

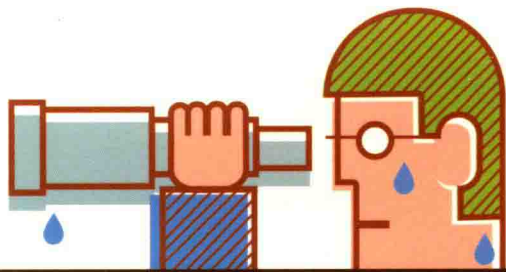
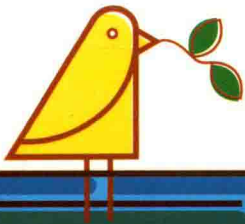
| 交互设计的 |

用户研究 践行之路

陈 抒 陈振华——著

举目千里

每个设计师都应该有自己的远见和更宽广的视野，当视野开阔之后你会发现有了更全面的
思考和更深入的**见解**。

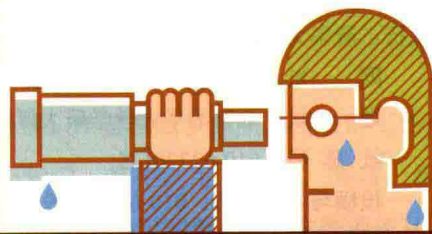
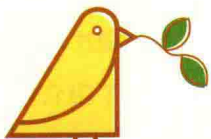


清华大学出版社

| 交互设计的 |

用户研究 践行之路

陈 抒 陈振华——(著)



清华大学出版社
北 京

内容简介

在体验为王的时代，用户研究也成为了设计师、产品经理等人员需要具备的一项基本能力。两位作者认为“授人以鱼，不如授人以渔”，在参与过众多的互联网项目之后，她们将十多年来的项目经验与理论知识进行整合，最终形成了本书。本书从交互设计的角度出发，讲述了用户研究的基础知识以及问卷、访谈、用户画像、数据分析等最常用的研究方法，同时辅以案例讲解帮助读者理解和运用这些理论。书中大量案例来源于作者曾经服务过的企业产品，具有丰富的实操性和落地性，同时本书赠送配套 PPT 课件。

本书结构清晰，深入浅出，是一本难得的经典之作。书中融入了作者宝贵的职业经验和专业思考，对于交互设计师，用户界面设计师，用户研究员，产品经理，运营、开发等用户体验相关人员具有一定参考价值和借鉴意义。本书也适合交互设计、用户体验及相关专业的学生阅读，还可作为相关专业培训机构的参考用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目 (CIP) 数据

交互设计的用户研究践行之路 / 陈抒，陈振华著. —北京：清华大学出版社，2018
ISBN 978-7-302-48872-9

I ①交… II. ①陈… ②陈… III. ①人-机系统—系统设计 IV. ①TP11

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 278271 号

责任编辑：张 敏

封面设计：杨玉兰

责任校对：胡伟民

责任印制：沈 露

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦A座 邮 编：100084

社总机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印装者：北京亿浓世纪彩色印刷有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：170mm×230mm 印 张：17 字 数：350千字

版 次：2018年1月第1版 印 次：2018年1月第1次印刷

印 数：1~3500

定 价：89.00元

产品编号：076446-01

推荐

来自作者共事过的伙伴们、朋友们

作为实战经验丰富的用户体验专家，本书作者不但拥有扎实的设计功底，而且还在多年的产品设计实践中，通过对不同产品的深刻理解，结合使用场景对用户进行合理分析，在用户体验与交互设计相结合的领域逐渐积累了独到的见解和经验。

很荣幸和两位作者先后在两家知名互联网企业共事多年，一起奋斗；更高兴看到作者把多年的实战经验提炼成书。相信所有互联网产品设计从业人员，都能从本书中收获良多。

王歆

携程产品设计高级总监，前 eBay China UED 设计高级经理

这本书设计师必读，产品经理和 CEO 也应该读。作者总结了多年开创性的工作经验，系统地介绍了互联网软件产品交互设计的各方面知识。其中，用户研究、画像、量化、分析等方法对设计从业者有很多帮助。设计对产品的影响举足轻重，如果你是相关从业者，相信这本书定能让你从设计角度理解自己的业务。书中丰富的行业案例也让阅读和学习毫无障碍。

王晔

AppAdhoc 吆喝科技 CEO，中国 A/B 测试专家

随着互联网的高速发展，用户使用网站、App 等的形式变得碎片化，对于网站页面的展示方式也变得更有要求了。网站能否在最短时间内，展示出对自己有用、关键的信息，直接影响用户的转化（conversion）。交互设计的重要性也愈见明显。

业界对交互设计师的要求，也变得更加专业化：着眼点由以往的设计（design），演变为用户界面设计（user interface design），再到今天的用户体验设计（user experience design），这过程中的许多经验，都得靠从业者一步一个脚印地去累积。本书作者结合其在项目和行业中的经验，配以设计、数据分析、心理学的理论，加上丰富生动的案例，对用户研究这个课题做出了深入浅出的解释。

期待这本书让所有从事互联网相关业务的人，对用户研究有更进一步的认识；同时对资深的从业人员来说，它更是一本可以温故知新的好书！

区尚滢

Axis Business Consulting 合伙人

随着 AR、VR、语音识别、图像识别、聊天机器人等技术的应用，各种全新的交互模式正在汹涌而来，由于设备和场景的多样化，要快速做出好的交互设计，仍然存在许多障碍。其中的关键就在于设计研究阶段是否能对人群进行准确分析，是否能使用有限的设计工具找到改进用户体验的方法。

对人群进行特点归纳，并不能凭一己之见随便得出结论。挖掘目标人群的特点，是每个设计师在前期都要做的工作，那么，如何能挖掘准确的用户特点？如何进行定性分析和定量分析？数据在其中有什么作用？哪些数据会误导我们？

这本书或许会给你答案。它从如何进行用户研究入手，介绍了交互设计中的用户研究方法和技巧。对于交互设计师来说，可以系统完整地掌握交互设计的知识和技能框架，有效地在实践中举一反三。

此外，对于产品经理来说，也需要学习交互设计的沟通模式和工具，并注重其分析和判断的方法。在人手缺乏的创业公司中，通过用户研究驱动设计优化，不断提升用户体验是非常关键的工作。

总之，这本书为互联网交互设计师和相关从业人员带来了务实的体系性方法，值得学习。

陈世欣

芝麻学社 (Ahaschool) COO，幂秘资本合伙人

近 10 年的电商快速发展，让越来越多的互联网企业深刻领会了“以用户为中心”的重要性。随着新零售时代的到来，以体验为中心的“服务型消费”在中国正处于风口浪尖，而以企业效率为中心的传统企业，也将主动或被动地转向以用户体验为中心。

在我看来，用户研究是从“产品为王”到“用户为王”的必经过程。本书以作者亲身经历的设计案例出发，体系化、生动性地讲述了用户研究的思维与方法，“思行合一”，是少有的重实践的干货，值得我们反复研读！

胡冬

上海品啄电子商务有限公司创始人兼 CEO

我时常在思考，在移动互联网时代，区别于前互联网时代和 PC 互联网时代最重要的核心是什么。大多数人认为核心有两个，一个叫“用户体验”，一个叫“口碑传播”。但是仔细看看，其实核心也只有“用户体验”一个，因为只有有了好的用户体验，别人才愿意推荐你的产品，才能形成正向的口碑传播。

用户体验涉及方方面面，有产品功能设计的体验，有使用流畅度的体验，有预期与实际吻合度的体验，也有线上线下服务的体验。在大多数互联网创业公司，产品经理是必须有的，但是交互设计师却经常被忽视。在我看来，正是这个缺失和认识不足，决定了大多数互联网产品并没有成为一个好的产品。用户体验的不完美使创业公司无法最大化地发挥互联网产品的优势，这是非常可惜的事情。

所以，我在阅读本书时，特别关注这一点：应该用怎样的设计理念来创造一个好的互联网产品，从而最大程度地提升用户体验，形成正向的口碑传播。书中有一句话我非常认同：“产品经理在做内部的沟通和教育，而交互设计师则是在做与用户之间的沟通和教育。”用基于用户调研的模式来确定设计的方向，用数据对比和测试的方式来确定设计的有效性，这是互联网时代赋予每一个想要做出颠覆和创新的公司的方法。对于互联网创业公司，如果无法同时安排两个岗位，产品经理就一定要学习交互设计，这是一种有别于产品功能设计的核心能力。对于大型互联网公司，产品经理和交互设计师则是完美的互补力量，最终为用户创造出一个成熟的产品。

作者基于十多年的行业经验，以及亲身经历的大量实例，完整而系统地阐述了交互设计的理念、方法和工具，让人耳目一新。这本书对于大多数互联网从业人员都非常具有指导意义。

朱汝胜

流行趋势大数据预测机构 WGSN 中国区营销总监

作者是我的培训老师，她们在交互设计方面的企业经验非常丰富，让我和众多学员受益匪浅。更难得的是，她们在繁忙的工作之余，能够静心写完这本书。

什么是交互设计？是什么在推动设计？如何针对不同的场景进行设计？如何运用数据来优化产品？这些问题至今没有一个系统的权威解释。本书将对这些亟待解决的问题进行详细阐述。特别是，结合了丰富的互联网项目实践案例，书中内容更具有实战性和指导性。

该书非常适合有志于交互设计、数据分析的企业人员，也适合高校中对交互设计感兴趣的学生，同时也可以作为高校教师在数据分析方面的参考书。

娜日

上海商学院电子商务专业副教授

作者是心思细腻、观察力极强的交互设计专家。在多年的管理和设计工作中，收集整理了大量的实操案例。这些精彩的案例，令书中讲述的方法和理论再也不是教科书式的道理，而是生动、清晰、易懂，做到“知行合一”。同时，作者对交互设计师的职业定位以及发展路径，也给出了非常实用的清晰的指导。无论是交互设计师，还是和交互设计师有业务往来的产品、视觉、技术等相关人员，这本书都值得细读。

陈彦

众安保险产品总监，前携程、平安好医生、Google 产品总监，DTalk.org 联合创办人

这是从实战得来的经验的总结，不少实例值得一读。为此，作者踩过无数的坑，有过迷茫，有过争论，但产品设计的魅力就在于此。用户从来都是用脚投票（“用脚投票”一词源于股市，即选择离开，理都不理你。比喻对某事的失望和抵触，从而选择放弃或离开），自吹自擂的产品很难生存长久。

用户的想法有时很“羞涩”，如同面对蒙着面纱的美女，在调研中总得花不少心思和手段，才能获得她的青睐。你可以从书中找到不少“招式”，它们图文并茂，宛若功夫秘籍，当然悟性也相当重要。

不懂用户研究的设计师，就像销售不了解消费者的心态，能卖商品，但一定没卖明白。产品经理亦如是，所以这本书对产品经理（尤其是有志于前端的产品人员）也有不少启发。

学习科学用户研究，而不是主观用户研究。定性和定量研究总是密不可分，对以感性著称的设计师来说，难度从来就不是简单模式。希望“我觉得”和“我认为”类的口头禅，在你读完此书后，会转变为“用户说”的上帝视角。

陈琴

前携程资深产品经理，前洋码头产品总监，康得新 3D 显示事业部产品总监

有着设计理想的年轻人很多，梦想着用设计改变产品的设计师也有很多，但是真正能够做到用设计研究助力甚至推动业务发展的却是屈指可数。如何剖析产品核心诉求、了解用户、分析用户需求、以用户研究分析的专业方法提升用户体验，是本书中着重分享的部分，也是能够帮助一名用户体验设计师快速成长和进阶的重要经验。希望所有热爱互联网产品设计的人都能从这本书中获得领悟和成长。

邓佳佳

淘宝 UED 高级视觉设计专家

这是资深设计师从多年实际工作的经验和感悟中总结的最实用、最落地的研究方法和心得，干货满满。设计师进阶、提升，不可或缺。

张振虎

业界资深产品体验专家，前携程国际事业部设计及 C 端产品负责人

随着互联网的发展，对设计师的要求已经不是各司其职，而是“一专多能”。即除了本身的专业技能之外，也要掌握流程中其他人的技能。对交互设计师来说，用户研究能力在近些年已经是必备技能之一，拥有该技能的设计师通常可以事半功倍。而在 App 和 PC 都已经进入到百花齐放的时代，用户已经不再止步于需求满足的阶段了，他们会更在意易用性和愉悦感，而且不同的人会有不同的需求。

市面上关于用户研究的书有很多，不过大多是大而全的描述，针对非用户研究岗位的用户研究书很少。本书对用户研究方法做了很好的概括和解释，抽取了互联网常用的用户研究方法，并采用生动的交互思维进行描述，关注于细节，辅以作者职业生涯中的大量经典案例，是一本酣畅淋漓的交互用户研究指南。

不管是在设计之前探寻自己在为谁设计，还是在设计之后验证自己设计是否有效，相比直接拿结论，设计师参与研究会对用户有更深入的理解，而原始数据也可以激发设计师更多的灵感。

由于设计师平日项目很多，技能就需要能够快速掌握。正好本书都有对应的方法，加上经验丰富的作者的解释，再结合大量案例和图表，分门别类，分步骤详解，相信能让新手快速上手，同时让老手有新的灵感。

周科

驴妈妈旅游网交互设计主管

很荣幸被邀请给本书写推荐语。第一次被邀请的时候，其实我是拒绝的，我想我不能因为作者是个大美女，就说人家写的书怎么怎么好呀！不是我害羞，而是我本职就不是交互。我是个数据产品经理，做的是数据挖掘技术，与数据打交道，我也只是个小学生。交互设计不应该都是靠经验理论指导的吗？你让我一个做技术的写推荐语，这是要出我的丑啊！虽然我当面拒绝了，但是回家后还是仔细通读了本书。我惊奇地发现，原来交互这件事也是有完整的方法论的。尤其是用户画像这部分，我特别感谢作者说明了都可译为“用户画像”的 Persona 和 Profile 的区别，后者就是我大数据的工程问题了。但好多相关从业者并不能很好地认知两者之间的关系和异同，甚至对用户画像有了很多错误的认知。所以这一点上我相当推荐相关从业者可以看下本书的观点和阐述，也就是基于这一点才有了我对本书的评价——它是一本值得放在公司办公桌上的参考书。

黄一能

iTutorGroup 资深数据产品经理

这本书是国内首本将用户体验设计与数据运用完美融合的书籍。它深入浅出，使得任何一个非专业人士都能从中汲取到养分。必然大卖！

李宇

电通安吉斯 Senior SEO Specialist

序言一

过去二十年，用户体验行业从星星之火发展到燎原之势，更成为大众话题以及众多年轻人的首选职业。与用户体验相关的设计，例如 UI 设计、交互设计、产品设计等，经常能站在聚光灯的中央；而与之相匹配的另一条专业线——用户研究，却常常被忽视甚至误解。这些常见的误解包括 Apple 公司、BMW 公司都曾说自己不做用户研究。

其实他们只是不把随便找人访谈一下就作为研究，而是让设计师真正钻研，成为比用户还懂用户的人，从而获得洞察力和判断力。而且自从苹果用更加互联网化的方式进行产品研发以来，也越来越注重基于用户使用情况的数据来改进产品。

此外，以谷歌为代表的互联网公司更相信大样本量的定量数据结果，而不相信小样本量的用户研究结果。事实上，我在谷歌的时候，身边就有很多同事专职做用户研究的工作，因为定性研究与定量研究各有优缺点，不同的问题适合使用不同的研究方法，二者结合起来才更高效。

的确，拥有专职的用户研究专家，大多数情况下只是大公司的专利。对于中小公司来说，请几位专职做用户研究、通常又不负责产生解决方案的人，工作无法饱和，太过于奢侈。而一般的公司其实也都吸引不到真正高度专业化的用户研究专家。但是用户研究这项工作还是非常有价值的，没有人做，怎么办？往往需要挺身而出的，就是设计师和产品经理。

不要觉得自己是设计师或者产品经理，本职工作已经忙不完，就不要再去增加什

么用户研究——其实你们工作的很多困扰、反复，就是因为缺乏用户研究而造成的。不要把用户研究当作负担，而要当作你的另一件有利武器——定性和定量的用户研究，会帮助你发现问题，帮助你测试解决方案，帮助你做出最有可能产生积极效果的决策。

用户研究似乎门槛很低，仿佛做问卷、做访谈就是用户研究；但其实真正有效的用户研究门槛很高，需要很多跨专业的知识、经验和思考，例如怎样从心理学的角度更好地做访谈，怎样从工程学的角度更好地做实验，怎样从数学的角度更好地做建模分析，怎样从项目的角度把定性与定量研究更好地结合起来，怎样从产品设计角度使发现问题与解决问题更好地相互促进……

希望本书能给你带来一些有益的思考。

吴卓浩

创新工场 AI 工程院 VP、商学院副院长

INWAY Design 创始人，前谷歌中国用户体验团队负责人

序言二

“用户体验”这一概念刚开始兴起是在 2007 年，那时我正好从传统企业的 IT 岗位转入咨询行业，第一个负责的项目也是我人生最重要的一个项目是上海通用汽车的“客户体验管理”（CEM），包括从理念到系统的实施。那是我第一次系统地接触到用户研究的理论和实践工作。后来随着工作的深入和其他项目的不断展开，特别是在 IBM 工作期间参加了很多设计思维的培训和相关项目，我个人关于用户体验的认知和经验也增加了很多，但实际也并没有达到可以发表见解和观点的水平，只能结合陈抒和陈振华的著作谈下自己在这个历程中的体会，希望能帮到本书的读者。

陈抒老师以及她的团队主要从事交互设计和用户研究的工作，这是整个客户体验管理矩阵中的重要一环，了解这个矩阵和基本的用户研究理论及设计方法是做好这份工作的前提。在这个凡事都强调“用户体验”的时代，仅靠直觉和经验（当然这也非常重要）很难有效完成工作，这本书就首先从整体给读者概括出一个交互设计和用户研究的方法框架，这能够帮助大家迅速建立起对用户体验的基本认知。

但是真正好的交互设计和用户研究又无法完全依靠理论和方法论，很多公司对用户体验的认知既表面化又低俗化。设计师是个既理性又感性的职业，你需要自己去体验一切美好的东西，抑或是从不经意的小事中去发现美好。你可以通过大量的阅读、旅行、音乐、美食、运动去积累感知，去体会什么是美好的设计和感觉。用户是如此多元和离散，在社会知识和体验整体都向碎片化发展的过程中，人们实际上是很难准确描述自己的需

求和感觉的，这也正是用户研究人员所面临的挑战。

所幸的是，交互设计和用户体验的理论和方法已经随着互联网行业的发展进入了生活和工作的各个层面，远远超越了它本身所定义的领域和范畴。我相信通过本书的学习和日常的积累，能够让更多的人像设计师一样去思考，让更多的设计师像思想家一样去设计，而这个世界一定也会变得越来越美好。

李雷

前 IBM 大中华区全球企业咨询服务部合伙人，上汽车享网 COO

序言三

转眼间已是我投入到用户体验设计行业的第 17 个年头了，回想起当年接触的第一份工作，竟然让我深深地喜爱上了这个行业。在 2000 年年初的那段日子，我记得，大部分的专业书籍都是从国外翻译过来的，最新的书籍也只有英文原版，空闲时我经常通过查找国外资深设计专家的博客来吸收新的知识。这就是当年从事用户体验设计（更确切地说是交互设计和用户研究）的我们的知识来源。

如今，在这个人人都重视用户体验的年代，大部分人的阅读习惯都已经改变了。手机设备上的碎片化阅读的确提高了我们的阅读频次，但是我们的深度思考能力却在不断下降。用户体验设计是一个跨学科性非常强的行业，需要扎实的理论基础，以及对各种辅助工具、方法的熟练掌握。此外，还要不断累积实践经验，形成自己的方法论，才能称得上是一个合格的设计师。而这些只有很小一部分是可以从大学的课程中学到的。

这么多年，我接触过不同类型公司的设计团队；在企业竞争日趋激烈的今天，更加觉得用户体验成了企业突破困局的决胜点，同时它对设计人员也提出了更高的要求。陈抒老师是中国最早的一批用户体验设计师，累积了大量的工作实战经验。通过系统的理论梳理和案例讲解，她深入浅出地把自己累积的知识通过这样的方式来传播，我觉得是初入行业的设计师不得不读的一本书。同时，对于我这样工作许多年的设计师来说，读

起来也是频频点头，深有感触。特别是书中交互设计师需要掌握用户研究方法和工具的观点，与我不谋而合。在当初建立携程无线设计团队的时候，我就秉承这样一个观点来考察和审核交互设计师。不懂用户研究的交互设计师，肯定不是一个合格的交互设计师。

相信这本书能对那些坚信“体验为王”“用户体验就是一切”的设计师、产品经理和想了解用户体验设计的人们带来帮助和思考。

贺炜

UXPA 中国副主席，“美味不用等”用户体验设计副总裁

序言四

世间的一切皆有缘起，这本书的出版就是一个很好的例子。多年前，我和作者之一的陈抒老师曾一起经历了整个携程国际多语言网站和 App 的全新改版，并为之付出了无数个不眠之夜。那时作为产品的规划管理者，成百上千次地往返于代码、文档、交互设计稿、数据报表和大大小小的评估会议之间时，就曾想过这些团队之间逐渐形成的工作默契和专业经验能否以某种形式留存下来，惠及更多的从业者。

或许是受二十多年前刚毕业就留校教授互联网技术的经历影响，我从携程离开后，一直从事互联网数据分析技能教育和技术咨询的工作，给上百家企业讲授过实战课程，深感产品设计方面需要一本实战指南。

2016 年，我开始主持编写“数据驱动互联网产品优化和增长实战集训营”的课程，感觉自己虽然在携程国际多语言网站负责过搜索及产品相关的管理工作，比较熟悉互联网流量获取、搜索引擎、产品规划以及数据分析技术，但如果没有资深的产品设计师参与课程设计，课程无法演化出有血有肉的实战集训营，于是和两位作者的合作再度开始。

一年下来，陈抒和陈振华老师觉得有必要把集训营课程中的核心知识提炼出来，形成一本具有实战指导意义的设计指南，我非常支持，于是就有了这本书的出版。

所以一切皆有缘起。

一般来说，互联网项目在以下方面非常需要关注：交互设计、用户体验、性能、流