

新媒体设计系列

New Media Design

什么是用户体验？用户究竟在乎什么样的使用体验？
用户体验是心理需求还是功能需求？

以清晰、有条理的语言和生动翔实的案例
系统介绍网站的用户体验设计

从用户体验相关理论和设计基础开始，逐步讲解用户体验设计要素、视觉体验、
交互体验、内容体验、情感体验以及移动端用户体验

用户体验 设计

李万军 / 主编



中国工信出版集团



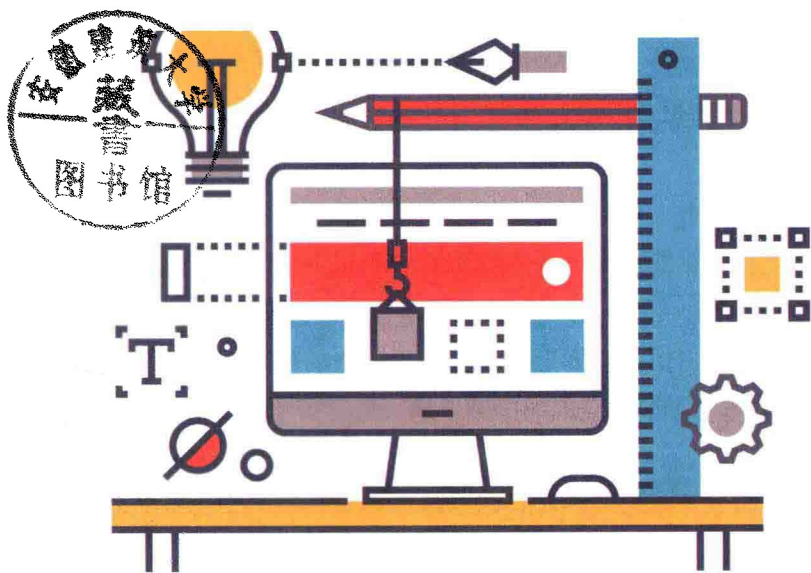
人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

新媒体设计系列

New Media Design

用户体验 设计

李万军 / 主编



人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

用户体验设计 / 李万军主编. -- 北京 : 人民邮电出版社, 2018. 8
ISBN 978-7-115-48161-0

I. ①用… II. ①李… III. ①人-机系统—系统设计
IV. ①TP11

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第056777号

内 容 提 要

网站彻底改变了传统媒体的艺术创作及传播模式,将用户作为参与主体引入到网络艺术的创作和传播过程中,从而使网站设计在考虑传统美学特征和传播特点的同时,还符合用户的心理感受,即用户体验。

本书针对网站用户体验的概念和设计要点进行了深入的介绍和分析。全书共分为7章,从用户体验相关理论和设计基础开始,逐步讲解了用户体验设计基础、用户体验设计要素、视觉体验要素、交互体验要素、内容体验要素、情感体验要素以及移动端用户体验等专业知识。知识点的讲解与商业案例分析相结合的方式使读者能够更轻松的理解和应用相关知识,培养读者在网站用户体验设计方面分析问题和解决问题的能力。

本书结构清晰、内容翔实、文字阐述通俗易懂,与案例分析结合进行讲解,具有很强的实用性,是一本用户体验设计的学习宝典。

本书适合网页设计爱好者以及网页设计相关从业人员阅读,也可以作为设计专业学习者的参考用书。通过对本书的学习,读者可以有效提高所设计网站的用户体验。

-
- ◆ 主 编 李万军
责任编辑 刘 博
责任印制 沈 蓉 彭志环
 - ◆ 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: 14.5 2018年8月第1版
字数: 379千字 2018年8月北京第1次印刷
-

定价: 79.80 元

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

反盗版热线: (010)81055315

前言

什么是用户体验？用户究竟在乎什么样的使用体验？用户体验是心理需求还是功能需求？这些问题一定困扰着很多网站设计人员。网站用户体验是指用户在访问网站时享受网站提供的各种服务的过程中建立起来的心理感受。一个好的网站除了内容精彩、定位准确以外，还要方便用户浏览，使用户可以方便快速地在网站中找到自己感兴趣的内容。

本书针对网站设计中的用户体验细节要素进行了全面的详细分析和介绍，并通过案例分析使读者更容易理解。

本书内容安排

本书在借鉴国内外交互设计和用户体验的前沿理念和实践成果的基础上，对用户体验设计进行了全面而详细的介绍。作为专业人才培养教材，本书力图以清晰的、有条理的语言和生动翔实的案例向读者系统地介绍网站的用户体验设计。本书的主要内容如下。

第1章 用户体验设计基础。本章介绍了有关用户体验的相关基础知识，包括什么是用户体验，用户体验的范畴、特点，以及网站与用户体验的关系和用户体验的设计原则等相关内容，使读者对用户体验有一个全面、清晰的认知。

第2章 用户体验设计要素。本章详细地介绍了用户体验要素的5个层面，并且分别对这5大层面中的相关要素以及设计重点进行了分析讲解，使读者对用户体验设计的细节能够了然于胸；同时提醒读者在设计过程中要注意这些用户体验细节的处理。

第3章 视觉体验要素。视觉体验是呈现给用户视听上的体验，强调的是用户使用网站的舒适性。本章详细介绍影响用户视觉体验的相关要素，包括网站的图标、导航、布局、风格等多方面，使读者能够掌握不同元素的设计方法和技巧。

第4章 交互体验要素。交互体验是呈现给用户操作上的体验，强调网站的可用性和易用性。本章详细介绍影响用户交互体验的相关要素，以及如何对这些交互要素进行设计处理，这些方面的交互体验设计可提升网站的易用性。

第5章 内容体验要素。内容体验从某种意义上来说与视觉体验有点相似，但是并不完全相同。内容体验强调的是如何使网站内容的层次更加清晰、明确，如何使用户在浏览网站的过程中感觉更加流畅，强调的是如何使网站中的内容更加具有吸引力。

第6章 情感体验要素。情感体验是偏向于呈现给用户心理上的体验，强调网站的友

好度问题。本章向读者详细介绍影响用户情感体验的相关要素，包括心流体验、沉浸感、情感化设计、色彩情感等多个方面的内容。情感化体验要素的设计使网站能够真正打动用户的心。

第7章 移动端用户体验。随着移动互联网的兴起，智能移动设备已经成为人们日常生活中不可或缺的产品，移动设备的用户界面及体验得到用户越来越多的关注。本章全面介绍了有关移动端用户体验设计的相关知识，从而提升移动端应用界面的用户体验。

本书特点

本书内容丰富、通俗易懂、实用性很强，几乎涵盖了网站用户体验设计的方方面面。本书全部章节均围绕网站用户体验设计的主题进行展开，并结合案例的分析讲解，使读者能够更加容易理解，在了解用户体验设计基础的同时，能够综合运用所学内容，实用性很强。

本书适合正准备学习或者正在学习网站设计的初中级读者，本书充分考虑到初学者可能遇到的困难，讲解全面深入，结构安排循序渐进，使读者在掌握了知识要点后能够有效总结，并通过实例分析巩固所学知识，提高学习效率。

本书作者

本书由李万军主编，另外张晓景、李晓斌、解晓丽、孙慧、程雪翩、刘明秀、陈燕、胡丹丹、杨越、陶玛丽、张玲玲、王状、赵建新、胡振翔、张农海、聂亚静、曹梦珂、林学远、项辉、张陈等也为本书的编写提供了各种帮助。书中难免有错误和疏漏之处，希望广大读者朋友指正。

编者

目 录

第 1 章 用户体验设计基础

1.1 关于用户体验设计..... 2

1.1.1 用户体验概述..... 2

1.1.2 用户体验设计的发展..... 2

1.1.3 用户体验设计相关术语..... 3

1.2 网站与用户体验设计..... 3

1.2.1 网站结构..... 3

1.2.2 网站页面的构成元素..... 4

1.2.3 网站页面的视觉层次..... 6

1.2.4 基于用户体验的网站设计
原则..... 10

1.3 用户体验设计范畴 及其特点..... 13

1.3.1 6 种基础体验..... 13

1.3.2 用户体验设计范畴..... 15

1.3.3 用户体验设计特点..... 16

1.3.4 用户体验设计的 5 个
着手点..... 17

1.4 用户体验设计的原则..... 18

1.4.1 快速引导用户找到需要
的内容..... 18

1.4.2 设置期望并提供反馈..... 20

1.4.3 基于人类工程学设计..... 21

1.4.4 页面设计的一致性..... 21

1.4.5 及时提供错误提示..... 21

1.4.6 帮助用户记忆..... 22

1.4.7 考虑用户的操作水平..... 22

1.4.8 为用户提供实用的帮助..... 22

1.5 用户体验设计的一般 流程..... 23

1.6 本章小结..... 24

第 2 章 用户体验设计要素

2.1 用户体验分类..... 26

2.1.1 信息架构..... 26

2.1.2 交互设计..... 30

2.1.3 视觉形象设计..... 31

2.2 用户体验的要素模型..... 32

2.2.1 用户体验的 5 个层面..... 33

2.2.2 用户体验要素模型..... 35

2.3 战略层..... 36

2.3.1 确定产品定位..... 36

2.3.2 了解用户需求..... 37

2.4 范围层..... 37

2.4.1 获得需求..... 38

2.4.2 对需求进行分析筛选..... 38

2.4.3 确定需求优先级..... 39

2.5 结构层..... 39

2.5.1 交互设计..... 39

2.5.2 信息架构..... 40

2.6 框架层..... 41

2.6.1 界面设计..... 41

2.6.2 导航设计..... 41

2.6.3 信息设计..... 42

2.6.4 线框图..... 43

2.6.5 实战分析: 设计企业宣传
网站页面..... 44

2.7 表现层..... 46

2.7.1 评估网站的视觉设计..... 46

2.7.2 对比..... 47

2.7.3 一致性 47

2.7.4 配色方案 48

2.7.5 字体选择 49

2.7.6 实战分析：设计运动服饰
促销页面 50

2.8 本章小结..... 52

3.6.1 符合用户的浏览习惯 76

3.6.2 常见的网页布局形式 76

3.6.3 网页布局的要点 80

3.6.4 实战分析：设计儿童网站... 81

3.7 网站常见的设计风格..... 83

3.8 本章小结..... 87

第3章 视觉体验要素

3.1 网站图标..... 54

3.1.1 图标的应用 54

3.1.2 图标的设计原则 55

3.2 网站 Logo 56

3.2.1 网站常见 Logo 表现形式 ... 57

3.2.2 设计网站 Logo 的一般
流程 58

3.3 网站导航..... 60

3.3.1 网站导航的作用 60

3.3.2 网站中常见的导航形式 61

3.3.3 交互导航的优势与劣势 63

3.4 网站广告..... 64

3.4.1 网站常见广告形式 64

3.4.2 广告应该放置在页面中
哪些位置 66

3.4.3 需要什么样式的广告 67

3.4.4 做网页广告需要注意的
问题 68

3.5 多媒体元素..... 69

3.5.1 网页动画的应用类型 69

3.5.2 网页动画的用户体验
原则 71

3.5.3 音频元素的应用 72

3.5.4 视频元素的应用 73

3.5.5 实战分析：设计网店促销
活动页面 73

3.6 网站页面的布局..... 75

第4章 交互体验要素

4.1 可用性设计..... 89

4.1.1 什么是可用性 89

4.1.2 可用性的表现 89

4.2 表单的交互体验设计..... 90

4.2.1 表单设计元素 90

4.2.2 登录表单细节 90

4.2.3 注册表单细节 93

4.2.4 登录 / 注册页面需要注意
的常见问题 94

4.2.5 提交表单按钮的视觉层次... 97

4.2.6 提高表单可用性 98

4.2.7 实战分析：设计简约登录
页面 101

4.3 网站搜索的交互体验设计... 103

4.3.1 创建完美的搜索功能 103

4.3.2 用户需求的起点——搜索
入口 103

4.3.3 满足用户潜在需求——搜索
提示 105

4.3.4 用户操作便捷化与简洁化——
搜索过程 108

4.3.5 用户的终极目标——搜索
结果 109

4.4 文字交互体验设计..... 109

4.4.1 关于文字交互 110

4.4.2 常见文字交互方式 110

4.4.3 超链接文字交互 112

4.5 按钮交互体验设计.....	113	5.3.2 网页文字使用规范.....	141
4.5.1 网页按钮的功能与表现...	113	5.3.3 最佳易读性规范.....	142
4.5.2 关于幽灵按钮.....	114	5.3.4 在文字排版中应用设计	
4.5.3 如何设计出色的交互		4 原则.....	144
按钮.....	115	5.4 图片排版技巧.....	146
4.5.4 实战分析:设计手机宣传		5.4.1 图片展示方式.....	147
网站.....	119	5.4.2 图片展示技巧.....	149
4.6 网站页面中其他交互体验		5.5 网站内容编排技巧.....	150
细节.....	121	5.5.1 突出文章标题.....	151
4.6.1 在线咨询.....	121	5.5.2 合理使用导读.....	151
4.6.2 意见反馈.....	123	5.5.3 使用数字加深用户印象...	152
4.6.3 面包屑路径.....	124	5.5.4 图文并茂的表现技巧.....	152
4.6.4 页面刷新.....	126	5.5.5 网站内容编写的其他	
4.7 本章小结.....	127	技巧.....	153
第5章 内容体验要素		5.5.6 实战分析:设计手机促销	
5.1 网站结构与栏目规划.....	129	页面.....	154
5.1.1 网站结构对用户体验的		5.6 本章小结.....	156
影响.....	129	第6章 情感体验要素	
5.1.2 网站的物理结构与逻辑		6.1 用户认知心理.....	158
结构.....	129	6.1.1 设计心理学.....	158
5.1.3 常规网站栏目设置存在的		6.1.2 基于设计心理学的原则...	160
问题.....	131	6.2 心流体验.....	163
5.1.4 如何设置“诱惑”的网站		6.2.1 什么是心流体验.....	163
栏目.....	132	6.2.2 两种不同的心流体验	
5.2 网站内容.....	134	类型.....	164
5.2.1 内容分类名称简单明了...	134	6.2.3 心流体验设计方法.....	164
5.2.2 不同类型网站的内容		6.2.4 用户体验的经验设计.....	168
分类.....	134	6.3 沉浸感设计.....	168
5.2.3 网站内容的丰富性和		6.3.1 什么是沉浸感.....	168
原创性.....	135	6.3.2 沉浸感设计原则.....	169
5.2.4 网站内容的更新.....	136	6.3.3 沉浸感在游戏网站中的	
5.3 文字内容排版.....	138	应用.....	171
5.3.1 网页文字的5个重要		6.3.4 实战分析:设计休闲游戏	
属性.....	138	网站.....	172

6.4 情感化设计..... 174

6.4.1 什么是情感化设计 174

6.4.2 网站情感化设计的 3 个
层次..... 174

6.4.3 网站情感化设计方法 176

6.5 美感设计..... 178

6.5.1 什么是美感设计 178

6.5.2 交互设计中的美感体验... 178

6.6 善用色彩情感..... 179

6.6.1 色彩属性 179

6.6.2 网页的基本配色方法 180

6.6.3 色彩的情感意义 182

6.6.4 色彩情感在网站设计中的
应用..... 185

6.6.5 网页配色的常见问题 188

6.6.6 实战分析: 设计数码产品
宣传网站..... 191

6.7 本章小结..... 192

第 7 章 移动端用户体验

7.1 了解移动端用户体验..... 194

7.1.1 移动端与 PC 端的区别 194

7.1.2 常见移动设备尺寸标准... 195

7.1.3 移动端与 PC 端不同的
交互方式..... 198

7.1.4 移动端用户体验发展
趋势..... 198

7.1.5 移动端设计流程 199

7.2 移动端用户体验设计..... 201

7.2.1 移动端用户体验设计的
要点..... 201

7.2.2 如何提升移动端应用的
用户体验..... 203

7.2.3 实战分析: 设计移动端应用
登录界面..... 205

7.3 移动端界面配色..... 207

7.3.1 色彩在移动端界面设计中
的作用..... 207

7.3.2 移动端界面配色原则 208

7.4 移动端界面设计..... 210

7.4.1 视觉设计 210

7.4.2 版式设计 211

7.4.3 界面元素设计 213

7.4.4 实战分析: 设计移动端
音乐 App 界面 221

7.5 移动端界面设计原则..... 222

7.5.1 实用性 222

7.5.2 统一的色彩与风格 223

7.5.3 合理的配色 223

7.5.4 规范的操作流程 224

7.5.5 视觉元素规范 224

7.6 本章小结..... 224



网络的诞生，为交互设计打开了新的窗口。网站则是用户参与到网络交互中最直接的途径。在传统设计（如视觉设计或工业设计）中，通常都是以美观或实用作为该设计的衡量标准；而在网站交互设计中，用户体验成了全新的衡量标准。如何使用户在网站中获得良好的用户体验，是网站设计中非常重要的考量标准。

第 1 章

用户体验设计基础

1.1 关于用户体验设计

在网络发展的初期，由于技术和产业发展的不成熟，交互设计更多地追求技术创新或者功能实现，很少考虑用户在交互过程中的感受。这就使得很多网站交互设计过于复杂或者过于技术化，用户理解和操作起来困难重重，因而大大降低了用户参与网络互动的兴趣。随着数字技术的发展以及市场竞争的日趋激烈，很多交互设计师开始将目光转向如何为用户创造更好的交互体验，从而吸引用户参与到网站交互中来。于是，用户体验（User Experience）逐渐成为交互设计的首要关注点和重要的评价标准。

1.1.1 用户体验概述

用户体验是用户在使用产品或服务的过程中建立起来的一种纯主观的心理感受。从用户的角度来说，用户体验是产品在现实世界的表现和使用方式，渗透到用户与产品交互的各个方面，包括用户对品牌特征、信息可用性、功能性、内容性等方面的体验。不仅如此，用户体验还是多层次的，并且贯穿于人机交互的全过程，既有对产品操作的交互体验，又有在交互过程中触发的认知、情感体验，包括享受、美感和娱乐。从这个意义上讲，交互设计就是创建新的用户体验的设计。

专家提示

用户体验设计的范围很广，而且在不断地扩张。本书主要讨论网站中的用户体验设计。关于用户体验概念的定义有多重描述，不同领域的人有不同的阐述。

用户体验这一领域的建立，正是为了全面地分析和透视一个人在使用某个产品、系统或服务时的感受。其研究的重点在于产品、系统或服务给用户带来的愉悦度和价值感，而不是其性能和功能的表现。

1.1.2 用户体验设计的发展

用户体验设计作为设计领域一个蓬勃兴起的分支，得到社会各界特别是互联网领域的重视。其发展历史并不长，从早期设计中以产品为中心的设计理念到后来的以用户为中心（User Centered Design, UCD）的设计思想的转变，都是人类思想的设计方法论演化。它的发展产生出惊人的影响，并迅速辐射到人类社会众多领域中，国内外许多知名企业也对用户体验给予了足够的重视。

用户体验设计中以人为本的设计思想最早出现在 20 世纪工业设计飞速发展时期，其目的是取得产品与人之间的最佳匹配。即不仅要满足人的使用需求，还要与人的生理、心理等各方面需求达到恰到好处的匹配。以人为本是指在设计中将人的利益和需求作为考虑一切问题的最基本的出发点，并以此作为衡量活动结果的尺度。

以用户为中心作为一种思想，就是在进行产品设计、开发、维护时，从用户的需求和用户的感受出发，围绕用户进行产品设计、开发及维护，而不是让用户去适应产品。广义的设计核心思想是关注用户。当然 UCD 的外延一直在扩张，但是其出发点在于对用户的研究，高度关注用户的特点、产品使用方式以及使用习惯等。从产品周期上来看，在产品生命周期的最初阶段，产品的策略应该以满足用户的需求为基本动机和最终目的；在其后的产品设计和开发过程中，对用户的研究和理解应当被作为各种决策的依据；同时，产品在各个阶段的评估信息也应该来源于用户的反馈。

用户体验从表象上理解，是将 UCD 的思想具化到用户的主观感受上。即体验的形成需要两个基本体（主观与客体）和一个核心（即交互）。用户体验作为用户在使用产品的过程中产生的主观感受，可能涉及用户在产品使用前、中、后各个阶段相关的感官刺激、交互刺激和价值刺激等。

1.1.3 用户体验设计相关术语

了解用户体验设计领域的相关专业术语，如 GUI、UI、ID 和 UE 等，可以帮助我们进一步加深对该领域的认识。

- UI

用户界面（User Interface, UI）包含用户在整个产品使用过程中相关界面的软硬件设计，囊括了 GUI、UE 以及 ID，是一种相对广义的概念。

- GUI

图形用户界面（Graphic User Interface, GUI），可以简单地理解为界面美工，主要完成产品软硬件的视觉界面部分，比 UI 的范畴要窄。目前国内大部分的 UI 设计其实做的就是 GUI，大多出自美术学院相关专业。

- ID

交互设计（Interaction Design, ID），简单地讲就是指人与计算机等智能设备之间的互动过程的流畅性设计，一般是由软件工程师来实施。

- UE

用户体验（User Experience, UE），更多关注的是用户的行为习惯和心理感受，即研究用户怎样使用产品才能够更加得心应手。

- 用户体验设计师

用户体验设计师（User Experience Designer, UED）或 UXD，用户体验设计师的工作岗位在国外企业产品设计开发中十分受重视，这与国际上比较注重人们的生活质量密切相关；目前国内相关行业特别是互联网企业在产品开发过程中，越来越多地认识到这一点，很多著名的互联网企业都已经拥有了自己的 UED 团队。

专家提示

由于用户体验设计师这个工作岗位出现时间不久，专业知识涉及面很广，培养过程比较复杂，专业人才需求量大，因此国内外用户体验设计师相对较为稀缺，很多人都是从相关专业改行过来从事该项工作的。

1.2 网站与用户体验设计

网站的用户体验是指，由于网站的作用、品牌形象、操作的便利性、网速的流畅性以及细节设计等综合因素，最终影响到用户访问网站时的主观体验，包括用户是否能成功完成任务，是否喜欢网站，是否还想再来。随着互联网的迅猛发展，用户体验也成为影响网站竞争力的一个越来越重要的因素，也逐渐被越来越多的网站所重视。

1.2.1 网站结构

一个网站往往包含了很多的元素，对网站的结构需要从整体入手，并逐渐细化到各个细节元素。从整体来看，网站最重要的就是信息架构、内容安排和视觉设计。信息架构作为网站最核心的骨架，代表了产品内容的组织形式，表现为产品功能信息分类、分层的关系。在设计上主要体现为界面布局和导航，在视觉上体现为网站的配色方案。

网站功能区是网站除了整体布局外，组成页面的主要区域，通常按照其功能来进行划分，主要

包括头部区、页尾区、导航区、搜索区、用户登录区、主要信息展示区、广告区等功能区域。



虽然所有网站都会包括以上所描述的各个模块和元素, 但不同类型的网站, 不同设计师设计的网站, 所展现出的形式是不同的。在符合设计原则和满足用户体验需求的基础上, 网站的形式可以是多种多样的。

1.2.2 网站页面的构成元素

与传统媒体不同, 网站界面除了文字和图像以外, 还包含动画、声音和视频等新兴多媒体元素, 更有由代码语言编程实现的各种交互式效果。这些极大地增加了网站界面的生动性和复杂性, 同时也使得网页设计者需要考虑更多的页面元素的布局和优化。

1. 文字

文字元素是信息传达的主体部分, 从网页最初的纯文字界面发展至今, 文字仍是其他任何元素所无法取代的重要构成。这首先是因为文字信息符合人类的阅读习惯, 其次是因为文字所占存储空间很少, 节省了下载和浏览的时间。



该网站页面中的文字内容较多, 整个页面中的图像修饰较少, 但是文字内容的分类很有条理, 内容清晰, 并没有单调的感觉。通过字体大小、粗细以及小段落落的设置, 使得页面中的文字内容非常易读。可见, 合理的文字排版, 同样可以使网站页面具有生动、清晰的视觉效果。

网站页面中的文字主要包括标题、信息、文字链接等几种主要形式。标题是内容的简要说明，一般比较醒目，应该优先编排。文字作为占据页面重要比率的元素，是信息的重要载体，它的字体、大小、颜色和排列对页面整体设计影响极大，应该多花心思去处理。

2. 图形符号

图形符号是视觉信息的载体，通过精练的形象代表或表现某一事物，表达一定的含义。图形符号在网站界面设计中可以有多种表现形式，可以是点，也可以是线、色块或是页面中的一个圆角处理等。



为各导航菜单项搭配相同设计风格的图标，有效突出各导航菜单项的表现

在该企业网站的设计中，为了能够有效区分导航菜单中的各个菜单选项，为各导航菜单选项设计了一系列风格相同的简洁图形符号。在页面中一些主要选项的表现上，不仅使用了不同的背景色块加以区别，并且搭配了能够表现该选项内容的图形符号。这比单纯的文字介绍更加能够吸引用户的关注，也在一定程度上丰富了网站页面的视觉效果。



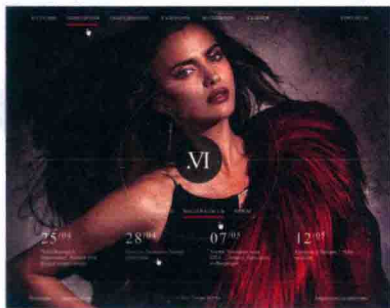
图形符号的设计使得选项的表现更加生动

3. 图片

图片几乎是每个网站页面中不可或缺的重要元素之一。通过图片的设计处理，可以有效地突出网站页面视觉效果的表现。图片在网站页面设计中有多种形式，图片具有比文字和图形符号都要强烈和直观的视觉表现效果。图片受指定信息传达内容与目的约束，但在表现手法、工具和技巧方面具有比较高的自由度，从而也可以产生无限的可能性。网站设计中的图片处理往往是网页创意的集中体现，图片的选择应该根据传达的信息和受众群体来决定。



在该汽车品牌的宣传网站中，页面的布局非常简洁、直观，几乎没有什么文字内容，而是使用大幅展示该汽车产品的创意海报，从而有效地吸引用户的关注。通过对产品图片的创意设计，整个网站页面表现出很强的立体空间感，给用户带来视觉上的冲击和享受。



在该图片摄影网站的设计中，使用高清晰的时尚人物摄影图片作为整个页面的背景，给人很强的视觉冲击力与感染力；搭配简洁的细线条以及简洁的文字内容，使网站页面整体给人一种美感，达到传递摄影之美的目的。

4. 多媒体

网站界面构成中的多媒体元素主要包括动画、声音和视频。这些都是网站界面构成中最吸引人的元素。但是网站界面还是应该坚持以内容为主，任何技术和应用都应该以信息的更好传达为中心，不能一味地追求视觉化的效果。



在与滑雪运动相关的网站页面设计中，直接以刺激的滑雪视频作为整个页面的背景，在页面中搭配简洁的主题文字和相关图片，使得用户进入网站就能够感受到滑雪运动带给人们的刺激与激情，从而更有效地吸引浏览者。

5. 色彩

网站页面中的配色可以为浏览者带来不同的视觉和心理感受。它不像文字、图像和多媒体等元素那样直观、形象，它需要设计师凭借良好的色彩基础，根据一定的配色标准，反复试验、感受之后才能够确定。有时候，一个好的网站界面往往因为选择了错误的配色而影响到整个网站的设计效果；而如果色彩使用得恰到好处，就会有意想不到的效果。

色彩的选择取决于“视觉感受”，例如，与儿童相关的网站可以使用绿色、黄色或蓝色等一些鲜亮的颜色，让人感觉活泼、快乐、有趣、生机勃勃；与爱情交友相关的网站可以使用粉红色、淡紫色和桃红色等，让人感觉柔和、典雅；与手机数码相关的网站可以使用蓝色、紫色、灰色等体现时尚感的颜色，让人感觉时尚、大方、具有时代感。



当用户在浏览网站页面时，首先给用户留下印象的一定是网站页面的配色，不同的色彩能够给用户带来不同的心理感受。该网站页面使用了黄色、绿色和蓝色等多种鲜艳的色彩进行搭配，重点突出的是黄色和蓝色。多种鲜艳色彩的搭配给人一种活泼、快乐、生机勃勃的感受，非常适合儿童教育网站的特点。

专家提示

要想使网站拥有好的用户体验，不仅需要更快的访问速度，更好的网站内容，还需要从细节入手，设身处地从用户的角度来思考问题，体现出网站对用户的尊重和体贴，避免给用户带来沮丧感。

1.2.3 网站页面的视觉层次

要想设计出好的网页作品，需要考虑很多东西。视觉层次就是网页设计背后最重要的原则之一。通过合理设计，网页各部分内容层次分明，用户可以在众多信息中快速找到自己需要的信息。

1. 通过元素尺寸表现视觉层次

设计中，可以通过调整对象的大小来突出重点，可以引导用户的视觉到页面的重点位置。通过调整页面中不同元素的大小，可以很好地组织页面，达到预期效果。页面中最大的部分或最小的部分是最重要的部分。



产品大图，突出产品和促销主题

该沙发产品的宣传销售网站使用无彩色搭配，给人一种高贵的印象。页面采用了极简的设计风格，在网站页面中沙发图片占据了页面中较大的范围，非常显眼，很好地突出了产品外形。在沙发图片中使用半透明黑色与较大的折扣信息文字，很好地突出了该产品的促销信息，从而刺激用户购买。

2. 通过丰富的色彩划分层次

颜色是一个非常有趣的工具，它既可以作为组织层工具，也可以是实现极富个性的页面效果的工具。颜色可以影响网站品牌的象征意义，例如百事可乐的网站采用了代表清凉、清爽的蓝色。

蓝色是一种容易令人产生遐想的色彩，使人联想到大海、蓝天，给人一种舒适、清爽的感受



这是百事可乐系列饮料产品在移动端的网站页面设计，运用了其企业的标准色——蓝色作为页面的主色调，与其企业品牌形象一致，并且与其竞争对手的色彩印象完全不同，实现品牌的差异化。

大胆地使用对比强烈的颜色，可以增强页面中特定元素的关注度，例如按钮、错误提示和链接。当作为个性的工具使用时，颜色可以使层次延伸出更丰富的情感类型。例如使用充满生机的颜色，可以给浏览者带来轻松愉悦的感受，甚至可以通过颜色将各种信息进行分类。



使用不同颜色的矩形色块来划分页面内容，清晰、醒目

这是某图片摄影网站的页面设计。其设计风格模仿了Windows 8系统的磁贴设计风格，使用明度较低的纯色作为页面背景，与页面中高明度的色块以及白色的文字形成强烈的对比，有效突出页面内容。在页面中通过多种不同颜色的矩形色块来划分不同的内容，使得页面内容的层次表现非常清晰、明确。

3. 通过应用对比增加层次

在页面中合理地应用对比，可以增强页面的层次感。对比具体包括对象大小的对比和颜色的对

比。页面中采用不同大小的文字和不同的颜色，传递给用户的信息也都是不同的。

除了可以通过对比提高用户对页面某一部分的关注度外，使用对比还可以将页面信息很好地分类，方便用户阅读。在表现页面的主体和版底时，可以采用从浅颜色过渡到深颜色的方式。



通过字体大小、粗细的对比，使文字内容的层次结构非常清晰、易读

不同的背景颜色划分不同的内容区域

该汽车宣传网站页面使用黄色作为页面的背景主色调，在页面中通过对文字大小、粗细对比的设置，很好地体现出文字内容的层次，使内容部分清晰、易读。版底信息部分则使用了与整体背景不同的黑色背景，有效地区分了页面中不同的信息区域。

4. 通过对齐页面实现层次

对齐页面中的元素可以实现不同位置的层次感，可以让用户很好地区分页面中的“内容栏”和“侧边栏”，从而选择阅读的页面内容。

比较常见的网页对齐方式是三栏排列，也有一些网站采用了特殊的对齐方式，页面效果更加独特。这样既可方便用户浏览，又可刺激了用户的好奇心。

设置快捷导航菜单，方便用户查找



在该网站页面的内容区域采用了一种独特的极富灵感的网格对齐方式，图片与文字色块相结合，增强了用户浏览的视觉层次，给用户一种新鲜感。页面中无论是网格色块还是文字内容，都进行了对齐处理，使得页面内容整齐、统一。

5. 通过重复分配元素凸显层次

在处理页面中的对象时，例如页面中多段的文本时，用户会由于内容的重复出现而觉得所有文本在讲解同样一个问题，这样就有可能忽略了文本段落中较为重要的部分。通过为重复的段落中的某一段指定不同的颜色或为其添加不同颜色的链接，将文本的这种重复性打破，凸显某一段文本内容。

设计网页时，经常会应用重复排列。但在众多排列的对象中，总有最新发布的、最多访问的和最受欢迎的对象。通过对它们采用不同的表现手法，增加用户视觉上的层次感，获得更好的用户体验。

不同字体、不同字号和粗细的设置，突出重点

菱形图片的重复排列，增强页面视觉层次



该网站页面的设计非常简洁，在页面中间位置使用大小不一的菱形图片进行重复组合排列，展示其设计的不同细节，给人一种新颖的图片表现效果，并且能够增强视觉层次。