

WILEY

# 完美用户体验

## 产品设计思维与案例

[美] Brian Solis 著  
宫鑫 文汝佳 刘婷婷 译

X: THE EXPERIENCE WHEN  
BUSINESS MEETS DESIGN

 中国工信出版集团

 电子工业出版社  
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY  
<http://www.phei.com.cn>





完美用户体验  
产品设计思维与案例

[美] Brian Solis 著  
宫鑫 文汝佳 刘婷婷 译

**X** · THE EXPERIENCE WHEN  
BUSINESS MEETS DESIGN

电子工业出版社  
Publishing House of Electronics Industry  
北京·BEIJING

X: The Experience When Business Meets Design, 978-1118456545, Brian Solis

Copyright © 2015 by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.

All rights reserved. This translation published under license. No part of this book may be reproduced in any form without the written permission of John Wiley & Sons, Inc. Copies of this book sold without a Wiley sticker on the back cover are unauthorized and illegal.

本书简体中文版专有翻译出版权由美国John Wiley & Sons, Inc.公司授予电子工业出版社。未经许可,不得以任何手段和形式复制或抄袭本书内容。

本书封底贴有John Wiley & Sons, Inc.防伪标签,无标签者不得销售。

版权贸易合同登记号 图字: 01-2016-0602

### 图书在版编目(CIP)数据

完美用户体验: 产品设计思维与案例 / (美) 布瑞恩·索利斯 (Brian Solis) 著; 宫鑫, 文汝佳, 刘婷婷译. —北京: 电子工业出版社, 2018.4

书名原文: X: The Experience When Business Meets Design

ISBN 978-7-121-33739-0

I. ①完… II. ①布… ②宫… ③文… ④刘… III. ①人机界面—产品设计 IV. ①TP11

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第033211号

策划编辑: 高洪霞

责任编辑: 牛勇

特约编辑: 赵树刚

印刷: 北京捷迅佳彩印刷有限公司

装订: 北京捷迅佳彩印刷有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱

邮编: 100036

开本: 787×1092 1/16 印张: 15.75 字数: 428.4千字

版次: 2018年4月第1版

印次: 2018年4月第1次印刷

定 价: 119.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至zts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件到dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式: 010-51260888-819, faq@phei.com.cn。



■你知道自己的用户是如何体验你的品牌的吗？

你知道他们的真实感受吗？

你知道他们在背后会怎么说吗？

■如果没有决定性的体验，品牌将成为人们感受和分享的牺牲品。在这个开放的世界里，每个人都与信息相互关联，用户体验就是你的品牌。

■伟大的产品已经不足以赢得商业上的胜利了。创意营销和令人愉快的用户服务也不足以成功。成功和商业未来是用户体验的，现在是学习如何创造和培养有意义的体验的时候了。

■这不是一本普普通通的商业书籍。它实际上被设计成一种精彩绝伦的体验。它的美学是为了唤起情感，同时提供了新的视角和洞察力，帮助你赢得用户的心和想法。这本书的设计，以及它的页面填充，都是用内部共享原则来完成的。

■欢迎来到一个新的商业时代，在这个时代，你的品牌是由那些体验它的人定义的。

■商业的未来在于体验架构，而你就是架构师。

## 译者简介

---

· 宫鑫 ·

射手学院创始人，曾任百度认证负责人、品众互动首席优化师，著有《Google广告优化与工具》《域名投资的秘密》，译著数十本。

· 文汝佳 ·

2016年毕业于上海外国语大学英语语言文学专业。硕士期间，研究方向为翻译学。现从事英语翻译相关工作。

· 刘婷婷 ·

毕业于青岛科技大学翻译专业，曾经参与翻译著作《转化：提升网站流量和转化率的技巧》《数字营销解析》，长期活跃于互联网营销领域。

# 完美用户体验

产品设计思维与案例





# 1.0

P. 6

这是 X

# 1.1

P. 12

$CX = \$$

# 1.2

P. 16

媒介 = 信息

# 1.3

P. 24

视角的馈赠

# 2.0

P. 32

先天VS后天

# 2.1

P. 38

拟真设计

# 2.2

P. 48

商业遇上设计

# 2.3

P. 56

关键时刻

# 3.0

P. 66

RIFE周期

# 3.1

P. 80

用户体验回归

# 3.2

P. 94

网格

# 4.0

P. 108

数字优先

# 4.1

P. 116

以人为本的设计

# 4.2

P. 124

$BX + UX + CX = X$

# 4.3

P. 134

人性算法

# 5.0

P. 142

地图就是我们

# 5.1

P. 146

旅程绘制

# 5.2

P. 154

体验图

# 6.0

P. 174

神圣的人物角色

# 6.1

P. 184

讲故事

# 6.2

P. 192

故事板

# 7.0

P. 206

体验流程

# 8.0

P. 220

生动的X!

# 8.1

P. 228

苹果的世界

# 9.0

P. 242

这是水



# 完美用户体验

产品设计思维与案例







完美用户体验  
产品设计思维与案例

[美] Brian Solis 著  
宫鑫 文汝佳 刘婷婷 译

**X** · THE EXPERIENCE WHEN  
BUSINESS MEETS DESIGN

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry  
北京·BEIJING

此为试读, 需要完整PDF请访问: [www.ertongbook.com](http://www.ertongbook.com)

X: The Experience When Business Meets Design, 978-1118456545, Brian Solis

Copyright © 2015 by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.

All rights reserved. This translation published under license. No part of this book may be reproduced in any form without the written permission of John Wiley & Sons, Inc. Copies of this book sold without a Wiley sticker on the back cover are unauthorized and illegal.

本书简体中文版专有翻译出版权由美国John Wiley & Sons, Inc.公司授予电子工业出版社。未经许可,不得以任何手段和形式复制或抄袭本书内容。

本书封底贴有John Wiley & Sons, Inc.防伪标签,无标签者不得销售。

版权贸易合同登记号 图字: 01-2016-0602

### 图书在版编目(CIP)数据

完美用户体验: 产品设计思维与案例 / (美) 布瑞恩·索利斯 (Brian Solis) 著; 宫鑫, 文汝佳, 刘婷婷译. —北京: 电子工业出版社, 2018.4

书名原文: X: The Experience When Business Meets Design

ISBN 978-7-121-33739-0

I. ①完… II. ①布… ②宫… ③文… ④刘… III. ①人机界面—产品设计 IV. ①TP11

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第033211号

策划编辑: 高洪霞

责任编辑: 牛勇

特约编辑: 赵树刚

印刷: 北京捷迅佳彩印刷有限公司

装订: 北京捷迅佳彩印刷有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱

邮编: 100036

开本: 787×1092 1/16 印张: 15.75 字数: 428.4千字

版次: 2018年4月第1版

印次: 2018年4月第1次印刷

定价: 119.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至zts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件到dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式: 010-51260888-819, faq@phei.com.cn。



# 1.0

P. 6

这是 X

# 1.1

P. 12

$CX = \$$

# 1.2

P. 16

媒介 = 信息

# 1.3

P. 24

视角的馈赠

# 2.0

P. 32

先天VS后天

# 2.1

P. 38

拟真设计

# 2.2

P. 48

商业遇上设计

# 2.3

P. 56

关键时刻

# 3.0

P. 66

RIFE周期

# 3.1

P. 80

用户体验回归

# 3.2

P. 94

网格

# 4.0

P. 108

数字优先

# 4.1

P. 116

以人为本的设计

# 4.2

P. 124

$BX + UX + CX = X$

# 4.3

P. 134

人性算法

# 5.0

P. 142

地图就是我们

# 5.1

P. 146

旅程绘制

# 5.2

P. 154

体验图

# 6.0

P. 174

神圣的人物角色

# 6.1

P. 184

讲故事

# 6.2

P. 192

故事板

# 7.0

P. 206

体验流程

# 8.0

P. 220

生动的X!

# 8.1

P. 228

苹果的世界

# 9.0

P. 242

这是水






# 1.0

这是 X



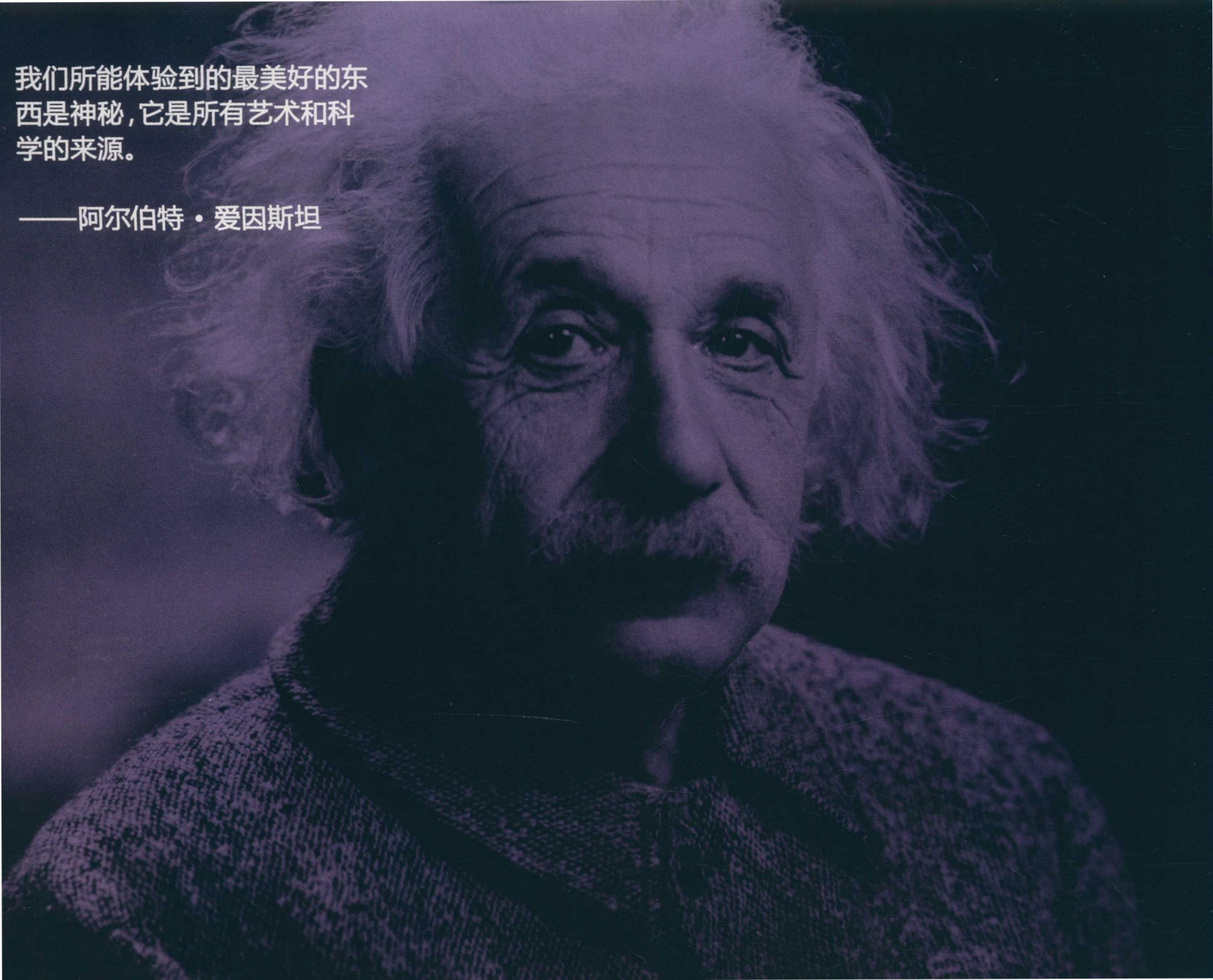


体验即新的品牌。  
众多体验即新的  
品牌化。

未来即体验。

我们所能体验到的最美好的东西是神秘,它是所有艺术和科学的来源。

——阿尔伯特·爱因斯坦





闭上眼睛,思考片刻。想想你最近一次以消费者的身份在一家公司获得的绝佳体验,那种俘获了你的心灵、大脑和精神的体验。

是什么使它与众不同?

让我们称其为“X”——它尚不为人所知,却使某件事情变得如此与众不同。

本书讲述的是X,它使用户每次使用你的产品后,都能留下难忘的回忆——每天如此,时刻如此。

# 什么是 X?

在数学中,X代表未知数。在商业领域,我们必须求解的X是我们想要给用户提供的体验。当然,企业注重用户体验并不是一件新鲜事,但是,体验的创造已进入新时期。企业若不尝试为其用户提供更为满意的体验,则势必会损失惨重。

1998年,B.约瑟夫·派恩二世和詹姆斯·H·吉尔摩在《哈佛商业评论》发表了一篇引人争议的文章,预示着“体验经济”时代的来临。<sup>1</sup>他们

认为,企业应该别出心裁,为用户策划难忘的活动,因为这些体验和回忆将最终成为企业产品和品牌的一部分。派恩和吉尔摩这样定义体验:“当公司有意将服务当作舞台、产品当作道具,吸引每位用户融入其中,创造难忘回忆时,体验就诞生了。”

<sup>1</sup> <http://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy/ar/1>.