

《设计之下——搜狐新闻客户端的印

图书基本信息

书名：《设计之下——搜狐新闻客户端的用户体验设计（全彩）》

13位ISBN编号：9787121220999

10位ISBN编号：7121220997

出版时间：2014-1-1

出版社：电子工业出版社

作者：搜狐新闻客户端UED团队

页数：276

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《设计之下——搜狐新闻客户端的印

内容概要

形而上者谓之道，形而下者谓之器。匠者，器也。处身平凡的匠人不断追求向上的设计之道。本书没有华丽的辞藻和长篇大论的理论，作者是搜狐一线的设计团队，写作过程中他们尽力还原真实的工作场景，并总结出了一些实用的经验和方法。

《设计之下》共三部分，全面讲解了用户体验设计的流程和方法。第一部分为“交互设计”，阐述了从项目启动、解析需求到原型设计的过程，并且总结了交互设计的要点：大局观、操作流程简捷、形式新颖且统一、各种特殊情况等。第二部分为“视觉设计”，阐述了界面、颜色、图标、质感、动画、切图等具体方法，以及如何与开发/测试工程师们合作、寻找平衡设计与技术的方法。第三部分为“他们眼中的优秀设计师”，通过产品经理、程序员、运营、市场经理的视角，阐述了如何成为一名优秀的设计师。

《设计之下》适合交互设计师、视觉设计师、用户体验从业人员参考阅读，亦可作为设计类专业学生的参考用书。

《设计之下——搜狐新闻客户端的印

作者简介

搜狐新闻客户端UED团队隶属于搜狐新媒体中心，成立于2012年，专门负责搜狐新闻客户端产品的体验设计。工作内容围绕移动平台，包括视觉体验、交互设计、渠道运营、PC官网及自媒体后台支持。团队始终致力于提升搜狐新闻客户端的用户体验，改善阅读及获取资讯的方式。六人团队小而弥坚，个人与团队共同成长。我们的生存面貌、发展方式体现了当下多数从业者的生存状态，希望通过这本书能和您分享一些案例思考和感悟。

书籍目录

第一部分 交互设计 DESIGN FOR THE UNCONSCIOUS

第1章 项目启动

1.1 从想法到项目 5

1.2 什么是项目 5

1.3 项目启动会 6

第2章 解析需求

2.1 交互设计的“五要素” 14

2.2 阅读产品文档 15

2.3 交互模型 17

2.4 功能系统 23

2.5 信息架构 26

2.6 工具和方法 30

2.7 小结 31

第3章 原型设计

3.1 概念设计 35

3.2 低保真原型 36

3.3 高保真原型 48

第4章 交互设计师有话要说

4.1 大局观 66

4.2 操作流程简捷 68

4.3 交互形式新颖且统一 75

4.4 反馈提示 81

4.5 动画的重要引导作用 91

4.6 考虑到各种特殊情况 100

4.7 尊重平台特性 了解技术限制 106

第二部分 视觉设计 BEAUTY IS ORDER

第1章 准备

1.1 工欲善其事 必先利其器 113

1.2 UI设计师的伴侣——Photoshop 115

1.3 开始前要做的功课 120

第2章 界面设计

2.1 风格 131

2.2 布局 134

2.3 被放大的标题 134

2.4 不同平台的特殊区分 135

2.5 同类之间的归纳 136

第3章 你的界面是什么颜色

3.1 颜色和情感 140

3.2 主色和辅助色 141

3.3 乱花渐欲迷人眼 142

3.4 那些微妙的渐变色 143

3.5 强调色的适当运用 145

3.6 界面上的特殊色 149

3.7 小结 151

第4章 优美的图标

4.1 哪些地方可以运用图标 154

4.2 风格鲜明的图标 159

- 4.3 表意 161
- 4.4 我们要做什么样的图标 167
- 4.5 实例 184
- 第5章 界面质感
 - 5.1 拟物 194
 - 5.2 扁平 198
 - 5.3 质感 198
 - 5.4 小结 199
- 第6章 锦上添花的 UI 动画
 - 6.1 辅助建立完整的层级关系 203
 - 6.2 让操作变得更有意思 206
 - 6.3 指示性的动效 208
 - 6.4 画龙点睛 210
 - 6.5 平台区别 212
 - 6.6 小结 212
- 第7章 切图
 - 7.1 平台的不同特性 214
 - 7.2 寻找自己高效的切图方法 219
 - 7.3 标注文件 227
 - 7.4 小结 228
- 第8章 开发与测试工程师们的建议和看法
 - 8.1 共同推动梦想的实现 230
 - 8.2 确保实现品质 232
 - 8.3 最终的取舍 233
- 第9章 给设计点灵魂
 - 9.1 优雅等待 236
 - 9.2 隐藏的情怀 239
- 第10章 关于品牌的二三事
 - 10.1 无形的价值 243
 - 10.2 脚踏实地 243
 - 10.3 实践出真知 252
 - 10.4 小结 258
- 第三部分 他们眼中的设计师 MAGICIAN
 - 第1章 产品经理有话说 260
 - 第2章 设计在上开发在下 264
 - 第3章 运营眼中的 UED 271
 - 第4章 一个市场人的自白 274

精彩短评

- 1、...
- 2、人 / 通过工具 / 完成动作 / 达到目的 / 在环境里有干货！
- 3、前三章比较精华，后面地很细节
- 4、适合UI看的那部分确实不多
- 5、对于门外汉来说是本好教材，一个产品开发的全过程一目了然。对于从业者来说废话太多，估计也就最后其他人眼中的设计师有点用。书籍装帧有逼格，质感相当好，然而水分也很大.....70块钱的书还不如免费的知乎（文中有地方标明来源于此，小狐狸还挺注重版权的 _ ）。
- 6、读了前三分之一的交互部分。。章节间的逻辑性不是很强
- 7、文字和相关演示图片完全不在一页上，排版这么反人类的书，来给我们讲用户体验？没有实质内容也就罢了，竟然还有丢落图片等各种bug，哪个用户体验设计师能忍？真是服气~
- 8、比较接地气
- 9、垃圾书，看的莫名其妙
- 10、讲了点干货。
- 11、单案例解剖的视角非常棒，相当于访谈了一次搜狐公司的小团队。可惜各篇章写得支离破碎，这本书缺一个产品经理啊。
- 12、最近在弄APP的产品，所以拿来学习一下。
- 13、设计的内容案例有点老了，但是设计的方法流程经验分享等等都还是非常有借鉴意义。
- 14、入门级的交互书籍，有干货，流程也比较详细，值得思考的是，这些流程是否每个公司都合适，又有多少个公司合适呢？
- 15、比腾讯那本有诚意太多了
- 16、有些旧了，但完整的一个案例拆解还是可以看看。动效和交互那两章写得太让人捉急了，不如自己找个产品看来得快。
- 17、挺全面的，不错
- 18、看完了，还好没花钱买纸质版的
- 19、对我的设计理念意义重大。
- 20、虽然案例较老，但是有些设计原则很实用，尤其是消息推送的部分很详细
- 21、还可以，没我期待中的好~
- 22、作为对我这个刚入门不就的软件产品经理而言，最有用的是交互设计章节的解析需求和原型设计等内容，其他的内容，感觉都是些大家知道的道理，干货量明显不足，后面的二三十页，感觉在凑字数。四星差不多了。
- 23、很基础的入门级别书籍。规范性的东西说的比较多。资深的UI都很清楚。
- 24、动手实践APP
- 25、很用心，从不同角度说明了搜狐新闻客户端的出生到成长，并且不单单说产品本身，各部门是如何工作，思维方式，care的点都做了详尽说明，对协作有深入体会，教科书版的大作！
- 26、后知后觉发现的这本书 整体逻辑很清晰 讲的也很明白 一本基础入门书籍 很难得一本好书
- 27、基础知识
- 28、对初学的我来说看得很顺畅和舒服，写得很用心。但搜狐新闻不是我在用的新闻APP。
- 29、搜狐新闻客户端以阅读圈为例，讲述UED设计流程。
- 30、为什么卖这么贵
- 31、对于刚入门的UI而言，结合自己平时的工作是一次很好的整合和思考的过程。“最好的设计即没有设计”，这条路还很长，虽然起步晚但是请坚持。{多一点人文气息或是更多的将人的使用习惯带入产品，那么即使是一款应用程序也能够与用户主动交流，即使电子科技衍生出的各种东西渗透我们的生活，也是另一种“生态”，而不仅仅是“虚拟”。}{情感体验已经渐渐成为产品之间竞争的一个关键。}
- 32、前面看一点还好，为什么看到后面我觉得很烂..

《设计之下——搜狐新闻客户端的印

- 33、参与写这本书的人一定有个东北人，前面几章多次出现什么“紧着来”，“让咱的用户”等等，感觉好亲切哈哈。
- 34、比那些口水的產經書，這本算是講了一些事情。
- 35、跟着画原型。。
- 36、浮躁的市场
- 37、了解大的团队的工作思路和流程，入门值得一读
- 38、以具体例子为依托 可以看到一个团队的运作模式 类似的书籍似乎不多 可以读一读 有价值
- 39、角度比较接地气，主要从真实工作流程写的，适合缺乏相关经验的人士阅读，想获得理论或者扩大格局不推荐。
- 40、良心之作啊
- 41、读了以后收获不是很大，适合泛读。
- 42、好书，只可惜交互设计涉及的太少
- 43、前半部分还可以，后半部分感觉是在赶着交稿，很凑合，而且时间有点久，有些东西不符合现在的潮流
- 44、比较老了，根本性的东西还在
- 45、讲的不错，但搜狐新闻客户端真烂
- 46、整个设计客户端的流程很清楚，但是后半部分废话太多。
- 47、和作者有过短暂的接触，本书从立项出发，完整表现了互联网公司的项目研发流程，对新手有较大帮助，可以快速了解公司中的项目运作机制和中间的设计思路、配合方式。但缺乏一定深度，且其中的UI设计等已无法跟进设计趋势的进度，推荐单次阅读即可
- 48、特别良心的一本交互书籍，搜狐很良心
- 49、到搜狐新闻客户端团队逛逛
- 50、例子很精彩，如同到搜狐新闻客户端走了一趟

1、作为一个对互联网产业非常好奇的读者，在读完《Don't Make Me Think》之后再来看这本书，脑中只有一句话：这才是干货啊干货！！！它从一个产品的策划与定位开始，从零起步介绍了整个app的设计流程，甚至包括了各部门间合作的方式和沟通技巧，让一个外行人瞬间就有了一窥移动互联产品研发全过程的畅快感。你适不适合进入这个行业，或者比较适合进入这个新兴产业的哪一个部门，成为怎样的一个齿轮，需要具备什么样的素质，学习运用哪些工具，都可以在这本书中找到答案~而其中提到的一些关于各个部门之间的沟通与合作技巧，也是适合从业人员一再揣摩的。

2、看了不少设计类的图书，设计类图书大概分为三类：一类是启慧型，类似于《点石成金》，设计理念通常都是由国外的作者走在。作者有着丰富的从业经验，从大量的案例中抽象概括出最基础的概念，平地而起，通俗易懂。虽然这类书看完了以后，心里的石头还是没有落地，但是会潜移默化地对思考方式产生影响，是培养设计思维的必修之路。第二类偏重于理论罗列或者概念堆叠，大多数设计师都不喜欢看这类书。但是任何学科都需要引入流程化、系统性思考，即使设计学科的最终输出物是视觉化产物，需要感性判断的。设计师也需要去构建自己的知识框架，能够帮助自己在每做一个案例的时候，多想一点，少走点弯路。对设计师的进阶是非常重要的。第三类书就是设计案例类，包括对于真实案例的分析，真实的工作流程展示。将理论概念的东西进行落地，落实真实的判断和实操能力，设计是门手艺活啊。特别是交互这一块，最近几年才被分化出来，网上零散的案例多，但是对于没有工作经验初学者来说，很难让人对实际工作的流程、工作中的使用的工具和每个环节产出物有清晰的认识和判断。这类书能够做到系统和与时俱进，几乎没有。而且这类书都有些通病，大概是出于商业知识保护，配图和文字大多接不上，图片来自网络，或者使用两三年前的老旧案例。我还是建议设计类图书多提供点干货图，对工作流程正确展示，宁可没有图，也不要配段子图，以免误导读者。搜狐新闻团队的这本书还是挺诚恳。虽然感觉很多配图还是后期重新处理的。重点是整个设计流程描述的很清楚，适合没入行的同学，配图也展示了一些工作环节中的输出物和工具，对我来说，倒推去解构一些app，是非常好的学习和积累方式，非常感谢。同时为一个团队所编著，各个环节相关人员的配合，有许多学习之处。我的理解为，交互设计师的工作任务主要为：将产品经理的功能需求点转换为用户任务；用户任务进行归纳分类，在具体页面进行模块化；构筑每个模块的交互标准。除了对交互设计工作流程的认识以外，在每个环节，都要基于对人-机-环境的感性认知去创造，让我体会到，要成为一个好的交互设计师，除了正确的流程方法和逻辑，还是得爱生活，有情怀，保持敏锐的感受感知能力。还是那句话，不想做UI的交互不是好的产品。

3、《设计之下》这本书是我在公司偶然发现的，当时扫了一眼，觉得应该会有点干货，所以就挤时间来看看，没想到深入地读下来，才发现对我这种刚刚入门的产品设计小白来讲其实是很干货的一本书，在设计之外，书中阐述的产品交互和产品规划理念也是很丰富的，具体的以后慢慢补充吧，敬请期待

4、这本书对学设计的童学来说是本很不错的书，对已是入门级的同学，可以了解一个app从无到有的一套整个流程，包括其中一些细节的斟酌和全局的把控，对于已经从事这行业的人或者对设计团队抱有兴趣的人来说，或许又是一种有意思的、新的了解或认识。

5、断断续续地看了很多天，偶尔饭后来几页，偶尔地铁里面因为手机没电不能看杂书所以看几页。终于看完的时候，觉得内容真心不错。从本身的产品着手，有条理有逻辑的论述，其中夹杂了很多行业内的知识点和经验的分享。整本书的逻辑和逻辑都不错，涉及到整个app产品设计的前期用户调研、产品需求产生，产品交互设计和梳、视觉设计、切图、后端实现、运营与维护、还有部分市场方面的切入。整本书的干货部分还是很多的。值得将重要的部分摘抄为笔记，在实际的工作过程中能运用就更好了。

6、作为一个交互设计还没入门的人，看到本书介绍“阐述了从项目启动、解析需求到原型设计的过程，并且总结了交互设计的要点”真的是怦然心动，终于找到一本手把手一步一步交交互的书籍了。如果抱有同样想法的人，恭喜你！——失望吧。本书可能是由于团队众多人员编写，各位笔者的文学水平不一，因此看上去没有整体感和连贯看，看上去有点像是《UCDChina火花集》那种博文集合。可能是出于商业保密，需求解析、原型、交互给出的图例不完整，没办法理清“阅读圈”设计的脉络。也许理清这个只能期待于团队的演讲或者亲自实践体会。本书给出了很多搜狐新闻APP各种细节的用户体验设计，但是作者也奉劝各位千万不要一开始就陷入到细节里。所以给各位交互设计的初学者

《设计之下——搜狐新闻客户端的印

的建议是，这本书空闲时翻一下就好了，如果要系统学习交互设计，还请看其他书籍并多多亲自实践。

7、正在读，感觉十分不错！这是我知道的第一本“揭秘”单个移动APP设计全过程的书籍，第一本“揭秘”国内一线产品工作方式的书籍。语言十分朴实，通俗易懂。设计师们仿佛就坐在你对面，和你说他们是怎么做设计的，怎么和团队里的产品、技术、运营合作的。作为交互设计师，常被家人和朋友问到是做什么的，这本书可以很好的回答这个问题。用户体验不再那么“高深”，但想要做好很不容易。它是一个交叉性很强的学科，需要关注的方面很多。内容上含金量也很高，本书出自国内一线团队的设计师之手。透过文字，可以感觉到大家对用户体验的信仰，对设计的热爱和执着，有些小感动。

8、1、《设计之下》没有花哨的语言，华丽的外衣，只是将实实在在的流程与方法裸呈给大家。写在书中的是搜狐新闻客户端UED团队一线经验的总结，不仅有很多设计细节案例，更有对用户体验设计的思考和感悟，以及设计人员与产品、开发、运营及市场人员沟通的方法和技巧。2、《设计之下》是设计师案前的一本极好的参考书，搜狐的这种分享精神、及时总结的做法值得所有从业者学习。对于初入设计行业的新人本书更是有极大的参考价值，通过这本书你可以用最快的速度掌握整体流程及详细设计方法。2、《设计之下》由2012苹果年度最佳应用《中国古典家具》设计师董翔鹤带领搜狐新闻客户端UED团队精心打造，他们的工作内容围绕移动平台，包括视觉体验、交互设计、渠道运营、PC官网及自媒体后台支持。他们的生存面貌、发展方式体现了当下多数从业者的生存状态，所以《设计之下》对设计师有很高的参考价值。

9、-补写笔记&书评(14.6~14.6)--未拿到书之前各种期待，拿到书看完后，有点小失望..书主要分：1.项目启动流程、2.需求解析方式、3.交互设计过程、4.UI设计过程、5.其他合作方对于UX的看法。对于未工作太久的人确实算比较好的普及知识的一本书，但是对于一年+的工作人来说，并不一定适合。项目启动、需求解析应是设计冰山之下最重要的工作，但却寥寥数笔讲完。可能设计师很容易沉浸在自己的世界里吧？或者说本书设计沉浸的点貌似不对。看完本书时，澎湃上线，为啥新闻客户端突然又很火了？

10、搜狐设计团队的作品，学习学习！看了目录基本就是一个产品出来所要考虑的过程，看了一下基本内容，文字的功力还有待提高，最好是能够写得更加人性化，而不要光是介绍些空洞的理论以及生硬的产品说明云云。对产品和设计有兴趣的童鞋可以看看，从中能够学到如何设计出一个产品的干货。

11、首先对于书的内容和排版设计都符合“简约”的设计：左边文字右边图片条理清晰，取例于生活之中，阅读起来不枯燥又易懂，让用户觉得简单快乐。作者的理论和实践结合的很完美，不得不说：这书你值得拥有！看完这本书，觉得简单的设计是如此的美好。对简单的含义也有了更深刻的理解。总结如下几点：一、简单的理解简单是有对象的：《设计之下》书中说“简单其实最复杂的设计”。这句话说明简单是有对象，对于用户来说某个操作很简单，但是对于背后的工程师为了这个操作要付出很多。简单体现在流程短，选择少，操作简单思考少，视觉清晰，自然人性，场景贴近生活等方面，但是不能拒绝复杂，复杂在合适的位置也是简单的用户体验。有些简单看起来很简单，但是实际在具体的场景中运用时却是复杂的。比如说明书，看起来很简单，实际上用户不会看，他们只想拿起来就用。二、要到用户现场体验参观，才能更好地理解用户使用场景要做好用户体验，必须要到用户的使用现场去，才能知道用户喜欢怎么用，会出现什么干扰因素，简化用户体验时，会影响那些环节，造成什么样的后果。三、用户分为：专家型、随意型、主流用户三种专家型的用户是愿意探索你的产品和服务，希望达到高深的体验；随意型的用户是有兴趣使用更高级更复杂的产品却不愿意接触全新的东西，所以新功能必须简单；主流用户是为了完成某项任务，比如“我的手机，只要能打电话，发信息就行”。应该忽略专家型，为主流用户设计，因为专家型想要的功能会吓跑用户。四、设计简单需要关注用户的行为和行动，用户体验需要用故事讲出来应该关注用户在做什么，而不是过多描述自己的解决方案。把他们的行为和行动描述出来，尽可能详细，特别是干扰处和自然反应。用户体验是场景再现，是简短而美好的故事。比如某一天在街上匆忙地遇到了高圆圆女神，快速拿出摄像机，然后分享至社交平台上，这个场景包含着环境，角色，情节等完整故事，是可信的，那么我们设计摄像机的时候，摄像机上面的按钮一定少而且精准，否则还在摸索的时候女神就走了。五、增加功能不一定让用户体验更加简单用户的意见要听，但不能盲从。功能过多反而会分散用户的注意力，降低主流用户的满意度，从而对长期的盈利能力损害。功能过多，只会做广而做不深，“泛而不精”。用户的

需求会很多，满足所有的功能只会使产品臃肿，这是不可能的。所以满足用户，我们退而求次，专注于目标客户的需求，让他们满意就可以了。记得马化腾说过：我们不能为了1%需求去伤害了99%的用户体验，取舍的用户需求很重要。六、如果小的变化导致复杂的流程，就应该退一步寻找更好的解决方案。如果设计只盯住流程简单化，那么很有可能创造更多的功能去处理出现的各种异常情况问题和细节，那么这个时候我们就应该退一步问自己：我设计这个的目的是什么？有没有其他的解决方案。用户在使用过程中觉得简单就是掌控一切，如果他们在流程中还要去想：然后呢的问题，就说明这样的简单不可行。同时不能为了追求设计的完美，而牺牲速度和简单。七、分清用户和产品之间的任务界限，让用户拥有主动控制权在产品功能设计的过程中，很容易对用户产生过多或者不必要的要求，这就增加了用户的工作量。又或者，产品设计中有“霸道”甚至是“强硬”的态度表现，强迫甚至威胁用户做出一些操作，对于用户来说，这些都是很不愉快的体验。在产品设计中，我们需要首先分清用户和产品之间的任务界限，在帮助用户完成任务的目标下，尽量减少和简化用户的操作，让用户能更快捷更愉快地完成任务。在用户完成任务的过程中，产品设计者需要明白用户才是主角，应该让用户拥有控制权。产品是帮助用户完成任务的，而不能凌驾于用户之上，让用户有强迫感和威胁感。八、不要为了简单而拒绝复杂，而应该把复杂性放在合适的地方。在简约式的设计中，有时候为了一个简单的设计需要较为复杂的实现过程，虽然没有副作用或者附加风险，但也要谨慎。复杂的过程永远应该处于隐蔽的状态，不能暴露在用户的面前，那样会让用户感到困惑。产品作为支持者和协助者的角色，很多操作都应该放在“后台”，呈献给用户的应该是一个美好的结果，而不是过程。为用户而设计，让用户感到愉悦，很多时候都会涉及到复杂的实现过程，但不必一一呈现在用户面前，以炫耀或者展示自己的功劳。产品的简单而美好的使用体验必然包含优秀而复杂的实现，用户自然会有考虑，也会很感激。为了简单化的设计，复杂是值得的，但是要记得把复杂放在合适的地方。十、简约的四大方法：删除，组织，隐藏和转移。删除不必要的，组织要提供的，隐藏非核心的，转移复杂的。不能为了简单过度删除，比如自行车过度删除成独轮车，你会骑吗？这样的简单主流用户是不会接受的，也就是说这样的简单是失败且不可取的。

12、1. 交互设计五要素：人、目的、环境、工具、动作；理解：人在某个环境使用某个工具作出一系列动作，完成某个目标（达到某个目的）；环境要从限制和优势考虑，如移动端的限制是屏幕小，信号可能会不好，优势位置信息、使用频繁...2. 原型设计注意事项(1) 符合平台和产品设计规范；《Android 4.0 设计规范》(2) 产品大局观，整体架构把握，没有信息流障碍(3) 交互细节合理，全面，有新意3. 信息架构《web信息架构》《锦绣蓝图》4. 原型设计：布局、位置、层次(1) 页面布局/结构(2) 位置/顺序(3) 层次/轻重5. 反馈提示(1) 气泡 无需操作 自动消失(2) 弹窗(3) 按钮/图标/链接 按下状态(4) 声音(5) 震动(6) 动画6. 反馈内容(1) 信息(2) 警告(3) 错误(4) 确认7. 反馈栏出现的位置(1) 状态栏(2) 导航栏(3) 内容区上方(4) 屏幕中心(5) 菜单栏上方(6) 底部（覆盖菜单栏）8. 引导作用、提示作用(1) 页面层级结构引导(2) 手势操作引导(3) 状态提示(4) 隐藏功能提示(5) 吸引注意力9. 反馈作用(1) 边界反馈（屏幕边界）(2) 过程反馈(3) 结果反馈10. 特殊情况(1) 无网络(2) 空白页面/无数据(3) 超量的内容显示（边界）(4) 失败(5) 记载中(6) 重复操作(7) 输入错误(8) 分辨率后面的UI设计就没读了，本书阅读，只花了一个小时

13、包括交互设计、视觉设计每个阶段的考量和细节设计，有信息架构、原型、动画、交互、视觉、Icon、品牌的具体做法及相关人员的协助等详细记录，通过这本书可以看到优秀设计师是如何炼成了，除了方方面面的要求，比如全局观念、注重细节、独具法眼等等，同时要方方面面的人沟通配合好。好的产品需要千锤百炼，好的设计师要经得起千锤百炼

！<http://www.douban.com/note/331216478/>

章节试读

1、《设计之下》的笔记-第9页

交互设计师完成低保真原型时，界面的大体布局已经确定，此时视觉设计师便可开始着手视觉初稿的设计；而前端工程师可以在高保真原型和视觉设计初稿完成后，开始开发，在这个过程中，视觉设计师进行按钮等元素的细节设计，并配合工程师切图；而交互设计师可以继续优化特殊情况的表现，如“无网络状态”时的反馈文案。对于交互设计师而言，低保真原型和高保真原型的完成便是两个时间点，因为这分别标志着视觉设计师和前端工程师开始着手项目。在这两个时间点上，都会组织相关的评审会，团队所有成员都会参与，只有大家达成共识时，才会继续下面的步骤；否则主导人员便需要优化，直到评审会的通过。两次评审后需要进行细节优化，而这些优化对于精益求精的设计师来说，是永无止境的。不过，这些优化不再受严格的时间节点约束，只需要在产品上线之前循序渐进的完成；在这个时候，设计师也可以着手下一版本的设计，或考虑产品大体框架上可能优化的点，为产品的发展提供一些建议。

我在目前的工作中，时常会过早陷入细节，这也是我一直在调整的，文中两次评审的思路应该对我有帮助。即使真正的工作中只有一次评审，在自己的工作流中，也要将工作分为两个阶段完成。

2、《设计之下》的笔记-第32页

无论方法和需求发生了怎样的变化，解析需求的这个过程我们一定要认真对待。通过这个过程，我们应得到如下收获：

1. 理清本次项目所设计的系统架构问题，以及本一个功能之间的内在联系，为之后的原型设计奠定坚实基础。
2. 通过分析此次项目所服务的用户、平台（包括硬件特性、交互方式和竞品等多方面）、使用环境和目标等，明确每一处设计的评估标准。当我们犹豫不定时，便可以及时用这些标准来评估方案。第二章值得反复读，体会交互模型、功能系统、信息架构在解析需求中如何发挥作用。

PS，文中提到v1.1.1的小版本迭代，交互设计师有5个工作日的时间来完成低保真原型。真是奢侈啊，我们产品加上交互估计小版本也就1~2天时间吧。

3、《设计之下》的笔记-第276页

这本书买了一两个月了吧，每次读了一会，思想就飘出去了。最后发现飘出去的原因是我每个字都想理解。所以从昨天开始，我就只看重点和希望看到的，果然，今天就看完了。

不过我准备把里面对自己有用划拉下来，这样对自己的理解和记忆也很有用处的吧，这也要感谢之前看的一本书《如何阅读一本书》。

笔记未完待续

交互设计

视觉设计

1.前期准备

UI需要了解产品经理的意图，UE为什么这样布局。设计的时候，要经常想产品的一些功能，希望大道怎样的效果。了解本期的重点功能是什么，做出重点规划。

UI设计师要有自己的判断。产品经理提到一些UI建议，不要盲目听从，而是追溯他这个想法的来源，然后解决问题。

每个产品要有自己的气质，气质提现在UI上，包括了排版布局、色系、图标的细节等。搜狐新闻

的是“静心浸于内容，快速找到自己想要的。”

要充分了解自己所设计平台的特性。

理解UE，UE在布局的时候，细节部分知识提出合理化建议，但具体细微的位置思考，则是在UI上面来提现的，对细节UI设计师要思考是否合理，别的软件是否也会这样呈现，怎样更好地优化

2.界面风格

界面风格就好比一个界面的灵魂一样，看到一整套UI作品，一般人会有一个整体印象，这个印象，其实也正是界面风格的体现。

创作UI界面，就和画人像一样，开始是要描绘这个头像的轮廓，然后再画大的阴影投影，再逐步深入刻画，最后这个人像会非常完整。很多情况下，UE只是交代了模块的摆放位置，但是具体的摆放还是要靠UI来呈现。

3.界面颜色

风格是界面的灵魂，布局是界面的骨架，那么色彩则是界面的血液，为界面注入活力。

软件的主色决定软件的整个风格，这个主页不会占大面积，往往作为title bar，即软件头部来显示，或者页面主要元素颜色显示，其他则作为辅助颜色来搭配。

主色和辅助色。作为一整套的软件，作为一个容器，要能做到最多一种主色，辅助色同色系，即便辅助色不同色系，也不占用过大面积。

渐变。在趋向于扁平化这种设计风格的同事，色彩上运用一点点微妙的渐变，就像香水在前调后还能让人感受到中调和后调一样增加界面品质。见面不仅增添了界面的细节品质，还增加了点击的欲望。

强调色。界面里往往有很多提示，不可忽略的信息，都爱做强调色处理。强调色不仅仅用于积极告知用户该怎么做，也告诉你做的事情所产生的结果。

用我们产品最适合表达的色彩，用能传递给用户更合理感官的色彩，才是阅读类软件界面色彩选择的第一原则。只有适当湿度运用美妙的色彩，才能在第一时间抓住用户眼球的同事，让他更想也更有精力深入的了解你的产品。

4.优美图标

5.界面质感

扁平化设计不仅仅是表示视觉元素上的扁平，它也以为着产品结构上的扁平，尽可能地让产品的操作流程更加简单、便捷。

界面上的质感是一个锦上添花的事情，它有时并不影响整体使用，但是质感用的适当，加的舒服，会营造更好的使用环境，给用户带来更优质的使用。

6.UI动画

7.切图

点9。切标注时和工程师进行有效沟通。

8.与工程师的交流

不要在功能实现初期去烦他们，那会他们功能还没写全呢，根本无暇去管UI的事情，所以设计师只需要每天更新安装包，大小分辨率手机都每天看看，把问题记下来，大问题直接提，小问题写成“to do list”的文件，然后发给每个人。切图提供完成后，就开始进行UI这个工序，对UI要勤动腿动嘴，不要嫌麻烦，耐心和工程师讲解，让他了解做成什么样子才是我们想要的。

设计师内心要先有自己的一套取舍之道。不能只单单从视觉一方面来权衡，但是有时候也要有自己的坚持。

9.灵感

优雅等待。隐藏的情怀。

10.关于品牌

三、他们眼中的设计师

产品经理

设计师与产品经理的关系，基本属于面子和里子的关系。产品经理把我用户需求，设计师理解用户感官，产品经理提供方向和理念，设计师雕琢细节和把控审美，完美配合，方能打造独一无二的产品风格。

审美人人都有，往往人们宁愿承认自己人品低下，也不会愿意承认自己的审美低下。

在美的问题上，产品经理就需要相信设计师的专业，相信他的职业能力。只要设计师清楚的知道，自己不是在制造技术制造创新，而是基于现状发现美打磨美，团队就有义务给予设计师足够的发挥空间及话语权。让懂美的人安安心心的设计美。

设计师越早介入项目的时间，就了解核心功能。

4、《设计之下》的笔记-第52页

文档中的一个线框图是相互关联的，有时候设计师总是想尽量把相关联的线框图放在一个页面中，觉得这样会更加直观。而实际上一页能展示的内容却总是有限的，如果在同一页中堆太多线框就会挤压说明文字的空间，以后再添加或者修改内容都会非常困难。拥挤的画面也会增加阅读时的理解难度，所以为了保持文档的易读性而多分出几个页面是非常有必要的。

两种方式的文档都写过，后来基本是web的一页只放一个界面，mobile的一页会放多个页面。因为原来mobile的一页放一个页面有工程师反应没有关联性。其实我还是很喜欢一页一个页面的，下次的文档中再试一次，各类文字、引线、箭头也尽量标准化。

5、《设计之下》的笔记-第17页

在设计过程中，产品文档可能随时调整。有时是战略发生了转变，有时是交互、视觉、前端、后台、测试，甚至是市场、运营和渠道的同事从各自的专业角度，发现了更合适的方案。在这个时候，设计师不用惊慌和抱怨，感到自己似乎做了无用功。改变会让产品更好，而思考也会带来收获。没准这次没用上的设计，在下一个版本中发挥了大作用。

6、《设计之下》的笔记-第一章

1.设计要考虑最终版本的规划，相似的设计在同一个版本完成有利于统一和节约成本2.要分情况考虑每一个功能，要考虑出发时间时可能的场景用户体验五要素【操作】符合平台和产品的设计规范；产品要有大局观，对整体的架构有把握，没有信息流通的障碍；交互细节合理，考虑全面，有新意【环境】限制和优势（操作选择和地理位置）设计信息架构【以用户为中心，通过拆分用户的行为，力求为他们设计最简洁的操作步骤】【注意技术的实现】【从产品策略和延展性的角度考虑】交互模型关注的是用户与产品的关系，功能系统侧重的是产品内部各个模块之间的结构1.理清本次项目所涉及的系统架构问题，以及每一个功能之间的内在联系，位置后的原型设计奠定坚实的基础2.通过分析此次项目所服务的用户，平台（包括硬件特性，交互方式和精品等多方面）只用环境和目标，明确每一处设计的评估标准来评估方案。评论数是不可控数据，对于没有评论或评论特别多的极端情况，居于最下不会破坏视觉的焦点，张弛度较大试题低保真模型对于特殊硬件和特殊人群的设计有更重要意义布局/结构 位置/顺序（设计时要把希望用户先注意到的内容放在比较显眼的位置，把相互关联的内容放在相邻的顺序上，才能有效的展现呢绒，引导用户按照你的期望去使用产品） 层次/轻重大局观（设计师主动了解各部门的想法和立场，充分理解和消化需求，才能有机会再闲置中做出平衡而美丽的设计）使用自然思维而不是程序思维围绕用户的目的和行为设计让用户少动脑而不是少操作将常用功能提前遵循已经成型的用户习惯【动画反馈】——边界反馈，过程反馈（了解目前所在状态），结果反馈情感体验已经渐渐成为产品之间竞争的一个关键，有没的动画效果能比功能和内容更快让人产生惊叹和愉悦感。【视觉】产品的创造者要创造产品的气质，设计洁面前和铲平经理讨论后，选择色系和想要表达的气质，符合产品经理所要求的要给用户呈现的感官体验，产品的延续着在后期迭代功能时要谨记设计围绕着这种气质。要充分了解产品的意图，平台的差异和风格的延续字体大小是否满足用户需求，标题摘要字数是否满足用户理解，图片的位置和大小是够让用户舒适阅读，信息符号化还是文字化，标签的可用性（人的大脑需要信息的连贯性，因为标题另起一行，下面的见解则需要和标题左对齐依次排列，所以排列到另一边，如果与之相反，标题左下是图片，文字的连贯性就会非常差——利用空间，展示更多内容，不会造成严重的吞字）有时候图标的小细节，表达了设计师的一种精神追求，体现在界面上，提高了整个软件的精神品质，这是一种内在的东西，前提是，图标表意

非常明确下的微小创新【按下的反馈】大小的各种反馈，轻重，一方面和索要表达的反馈力度有关，一方面和软件本身的整体风格有关，所以在选择点击状态时，不要随便了事。【三人行必有我师】好的设计是一定是丰满了自己的同事潜移默化地影响着周围的人，无论是快捷的思维方式还是良好的设计品味，只有让整个团队无论从审美品味前瞻性，思维方式下都得到共同提高，才不会频繁出现拖后腿的情况，也只有当你足够强，足够广播，足够有影响力，才能更大程度低发挥自我价值。【驴唇对马嘴】设计是在工作过程中需要掌握更多跨专业只是，理解不同部门的立场，同时必须学会表达自己的想法和坚持自己的立场弄清对方的真是想法，确保沟通时处于同一层面说同一事情。【现煮咖啡后放糖】注重细节意味着要投入更多的精力和时间。要按照需求的主次和用户的习惯归纳出主要的框架，在确定了总体的框架后，才结合设计风格和主题色彩确定具体方案。【认真你就输了】每个人都会维护自己的想法和观点，这点无可厚非，但我们没有必要像维护自己的人格一样维护他，因为每个人都观点都有一定的局限性，试着体会他人观点，控制自己的情绪，理性的看待，在轻松地情分析啊把讨论结果确定。如果坚持己见的不是你，请清楚列出你的观点后，静静滴看着他，相信群众的眼睛是雪亮的。【外援上场】俩人一起找一个权威人士介入讨论，年轻如你我，工作经验有限，思路也有限，找个权威人士，无论从经验，思维广度和深度都胜出一筹，即使一时解决不了，也会提出我们从未思考过的地方，给出新方向。【巧妇难为无米】不要局限于设计新动向，排版方法等，更多的平时自我整体设计品味的培养，动脑和动手能力，以及每次设计后经验的归纳和总结。只有当这些一并存在的时候才好。【不要临时抱佛脚】点滴收集，加强训练。【大处着眼小处着手】设计关注的大，不应该是市场的大，而是对历史，现在，甚至是未来，那些恒古不变的文化资源的关注，怀抱这样的理想，才不会被琐碎的设计工作积累，才会在日积月累的设计景艳霞，知道自己的设计风格是什么，不会朝九晚五地跟着每年市场的流行色变来变去。【这样就好】不是对产品品质的不负责任，更不是降低对最高审美的理想追求，而是在可以利用的资源范围内，充分将资源进行最合理的重组后，得到最适合产品定位的设计方向和风格。虽然一定程度上造成小量用户的不满足，确可以规避为不断满足个性需求而带来的超负荷的冗杂设计。【因专业而信任】设计师介入项目的时间越晚，对产品核心价值理解就会越浅，设计的产品就更容易浮于表面的光鲜，经不起时间的推敲，设计是洗完自己的设计更贴实与产品本质，就要更积极主动，实时为创造自己可以在近处了解产品的机会，不动声色地从源头开始催化设计与产品的融合。【设计驱动开发】所有的设计必须在项目迭代初期就已论证和确认，任何设计的修改都会不同程度地导致工程师的工作成果的浪费和流程秩序的打乱，甚至产生蝴蝶效应，牵一发而动全身。这个趋势越往后期越严重，积重难返。【简单是最高级的复杂】最高级的复杂是值得深思和推敲的，所以不要让自己的天马行空的想法增加不必要的负担。

7、《设计之下》的笔记-第17页

交互设计的五要素包括：人，动作，环境，工具，目的。

人/通过工具/完成动作/达到目的/在环境里。

总结：

- 1.设计要考虑未来版本的规划，想死的设计在同一个版本完成有利于统一和节约成本。
- 2.要分情况考虑每一个功能，要考虑出发事件时所有可能的场景。

8、《设计之下》的笔记-第81页

这篇读书笔记提取了书中的要点并配上实例，分享给大家。

一、为什么要反馈

1、以人与人的交流为例

- 1) 人与人的交流中，无法忍受的一种情况是：对方对自己说的话没有反应，好像视而不见。
- 2) 没有反馈或是不友好的反馈，就好像冷冰冰的人一样，会给用户带来无助或不悦的负面体验

2、及时恰当的反馈的用处是什么

- 1) 能够告诉用户下一步该做什么
- 2) 帮助用户做出判断和决定

二、反馈的形式

反馈的形式多样，所有的提示都应该在恰当的时候出现在恰当的位置，用简短而清晰的文字提供有用的信息，不让用户产生迷惑。

1、气泡状提示

1) 用处一

通常是短暂出现在画面上，就像气泡一样过一会儿就会自己消失，并不需要对它进行任何操作
通常用于告诉任务状态、操作结果

下图三个例子都属于操作结果的反馈提示，图1提示添加收藏成功，采用系统自带的toast吐司提示；图2是新浪微博加载成功的提示，在导航栏下方浮在内容区上方；图3是QQ空间添加到歌单的提示，显示在导航栏背景色与状态栏颜色一致，效果不错。尽管展示位置不同，但这些提示都是短暂的出现在画面上，1秒左右消失。

2) 用处二

用于引导，就像漫画中的对话框一样，带有一个指向具体位置的小尖，提示用户需要关注哪个位置
与用处一不同，这类引导类提示通常不回很快消失。如下图，图1奇妙清单、图2知乎的例子，都提供了关闭按钮，用户既可以点击指引区域也可以点击关闭按钮，来让提示消失；图3来自图片社交App——in，用户点击指引区域才能让提示消失。

3) 不足之处

容易被用户忽略，所以不适合承载太多文字或重要信息

2、弹出框

1) 用法

一般会带有一两句说明文字和两个操作按钮，用于确认和取消重要操作（比如，是否删除内容）
通常会用明显的颜色，突出显示可能造成哟过户损失的操作项（比如，“删除”、“不保存”）

2) 特点

弹出框的出现，会强迫用户关注弹窗内容和操作，并屏蔽背景的所有内容
对用户打扰最大的一种提示

3) 设计注意

弹出框上的说明、按钮上的文字，最好言简意赅、一目了然，能帮助用户快速做出决策。因为通常用户都想赶快关掉弹出框，以便接着完成被打断的操作。

设计过程中要避免滥用弹出框提示，对于不太重要又要反馈的事可以用气泡提示表示。

3、按钮/图标/链接的按下状态

1) 基于人在现实世界经验

在现实中按一个按钮会立即有按下状态

2) 人机交互

当用户在屏幕上按下一个按钮或链接时，也需要有状态的变化，让用户知道界面已经接收到他的操作了。

如下图，图1是iPhone照片界面，点击按下右上角的“选择”，文字透明度变高、颜色变淡；图2是豆瓣App，点击某个区块时显示背景色表示按下的效果；图3、4是知乎App，点击按下按钮时，背景颜色加深，同时按钮尺寸动效缩小。

4、声音

1) 常见例子

虚拟键盘在按下时的咔嚓声

短信、邮件发送成功后的“嗖”一声

微信摇一摇手机之后的咔嚓声

拍照App按下按钮是的咔嚓声

2) 设计注意

恰当使用声音反馈有点睛效果，但过多的使用反而会变成一种打扰

不能将声音作为主要反馈，且要给用户关闭提示音的权利（因为用户所处的环境多样，可能很吵而听不见声音，也可能不适合打开声音）

5、振动

1) 用处

一种比较强烈的触觉反馈，可用来代替或加强声音提示

2) 例子

在手机系统中应用广泛，比如来电、短信、已连接充电 在手机App中较少用到

3) 设计注意

不要乱用为好

6、动画

1) 用处

给用户有意义的反馈，帮助用户直观了解操作的结果

精美有趣的动画，能给用户留下深刻印象、提升使用时的愉悦感，甚至成为产品吸引用户的一个因素

2) 例子

iOS系统在删除邮件、照片时，通过拟物化的动画效果，让用户知道操作已经生效，即——不要的邮件或照片已经被丢入了垃圾桶。这种形象的动画，帮助用户清晰感受到操作的执行过程，并增添了乐趣。

在一些会持续比较久的操作里，比如下载、删除大量文件，用动态的进度条展示已完成的进度，并在可能的时候提供解释信息，能够减少用户的焦虑。

很多有趣的下拉刷新、上滑加载更多例子，让等待不再枯燥

三、反馈的内容

1、信息

1) 设计注意

文字信息应该简洁易懂，避免使用倒装句，最好一两句就能将意思表达清楚

避免使用过于程序化的语言

页面已有详细说明文字的操作，其反馈信息可以简单一些，不必重复页面已有文字。比如昵称，界面上已有格式要求时，反馈错误时只需提示“昵称不符合要求”

适当使用图标，可以吸引用户注意，帮助用户判断提示的类型。

2、警告

1) 用处

警告框，用于向用户展示对使用程序有重要影响的信息。

2) 特点

浮现在程序中央，覆盖在主程序之上

它的到来，是由于程序或设备的状态发生了重要变动，并不一定是用户最近的操作导致的

通常至少有一个按钮，用户点击后即可关闭窗口

一般会有标题，并展示额外的辅助信息

3、错误

1) 用处

提示用户操作出现了问题或异常，无法继续执行

2) 设计注意

错误提示，告知用户为什么操作被中断，以及出现了什么错误。

错误信息要尽量准确、通俗易懂。

有效的错误提示信息要解释发生的原因，并提供解决方案，以使用户能够从错误中恢复。

4、确认

1) 用处

用于询问用户是否要继续某个操作，让用户进一步确认，为用户提供可反悔、可撤销的退路。

2) 设计注意

当用户的操作结果较危险或不可逆时，通过二次选择和确认，防止用户误操作

四、反馈出现的位置

1、状态栏

1) 优点

很好的利用空间

2) 缺点

位置不是很明显，建议只提示重要程度不高、或有跨画面显示需求的提示

3) 例子

如下图，图1、2是新浪微博App，在写微博界面点击“发送”，回到原界面同时状态栏提示发送状态；图3是网易邮箱大师App，邮件发送后离开写邮件界面，同时右上角提示邮件的发送进度。

通常发送内容时，需要一定的时间，为了不让用户空等、还能去做点别的事儿，将等待过程弱化是很有必要的。

2、导航栏

1) 使用场景

一般是连接状态的展示，表示产品正在努力连接网络、拉取数据中
适合显示临时的较重要的提示类信息

2) 例子

如下图，图1是QQ音乐添加歌单的提示，前文也有提到；图2是AppFlow，加载内容时在导航栏提示，

加载完成后再回到原状态，这种方式在Reeder中也有用到。

3、内容区上方

1) 使用场景

位置在内容区上方、导航栏下方，通常为下拉刷新，是加载新内容的一种快捷方式。默认的提示信息是隐藏的，向下拉界面时才显示对应的提示信息，以引导用户操作。

4、屏幕中心

1) 使用场景

通常为整体性的比较重要的信息提示
需要引起用户重视的、系统提示均可以显示在此位置

2) 设计注意

现在大家越来越追求产品风格，奢易属于自己产品的独特反馈形式、并自定义某个固定的位置显示提示也较为流行。

5、菜单栏上方

1) 使用场景

可根据需要灵活的使用，基本没什么限制
可以是应用的整体信息的提示；也可以是与界面底部内容相关的提示。比如，加载更多内容、或气泡提示表示图片上传中 等等。

2) 例子

如下图，豆瓣App，加载首页内容，暂无更新的提示。既告知了用户结果，又引导用户去搜索更多兴趣，让首页内容变得更加丰富。

6、底部（覆盖菜单栏）

1) 使用场景

在此位置显示提示，并没有什么特别的好处，或许是对于新形式的一种追求。

2) 例子

如下图，Keep下载视频的提示，进度条显示在底部，此位置较为明显也不会影响用户浏览内容区。

五、反馈的设计原则

- 1、为用户在各个阶段的反馈提供必要、积极、即时的反馈
- 2、避免过度反馈，以免给用户带来不必要的打扰

《设计之下——搜狐新闻客户端的印

- 3、能够及时看到效果的、简单的操作，可以省略反馈提示
- 4、所提供的反馈，要能让用户用最便捷的方式完成选择
- 5、未不同类型的反馈做差异化设计
- 6、不要打断用户的意识流，避免遮挡用户可能回去查看或操作的对象。

如果感兴趣，推荐大家也读一读这本书《设计之下：搜狐新闻客户端的用户体验设计》

##

同步发表至微信公众号：青溪札记（qingxizhaji）

一枚交互设计师正在这里分享产品体验记录、交互设计思考心得、阅读笔记、生活乱弹。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu111.com