

省部级精品课教材
高等院校艺术设计专业丛书

网页设计

WANGYE SHEJI

崔山山 著



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>

省部级精品教材

高等院校艺术设计专业丛书

网页设计

WANGYE SHEJI

崔山山 著

重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>

丛书主编 许 亮 董万里 陈琰年

丛书主审 杨为渝 李立新

图书在版编目(CIP)数据

网页设计/崔山山著.—重庆:重庆大学出版社,2011.6
(高等院校艺术设计专业丛书)
ISBN 978-7-5624-6016-9

I.①网… II.①崔… III.①主页制作—高等学校—教材 IV.①TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第030800号

D E S I G N

高等院校艺术设计专业丛书
编委会

网页设计
WANGYE SHEJI

崔山山 著

责任编辑:黄 岩 版式设计:崔山山

责任校对:秦巴达 责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:邓晓益

社址:重庆市沙坪坝正街174号重庆大学(A区)内

邮编:400030

电话:(023)65102378 65105781

传真:(023)65103686 65105565

网址: <http://www.cqup.com.cn>

邮箱: fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

重庆金雅迪彩色印刷有限公司印刷

*

开本:889×1194 1/16 印张:5.25 字数:134千

2011年6月第1版 2011年6月第1次印刷

印数:1-3 000

ISBN 978-7-5624-6016-9 定价:32.00元

- | | |
|-----|-------------------|
| 罗 力 | 四川美术学院副院长、教授 |
| 郝大鹏 | 四川美术学院副院长、教授 |
| 赵 健 | 广州美术学院副院长、教授 |
| 何 洁 | 清华大学美术学院副院长、教授 |
| 马一平 | 四川音乐学院成都美术学院院长、教授 |
| 吴家骅 | 世界建筑导报总编、深圳大学教授 |
| 何晓佑 | 南京艺术学院副院长、教授 |
| 吴 翔 | 东华大学工业设计系主任、教授 |
| 陈小林 | 四川大学艺术学院设计系主任、教授 |

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书

制作各类出版物及配套用书,违者必究

前言

互联网是一种不受时间和空间限制的信息传播技术。从理论上讲,任何一个具备上网条件的人都可以在任何时间和地点浏览任何一个网页。互联网所转载的信息内容非常广泛,包罗万象,网络用户可以根据自己的需要来进行选择。他们既可以集中阅读,也可以进行综合比较;既可以在网上浏览或聆听,也可以下载后再欣赏。整个操作过程简单到只需要点击鼠标即可完成,非常方便和快捷。由于网络媒体的特殊性,网络用户也逐渐形成了独特的心理和行为特征。

网站的内容和功能虽然各异,但是它们的最终目的都是为用户服务。因此网页设计就必须能够吸引用户,并满足他们的需要。对网络媒体与网络用户的了解,网站的信息结构与导航系统的建立是网站的可用性的基础,它们也是在进行网站的视觉表现设计之前必须完成的重要任务。本书从分析网络媒体与印刷媒体之间在技术和设计上的差异着手,来阐述网络媒体的基本特征,并进一步地从视觉传达设计的普遍规律和网络媒体的特殊性两个方面来分析网页设计的基本视觉语言、构成单位、构成结构和基本的设计原理。由于篇幅有限,本书没有包括网站的信息结构与导航系统设计的内容,希望读者能够通过其他的途径来加强这方面的学习。本书将以网络用户为中心的指导思想来探讨网站的视觉表现设计。

本书作者崔山山从一九九六年开始从事人机互动与网站设计,曾先后在多所美国公司担任高级界面设计师和艺术总监等职务,现执教于美国乔治梅森大学。她的网站设计作品多次获奖,其中包括由美国装潢设计艺术协会颁发的银奖。本书积累了作者十几年来从事网站设计的经验和多年的教学心得,汇集了来自美国、德国、英国、新西兰、日本、加拿大、比利时、智利、巴西等来自世界各地的优秀网站设计,是一本有理论基础和实际应用,深入浅出的网页设计教材。

目录

1 网站的特征以及设计原则

1.1 网站的特征	1
1.2 网站设计的三大原则	6
1.3 实例分析	10

2 网页的设计原理

2.1 近似的设计原理	15
2.2 邻近的设计原理	17
2.3 对齐的设计原理	20
2.4 平衡的设计原理	21
2.5 对比的设计原理	22
2.6 特异的设计原理	23
2.7 图与底的设计原理	24
2.8 强调的设计原理	25
2.9 延续的设计原理	25
2.10 重复的设计原理	26
2.11 实例分析: "Instabox" 公司网站首页设计	27

3 网页的视觉语言

3.1 网页色彩	29
3.2 网页字体	32
3.3 网页图像	37
3.4 网页媒体	43

4 网页界面解析

4.1 设定网页的宽度与首屏	46
4.2 强调网页首部的的设计	48
4.3 加强内容区的设计	50
4.4 注重功能的导航设计	51
4.5 扩大化的页脚设计	58
4.6 网络广告	58

5 网页的构成结构

5.1 栅格的作用与功能	60
5.2 栅格的组成元素	63
5.3 借鉴传统栅格的网页结构	65
5.4 打破栅格的网页结构	70

参考文献	77
参考网站	78

网站的特征以及设计原则

1.1 网站的特征

(1) 互动性

互动性 (Interaction) 应该是网站与印刷品之间在功能上的最大差异。印刷品的信息传递功能是单向的, 虽然读者对信息会有自己的理解, 但是读者与印刷品之间, 读者与作者之间都没有互动, 而网站所提供的信息交流却具有互动性的特点。

① 用户的参与

网络用户不再只是单纯的接收信息, 他们也参与网上信息的写作与发布。许多网站的全部或部分内容是直接由用户提供的, 例如, 维基百科 (wikipedia.org)、YouTube (www.youtube.com), 以及众多的社交网站完全是由用户来提供信息。由用户提供部分内容的网站 (自觉的与不自觉的) 就更是举不胜举。例如, 用户可以在亚马逊网站 (www.amazon.cn) 上发表自己撰写的书评, 该网站也会根据用户的购买或浏览历史来推荐商品。

个人的博客网站也成为互联网上一个重要的信息传播方式。

许多门户网还提供个性化的服务, 用户可以选择自己感兴趣的信息内容来组建自己的个人空间, 也可以选择自己喜欢的网页模板。

② 任务取向

印刷的商品广告或目录只能够起到吸引消费者的作用, 不能直接实现推销或购买的行为。网站不仅仅传播信息, 宣传产品, 用户还可以直接在网完成一定的任务。例如, 网络用户可以在商务网站上直接购买商品, 也可以在网完成填表、递交申请等其他任务。

③ 即时性

虽然印刷品的印制周期随着印刷技术和管理水平的提高而逐渐缩短, 但它仍然需要通过一定的印刷和装订工艺, 从数码文件转换为印制好的成品, 然后通过运输和销售等环节才能够把印刷品送到读者手中。网站的制作、发布、修改都不需要转换媒体。网站的发布具有即时性的特征, 只要一经发布, 用户就能够立即浏览和使用。网页内容的修改与更新速度

更是印刷品无法相比的。

网站也能够对用户的网上行为做出即时的反应。例如,当用户填写表格,点击“提交”按钮后,服务器就会自动回复表格已经收到,或者表格有填写错误或是有遗漏等反馈信息。网络用户也已经形成了这样的心理模式,他们期望能够得到立即的信息反馈或结果。

网站的即时性还体现在细小的用户体验上,例如,当鼠标滑上超级链接或导航按钮时,其状态的变化就是在给用户提供即时的信息反馈。

(2) 多样性的特征

印刷品的内容和形式丰富多样,但是它的结构和阅读方式却是单一的直线式。视觉语言也主要是文字和图像。而网站在信息结构、导航、信息的传递方式等方面都比印刷品更复杂、更多样化。

① 信息结构

印刷品的组织顺序和装订的结构都相对比较简单。无论怎样创新,都只能是按一、二、三、四的单一顺序来组织和装订。即使读者不按顺序从封面读到封底,也只能够按照装订的顺序来跳页,其方式仍然是直线式的。

网站的信息结构则完全不同,它的信息不再是以单一的、直线的方式来组织,也没有像封面与封底那样明确的界限。网站的信息内容通过分类组合,形成多项的选择,或称为栏目,每一个栏目又分有不同的层面,各个栏目和各个层面之间又互相关联形成树状的主从结构。由于网站的内容和功能的不同,网站的信息结构又有许多不同的具体形式,有的网站甚至交叉使用多种信息结构。例如,有的网站会同时采用按产品的类型和按用户的身份两种方式组织网站的信息结构。

② 浏览方式

网站的互动性、功能性和信息结构的特殊性决定了网站的浏览方式不同于印刷品的阅读方式,它具有复杂、多项、灵活的特征。用户不仅可以纵向地按信息结构的层面来浏览,还可以横向地跨栏目浏览;既可以从网站的首页开始浏览,也可以从任何一页开始浏览,甚至跳转到其他的网站。

许多的网站往往还提供不同的导航与浏览方式,以满足不同用户的浏览习惯,帮助用户迅速地查询信息。例如,栏目导航、快捷链接、搜索引擎以及各种辅助导航(路径条、网站地图、常见问题、工具栏

等)的运用。

多样灵活的浏览方式在为用户带来方便的同时,也为网站的导航设计增加了难度。因为过多的选择有可能会给用户增加不必要的负担,过于灵活的导航系统也可能影响到网站信息结构的严谨性。

③ 多媒体

虽然网络目前还是以文字作为主要的信息传递方式,但是随着互联网技术的发展和宽带的逐渐普及,动画、音响和视频等多种媒体的运用也在逐渐增多。多媒体的运用不仅使网站的信息传递方式多样化,也给用户带来了与印刷品完全不同的视听体验。

(3) 网页显示的特征

显示网页的计算机屏幕与印刷品的纸张是完全不同的信息载体。由于载体相关技术的不同,网页的显示质量达不到印刷品的精细度,同时,网页的显示还受联网方式、下载速度、用户端计算机等因素的制约。

① 显示分辨率

无论是印在纸上还是显示在计算机屏幕上,图像和文字都是由微小的点所组成。印刷品是通过微小的油墨点来成像,网页则是通过屏幕上微小的电子光点来成像。这些点通常被称之为“像素”(Pixel)。图像的质量是以每平方英寸内的像素点数(ppi)来计算的,也就是分辨率(Resolution),分辨率越高,图像的精细度也越高。分辨率又分为显示分辨率和输出分辨率(Display resolution and output resolution)两种。

显示分辨率用于计算和定义计算机屏幕,以及其他电子显示器所能够显示的最高分辨率。计算机屏幕的显示分辨率一般为72或96ppi。当网络图像的分辨率高于计算机屏幕所能够显示的分辨率时,也不会改善图像的显示质量。

输出分辨率既可以指输出设备的分辨率,也可以指数码文件自身的分辨率。输出设备也同样有最高输出分辨率的限制。印刷品的分辨率一般为300dpi,有的甚至更高。

由于计算机屏幕的显示分辨率远远低于印刷的输出分辨率,因而网页的图文显示效果无法与印刷品的质量相比较。仅此一点就决定了网页设计与印刷品设计之间巨大的差异。

② 刷新率

虽然印刷品的纸张和油墨会随着时间的推移慢慢地褪色,但是,总的来说它具有相当好的稳定性。显示网页的计算机屏幕却需要不断地刷新,也就是说网页的显示不是持续的。计算机屏幕的刷新率以每秒钟

屏幕刷新的次数来计算,即赫兹(Hz)。过低的刷新率会使计算机屏幕出现闪烁的现象,容易使人的眼睛感到疲劳,甚至引起头痛。根据调查,刷新率设置为60~72 Hz的15 in的荧光屏显示器(CRT)一般不会对在短时间内造成眼睛的不适。17 in或更大的荧光屏显示器需要至少85Hz的刷新率,才不会造成眼睛的不适。

采用不同显示技术的液晶显示器(LCD)的刷新率通常为60Hz。在液晶显示器上能够产生类似于荧光屏显示器的闪烁现象的是它的背光源(Back light),而背光源的闪烁频率(Flicker)通常在200Hz左右。所以刷新率为60Hz的液晶显示器不会造成荧光屏显示器在同一刷新率时出现的闪烁现象。

由于计算机屏幕的闪烁、低显示分辨率、混色方法等因素,浏览网页比阅读印刷品更容易引起眼睛的疲劳。

③网页的下载速度

网页不仅依赖于计算机(显示屏、浏览器、操作系统等)来显示,它还必须通过与互联网的连接来传递。即使是无线上网,也仍然需要联网,也需要时间来下载网页。它不像印刷品,一经完成,就相对独立。

网页的下载速度是与联网的方式、计算机软硬件的配置、互联网上的“交通状况”、网页文件、图像、多媒体文件的体积大小等因素密切相关。在网站的设计和制作过程中,一定要考虑到网页的下载速度。在保证质量的前提下,要尽量压缩文件的体积,并在设计中遵循简洁的设计原则。

(4) 不稳定性的特征

设计师在印刷设计中拥有绝对的主动权。印刷品的尺寸、图像、字体、排版、纸张等各个细节都是由设计师决定的。印刷品装订好后,设计师和读者都不可能再做更改。

网页的最终显示效果在某种程度上是由用户决定的。用户浏览网页时所使用的计算机、计算机屏幕、浏览器、用户的个人浏览习惯等因素都会影响网页的显示。

①浏览器的影响

首先,用户决定浏览器窗口的大小,因此,网页的显示尺寸与页边距的宽窄就可能因人而异。其次,用户还可以更改浏览器的默认设定。例如,用户可以不允许弹出新窗口,还可以更改字体与字体的颜色,以及文字链接在不同状态下的颜色等。如果用户的浏览器设定是不采用网页上的指定字体,而用16 px的Comic Sans字体代替。那么网页上所指定的字体在用户的浏览器显示中就都变为Comic Sans字体。用户对字体大小的改变就更为方便,而字体大小的变化又会直接影响到网页的显示长度。

另外,由于浏览器所支持的功能不同,同一个网页在不同的浏览器上得到的显示效果也不同(图1-1和图1-2)。设计师应该了解常用的浏览器之间的兼容性,并在网站的设计和程序编写过程中多作技术测试,以避免出现浏览器错误。



图1-1 “优秀字体”网页在浏览器 Internet Explorer 7上的显示
网址 nicewebtype.com/fonts/graublau-sans-web/



图1-2 “优秀字体”网页在浏览器 Firefox 3.5.6上的显示
网址 nicewebtype.com/fonts/graublau-sans-web/

表1-1 主要浏览器的市场分布情况统计表

时 间	IE7	IE6	IE8	Fx	Chrome	S	O
2010年1月	11.7%	10.2%	14.3%	46.3%	13.6%	3.7%	2.2%
2009年1月	25.7%	18.5%	0.6%	45.5%	3.9%	3.0%	2.3%
时 间	IE7	IE6	IE5	Fx	Chrome	S	O
2008年1月	21.2%	32.0%	1.5%	36.4%		1.9%	1.4%
时 间	IE7	IE6	IE5	Fx	Moz	S	O
2007年1月	13.3%	42.3%	3.0%	31.0%	1.5%	1.7%	1.5%
时 间	IE7	IE6	IE5	Fx	Moz	N7/8	O
2006年1月	0.2%	60.3%	5.5%	25.0%	3.1%	0.5%	1.6%
时 间	IE6	IE5	Fx	Moz	N7	O8	O7
2005年1月	64.8%	9.7%	16.6%	3.4%	1.1%		1.9%
时 间	IE6	IE5	Moz	N3	N7	N4	O7
2004年1月	68.9%	15.8%	5.5%	0.4%	1.5%	0.5%	1.5%
2003年1月	55.3%	29.3%	4.0%	1.2%	1.1%	1.7%	
2002年	IE6	IE5	AOL	N3	N5	N4	IE4
1月	30.1%	55.7%	2.8%	1.3%	2.2%	4.4%	1.0%

资料来源 www.w3schools.com/browsers/browsers_stats.asp

IE Internet Explorer

Fx Firefox(在2005年前为Mozilla)

Chrome Google Chrome

Moz The Mozilla Suite(Gecko,Netscape)

S Safari(它和Konqueror 在2007年前都为Mozilla)

O Opera

N Netscape(在2006年以后改为Mozilla)

AOL America Online(使用Internet Explorer和Mozilla)

表1-1是网页开发门户网W3 Schools对主要浏览器的市场分布情况的统计。其中Internet Explorer和Firefox是两个最常用的浏览器。

② 计算机操作系统的影响

计算机操作系统的不同也会造成网页显示的差异。首先,由于浏览器只能够显示用户端计算机上所装载的字体,如果用户的计算机上没有网页所指定的字体,那么浏览器就会用默认字体来替代。窗口(Windows)与苹果(Mac)两个操作系统都共有的系统字体就更有限。因而在设计优选字体样式表时,一定要考虑到计算机平台的兼容性。

其次,由于目前尚没有统一标准的屏幕校准技术,网页在不同的计算机屏幕上可能会出现色彩的偏差。另

表1-2 计算机操作系统的市场分布情况统计表

时 间	WinXP	W2000	Win7	Vista	W2003	Linux	Mac
2010年1月	59.4%	0.6%	11.3%	15.4%	1.4%	4.6%	6.8%
2009年1月	69.8%	1.6%	0.2%	16.5%	1.6%	3.9%	5.8%
时 间	WinXP	W2000	Win98	Vista	W2003	Linux	Mac
2008年1月	73.6%	4.0%	0.8%	7.3%	1.9%	3.6%	4.4%
2007年1月	76.1%	7.7%	1.0%	0.6%	1.9%	3.6%	3.8%
2006年1月	72.3%	13.1%	2.4%	0.3%	1.7%	3.3%	3.5%
2005年1月	61.3%	21.6%	5.3%	1.0%	1.2%	3.2%	2.8%
时 间	WinXP	W2000	Win98	WinNT	Win95	Linux	Mac
2004年1月	44.1%	33.6%	10.4%	3.0%	0.4%	2.7%	2.4%
2003年3月	29.1%	41.9%	14.8%	6.6%	0.8%	2.2%	1.8%

资料来源 www.w3schools.com/browsers/browsers_os.asp

外,由于窗口系统与苹果系统采用不同的伽玛(Gamma)设定,同一个网页在窗口系统上的显示会比在苹果计算机上所显示的色彩要暗。如果使用苹果计算机作网页样图,而操作系统又是Mac OS 10.6之前的版本,一定要考虑到90%左右的窗口系统的用户。

表1-2是W3 Schools对计算机操作系统的分布情况的统计结果。窗口操作系统(Windows)占大约90%的市场,其中又以Windows XP最为普及。

③计算机屏幕的影响

除了以上所述的各种因素外,计算机屏幕的显示分辨率和色彩深度也会影响网页显示的大小和色彩。例如,宽度设为960dpi的网页在一个800×600dpi的显示分辨率的计算机屏幕上就不可能得到完整的显示,用户将不得不使用横向的滚动条来移动网页。而相同的网页在1 920×1 080dpi的计算机屏幕上显示时,只占屏幕宽度的一半。同时,不同显示分辨率的计算机屏幕能够显示的网页首屏高度也不同。

根据W3 Schools的统计,大多数的用户使用1 024×768dpi,或者更高显示分辨率的计算机屏幕。并且大多数的计算机都使用24或32位的色彩深度视频卡,能够显示16 777 216种颜色。目前只有很少的用户仍然采用只能够显示256个颜色的8位色彩深度的视频卡。

综上所述,设计师要预测网页在用户端计算机的显示,尽可能地满足用户的不同需要,使网页的最终显示尽可能好。

1.2 网站设计的三大原则

网页设计的要求和侧重点会因为网站的内容、功能、服务对象,以及经费和技术实力等客观条件的不同,而有所不同。然而用户的基本需要是具有共同性的。也只有在满足了大多数用户的基本需要的前提下,才有可能进一步地满足用户的特殊需要。因为无论是发布新闻的网站或是销售女装的网站,它们都必须提供有价值的信息内容,信息的组织结构和导航方式都应该合乎逻辑,具有直观性。在具有良好的可用性的同时,网站还必须具有美感,才能够吸引用户。基于这些具有普遍性的设计要求,我们可以总结出一些基本的设计原则作为指南。

(1) 重点突出的视觉层次原则

“设计师的职责是能够在混乱中建立秩序,并通过文字和图像的用来清楚地交流思想。”——杰弗里·韦恩(Jeffery Veen)

视觉层次是指通过设计使视觉元素之间,按它们所代表的内容的重要程度在页面上形成主与次的顺序关系,并引导用户从最重要的元素开始,按主次顺序来浏览。

人在认知过程中会首先观察所接收到的视觉元素之间的异同以及它们之间的构成关系,通过这些关系来进一步地识别和理解它们的含义。例如,在自然环境中,形状近似的树,被我们看作是树林,小草被看作是草坪,我们不需要看清楚每一棵树或每一棵草后,才能够得出树林或草坪的结论。就网页而言,用户会对网页视觉元素进行分类与组合,并通过它们之间的构成关系来识别和理解。并且,我们对所接收到的信息进行归类的能力直接影响到我们的认知能力和理解的速度。以横排的主导航按钮为例,用户不需要分辨出每一个主栏目链接或浏览整个网页之后,才能够确定它们是主导航按钮。用户是通过它们在视觉形象和互动方式上的相同处理、它们之间的构成关系以及它们与其他页面元素之间的构成关系来识别的。

由此可见,信息的分类与组合有助于用户对页面内容的理解,同时也是建立清晰的视觉层次的根本前提。如果一个网页的信息内容没有经过分类与组合,就很难从杂乱的信息内容中分析出它们之间的主次关系。在网页的视觉表现中往往就成为信息内容的罗列,无法形成清晰的、有意义的视觉层次,这不仅影响页面的视觉效果,也不能有效地传递信息。

一般情况下,一个以文字内容为主的网站可以大致分为(以从主到次的顺序)主体内容、导航和各种辅助信息三大类,每一类的信息又可以按其重要性再细分。

主体内容:

网页标题

分段小标题

正文(也包括图像,在以图像或多媒体作为网页主体内容的网站,它们在视觉层次中会占很重要的位置,有时甚至会超过网页标题,而成为最重要的网页内容)

嵌入式链接

补充资料（图片说明等）

导航:

主导航（环站导航）

次级导航（包括工具栏、当前导航和页脚内的链接）

导航路径条

辅助信息:

网站ID

辅助工具（购物车、网站地图、常见问题等）

页脚（版权、隐私政策、联系方式等）

当前位置指示（作为导航功能的一个组成部分，可以通过多种方式来实现，如网页标题、导航路径条以及栏目导航的特异处理等）

以上所述只是基本的网页内容和具有普遍性的主次关系，并不是任何意义上的标准或公式。每个页面元素在视觉层次上的重要性是由它所传递的信息内容的重要程度来决定的。视觉层次的确立应该以网站的具体信息内容、功能和服务对象为依据，而不应该是设计师想当然的产物。

许多设计原理和手法的应用都有助于视觉层次的建立，如对比、视觉重量、近似、邻近等。

“国际救援委员会”网站的首页虽然需要传达较多的信息内容，但是网页的信息内容主次分明，并不显得页面拥挤或信息繁多（图1-3）。而“我们的影响”（Our Impact）网页更是简洁明了（图1-4）。网页的标题成为最突出的网页元素，其次是正文和内容插图，导航和其他的辅助信息更次之。

（2）以少胜多的简洁设计原则

心理学的研究发现：人总是试图以最简单、最直接的方法来组织和理解眼睛所接收到的信息，即把所接收到的信息进行简化处理是人在认知过程中的一个主要规律。心理学家斯蒂芬·里德（Stephen K. Reed）指出：“人的感知系统的高效率原则是以最简化的方式来组织视觉模式”。一个简洁的网页设计（尤其是简洁的网页构成结构）无疑会有助于用户对网页内容的迅速识别。

还有实验发现，人对图像的正确识别一般发生在1.52~1.79 S（Granovskaya 1987年，第113页）。简单的图像比复杂的图像更容易识别和记忆。图像的细节越多，所传达的信息内容也越容易在接收和识别的过程中被遗失，从而降低了它们的正确识别率。同时，由于网页显示的低分辨率使简洁的图像具有较好的可读性，简洁的图像其文件体积也比复杂的图像小，下



图1-3 “国际救援委员会”网站的首页
网址 www.theirc.org



图1-4 “国际救援委员会”网站的“我们的影响”网页



图1-5 “PhpNet 互联网服务”公司的网站首页
网址: phpnet.us

“PhpNet互联网服务”公司网站的首页设计, 尽管在信息内容上进行了分类与组合, 网页的基本分区也相对明确。但是由于网页的视觉元素之间缺乏对比, 过于平均对待, 没有形成清晰的视觉层次, 而不能起到引导用户视线和帮助用户迅速地理解和接受网页所传递的信息内容的作用。

载的速度也更快。

同样复杂的网页设计也需要用户花更多的时间和精力去识别, 在识别过程中出现错误的概率也会相应增加。如果用户不能在几秒钟内发现和识别网页元素的构成结构和它们的含义, 就意味着用户的短期记忆在超负荷地运作, 也就有可能导致用户中止这一认知过程, 以至于放弃该网站。所以帮助用户对页面内容做出迅速的, 甚至是即时的反应是网站设计的基本要求之一(图1-5)。因而在网页设计中, 无论是创意、构成结构、视觉元素, 还是色彩搭配都应该力求简洁。

简洁在这里不是指某种设计风格, 而是指设计的理念和原则, 在简洁的设计思想指导下, 仍然可以产生出许多不同艺术风格的网页设计。

归纳起来, 简洁的网页设计有助于提高网站的识别性、及时性、易接近性和可用性。

识别性 (Recognizability) : 简洁的设计比复杂的设计具有更好的识别性。

及时性 (Immediacy) : 简洁的设计几乎不需要有意识地努力去识别, 使用户能够及时地理解网站的内容和功能。

易接近性 (Approachability) : 简洁的设计能够帮助用户立即使用网站, 也能够吸引用户进一步地去浏览网站。

可用性 (Usability) : 简洁的设计简化了不必要的视觉元素和不重要的细节, 而使所传达的信息内容更加清晰和突出。

(3) 自成一体的视觉系统原则

统一的网页设计是一个成功的网站所必须具备的基本条件。由统一的设计所带来的重复性和规律性, 简化了用户的识别过程, 也提高了识别的速度。统一的设计还能够使网站具有熟悉性、可学习性和可预测性的优势, 使用户能够迅速地理解和使用网站, 甚至能够预测网页的构成和它的操作方式。例如, 当用户第一次点击页首的主导航按钮后, 在网页的左边得到了竖排的二级导航链接, 用户就会期望其他的主导航按钮会以相同的方式运作。

可用性专家雅各布·尼尔森 (Jakob Nielsen) 博士通过用户测试发现: 设计不统一的网站会使用户感到困扰。因为不统一的设计无法形成用户所期望的规律性和预测性, 迫使用户不断地去学习和适应新的页面设计和操作方式, 这无疑会增加用户的负担, 甚至会导致用户放弃使用网站。

网站的品牌形象在很大程度上依赖于网页设计的统一性来塑造。制定明确的应用规范是企业形象策划和实施中的一个重要内容, 以保证企业形象的宣传能够统一地应用到企业的产品、包装、广告、网站等各种媒体上。网站作为企业形象的一个组成部分或产品本身, 其设计不仅应该严格遵守企业形象策划的应用规范, 还必须构成一个统一的视觉系统。

在具体的设计中, 网站的创意是把握网页设计统一性的重要指导思想, 没有明确创意的网站设计就很容易陷入杂乱的, 缺乏整体考虑的混乱状态。网页设计需要有统一的规划和创意来指导网站的视觉表现。

统一的网页设计不只是某个元素或一组元素的简单重复, 如网站的ID和导航按钮等, 它是通过各种因素的互相谐调和一致应用而组合成的有机整体。统一的网页设计是贯穿在网页的构成结构、视觉层次、网站的

设计风格、色彩、字体、信息内容的格式、图像的运用和页面元素的具体设计等与视觉形象直接相关的设计内容。它也贯穿在链接的名称、互动方式、导航方式等与视觉形象设计没有直接联系的设计内容。以信息结构中同一层面或相同功能的导航链接的设计和操作方式为例,它们在色彩、形状、字体、命名方式、互动方式以及各个链接之间在顺序与布局等构成关系上都应该保持设计上的一致。如果一个设计公司在网站上所发布的作品是以缩略图作为导航按钮,点击后通过刷屏在本页显示大图的方式来展示,那么就应该统一地运用这一导航方式,而不应该在有的网页上用作品名称代替缩略图的链接功能,也不应该在点击后,以弹出的新窗口来展示作品的大图。

统一的网页设计并不意味着千篇一律,毫无变化。视觉设计中的变化是进行信息分类和建立视觉层次的基本手段,也是用户观察识别不同信息内容和它们的重要程度的线索,同时也是吸引用户的注意力和保持他们兴趣的视觉亮点。只是这些对比变化是在一个统一的视觉系统内进行的,是根据信息内容的特征与重要程度、用户的需要和视觉传达设计的基本原理所进行的变化。统一与变化是相辅相成的两个方面。

“佳美面包店”的网站设计在创意,色彩搭配和设计原理的运用等方面都有许多的长处,其不足之处在于网页设计和链接名称的不统一(图1-6)。首先,“新闻”主栏目页左侧的二级导航和内容区的网页标题的设计与其他网页的设计完全不同(图1-7);其次,环站导航中的“basket”链接在“新闻”主栏目页中则为“shopping basket”;并且二级导航的标题命名也不统一。例如,“关于我们”主栏目页的二级导航的标题沿用环站导航的链接名称“about”(图1-8),而“历史”主栏目



图1-6 “佳美面包店”网站的首页
网址 www.bakingforgood.com



图1-7 “佳美面包店”网站的“新闻”主栏目页



图1-8 “佳美糕点”网站的“关于我们”主栏目页



图1-9 “佳美面包店”网站的“历史”主栏目页

页的二级导航的标题则与环站导航的链接名称不同（从“causes”变为“Browse”）（图1-9），“新闻”主栏目录的二级导航竟没有标题，这一系列不统一的设计处理必然会影响网站的可用性。

1.3 实例分析

本节将通过对两组同行业网站设计的分析比较，来再次强调简洁、统一、清晰的视觉层次在网页设计中的重要性，并进一步说明遵循统一、简洁的设计原则并不会妨碍或影响网站的创意和对个性化设计的追求。



图1-10 “罐设计”公司网站的首页
网址 www.freshnotcanned.com

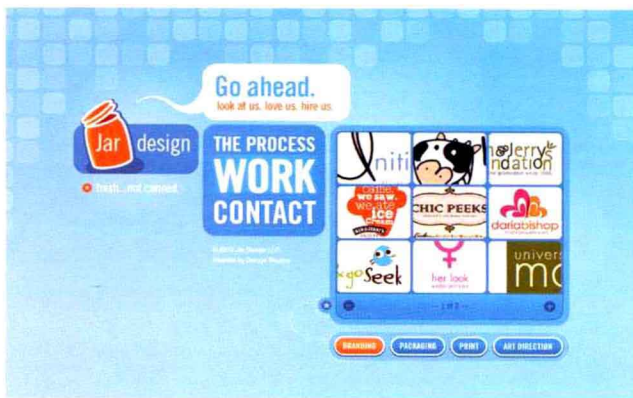


图1-11 “罐设计”公司网站的“作品”主栏目录

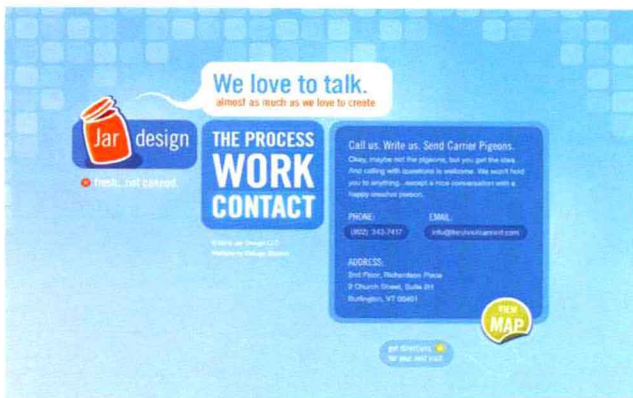


图1-12 “罐设计”公司网站的“联系”主栏目录

（1）设计公司的网站设计

“罐设计”公司、“深邃”设计公司和“FL-2”设计公司的网站风格各异、个性鲜明，但是它们的设计都非常的统一和简洁，网页内容也主次分明，使它们具有很好的识别性、及时性、易接近性和可用性。

① “罐设计”（Jar design）公司的网站

“罐设计”公司的网站从公司名称与介绍文案“新鲜，而非罐装的”到网站的整体创意都具有轻松、友好的幽默感（图1-10至图1-12）。在这一核心思想的指导下，该网站的视觉设计非常的简洁。例如，其颜色搭配以蓝白两色为主色，橙色为点缀色，通过蓝色在明度与纯度上的变化来建立空间层次、进行页面分割、组织信息内容，同时也起着强调和建立视觉层次的作用，其视觉元素和字体的设计运用也很简洁。该网站以转圆角的四方形和极少的圆形为基本图形，以一种字体（Helvetica）的不同大小来处理所有的文字内容。

网页的设计也非常的统一。其统一性体现在栅格结构、布局位置、大小比例、视觉层次、字体与色彩以及装饰图和界面图的运用等各个方面。

该网站通过大小对比、色彩对比和栅格结构的精心设计使所传递的信息内容主次分明。

② “深邃”（Deep）设计公司的网站

虽然英国的“深邃”设计公司的网站采用的是比较常见的色彩搭配（灰色与白色为主色，再加一个点缀色），似乎也没有独特的图形创意。但是该网站却通过信息内容的组织、导航方式、作品展示的互动形式、栅格结构的设计与运用、简洁的视觉表现设计以及它们在网站中的统一应用成功地树立了一个具有个性特征的公司品牌（图1-13至图1-15）。

③ “FL-2”设计公司的网站

美国科罗拉多州的“FL-2”设计公司的网站获得2010年“视觉传达艺术”（Communication Arts）杂志的互动设计年度奖和“威比奖”（The Webby Awards）的提名奖。该网站简单到只有一个主要网页，即网站的首页同时也兼具四个主栏目录的功能。该网页以文字内容为主，几乎没有采用任何图形，色彩搭配也近乎黑色与白色（静态时）。但是它却成功地通过字体与排版、大小对比（包括字体的粗体与细体的对比）、互动设计（如字体的动画和字体颜色的变化等）塑造出一个具有鲜明个性，视觉层次清晰的网站（图1-16）。

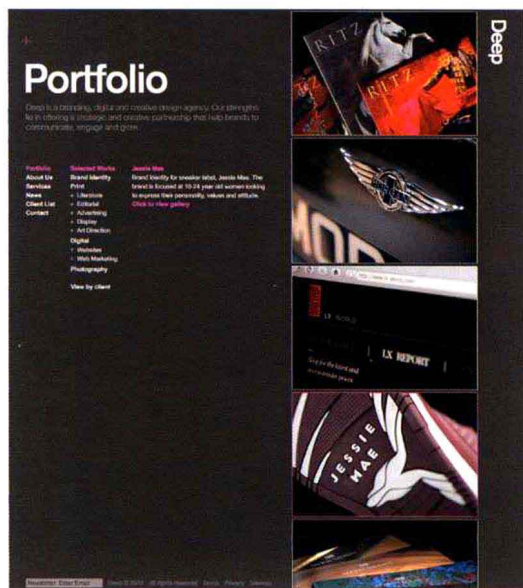


图1-13 “深邃”设计公司网站的首页
网址 deep.co.uk

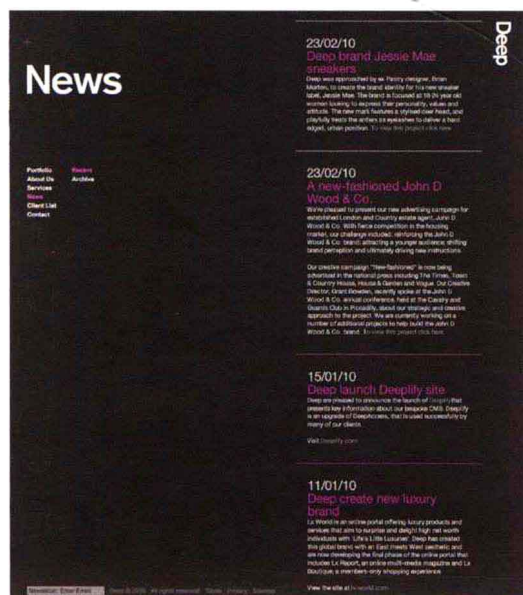


图1-14 “深邃”设计公司网站的“新闻”主栏目录

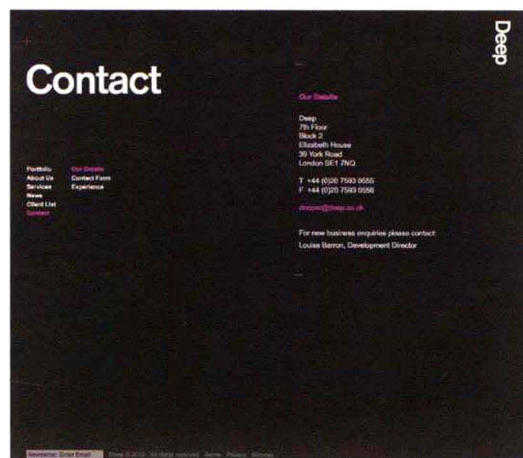


图1-15 “深邃”设计公司网站的“联系”主栏目录

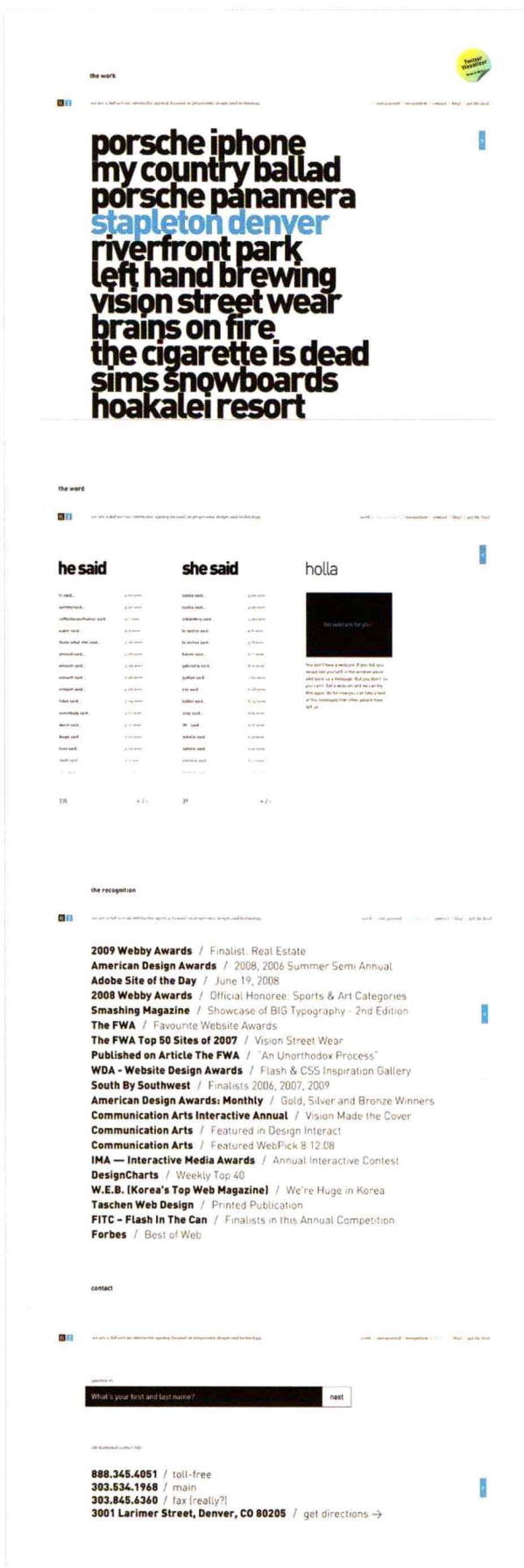


图1-16 “FL-2”设计公司的网站设计
网址 www.fl-2.com

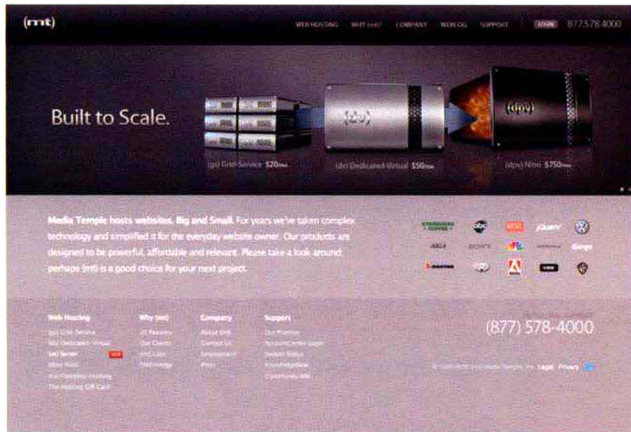


图1-17 “媒体殿堂”公司网站的首页
网址 www.mediatemple.net

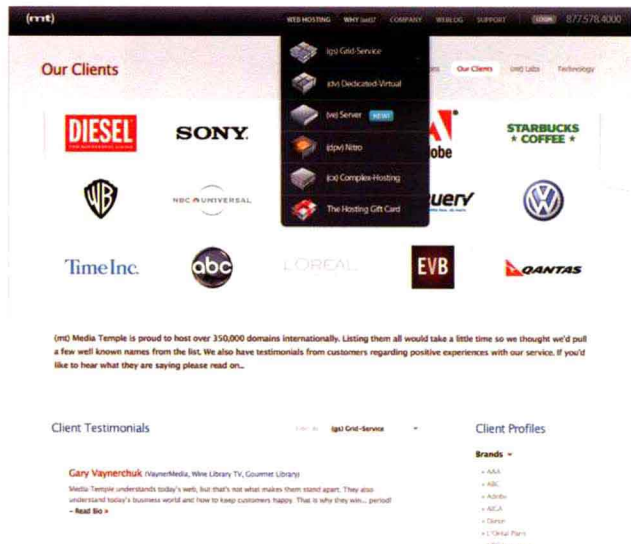


图1-19 “媒体殿堂”公司网站的“我们的客户”主栏目页



图1-18 “媒体殿堂”公司网站的“网站托管”主栏目页

(2) 网站服务器租用公司的网站设计

本小节介绍一组提供网络服务器的公司的网站设计。它们虽然是同一行业，却因为不同的市场策划、网站定位、创意与设计，使它们在公司品牌、网站可用性、视觉感染力等许多方面有一定的差异。

① “媒体殿堂”（Media Temple）公司网站

无论是从网站的整体信息结构和每个网页的具体信息内容，还是从网站的视觉表现设计上来分析，“媒体殿堂”公司的网站是在所举的例子中最为简洁的（图1-17）。

该网站的首页简明扼要，视觉层次清晰。首先页面的功能分区明确。内容区以一幅自动切换的图像来展示公司的服务内容和优势，同时也以它与其他视觉元素之间强烈的大小对比和自身的视觉重量而成为网页的视觉中心。该图像左下方的欢迎信息更进一步地概括了公司的服务，其右下方所展示的一组客户的公司标志大大地提高了“媒体殿堂”的信誉。

页面顶部的背景色带在组合页首的内容和限定页首的功能上起着重要的作用。公司的标志虽然小，但是由于它所在的黄金位置和周围背景的衬托使它得到了一定的强调。沿着公司标志和背景色带的引导接下来是一组环站导航，作为服务性的公司和网站，客户登录和服务电话都是很重要的功能和信息，它们紧接在环站导航之后。这一先后顺序，以及位置的安