



# 在你身边 为你设计

腾讯公司首席

腾讯公司  
飞思数字创意出版中心

编著  
监制

电子工业出版社  
Publishing House of Electronics Industry  
北京·BEIJING



## 体验设计

- 156 用户角色在设计中的应用  
文/ 李安琪, 牟伟成
- 166 设计, 有场景  
文/ 杨光
- 172 设计中的逻辑思维——  
任务分析  
文/ 刘晓刚
- 175 以用户心理模型为基准实  
现设计目标——朋友网  
改版设计分析  
文/ 尤原庆
- 183 细节决定成败——后期视觉  
规范的重要意义  
文/ 崔莉, 叶杨莎, 秦颖夫
- 194 品牌意识: 体验设计的引路者  
文/ 郭洪伟
- 202 设计是一种沟通  
文/ 张蓓蓓
- 210 视觉注意力——解剖设计的根源  
文/ 潘伟彬
- 215 微信的体验设计  
文/ 翁乐腾
- 222 QQ2012极地雪  
文/ 戴永裕
- 231 七年很痒  
文/ 梁璟彪
- 244 QQ邮箱重构之路  
文/ 杨杰



## 设计流程和工具

- 250 设计中心设计流程  
文/ 刘梦诗
- 256 设计项目的量化管理  
文/ 钟锦松
- 264 更早更准确地秀出你的设计  
文/ 谢鑫
- 272 敏捷设计流程  
文/ 杜健
- 277 从小工具到可视化平台——  
被寄托CDC管理平台进化史  
文/ 曾楚, 夏牧子



## 团队成长与管理

- 292 CDC成长记  
文/ 唐沐
- 300 多元化设计团队的成长  
文/ 陈俊标, 戴永裕
- 310 用研无用?  
文/ 骆玘
- 314 矩阵式设计项目管理  
文/ 陈妍, 杜健
- 320 与客户共同成长  
文/ 唐沐



# 设计是一种沟通

文/张蓓蓓

## 视觉的重要性

视觉被视为人非常重要的感知，人类至少有70%以上的外界信息是经由视觉获得的。产品的视觉定位促成了人们感知能力的延伸，因此视觉风格设计显得尤为重要。

视觉风格设计通过形象示意、细节描绘、色彩渲染等微妙的手法把理念和情感传递给用户，和用户建立起特有的沟通模式。

这里我们暂且撇开色彩、质感和造型，也不谈流行趋势，这就等同于文章中的排比、拟人、比喻等修辞手法，它们只是视觉风格组合的技巧和修饰手段。产品的视觉风格设计，在于产品定位以及对目标用户价值观上的认同和情感上的呼应。当然客观上也会受到一些其他因素的影响，在此就不一一列举了。如图4-37所示，列举了设计文化层次模型中由里至表的三个文化结构，供大家一起探讨。

## 用户的收益

我们在挑选电子产品时，商家往往列出它的各项参数，3G的CPU、200万像素、2000mAh的电池……这些参数给人们带来的是怎样的认识呢？了解该产品的人自然知道CPU频率越高，电脑运行速度越快，但如果是不知道的顾客呢？这就为从电脑参数到它的实际功用认知上加筑了一道壁垒。

我们认为，产品在市场成功并不单纯在于技术，而在于他们使用技术给用户带来的收益，设计则是中间的桥梁。



图4-37 设计文化层次模型

## 挖掘深层次的需求

- a) 发现问题
- b) 找出最简单的解决方案
- c) 去掉一切不相关的东西

在产品设计环节中，由问题发现需求再由需求挖掘功能，是一种很典型的做法，也有很多相关的讨论。虽然我们很难定义到底哪些是和核心需求相关的、哪些只和附带需求有关，但在决策时保持上述的态度和基线，并尽量地做出相应的努力，却是尤为重要且可贵的。

如果你已经挖掘出了100个需求，根据“去掉一切不相关的东西”的思想，如何明确真正的核心需求？说到底还是个“度”。这就好像那个沙堆的哲学问题：

“1粒沙绝对不能称为沙堆，但1亿粒沙肯定可以。那么从1粒沙到1亿粒沙之间，哪粒沙可以构成“沙堆”的分界点？”



我们对此类问题给出了一个“8/2法则”的答案——用户花80%的时间去解决的问题，构成产品的核心需求；剩下的20%则直接放弃。

这里有一些实战案例可与大家一同分享。

## QQ music for iPhone

根据QQMusic for iPhone的产品定位，我们向产品的目标用户发出5万份问卷，回收有效问卷2千多份。

根据对于目标用户的属性特征、使用习惯、使用场景、使用时间、使用时的情感诉求，以及抽象情感的画面等方面着手分析的两千多份有效问卷结果表明：目标用户的教育程度和收入与使用人群数成正比，爱好音乐的人们在精神上较之会比较感性。

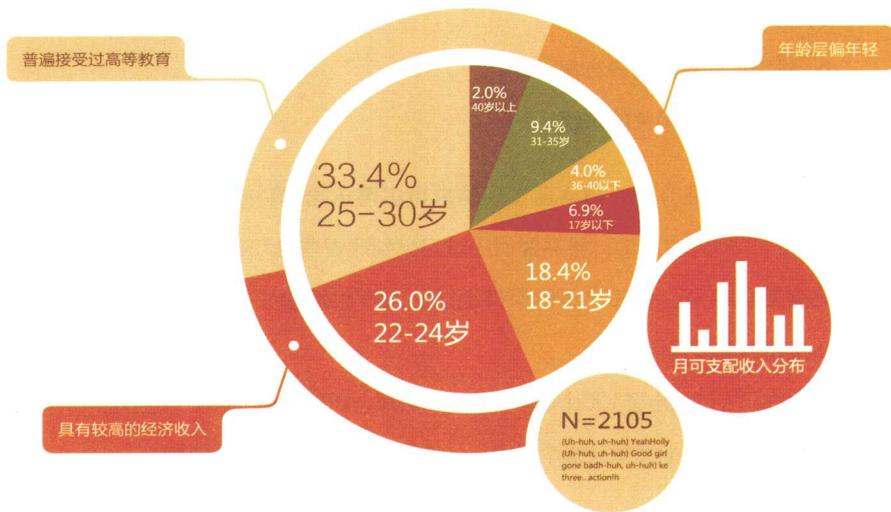


图4-38 iPhone 用户人群分布调查

用户在用iPhone听歌的时候，80%是在使用耳机，主要使用场景是在路上或是睡前。用音乐作为陪伴，营造出一个自我的空间，在音乐里畅游，从中获得心灵和情感上的抚慰与放松。因此我们希望，当早上您启动QQMusic的时候，金色阳光洒向云海，如同虽然我不在您身边，但依然在对您说：“Good morning，加油！又是美好一天的开始！”

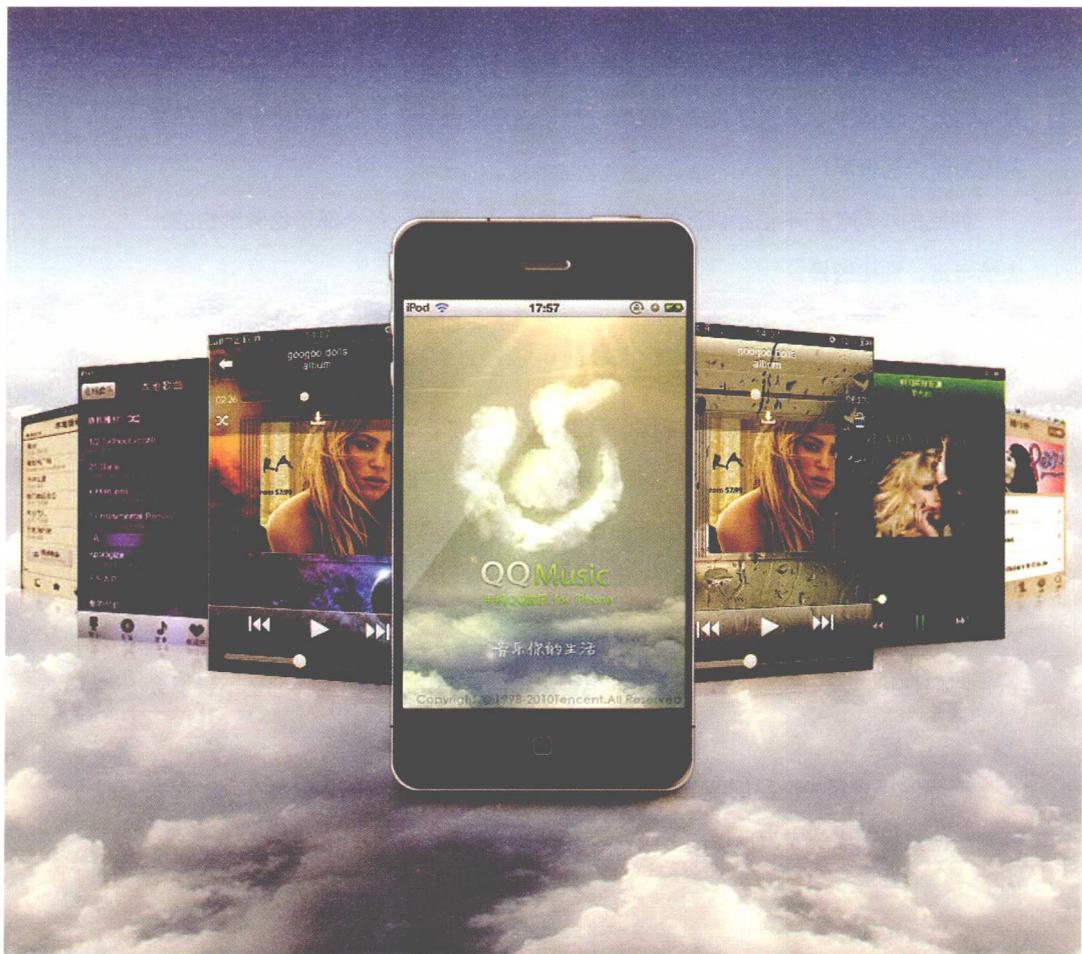


图4-39 QQMusic for iPhone闪屏和换肤界面



动态的播放界面，或带您到深夜的星辰中去漫步；或与您一起去深海里畅游。当悲伤的音乐响起，雨水落在玻璃上，世界随之模糊起来……我们无法触及您所有的感情，但期待与您的情感相会时产生共鸣，哪怕只有刹那的交流与感动。

## QQ连连看 for iPhone

QQ连连看 for iPhone作为一款小型休闲游戏软件，通常用户使用这类软件是希望能在碎片时间里调节自我，缓解现在都市人快节奏的生活和工作的压力。

为了满足用户们这一情感诉求，给他们带来片刻开怀，我们设计了一则夸张的故事背景：南极小企鹅来到夏威夷度假，瞧，这只洋溢着热带风情的小企鹅正在夏威夷海滩边钓鱼呢！

海底的小动物们不论是糊涂的小贝壳还是凶狠的鲨鱼，各个都是色彩缤纷的，表情丰富，性格迥异。

还有一些平时逍遥快活的小虫子，每当游戏开始时，又因自己的命运而显得非常紧张和彷徨。

我们极力为您营造出快乐的氛围，希望您的心灵能在这里度个假。

产品推出后，偶然在用户评论里看到这样一条：“很喜欢呢，玩起来也很轻松，在心情不好的这段时间，手机上的QQ连连看让我忘记很多不快，陪我走过伤痛的时间。”看到这样的评论很让人感动，这不仅是对这个游戏的褒奖，也是对设计者的鼓励。

我们在给自己勾勒出的蓝图面前，也曾感觉到责任和压力，但我们毫不畏惧会继续发奋努力。

产品的需求是由产品的定位以及对目标用户的分析来确立的，当然客观上也会受到一些其他因素一定程度上的影响，就不一一列举了。

## 一些常用的设计原则

最后我们在这里总结一些常用的设计原则，这些从实践中得出的原则对于加深用户的场景沉浸，构建产品与用户之间的沟通通道都具有不同寻常的意义。我们也期待在日后的工作中进行更多的探索，让设计真正成为跨越地域民族差异、在人们心间畅通无阻的语言。

- 减少常见任务的步骤
- 隐藏危险的功能（如删除）
- 仔细地引入高级功能
- 直觉化（Intuitive）
- 易于记忆



图4-40 QQ连连看 for iPhone



草图

上色

细化

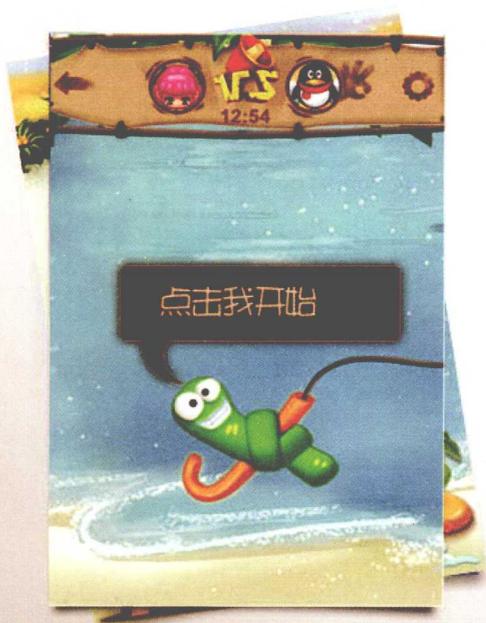


图4-41 QQ连连看 for iPhone  
卡通形象设计 动画设计

现今，在这个风驰电掣的社会洪流中设计承担着和诗歌一样的使命，设计师是彩色的诗人。北岛说：“只有诗歌，才能让我们的舌头得救，而只有设计才能让我们的眼睛获得新生。”我们都是这场信息爆炸的受害者，只不过这种信息的侵蚀就像是毒品让人快乐地麻痹，同时在麻痹中渐渐地失语、失聪和失明，而大多数人对此却浑然不知。正如现代人每天的阅读量猛增而思考量却下降一样，人们每天都会看到琳琅满目的设计但是大多没有生命力的设计已经让人忽略了它们是设计，变成了沉默的设计，那些设计不会说话，无法沟通没有共鸣。而我们要做的正是，让设计去唤醒人们的眼睛，同时告知他们的心。

最后谨以此文献给一切该感谢的人。