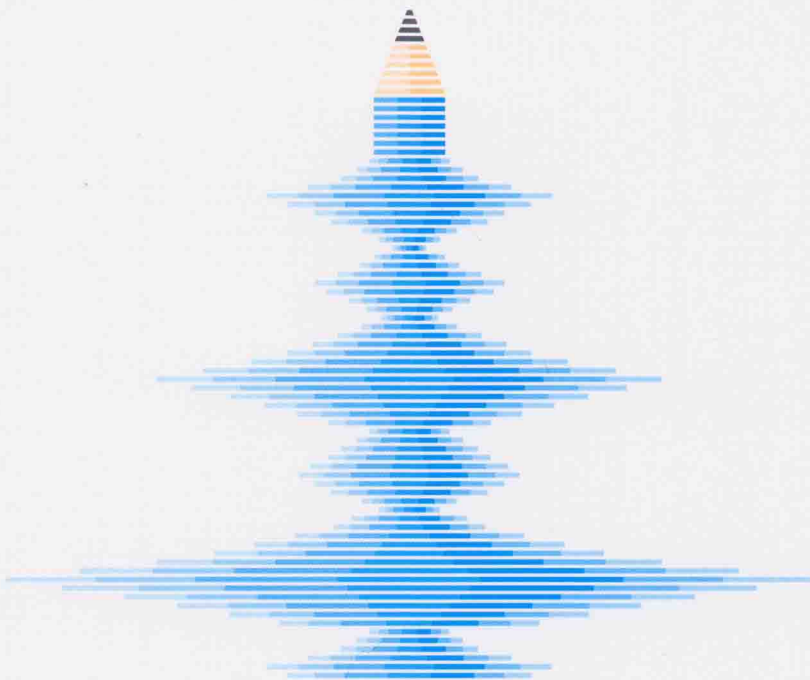


对话 · 设计



THE ESSENCE OF ALIPAY DESIGN

支付宝体验设计精髓

AUX 支无不言



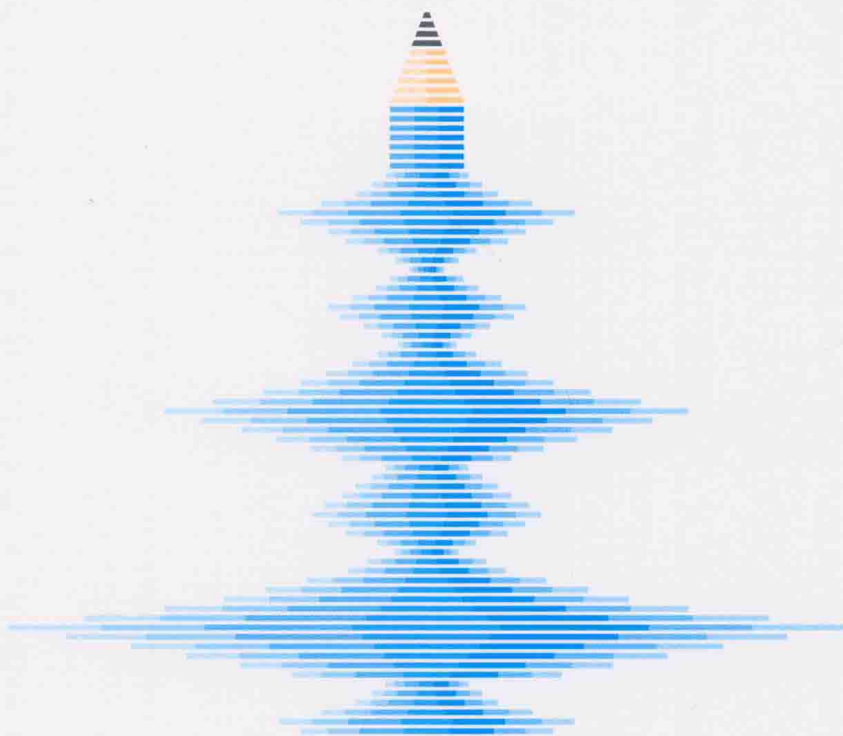
AUX

支付宝 AUX 团队 著



机械工业出版社
China Machine Press

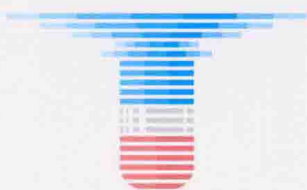
对话 · 设计



THE ESSENCE OF ALIPAY DESIGN

支付宝体验设计精髓

AUX 支无不言



AUX

支付宝 AUX 团队 著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

支付宝体验设计精髓 / 支付宝 AUX 团队著. —北京: 机械工业出版社, 2016.9

ISBN 978-7-111-54888-1

I. 支… II. 支… III. 电子商务—支付方式—研究 IV. F713.361.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 226108 号

支付宝体验设计精髓

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 孙海亮

责任校对: 董纪丽

印刷: 中国电影出版社印刷厂

版次: 2016 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 170mm×230mm 1/16

印张: 19

书号: ISBN 978-7-111-54888-1

定价: 79.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379426 88361066

投稿热线: (010) 88379604

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzit@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东

推荐序1

此书凝聚了支付宝从工具产品走向生活服务平台的设计实战精华，推荐阅读！

——樊治铭 蚂蚁金服支付事业群总裁

推荐序2

特别喜欢书中的一段话：“设计就是设计生活，设计人生，需要用感性的右脑加理性的左脑去分析问题、解决问题，让设计、生活、人生变得更加美好。”

支付宝一直希望能通过这个平台给人们的生活带去美好而充满微笑的改变。AUX 团队在多年的专业积累和实践沉淀的基础上，带着对用户、对产品的热爱与感情，全心投入在这个平台的设计上。团队有分工，设计无边界，学习无止境。欣赏 AUX 团队在工作中不断总结、思考和沉淀的习惯，也期待读者朋友们从他们的实践和思考中有所收获。

——陶莹 蚂蚁金服集团人力资源部资深总监

推荐序3

小学时我有一个关系很好的同学，他的父亲在民航局工作，家里有一些过期的航机杂志。我无意中在他家发现了这些杂志，便如获至宝，因为这些杂志上有上世纪八十年代非常少见的很多国外品牌的广告。那些经过精心设计、印刷在铜版纸上的精美画面到现在还深深印在我的脑海里，尤其是在那个电视里充斥着中华鳖精和燕舞收录机的年代，YSL 的鸦片香水、Marlboro 的牛仔以及人头马的 X.O 广告，让我淳朴的心灵受到了巨大的冲击——原来世界可以这样美。

二十多年过去了，今天我穿着淘宝上一个叫“国棉壹厂”的店铺出品的 Vintage 风格的全棉 T 恤，上面印刷着上个世纪八十年代早期的画面，穿在身上觉得舒服体贴。我在一个叫“南食召”的店铺买土面，用牛皮纸包裹着送到家里，沸水煮开，加一点猪油和生抽，鲜美无比——原来我曾经所摒弃的东西也这么美。

美，未必出尘不染，柴米油盐也是美。今天我们面临的产品设计领域，又何尝不是如此？有人追求“逼格”，有人追求实用，但其实无论哪种，适合自己的才是最好的。

从来没有一个产品如支付宝这样广受争议。尽管三年的时间里，它从一个日活百万级的产品成长为一个日活近亿级的产品。

也从来没有一个团队如支付宝的设计团队一样承受着巨大的压力。尽管他们没有任何成熟的经验可以模仿和借鉴，只能独自在这个星球上摸索前行。

但是，我相信，这个团队追求美的步伐从未停止，也不会停止。

从PC时代到移动互联网时代，支付宝面临的挑战、要甩掉的历史包袱太多太多，更何况，伴随着时代的变迁，原本的支付工具已经逐渐成为一种生活方式，它需要承载的东西也越来越多。在几亿用户面前做这些改变，无异于为一辆高速行驶的列车换车轮。

我们欣喜地看到，支付宝的设计团队完成了这一高难度动作，同时还总结出了积累的经验，并愿意与世界分享这些经验。也许这些经验并不那么完美，但贵在真实，而真实就是最美的东西。

吴明邀请我给这本书写个序言，我觉得我作为一个文科生似乎没有资格写什么，但在抽了七根烟之后，还是决定试一试，就当我为这个团队所做的一切道一声感谢，谢谢你们让支付宝成为我生活的一部分。

——陈亮

蚂蚁金服集团用户体验设计委员会主席

蚂蚁金服集团品牌和公众沟通部总经理

推荐序4

对于逐渐成熟的互联网用户体验行业，很多曾经摸着石头过河的团队和设计师已经身经百战、经验丰富。然而他们更热衷于将自己的经验总结成可复制的专业方法，并毫无保留地分享出来，这就是互联网精神之所在——开放与分享。

支付宝 UED 就是这样的—一个经验丰富、乐于分享的团队。这里的设计师有着敏锐的用户洞察，同时也具备良好的产品意识。他们在互联网金融用户体验领域积累了大量的经验，本书通过大量的实践、不同设计师的视角、多维度地诠释了支付宝产品的体验设计思路与方法，实实在在的干货，值得一读。

——杨光

阿里巴巴集团 UED 委员会委员长

阿里巴巴集团消费者事业群 UED 资深总监

推荐序5

用户体验这一概念肇始于计算机领域，苹果公司原副总裁唐·诺曼博士在上世纪九十年代中期就提出了“用户体验”（User Experience，简称 UX）最早的定义。经过业者不断丰富其内涵，延伸其外延，今天我们谈论的“用户体验”实际上已经成为了驱动产品与服务创新的重要抓手。用户体验从最初阶段符合好用、易用、易学、防止出错的基本可用性原则，到今天满足包括美感、社会身份表达在内的多维度多层次的“整体体验”，完成了自身的阶段性进化。离开产品与服务及其应用场景，空谈“情怀”、妄谈“体验”必然会被市场淘汰，被用户抛弃。大浪淘沙，不破不立，在行业跨越式发展的过程中，既涌现出了众多可喜的创新闪光点，渐次丰富充实了用户体验的大概念；也无疑或多或少杂糅进一些以偏概全的想法、曲解的理念，甚至是有违用户友好基本原则的“暗黑实践”。

同时，用户体验的具体工作，并非无源之水、无本之木。从理论到实践，国内外各行业都已经有了非常完整的体系。可以说，中国企业的用户体验工作实践，从诞生之日起就可与国际同行一争高下。换言之，多数情况下，我们不必“重新发明轮子”，依照一定之规即可释放出用户体验工作对产品与服务再造的巨大影响力。

但是，当今市场对“用户体验”概念的理解还有很多不同的看法，甚至还存在部分“庸俗化”的理解。片面且简单地将孤立的“主

观感受”理解成整体的“用户体验”，将提升用户满意度异化为就是提升“用户体验”。在行业内谈提升用户体验，已经到了必须“书同文，车同轨”的阶段。只有厘清概念，才能在正确的方向上探讨如何提升用户体验，最终提升产品与服务的整体水平。

十余年来，作为行业的引领者，UXPA 中国始终屹立于用户体验发展的潮头。以促进用户体验事业在中国乃至全球的发展为己任，不断传播正确的用户体验理念，探索有效的用户体验方法，推广高效的用户体验实践。在这个过程中，我们深刻体会到，要完善用户体验，单靠用户体验的从业者是远远不够的。真正的用户体验之道在于融合，不断与其他行业和领域碰撞、互动、包容，甚至浴火重生，才能使用户体验之树长青。

阿里巴巴在历史上就有高度重视用户体验设计的传统，与马云一起创业的十八罗汉中就有两位是设计师——盛一飞（James）和麻长炜（二当家）。在阿里工作期间，我和本书的主编吴明曾共事过。今天，支付宝 AUX 团队能毫无保留地将用户体验设计实践与大家分享，真是善莫大焉。这里面，既有生动活泼的案例，又有对 UX 设计经验的总结和升华。用本书中提到的一句话来讲，即“设计赋能商业”。相信这本书对行业同仁有一定的启发和借鉴意义。

——陶嵘 博士

中国用户体验专业协会（UXPA）主席

浙商银行总行个人银行部总经理

推荐序6

“打开钱包之后，除了安全，还必须有熟悉的、惊喜的体验。”

支付宝的产品体验挑战与集团内部电商体系的产品链路构建截然不同。

拜读小伙伴的精华总结之后，收获何其多。作为集团 UED 大学的负责人，乐见这样的总结分享，能够抛砖引玉，拉动行业内生活金融产品的体验更上一层楼。用生活的经验来比喻和解释支付宝的产品体系，每一个场景接入就如同用户在一个地铁系统内行走，让一个城市生活链路串接的信息框架整合在一个产品内。在此系统内的每一个入口 / 出口可以是餐厅、购物商城、政府机关、小区场景等。

小入口可以是电影，也可以是生活缴费；大入口可以是个人金融、外卖、线下餐饮。而电影院、餐厅、商城等则是用户路线下的场景实现点。而过程中的数据积累，最终由每个支付闭环的终端获取整个路线上的最大化数据。最终形成由用户实际生活路线构建的用户个人数据生态与习惯，也就是带有安全感的产品使用惯性。

本书从以用户为中心的视角，剖析了用户的体验旅程与产品链路不断优化的深度。在一个产品体验框架下，让使用者有共同的标准和依据来进行探索，帮助用户在版本变换的过程中，不同生活场

景的变化中，以及碎片式决策的过程中，仍然能够做出符合期望的决定。

从支付宝的产品体验设计案例中，我个人也收获了许多产品体验的最佳实践原则：

- 通过平衡、对称和阶层来形成信任和完整感，像是格线设计对应主、辅助指标图标配置。
- 以通用度高的扁平视觉显性指示，让不同年龄层的用户都可以理解，包括有部分前期障碍（跨文化理解、场域熟悉性）的使用者。通过系统实时反馈使用者的行为，为接续的互动做好准备，预防并减少错误。
- 以直觉式的经验互动回馈，激发使用者的操作自信。并通过高相关度的任务衔接，任务相关性的就近原则，让使用者在寻路过程中保持愉悦。
- 让使用者连接他们过去熟悉的共同脉络，从而在低学习成本的成就感中继续探索。

——善牧 / 萧健兴 阿里巴巴集团 UED 大学负责人

前言

在企业，设计为商业服务，因此设计和商业服务一样，对象也是用户。众所周知，用户体验是一个系统性的问题，好的体验不仅仅是一个界面好看不好看，也不仅仅是动效是否酷炫，而是用户使用服务整个阶段的感受。因此，设计时一定不能重形忘因。

一个产品和服务能获得成功，是因为它真正帮人们解决了某些问题。这听上去很简单、很基础，但是在产品和设计的过程中很容易被忽视。这里面有两个关键要素，一是用户，二是场景。

在进行体验设计以前，先想明白目标用户是谁？要在什么场景下解决这类用户的什么问题？不要用自我喜好和偏见去替代真实用户需求，认为自己就是用户，自己的习惯就是用户的习惯。学会观察和了解真实的用户场景非常重要。

走出办公室，到地铁站、超市、餐饮店、商场等真实的用户场景中去看看，去观察真实的使用场景和习惯，看他们怎么使用我们的服务，如何完成产品的每个环节与步骤，然后绘制用户体验地图。只有理解和感知真实的需求场景才能直达问题的根本，做出解决问题的设计方案。

学设计的意识：在验证产品的时候要有一颗普通用户的心，同时，方法要专业。我们时常会被经验和物理逻辑所迷惑，忽略了

常识和习惯。

好的东西都是简单的，不仅符合专业，也符合直觉。简单，就是可以用几句话就能很快说清楚，并能让目标用户产生共鸣，而且学习成本低。如果达不到这样的效果，那么一定是设计方案出了问题。

做设计的方式：体验设计是一个系统性工程，因此合作非常重要。不要只站在设计师的角度去思考，如果只是站在设计师的角度思考，将会束缚你的能力和想象力。

“工作中，你所面临的所有人和事都是你工作的一部分。”细想在你所服务和工作的环境里，设计师可以扮演什么样的角色？如何帮助把事情做得更好？为了帮助业务和团队成功，自己还可以做什么？这样的合作意识有助于我们解决很多边界问题，同时可以让我们对解决体验问题有更全局的把握。

而我们特别容易犯的错误就是：在讨论或者争论一个问题的时候，很容易从对哪种方式体验更好一些的争论，变成谁对谁错的争论，进而使争论演变成捍卫自己的所谓尊严而贬低他人的人格。我们应该从事情本身出发，从用户角度出发，去考虑最好的用户体验，乐于接受他人的建议。讨论本身并不是为了赢，而是获得最佳结果。

看设计的演变：支付宝、余额宝的横空出世，微信在移动 IM 领域快速发展，滴滴和快的、美团和点评之间的 O2O 战争，这一切都说明，近几年中国移动互联网发展飞快。

3 年前很幸运能够加入支付宝无线设计团队。这 3 年，也是支付宝飞速发展的 3 年，从一个移动支付工具成长到今天数亿用户的

生活服务平台，这是一个非常了不起的成绩。3年里，支付宝无线设计团队也在不断壮大，这期间，我们的产品、设计策略也发生了很多变化。团队的设计理念和方法越来越成熟，于是，我们想对这几年来团队在专业上的一些收获和成果做一次总结，将我们的一些经验分享给在无线体验设计行业奋斗的年轻人，希望他们能通过我们的经验分享能够在成长的道路上少走弯路。

玩设计之初心：我们一直坚持“设计赋能商业”的原则，从场景和产品的角度去整体思考设计，思考怎样为业务带来一脉相承的设计价值。设计师们在各自的专业特点和对不同问题解决思路的基础上进行经验与专业沉淀。

本书的编排就是围绕“学设计、做设计、看设计、玩设计”的思路进行串联混排的。

成书的过程，特别感谢我的老板和伙伴们，有了你们的支持和鼓励，团队才能在繁忙的工作中挤出时间，克难竟事。特别感谢团队中的蒋黛炜同学的无私奉献，还有出版社同人，有你们的帮助和指导，我们才能汇流成河。

需要说明的是，书中的很多观点和产出都源于团队里每一个设计师在工作实践中的所思所得，故难免会有局限性，希望各位读者谅解。书中如有不当之处还请各位同行、专家提出、斧正。

支付宝用户体验部（AUX）



目录

推荐序1
推荐序2
推荐序3
推荐序4
推荐序5
推荐序6
前言

Accept

学·设计

- 01 行业设计“五步法” 王宇航 // 2
02 无规矩不成方圆——设计规范的建设 周建波、朱兰民 // 21
03 设计走查表 王向红 // 70
04 图标设计与验证 杨波、方芳 // 89
05 敏捷开发模式下的设计协作 马颖男 // 100

Do

做·设计

- 06 行业服务设计的思考与实践 邹烨 // 110
07 产品设计中的模块化思维 顾文君 // 128
08 走进服务设计：让预约挂号变得精准与简单 徐良佳 // 139
09 信息可视化设计 王蓉琦 // 151
10 线下物料设计 林猛 // 162

View

看·设计

- 11 业务探索期，设计可以做些什么 丁明宇 // 172
12 设计师如何从 0 到 1 快速了解一个行业 王昆鹏 // 180
13 敏捷设计研究 肖瑶 // 196
14 设计十则 李玲 // 205
15 像设计师一样思考 汤静静、李慧 // 218

Create

玩·设计

- 16 讲故事的力量 李涵、周晓双 // 226
17 移动搜索设计探索 李君、孟飞 // 234
18 在移动支付设计中构建安全感 汪通 // 253
19 一切都是为了打动你——产品中的情感化设计
宋晓婷、王蓉琦、芮琳 // 266
后记 为事，以遣有涯之生 蒋黛炜 // 281

Accept

学 · 设计

01 行业设计“五步法”

文 / 王宇航

随着“互联网+”的火热，越来越多的线下服务“搬”到线上，支付宝也提出了“连接 3600 行”的口号。设计师要在业务的快速推动与迭代中，快速接手新的行业线设计，必须理解产品背后的逻辑，对其所处的行业背景、商业模式和发展方向的研究保持足够的重视。但是往往一个项目设计的时间又是有限的，对于一个行业的理解也是需要时间沉淀与积累的，这就会产生一定的矛盾。所以动态并快速地使用一些设计策略是行之有效的。

我们将在工作中形成的设计思路与方法进行归纳，总结出行业设计“五步法”，希望对一些新晋的设计师有所帮助，使他们能够通过这些通用的、标准化的设计方法快速上手项目，快速跟着项目跑起来。“五步法”中的每一步都不是唯一的设计方法，只是我们在工作中常用的方法。为了能让读者有更强的代入感，我们将以移动医疗产品设计为例，进行详细说明。