

体验设计白皮书



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

张玳 著

体验设计白书

张玳 著



人民邮电出版社
北 京

图书在版编目 (C I P) 数据

体验设计白书 / 张玳著. — 北京 : 人民邮电出版社, 2016. 8
(图灵原创)
ISBN 978-7-115-42709-0

I. ①体… II. ①张… III. ①产品设计 IV.
①TB472

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第129529号

内 容 提 要

本书讲述体验设计理念。主要内容包括: 体验的定义和设计原则, 体验设计的流程及具体实例, 体验设计过程中会用到的工具、遇到的主要问题。

本书适合体验设计初学者入门。

◆ 著 张 玳

责任编辑 朱 巍

责任印制 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>

北京方嘉彩色印刷有限责任公司印刷

◆ 开本: 720×960 1/16

印张: 11.75

字数: 231千字

2016年 8月第 1 版

印数: 1 - 3 500册

2016年 8月北京第 1 次印刷

定价: 49.00元

读者服务热线: (010)51095186转600 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京东工商广字第 8052 号

序 寓言一则	8
历史篇	14
层次篇	22
流程篇	50
工具篇	96
团队篇	118
相关篇	136
问答篇	164
跋 设计，阐述，启发	184

体验设计白书

张琬 著

人民邮电出版社
北 京

图书在版编目 (C I P) 数据

体验设计白书 / 张玳著. — 北京 : 人民邮电出版社, 2016. 8
(图灵原创)
ISBN 978-7-115-42709-0

I. ①体… II. ①张… III. ①产品设计 IV.
①TB472

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第129529号

内 容 提 要

本书讲述体验设计理念。主要内容包括: 体验的定义和设计原则, 体验设计的流程及具体实例, 体验设计过程中会用到的工具、遇到的主要问题。

本书适合体验设计初学者入门。

-
- ◆ 著 张 玳
责任编辑 朱 巍
责任印制 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>
北京方嘉彩色印刷有限责任公司印刷
 - ◆ 开本: 720×960 1/16
印张: 11.75
字数: 231千字
印数: 1—3 500册
- 2016年 8月第1版
2016年 8月北京第1次印刷
-

定价: 49.00元

读者服务热线: (010)51095186转600 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京东工商广字第 8052 号

谨以本书献给张奉杰同志

R.I.P.

感谢 **自私的基因** 那强烈的永生倾向促成了这本书

感谢 **家人** 的忍让、妥协和迁就

感谢 **张攸同、蒋心悦** 小朋友的各种打断和随之而来的启发

感谢 **为数不多的朋友** 在本书写作过程中的支持、鼓励和帮助

感谢 ThoughtWorks 给我想要的全部自由

感谢设计师 **李磊** 传授排版心得并帮忙绘制部分插图

感谢设计师 **张程程** 帮忙绘制部分插图

感谢本书编辑 **朱巍** 的耐心和对不同审美的宽容

序 寓言一则	8
历史篇	14
层次篇	22
流程篇	50
工具篇	96
团队篇	118
相关篇	136
问答篇	164
跋 设计，阐述，启发	184



© James J. James / CC-BY-ND 2.0

序 寓言一则

在很久以前，有一个很有野心的皇帝。他想做出世界上用户体验最好的产品，经常都开各种设计研讨会，但是皇城里的设计师总是不能满足他。

有一天，城里来了两个外地人。没有人知道他们从哪儿来，也没有人认识他们。两人自称是获得了上天眷顾的用户体验设计大师，熟知世界上最完美的设计流程，能做出世界上体验最好的产品。不过，这种体验，愚蠢和不称职的人感受不到。

皇帝大悦，聘用两人来设计一件世界上体验最好的衣服。他想在自己的生日时穿上这件衣服，让子民瞻仰自己的伟大。就这样，皇帝给两人安排了房间和资源，两人开始忙碌起来。

过了一阵子，皇帝派了一个高级设计师去了解设计进度。高级设计师进到房间，看到两位设计大师正在和一群人在聊天。一边聊天，一边在记录着什么。

高级设计师问：“二位在做什么？”一位大师抬了抬眼皮，说：“别吵，我们在培养同理心。”高级设计师又问：“何为培养同理心？”刚一问完，他就羞愧地低下了头。在设计大师的笑声中，高级设计师退了出来，返回皇宫向皇帝报告。

皇帝问高级设计师：“两位大师可算称职？进度还好？”高级设计师答道：“据臣拜访所见，两位大师高深莫测。现在大师正在培养同理心，必能形成绝佳之设计。”皇帝想问什么是“同理心”，刚出口一个“同”字，就意识到不对，然后假意咳咳两声，说了一句“嗯，甚好”。

又过了一阵子，皇帝又把首席设计师派过去了解设计进度。首席设计师进到房间，看到两位设计大师正在一张海报上写画，也没搭理。首席设计师走进一看，海报上写着“用户画像”几个大字，下面则是几个不同的人物画像，还画了一些场景。其中有一个和皇帝很像。

首席设计师问：“二位在做什么？”有个大师看到是首席设计师来了，忙扭头过来说：“我们正在给目标用户画像，这样就能更贴近用户的需求呀。这在您看来自然是小儿科啦。”首席设计师被恭维了一阵，笑呵呵地回去报告了。

皇帝问首席设计师：“两位大师可算称职？衣服有样子了吗？”首席设计师答道：“设计本身之玄妙，全在研究，其题目既定，则答案呼之欲出。我看二位实在乃是此中高人。衣服尚需时日。”皇帝很高兴，看来这次是请对人了。

几个月过去，华诞将近，皇帝坐不住了，决定自己亲自去视察进度。一进屋，发现两位大师正在照着一些图纸纺织衣服。大师见皇帝亲临，马上过来开始解释起来：“陛下，我们在做这件衣服的时候采用了设计思维的理念。请看这满屋的贴纸、报告，还有这边，请看这些原型图。通过访谈、调研、推导、原型、测试，辅之以以人为本的同理心，我们终于设计出了世界上体验最佳的衣服。恭喜陛下！”

皇帝很高兴。扭头一看，却发现纺织机上面空空如也。作为一个统治伟大疆土的皇帝（兼本国的设计总监），当然不能在这种场合提问题，那未免显得自己太蠢了。就这样，皇帝一本正经地称赞到：“果然是设计思维的杰作啊！”赏了两位大师很多金子之后，皇帝就走了。

华诞当天，城里的街上打出了“恭贺吾皇陛下喜得世界第一体验之华服”等各种宣传条幅，万人空巷。大家全都涌到了皇帝出巡的主干道旁，想一睹世界上体验最好的衣服是什么样子。

皇帝此时正在着装，准备出门，设计师们围了一圈。不过，每个人心里都没底。好像真的没人看到衣服啊！谁又敢说什么呢？佣人们倒是不怕显笨，但是怕丢了饭碗，所以一边帮皇帝“穿”衣服一边忍住笑。

时钟敲响，华诞庆祝正式活动开始。皇帝就这样光着身子走上了主干道，后面跟着首席设计师、高级设计师和一般设计师们。道路两旁围满了群众。

一时间，整个人群都安静了下来。大家开始窃窃私语。

“你看这衣服怎么样？”

“好像还不错……很特别。”

“我也觉得这才是真正的体验。”

“大师的手笔，一般人怎么可能理解。”

“听说做了很多调研呢！”

“是啊，我也去参加的用户测试，我觉得体验相当棒。”

“不管怎么说也是经历了那么多流程。”

“这就是设计思维啊。”

“是啊，好像越看越美呢！”

“穿在身上可能更舒服。”

人群中，不知道谁大声喊了一嗓子：“吾皇万岁！体验万岁！设计思维万岁！”突然，人群沸腾了，大家都开始对这件衣服赞不绝口。皇帝和设计师们原本那点羞涩的表情消失了，大家都开始抬头，挺胸，阔步走起来。皇帝招手向人们致意，大声呼喊：“看看，这才是体验！”设计师们则跟在后面欢呼：“恭贺陛下！”然后用小一点的声音说：“我也参与了这个设计哟！”

巡回一圈之后，皇帝器宇轩昂地走向自己的銮驾。突然人群中冲出来一个小孩，指着皇帝说道：“皇帝光屁股！”人群突然像脱缰野马似的发出一阵哄笑。一个妇人赶紧冲过来把小孩抓走，一边打，一边骂道：“你这孩子，不懂体验，不懂设计！”

坐在銮驾上，皇帝脸上忽青忽紫。首席设计师靠过来，跟皇帝耳语道：“陛下莫和小孩一般见识，用户体验之高明，小孩不懂。”刚说完，想起人群中的哄笑，又补充道：“这些贱民们自然也是不懂的。”皇帝听完，看着首席设计师谄媚的眼神，又看看自己占满了汗水和灰尘的赤裸身体，瘫在了座椅上，起驾回宫。

皇帝实在想不过，所以又去找设计大师。大师收了钱，这时候正在享乐。皇帝质问大师，想知道设计是否有问题。大师答道：“流程是完美的，逻辑是通顺的，不懂的人自然不懂，大家都懂还需要大师做啥呢。”皇帝又问怎么才能让人懂。大师答道：“设计从来不是一蹴而就，需要改善，需要迭代，来来来，我们可以再谈谈第二期设计的价格和工期问题。”皇帝遂崩溃。

据说，皇帝从此安心治国，再也没有提过体验设计一事。

