



UI 设计 | 必修课

李晓斌 编著

交互+架构+视觉 UE设计教程

本书讲解了用户体验设计的核心、要素，用户体验中的交互设计，网站的用户体验，以及移动端的用户体验等专业知识，培养读者在用户体验设计方面分析问题和解决问题的能力，是一本用户体验设计的宝典。



扫码 | 2000个UI设计素材
赠送 | 320分钟UI案例视频

扫描二维码后进入有艺学堂
在资源下载中获取下载链接

中国工信出版集团



电子工业出版社
http://www.phei.com.cn

UI 必修课

设计

交互+架构+视觉 UE设计教程

李晓斌 编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内容简介

在当今互联网和信息技术快速发展的时代，人们的生活经历着各种梦幻般的变化。随着互联网长大的一代正在成为社会的主流，并以他们特有的视角和思考问题的方式影响着社会的发展，形成了所谓的“互联网文化”，在用户体验发展中展示出独特的一面。

本书针对网站用户体验的概念和设计要点进行了深入的介绍和分析。全书共分为6章，从当前互联网经济中的用户体验相关理论和互联网产品设计的基础开始，逐步讲解了用户体验设计的核心、用户体验设计的要素、用户体验中的交互设计、网站的用户体验，以及移动端的用户体验等专业知识。通过知识点的讲解与商业应用案例分析相结合的方式，使用户能够更轻松的理解和应用相关知识，提高读者在网站用户体验设计方面分析问题和解决问题的能力。

本书结构清晰、内容翔实、文字阐述通俗易懂，与案例分析结合进行讲解说明，具有很强的实用性，是一本用户体验设计的宝典。

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

图书在版编目（CIP）数据

UI设计必修课：交互+架构+视觉UE设计教程 / 李晓斌编著. -- 北京：电子工业出版社，2017.9

ISBN 978-7-121-32456-7

I. ①U… II. ①李… III. ①人机界面—程序设计—教材 IV. ①TP311.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第191685号

责任编辑：姜 伟

文字编辑：赵英华

印 刷：中国电影出版社印刷厂

装 订：中国电影出版社印刷厂

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：720×1000 1/16 印张：16.5 字数：448.8千字

版 次：2017年9月第1版

印 次：2017年9月第1次印刷

定 价：79.90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或88258888。

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

本书咨询联系方式：（010）88254161～88254167转1897。

前 言

近十年来，互联网产品发生了巨大的变革，Web成为遍及全球、最具代表性的互联网信息资源组成系统，这些系统包含了大量文本、图像、音频与视频文件等信息资源。全球许多知名企业和组织都十分重视网站的设计和开发质量，从网站作用、品牌形象、操作便利性、网速流畅性及细节设计等多方面考虑，研究用户访问和使用网站的主观体验，以达到最佳的效果。

网站用户体验是指用户在访问网站时享受网站提供的各种服务的过程中建立起来的心理感受。一个好的网站除了内容精彩、定位准确以外，还要方便用户浏览，使用户可以方便快捷地在网站中找到自己感兴趣的内容。

本书内容

本书在借鉴国内外交互设计和用户体验的前沿理念和实践成果的基础上，对用户体验设计进行了全面而详细的介绍。作为专业人才培养教材，本书力图以清晰、有条理的语言和生动翔实的案例向读者系统地介绍网站的用户体验设计，本书的主要内容如下。

第1章 网络交互与用户体验。本章向读者介绍有关用户体验的相关基础知识，包括什么是用户体验，用户体验的范畴、特点，以及网站与用户体验的关系和用户体验的设计原则等相关内容，使读者对用户体验有一个全面、清晰的认知。

第2章 认识用户。用户作为网络交互的主体，在交互过程中时刻感受着交互设计带给感官和心灵的“震撼”。本章从用户感官、用户心理和用户需求等多个方面来阐述用户需要的是什么样的设计，以及如何设计出用户满意的网站。

第3章 用户体验要素。本章向读者详细介绍用户体验要素的五大层面，并且分别对这五大层面中的相关要素及设计重点进行分析讲解，使读者对用户体验设计的细节能够了然于胸，并在设计过程中注意这些用户体验细节的处理。

第4章 关注用户体验的交互设计。本章主要向读者介绍交互设计对于用户体验的作用及其表现的方式，包括可用性设

计、可用性原则、心流体验、沉浸感设计、情感化设计、美感设计和用户体验差异等内容，使读者能够从心理和情感层面改善产品的用户体验。

第5章 Web产品用户体验。提供良好的用户体验就成为网站吸引并留住用户的一个重要因素。本章对网站的用户体验设计进行了详细的介绍，包括网站产品的解构、网站设计的原则、网站的用户体验设计、网站用户体验设计的细节等内容，全方位地介绍提升网站用户体验的方法和技巧。

第6章 移动端用户体验。随着移动互联网的兴起，智能移动设备已经成为人们日常生活中不可或缺的产品之一，移动设备的用户界面及体验受到用户越来越多的关注。本章向读者全面介绍有关移动端的用户体验设计的相关知识，从而提升移动端应用界面的用户体验。

本书特点

本书从网站用户体验设计的各个方面进行介绍，使读者在了解用户体验设计基础的同时，能够综合运用所学内容。

紧扣主题

本书全部章节均围绕网站用户体验设计的主题进行展开，并结合案例的分析讲解，使读者能够更加容易理解，实用性很强。

易学易用

在对用户体验的每个细节要素进行分析讲解的过程中，将基础知识与案例分析相结合、图文并茂的讲解方式让读者能够更好地理解细节要素，使学习的成果达到最大化。

本书作者

参与本书编写的人员有李晓斌、高金山、张艳飞、鲁莎莎、吴溱超、田晓玉、余秀芳、王俊平、陈利欢、冯彤、刘明秀、解晓丽、孙慧、陈燕、胡丹丹。书中难免有错误和疏漏之处，希望广大读者朋友批评、指正。

编者

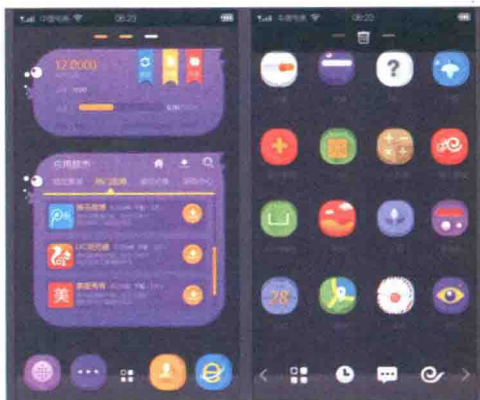
目 录

Chapter 01 网络交互与用户体验

1.1 关于用户体验	2
1.1.1 什么是用户体验	2
1.1.2 用户体验设计的历史与现状	2
1.1.3 6种基础体验	3
1.1.4 用户体验相关术语	5
1.2 用户体验设计范畴及其特点	6
1.2.1 用户体验设计范畴	6
1.2.2 用户体验设计的特点	7
1.2.3 用户体验设计的5个着手点	9
1.3 网站与用户体验	10
1.3.1 用户体验所包含的内容	10
1.3.2 用户体验对于网站的重要性	13
1.3.3 网站设计如何寻求突破	13
1.3.4 提升网站用户体验	14
1.4 交互设计的内容和习惯	16
1.4.1 什么是交互设计	16
1.4.2 需要考虑的内容	16
1.4.3 需要遵循的习惯	17
1.4.4 用户体验与交互设计	18
1.5 用户体验设计的原则	18
1.5.1 快速引导用户找到需要的内容	18
1.5.2 设置期望并提供反馈	21
1.5.3 基于人类工程学设计	21
1.5.4 与标准保持一致	22
1.5.5 提供纠错支持	22
1.5.6 靠辨识而非记忆	23
1.5.7 考虑到不同水平的用户	23
1.5.8 提供上下文帮助和文档	24
1.6 用户体验要素的应用	24
1.6.1 由现状决定的设计	24
1.6.2 由模仿决定的设计	25
1.6.3 由领导决定的设计	25
1.7 拓展阅读——用户体验设计师	25
1.8 本章小结	26

Chapter 02 认识用户

2.1 用户的感官特征	28
2.1.1 视觉	28
2.1.2 听觉	29
2.1.3 触觉	31
2.2 用户认知心理	31
2.2.1 设计心理学	31
2.2.2 设计心理学的设计原则	35
2.3 用户的心理需求	38
2.3.1 人的需求层次理论	38
2.3.2 用户体验的需求层次	39
2.3.3 用户体验的生命周期模型	42
2.4 以用户为中心设计	43
2.4.1 了解用户需要什么	43
2.4.2 遵循用户的习惯	44
2.4.3 颠覆用户的习惯	45
2.5 网站的目标与用户需求	46
2.6 用户激励机制	48
2.6.1 用户激励的方式	49
2.6.2 等级与积分激励方式的表现	49
2.6.3 网站常用的具体激励方法	51
2.7 拓展阅读——用户行为分析	54
2.8 本章小结	54



3.1 用户体验的分类	56
3.1.1 信息架构	56
3.1.2 交互设计	61
3.1.3 视觉形象设计	63
3.2 用户体验的要素模型	64
3.2.1 5个层面	64
3.2.2 要素模型	68
3.3 战略层详解	69
3.3.1 确定产品定位	70
3.3.2 了解用户需求	72
3.4 范围层详解	74
3.4.1 从哪里获得需求	74
3.4.2 对需求进行分析筛选	75
3.4.3 确定需求优先级	76
3.5 结构层详解	77
3.5.1 交互设计	78
3.5.2 信息架构	79
3.6 框架层详解	80
3.6.1 界面设计	80
3.6.2 导航设计	81
3.6.3 信息设计	85
3.6.4 线框图	86
3.7 表现层详解	88
3.7.1 如何评估网站的视觉设计	88
3.7.2 对比	89
3.7.3 一致性	90
3.7.4 配色方案	91
3.7.5 字体选择	92
3.8 拓展阅读——用户体验的 一般设计流程	93
3.9 本章小结	95

4.1 可用性设计	98
4.1.1 什么是可用性	98
4.1.2 可用性的表现	98
4.2 可用性设计原则	99
4.2.1 简捷性	99
4.2.2 易于学习	104
4.2.3 减少用户记忆	106
4.2.4 一致性	109
4.2.5 提供反馈	110
4.2.6 错误提示及避免错误的发生	112
4.2.7 高效率	113
4.3 心流体验	114
4.3.1 什么是心流体验	114
4.3.2 两种不同的心流体验类型	115
4.3.3 心流体验设计的要点	116
4.3.4 用户体验的经验设计	121
4.4 沉浸感设计	124
4.4.1 什么是沉浸感	125
4.4.2 沉浸感设计原则	125
4.4.3 沉浸感在游戏网站中的应用	128
4.5 情感化设计	130
4.5.1 什么是情感化设计	130
4.5.2 互联网产品设计的3个层次	130
4.5.3 互联网产品的情感化设计	132
4.6 美感设计	134
4.6.1 什么是美感设计	134
4.6.2 交互设计中的美感体验	135
4.7 用户体验差异设计	136
4.7.1 可访问性设计	136
4.7.2 文化差异设计	138
4.7.3 经验水平差异设计	142
4.8 用户体验与前端设计	144
4.8.1 认识前端设计	145
4.8.2 前端设计优化与用户体验	149
4.9 拓展阅读——网站信息架构	150
4.10 本章小结	151



5.1 Web产品解剖	154
5.1.1 网站解剖	154
5.1.2 网站页面的构成元素	154
5.1.3 网站页面的视觉层次	157
5.1.4 基于用户体验的网站设计原则	161
5.2 网站界面设计的基本原则	165
5.2.1 对比突出	165
5.2.2 条理清晰	167
5.2.3 整齐平衡	168
5.2.4 简捷一致	169
5.3 Web用户体验设计	170
5.3.1 清晰的网站结构	170
5.3.2 合理的页面功能布局	173
5.3.3 优化网站内容	180
5.4 网站配色	182
5.4.1 色彩属性	183
5.4.2 网页配色的方法	184
5.4.3 网页文本配色	188
5.4.4 网页元素的颜色搭配	190
5.4.5 色彩情感在网页设计中的应用	192
5.5 网站用户体验设计细节	197
5.5.1 网站图标设计	197
5.5.2 网站按钮设计	200
5.5.3 网站Logo设计	206
5.5.4 网站导航设计	211
5.6 拓展阅读——创建网站设计 设计的标准	219
5.7 本章小结	220



6.1 了解移动端用户体验	222
6.1.1 移动端与PC端界面设计的区别	222
6.1.2 移动设备用户体验发展趋势	224
6.1.3 移动设备的交互设计	225
6.1.4 移动端应用的用户体验设计	226
6.2 移动端设计流程及视觉设计	230
6.2.1 移动端设计流程	230
6.2.2 视觉设计	231
6.2.3 如何提升移动端应用的用户体验	232
6.3 移动端界面设计内容	234
6.3.1 视听元素设计	235
6.3.2 版式设计	244
6.4 移动端界面色彩搭配	247
6.4.1 色彩在移动端界面设计中的作用	247
6.4.2 移动端界面配色原则	249
6.5 移动端界面设计原则	251
6.5.1 实用性	251
6.5.2 统一的色彩与风格	252
6.5.3 合理的配色	252
6.5.4 规范的操作流程	253
6.5.5 视觉元素规范	253
6.6 拓展阅读——常见移动 设备尺寸标准	254
6.7 本章小结	256



01

Chapter

网络交互与用户体验

网络的诞生，为交互设计打开了新的窗口。用户作为网络传播的主体，参与到网络交互设计的过程中并获得认知和情感的体验，可以说用户不仅是交互设计的重要创作者，也是交互设计的欣赏者。在传统设计如视觉设计或工业设计中，通常都以美观或实用作为设计的衡量标准，而在网络交互设计中，用户体验成了全新的衡量标准。

1.1 关于用户体验

在网络发展的初期，由于技术和产业发展的不成熟，交互设计更多地追求技术创新或者功能实现，很少考虑用户在交互过程中的感受，这就使得很多网络交互设计得过于复杂或者过于技术化，用户理解和操作起来困难重重，因而大大降低了用户参与网络互动的兴趣。随着数字技术的发展以及市场竞争的日趋激烈，很多交互设计师开始将目光转向如何为用户创造更好的交互体验，从而吸引用户参与到网络交互中来。于是，用户体验（User Experience）逐渐成为交互设计的首要关注点和重要的评价标准。

1.1.1 什么是用户体验

用户体验是用户在使用产品或服务的过程中建立起来的一种纯主观的心理感受。从用户的角度来说，用户体验是产品在现实世界的表现和使用方式，渗透到用户与产品交互的各个方面，包括用户对品牌特征、信息可用性、功能性、内容性等方面的体验。不仅如此，用户体验还是多层次的，并且贯穿于人机交互的全过程，既有对产品操作的交互体验，又有在交互过程中触发的认知、情感体验，包括享受、美感和娱乐。从这个意义上讲，交互设计就是创建新的用户体验的设计。

专家提示：用户体验设计的范围很广，而且在不断地扩张，在本书中主要讨论网络环境中的用户体验设计。关于用户体验概念的定义有多重描述，不同领域的人有不同的阐述。

用户体验这一领域的建立，正是为了全面地分析和透视一个人在使用某个产品、系统或服务时的感受，其研究的重点在于产品、系统或服务给用户带来的愉悦度和价值感，而不是其性能和功能的表现。

1.1.2 用户体验设计的历史与现状

用户体验设计作为设计领域一个蓬勃兴起的分支，得到社会各界特别是互联网领域的重视，其发展历史并不长，从早期设计中以产品为中心的设计理念到后来的以用户为中心（User Centered Design, UCD）的设计思想的转变，都是人类思想的设计方法论演化，它的表现产生惊人的影响，并迅速辐射到人类社会众多领域中，国内外许多知名企业也均对用户体验给予了足够的重视。

用户体验设计中以人为本的设计思想最早出现在 20 世纪工业设计飞速发展时期，其目的是取得产品与人之间的最佳匹配。这种匹配不仅要满足人的使用需求，还要与人的生理、心理等各方面需求取得恰到好处的匹配。以人为本是指在设计中将人的利益和需求作为考虑一切问题的最基本的出发点，并以此作为衡量活动结果的尺度。

以用户为中心作为一种思想，就是在进行产品设计、开发、维护时从用户的需求和用户的感受出发，围绕用户为中心进行产品设计、开发及维护，而不是让用户去适应产品，其广义的设计核心思想是关注用户。当然 UCD 的外延一直在扩张，但是其出发点在于用户的研究，高度关注用户的特点、产品使用方式及使用习惯等。从产品周期上来看，在产品生命周期的最初阶段，产品的策略应该以满足用户的需求为基本动机和最终目的；在其后的产品设计和开发过程中，对用户的研究和理解应当作为各种决策的依据；同时，产品在各个阶段的评估信息也应该来源于用户的反馈。

用户体验从表象上理解,是将UCD的思想具化到用户的主观感受上,这种感受即体验的形成需要两个基本体,即主体与客体;一个核心,即交互。用户体验作为用户在使用产品的过程中产生的主观感受,可能涉及用户在产品使用前、中、后各个阶段相关的感官刺激、交互刺激和价值刺激等。

1.1.3 6种基础体验

用户体验是主观的、分层次的和多领域的,我们可以将其分为以下6种基础体验。



1. 感官体验

感官体验是用户生理上的体验,强调用户在使用产品、系统或服务过程中的舒适性。关于感官体验的问题,涉及网站浏览的便捷度、网站页面布局的规律、网页色彩的设计等多个方面,这些都给用户带来最基本的视听体验,是用户最直观的感受。



这是品牌饮料的宣传网站,因为网站页面中的信息内容较少,结合该饮料的特点以及面向的消费群体,在网站页面中通过动画与多媒体元素的结合,从视觉效果上给用户带来震撼的体验,吸引浏览者的关注,从而达到品牌产品宣传推广的目的。

2. 交互体验

交互体验是用户在操作过程中的体验，强调易用性和可用性。主要包括最重要的人机交互和人与人之间的交互两个方面的内容。针对互联网的特点，将涉及用户使用和注册过程中的复杂度与使用习惯的易用问题、有关数据表单的可用性设计安排问题，还包括如何吸引用户的表单数据提交，以及反馈意见的交互流程设计等问题。



在该移动端界面设计中，对背景图片进行模糊处理，在版面中间使用不同颜色的矩形色块来突出选项的表现，使得界面非常清晰、易用，而当用户单击选择某个选项时，该元素出现相应的交互动画效果，给用户很好的提示和反馈，这些都能够为用户带来良好的用户体验。

3. 情感体验

情感体验是用户心理方面的体验，强调产品、系统或服务的友好度。首先产品、系统或服务应该给予用户一种可亲近的感觉，在不断交流过程中逐步形成一种多次互动的良好的友善意识，最终希望用户与产品、系统或服务之间固化为一种能延续一段时间的友好体验。

4. 信任体验

信任体验是一种涉及从生理、心理到社会的综合体验，强调其可信任性。由于互联网世界的虚拟性特点，安全需求是首先被考虑的内容之一，因此信任理所当然被提升到一个十分重要的地位。用户信任体验，首先需要建立心理上的信任，在此基础上借助于产品、系统或服务的可信技术，以及网络社会的信用机制逐步建立起来。信任是用户在网络中实施各种行为的基础。

5. 价值体验

价值体验是一种用户经济活动的体验，强调商业价值。在经济社会中，人们的商业活动以交换为目的，最终实现其使用价值，人们在产品使用的不同阶段中通过感官、心理和情感等不同方面和层次影响，以及在企业 and 产品品牌、影响力等社会认知因素的共同作用下，最终得到与商业价值相关的主观感受，这是用户在商业社会活动中最重要的体验之一。

6. 文化体验

文化体验是一种涉及社会文化层次的体验，强调产品的时尚元素和文化性。绚丽多彩的外观设计、诱人的价值、超强的产品功能和完善的售后服务固然是用户所需要的，但依然可能缺少那种令人振奋、耳目一新或“惊世骇俗”的消费体验，如果将时尚元素、文化元素或

某个文化节点进行发掘、加工和提炼，并与产品进行有机结合，将容易给人一种完美、享受的文化体验。



这是一个房地产项目的宣传介绍网站，在该网站的设计中充分运用了多种中国传统文化元素，无论是图片素材、网站配色，还有排版方式等，都能够表现出非常浓厚的中国传统文化印记。虽然这样的网站设计并不能够给人带来很强的视觉震撼，但是其独特的表现方式和浓厚的文化氛围依然能够给用户留下深刻的印象。

这6种不同的基础体验基于用户的主观感受，都涉及用户心理层次的需求。需要说明的是，正是由于体验来自人们的主观感受（特别是心理层次的感受），对于相同的产品，不同的用户可能会有完全不同的用户体验。因此，不考虑用户心理需求的用户体验一定是不完全的，在用户体验研究中尤其需要关注人的心理需求和社会性问题。

1.1.4 用户体验相关术语

了解用户体验设计领域的相关专业术语，如 GUI、UI、ID 和 UE 等，可以帮助我们进一步加深对该领域的认识。

- UI (User Interface)

UI 是指用户界面，包含用户在整个产品使用过程中相关界面的软硬件设计，囊括了 GUI、UE 以及 ID，是一种相对广义的概念。

- GUI (Graphic User Interface)

GUI 是指图形用户界面，可以简单地理解为界面美工，主要完成产品软硬件的视觉界面部分，比 UI 的范畴要窄。目前国内大部分的 UI 设计其实做的是 GUI，大多出自美术院校相关专业。

- ID (Interaction Design)

ID 是指交互设计，简单地讲就是指人与计算机等智能设备之间的互动过程的流畅性设计，一般由软件工程师来实施。

- UE (User Experience)

UE 是指用户体验，更多关注的是用户的行为习惯和心理感受，即研究用户怎样使用产品才能够更加得心应手。

- 用户体验设计师 (User Experience Designer)

用户体验设计师简称 UED 或者 UXD，用户体验设计师的工作岗位在国外企业产品设计开发中十分重视，这与国际上比较注重人们的生活质量密切相关；目前国内相关行业特别是互联网企业在产品开发过程中，越来越多地认识到这一点，很多著名的互联网企业都已经拥有了自己的 UED 团队。

专家提示：由于用户体验设计师这个工作岗位出现时间不久，专业知识涉及面很广，培养过程比较复杂，专业人才需求量大，以至于国内外用户体验设计师相对较为稀缺，很多人都是相关专业改行过来从事该项工作的。

1.2 用户体验设计范畴及其特点

用户体验设计首先是要解决用户的某个实际问题，其次是让问题变得更容易解决，最后给用户留下深刻的印象，让他在整个过程中产生美好的体验。视觉只是用户整体体验的一部分，因此外观的美丑、是否有创意，仅是设计中的一部分内容，它并不是设计的全部。

因此，用户体验设计首先应该是理性的（帮助用户解决问题等），其次才是感性的（设计的美观性等）。只要你的方案能够解决用户的实际问题，又能够带给用户好感，用户就会很容易感到满足。

1.2.1 用户体验设计范畴

用户体验设计是以改善企业的理念行为在用户心目中的感受为目的，以用户为中心，创造影响用户体验的元素，并将之和企业目标同步的。这些元素可以来自于生理的、心理的和社会各个层面，包括听到、看到、感受到和交互过程中体会到的各种过程。

用户体验设计的范围非常广泛，而且还在不断扩张中，本书主要讨论互联网环境中的用户体验设计，尤其是网站和应用软件类的交互性媒体。



用户体验设计工作需要从产品概念设计时就加入。在互联网环境下，用户体验必须考虑来自用户和人机界面的交互过程，但其核心还是应该围绕产品的功能来设计。

技巧点拨：在产品的具体开发过程中，要想成功，产品的用户体验设计必须考虑项目的商业目标、产品用户群体的需求，以及任何可能影响产品生存力的各种因素。

在早期的网站和应用软件设计过程中，人机界面仅仅被看作一层位于核心功能之外的“包装”，而没有得到足够的重视，人机界面的开发独立于功能核心的开发，甚至是整个产品开发过程的尾声才会加入进来。这种方式极大地限制了对人机交互的设计，其结果带有很大的风险性，最后往往会以牺牲人机交互设计为代价，这种带有猜测性和赌博性的开发几乎难以获得令人满意的用户体验。

当前，用户体验设计业界提出了以用户为中心的设计理念，这种理念从开发的最早期就开始进入整个流程，并贯穿始终，其目的就是保证：

- (1) 对用户体验有正确的预估；
- (2) 认识用户的真实期望和目的；
- (3) 在核心功能开发的过程中及时地进行调整和修正；
- (4) 保证核心功能与人机界面之间的协调工作，减少 BUG；
- (5) 满足用户各层次的基础体验需求。

专家提示：用户体验体现在用户与产品互动的方方面面，贯穿于交互设计的整个过程，每个环节的失误都可能影响用户体验。因此要考虑用户与产品互动的各种可能性，并理解用户的期望值和体验的最佳效果。

技巧点拨：在用户研究和用户体验设计具体的实施上，可以包括早期的用户访谈、实地拜访、问卷调查、焦点小组、卡片分类和开发过程中的多次可用性实验，以及后期的用户测试等多种用户研究方法。在“设计—测试—修改”这个反复循环的开发流程中，可用性实验往往提供了大量可量化的指标。

1.2.2 用户体验设计的特点

通过前面对用户体验的分析介绍，我们可以总结出一些关于用户体验设计的特点。

1. 严谨、理性、创意

用户体验设计充满了理性和严谨，因为它首先关注于解决用户的问题，同时也需要优质的创意，帮助用户获得更好的体验。

2. 提供特定问题的解决方案

为了避免把设计当作自己无限发挥创意的舞台，以至于出现糟糕的体验。设计师在设计前请先问问自己，这次设计的目标是什么？要为什么样的人解决什么样的问题？如何解决？



照片中的通道是为残障人士设计的吗？看样子好像是，又好像不是，让人匪夷所思。



钢铁侠造型的 U 盘，外观是不是很酷？但是使用的时候好像出了点问题，钢铁侠的手紧紧地按住了电脑的关机键，并且手臂不能自由活动。

为什么会出现这样的设计呢？因为设计者没有很好地考虑设计目标，没有把自己代入到用户使用的场景中去考虑问题，仅仅是依照自己的想象在创作，所以造成了笑话。

3. 不让用户思考

很多设计师喜欢找这样的借口：我这个设计很有创意，用户第一眼看到的时候不会用没有关系，他第二次不就会了吗？可惜的是，用户可不会这么想。用户第一次遇到挫折的时候，很可能会头也不回地扬长而去，再也没有第二次的机会了。

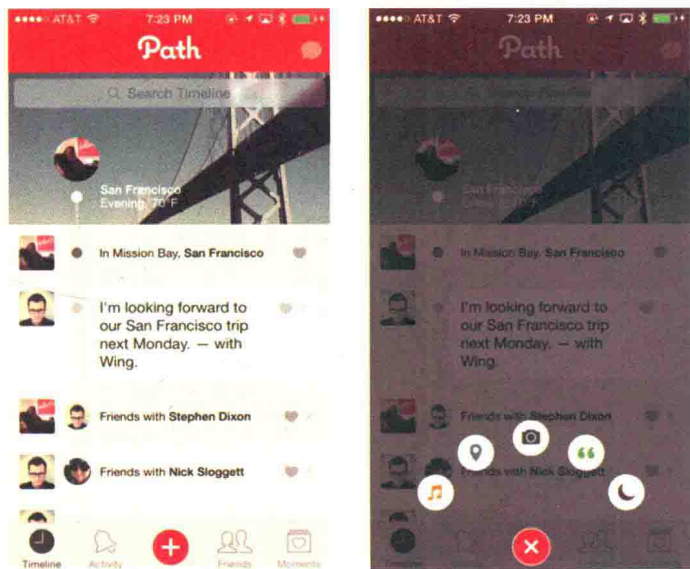


图片切换显示图标，鼠标移上去会显示下一张图片缩览图

这是一个摄影相关的网站，页面的设计表现非常简捷，直接在页面中将摄影图片以方格状进行排列展示，仅仅在页面中的左上角放置网站 Logo，右上角放置菜单图标，没有其他任何多余的装饰元素。单击任意一张图片，则在页面中满屏显示该摄影图片，仅在左右两侧显示图片切换图标，当鼠标移至图标上方时还会出现下一张图片的缩览图。整个网站的操作简单、直接，完全不需要用户思考。

4. 增加趣味性

趣味性的东西更容易吸引用户，趣味性可以为你的设计加分，让用户产生难以忘怀的奇妙体验。这就好像一个人，如果他的存在能够解决你的实际问题，你一定会对他产生好感，如果他还能够给你带来欢乐，那你一定会对他留下深刻的印象。



这是某手机应用的界面设计，当用户点击下方的“+”按钮时，将以交互动画的方式弹出功能按钮，显示用户可以分享的不同类型的内容。这种充满趣味性的动态交互效果，对于新用户来说，所带来的惊喜感是不言而喻的。

1.2.3 用户体验设计的5个着手点

当互联网产业来到下半场，人口红利逐渐减少作用的时候，相信用户体验一定是产品设计的重要内容之一了。良好的用户体验不仅可以保证用户的数量，同时也能够保证优秀的用户黏度。想要做好产品的用户体验设计，可以从以下5个方面着手。

1. 掌握需求

一个产品存在的意义就在于满足用户的需求，那么如何掌握用户对产品的核心需求，对于产品开发来说至关重要。对于用户体验设计来说，如果设计不能达到满足用户核心需求的效果，这个设计便是不成功的设计。掌握用户核心需求的方法有哪些？最基础的应该就是用户调查了。当你需要完成一次用户调查时，你需要正确的目标群体、合适的调查形式，以及明确的调查内容。

2. 留下彩蛋

彩蛋的意义在于给用户惊喜，进而增强用户对于产品的体验。这种惊喜会让产品更加吸引新用户，让老用户在蜜月期过后仍然有机会体验到新鲜感。

但是我们在产品中所留下的彩蛋需要避免以下两个问题。

- 彩蛋功能不是必要功能。即使用户没有找到彩蛋，也不会觉得产品在功能上不尽如人意。
- 彩蛋不要埋得太深。这不是在做游戏，埋得太深可能永远都没有人知道，你的心思也就毫无意义了。

3. 可预测的结果

如果说彩蛋是额外的惊喜，那么给用户能预测到的交互结果则是取悦用户、提升用户体验的基本功。一个按钮表达的意思要和实际点击之后产生的结果是一样的。确定就是确定，取消就是取消。不要试图和用户玩文字游戏，一旦激怒用户，得不偿失。这里还要提到的一点就是，不符合预期的交互结果和彩蛋是有差别的，就像惊吓和惊喜存在着根本上的区别。

4. 细节上保持一致性

从全局上说，保持细节的一致性分为很多部分，细节方面主要包括颜色、字体等。其中，颜色和字体尤为重要。这两项几乎主导了用户的视觉感受，从而决定了用户体验的优秀与否。如果在执行切换跳转之后，整个界面风格突变，我相信大多数用户是理解不了的。这些虽然是细节，但在挑剔的用户眼中会被无限放大，甚至成为他们放弃产品使用的重要原因。

5. 设计工具

针对设计师们侧重的方向不同，这里列举了一些优秀的设计工具来应对不同的使用场景。

(1) 界面设计工具

Photoshop 和 Illustrator 仍然是设计师最常用的工具。Sketch 在 Mac 上也是搞得风生水起，势头越来越高，相信 Adobe 也一定感受到了很大的压力。如果你觉得这三款还是不够用，OmniGraffle 也是相当优秀的设计工具，而且还带有一点交互，虽然效果很有限，但还是挺有趣的。

(2) 交互设计工具

说到交互设计工具，很多人首先会想到 Axure，这款工具凭借着早期的开疆扩土，有着原型设计工具中最大的用户数量。但是不得不承认，原型设计工具早已不是之前的一枝独秀。现在的工具主要分为两类：第一类即是 Mockplus 等创造线框图和交互，第二类是 Flinto for Mac、InVision 等依托在图像设计工具和文件上以创建热区实现交互。