

CONTEXTUAL
DESIGN
DESIGN FOR LIFE
SECOND EDITION

情境交互设计 为生活而设计

(第二版)

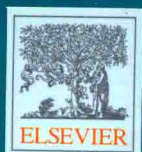
[美] 凯伦·霍尔兹布拉特 (Karen Holtzblatt) 著
休·拜尔 (Hugh Beyer)

朱上上 贾璇 陈正捷 译



ELSEVIER

清华大学出版社



情境交互设计：为生活而设计 (第二版)

凯伦·霍尔兹布拉特

[美] (Karen Holtzblatt) 著

休·拜尔 (Hugh Beyer)

朱上上 贾璇 陈正捷 译

清华大学出版社
北京

本书封面贴有 Elsevier 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

情境交互设计: 为生活而设计 (第二版) = Contextual Design: Design for Life, Second Edition / (美) 凯伦·霍尔兹布拉特 (Karen Holtzblatt), (美) 休·拜尔 (Hugh Beyer) 著; 朱上上, 贾璇, 陈正捷译. —北京: 清华大学出版社, 2019

ISBN 978-7-302-51319-3

I. ①情… II. ①凯… ②休… ③朱… ④贾… ⑤陈… III. ①人机界面—程序设计
IV. ①TP311.1

中国版本图书馆CIP数据核字 (2018) 第237448号

责任编辑: 张 敏 李 晔

封面设计: 杨玉兰

责任校对: 徐俊伟

责任印制: 宋 林

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

质量反馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者: 北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 170mm×240mm

印 张: 25

字 数: 458千字

版 次: 2019年1月第1版

印 次: 2019年1月第1次印刷

印 数: 1~3000

定 价: 128.00元

产品编号: 074610-01



北京市版权局著作权合同登记号 图字：01-2017-5189

ELSEVIER

Elsevier (Singapore) Pte Ltd.

3 Killiney Road, #08-01 Winsland House I, Singapore 239519

Tel: (65) 6349-0200; Fax: (65) 6733-1817

Contextual Design: Design for Life, Second Edition

Karen Holtzblatt, Hugh Beyer

Copyright © 2017, 1998 Elsevier Inc. All rights reserved.

ISBN-13: 9780128008942

This translation of Contextual Design: Design for Life, Second Edition by Karen Holtzblatt, Hugh Beyer was undertaken by Tsinghua University Press Ltd and is published by arrangement with Elsevier (Singapore) Pte Ltd.

Contextual Design: Design for Life, Second Edition by Karen Holtzblatt, Hugh Beyer 由清华大学出版社进行翻译, 并根据清华大学出版社与爱思唯尔(新加坡)私人有限公司的协议约定出版。

《情境交互设计：为生活而设计》(第二版)(朱上上, 贾璇, 陈正捷译)

ISBN: 9787302513193

Copyright © 2018 by Elsevier (Singapore) Pte Ltd.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording, or any information storage and retrieval system, without permission in writing from Elsevier (Singapore) Pte Ltd. Details on how to seek permission, further information about the Elsevier's permissions policies and arrangements with organizations such as the Copyright Clearance Center and the Copyright Licensing Agency, can be found at our website: www.elsevier.com/permissions.

This book and the individual contributions contained in it are protected under copyright by Elsevier (Singapore) Pte Ltd. and Peking University Medical Press (other than as may be noted herein).

注 意

本译本由 Elsevier (Singapore) Pte Ltd. 和清华大学出版社完成。相关从业及研究人员必须凭借其自身经验和知识对文中描述的信息数据、方法策略、搭配组合、实验操作进行评估和使用。由于医学科学发展迅速, 临床诊断和给药剂量尤其需要经过独立验证。在法律允许的最大范围内, 爱思唯尔、译文的原文作者、原文编辑及原文内容提供者均不对译文或因产品责任、疏忽或其他操作造成的人身及 / 或财产伤害及 / 或损失承担责任, 亦不对由于使用文中提到的方法、产品、说明或思想而导致的人身及 / 或财产伤害及 / 或损失承担责任。

Printed in China by Tsinghua University Press Ltd under special arrangement with Elsevier (Singapore) Pte Ltd. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong SAR, Macau SAR and Taiwan. Unauthorized export of this edition is a violation of the contract.

推 荐

在通用汽车公司，我们致力于把客户置于所有工作的中心。通过更好地了解我们的客户，情境化设计帮助我们推动创新，为客户今天的需要而设计。

Mike Hichme

通用汽车公司用户界面设计总监

如果您想去热带雨林，就需要一个向导。情境化设计就像 Autodesk 公司的指南，指导我们设计的方向。

Amar Hanspal

Autodesk 平台产品部门 高级副总裁

威科，致力于全球技术、软件和专业信息服务的公司，我们的核心价值观之一是专注于客户的成功。我们始终以客户为中心，将情境化设计作为我们的核心客户洞察技术之一。多年来，我们使用情境化设计技术作为推动创新的最佳实践，为我们的客户——涉及税收、会计、审计、法律、监管、卫生、政府、风险和合规业务领域，设计一流的产品。

Karen Abramson

荷兰威科集团 首席执行官

多年来，Holtzblatt 和 Beyer 作为人机交互领域的先锋，展示了计算机背景如何成为（并且有必要成为）分析和设计的焦点。本书传达了他们在情境化设计中所获得的理解和智慧，这种形式很容易被学生 and 设计从业人员理解。随着技术逐步延伸到移动便携和普适计算，它已被更新，以适应与计算机交互的新现实。它将作为下一代交互设计的指南和手册，由此也可以预期计算机系统的可用性和适当性有待继续改进。

Terry Winograd

斯坦福大学 计算机科学教授

学术界联合推荐

《情境交互设计：为生活而设计（第二版）》全面和翔实地介绍了如何围绕客户开展情境交互设计，如何理解客户，如何与客户沟通，以及如何建立情境化设计体验模型等。本书内容丰富，深入浅出，我向每一位设计师和相关专业的师生推荐此书。

徐迎庆

清华大学美术学院教授

清华大学未来实验室主任 博士

在虚拟与增强现实的交互设计中，情境是必不可少的考虑要素之一。作为一本非常经典的教科书与参考书，《情境交互设计：为生活而设计（第二版）》不管对于学生，还是科研人员，尤其是对于着重在增强与虚拟现实用户体验设计的从业人员，是必不可少的案头书籍。

杜本麟

La Trobe University 计算器学院院长

澳大利亚人机交互中心主任 教授

英国计算器学会会员

澳大利亚工程师协会会员

Holtzblatt 和 Beyer 是“以用户为中心的设计”的推动者和践行者。他们不仅有宝贵的实践经验，更不断将这些经验进行归纳和总结，为设计教育做出了重要的贡献。这本书的中文版由同样具有丰富设计实践和教学经验的朱上上教授团队翻译。强强合作，带给我们一本值得设计领域所有老师和学生仔细研读的好书。

孙凌云

浙江大学国际设计研究院副院长 教授

“情境化设计”是 UCD 方法论的核心之一，直指“场景”这一风靡互联网和制造业的术语。本书系统全面且深入浅出地介绍了

情境化设计的流程与方法，从“生活”这一设计的本源出发，为用户体验创新提供了有效指引。

胡 飞

教授 博士生导师 青年长江学者
广东工业大学艺术与设计学院常务副院长

随着互联网、大数据和人工智能技术的发展，新技术与情境的互动活力将为新的社会形态提供源源不断的变革基因，我们的“人”将云化为“智能人”，人与技术、人与情境、人与社会的互动将发生深刻的变化。《情境交互设计：为生活而设计（第二版）》用数据思考，重新定义产品，重构生活情境，洞察内在的体验世界，为塑造良好的用户体验提供参考，值得细细体味，强力推荐！

罗仕鉴

博士 浙江大学教授 博士生导师
中国工业设计协会用户体验产业分会理事长
中国人工智能学会理事 智能 CAD 与数字艺术专委会秘书长

以用户情境为主的设计流程与思维模式，是设计资讯与思考研究室（DITL）获得不同领域国际大奖的秘密，从产品研发、用户体验到服务设计，都是建立在情境的探索、想象、验证的迭代中，本书充分地揭示这一过程的细节与技术，对于创意想象与产业转型都提供了很好的知识基础，所有新一代的创新实践者都应熟读此书。

唐玄辉

台湾科技大学设计系 DITL 教授 博导

在我刚接触交互设计领域时，有一种说不出的迷茫，所学的知识繁杂而缺乏体系。《情境交互设计：为生活而设计（第二版）》一书犹如迷雾中的灯塔，让我看到复杂表象之下有迹可循的规律，也更加坚信系统性思考的价值。在随后的工作和教学过程中，我都有意识地应用着书中所介绍的方法和思路，一直受益匪浅。

一名合格的交互设计师需要拥有的核心能力之一，是深刻理解用户需求的能力，而《情境交互设计：为生活而设计（第二版）》则是深度解读这一能力的经典之作。真正做到以用户为中心并非易事，用户的需求并不一定是某个简单的问题点，而可能有着各式各样的内在结构。书中所介绍的方法从不同的角度全面地揭示

了这种内在结构，避免了“头痛医头，脚痛医脚”的尴尬。

本书的英文第一版至今还在我的书架上，时不时被我拿来查阅，或者跟学生和朋友分享其中的方法和思想。虽然距离第一版的出版已经过去近 20 年，我们与之交互的设备也发生了翻天覆地的变化，但真理的魅力就在于其内核不会随时代而改变。十分期待第二版的中文译本在国内出版，让我们在深刻理解需求的基础上，一起创造更多美妙的体验吧！

罗 涛

韩国国民大学科技设计专门研究院
交互设计实验室 助理教授

媒体联合推荐

设计师需要沉浸到用户使用的情境和生活之中，才能设计出真正“酷”的产品。这个道理虽然简单，但是真正要做到这一点需要科学的工具和方法来防止设计从“以用户为中心”变成“以我为中心”。本书总结的“酷”指标、团队设计等情境化设计的概念和框架一定会对有志于做出超酷产品的你大有帮助。

站酷网总编 纪晓亮

时至今日，产品的用户体验已经不满足于方便好用了，如何让用户觉得很酷，有成就感，得到身份认同，也是现在设计师们需要掌握的技能。这本书分享了“情境交互设计”这个方法，不仅适用于个人，更推荐设计团队学习，可以让用户体验更上一层楼。

优设主编 程 远

情景化设计是用户体验设计中重要的设计方法，这本书从数据收集到情景化模型，再从产品结构设计到实现与执行，作者把以用户为中心的设计方法拆分成 20 章详细讲解，其中把我们熟悉的一些工作方法打散重组，令人有耳目一新的感觉。随着未来互联网、车联网、物联网、大数据等技术的发展，我们的生活也逐步沉浸到这些技术中。用户体验设计方法将会越来越不可替代，也将成为主流设计方向。

UI 中国用户体验设计平台 创始人 & CEO 董景博

在搭建高楼的时候，人们会第一时间专注于它的外在：用了什么颜色的外墙，是否安装落地窗；却容易忽视内在的建筑结构——它们才是高楼拔地而起的依托。而情境化交互设计在生活中的重要性就好比建筑结构，悄无声息地让生活变得更好。

美丫科技创始人 优设网联合创始人 吴佩文

欲治水，必须找到水的源头。设计师欲满足用户需求，必须回到上游，回到产品使用的情境之中切身去感受问题所在。

超级美工公众号创始人 董 浩

团队联合推荐

设计的本质是创造美好，它给我们的生活带来便捷、舒适和愉悦；优秀的设计同时还创造着美感，看似感性的创造背后其实蕴藏着强大的逻辑法则。网易传媒以“匠人精神”为指导设计产品，旨在为用户带来严谨、客观、公正、有营养的新闻产品，通过态度传递媒体的温度，时刻以用户需求为产品核心。本书以情境设计为切入点为我们深度剖析隐藏在美好背后的方法论，诠释成就成功产品的必要条件及正确流程。

网易传媒设计中心 总监 陈俊杰

了解人的生活行为是情境化设计的重要设计依据。本书从为生活而设计出发，详细讲解了情境化设计的思路、方法，为广大设计师提供了宝贵的设计理论支持。

网易传媒设计中心 经理 陈德进

情境设计思维就是设计的灵魂，每个设计师都应该将其作为设计工作的最高指导原则。本书用近三十年时间沉淀的方法，一步一步带你学会如何运用这种思维，如果你缺乏共情的能力，那就静下心来读这本书吧！

网易传媒设计中心高级交互主管 徐琳琳

用数据驱动设计思维，提供最优的解决方案，让设计工作变得有章可循。人与人之间的差异也可以通过情境化设计进行更好的管理，从而设计出令人愉悦的产品。本书结合大量案例分析让设计从业者受益良多。

网易传媒设计中心 产品设计组主管 张 伟

友情推荐

“设计源于生活，设计造福生活。”了解生活是设计的第一步。

“情景”是生活的一个片段，“同理心”是设计的立场。情景化设计就是基于这样的理念，从用户的角度出发但又超越了用户的视角。引领用户拓宽视野进入新领域，去品味、欣赏情景化设计的追梦世界。

情景化设计不仅仅是一个流程，更是一种工作态度。伴随着设计系统的复杂性急剧增大，唯有立足于用户的角度，对他们的动机、意图深入理解，对他们的自我形象有一个整体把握，才能确保繁而不乱。

清华大学出版社推出的《情境交互设计：为生活而设计（第二版）》展现了设计过程的每一个细节，通过实地考察、分析数据、建立模型来全面了解总体状况，在该模型的基础上进行设计构思，创造基于用户数据的产品概念以及针对概念开展用户验证和迭代，具有极强的操作性和指导性，它将是受到用户青睐的一部案头读物。

华为终端 UX 创新设计总监 郝华奇

解读设计与用户的真实关系，并展示了科学的流程与方法，可作为准则给设计师提供清晰的方向。

5PLUS 联合创始人 CEO 冯 铁

随着科技与生活的无限融合，生活的方方面面都存在着或大或小的“问题”，而产品的根本就是要改进或解决真实情境下的“问题”，让生活更简单和美好。

本书讲述了一整套严谨的以“用户为中心”的产品设计方法论，“问题源头”来自用户生活中的真实存在——用数据说话，“问题解决”是通过超“酷”的产品设计，最终达到解决问题的目的——用产品说话。

如何定位生活中真实的“问题”，如何科学地分析这些“问题”，又如何运用用户数据，洞察情境化的设计模型，再到团队协作，定义和研发出超“酷”体验的产品呢？本书给出了深入到人性层

面的理论支持，多种情境化设计的方法和模型，还带有可实践的方法和步骤，值得精读并研习。

北京简豆科技有限公司 CEO 付立群

以用户为中心的设计思维被广大从业人员接受后，我欣喜地看到了这本介绍通过情景交互设计来使思维落地的书籍。在急于开始动手设计前，我们需要抬头看一看出发的方向，情景化交互设计提供了一个框架，指引着我们。

美味不用等 用户体验副总裁 贺 炜

随着人工智能、大数据和 5G 时代的到来，我们的 App 和 Web 应用会进一步从基础的 O2O，发展到更进一步的以用户样本为基础的全人工智能内容推荐模式。

本书阐述了如何通过情景化的研究分析来进行用户建模和用户需求分析，并且提供了切实可行的方案和案例。本书是一本集教学研用功能于一体的好书。

本书不但可以作为大学 UI 设计交互相关专业的参考用书，亦可作为国内互联网公司 UED 团队的日常工作指导用书。

上海优蝶教育科技有限公司 常丽（UEgood 雪姐）

有关交互设计的书籍很多，但是这本《情境交互设计：为生活而设计（第二版）》则独辟其径，为在校师生及设计相关的从业人员提供了教学级的指南和更系统的方法。书中详述的“酷”的用户体验、“为生活而设计”的理念，让你从更深层次去理解用户需求，重新设计生活。

UXPA 中国执行理事 李 鑫

情境交互设计顺应了内容时代、大数据、定制化场景下的个性用户需求，是以用户为中心，为产品定义用户专属场景设计的新模式。

腾讯高级设计师 郭 亮

这是一本非常系统的，关于数据与情感关系研究的工具书。阅读本书，我最大的体会就是，所谓的情景化设计，更像是一种科学化设计，像是感受、体会、洞察这些模糊的直觉经验，你都可以通过方法来获得。

相比克洛泰尔·拉帕耶的著作《文化密码》来说，《情境交互设计：为生活而设计（第二版）》这本书，给我提供了更为全面和深入的“用户行为”解读。

《H5+ 移动营销设计宝典》作者苏杭（小呆）

我曾经看过对情景交互设计最简单的案例：螺丝刀有各种种类，有大小，有匹配的形状，等等；只有找到需要使用的螺丝钉，判断尺寸，判断形状，才能找到合适的、顺手的螺丝刀。我们首先要通过一些方法，清楚地了解需求，再通过设计让这个需求落地，才能将体验做到极致。书中对于情景交互设计进行了深入解析，从如何设计到如何落地执行都有详细的介绍，让我受益匪浅。

平安信用卡设计部经理 陈 抒

致所有与我们合作过的团队；致InContext的所有员工；
致传授情境化设计知识的所有教师和他们的主生；致所有
以用户为中心进行设计的行业！

致 谢

自首次开展咨询业务，我们就说过我们将经营公司直至自己失业——直到这个行业开始接受把用户数据放在设计过程首位，将对产品结构和用户体验的精心设计放在产品设计的首要地位。嗯，直到今日 InContext 依然存在，但我们的目标已经基本实现了，对用户体验设计领域的需求真实存在，公司也知道自己需要这个功能。不是每一个公司都有这项技能，也不是每一个产品或 IT 组织都掌握使用数据设计的能力，但他们知道这是产品设计的一部分。自 19 年前本书第一版发行以来，这些年里一直在发生着这些事情。

这种产业的变化只是一项草根运动发展的结果。我们为团队提供了一个有效的、可重复的过程。我们一直作为“以用户为中心的设计技术”和新技术的代言者，帮助团队创造“酷”的用户体验。但单凭我们的努力和表现永远都不可能改变一个行业。有很多大学使用我们的书作为教材或参考书，对此我们一直心怀谦卑并感到兴奋。也有很多公司雇佣我们帮助他们的团队学习这门技术，对此我们感到很幸运。很荣幸我们的研究被大家认可。但是，如果没有用户研究人员、用户界面设计师、营销人员、产品经理、主管，以及其他所有在实际项目中采取这些方法并使用它们的人，这个行业很难发生变化。我们对那些使用“情境化设计”，并帮助传播这个概念的学者和从业者表示最深切的感谢！我们知道您将流程调整为符合您的需求——这是预料中的事，但您已经接受了以用户为中心的设计核心。对于您信任我们的技术可以帮您提交出色的、成功的产品，我们表示深深的感谢！

如果没有一个准备好接受它的世界，以及准备教授它的教师，我们的工作便无法进行。如果没有 InContext 每一位员工多年来的出色工作，情境化设计也不可能取得这么多的变化和进步。我们作为团队一起完成项目，这些工作不断磨炼和挑战着情境化设计

的过程。您今天读到的对于这些年来不断学习的反思——思考那些原有的技术，哪些有用，哪些不再有用；特别是那些有应用技术背景的人的工作经验和教训，他们在跨职能团队工作，经历从开发人员到用户体验专家的角色转变，参与的项目从桌面软件到消费品、汽车、移动应用、Web 应用程序和服务等。多年来，在现实世界的磨炼中，情境化设计技术不断调整与优化。感谢我们的教练和团队成员使它成了一个更好的方法。特别感谢 Nancy Fike、Dave Flotree、Wendy Fritzke、Larry Marturano、David Rondeau、Kelley Wagg、Shelley Wood、Eli Wylen 等，感谢他们所有的调整、教学以及和团队一起挑战的过程。

其中最大的一个变化是引入了“酷概念”，以及它们对支持人们跨平台生活与工作的成套产品和应用程序的设计的影响。“酷”项目，由 InContext 团队指挥，并且在与合作伙伴的合作过程中获得磨炼。这个概念的定型，以及在这本书中你所看到的新技术，在很大程度上取决于我们多年来与设计总监 David Rondeau 的合作。感谢你，David，没有你伟大的工作和协作，这一切就不会发生。

我们想请出我们的特别合伙人：Carol Farnsworth 和 Daniel Rosenberg，在我们合作完成 SAP 时带来了企业工作的“酷”概念，并开发了“酷”指标来说明其有效性和稳定性。

我们还想请出我们的特别合伙人 CMU（剑桥管理机构），正是它要求我们帮助其在大学里教授情境化设计。它们并不是我们唯一开展合作的大学，但多亏了 Bonnie John，使它们成为最早采取该方法的学校之一，并承诺教好该门课程，这是难能可贵的。他们的教学经验告诉我们该方法是如何被年轻的新兴专业所接受，并且影响了该方法的演变。

我们甚至不能说出所有教过情境化设计的教师的名字，也无法一一列举多年来我们所接触到的所有其他大学，如果没有你们，情境化设计就不会得到如此广泛的传播。感谢你们的信任，并讲授情境化设计的技巧。

回首这项工作的起源，我们要再次感谢：

John Whiteside，是他让 Karen 开始涉足这个行业。他很有先见

之明，知道我们需要做一些新的事情来实现真正的产品转型。感谢数字设备公司的整个 SUE 小组，以及 Jonathan Grudin 和 Steve Poltrock，他们早早地就举起了“情境化设计”的旗帜。

特别感谢 SUE 小组的 Sandy Jones，Karen 的第一个合作伙伴，是她使有关数据的想法真正实现。

John Bennett，Karen 的第一个导师，是他把 Karen 带入 CHI（人机交互）社区，并帮助她写了第一篇得以发表的关于情境化视角的文章。

Lou Cohen，他向 Karen 介绍了关于质量的概念和流程——我们厚着脸皮偷了这个概念——让她做了第一个情境调查课程。

Larry Constantine，我们咨询业务的导师，帮助我们学习写作、出版，并相信我们的工作。

Diane Cerra，我们的第一个编辑，感谢她的唠叨和鼓励，以及很棒的晚餐。

作为作者们美妙的伙伴关系和合作的一部分，本书再次写了一遍。这项工作的核心正是我们共同的声音——这一声音我们已经一起磨练了超过 25 年。因此，我们可以写出彼此的思想。但我们希望您能理解，这本书离不开很多人的贡献和辛勤的努力。

感谢 Shelley Wood，他读了每一句话，让我们保持思路清晰和诚实，感谢 Kelley Wagg 和 InContext 的其他读者。

感谢 David Rondeau，他负责写了“互动模式”这一章，并且共创了这本书中使用的很多例子。

感谢马里兰大学的 Allison Druin 和 CMU 的 Jon Zimmerman，他们为本书写了部分篇章。

感谢我们的编辑，帮助我们的书得以面世。

最后，感谢我们的家人！在写这本书或磨练工作的过程中忽视了你们，但你们始终对我们的工作表示支持和宽容。我们永远爱你们，感谢你们！

Karen Holtzblatt 和 Hugh Beyer