

网页设计

TALK ABOUT WEB DESIGN

那些事儿

王晖◎编著



需求太刁钻？ 设计没标准？
体验为了啥？ 职场怎么混？

这事没完！
咱慢慢聊！

站酷网
百万级
人气推荐

需求 / 设计 / 沟通 / 效率



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

网页设计

TALK ABOUT WEB DESIGN

那些事儿



王辉◎编著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

网页设计那些事儿 / 王晖编著. — 北京 : 人民邮电出版社, 2015. 4
ISBN 978-7-115-38196-5

I. ①网… II. ①王… III. ①网页制作工具 IV.
①TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第041497号

内 容 提 要

这是一本说设计的书,也是一本说沟通和方法的书。

本书从实际出发,内容涵盖网页设计从业者在生活、工作、设计方面可能会遇到的各种问题和困扰。针对这些问题和困扰,本书以另一种设计视角,反思这些问题的根源,分析如何应对这些问题,同时提出了一些能够有效提高设计效率的方法与经验;并提出了一个新的命题,如何以专业的态度,用设计的方式去解决商业问题。

本书适合任何层次的网页设计师阅读。

◆ 编 著 王 晖

责任编辑 杨 璐

责任印制 程彦红

◆ 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>

北京瑞禾彩色印刷有限公司印刷

◆ 开本: 690×970 1/16

印张: 16.5

字数: 493 千字

2015 年 4 月第 1 版

印数: 1—3 500 册

2015 年 4 月北京第 1 次印刷

定价: 58.00 元

读者服务热线: (010)81055410 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

第

1

章

1.1 设计的本意 / 012

1.2 审美的由来 / 019

1.3 需求与设计 / 025

1.4 美感、设计感、艺术感 / 030

1.5 设计之外 / 035

设计到底是什么

第

2

章

2.1 阅读感：网页设计的源点 / 040

2.2 显示器和鼠标对网页设计的影响 / 046

2.3 视觉的魔法：网页的视觉引导 / 052

2.4 所谓“用户体验” / 060

2.5 技术的“双刃剑” / 067

网络改变了设计

第

3

章

你不是一个人在
战斗

3.1 团队与项目 /074

3.2 时间轴上的网页设计师 /081

3.3 换位思考 /088

3.4 四种沟通 /099

3.5 做好设计，远离是非 /105

第

4

章

如何搞定甲方

4.1 甲方星座论 /112

4.2 甲方的心态 /122

4.3 语境的困境 /127

4.4 那些年，我们遇到的坑 /134

4.5 设计的价值 /142

第

5

章

设计之外的理论

5.1 SMART 理论 /148

5.2 投射效应与晕轮效应 /153

5.3 拆屋效应与青蛙效应 /158

5.4 四象限分析法 /163

5.5 二八理论 /168

第

6

章

想法与方法

6.1 灵感与方法论 /174

6.2 你真的读懂需求了吗 /179

6.3 如何做到“胸有成图” /184

6.4 故事板、设计草案与 PPT/190

6.5 标准化设计 /197

第

7

章

如何提高自我 修养

7.1 学会“倾听”与“说服” /206

7.2 学会“不择手段” /211

7.3 学会“真正的抄袭” /217

7.4 开阔设计视野 /223

7.5 几种“走火入魔” /230

第

8

章

现实与未来

8.1 做好“选择”，迎接被“选择” /236

8.2 面试前的“包装” /240

8.3 做一个“面霸” /247

8.4 未来不远，就在脚下 /253

8.5 可以商业，勿忘初心 /260

网页设计

TALK ABOUT WEB DESIGN

那些事儿

王晖◎编著



人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

网页设计那些事儿 / 王晖编著. — 北京: 人民邮电出版社, 2015. 4
ISBN 978-7-115-38196-5

I. ①网… II. ①王… III. ①网页制作工具 IV.
①TP393.092

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第041497号

内 容 提 要

这是一本说设计的书,也是一本说沟通和方法的书。

本书从实际出发,内容涵盖网页设计从业者在生活、工作、设计方面可能会遇到的各种问题和困扰。针对这些问题和困扰,本书以另一种设计视角,反思这些问题的根源,分析如何应对这些问题,同时提出了一些能够有效提高设计效率的方法与经验;并提出了一个新的命题,如何以专业的态度,用设计的方式去解决商业问题。

本书适合任何层次的网页设计师阅读。

◆ 编 著 王 晖

责任编辑 杨 璐

责任印制 程彦红

◆ 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>

北京瑞禾彩色印刷有限公司印刷

◆ 开本: 690×970 1/16

印张: 16.5

字数: 493千字

印数: 1—3 500册

2015年4月第1版

2015年4月北京第1次印刷

定价: 58.00元

读者服务热线: (010)81055410 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

序

某天晚上，王晖来到办公室找我，说是正在写一本书，希望我能够为这本书写一篇序。我问他，这是一本什么书？他说是关于设计方面的。我又问他，为什么要我写这个序？我是做产品的，并不是设计专家，如果要我写这个序，必须要有一个站得住脚的理由。

王晖当时是这么说的：“做产品的人都希望成为乔布斯”。乔布斯之所以独一无二，苹果之所以成为传奇，艾维的存在不可或缺。没有了艾维的设计，乔布斯心目中理想的“苹果”也许只是个梦，更不用说成为传奇。如果艾维和乔布斯之间的沟通无法达成默契，或者苹果团队里的成员因为彼此的原因、协作分工产生种种问题，那么即使乔布斯与艾维都在苹果，苹果公司也无法达到辉煌的顶峰。如果说，乔布斯代表“需求方”，艾维代表“设计师”，苹果团队代表“项目”，苹果产品代表“设计结果”，那么王晖的这本书说的就是这几项之间的故事。

我看了当时还在草稿阶段的原稿，其中设计方面的知识写得通俗易懂，阅读起来也并不费劲，但这些内容在我看来是说了问题的点上：设计感、阅读感、用户体验、视觉引导，这些东西是设计师们常常挂在嘴边的；但事实上，的确有不少设计师只是从表面上认识了这些东西，没有意识到做这些事情，究竟有怎样的意义，更不用提“追求完美”了。

“追求完美”是我们这个团队的共识。正因为对于完美的追求，我们才做出了《征途》和《仙侠世界》这样的游戏。也正是这样一种态度，我们不惜重金请来了各方面的专家大拿，购买了价格高昂，但表现力更好的游戏引擎去打造《仙侠世界2》。我觉得想做出一个完美的产品，好玩的游戏，就要有一种“匠人心态”，炮制虽繁必不敢省人工，品位虽贵必不敢减物力。只有抱着这样的心态去做产品，才有可能获得成功的产品。

作为团队的领头人，我对于完美产品自然是极度渴望的。我是策划出身，按照书中的说法，我是一个“需求方”。作为一个“需求方”，我也经常遇到书中所说的那些问题。我自认为已经将我的想法很完整地描述给了别人，但是制作出来的结果往往令我很难满意，要不就是需要通过很长时间的“拉锯战”才能够获得让我接受的结果。通常别人不能达到我心目中的完美时，我会生气甚至愤怒。我觉得每一个做产品的人，都应该有乔布斯一样对完美的偏执，如果做不到或者不愿那么做，那就是态度问题。

可是生气过后回想起来，如果我们能用更好的沟通方式，合理地去解决问题，是否结果会更好？“换位思考”“全局观念”，说易做难。对于同一件事，我们往往会站在自己的角度，试图让自己所负责的部分更加“完美”，却忘记了最初要解决什么问题。如果每个人都抱着这样的态度，那么，对于这件事本身而言，绝不是一件好事。

这本书好就好在：不仅仅有“解决问题”的态度，更有“解决”这些设计问题的思考和方法。不是消极地应对工作中的各种问题，而是积极地寻找解决问题的方法。这些方法是有启发意义和借鉴意义的。设计师与需求方需要有良好的沟通，在了解需求方的想法后，有意识地选择合理的方法去解决需求方的问题，这样才能得到好的设计，这也是本书所说的内容。事实上，从一个项目或者产品角度来看，团队中每一个人都需要有这样一种思维，朝着一个目标努力，以“解决问题”的态度进行沟通，弄清楚需要解决的问题，找到合适的方法将问题解决得更好。如果团队里每一个人都是这样一种心态或思维，那么这个产品就有了成功的潜质。这就是这本书带给我的一些启发与思考。

著名游戏制作人·巨人网络副总裁

丁国俊

2015年2月

前言

我不知道正在看这本书的您是怎样一个身份，但是至少有一点是明确的：网页设计是你所感兴趣的内容。为了对每一位像您一样的读者负责，我觉得有必要在这里告诉大家：这是一本怎样的书？

十年之前，我也是因为对于网页设计有很大的兴趣，所以选择了从事这样一个在当时看来还稍微有些“时髦”的行业。十年的时间，我从一名网页设计师变成了网页设计的需求方。身份的改变，让我能够从两个不同的视角去理解网页设计——在我看来，中国的网页设计师不缺设计能力，也不缺视野与想法，缺少的是对于“商业”的理解。

所以这本书里，对于网页设计本身的技巧、纯粹的设计理论，我写的不多——市面上讲解这些内容的书已经非常多了。在这本书中我更希望告诉大家的是：应该如何“专业”地去沟通、如何“商业”地去设计、如何“职业”地去工作——这对于大部分设计师而言，最为重要，也是往往会被忽略的事情。

在开篇的第1章，我提到了大学老师讲的关于“脑白金”的课题，这个课题对我之后设计理念产生了巨大的影响。有趣的是，机缘巧合之下，多年后的我进入了“脑白金”创始人史玉柱先生的另外一家企业——巨人网络。在这里，我对于设计的看法又发生了巨大的变化。

巨人网络是一家“讲究设计”的公司。当然，这里的“讲究设计”指的是“设计”对于“商业”的理解，以及运营对于“设计”的理解。在这样的公司氛围之下，双方之间的合作深度是前所未有的，而设计的意义，也是前所未有的清晰。也正是在这样的公司氛围之下，我开始重新思考“设计是什么”这样一个问题。

如果从全局的角度来看，设计只是整个公司的庞大运营体系中的一个小小环节，虽然不是那么次要，但至少不是什么影响成败的环节。但另一方面，设计又是整个运营体系中，最后收口以及“火力输出”的主要方式。设计的好坏，往往决定了运营的效果能够达到怎样一个高度。

所以，对于“设计”而言，“商业”很重要；对于“商业”而言，“设计”也无法不被重视。问题在于，从商业角度理解的“设计”和从纯粹设计角度理解的“设计”是有差异的，这种差异往往会使得“商业”与“设计”看似格格不入。事实上，双方的理解都不全错，但也都不全面。从设计师的角度看，当我们以专业的姿态去为客户解决问题的时候，必定需要对设计有全面的理解，这样才能引导客户去认识“设计”，也帮助自己去更好地实践“设计”。要做到这点，我们首先要明确的是，商业环境对于设计的影响，需要我们做怎样的改变。

对于“商业”而言，“设计”必须是要解决“商业”的问题，实现“商业”的目标。事实上这个要求并不过分，但问题在于，为了解决问题、实现目标，设计的自由度会受到一定程度的限制，这对于“设计”而言，就需要根据实际情况去考虑是否妥协，或者找到更好的办法的。

所以说，设计是“戴着镣铐的舞蹈”，受限於商业环境、受众层次和大众审美；当然，网页设计还会受限於技术实现。如果设计师忘记了自己带着“镣铐”而随意“起舞”，最后的结果往往是被“镣铐”狠狠地“绊倒”。

这种情况在现实中屡见不鲜，所以我觉得这本书的意义就在于此：希望通过这本书，让喜爱或者对于网页设计感兴趣的您，对于“设计”（尤其是“网页设计”）能有一个重新的认识和理解。让设计师们找到“镣铐”，认识“镣铐”，知道哪些地方需要为了达成目标而妥协，哪些地方可以有更好的办法去解决问题，这样才能真正做到即使“戴着镣铐”也能“翩翩起舞”。

当然，只做到了解“镣铐”是远远不够的。如果我们想走得更远，做更好的设计，那就必须想方设法为设计争取足够多的发挥空间。但是我们在实际工作中往往会遇到这样的问题：受众群体对于设计的误解，

实际工作中需求方对于设计发挥空间的强硬干涉，往往使得设计师们倍感受挫。

这个问题的造成，一方面在于社会大众对于设计价值的低估，而另一方面则恰恰是设计师们对于“设计”以及“需求”的误解。对于设计而言，前者是社会现状，仅靠个人能力很难改变，而后者才是问题致命的地方——如果我们连所从事的行业、所服务的对象都无法正确的理解和对待，那么我们如何做出“专业”的设计？如何不让人们对设计不产生误解，从而低估设计所产生的价值？

社会对于“设计”价值的低估，单靠设计师个体是无法改变的。但是至少我们能做以下这些事：认识我们所处的商业环境、社会环境，在这样的环境之下，顺应当下社会大众对设计的期望，更好地理解需求，更好地达成需求方所要实现的目标。如果每一个设计师都能从我做起，提升设计服务的“软质量”（设计能力之外的服务意识），提升需求方对于设计的信任（真正专业的设计沟通姿态），那么我们就可以期待社会大众对于设计这个行业的重新解读，并构建更好的设计大环境，从而获得更大的设计自由度——如果有那么一天，那这是我最希望看到的情景。



2014年深秋于上海

策划/编辑

策划编辑 | 王 祥

校对编辑 | 郑玉金

执行编辑 | 游 翔

美术编辑 | 向虹燕

作者投稿  383813159 投诉热线  028-87037857

目录

CONTENTS



第

1

章

1.1 设计的本意 / 012

1.2 审美的由来 / 019

1.3 需求与设计 / 025

1.4 美感、设计感、艺术感 / 030

1.5 设计之外 / 035

设计到底是什么

第

2

章

2.1 阅读感：网页设计的源点 / 040

2.2 显示器和鼠标对网页设计的影响 / 046

2.3 视觉的魔法：网页的视觉引导 / 052

2.4 所谓“用户体验” / 060

2.5 技术的“双刃剑” / 067

网络改变了设计

第

3

章

你不是一个人在
战斗

3.1 团队与项目 /074

3.2 时间轴上的网页设计师 /081

3.3 换位思考 /088

3.4 四种沟通 /099

3.5 做好设计，远离是非 /105

第

4

章

如何搞定甲方

4.1 甲方星座论 /112

4.2 甲方的心态 /122

4.3 语境的困境 /127

4.4 那些年，我们遇到的坑 /134

4.5 设计的价值 /142

第

5

章

设计之外的理论

5.1 SMART 理论 /148

5.2 投射效应与晕轮效应 /153

5.3 拆屋效应与青蛙效应 /158

5.4 四象限分析法 /163

5.5 二八理论 /168

第

6

章

想法与方法

6.1 灵感与方法论 /174

6.2 你真的读懂需求了吗 /179

6.3 如何做到“胸有成图” /184

6.4 故事板、设计草案与 PPT/190

6.5 标准化设计 /197

第

7

章

如何提高自我 修养

7.1 学会“倾听”与“说服” /206

7.2 学会“不择手段” /211

7.3 学会“真正的抄袭” /217

7.4 开阔设计视野 /223

7.5 几种“走火入魔” /230

第

8

章

现实与未来

8.1 做好“选择”，迎接被“选择” /236

8.2 面试前的“包装” /240

8.3 做一个“面霸” /247

8.4 未来不远，就在脚下 /253

8.5 可以商业，勿忘初心 /260