

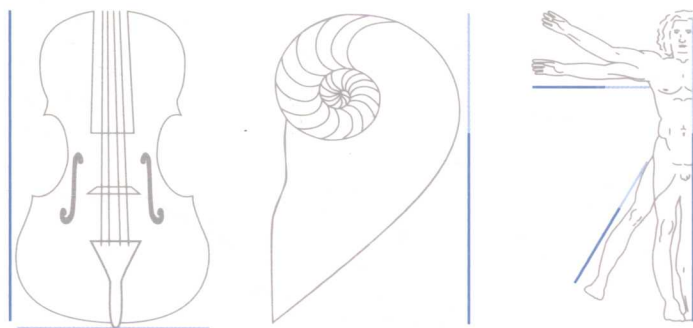
(全本) 设计的 125 条通用法则

[美] 威廉·立德威尔 (William Lidwell)

[美] 克里蒂娜·霍顿 (Kritina Holden)

[美] 吉尔·巴特勒 (Jill Butler) ◎著

陈丽丽 吴奕俊◎译



Universal Principles of Design

» 好设计，如何做？

» 好设计，如何好？

设计师、建筑师、工程师、园艺师
艺术家、发明家、程序员、制造商
创造美好生活的必备工具书

80/20法则
无障碍使用
导引手册
美即适用效应
功能可见性
对齐
拟人化形态
原型
面积对齐
魅力偏见
娃娃脸偏见
亲近生命效应
大教堂效应
群组化
经典条件反射
意向整合
认知失调
颜色
共同命运
比较
确认
一致性
恒常性
约束
曲线偏见
控制
整合
成本效益
防卫空间
深度处理
集体式设计
偏好路径
开发周期
入口
错误
预期效应
曝光效应
外貌侧重比例
安全系数
反馈循环
斐波那契数列
图底关系
费茨定律
五帽架法
功能性与使用性取舍
包容性
形式跟从功能
构造信息法
稳住—逃跑—对抗—认输
错误进和错误出
黄金比例
连续性定律
古登堡图表
希克定律
层级
需求层级
强调手法
恐惧留白
男孩女孩行为差异
图像特征
忘我
非注意盲视
干扰效应

设计的 125条通用法则

(全本)

[美] 威廉·立德威尔

[美] 克里蒂娜·霍顿

[美] 吉尔·巴特勒

著

陈丽丽

吴奕俊

译

中国画报出版社·北京

图书在版编目(CIP)数据

设计的125条通用法则:全本/(美)威廉·立德威尔,(美)克里蒂娜·霍顿,(美)吉尔·巴特勒著;陈丽丽,吴奕俊译. —北京:中国画报出版社,2019.5
ISBN 978-7-5146-1721-4

I. ①设计… II. ①威… ②克… ③吉… ④陈… ⑤吴…
… III. ①设计—通俗读物 IV. ①J06-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第039191号

著作权合同登记号:图字01-2019-1097

Universal Principles of Design
© 2003, 2010 Rockport Publishers, Inc.
Simplified Chinese translation edition © 2019 by YoYoYo iDearBook Company
Published by China Pictorial Press
ALL RIGHTS RESERVED.

设计的125条通用法则(全本)

[美]威廉·立德威尔(William Lidwell)

[美]克里蒂娜·霍顿(Kritina Holden)

[美]吉尔·巴特勒(Jill Butler) 著

陈丽丽 吴奕俊 译

出版人:于九涛

责任编辑:张怡婷

责任印制:焦洋

出版发行:中国画报出版社

(中国北京市海淀区车公庄西路33号 邮编:100048)

开本:16开(787mm×1092mm)

印张:17

字数:153千字 插图:285

版次:2019年5月第1版 2019年5月第1次印刷

印刷:广州市番禺艺彩印刷联合有限公司

书号:ISBN 978-7-5146-1721-4

定价:168.00元

总编室兼传真:010-88417359 版权部:010-88417359

发行部:010-68469781 010-68414683(传真)

献给我们的父辈：

约翰·C. 巴特勒 (John C. Butler)

拉里·W. 立德威尔 (Larry W. Lidwell)

Universal Principles of Design

William Lidwell
Kritina Holden
Jill Butler

125 Ways to Enhance Usability,
Influence Perception, Increase Appeal, Make Better
Design Decisions, and Teach through Design

目录 (按英文字母排序)

11	Foreword	54	Confirmation	98	Fitts' Law
12	Introduction	56	Consistency	100	Five Hat Racks
14	80/20 Rule	58	Constancy	102	Flexibility-Usability Tradeoff
16	Accessibility	60	Constraint	104	Forgiveness
18	Advance Organizer	62	Contour Bias	106	Form Follows Function
20	Aesthetic-Usability Effect	64	Control	108	Framing
22	Affordance	66	Convergence	110	Freeze-Flight-Fight-Forfeit
24	Alignment	68	Cost-Benefit	112	Garbage In-Garbage Out
26	Anthropomorphic Form	70	Defensible Space	114	Golden Ratio
28	Archetypes	72	Depth of Processing	116	Good Continuation
30	Area Alignment	74	Design by Committee	118	Gutenberg Diagram
32	Attractiveness Bias	76	Desire Line	120	Hick's Law
34	Baby-Face Bias	78	Development Cycle	122	Hierarchy
36	Biophilia Effect	80	Entry Point	124	Hierarchy of Needs
38	Cathedral Effect	82	Errors	126	Highlighting
40	Chunking	84	Expectation Effect	128	Horror Vacui
42	Classical Conditioning	86	Exposure Effect	130	Hunter-Nurturer Fixations
44	Closure	88	Face-ism Ratio	132	Iconic Representation
46	Cognitive Dissonance	90	Factor of Safety	134	Immersion
48	Color	92	Feedback Loop	136	Inattentional Blindness
50	Common Fate	94	Fibonacci Sequence	138	Interference Effects
52	Comparison	96	Figure-Ground Relationship	140	Inverted Pyramid
11	序	54	确认	98	费茨定律
12	前言	56	一致性	100	五帽架法
14	80/20法则	58	恒常性	102	功能性与使用性取舍
16	无障碍使用	60	约束	104	包容性
18	导引手册	62	曲线偏见	106	形式跟从功能
20	美即适用效应	64	控制	108	构造信息法
22	功能可见性	66	整合	110	稳住—逃跑—对抗—认输
24	对齐	68	成本效益	112	错误进和错误出
26	拟人化形态	70	防卫空间	114	黄金比例
28	原型	72	深度处理	116	连续性定律
30	面积对齐	74	集体式设计	118	古登堡图表
32	魅力偏见	76	偏好路径	120	希克定律
34	娃娃脸偏见	78	开发周期	122	层级
36	亲近生命效应	80	入口	124	需求层级
38	大教堂效应	82	错误	126	强调手法
40	群组化	84	预期效应	128	恐惧留白
42	经典条件反射	86	曝光效应	130	男孩女孩行为差异
44	意向整合	88	外貌侧重比例	132	图像特征
46	认知失调	90	安全系数	134	忘我
48	颜色	92	反馈循环	136	非注意盲视
50	共同命运	94	斐波那契数列	138	干扰效应
52	比较	96	图底关系	140	倒金字塔法则

142	Iteration	184	Picture Superiority Effect	228	Stickiness
144	Law of Prägnanz	186	Priming	230	Storytelling
146	Layering	188	Progressive Disclosure	232	Structural Forms
148	Legibility	190	Propositional Density	234	Symmetry
150	Life Cycle	192	Prospect-Refuge	236	Threat Detection
152	Mapping	194	Prototyping	238	Three-Dimensional Projection
154	Mental Model	196	Proximity	240	Top-Down Lighting Bias
156	Mimicry	198	Readability	242	Uncanny Valley
158	Mnemonic Device	200	Recognition Over Recall	244	Uncertainty Principle
160	Modularity	202	Red Effect	246	Uniform Connectedness
162	Most Advanced Yet Acceptable	204	Redundancy	248	Veblen Effect
164	Most Average Facial Appearance Effect	206	Rosetta Stone	250	Visibility
166	Normal Distribution	208	Rule of Thirds	252	Visuospatial Resonance
168	Not Invented Here	210	Satisficing	254	von Restorff Effect
170	Nudge	212	Savanna Preference	256	Wabi-Sabi
172	Ockham's Razor	214	Scaling Fallacy	258	Waist-to-Hip Ratio
174	Operant Conditioning	216	Scarcity	260	Wayfinding
176	Orientation Sensitivity	218	Self-Similarity	262	Weakest Link
178	Performance Load	220	Serial Position Effects	264	Index
180	Performance Versus Preference	222	Shaping	269	Credits
182	Personas	224	Signal-to-Noise Ratio	271	Acknowledgments
		226	Similarity		
142	重复	184	美化效果	228	吸引力
144	布拉哥南斯定律	186	启动效应	230	讲故事
146	分层法	188	逐级展开	232	结构形态
148	易读性	190	命题密度	234	对称
150	产品生命周期	192	全貌与庇护	236	威胁侦测
152	映射	194	原型设计	238	三维立体投射
154	心智模式	196	接近	240	自上至下光源偏见
156	模拟	198	可读性	242	恐怖谷
158	记忆技巧	200	辨认强于回想	244	不确定性原理
160	模块化	202	红色效应	246	同一连贯性
162	前卫与亲近性	204	冗余	248	凡勃伦效应
164	最平均面孔效应	206	罗塞塔石碑	250	可见性
166	正态分布	208	三分定律	252	视觉空间共振
168	闭门造车	210	满意法	254	冯雷斯托夫效应
170	助推	212	大草原偏爱	256	侘寂
172	奥卡姆剃刀	214	大小缩放谬误	258	腰臀比
174	操作制约	216	物以稀为贵	260	寻路
176	线条方向感	218	自相似性	262	最弱的一环
178	效能负荷	220	序列效应	264	索引
180	性能 vs 偏爱	222	塑造	268	图片来源
182	个性化	224	信噪比	270	致谢
		226	相似性	271	作者简介/译者简介

目录 (按功能分类)

如何影响用户的认知?

- 22 功能可见性
- 24 对齐
- 26 拟人化形态
- 44 意向整合
- 48 颜色
- 50 共同命运
- 56 一致性
- 58 恒常性
- 62 曲线偏见
- 88 外貌侧重比例
- 96 图底关系
- 100 五帽架法
- 116 连续性定律
- 118 古登堡图表
- 120 希克定律
- 122 层级
- 124 需求层级
- 126 强调手法
- 128 恐惧留白
- 132 图像特征
- 136 非注意盲视
- 138 干扰效应
- 144 布拉哥南斯定律
- 146 分层法
- 148 易读性
- 152 映射
- 176 线条方向感
- 186 启动效应
- 196 接近
- 202 红色效应
- 224 信噪比
- 236 威胁侦测
- 238 三维立体投射
- 240 自上至下光源偏见
- 246 同一连贯性
- 250 可见性
- 252 视觉空间共振

如何让设计易于接受?

- 16 无障碍使用
- 18 导引手册
- 36 亲近生命效应
- 38 大教堂效应
- 40 群组化
- 42 经典条件反射
- 52 比较
- 72 深度处理
- 86 曝光效应
- 104 包容性
- 112 错误进和错误出
- 122 层级
- 134 忘我
- 138 干扰效应
- 140 倒金字塔法则
- 146 分层法
- 148 易读性
- 154 心智模式
- 158 记忆技巧
- 174 操作制约
- 178 效能负荷
- 184 美化效果
- 188 逐级展开
- 198 可读性
- 200 辨认强于回想
- 206 罗塞塔石碑
- 220 序列效应
- 222 塑造
- 224 信噪比
- 228 吸引力
- 230 讲故事
- 254 冯雷斯托夫效应

如何增强设计的易用性?

- 14 80/20法则
- 16 无障碍使用
- 20 美即适用效应
- 22 功能可见性
- 54 确认
- 56 一致性
- 60 约束
- 64 控制
- 68 成本效益
- 76 偏好路径
- 80 入口
- 82 错误
- 98 费茨定律
- 104 包容性
- 110 稳住—逃跑—对抗—认输
- 120 希克定律
- 122 层级
- 132 图像特征
- 134 忘我
- 138 干扰效应
- 140 倒金字塔法则
- 146 分层法
- 152 映射
- 154 心智模式
- 156 模拟
- 170 助推
- 178 效能负荷
- 182 个性化
- 188 逐级展开
- 198 可读性
- 200 辨认强于回想
- 224 信噪比
- 250 可见性
- 260 寻路

如何增强设计的感染力?

20 美即适用效应
24 对齐
26 拟人化形态
28 原型
30 面积对齐
32 魅力偏见
34 娃娃脸偏见
42 经典条件反射
46 认知失调
48 颜色
70 防卫空间
80 入口
86 曝光效应
88 外貌侧重比例
94 斐波那契数列
108 构造信息法
114 黄金比例
130 男孩女孩行为差异
156 模拟
164 最平均面孔效应
174 操作制约
190 命题密度
192 全貌与庇护
202 红色效应
208 三分定律
212 大草原偏爱
216 物以稀为贵
218 自相似性
224 信噪比
226 相似性
228 吸引力
230 讲故事
234 对称

240 自上至下光源偏见
242 恐怖谷
248 凡勃伦效应
256 侏寂
258 腰臀比

如何做出更好的设计决策?

14 80/20法则
16 无障碍使用
52 比较
66 整合
68 成本效益
74 集体式设计
78 开发周期
82 错误
84 预期效应
90 安全系数
92 反馈循环
102 功能性与使用性取舍
106 形式跟从功能
110 稳住—逃跑—对抗—认输
112 错误进和错误出
124 需求层级
142 重复
150 产品生命周期
160 模块化
162 前卫与亲近性
166 正态分布
168 闭门造车
172 奥卡姆剃刀
180 性能 vs 偏爱
182 个性化
194 原型设计
204 冗余
210 满意法
214 大小缩放谬误
232 结构形态
244 不确定性原理
262 最弱的一环

目录 (按拼音排序)

- 80/20法则 14
- 安全系数 90
- 奥卡姆剃刀 172
- 包容性 104
- 比较 52
- 闭门造车 168
- 辨认强于回想 200
- 不确定性原理 244
- 布拉哥南斯定律 144
- 操作制约 174
- 层级 122
- 侘寂 256
- 产品生命周期 150
- 成本效益 68
- 错误 82
- 错误进和错误出 112
- 大草原偏爱 212
- 大教堂效应 38
- 大小缩放谬误 214
- 导引手册 18
- 倒金字塔法则 140
- 对称 234
- 对齐 24
- 凡勃伦效应 248
- 反馈循环 92
- 防卫空间 70
- 非注意盲视 136
- 斐波那契数列 94
- 费茨定律 98
- 分层法 146
- 冯雷斯托夫效应 254
- 干扰效应 138
- 个性化 182
- 功能可见性 22
- 功能性与使用性取舍 102
- 共同命运 50
- 构造信息法 108
- 古登堡图表 118
- 恒常性 58
- 红色效应 202
- 黄金比例 114
- 集体式设计 74
- 记忆技巧 158
- 讲故事 230
- 接近 196
- 结构形态 232
- 经典条件反射 42
- 开发周期 78
- 可读性 198
- 可见性 250
- 恐怖谷 242
- 恐惧留白 128
- 控制 64
- 连续性定律 116
- 罗塞塔石碑 206
- 满意法 210
- 美化效果 184
- 美即适用效应 20
- 魅力偏见 32
- 面积对齐 30
- 命题密度 190
- 模块化 160
- 模拟 156
- 男孩女孩行为差异 130
- 拟人化形态 26
- 偏好路径 76
- 曝光效应 86
- 启动效应 186
- 前卫与亲近性 162
- 强调手法 126
- 亲近生命效应 36
- 曲线偏见 62
- 全貌与庇护 192
- 确认 54
- 群组化 40
- 认知失调 46
- 冗余 204
- 入口 80
- 三分定律 208
- 三维立体投射 238
- 深度处理 72
- 视觉空间共振 252
- 塑造 222
- 同一连贯性 246
- 图底关系 96
- 图像特征 132
- 娃娃脸偏见 34
- 外貌侧重比例 88
- 忘我 134
- 威胁侦测 236
- 稳住—逃跑—对抗—认输 110
- 无障碍使用 16
- 五帽架法 100
- 物以稀为贵 216
- 吸引力 228
- 希克定律 120
- 线条方向感 176
- 相似性 226
- 效能负荷 178
- 心智模式 154
- 信噪比 224
- 形式跟从功能 106
- 性能 vs 偏爱 180
- 需求层级 124
- 序列效应 220
- 寻路 260
- 颜色 48
- 腰臀比 258
- 一致性 56
- 易读性 148
- 意向整合 44
- 映射 152
- 预期效应 84
- 原型 28
- 原型设计 194
- 约束 60
- 整合 66
- 正态分布 166
- 重复 142
- 逐级展开 188
- 助推 170
- 自上至下光源偏见 240
- 自相似性 218
- 最平均面孔效应 164
- 最弱的一环 262

Universal Principles of Design

William Lidwell
Kritina Holden
Jill Butler

125 Ways to Enhance Usability,
Influence Perception, Increase Appeal, Make Better
Design Decisions, and Teach through Design

设计的 125条通用法则

(全本)

[美] 威廉·立德威尔

[美] 克里蒂娜·霍顿

[美] 吉尔·巴特勒

著

陈丽丽

吴奕俊

译

图书在版编目 (CIP) 数据

设计的 125 条通用法则: 全本 / (美) 威廉·立德威尔, (美) 克里蒂娜·霍顿, (美) 吉尔·巴特勒著; 陈丽丽, 吴奕俊译. -- 北京: 中国画报出版社, 2019.5
ISBN 978-7-5146-1721-4

I. ①设… II. ①威… ②克… ③吉… ④陈… ⑤吴… III. ①设计—通俗读物 IV. ①J06-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 039191 号

著作权合同登记号: 图字 01-2019-1097

Universal Principles of Design
© 2003, 2010 Rockport Publishers, Inc.
Simplified Chinese translation edition © 2019 by YoYoYo iDearBook Company
Published by China Pictorial Press
ALL RIGHTS RESERVED.

设计的 125 条通用法则 (全本)

[美] 威廉·立德威尔 (William Lidwell)

[美] 克里蒂娜·霍顿 (Kritina Holden)

[美] 吉尔·巴特勒 (Jill Butler) 著

陈丽丽 吴奕俊 译

出版人: 于九涛

责任编辑: 张怡婷

责任印制: 焦洋

出版发行: 中国画报出版社

(中国北京市海淀区车公庄西路 33 号 邮编: 100048)

开本: 16 开 (787mm × 1092mm)

印张: 17

字数: 153 千字 插图: 285

版次: 2019 年 5 月第 1 版 2019 年 5 月第 1 次印刷

印刷: 广州市番禺艺彩印刷联合有限公司

书号: ISBN 978-7-5146-1721-4

定价: 168.00 元

总编室兼传真: 010-88417359 版权部: 010-88417359

发行部: 010-68469781 010-68414683(传真)

献给我们的父辈：

约翰·C. 巴特勒 (John C. Butler)

拉里·W. 立德威尔 (Larry W. Lidwell)

目录 (按英文字母排序)

11	Foreword	54	Confirmation	98	Fitts' Law
12	Introduction	56	Consistency	100	Five Hat Racks
14	80/20 Rule	58	Constancy	102	Flexibility-Usability Tradeoff
16	Accessibility	60	Constraint	104	Forgiveness
18	Advance Organizer	62	Contour Bias	106	Form Follows Function
20	Aesthetic-Usability Effect	64	Control	108	Framing
22	Affordance	66	Convergence	110	Freeze-Flight-Fight-Forfeit
24	Alignment	68	Cost-Benefit	112	Garbage In-Garbage Out
26	Anthropomorphic Form	70	Defensible Space	114	Golden Ratio
28	Archetypes	72	Depth of Processing	116	Good Continuation
30	Area Alignment	74	Design by Committee	118	Gutenberg Diagram
32	Attractiveness Bias	76	Desire Line	120	Hick's Law
34	Baby-Face Bias	78	Development Cycle	122	Hierarchy
36	Biophilia Effect	80	Entry Point	124	Hierarchy of Needs
38	Cathedral Effect	82	Errors	126	Highlighting
40	Chunking	84	Expectation Effect	128	Horror Vacui
42	Classical Conditioning	86	Exposure Effect	130	Hunter-Nurturer Fixations
44	Closure	88	Face-ism Ratio	132	Iconic Representation
46	Cognitive Dissonance	90	Factor of Safety	134	Immersion
48	Color	92	Feedback Loop	136	Inattentive Blindness
50	Common Fate	94	Fibonacci Sequence	138	Interference Effects
52	Comparison	96	Figure-Ground Relationship	140	Inverted Pyramid
11	序	54	确认	98	费茨定律
12	前言	56	一致性	100	五帽架法
14	80/20法则	58	恒常性	102	功能性与使用性取舍
16	无障碍使用	60	约束	104	包容性
18	导引手册	62	曲线偏见	106	形式跟从功能
20	美即适用效应	64	控制	108	构造信息法
22	功能可见性	66	整合	110	稳住—逃跑—对抗—认输
24	对齐	68	成本效益	112	错误进和错误出
26	拟人化形态	70	防卫空间	114	黄金比例
28	原型	72	深度处理	116	连续性定律
30	面积对齐	74	集体式设计	118	古登堡图表
32	魅力偏见	76	偏好路径	120	希克定律
34	娃娃脸偏见	78	开发周期	122	层级
36	亲近生命效应	80	入口	124	需求层级
38	大教堂效应	82	错误	126	强调手法
40	群组化	84	预期效应	128	恐惧留白
42	经典条件反射	86	曝光效应	130	男孩女孩行为差异
44	意向整合	88	外貌侧重比例	132	图像特征
46	认知失调	90	安全系数	134	忘我
48	颜色	92	反馈循环	136	非注意盲视
50	共同命运	94	斐波那契数列	138	干扰效应
52	比较	96	图底关系	140	倒金字塔法则

142	Iteration	184	Picture Superiority Effect	228	Stickiness
144	Law of Prägnanz	186	Priming	230	Storytelling
146	Layering	188	Progressive Disclosure	232	Structural Forms
148	Legibility	190	Propositional Density	234	Symmetry
150	Life Cycle	192	Prospect-Refuge	236	Threat Detection
152	Mapping	194	Prototyping	238	Three-Dimensional Projection
154	Mental Model	196	Proximity	240	Top-Down Lighting Bias
156	Mimicry	198	Readability	242	Uncanny Valley
158	Mnemonic Device	200	Recognition Over Recall	244	Uncertainty Principle
160	Modularity	202	Red Effect	246	Uniform Connectedness
162	Most Advanced Yet Acceptable	204	Redundancy	248	Veblen Effect
164	Most Average Facial Appearance Effect	206	Rosetta Stone	250	Visibility
166	Normal Distribution	208	Rule of Thirds	252	Visuospatial Resonance
168	Not Invented Here	210	Satisficing	254	von Restorff Effect
170	Nudge	212	Savanna Preference	256	Wabi-Sabi
172	Ockham's Razor	214	Scaling Fallacy	258	Waist-to-Hip Ratio
174	Operant Conditioning	216	Scarcity	260	Wayfinding
176	Orientation Sensitivity	218	Self-Similarity	262	Weakest Link
178	Performance Load	220	Serial Position Effects	264	Index
180	Performance Versus Preference	222	Shaping	269	Credits
182	Personas	224	Signal-to-Noise Ratio	271	Acknowledgments
		226	Similarity		

142	重复	184	美化效果	228	吸引力
144	布拉哥南斯定律	186	启动效应	230	讲故事
146	分层法	188	逐级展开	232	结构形态
148	易读性	190	命题密度	234	对称
150	产品生命周期	192	全貌与庇护	236	威胁侦测
152	映射	194	原型设计	238	三维立体投射
154	心智模式	196	接近	240	自上至下光源偏见
156	模拟	198	可读性	242	恐怖谷
158	记忆技巧	200	辨认强于回想	244	不确定性原理
160	模块化	202	红色效应	246	同一连贯性
162	前卫与亲近性	204	冗余	248	凡勃伦效应
164	最平均面孔效应	206	罗塞塔石碑	250	可见性
166	正态分布	208	三分定律	252	视觉空间共振
168	闭门造车	210	满意法	254	冯雷斯托夫效应
170	助推	212	大草原偏爱	256	侘寂
172	奥卡姆剃刀	214	大小缩放谬误	258	腰臀比
174	操作制约	216	物以稀为贵	260	寻路
176	线条方向感	218	自相似性	262	最弱的一环
178	效能负荷	220	序列效应	264	索引
180	性能 vs 偏爱	222	塑造	268	图片来源
182	个性化	224	信噪比	270	致谢
		226	相似性	271	作者简介/译者简介