

Axure RP 8.0

网站产品原型设计全程揭秘

张晓景 编著

近500个素材源文件

50多个实战案例

140分钟视频教程



Book features



内容全面，循序渐进

遵循从基础到高级，从入门到精通的思路，帮助读者轻松建立起正确的知识体系。



技术专业，易于操作

在技术讲解的同时，配合丰富的操作练习，理论与操作相结合，使读者轻松理解和掌握知识点。



专业作者，如临亲授

作者来自于一线专业公司和高校教师，实践与教学的融合，更清楚学习者的知识需求。



扫码微课，碎片学习

读者可以扫描书中的二维码，利用零碎的时间随时随地通过视频课程进行学习。



源于实践，回归实战

穿插大量的实战操作案例，均来源于实践，通过一步步操作的方式再现给读者。



海量资源，辅助学习

提供立体化的学习资源：所有案例的素材、源文件；多媒体语音视频教程；与教学配套的PPT课件。

KEYWORD

专业学习手册+完全配套资源+PPT课件+6部网页设计电子书+海量辅助设计资源+作者技术交流群

SUBSCRIBE

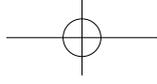
清华大学出版社



Axure RP 8.0网站产品 原型设计全程揭秘

张晓景 编著

清华大学出版社
北 京



内 容 简 介

本书以Axure RP 8.0 为设计工具，对主流网站原型设计的流程和制作技巧进行了全面、细致的剖析。

本书首先从产品原型设计概述进行介绍，其中对原型设计中的交互设计进行了多方面的讲解，然后介绍了Axure RP 8.0在原型设计中的实际应用，将最实用的技术、最快捷的操作方法、最丰富的内容介绍给读者，使读者在掌握软件功能的同时，迅速提高产品原型设计的效率，并极大地提高从业素质。

本书结构清晰、实例经典、技术实用，适合网站产品原型设计初、中级读者阅读，也可以作为高等院校相关专业的教材。

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

Axure RP 8.0网站产品原型设计全程揭秘 / 张晓景 编著. —北京：清华大学出版社，2019
(网页设计与开发殿堂之路)
ISBN 978-7-302-52694-0

I. ①A… II. ①张… III. ①网页制作工具 IV. ①TP393.092.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第057422号

责任编辑：李 磊 焦昭君
封面设计：王 晨
版式设计：孔祥峰
责任校对：牛艳敏
责任印制：刘海龙

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：三河市铭诚印务有限公司

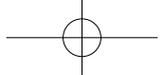
经 销：全国新华书店

开 本：185mm×260mm 印 张：15 字 数：433千字

版 次：2019年9月第1版 印 次：2019年9月第1次印刷

定 价：79.80元

产品编号：077860-01



在如今这个互联网技术飞速发展的时代,网络已经成为人们生活中不可或缺的一部分。同时,网页设计也开始被众多的企事业单位所重视,这就为网站产品原型设计人员提供了很大的发展空间。

网站产品原型设计作为网页设计的前期储备,有着至关重要的作用,所以一些专门设计网站原型的软件应运而生。

作为目前非常流行的网站原型设计软件——Axure RP 8.0,凭借其强大的功能和易学易用的特性深受广大原型设计师的喜爱。本书以 Axure RP 8.0 版本进行讲解,全面细致地讲解了原型设计在网站设计领域的相关知识。本书共分 10 章,各章内容安排如下。

第 1 章 网站产品原型设计概述,主要介绍网站产品原型设计的概念、参与网站产品原型设计的人员、创建网站产品原型的方法和网站产品原型设计的重要性等内容。

第 2 章 初识 Axure RP,主要介绍 Axure RP 的一些基本操作,包括 Axure RP 的下载与安装、Axure RP 工作界面简介、Axure RP 的菜单栏、Axure RP 的工具栏、Axure RP 的面板和工作区、自定义工作界面、使用 Axure RP 的帮助资源和 Axure RP 的主要功能等知识。

第 3 章 页面设置与自适应视图,主要介绍如何进行页面设置与使用自适应视图,包括使用欢迎界面、新建和设置 Axure RP 文件、“页面”面板、“检视”面板、辅助线和网格的使用、设置遮罩以及使用自适应视图等内容。

第 4 章 Axure RP 元件的使用,主要介绍各种元件的使用方法,包括了解“元件”面板、元件的类型、“概要”面板的作用、元件的属性、设置元件的样式、创建和管理样式、元件的转换、创建元件库和使用外部元件库等内容。

第 5 章 Axure RP 母版的使用,主要介绍母版的使用方法,包括母版的基本概念、创建和编辑母版、使用母版和母版使用情况等内容。

第 6 章 变量、表达式和函数的使用,主要介绍各种变量、表达式和函数的使用方法,包括使用变量、设置条件、使用表达式、函数的使用方法以及常见的函数等内容。

第 7 章 动态面板元件的使用,主要介绍动态面板元件的使用方法,包括熟悉动态面板元件、转换为动态面板元件和动态面板元件的作用等内容。

第 8 章 中继器元件的使用,主要介绍中继器元件的基本组成、数据集的操作、项目列表操作等内容。

第 9 章 网站产品原型的发布与输出,主要介绍创建共享位置、TortoiseSVN 客户端应用、使用团队项目、使用 Axure Share、发布和查看原型等内容。

第 10 章 商业性综合案例,主要介绍商业案例的设计思路以及制作过程,包括网站登录界面案例、购物网站商品筛选案例、网页版微博案例和网页版百度首页案例。

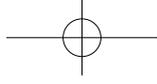


本书由张晓景编著，另外李晓斌、高鹏、胡敏敏、张国勇、贾勇、林秋、胡卫东、姜玉声、周晓丽、郭慧等人也参与了部分编写工作。本书在写作过程中力求严谨，由于作者水平所限，书中难免有疏漏和不足之处，希望广大读者批评、指正，欢迎与我们沟通和交流。QQ 群名称：网页设计与开发交流群；QQ 群号：705894157。

为了方便读者学习，本书为每个实例提供了教学视频，只要扫描一下书中实例名称旁边的二维码，即可直接打开视频进行观看，或者推送到自己的邮箱中下载后进行观看。本书配套的立体化学习资源中提供了书中所有实例的素材源文件、最终文件、教学视频和 PPT 课件，并附赠海量实用资源。读者在学习时可扫描下面的二维码，然后将内容推送到自己的邮箱中，即可下载获取相应的资源（注意：请将这几个二维码下的压缩文件全部下载完毕后，再进行解压，即可得到完整的文件内容）。



编者



Search

目录 ▾



第 1 章 网站产品原型设计概述



1.1 网站产品原型设计的概念	1	1.7 网站产品原型设计中的用户体验	10
1.2 参与网站产品原型设计的人员	1	1.7.1 网站原型设计中的用户体验层面	10
1.2.1 UI 设计师	2	1.7.2 原型设计中的用户体验层面分析	12
1.2.2 UE 设计师	2	1.8 网站产品原型设计中用户体验的	
1.2.3 产品经理	2	原则	12
1.3 创建网站产品原型的方法	3	1.8.1 标志引导设计	12
1.3.1 纸张描绘网站原型	3	1.8.2 设置期望并提供反馈	13
1.3.2 使用 PowerPoint 和 Visio 绘制		1.8.3 基于人类工程学设计	14
网站原型	3	1.8.4 页面元素保持一致	14
1.3.3 专业网站产品原型设计软件	4	1.8.5 提供纠错渠道	14
1.4 网站产品原型设计的重要性	4	1.8.6 靠机器识别而非人力记忆	15
1.5 网站产品原型设计的作用	5	1.8.7 考虑到不同水平的用户	15
1.6 用户体验在网站原型设计		1.8.8 提供上下衔接文档	15
中的表现	6	1.8.9 争取特性展示	16
1.6.1 用户体验内容概述	7	1.8.10 技巧留白	16
1.6.2 用户体验产出过程	8	1.9 网站产品原型设计流程	17

第 2 章 初识 Axure RP



2.1 初步了解 Axure RP	18	2.4.5 “发布” 菜单	24
2.2 Axure RP 的下载与安装	19	2.4.6 “团队” “账户” 和 “帮助”	
2.2.1 安装与下载软件	19	菜单	24
实例 01——安装 Axure RP	19	2.5 Axure RP 的工具栏	25
2.2.2 汉化及启动 Axure RP	21	2.5.1 基本工具	25
2.3 Axure RP 工作界面简介	22	2.5.2 样式工具	29
2.4 Axure RP 的菜单栏	23	2.6 Axure RP 的面板和工作区	29
2.4.1 “文件” 和 “编辑” 菜单	23	2.6.1 面板	29
2.4.2 “视图” 菜单	23	2.6.2 工作区	31
2.4.3 “项目” 菜单	23	2.7 自定义工作界面	32
2.4.4 “布局” 菜单	24	2.7.1 自定义工具栏	32



实例 02——自定义工作列表	32	2.9.2 绘制网页示意图	35
2.7.2 自定义工作面板	33	2.9.3 绘制流程图	35
2.8 使用 Axure RP 的帮助资源	33	2.9.4 实现交互设计	35
2.9 Axure RP 的主要功能	34	2.9.5 原型输出	36
2.9.1 绘制网站结构图	34		

第 3 章 页面设置与自适应视图

3.1 使用欢迎界面	37	3.4.2 页面说明	44
3.2 新建和设置 Axure RP 文件	38	3.4.3 页面样式	45
3.2.1 纸张尺寸与设置	38	3.5 辅助线和网格的使用	46
3.2.2 文件储存	39	3.5.1 辅助线的种类	46
3.2.3 启动和回复自动备份	39	3.5.2 创建辅助线	48
实例 03——使用自动备份恢复数据	39	实例 05——辅助线的创建	48
3.2.4 储存格式	40	3.5.3 编辑辅助线	49
3.3 “页面”面板	40	3.5.4 网格的使用	50
3.3.1 添加和删除页面	41	3.6 设置遮罩	51
实例 04——为文件创建和删除页面	41	3.7 使用自适应视图	52
3.3.2 移动页面	42	3.7.1 自适应视图的作用	52
3.3.3 查找页面	42	3.7.2 编辑自适应视图	52
3.4 “检视”面板	43	实例 06——设置自适应视图	53
3.4.1 页面属性	43		

第 4 章 Axure RP 元件的使用

4.1 了解“元件”面板	56	4.3 “概要”面板的作用	81
4.1.1 “元件”面板	56	4.4 元件的属性	82
4.1.2 添加元件到页面	57	4.4.1 交互事件中的页面交互	82
4.2 元件的类型	59	实例 12——打开页面链接	84
4.2.1 基本元件	59	4.4.2 交互事件中的元件交互	85
实例 07——分离网页中的图片	64	实例 13——设置网页中的文本	90
4.2.2 表单元件	65	实例 14——设置按钮状态	91
实例 08——设置网页中文本框的提示文字	68	4.4.3 设置交互样式	92
4.2.3 菜单和表格元件	70	4.5 设置元件的样式	93
实例 09——制作垂直菜单	72	4.5.1 元件外形样式	93
4.2.4 标记元件	74	4.5.2 字体样式	97
实例 10——制作标签说明	77	4.6 创建和管理样式	98
4.2.5 流程图和图标元件	77	4.6.1 创建并应用页面样式	98
实例 11——绘制流程图	78	实例 15——创建页面样式	98
		4.6.2 创建和应用元件样式	99



4.6.3 编辑样式	100	4.8 创建元件库	104
4.6.4 使用格式刷	101	实例 16——创建元件库	106
4.7 元件的转换	102	4.9 使用外部元件库	107
4.7.1 转换为形状	102	4.9.1 下载元件库	107
4.7.2 转换为自定义形状	102	4.9.2 载入元件库	108
4.7.3 转换为图片	104		

第 5 章 Axure RP 母版的使用



5.1 母版的基本概念	110	5.3 使用母版	115
5.2 创建和编辑母版	111	5.3.1 拖放行为	115
5.2.1 创建母版	111	实例 19——网站图标摆放位置	117
实例 17——绘制手机状态栏	111	5.3.2 添加到页面	118
5.2.2 编辑母版	113	5.3.3 从页面中移除	120
实例 18——网页线框图	113	5.4 母版使用情况	120
5.2.3 删除母版	115		

第 6 章 变量、表达式和函数的使用



6.1 使用变量	121	6.5.2 元件函数	130
6.1.1 全局变量	121	实例 22——制作查看商品大图效果	130
实例 20——制作按钮单击效果	122	6.5.3 页面函数	132
6.1.2 局部变量	124	6.5.4 鼠标指针函数	132
6.2 设置条件	125	实例 23——制作放大镜效果	132
6.3 使用表达式	127	6.5.5 字符串函数	135
6.3.1 运算符类型	127	6.5.6 数字函数 (Number)	135
6.3.2 表达式的格式	127	6.5.7 数学函数	135
6.4 函数的使用方法	127	实例 24——制作商品结算按钮	136
实例 21——制作锁屏界面	128	6.5.8 日期函数	138
6.5 常见的函数	130	实例 25——制作查看实时日期效果	139
6.5.1 中继器 / 数据集函数	130		

第 7 章 动态面板元件的使用



7.1 熟悉动态面板元件	143	7.3 动态面板元件的作用	153
实例 26——添加动态面板元件	144	7.3.1 显示与隐藏效果	153
实例 27——制作导航选中效果	145	7.3.2 滑动效果	153
实例 28——制作轮播图效果	147	7.3.3 拖动效果	153
7.2 转换为动态面板元件	149	7.3.4 多状态效果	154
实例 29——登录页面切换	150		





第 8 章 中继器元件的使用



8.1 中继器元件的基本组成	155	8.2 数据集的操作	161
8.1.1 数据集	155	实例 32——使用中继器实现自增	162
8.1.2 项目交互	156	8.3 项目列表操作	163
8.1.3 样式设置	156	实例 33——使用中继器添加分页 1	163
实例 30——制作商品展示页面	157	实例 34——使用中继器添加分页 2	165
8.1.4 属性设置	159	实例 35——使用中继器添加分页 3	165
实例 31——制作单选按钮效果	159	实例 36——使用中继器添加分页 4	166

第 9 章 网站产品原型的发布与输出



9.1 创建共享位置	169	9.3.2 打开团队项目	184
9.1.1 下载安装 SVN 软件	169	9.4 使用 Axure Share	185
9.1.2 创建版本库	173	9.4.1 创建 Axure Share 账号	185
9.2 TortoiseSVN 客户端应用	178	9.4.2 上传原型到 Axure Share	185
9.2.1 新建共享文件	178	9.5 发布和查看原型	187
实例 37——使用 Repository1 共享文档	178	9.6 使用生成器	189
9.2.2 修改共享文档	180	9.6.1 HTML 生成器	189
实例 38——设置 Repository1 共享文档	180	9.6.2 Word 生成器	192
9.3 使用团队项目	182	9.6.3 CSV 报告生成器	194
9.3.1 创建团队项目	182	9.6.4 打印生成器	195

第 10 章 商业性综合案例



10.1 网站登录界面案例	196	10.3.1 案例分析	212
10.1.1 案例分析	196	10.3.2 色彩分析	213
10.1.2 色彩分析	196	10.3.3 设计思路	213
10.1.3 设计思路	196	实例 45——微博首页单条信息	213
实例 39——制作按钮的不同状态	197	实例 46——微博查看大图	216
实例 40——切换不同的登录页面	199	实例 47——微博转发页面	218
实例 41——按钮的不同状态 2	201	10.4 网页版百度首页案例	221
10.2 购物网站商品筛选案例	202	10.4.1 案例分析	221
10.2.1 案例分析	203	10.4.2 色彩分析	221
10.2.2 色彩分析	203	10.4.3 设计思路	221
10.2.3 设计思路	203	实例 48——百度首页搜索框	222
实例 42——自定义复选框	203	实例 49——制作链接页面	224
实例 43——商品价格排序	206	实例 50——新窗口和弹出窗口	226
实例 44——商品新款筛选	210	实例 51——父级窗口和内联框架	229
10.3 网页版微博案例	212		

第 1 章 网站产品原型设计概述

原型，又被叫作线框图、原型图和 Demo，其主要用途是在正式设计和开发之前，通过一个逼真的效果图来模拟产品的最终视觉效果和交互效果。本章将向用户介绍互联网网站产品原型设计的相关知识，并帮助用户了解互联网网站产品原型设计的特点，通过合理的设计提高产品的用户体验。



1.1 网站产品原型设计的概念

概括来说，网站产品原型就是网站产品面世之前的一个简单框架设计。简单来说，就是将页面的模块、元素和人机交互等形式，利用线框描述的方式，将产品在脱离皮肤的状态下进行更加具体和生动的表达，如图 1-1 所示。

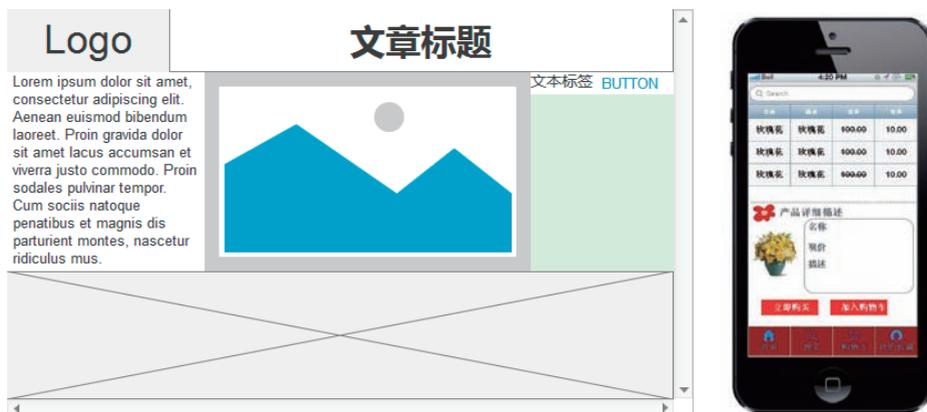


图 1-1

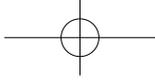
提示

随着互联网技术的日益普及，为了获得更好的原型效果，很多产品经理采用“高保真”的原型，以确保策划与最终的展示效果一致。

1.2 参与网站产品原型设计的人员

一个项目的设计与开发，通常需要多位人员的共同努力。很多人认为产品原型设计是整个项目的早期过程，只需要产品经理参与即可。但实际上产品经理只是了解产品特性、用户和市场需求的角色，对于页面设计和用户体验设计只是停留在初级水平。一般设计师独立设计出原型图后，可能需要与产品经理反复讨论，反复修改。

为了避免以上情况，在开始原型设计时，产品经理应要求界面设计师 (UI) 和用户体验设计师



(UE)一起,共同参与产品原型的设计与制作,如图1-2所示。这样才可以设计出既符合产品经理预期,又具有良好用户体验、页面精美的产品原型,可以有效地避免产品设计开发过程中反复修改的情况。



图 1-2

互联网产品经理是互联网公司中的一种职位,负责互联网产品的计划和推广,以及互联网产品生命周期的演化。

提示

产品经理是企业中专门负责产品管理的职位,主要负责市场调查,根据用户的需求确定开发何种产品,选择何种技术、商业模式等。并推动相应产品的开发组织,还需要根据产品的生命周期,协调研发、营销、运营等,确定和组织实施相应的产品策略,以及其他一系列相关的产品管理活动。

1.2.1 UI 设计师

UI 是 User Interface 的缩写,即用户界面。UI 设计师简称 UID,即 User Interface Designer,是指从事对软件界面的人机交互、操作逻辑、界面美观等整体相关设计工作的人员。

UI 设计师的设计范围包括高级网页设计和移动应用界面设计,是目前信息产业中较为抢手的人才之一。

1.2.2 UE 设计师

UE 是 User Experience 的缩写,UE 设计师指的是用户体验相关的设计人员。用户体验是指用户访问一个网站或者使用一个产品时的全部体验。他们的印象和感觉是否良好,是否享受,是否还想再使用网站。他们能够忍受的问题、疑惑和 BUG 的程度,都是 UE 设计师的工作范畴。

1.2.3 产品经理

根据所负责的互联网产品为用户产品还是商业产品,可以分为互联网用户产品经理和互联网商业产品经理。用户产品经理最关心的是互联网用户产品的用户体验,商业产品经理最关心的是互联网商业产品的流量变现能力。

互联网产品经理在互联网公司中处于核心位置,需要非常强的沟通能力、协调能力、市场洞察力和商业敏感度,不但要了解消费者和市场,而且要能与各种风格迥异的团队,如开发团队和销售团队进行默契的配合。可以说互联网产品经理决定了一个互联网产品的成败。

互联网产品经理由于行业的不同,可能工作职责也不尽相同。但是核心工作内容基本包含以下几个方面。

- 负责提出网站需求方案和运营策略可行性的建议。
- 负责网站的内容规划、广告位开发和管理及日程运营管理。
- 统计网站的各项数据和用户反馈,分析用户需求、行为,搜集网站运营中产生的产品购买及网站功能需求,综合各部门的意见和建议,统筹安排,讨论、修改、制定出可行性方案。
- 与技术部、编辑部等部门紧密结合,确保产品实现进度和质量,协调相关部门进行网站的开发及日常维护。
- 配合市场部、客服部进行相关的商品合作,跟踪竞争对手;把握互联网市场趋势,制定产品竞争战略和计划。

1.3 创建网站产品原型的方法

用户可以使用直接在纸上绘制的方式创建产品原型，也可以使用 PowerPoint 和 Visio 等软件创建产品原型，当然还可以选择一款专业的原型设计软件来创建产品原型。

1.3.1 纸张描绘网站原型

设计师用笔直接在纸上进行产品原型的描绘，获得大致的原型效果，如图 1-3 所示。这种方式通常是在产品经理进行原型构思阶段使用。通过这种方式可以将原型产品的构思和框架基本确定，然后再通过专业的软件将原型更形象更直观地转移到电子文档中，以便后续的研讨、设计、开发和备案。

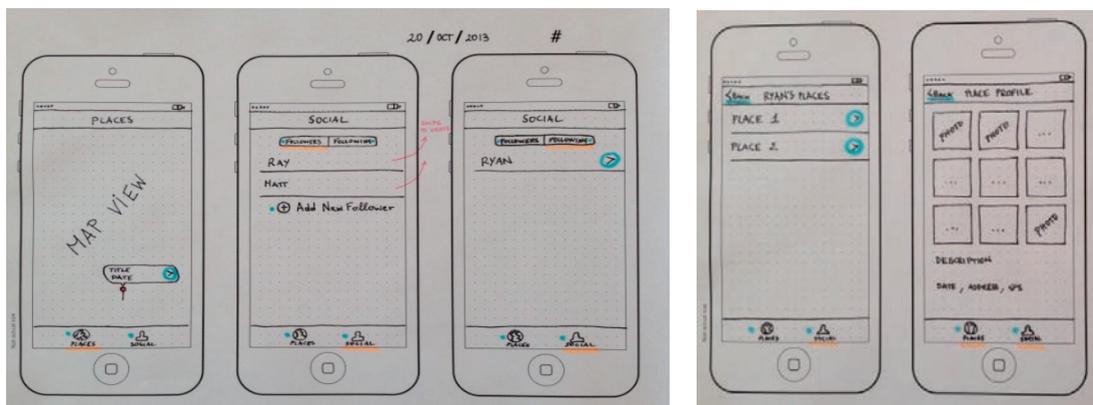


图 1-3

1.3.2 使用 PowerPoint 和 Visio 绘制网站原型

PowerPoint 可以在 Mac 或 Windows 系统的计算机上使用，可以阅读和编辑 PPT 格式的原型图。同时在手机微信的聊天窗口中，也可以直接阅读 PPT 格式的原型图，甚至可以通过第三方软件将画好的原型图导入 PowerPoint 中，如图 1-4 所示。

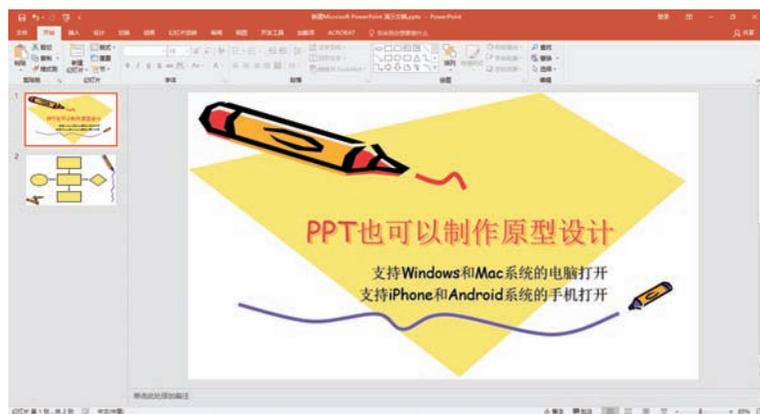


图 1-4

但是，PowerPoint 页面的面积太小，又不支持表达多个页面之间的跳转关系，页面的缩放也难以操作，而且 PowerPoint 里面的画图控件太少，画图工具隐藏得比较深，所以用户操作起来不太方便。

Visio 在创建原型上比 PowerPoint 更加便于操作，可以快速完成原型设计，但表现力较弱。Visio 可以制作一些简单的页面，但不适合制作一些比较烦琐的大型页面。Visio 软件启动界面及新建页面

如图 1-5 所示。

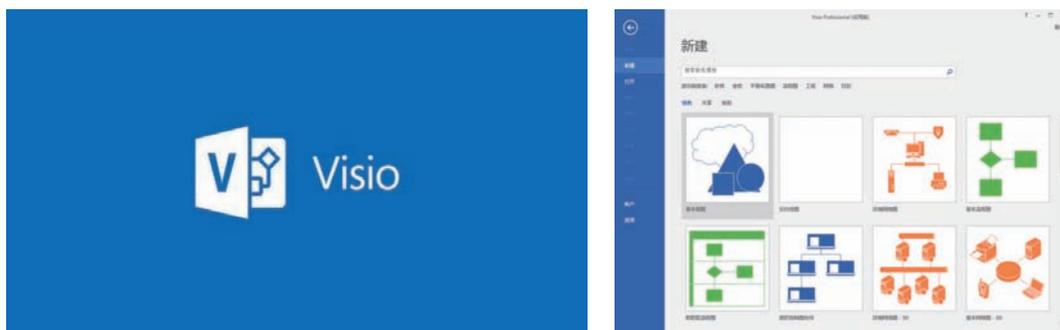


图 1-5

1.3.3 专业网站产品原型设计软件

目前使用最多的专业的原型设计软件非 Axure RP 莫属。Axure RP 不仅具有丰富的 Web 控件，而且交互性也做得很好，被广泛地应用在网站开发设计中。

Axure RP 是一个专业的快速原型设计工具，让负责定义需求和规格、设计功能和界面的专家能够快速创建应用软件或 Web 网站的线框图、流程图、原型和规格说明文档。作为专业的原型设计工具，它能快速、高效地创建原型，同时支持多人协作设计和版本控制管理。软件启动界面如图 1-6 所示。

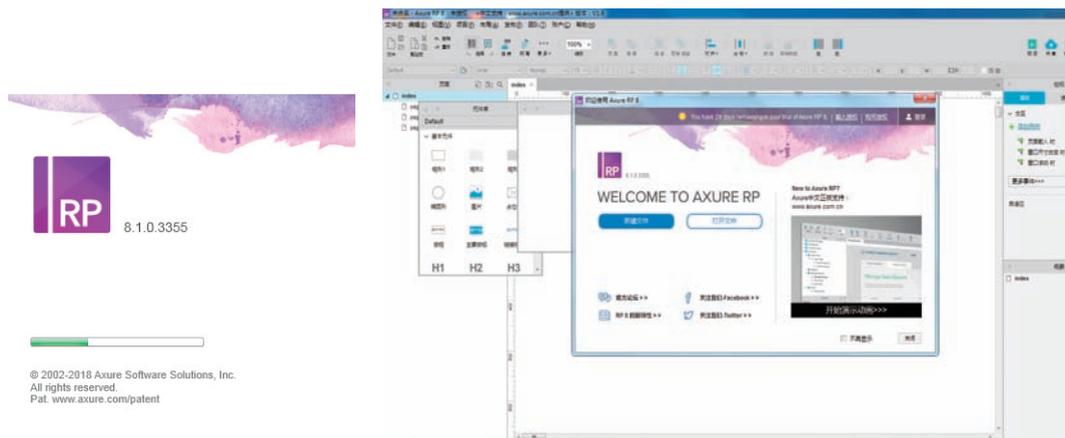


图 1-6

除了 Axure RP 以外，产品原型设计软件还有很多，比较著名的有 iRise Studio、MockupScreens 和 Sketch 等。

提示

不同的公司和团队，对于互联网网站产品的原型设计可能采用的方式会大相径庭，不一定非要使用某种固定的方式，最适合自己的才是最好的。

1.4 网站产品原型设计的重要性

在网站设计过程中，为什么一定要设计原型呢？能不能不做原型直接设计并开发产品呢？当然可以。但是有了原型，网站的设计开发就会更轻松，同时也减少了由于规划不足而造成的反复修改。

原型设计是帮助网站与 App 设计最终完成标准化和系统化的最好手段。它最大的好处在于，不仅可以有效地避免重要元素被忽略，而且能够阻止设计师做出不准确不合理的假设，如图 1-7 所示。

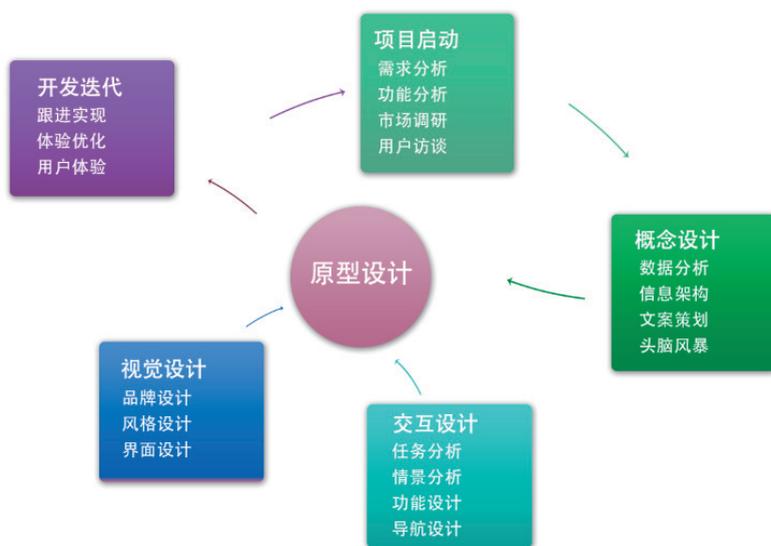


图 1-7

无论你是移动端 UI 设计师还是网页设计师，原型设计的重要性都是显而易见的。原型设计让设计师和开发者将基本的概念和构想使用形象化的原型设计呈现出来，让参与进来的每个人都可以查看和使用，随之给予反馈，并且在最终版本敲定之前进行必要的调整。

在项目开始之初，对每个元素进行调试并确保它们能够如同预期一样运作，这是相当重要的步骤。当完成可交互的原型之后，将它作为一个成型的界面来使用，看看它能否带来预期中的体验效果。

用户可以测试其中所有的功能，看看能否解决规划阶段所计划解决的问题。如果是在完成整体的设计和开发之后再行测试，修改和调整的成本就相当高昂了。

一个可用可交互的原型所带来的好处并不是一星半点，它还可以帮助开发和设计人员从不同的维度上来规划和设计产品。

1.5 网站产品原型设计的作用

首先，绝大多数的客户本身并不懂得设计知识，也不懂得编程知识，而原型为他们展示出了网站或 App 最基本的框架或模型，让他们明白网站的基本外观和运作的机制，如图 1-8 所示。



图 1-8

一个可交互的原型基本上能够像最终完成的产品那样运行，使用者可以对它进行操作，原型则会给予相应的反馈，使用者可以随之明白它的运作方式，而设计人员也可以发现它的漏洞，并寻求解决问题的方案。原型经过可用性测试之后，能够优化出更好的用户体验，能够在产品上线发布之前排除相当一部分的潜在问题和故障。



1. 让开发变得轻松

实际上,原型会让开发更加容易。当网站或者 App 设计师搞定一个满意的原型之后,开发人员能够在此基础上开发出更加完善的代码实现方案。原型让参与者能够看到网站或者 App 发布之后是怎样运作的。

2. 节省时间和金钱

节省时间、控制成本对于任何企业主而言都是非常重要的事情。当设计和开发流程中有了原型之后,将会节省很多时间,降低成本。

当一个公司想要推出一个新的 App 或者发布一个新的网站时,总会集合一批专业的人员来完成这个项目。随着时间的推移,花销会不断增长,项目的投入自然越来越大。有了原型之后,团队成员能够围绕着原型进行快速高效的沟通,哪些地方要增删,什么细节要修改,这样的方式能够更加快速地推进项目进度。

3. 更易沟通与反馈

有了原型之后,团队成员沟通的时候不需要彼此发送大量的图片和 PDF 文档,取而代之的是添加评论和链接,或者是原型工具内建的反馈工具,沟通更快,原型的修订更快。

版本修订是原型设计过程中的重要组成部分,它是最终产品能完美呈现的先决条件。原型能够不断修正进化,这使得它成为产品研发中最有价值的部分。随着一次次的迭代,产品本身会越来越优秀,而版本修订的过程也越来越快速而简单。

4. 双赢

设计和开发团队倾向于借助原型来完善产品,而客户和企业也乐于看到原型。参与到项目中的每个人都能根据他们的所见来判断、探索和决策。原型成为讨论的焦点,也是解决问题的平台。

5. 不断测试与优化

原型主要是用来演示产品是如何运作的,呈现具体流程的流向,不论它是否流畅,是否足够合乎逻辑,都是原型设计。不断地对原型设计进行调试,意味着设计师可以在迭代中不断优化用户体验和产品细节,直到最终完成设计。

随着测试的推进,信息架构、导航和用户流程中的各种缺陷会在不断的交互过程中体现出来。CTA 按钮能否引导用户到设计师计划中的页面?整个页面的布局是否高效?导航是否足够好用?所有的这些问题都能借助可交互的原型逐步得到答案。

1.6

用户体验在网站原型设计中的表现



如今互联网上的网站数量数以万计,当用户面对大量可以选择的网站时,该如何快速访问到自己感兴趣的内容呢?通常都是用户自己盲目浏览,筛选哪个网站的内容符合个人阅读的需求。

随着互联网竞争的加剧,越来越多的企业开始意识到提供优质的用户体验是一个重要的、可持续的竞争优势。用户体验形成了客户对企业的整体印象,界定了企业和竞争对手的差异,并且决定了客户什么时候会再次光顾。

在设计原型的时候,为了更好地表现网站内容并留住更多的浏览者,设计师需要注意以下几点。

- ❶ **规避设计时自己个人的喜好**:自己喜欢的东西并不一定谁都喜欢。例如网页的色彩应用,设计师个人喜欢大红大绿,并且在设计的作品中过多使用这样的颜色,那么可能会流失很多潜在客户。原因很简单,就是跳跃的色彩让浏览者失去对网站的信任。现在大部分用户都喜欢简单的颜色,简约而不简单。可以通过先浏览其他设计师的作品,然后再进行设计的方法来实现更符合大众

的设计方案。当然浏览别人的作品不等于要抄袭，抄袭的作品会让浏览者对网站失去信任感。这样做的目的是让设计师在别人作品的基础上再提高，以留住更多的浏览者。

- ④ **考虑不同层次的浏览者：**设计师必须要让很多不同层次的浏览者在网站作品上达成一致的意见，也就是常说的“老少皆宜”。那样才能说明设计的网站是成功的，因为抓住了所有浏览者共同的心理特征，吸引了更多新的浏览者。通过奖励刺激浏览的方法尽可能少用，虽然利益是最大的驱动力，但是网络的现状让网民的警惕性非常高，一不小心就会适得其反。想要抓住人们的浏览习惯其实很简单，只要想想周围的人都关注的共同东西就明白了。
- ⑤ **充分分析竞争对手：**平时多看看竞争对手的网站项目，总结出他们的优缺点，避开对手的优势项目，以他们的不足为突破口，这样才会吸引更多的浏览者注意。也就是说，要把竞争对手的劣势转换为自己的优势，然后突出展现给浏览者看，这一点在网站设计中更易实施。

1.6.1 用户体验内容概述

用户体验一般包含四个方面：品牌 (Branding)、使用性 (Usability)、功能性 (Functionality) 和内容 (Content)。一个成功的设计方案必定在这四个方面充分考虑，使用户可以便捷地访问到自己需要的内容的同时，又在不知不觉中接受了设计本身要传达的品牌和内容。

1. 品牌

就像提起手机，人们就想起苹果，提起洗发水人们就想起海飞丝一样，品牌对于任何一件展示在普通民众面前的事物有着很强的影响力。没有品牌的东西很难受到欢迎，因为它没有任何质量保证。同样对于一个网站来说，良好的品牌也是其成功的决定因素。

网站是不是有品牌取决于两个要素：是不是独一无二的、是不是最有特点或者内容最丰富的，如图 1-9 所示。

网站品牌

= 独一无二的类型

+

内容丰富，更新及时

图 1-9

网站的独一无二很好解释，假如这个行业只有你一个网站，那么就算选择的关键词相当冷门，就算用户不多，但对于这个行业也是品牌。假如网站相对其他同类网站来说内容最丰富，信息更新最快，那么就是最成功的。这两点对于树立网站品牌是非常重要的，归根结底一句话就是你的网站是不是能够吸引浏览者。

此外，视觉体验对于品牌价值的提升也是很有影响的。例如，索尼有一款平民化的数码单反相机“阿尔法 300”，这款相机虽然价格低廉，但是索尼公司却将这款相机的官方网站设计得高贵典雅，让人一眼就觉得这样一款相机一定是上万元的好机子，但实际上这款相机售价只有三千多元，这就是视觉体验对于品牌价值的提升。这一点在网页设计上也是通用的。网页设计的优劣对于人们是不是能记住你的网站有非常重要的作用，而且适当使用图片、多媒体，对于网站也是很有帮助的，如图 1-10 所示。



图 1-10



2. 使用性

用户在浏览网站时，偶尔会遇到浏览器标题栏下显示“网页上有错误”这样的提示，如图 1-11 所示。这种情况一般不会影响到网站的正常浏览。但如果错误太大，可能直接影响到网站的重要功能和使用。这会直接对网站的品牌造成影响。

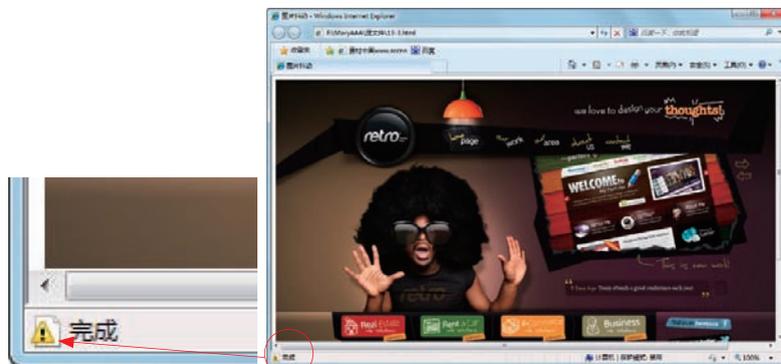


图 1-11

这些错误有的可能是网站后台程序造成的，程序员应该迅速解决，以免影响浏览网站的用户体验。有些错误则是由于浏览者的错误操作引起的。如果没有相关的浏览引导方案，会给很多接触计算机不多的浏览者一种“这个网站太难操作”的错觉，会严重影响用户体验，也就是在这样的环境下，AJAX 应运而生。所以在进行网站设计时，一定要有用户操作错误的预设方案，这样才能更好地提升用户体验。

3. 功能性

这里所说的功能性，并不是仅仅指网站的界面功能，更多的是在网站内部程序上的一些流程。这不仅对网站的浏览者有很大的用处，而且对网站管理员的作用也是不容忽视的。

网站的功能性包含以下内容。

- 1. 网站可以在最短的时间内获取到用户所查询的信息，并反馈给用户。
- 2. 程序功能过程对用户的反馈。这个很简单，例如经常可以看到的网站的“提交成功”或者收到的其他网站的更新情况邮件等。
- 3. 网站对浏览者个人信息的隐私保护策略，这对于增加网站的信任度有很好的帮助。
- 4. 线上线下结合。最简单的例子就是网友聚会。
- 5. 优秀的网站后台管理程序。好的后台程序可以帮助管理员更快地完成对网站内容的修改与更新。

4. 内容

如果说网站的技术构成是一个网站的骨架，那么内容就是网站的血肉了。内容不单单包含网站中的可读性内容，还包括连接组织和导航组织等方面，这也是一个网站用户体验的关键部分。也就是说网站中除了要有丰富的内容外，还要有方便、快捷、合理的链接方式和导航。

综上所述，只要按照用户体验的角度量化自己的网站，一定可以让网站受到大众的欢迎。

1.6.2 用户体验产出过程

体验是人的主观感觉。设计体验要根据不同的行业、不同的产品、产品的不同层面而进行不同的设计。设计方法和设计过程也不相同。

1. 用户体验的生命周期模型

从用户体验的过程来说，设计者总期望体验是一个循环的、长期的过程，而不是直线的、一次性的。

好的用户体验能够吸引人，让人再次来使用，并逐步形成忠诚度，告知并影响他们的朋友；而不好的用户体验，会使网站逐渐失去客户，甚至会由于传播的原因，失去一批潜在的客户。

提示

具有良好用户体验的网站，即使页面中存在一些交互问题，也不会影响浏览者想要继续浏览的兴趣。

用户体验的生命周期如图 1-12 所示。

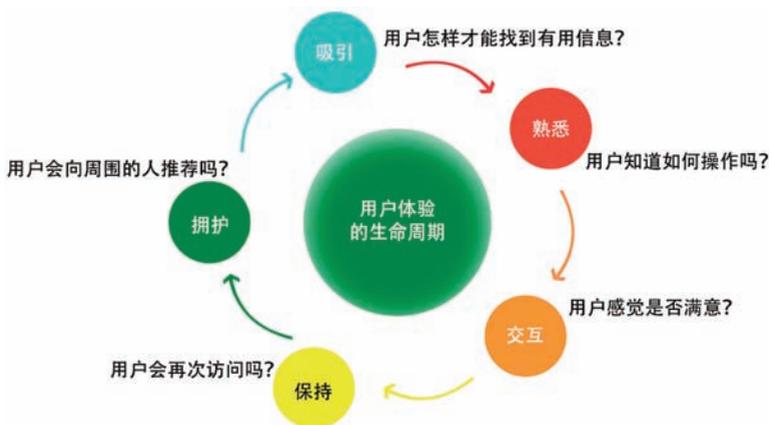


图 1-12

- ④ 网站吸引人是用户体验的第一步，网站靠什么吸引人是用户体验设计首先要考虑的问题。
- ④ 通过明喻和隐喻的设计语义，让用户在不看说明书的前提下轻松访问网站，进一步熟悉网站。
- ④ 在用户与网站的交互过程中，用户的感受如何，是否满足生理和心理的需要，充分验证了网站的可用性。
- ④ 用户访问该网站后，还会继续使用或放弃？
- ④ 用户是否形成忠诚度，并向其身边的人推荐该站点，也是用户体验设计的关键点。

2. 用户体验需要满足的层次

用户体验可以分为五个需求层次：感觉需求→交互需求→情感需求→社会需求→自我需求，这五个需求层次是逐层增高的。

1) 感觉需求

所谓的感受需求指的是用户对产品的五官需求，包括视觉、听觉、触觉、嗅觉和味觉等，是对产品或系统的第一感觉。对于网站来说，通常只有视觉、听觉和触觉三种需求。

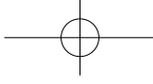
网站的可用性可以分为外观可用性和内在可用性两种。外观可用性是指一个网站带给浏览者的外观感觉，通常涉及审美方面的问题；而内在可用性指的是传统意义上的可用性。外观可用性和内在可用性既存在着不同，又有一定的一致性，综合处理好这两点的关系可以使网站具有更好的用户体验。

2) 交互需求

交互需求指的是人与网站系统交互过程中的需求，包括完成任务的时间和效率、是否流畅顺利、是否报错等。网站的可用性关注的是用户的交互需求，包括网站页面在操作时的学习性、效率性、记忆性、容错率和满意度等。交互需求关注的是交互过程是否顺畅，用户是否可以简单快捷地完成任务。

3) 情感需求

情感需求指的是用户在浏览网站的过程中产生的情感，例如在网站浏览的过程中感受到互动和乐趣。情感强调页面的设计感、故事感、交互感、娱乐感和意义感。要对用户有足够的吸引力，让用户产生持续关注的动力。



4) 社会需求

在满足基本的感觉需求、交互需求和情感需求后，人们通常要追求更高层次的需求，往往会对某一品牌或站点情有独钟，希望得到社会对自己的认可。例如越来越多的人选择在新浪网上开通个人微博，发布个人日志，希望以此获得社会的关注。

5) 自我需求

自我需求是网站如何满足用户自我个性的需求，包括追求新奇、个性的张扬和自我实现等。对于网站设计来说，需要考虑允许用户个性化定制设计或者自适应设计，以满足不同用户的多样化、个性化的需求。例如网站页面允许用户更改背景颜色、背景图片和文字大小等都属于页面定制。

一个成功的网站必须包含三种可用性：必须有的、更多且更好的和具有吸引力的，如图 1-13 所示。这三种可用性都会直接影响到浏览者的满意度。

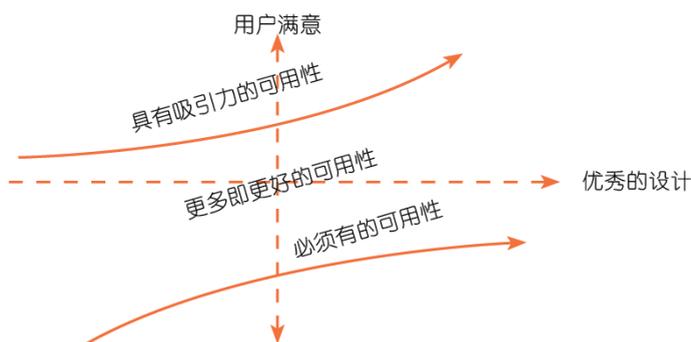


图 1-13

必须有的可用性代表用户希望从网站中获得的资讯内容，也就是网站最基本该具有的可用性。如果页面中没有出现“必须有”的要素，就会直接导致浏览者满意度下降。更多且更好的可用性对用户满意度具有线性影响，即这种可用性越高，顾客就越满意。具有吸引力的可用性可以使一个网站在同类型站点中脱颖而出，提供较高的用户满意度。

提示

一个网站要想在商业上获得成功，至少要拥有“必须有”的可用性。可用性虽然不能提高网站的整体竞争力，但却是提高顾客满意度的必要条件。“更多且更好”的可用性可以使网站与竞争网站保持同一水平。“具有吸引力”的可用性则是网站从同类型网站中脱颖而出的主要原因。

1.7

网站产品原型设计中的用户体验



一般的用户都有网上购物的经验：首先登录购物网站，然后通过搜索引擎或者菜单引导找到需要的产品，下单并填写各种信息后，即可收到预定的产品。这个过程由大大小小的决策组成，这些决策彼此依赖又相互影响，同时也影响着用户体验的各个方面。

为了确保用户在网站上的所有体验都控制在意料之中，在网站原型设计的整个开发过程中，要考虑用户在网站中有可能采用的每一步的每一种可能性，这样可以最大限度满足用户的需求。

1.7.1 网站原型设计中的用户体验层面



可以把网站原型设计的用户体验工作分解成五个层面，用来帮助设计师更好地解决问题。分别是表现层、框架层、结构层、范围层和战略层。

1. 表现层

表现层通常指的是用户可以直接看到的内容，一般由图片和文字组成。通过单击图片或文字执

行某种功能。例如进入新闻页面或视频播放页面，如图 1-14 所示。也有一些内容只是作为展示使用，用来说明内容或美化页面。



图 1-14

2. 框架层

框架层主要用于优化设计布局，以方便用户快速、准确地找到需要的内容。通常指的是按钮、表格、照片和文本区域的位置。例如，在购物页面中可以轻松找到购物车的按钮，如图 1-15 所示。在浏览相簿时快速查看多张图片。



图 1-15

3. 结构层

框架层是页面结构的具体表达方式，用来向用户展示页面内容，提高访问效率。而用户先访问什么，后访问什么，访问某个页面后会触发某个页面怎样的交互效果，则是通过结构层完成的。

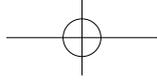
结构层主要用来设计用户如何到达某个页面，并在完成操作后能去的页面。框架层定义了导航条上各项的排列方式，允许用户自由选择浏览的内容；结构层则决定了这些内容出现在哪里。

4. 范围层

结构层确定了网站不同特性和功能的组合方式，而这些特性和功能就构成了网站的范围层。例如，在购物网站有过一次购物经历后，该用户的姓名、地址和联系方式都被保存下来，以便下次再次使用。该功能是否应该成为网站功能的一部分，就属于范围层要解决的问题。

5. 战略层

战略层可以理解为网站创建者的战略目标。这个目标包括网站经营者想从网站得到什么，还包



括用户想从网站得到什么。对于一般的电子商务网站来说，战略目标显而易见：用户希望通过网站购买商品，而网站想要卖出它们。

1.7.2 原型设计中的用户体验层面分析

网站原型设计中用户体验的五个层面包括战略、范围、结构、框架和表现，由下向上为网站提供了一个基本的框架，如图 1-16 所示。接下来以这个框架为基础继续添加完善内容，以获得更为丰富的用户体验。

在每一个层面中，用户要处理的问题都很具体。在最低的层面，完全不用考虑网站的最终效果，只需要把重点放在是否满足网站的战略目的上。在最高的层面上，则只需要关心最终所呈现的页面效果即可。

随着层面的上升，设计师要做的决策会越来越具体，而且要求的内容也会越来越精细。通常每个层面的内容都是根据它下面的那个层面来决定的。例如，表现层由框架层来决定，框架层则建立在结构层的基础上，结构层的设计基于范围层，范围层要根据战略层来制定，如图 1-17 所示。

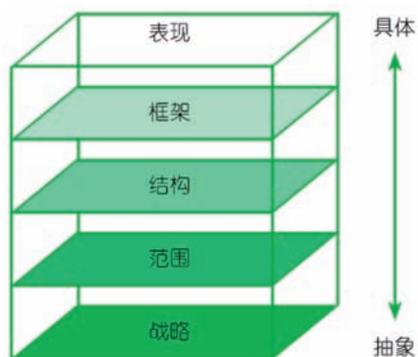


图 1-16

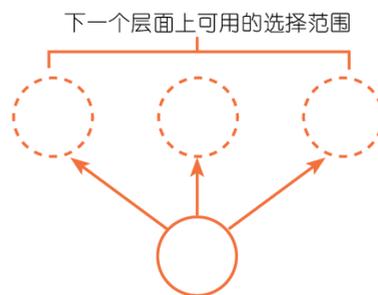


图 1-17

如果设计师做出的决定没有使上下层面保持一致，项目通常会偏离正常的轨道。这样的后果就会造成开发日期延迟、开发费用超支等情况。而且就算开发团队将各种不匹配的元素拼凑在一起，勉强上线，也不会受到用户的欢迎。

提示

在设计用户体验时，要充分考虑层面上的这种“连锁效应”，也就是说在选择每一个层面上的内容时，都要充分考虑其下层面中所确定的内容。每一个层面的决定都会直接影响到它之上层面的可用选项。

在设计的过程中，“较低层面”上的决策不一定都必须在设计“较高层面”之前做出。在“较高层面”中的决定优势会促使对“较低层面”决策的一次重新评估。在每一个层面，都要根据竞争对手所做的变化、行业最佳的实践效果做出修改。在知道建筑的基本形状之前，不能先为其盖一个屋顶。

1.8 网站产品原型设计中用户体验的原则

在开始网站原型设计之前，首先要经过深思熟虑，多参考同行的页面，汲取前人的经验教训，然后在纸上写下来。随着工作经验的积累，设计、架构、软件工程以及可用性方面都会积累很多有益的经验，这些经验可以帮助我们避免犯前人所犯的错误。

创建原型设计时，可以通过遵守以下 10 个原则，以获得好的用户体验。

1.8.1 标志引导设计

对于一个刚刚进入网站的用户，为了确保能够找到他们感兴趣的内容，通常需要了解四个

方面的内容。

1. 他们身在何处

首先通过醒目的标识以及一些细小的设计提示来指示位置。例如，Logo 图标提醒访问者正在浏览哪一个网站，也可以通过面包屑轨迹或一个视觉标志，告诉访问者处于站点中的位置。当然简明的页面标题，也是指出浏览者当前浏览什么页面的好方法，如图 1-18 所示。



图 1-18

2. 他们要寻找的内容在哪里

在设计网站导航系统时，要问问自己：“访问这个网站的人究竟想要得到什么？”还要进一步考虑“希望访问者可以快速找到哪些内容？”如图 1-19 所示。确认了这些问题并将它们呈现在页面上，会对提高用户体验的满意度有很大帮助。



图 1-19

3. 怎样才能得到这些内容

“怎样才能得到？”可以通过巧妙的导航设计来实现。将类似的链接分组放在一起，并给出清晰的文字标签。通过特殊的设计，例如下划线、加粗或者特效字体使其看起来是可以单击的，以起到良好的导航作用。

4. 他们已经找过哪些地方

这一点通常是通过区分链接的“过去”和“现在”状态来实现。要显示出被单击过的链接，这种链接被称为“已访问链接”。通常的做法是将访问过的链接设置一种新的颜色，用来保证用户不在同一区域反复寻找。

1.8.2 设置期望并提供反馈

用户在网页上单击链接、按下按钮或者提交表单时，并不知道将出现什么情况。这就需要设计者为每一个动作设定相应的期望，并清楚地显示这些动作的结果。同时，时刻提醒用户正处在过程



中的阶段也很重要。

例如，在淘宝网站上购物时，如果将鼠标指针移动到按钮上悬停，会出现单击后将出现的页面提示，这种效果可以很好地满足用户的期望，如图 1-20 所示。



图 1-20

提示

有时候用户必须等待一个过程完成，而这可能会耗费一些时间。为了让用户知道这是由于他们的计算机运行太慢造成的这种等待，可以通过提示信息或动画提醒用户，以避免用户由于等待产生焦虑。

1.8.3 基于人类工程学设计

浏览网站的用户数以亿计，每个人的情况都不相同，为了使这些用户的体验保持一致，在设计页面的时候也要充分考虑人体器官：手、眼睛和耳朵的感受。

例如，根据大多数人都是右手拿鼠标的习惯，为页面右侧增加一些快速访问的导航。针对眼睛进行设计时，要考虑到全盲、色盲、近视和远视的情况。设计网站时，要确认网站的主体客户是视力极佳的年轻人，还是视力模糊的老年人，然后确定网站中的文字大小。针对耳朵进行设计时，不仅要考虑到聋人，还要考虑到人在嘈杂环境中倾听的情况，保证背景音乐不会让上网的人感到厌烦。

1.8.4 页面元素保持一致

一致的标签和设计给人一种专业的感觉。在设计页面时，首先要明确你的网站有哪些约定，想打破这些常规一定要三思而行。然后还要通过事先制定的样式指南约束设计师，以确保设计风格保持一致，如图 1-21 所示。



图 1-21

1.8.5 提供纠错渠道

为了避免用户在浏览网站时出现不能处理的错误，从而产生悲观情绪，可以在页面中设计预防、保护和通知功能。

首先是通过在页面中添加注释，明确地告诉用户选择的条件和要求，避免出现错误。例如用户的注册页面。也可以通过添加暂存功能保护用户的信息，例如 E-mail 的保存草稿功能。当用户在操作时出现错误时，要及时以一种客观的语气明确地告诉用户发生了什么状况，并尽力帮助用户恢复正常。例如未能正确输入用户信息，如图 1-22 所示。



图 1-22

1.8.6 靠机器辨识而非人力记忆

对于互联网上的用户来说，大多数人的记忆是不可靠的。大量的数据如果只通过记忆保存是很难实现的。在设计页面时，可以通过计算机擅长的记忆功能帮助用户记忆。例如用户登录后的用户名和搜索过的内容，通过滚动的功能将多个用户的多个信息记忆，以便用户查找，如图 1-23 所示。将记忆的压力转嫁给计算机，用户对你的网站的体验感受就会更胜一筹。



图 1-23

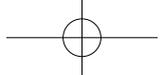
1.8.7 考虑到不同水平的用户

首先应该正确理解用户，用户是一个随时间而变化的真实的人，他会不断改变和学习。你的设计应该有助于用户自我提升，达到一个让他满意的级别。帮助人们上升到自己更觉理想的程度，并不需要用户都成为专家。

例如，淘宝网站针对不同的用户采用了不同的操作界面，同时又提供了丰富的辅助工具，帮助新用户购物或管理店铺，老用户则可以完善美化店铺，获得更好的销量。

1.8.8 提供上下衔接文档

用户在完成某个可能很复杂的任务时，不可避免地需要帮助，但往往又不愿请求帮助。作为设



计者，要做的就是适当的时候以最简单的方式提供适当的帮助。

设计者应当把帮助信息放在有明确标注的位置，而不要全部都放到无所不包的 Help 之下。例如为首次登录网站页面的用户制作一个简单的索引页面，引导用户快速进入网站，找到需要的内容，如图 1-24 所示。



图 1-24

1.8.9 争取特性展示

现代网站设计通常由设计者的方法引导用户的视觉吸引力，例如大按钮的视觉效果等。但是从设计的角度来说这些元素实际上不是一件坏事。相反，这样的指导方针是非常有效的。他们可以带领游客通过用户友好的方式，进入一个非常简单的网站，如图 1-25 所示。



图 1-25

让用户清楚地看到功能是可用的，是一个成功的用户界面设计的基本原则。它是如何实现的这并不重要，重要的是网站内容易于理解、浏览者感到舒适和它们与系统交互的方式。

1.8.10 技巧留白

很多设计师在做内容页的时候，可能需要将一篇特别长的文章放到网站中，这就使网站中文章两侧均为空白，这时很多设计师就会在文章两边添加一些相关文章以及最新文章列表，如图 1-26 所示。

其实真的很难忽略留白的重要性。它不仅帮助用户减少阅读负荷，还可以帮助用户感知信息的呈现方式。当一个新的访问者进入网站时，他想做的第一件事应该是在最快的时间内找到他最想要的内容，如图 1-27 所示。



图 1-26

图 1-27

1.9 网站产品原型设计流程

产品经理其实都知道，在这样一个看重颜值的时代，一个赏心悦目的网站（或者移动 App）是多么重要。每一个产品经理，也都希望自己创造出来的产品是与众不同的。好的产品需要一个好的开端，而产品原型设计流程也是至关重要的，如图 1-28 所示。



图 1-28

- **需求大纲**：首先产品经理与客户沟通后，需要先列需求大纲，尽可能使用简短的话把需求阐述清楚，然后把主要流程梳理明确，使用任意记录软件或者纸张都可以。
- **页面结构**：使用 XMind 罗列产品页面结构图，这部分工作主要是让设计师清楚地掌握有多少个页面，以及页面间的父子层级关系，确定功能重要性和开发优先级。
- **竞品比对**：不着急开始画原型，一般设计师会把 AppStore 和应用市场相关的竞品都下载，仔细地看这些竞品是怎么设计的，页面布局是怎样的，怎样处理不同功能之间的联动，版本迭代中的功能上线优先级之类的。这里记住，千万不要截图，就是广泛地看，去体验、去理解、去思考背后设计的初衷。
- **信息结构**：开始梳理信息结构，比如首页分为几个区域，每个区域放哪些元素，采用什么布局方式等。简而言之，搞清楚每个页面都需要放哪些元素，使用 Excel 就足够了。
- **绘制原型**：按照页面结构和信息结构开始绘制原型，确定每个页面的布局和元素的位置，快速地绘制原型初稿。这个阶段主要是流程走通，如账户管理、发布信息、搜索筛选之类。
- **原型交互**：在原型初稿的基础上，开始深度思考功能的必要性和优先级，尽可能把冗余的元素删除或精简掉，突出每个页面的重要元素，使用不同大小的字体、区域的灰度来标识。一边修改，一边添加交互细节，可以把细节用文字的形式标注在原型周围。
- **需求调整**：使用统一的原型标注表格，将原来每个页面混乱的标注整理到表格中。重点标识出异常边界和文案提示，区分全局说明和局部说明，尽可能将标注写得精简、明确、全面。

第2章 初识 Axure RP



Axure RP 能帮助产品原型设计师快捷而简便地创建基于网站构架图的带注释页面示意图、操作流程图及交互设计，并可自动生成用于演示的网页文件和规格文件，以供演示与开发。本章将介绍 Axure RP 的基础知识。



2.1 初步了解 Axure RP



Axure RP 是美国 Axure Software Solution 公司的旗舰产品，是一款专业的快速原型设计软件，让负责定义需求和规格、设计功能和界面的设计师能够快速创建应用软件或 Web 网站的线框图、流程图、原型和规格说明文档。

作为专业的原型设计软件，Axure RP 能快速并且高效地创建原型，同时还支持多人团队设计和版本控制管理，如图 2-1 所示。

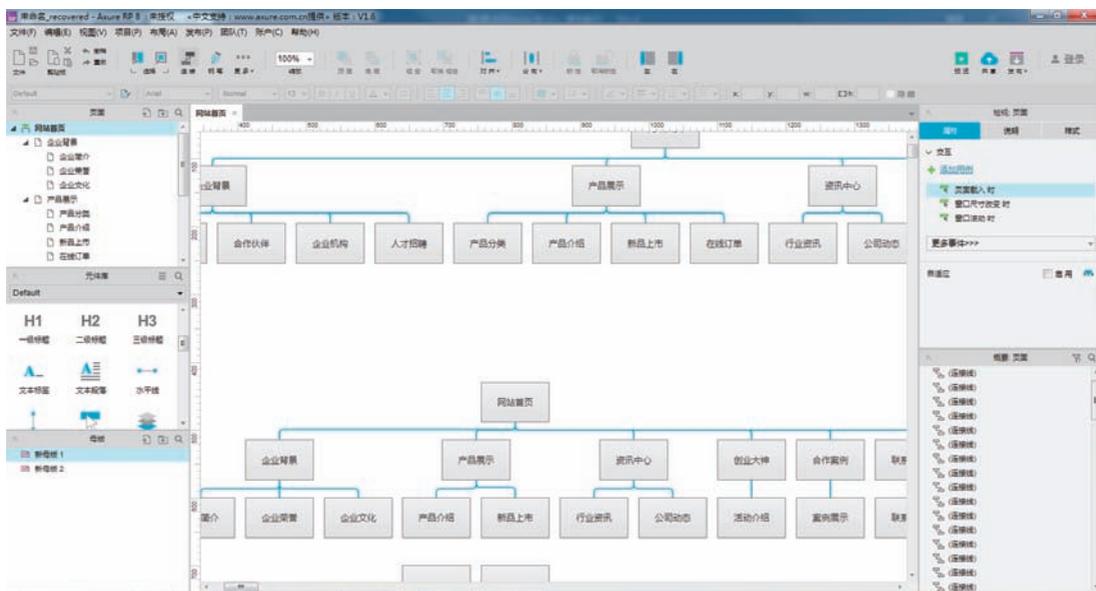


图 2-1

提示

Axure RP 是一款专业的快速原型设计工具。Axure 代表美国 Axure 公司，RP 则是 Rapid Prototyping(快速原型)的缩写。