5 作品背后创作团队的思考和实现方法，并且结合真实案例，详细介绍了常用的交互手段、视觉技巧和动效技术。认真按作者给出的思路去赏析每一个作品，你也可以设计出霸屏级的 H5。

纪晓亮

站酷 CCO/ 主编

现如今，一款优秀的 H5 比一篇好文章更容易在全网刷屏，例如这段时间的“前世青年照”和“第一届文物戏精大会”，都轻松获得千万级流量。是否能制作 H5，也成了很多公司考核设计师的标准之一。本书正是为此而来，从 H5 的交互流程到视觉套路，从动效解密到案例剖析，全面、系统的知识梳理，能帮你完整掌握 H5 的设计方法。

程远

优设网主编

“所有说不清楚的问题都是因为缺乏维度”，《H5 匠人手册》从用户心流的起源、用户行为的引导、故事框架的构建、视觉吸引力的打造，到最后技术落地的实现，一步步拆分出维度与方法，深入浅出地为读者提供一本学习与工作的宝典。

遥远

小牛电动体验设计总监

每一支 H5 的霸屏都不是偶然的。无论是创意的巧妙，还是视觉的惊艳、文案的走心，还是交互的多变，总有一个点能影响到你，并使你自愿参与后分享出去。网易的 H5 解密，其实是在用科学的方法解析霸屏 H5 的生产过程，从形式到内容，从理论到实践，从现象到本质，从场景到人性，条分缕析，层层推进，用匠人精神给用户创造不期而遇的偶然。每一个 H5 从业者都值得一看。

付立群

“H5 案例分享”（[h5anli.com](http://h5anli.com)）平台负责人、北京简豆科技有限公司创始人

在 H5 这个领域，真正缺的不是技术、不是设计，也不是创意，而是缺乏那些能够沉淀下来的内容，很多从业者甚至直到现在都没能搞清楚，H5 究竟为何物？H5 究竟能做什么？H5 又究竟有怎样的潜力？所以说，很高兴能看到《H5 匠人手册》的顺利出版，这本书让这个领域又多了一份实实在在的内容。

小呆

互联网媒体人、《H5+ 移动营销设计宝典》作者

# 前言

文 | 网易传媒设计中心总监 陈俊杰

## 行业背景

以 PC 为载体的门户网站时代渐行渐远，所幸网易传媒在移动端的布局较早，与被迫转型的友商相比略显从容。但作为业务部门的我们所面临的转型压力丝毫未减，设备终端、用户使用场景、交互手段乃至用户群体的突变，要求我们在业务形态上也应当有快速的转变。

在传统 PC 时代，我们的业务主形态是各种趋于杂志化的专题，这种近乎纸媒的传播形态移植到移动端显然不合时宜。2014 年 10 月 28 日，W3C 的 HTML 工作组正式发布了 HTML5 的正式推荐标准（W3C Recommendation），HTML5 标准的确立让音视频脱离了播放器和插件的束缚，在 Web 中的呈现更加便捷。而在 PC 时代，低版本浏览器在很长一段时间都占据着较高的市场份额，Web 形态受制于浏览器性能、标准、兼容性等综合因素，因此形态相对单一、简单。移动时代虽然也存在类似问题，但用户终端的迭代速度与技术性能的提升步调相对一致，让更多的交互和用户体验形态成为可能。于是 H5 这种移动传播形态在设备转换和技术革新的双重催化下，应运而生。

## 成书历程

网易传媒设计中心于 2015 年开始 H5 业务的设计工作，在积累了大量的案例经验之后，我们于 2016 年底，面向全公司的设计和编辑做了名为“如何做一个涨工资的 H5”的系列培训，协同编辑、技术团队一起，从策划、交互、视觉、动效、前端 5 个关键环节设计了主题化课程，在内部取得了不错的反响。2017 年 6 月，我们在 IXDC 国际体验设计大会上做了“霸占社交媒体的 H5 是如何诞生的”工作坊，从设计角度，全面、系统地讲解了 H5 的交互方法，视觉设计思路、表现手法，动效

的基础知识、作用和工具运用，吸引了众多设计师参与其中。我们的授课内容有幸被清华大学出版社关注，并且我们的内容价值也得到了充分的认可，于是有了这本《H5 匠人手册：霸屏 H5 实战解密》的诞生。

“他们心存理想，不是简单迎合或玩弄市场，而是根据自己的独特审美和专注精神进行创新、创作，给市场带来许多影响力深远的产品和作品。”

这是网易集团的董事长兼 CEO 丁磊对匠人精神的解释。匠人精神既是消费升级品牌创新的大时代要求，也是网易旗下各产品线一直标榜的核心理念，代表着我们对作品精益求精的追求，我们也希望读者能从这本书中获益，以匠人精神要求自己，成为一名优秀的复合型设计师。

在阅读本书之前，希望您能了解以下几个问题：Why、Who、What、How。

## Why——我们为什么要做 H5

这是由移动传播特性决定的。纸媒时代，用户角色是单纯的读者，具有信息传播单向、被动接受、近乎零互动等特点。PC 时代，用户可以通过跟帖等形式与媒体进行简单互动。进入移动时代，微博、微信等社交媒体让用户从单一的读者变成读者兼传播者，甚至是内容生产者，移动终端的便携性和移动网络的普及也彻底解放了 PC 终端的桌面束缚。媒体传播形态也由单向传播变成了社交化传播。

H5 将图片、文字、视频、音频与交互、游戏化、用户 URC 等多种媒体形态完美融合，与 App 相比，基于 Web 的产品形态决定了 H5 社交传播的可能性，具有强互动、可监测、跨平台、易传播等优势，所以 H5 在 2 年时间内迅速得到互联网用户、商家及业界的广泛认可，爆款 H5 对媒体品牌价值、商家产品调性都有很大的提升，于是无论是网络媒体还是移动广告都对这种形式趋之若鹜。

## Who——用户是谁

H5 以媒体渠道实现冷启动，在社交网络产生流量分发，最终达到爆发效应。以网易新闻为例，核心型用户为 70 后至 85 后，成长型用户为 85 后至 95 后，潜力



型用户为 95 后至 00 后，我们的 H5 目标受众为 85 后至 00 后的成长型和潜力型用户群体。在社交渠道，根据微信的相关报告显示，60% 的微信用户是年轻人（15~29 岁），每个年轻人平均有 128 个好友。所以，吸引这部分人的注意，并让其产生主动传播欲望，就能在社交网络产生蝴蝶效应，引发爆款的产生。

## What——优质 H5 的评判标准

一个成功的 H5 需要具备以下特质：主题具备一定的传播性，能够触及当下热点，用户在看到标题后有点击欲，信息传播上及时有效，能激发用户的想象力；视觉层面有表现力、有张力，移动环境下的浏览习惯具有碎片化、目的性不强等特点，视觉感知往往是吸引用户停留的首要因素；产品形态及交互体验上有创新点，简单易用，用户能快速理解交互逻辑，顺畅完整地全部交互过程，并且通过交互产生与用户关联的个性化信息。以上三点最终形成用户精神体验上的获得感、愉悦感，产生情感共鸣，进而形成社交分享意愿。

H5 的成功标准可归纳为三个逐层递进的层级：第一层级，信息传播准确有效到达、交互顺畅舒适；第二层级，用户的参与感强，分享意愿强；第三层级，能够引发用户情感共鸣，提升产品的品牌调性。

## How——怎么做一个 H5

这是本书要为大家解决的核心问题，我们会从产品策划、用户心理、交互手段、视觉渲染、动效运用、移动界面设计常识等方面来系统论述讲解，通过理论和案例分析详细介绍提升 H5 设计质量的方法和一些实用性强的手段，同时帮助大家建立一个更加完整的 H5 设计思维体系。

第 2 章在策划部分重点讲解如何利用“心流理论”控制阅读节奏和如何利用“Hook 理论”控制交互节奏，引导用户完成整个浏览及操作，并从心理学和设计学的理论角度共同论述交互框架的分类和选取、核心任务的提炼、合适交互模式的选取、常用的 H5 交互规范、移动交互原则、需要关注的核心问题、如何引导用户分享回流等。

在梳理完 H5 的工作流程、逻辑和框架后，在具体交互层面，我们讲解了产出的要求、细节的完善、需要避免的常见错误。

第 3 章结合实例从创意的视觉表现出发，讨论视觉设计师应该如何进行有目的的创意，总结分析了当下流行的几类 H5 视觉表现方式的优点，以及在使用这几类表现手法时要规避的地方和要注意的一些问题。此外，还根据 H5 的内容形式进行分类，对纯信息展示、游戏互动两类 H5 的视觉表现方法进行了分析，重点介绍了小游戏以及插画这两类 H5 的视觉套路。

第 4 章解释了动效和动画的相同点和不同点，以及动效在 H5 中的加载、转场、视觉引导、操作反馈等核心作用，并结合案例对动效的基本运动法则进行讲解。

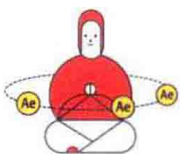
本书将结合网易传媒设计中心以及其他友商制作的一些 H5 案例，总结成功或失败的经验，并由此归纳一套行之有效的流程方法，分享给读者，希望能对读者起到帮助。最后对本书的合作作者表示感谢：徐琳琳、李唯、马然、张天雨参与了第 1 章和第 2 章的编写；陈德进、谢斐、王彦淇、李志、张议文参与了第 3 章的编写；王锐、孟帅、沈号参与了第 4 章的编写。

# 目录



## 第1章 铺垫

- 1.1 H5的前身今世 ... 2
  - 1.1.1 H5是什么 ... 2
  - 1.1.2 H5的阶段性发展 ... 3
  - 1.1.3 我们为什么做 H5 ... 6
- 1.2 怎样的 H5 才是好的 H5 ... 8
  - 1.2.1 情感共鸣 直击内心 ... 8
  - 1.2.2 构思新奇 有想象力 ... 10
  - 1.2.3 交互炫酷 有表现力 ... 13
  - 1.2.4 技术创新 新鲜有趣 ... 14
  - 1.2.5 加入鼓励 动力十足 ... 15
  - 1.2.6 反客为主 促进回流 ... 16

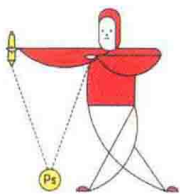


## 第2章 H5 交互流程剖析

- 2.1 一个 H5 策划的开始，源于好的沟通 ... 21
  - 2.1.1 邀请参与者开会 ... 21
  - 2.1.2 明确项目背景 ... 22
  - 2.1.3 策划常见问题 ... 22

<b>2.2 策划评估 1: 动机——是否能在短时间内吸引用户注意力并完成阅读 ...</b>	<b>25</b>
2.2.1 利用心流理论控制节奏 ...	25
2.2.2 利用 Hook 理论引导用户 ...	32
<b>2.3 策划评估 2: 框架——展现形式是否符合策划主题 ...</b>	<b>42</b>
2.3.1 展示型 ...	43
2.3.2 引导型 ...	48
2.3.3 操作型 ...	51
<b>2.4 策划评估 3: 任务——是否提炼出核心任务 ...</b>	<b>58</b>
<b>2.5 策划评估 4: 交互——交互方式与策划是否匹配 ...</b>	<b>60</b>
<b>2.6 策划评估 5: 原则——是否符合移动端的交互原则 ...</b>	<b>62</b>
2.6.1 简化层级, 结构扁平化 ...	62
2.6.2 降低阅读门槛, 减少认知成本 ...	65
2.6.3 H5 要注意分享属性 ...	68
2.6.4 一定要注意额外规范 ...	72
<b>2.7 产出 1: 界面落实 ...</b>	<b>76</b>
2.7.1 快 ...	76
2.7.2 细 ...	78
<b>2.8 产出 2: 完善细节 ...</b>	<b>79</b>
2.8.1 关于分享控件与回流入口 ...	79
2.8.2 文案配合专题 ...	80
2.8.3 适当的提示 ...	80
2.8.4 H5 的返回设置 ...	82

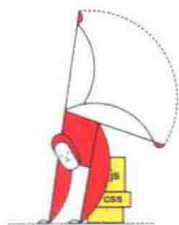
- 2.8.5 H5 的分段设置 ... 82
- 2.8.6 增加彩蛋 ... 83
- 2.9 产出 3：沟通跟进，绕坑而行 ... 85**
  - 2.9.1 加载与控制文件大小 ... 85
  - 2.9.2 避免手势冲突 ... 91
  - 2.9.3 输入框 ... 91
  - 2.9.4 播放器 ... 92
  - 2.9.5 手机适配（iPhone X） ... 93
  - 2.9.6 其他设备端打开 H5 ... 94
  - 2.9.7 微信诱导分享 ... 94
- 2.10 产出 4：测试上线与数据监测 ... 97**
- 2.11 常用交互手段 ... 98**
  - 2.11.1 结合手势激发 H5 亮点 ... 98
  - 2.11.2 利用好硬件给 H5 添彩 ... 101
  - 2.11.3 新科技引领新体验 ... 103



## 第 3 章 H5 视觉套路

- 3.1 制作一个 H5，视觉设计师要做什么 ... 110
- 3.2 创意的视觉表现 ... 111
  - 3.2.1 要有目的的创意 ... 111
  - 3.2.2 创意形式千千万 ... 112
  - 3.2.3 没有灵感？没关系 ... 125
- 3.3 执行——手头功夫很重要 ... 130

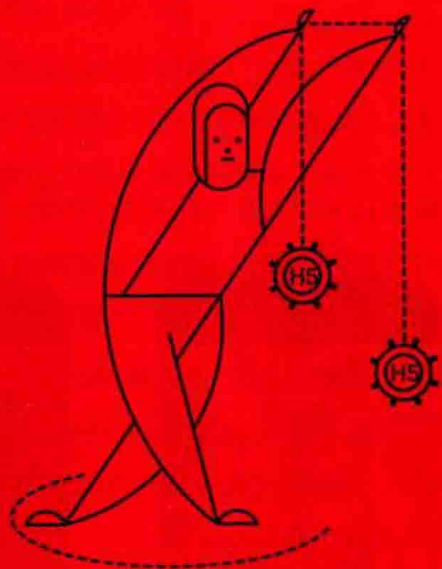
- 3.3.1 要展示的信息量大怎么办 ... 130
- 3.3.2 怎么搞定 H5 小游戏 ... 135
- 3.4 万能的插画 ... 152**
  - 3.4.1 做到表里如一 ... 152
  - 3.4.2 形式很重要 ... 154
  - 3.4.3 制造氛围 ... 156
  - 3.4.4 案例赏析 1 ... 158
  - 3.4.5 案例赏析 2 ... 161



## 第 4 章 H5 动效解密

- 4.1 何为动效 ... 166**
  - 4.1.1 动画与动效 ... 166
  - 4.1.2 MG 动画与动效 ... 169
  - 4.1.3 交互与动效 ... 171
- 4.2 为何 H5 “无动效不欢” ... 173**
  - 4.2.1 有趣加载治百病 ... 173
  - 4.2.2 丝滑柔顺的转场 ... 175
  - 4.2.3 一眼就看懂的引导 ... 178
  - 4.2.4 反馈动效很有必要 ... 180
  - 4.2.5 让人惊喜的动态视觉 ... 181
  - 4.2.6 动画的魅力 ... 183
- 4.3 H5 必备的运动法则 ... 188**
  - 4.3.1 基本运动规律 ... 188
  - 4.3.2 贝塞尔曲线那点事儿 ... 191

4.3.3	不可忽视的反馈与夸张 ...	195
4.3.4	情绪的重要性 ...	199
4.3.5	空间感 ...	203
4.3.6	节奏 ...	205
<b>4.4</b>	<b>H5 与电影 ...</b>	<b>209</b>
<b>4.5</b>	<b>案例解析 ...</b>	<b>212</b>
4.5.1	《里约小人大冒险》 ...	212
4.5.2	《2016 请回答》 ...	215
4.5.3	《滑向童年》 ...	217
4.5.4	《纪念哈利·波特 20 周年》 ...	221
	<b>参考资料及延伸阅读 ...</b>	<b>223</b>



## 第 1 章 铺垫

本章主要讲述 H5 的一些基础概念以及给大家总结一下优秀的 H5 都具备哪些特点，让大家对 H5 有个基本的了解和认识。



## 1.1 H5 的前身今世

### 1.1.1 H5是什么

H5 是由 HTML5 简化而来的词汇，广义上是指第 5 代 HTML，HTML 是超文本置标语言的英文缩写，我们上网所看到的网页多是由 HTML 写成。浏览器通过解码 HTML，就可以把网页内容显示出来，我们就看到了想看的内容。

H5 最显著的优势在于跨平台性（图 1-1）。它兼容 PC 端与移动端、Windows 与 Linux、安卓与 iOS。它可以轻松地移植到各种不同的开放平台、应用平台上，打破各自为政的局面。这种强大的兼容性可以显著地降低开发与运营成本，可以让企业特别是创业者获得更多的发展机遇。

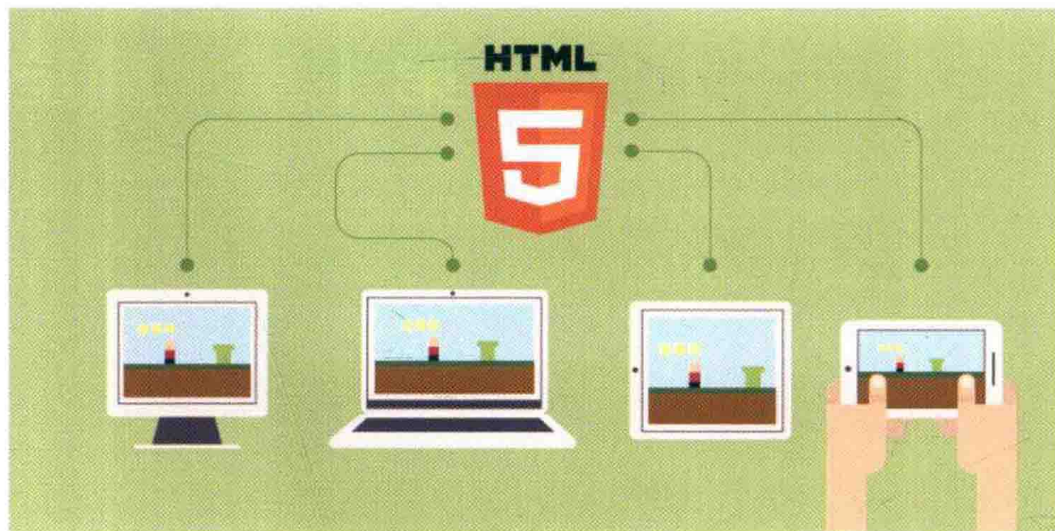


图 1-1 H5 的优势

此外，H5 的本地存储特性也给使用者带来了很多便利。基于 H5 开发的轻应用比本地 App 拥有更短的启动时间和更快的联网速度，而且无需下载占用存储空间，特别适合手机等