



Web Designer Idea

梁景红(Relen) 编著
飞思数码产品研发中心 监制

——设计师谈 网页设计思维

Web Designer Idea

——设计师谈 网页设计思维

梁景红(Relen) 编著
飞思数码产品研发中心 监制

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING



内容简介

本书以“目的、信息、设计、创意思维”作为根脉来介绍网页视觉设计，畅谈的话题从策划到编辑再到设计，从而讨论“我们要建立怎样的站点，并以何种形式完成它”的问题。

全书共分四个部分，分别介绍网站建设目的、网站信息内容、页面形式设计、网页创作构思。

“目的”部分以建设网站的目的为主，带领设计师从建站目的的角度，探讨如何抓住首要问题，如何建立网站雏形，如何打开狭隘的、局限于设计者身份的思考方式。而“信息”部分则着重从网站的内容与传播内涵两个方面入手。通过分析网站信息的形式和信息的管理，通晓信息与设计之间的结合点。从信息所传递出来的文化内涵方面，探讨如何运用视觉信息诠释欲求关系。最后“设计”和“创意思维”两部分分别探讨了导航、版式、色彩、风格等与网页视觉设计关系最为紧密的问题，以及一些理论与实际应用相结合的方法。

本书不仅适合于网页设计师、广告从业者和与网页设计课程相关的专业人士阅读，也适合于初学者及网页设计爱好者阅读。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书的部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

Web Designer Idea——设计师谈网页设计思维 / 梁景红 (Relen) 编著. —北京: 电子工业出版社, 2006.7

ISBN 7-121-02471-3

I. W... II. 梁... III. 网页—设计 IV. TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 032197 号

责任编辑: 赵红梅 徐磊

印刷: 中国电影出版社印刷厂

出版发行: 电子工业出版社

北京海淀区万寿路 173 信箱 邮编: 100036

经销: 各地新华书店

开本: 787 × 980 1/16 印张: 16 字数: 409.6 千字

印次: 2006 年 7 月第 1 次印刷

印数: 5 000 册 定价: 55.00 元

凡购买电子工业出版社的图书，如有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系电话：010-68279077。质量投诉请发邮件至 zllts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

作者介绍

梁景红 (Relen)

网页视觉设计专家，长期研究网页视觉设计。

天极设计在线的优秀作者之一。在网上发表的《点睛之笔：网页视觉设计小技巧》、《快速把你的照片矢量化》等多篇关于视觉设计与Illustrator软件应用的文章均受到网友们的好评，使读者受益匪浅。

曾在《电脑报》开设“个性化网页设计”、“设计师之路”、“品网”等多个专栏；文章也发表于其他多种报纸、杂志上。

曾出版畅销书籍《网站设计与网页配色实例精讲》、《个性化网页设计与鉴赏》，作品收录于图集《设想》一书中。其中《网站设计与网页配色实例精讲》一书多次加印，并被改为繁体版，发行于港台地区。



ISBN 7-121-01706-7

定价：38.00元



ISBN 7-121-01676-1

定价：45.00元

感谢全球网页设计师的辛勤工作，以及呈现出来的优秀作品。

感谢我的父母、出版社同仁，以及支持我的朋友们。

声 明

由于现今的互联网信息量庞大，变化速度较快，许多网站作品及其设计者无法做到准确地一一对照。本书尽量标注网站的网址及其出处，但由于客观因素，有些网站已无法考证设计者及网址，我们欢迎知名者及设计者能够与我们联系，使我们将网址或设计者放在书中，以尽完善。

前 言

这是一本关于网站视觉设计的理论工具书，
帮助你梳理和总结关于网站视觉设计的方方面面；
这是一本重点分析建设意图与形式设计之间存在着何种关联的专业图书，
帮助你从根源探索创作思维的延展；
这是一本归总了普遍定论与特殊情况的实用案例范本，
帮助你通过理论与实际的结合，快速地掌握创作要点；
……

作为一个设计者，只有认清楚建设网站的意图和网页形式之间存在着何种微妙的关系，才能创作出优秀的作品。本书虽然涉及网页设计的理论原则，但却没有罗列枯燥的理论，而是循序渐进的进入主题，引用实例。通过大量的案例分析来探讨网页设计的客观基础与主观因素。

初学者可以从书中得到系统而详致的网页视觉方面的专业知识和思维方法；
网页设计师可以从书中得到与实际工作关系紧密的各种技巧和知识点；
广告从业者可以通过阅读本书，快速地从传统广告业的设计理念过渡到专业的网站网页平面的创作理念；

对网页设计课程的相关讲师，这会是一本结构合理、专业性强、涵盖面广的教科书；

网页设计爱好者们，相信你们能够从中得到关于网站视觉设计方面的基础知识和提高知识……

联系方式

咨询电话：(010) 68134545 88254160

电子邮件：support@fecit.com.cn

服务网址：<http://www.fecit.com.cn> <http://www.fecit.net>

通用网址：计算机图书、飞思、飞思教育、飞思科技、FECIT

阅读说明

由于是设计类图书，本书采用了与以往不同的写作风格，将插图与文字以视觉心理学的角度进行安排，使插图能够第一时间吸引读者的眼球，将图片色彩的优势发挥得淋漓尽致，同时文字不是生硬地直指插图，而是以论述的方式巧妙地与插图融合，使读者在阅读时能够有一种设计师就在身旁亲自讲解的感觉。

网站首页图



网站的格局或
用色方案

网站特色说明

网站网址

网站内页或特
色栏目图



对此网站的具
体论述

Glue 是一家提供设计服务的公司，创作团队很有实力。网站的背景色彩显得有些厚重，用于反衬正中的信息区。尽管页面格局并不复杂，但当你接触之后便会发现，以一个设计公司的网站来说，Glue 的内容已经很丰富了，编排也颇有他的特色。

目 录

引言	1
----	---



目的	9
----	---

明确主题	12
------	----

材料分析	20
------	----

目标用户	21
------	----

“设计”目的	23
--------	----

特殊、唯一、印象深刻；以优势取胜	23
------------------	----

优势在全面中变得平庸，网站内容忌臃肿	24
--------------------	----

视觉识别不够，用“口号”加强补足	25
------------------	----

网站可信度	25
-------	----

网站策划书	27
-------	----

策划书的书写	27
--------	----

背景介绍	27
------	----

市场分析	27
------	----

建设目的及网站定位	27
-----------	----

技术解决方案	27
--------	----

内容规划	28
------	----

页面设计	28
------	----

流程及人工	28
-------	----

网站维护	28
------	----

发布与推广	28
-------	----



信息	31
----	----

信息与信息空间	35
---------	----

目 录

信息的形式	35
文字	35
图片	39
动画	41
音乐	45
信息的创建与管理	46
信息的来源	46
信息空间的结构	46
信息的编辑	49
信息的积累	50
信息空间的重组	50
视觉信息与文化传播	50
视觉信息的情感表达	54

Part
03

设计 59

网页形式与设计	65
导航设计	68
导航的形式	69
纯文字	69
文字 + 装饰	70
隐藏文字信息的导航	73
导航的艺术性与可用性	75
版式格局	76
栏式结构	79
分栏数及特征	80
宽、窄栏与信息的关系	81
栏中栏	82

目 录

页长与栏底	83
区域结构	84
分栏结构与区域结构	85
信息特点	87
规则的与不规则的划分	88
网页版式设计及风格	89
融合和创新	90
借鉴与展望	93
常见格局的创作参考	95
色彩设计	101
网页色彩设计	103
信息与色彩	104
目的与色彩	105
色彩与版式结构	107
标志性物体的色彩	108
色彩规划及调整	108
色彩创作的思路	110
主 色	110
辅 色	111
背景色 (底色)	112
以传达信息为主的设计用色	114
色彩风格	116
风格设计	120
统一外观与风格设计	125
重复、替换、调整——统一的过程	126
减弱：强调和弱化	128
风格设计的思路及参考	130
特征扩大化	130
扩展 VI、吉祥物	133
图形图像、动画的魅力	135
畅想主义	138

目 录

Part
04

创意思维	139
更新你的思维方式	141
灵感的来源	143
设计是择优选择的过程	147
“最重要的”和“极限范围”	150
想要冲破传统，首先需要知道什么是传统	155
导航思维与页面设计	158
方向式导航	158
横排导航	158
竖排导航	160
倾斜导航	161
导航面积的创意思维	162
消失的导航——“信息域”导航的应用	164
信息抽屉——展开和关闭	166
多导航系统的形成及应用	168
重复出现的导航	174
导读与指示设计	177
信息域与页面层	180
跳转信息与信息置换	182
为固定的信息域提供加长的信息区	183
活动的信息域与扩展空间的页面拉层	184
重复性信息条目的运用	185
格局思维与页面设计	185
参照物——固定与变化	185
让画面上的元素有机地统一起来，减少空白的区域	186
从色彩上改变画面的气氛	186
从插图上提供知识性和情感性等内容	188
看看是否还能增加造型的美感	188
直线与曲线	189

直线格局的特色	189
曲线格局的特色	191
从首页到内页——视觉元素的呼应	194
冲破格局的局限	197
色彩表现力	200
亲和力	200
智慧、诚信	202
动感、活泼	204
人文、历史悠久	205
时尚	207
健康	209
幼儿	210
高雅	212
真的是“视觉疲劳”吗？	213
插图表现力	216
光与影——空间感！	216
插图的文化内涵与传达	219
纯文字的魅力	223
设计与表达	223
“大气”的营造	223
细节在哪里？	226
是对话，不是独白	233
 后 记	 237

引言

如今的互联网已经渗透到我们生活中的各个层面。网站内容既丰富又全面，能够满足各种不同需求的浏览者，活跃了经济，也达到了商家开办网站的目的。

正当网络作为第四媒体，逐渐走向成熟和完善的时候，网页设计业也已逐步脱离了传统广告设计的范畴，形成了特殊而独立的体系。这同时表明，我们对网站视觉审美及网站功能应用等多个方面的认知达到了一个新的高度。

我们为什么而工作

抛去媒体这层外衣，网站是信息的储存空间。从理论上来说，套用相同的模板，只要保证浏览者能够获取信息，网站的功能就实现了。例如1996年以前的网站，几乎是纯文字的页面，没有什么所谓“设计”的概念可言。而从实际情况看，现今的网络上依旧到处充斥着那种仅仅是通过信息堆砌而成的网站。那么，设计师们到底是为了什么而工作的呢？不了解网页美术的意义所在，我们又如何能够正确的面对创作呢？

其一，面对激烈竞争的网络环境

众所周知，“优者生存”是事物繁衍发展的自然规律。随着网络技术的更新换代，以及计算机美术所触及的范围越来越广，我们无法继续满足于只有几篇文字和版式一模一样的网站。

不可否认，互联网的共享环境给信息储备和更新带来了很大的冲击，现今已不像十年前那样，只有数得出来的几百个网站，而是有无法估量的上千万个网站。主题相同或雷同的网站多到无数，要想从千百个相同主题的网站中脱颖而出，确实不易。互联网的全球共享信息环境，能够使地球另一端的竞争者们与我们站在同一条起跑线上，竞争加剧了，网站的视觉设计也就变成了竞争中的重要一环。

其二，面对信息结构的日益复杂化

网站已不再是发布几条消息或放上几个广告那么简单的载体了。它可能是一个大型的信息资料库，也可能是琳琅满目的信息转盘，信息的重要性决定了信息的摆放顺序及浏览者的使用频率。

由于信息结构变得越来越复杂，一个信息空间内部结构如何设计，繁多的信息类别如何管理，异类信息如何分主次，同类信息如何分类分层，以及单一页面上的信息结构如何安排等诸多问题都摆在了我们的面前。“页面上有文字就可以”这一原则已经无法解决现今互联网的网站信息问题了。我们必须依据信息结构去规划网站设计，科学地进行信息管理。在不影响信息下载的同时，提供给浏览者一种美好的视觉环境，帮助他们科学且快速地查阅信息。

其三，信息的传播内涵与外延

网民是为了不同的目的登录到相关的站点上查询信息的。试想一下，一个需要阅读娱乐新闻的人是不会到体育网站上去寻找的，而一个需要收集出国政策的人更不会到游戏网站上去搜索，这是有关信息类别的不同选择。

信息不同，网站的气氛亦会不同。当浏览者进入娱乐网站时，却感觉如同进入了体育竞技场，那么这个网站所传递出的信息概念就完全错误了，从而导致浏览者对网站的设计及网站本身都不会给予认可。也就是说，网站的信息内容有着特殊的传播内涵与外延。弄错了游戏规则，可能会损失大量的浏览者，等同于失去了成功的机会。

其四，我们想让它做更多事情

网络不仅仅是信息的储存空间，更是一种新形式的电子信息传播方式，区别于电波、纸张、电视，我们称之为第四媒体（或新媒体）。任何人都可以以个人、团体、公司等不同名义建设属于自己的网站，这些网站有别于综合性的门户网站或资讯类的站点，它们并不依靠大量信息吸引访问者，网站只是他们创造商业价值的间接手段。

企业需要建立形象网站，把VIS系统嵌入到网站设计中，这无疑延伸了形象传播的深度和广度。通过网络，企业信息和相关资料被广泛传播给全球客户，无法估计的各种机遇层出不穷。更有甚者，一个非常大气而庄重的网站，可以给一个仅有几个人的贸易公司带来数万元生意。不同的企业，有着不同的企业文化，跟随所要传播的信息概念，网站设计的形式和气氛绝对不能相同。如果把可口可乐公司的网站，设计得如同劳力士手表的网站一样时，谁能想像这将会造成多么大的经济损失！

其五，视觉审美关系到网站生存与发展

网站作为新媒体的媒介主体，具有更多与传统媒体不同的特征和特性。这些特征决定了网页设计的形式和使命，它的意义将与传统媒介的“设计”截然不同。网页设计是网站的视觉内容部分，它是浏览者进入站点时第一时间接收到的视觉信息。它可以给浏览者一个概念，一种印象，这种印象有时候是致命的。

Relen(作者)记得NWP (<http://www.newwebpick.com>) 第二版的设计形式并不新颖，以至于第一次进入NWP V2 首页时，认为它是一个无关紧要的网站，便没有进入内页浏览，而是直接关闭了浏览器。当V3发布后，无意中进入时，还以为是一个新发布的优秀网站，并在其内停留了很久。其实就网站信息内容来说，V2与V3之间并没有太大的变化，直到V4才有了信息结构的突破性扩充。但多数人认识NWP却是从V3版本开始的，而NWP也是从V3版本开始奠定了它作为国际知名品牌网站的基础，进而才有了V4版向综合性设计门户迈进的一步。



■ NWP V2 首页 设计单调，缺乏美感

■ <http://www.newwebpick.com>



■ NWP V3 首页 轻快动感，风格独特
■ <http://www.newwebpick.com>

互联网中的同类网站非常多，其中也不乏大量的优秀作品。不论设计还是内容，都非常有特色。在这种情况下，网民们有权利去挑选他们喜爱和认可的网站，并成为这些网站的“回头客”。

在如此激烈的竞争之中，一个可用性强、拥有独特创新的网站设计成为网站长期发展的必要条件之一。

行业现状

阐释完网页设计的重要性与必要性，再来说一说行业的现状。

与前几年相比，现今优秀的网站作品已经很多了，可行业现状依旧显得可悲。不少在职的网页设计师（网页美工），是用教条的、形式化的方式设计网页，作品也给人一种像是一个模子印出来的感觉，甚至有些人为能使用免费模板来“消化”客户单而自鸣得意。

随着互联网知识的普及，我们的委托人对网站设计有了一定了解。但他们仍旧不十分明确网站能做什么，建设网站的目的是什么，要做怎样的网站，能从网站中得到什么。更重要的是，大多数企业网站的策划和运作都存在问题，在客户的概念里，这样的东西就是网站了。如果这样的网站无法给客户带来直接或间接的“好处”，那么他的概念就变成互联网不能给企业带来利益。

如果你觉得上一段末尾，Relen 阐述的不正确，那说明你看到的都是发展不错的网站。然而国际互联网域名登记管理机构（INTERNET NIC）每天注册域名 15 000 个以上，其中 97% 是为企业注册的。这些你是否都看过了呢？他们中到底有多少企业是依靠网络得到直接或间接利益的呢？

这就是现状之一，不论我们比几年前进步了多少，现今仍处在网站设计业的初期。行业的标准，客户的观点，以及审美的准则都不尽成熟。我们仅仅看到了这座高山的一部分轮廓，但实际上我们要向上攀岩、摸索前行的路还很远。

另外，工种不分家对行业的发展产生了阻碍因素，设计师需要掌握更全面的知识。

很少有人能分清楚网站美工、网页设计师、UI 设计师、制作人员、程序设计师、网站设计总监等职位的职权范围，公司招聘员工也是希望应聘人员什么技术都会。如果美术设计师能精通制