

产品设计与用户体验

Pony

Tencent 腾讯 Tencent Technology Company Limited

目录：

从案例谈产品设计与用户体验

- 产品需求设计
- 运营式研发
- 交互设计与视觉设计

口碑相传的产品设计之道

- 核心能力和速度
- 交互体贴细致，视觉简洁清爽
- 高端用户(意见领袖) 的关注
- 如何在良好口碑下持续增加功能

产品设计—口碑相传

- 暂不借外力情况下（无IM、营销），对自身产品的口碑验证
 - “QQ有这么多用户，还需要其它推广措施吗？我们不想借助一些promotion手段，想看用户自然传播的结果，更加坚实一些”
 - “能搭好一个平台看着用户数‘自动’增长是多么爽的感觉！让我们每天都想想能做些 什么不“打扰”增长的势头，持续的爽下去”
 - “我们不缺进来的用户，通过优秀的体验留住用户，才是我们的重点。口碑是可以通过优秀的产品体验积累起来的”

[QQmail用的越来越舒坦- IT评论- 茶乐网](#)

2008年11月19日 ... [QQmail用的越来越舒坦-QQ,qmail,mail,QQ邮箱,茶乐网](#) ... 发布:邓少炜| 分类:IT评论|

评论:3 | 引用:0 | 浏览... [点击这里获取该日志的TrackBack引用](#) ...

<http://www.tea6.org/blog/post/135.html>- [网页快照](#)- [类似网页](#)

[腾讯难得的好产品-QQMail-Semor Home](#)

2008年7月22日 ... [QQMail还支持邮件写博客](#)，当然是发布到QQ空间，而且可以在[QQMail](#)里面看[评论](#)，还可以

提交[评论](#)，这个做的非常棒了，用QQ空间的朋友肯定对这个功能 ...

<http://semorhome.cn/2008/07/about-qqmail.html>- [网页快照](#)- [类似网页](#)

[越来越强大的QQMail-猪头笔迹-胡乱的猜言猜语](#)

文件中转站功能是我彻底爱上[QQMail](#)的强大功能，虽然对于不同用户来说，存储时间 ...

请保证[评论](#)内容是与日志或Blog内容相关的，灌水、攻击性或不恰当的[评论](#)可能会被 ...

<http://zhutou.info/archives/qqmail-58.html>- [网页快照](#)- [类似网页](#)

产品设计—口碑相传

- 找到技术的突破点，用户自然感受到QQ影音比暴风做得好
 - 在2008太平洋常用软件年度评选中，直逼老牌暴风，并成为年度新秀第一

8. 问题: 视频播放 (单选) -- 共229845票

序号	问题	比例	票数
1	暴风影音	 35%	80924票
2	QQ影音	 29%	65691票

18. 问题: 年度新秀软件 (多选) -- 共302021票

序号	问题	比例	票数
1	QQ影音	 24%	72533票
2	谷歌浏览器Chrome	 18%	54655票

👤 烟圈问: QQ影音整体感觉很不错, 界面清爽无广告, 音效也相当棒! 我觉得如果能像QQ播放器那样可以共享那就太好了...

👍 我是QQ的专业玩家 (3天前)

笑看/w人生问: 我下载了QQ影音播放器这个文件可是乐了我直笑, 因为这文件太好用了, 给我带了许多方便, 我忠心的要谢谢这

· 希望能推出不使用皮肤的经典界面的版本。 (3天前)

蚂 昨问: QQPlayer的皮肤都很漂亮。但是, 仍希望能推出不使用皮肤的经典界面的版本, 就像MPC那样。

· 超越平台, 做一个真正全能冠军! (3天前)

毒药问: 非常喜欢你们的产品! 原来用暴风影音! 用了下你们的QQ影音还不错! 现在我们公司全部都在用的你们的产品看电...

👍 再提个建议~就是增加一个桌面播放~类似的快播就可以 (3天前)

暂无昵称问: 很喜欢这个播放器~希望越做越好~干掉暴风~hoho~群众的眼睛是雪亮的~

👍 桌面播放功能 (3天前)

無柯耳 玳问: QQ影音是我目前使用的最好的播放器, 很贴心很实用!!! 桌面播放是现在很流行的一种播放方式 一遍看桌...

产品设计—核心性能和速度

- QQ影音一推出就可以正面挑战暴风影音，不是因为功能多，界面漂亮，而是在性能和速度上直接超越了暴风
- 高清智能加速:
自动判别文件类型和机器显卡，选择合适的解码器并智能启动高清加速

	CPU	内存	显卡	操作系统
环境 A	AMD3800+	1G DDR2	NVIDIA 8600	Windows XP
环境 B	AMD3800+	1G DDR2	NVIDIA 8600	Windows Vista

环境B (Windows Vista)

	H264_01	H264_02	H264_03	H264_04	H264_05
暴风 2009	16%	7%	7%	10%	12%
QQ 影音 Beta2	9%	4%	9%	10%	9%
	H264_06	VC1_01	VC1_02	MPEG2_01	MPEG2_02
暴风 2009	17%	35%	38%	16%	25%
QQ 影音 Beta2	9%	35%	30%	14%	10%

	H264_01	H264_02	H264_03	H264_04	H264_05
暴风 2009	99%	45%	65%	70%	99%
QQ 影音 Beta2	10%	8%	10%	12%	12%
	H264_06	VC1_01	VC1_02	MPEG2_01	MPEG2_02
暴风 2009	99%	93%	93%	30%	35%
QQ 影音 Beta2	13%	75%	80%	18%	25%

产品设计—核心能力和速度：无所不用其极，体现最强的技术

- 希望在承受范围内尽量强化这里的吸引力，打造国内最一流的文件平台
 - “希望我们在这里的建设要无所不用其极，什么方法都要想，加快速度。只要在文件传送这一点形成强大的难以逾越的实用性口碑，最终的胜算就大增”
 - “抓紧把超高速上传布局好，这里还是有机会在我们传文件快这个口碑上建立壁垒的。这里需要大量IDC布局 and server 调度程序建立门槛”



最少流量的状态同步，同Blackberry看齐”



产品设计—交互界面：少即是多

- 做得越多越不好，我们需要经常告诫自己，是不是做得太多了？
- 用户价值不会因为统一了（大而全）而体现的，而是每一个单项是否能真正赢得用户的喜爱。“简单”的核心在于，做好最核心的10个，放弃其它的90个。
- 技术人员总希望将每个需要的不需要的功能都铺在面板上让用户看到。而好的产品总是让用户看不到技术的存在。



产品设计—高端用户的口碑影响力

- 做差异化和高端化卖点倒是不错，未必有多少人用，但能影响人，如IMAP4功能
 - 只有我们和GMail做了免费的IMAP服务！

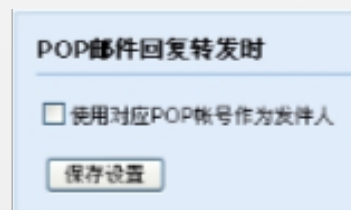


- IMAP，邮件搜索，SSL并且是满足最挑剔的用户
 - QQMail是国内第一家支持邮件全文搜索的邮箱



产品设计—高端用户口碑：只要是用户需要的，不妨大气一些

- 我们可以大气一些，有用户价值我们就应该这么做。赢得高端挑剔用户的口碑
 - 只要在POP文件夹的回复和写信的默认帐号都是该POP地址，甚至后来我们还允许用户将所有发信地址都缺省设置为其它邮箱地址。后来数据证明，POP文件夹的使用用户超过85%都是活跃用户，我们人性化的服务更能赢得用户的认可



POP邮件回复转发时

☐ 使用对应POP帐号作为发件人

- 提供POP，提供



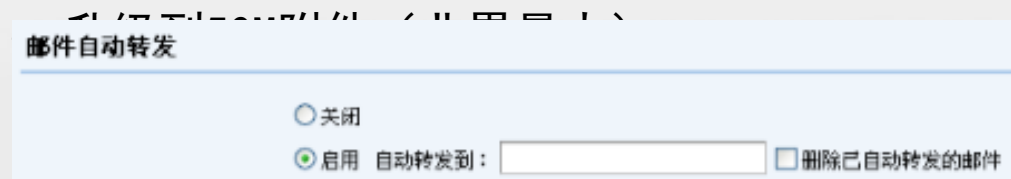
默认帐号

默认发信帐号：

- ☐ lakezeng@vip.qq.com
- ☐ zengming@vip.qq.com
- ☒ lakezeng@qq.com [注销 lakezeng@qq.com](#)
- ☐ 391438@qq.com
- ☐ 其它邮箱帐号

其它邮箱帐号下拉菜单选项：
lakezeng@163.com
lakezeng@163.com
lakezeng@sohu.com
lakezeng@sina.com

牛箱

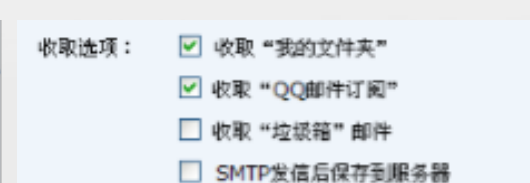


邮件自动转发

☐ 关闭

☒ 启用 自动转发到：

☐ 删除已自动转发的邮件



收取选项：

- ☒ 收取“我的文件夹”
- ☒ 收取“QQ邮件订阅”
- ☐ 收取“垃圾箱”邮件
- ☐ SMTP发信后保存到服务器

产品设计—高端用户的口碑影响力：安全和新终端接入

- 支持邮箱名，能关闭数字帐号

默认发信帐号：

☒ pony@qq.com

☐ 711029@qq.com

☒ 关闭数字帐户：711029@qq.com

- 支持双重密码，更加安全

帐户安全

独立密码：

[修改独立密码设置](#)

(您已成功设置了QQ邮箱独立密码)

加锁“文件夹区域”：

[修改加锁设置](#)

- 支持高端和商务手机体验



iPhone



Windows
Mobile



Nokia
Symbian

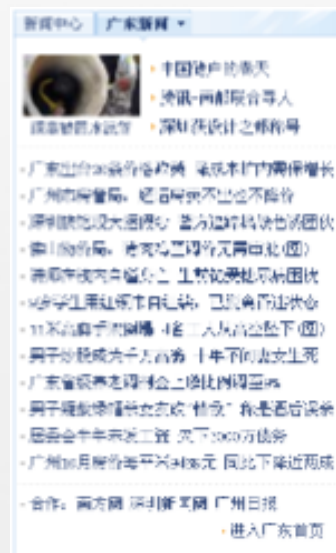
产品设计—高端用户的口碑

- 浏览器的兼容性，如QQMail一直是兼容多种浏览器
 - IE内核类
 - Firefox
 - Chrome
 - Safari
 - Opera
- 产品功能的向后兼容性
- 产品升级时的兼容性考虑，包括
 - 用户的设置的配置和使用习惯配置
 - 安装位置，文件夹的命名格式等
 - 如何更Smart的更改注册表(已有则无需再写，减少操作系统和安全产品的预警)



产品设计—满足用户个性化需求

- 在无形中提供针对用户的个性化服务
 - 默认提供本地新闻，并提供用户设置



- 本地天气，个性化换肤（推送+自定义）



产品设计—持续增加新功能

- 如何在良好口碑下持续增加功能
 - 常规功能逐步补齐
 - 细小局部创新永不满足
 - 建立快速反应开发机制，实时灰度上线体验与反馈调整
 - 谨慎增加，判断用量，适时出现
 - 产品经理与开发人员的驱动心态

小结

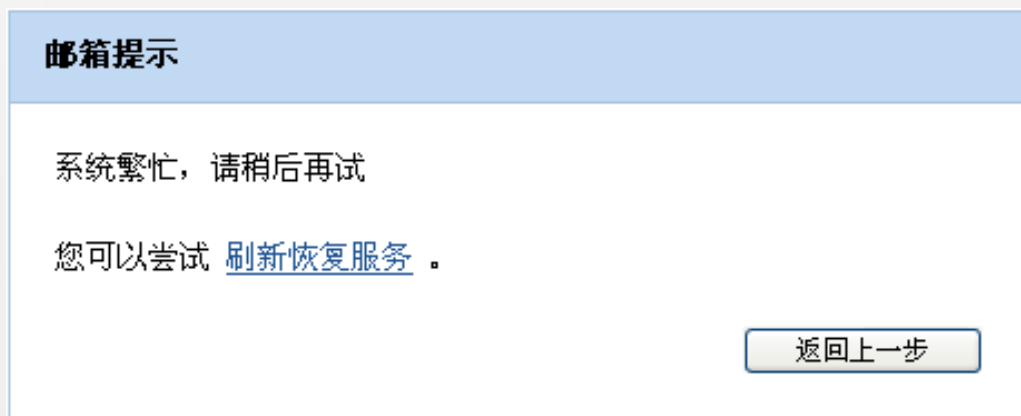
- 产品设计
 - 口碑传播
 - 少即是多
 - 兼容性
 - 无所不用其极
 - 关注性能和速度
 - 抓住高端用户
 - 大气的设计
 - 满足用户个性化需求
 - 寻求差异

● 运营式研发

- 服务可靠稳定：基础设施、架构、应用设计对容灾的考虑
- 日日用(包括周末)，人盯人
- 看论坛，搜博客，重视反馈，体现开发团队的活力，拿口碑
- 建立快速上线测试机制

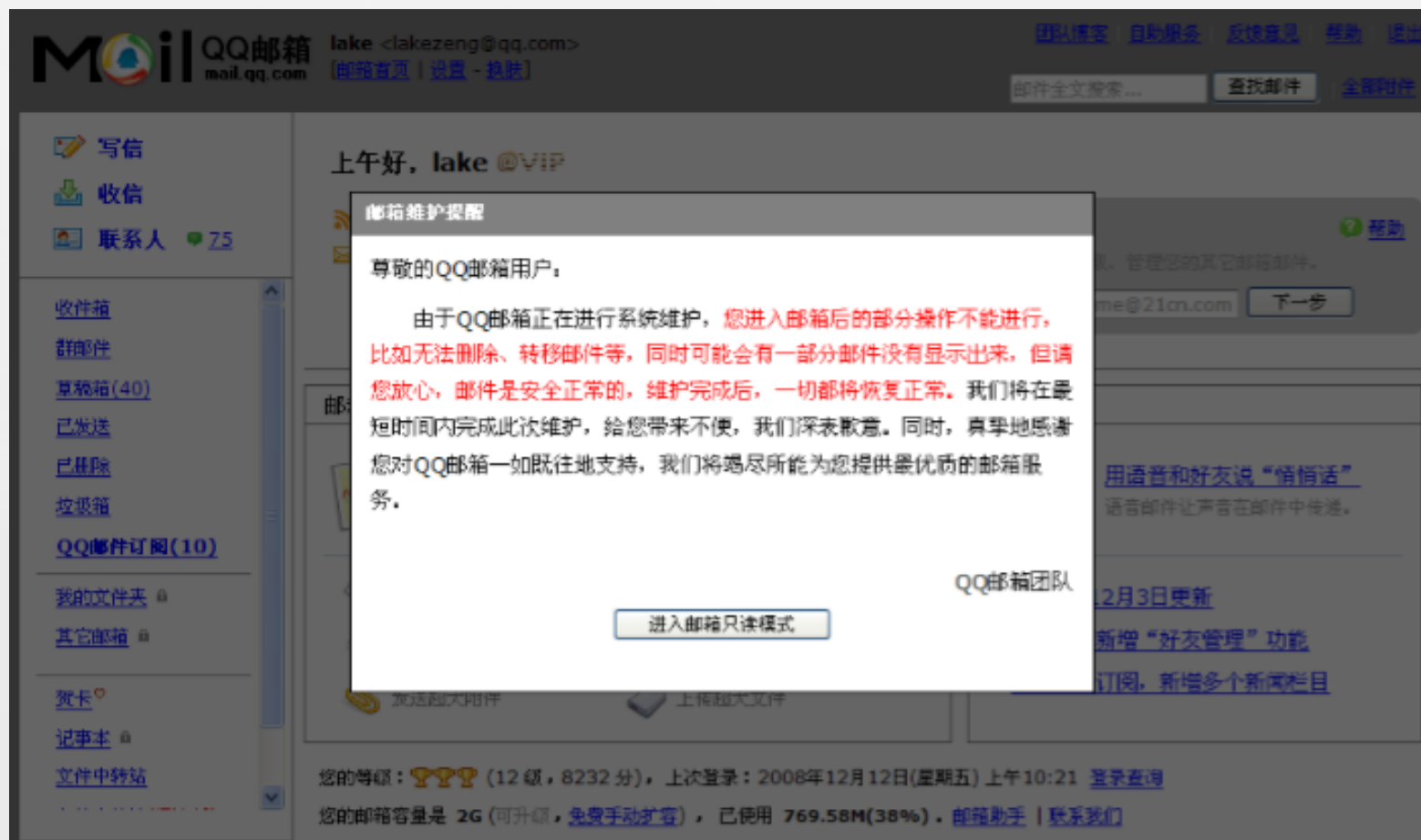
运营一不稳定会“功亏一篑”

- “运营真不能再出问题了。 IDC和应用抗故障两方面都要加强，否则功亏一篑”
 - 07年QQMail出了一些运维故障。现在通过核心的系统和业务数据异常波动来发现问题



运营— 抗灾容灾能力

- “发生硬件故障时，至少要能让用户看邮件”
 - 今年发生好几次硬盘故障导致的几小时的邮箱不能用。现在QQMail正在开发“实时只读容灾系统”，即使硬件故障，用户也能利用实时备份的数据进入到邮箱的“只读”模式读邮件（同时支持写邮件）。



运营—跟踪用户定位问题

- “当看到用户在论坛和博客上提到有关邮箱的某些不明确的问题时，产品人员都会通过QQ、邮件等各种可能的联系方式，主动去联系对方，搞清楚问题的细节并解决问题。当然，用户也会报答我们一个好的口碑。”
 - 补充：有位QQ员工给我发信息，问我的QQ号码，想知道为什么我总收到那么多垃圾邮件。我给了他QQ号码。几个月时间过去了，垃圾邮件问题得到了解决，在这里对他说一声谢谢。只有那些精益求精的员工呆在企业里面，企业才能更好的发展，员工的前途才能更加光明。Tencent 公司确实吸收了那些最优秀的员工，支持！

关于垃圾邮件的问题

发件人: lake <lakezeng@qq.com> 查看

时间: 2008年8月20日(星期三) 中午1:51

收件人: cjq.999 <cjq.999@gmail.com>

新窗口阅读

更多操作



Wesley Chen, 您好。

我是lake, QQ邮箱团队成员。今天看到您的一番博客：

http://blog.163.com/1984_107/blog/static/590060302008718111147530/，在文中提到收到大量垃圾邮件。给您带来不便，我们深表歉意。

我们对这个问题很重视，希望您能配合查清原因，并得以解决。请问垃圾邮件是出现在收件箱，还是垃圾箱中？方便告知您的QQ号码吗？

期待您的回复！

日志

刚毕业

李宇: 大 中 小

繁忙的日子

忙碌之周，两个月又过去了，就像今天晚上的日暮一样。来也匆匆，去也匆匆，来不及让人留恋品味。在年初，人生处于低谷的时候，我根本不知道怎么样才能走出来，内心极度郁闷，郁闷，郁闷，看不到一点光明的曙光。只有内心深处的一种信念支撑着我，没有任何人，任何事情能阻止我前进的步伐。我，绝对不允许自己沉溺在这种状态下停留太久！没想到，我真的做到了。这两个月，我真的是就那样度过了那段艰难的生活。已经有两个月不曾关注心理，不再研究哲学了，也不看任何的文字作品了。这是一个多么大的进步啊。我终于能很平静的看待一切问题了。真是，接受了整个世界。那些琐碎而疼痛的往事，早已烟消云散。

转移注意力，学一些自己感兴趣的東西，感觉自己还能坚持下去，还能进步，这种感觉真是太美了。我对一门编程语言产生了浓厚的兴趣，我把它当成工作之外的时间投入进去，每天晚上睡觉的时候，脑袋里总是想着怎么把那个算法实现，或者变通的更好，不断的意识到自己的创造力，内心更加的得意。我觉得每天都在进步，每天都有成就感。我申请了一个技术论坛的管理员，每天都能收到各个国家，各种人的各种问题，然后我会不厌其烦的为他们提供各种解答方案，学习那些牛人的思路，受益匪浅。那些人，有开博论坛的技术专家，有著名公司的经理，也有那些刚毕业的大学生。我从不与人交流，感受他们对我技术的佩服，感受他们帮助别人的那种奉献精神，为自己是他们中的一员而自豪。也许，这种生活，才是我想要的这种——永远的朝气，永远的蓬勃向上的势头。

我有时候真的感觉这个世界很好，那么多人，为了生活而忙碌，变得那么忙碌，那么现实，那么多人，为了一点蝇头小利，不惜损害别人的利益，那么多人，冷冷的面容，冷漠的让人觉得可怕。那么多人，浑浑噩噩的活着，一天到晚都在那里抱怨；那么多人，为了迎合别人，从来不敢透露自己内心的真实想法。人生长短几十年，那么计较，计较上天的不公平，计较待遇的不公正，计较生活的不美好，有意思吗？有意思吗？还不如活出自己的人生，把烦恼抛之脑后！

以前认为自己是一个多么快活的人，现在想起来也觉得好笑，很快活的时候才需要快活，很烦的时候就要发泄，无所事事多么快活，话出自我，无愧于自己就好。有个朋友说，人的一生，无非平白无故，欺人，被人欺，自欺是愚昧，欺人是无耻，被人欺是窝囊。

两个月还有好多作业了，这个周末就好好放松一下吧。有些邮箱好久不曾打开，今天看了一下，一堆一堆的垃圾邮件。在这里给大家一些建议，希望你们有所收获。

Google 邮箱是个世界上最好的免费邮箱了。当然啦，那有缺点，Google 邮箱有点普通，你用的越多，会发现更多的惊喜。显然看起来很不错，Google 邮箱特有的搜索功能，让我能在自己上千封邮件中，随时找到自己想要的那封东西。以前觉得QQ邮箱挺好的，现在我的QQ邮箱却垃圾爆了，一堆一堆的垃圾邮件不间断的骚扰着我的QQ邮箱，让人烦的都不想理它。真是你搞技术，最好用英文搜索。中国人的外语精神，对于外国人来说，真的挺尴尬了，不是吗？

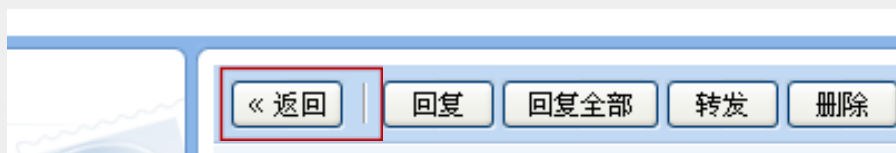
补充：有位QQ员工给我发信息，问我的QQ号码，想知道为什么我总收到那么多垃圾邮件。我给了他QQ号码。几个月时间过去了，垃圾邮件问题得到了解决，在这里对他说一声谢谢。只有那些精益求精的员工呆在企业里面，企业才能更好的发展，员工的前途才能更加光明。Tencent 公司确实吸收了那些最优秀的员工，支持！

● 交互设计

- 把自己想象成一个迟钝、挑剔、易怒的傻瓜来使用产品
 - 抓主要矛盾，重点关注最常使用的交互点
 - 产品经理有前台和后台技术背景，有助于设计的判断和平衡
 - 擅长体会和学习业界优秀交互案例
-
- 视觉关注和决策行动，决定准确和快一秒
 - 键盘少敲一下，鼠标易于点选，鼠标少移一段，操作形成定势
 - 照顾用户习惯
 - 如何把新功能引入

交互设计—Don't make me think

- “返回”的位置和做法很重要:这是整个QQMail的交互的“枢纽”，如同围棋中的“玉柱”，也定义了邮箱的交互风格。
- 帮用户自动选中：在输入独立密码或加密folder输入密码时错误后，应该把输入框内的内容select上，这样就可以直接打入而不用清除了
- 光标定位：之前的点“回复”时光标focus到正文的问题改好了，但却没有注意到点“转发”时光标, 反而应是在“收件人”处而不是正文处，因为一般总要填写转发人，而回复(包括回复全部)则是直接输入内容。



交互设计—符合用户习惯与预期

- 类Outlook客户端操作，但比它做得更优秀
 - 先字母排序，再优先显示最近联系人，减少键盘操作。这么细的体验，但一旦用上，就觉得别的同类产品很粗糙了！

收件人 (E)...	thl
抄送 (C)...	thomas (唐沐) <thomas>

VS

收件人	lake
抄送	"小明" <lakezeng@qq.com> "小明" <lakezeng@tencent.com> "lake" <lakezeng@vip.qq.com> "zeng lake" <lakezeng@gmail.com> "lake" <391438@qq.com> "lake" <88881216@qq.com>
主题	
正文	

交互设计—符合用户习惯与预期

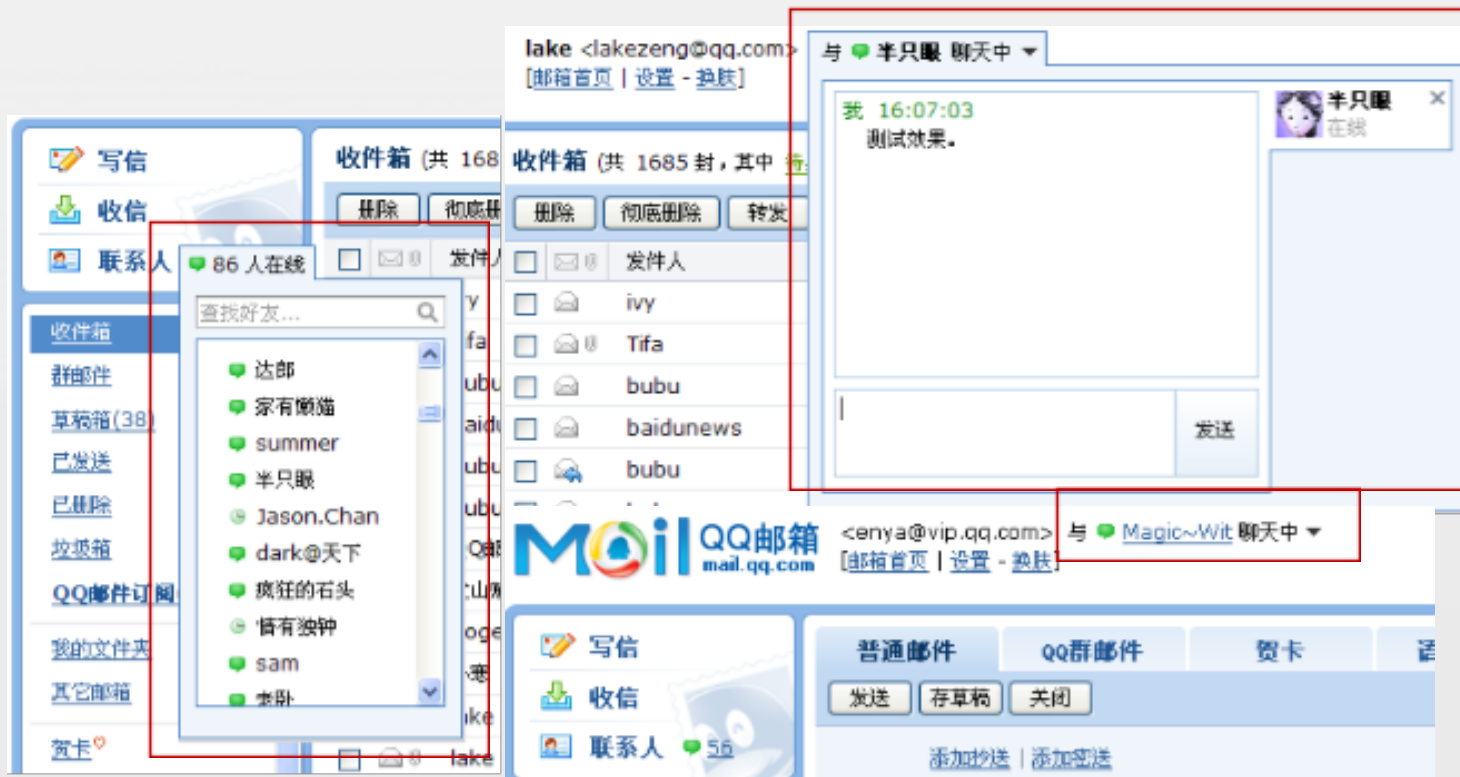
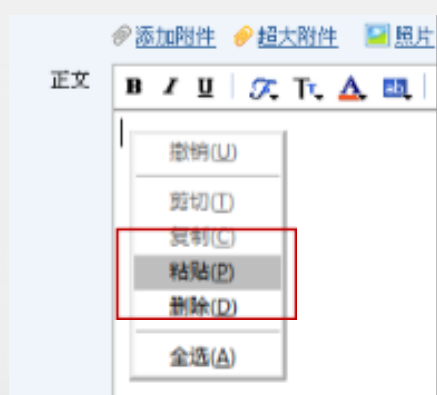
- 兼容客户端邮件菜单习惯

- 在用TT或QQ/TM/RTX截屏后的图, mail原来在写信时用Ctrl-V可以贴出来, 但右键则不能。

- 不要随意去掉用户正在使用的功能

- 原来mail在做出了“HTML方式查看”后, 去掉了“打开”功能

- 符合用户预期, 点击其他地方, WEBQQ的浮动窗口隐藏到固定位置



交互设计—适时的提醒

- 没必要的提醒不需要出现
- 而适时出现的提示或功能，用得好，不但不会骚扰用户，还是对用户的细致的关怀（当未读邮件过多时，提示删除历史邮件）
- 数字和字母帐号不同方式；图片验证旁提示“不区分大小写”，细节中体现体贴；

修改前 修改后



交互设计—不强迫用户

- 喜爱QQMail的很多用户有不少是比较喜欢干净的，TIPS ICON默认不点亮

邮箱在QQ中的设置

☐ 在QQ中点亮邮箱图标

(勾选开启后，在QQ2007 beta3及以后版本上将“点亮”您的邮箱图标。)

- 不滥用QQ资源，保护用户体验
 - 需求：是否要让QQ打包一个右键菜单“发送文件到邮件”占领用户的右键？
 - 结论：“这种强制右键的少搞为妙，为不到1%的需求让99%的人右键被染很不好。”

交互设计—寻求最佳方案

- 看起来很小的细节，也是需要多种方案反复斟酌，才能做出最佳选择。
 - 收到带附件的信在上面提示得不够好，如果才是1-2个附件，完全可以把附件名全部显示出来。上面下面都显示
 - 附件的位置，上下左右都放了一遍，最终选择带文件名的方案
 - 以前的方案
 - 现在的方案

附件：📎 1个

附件：1个 ( 广州研发中心工作概况200811.doc)

交互设计—操作便利

- 鼠标响应区域的大小，灵敏度和精确度，直接影响操作体验

示例:QQMail, 业务导航区, QQ音乐



○ 鼠



主键点击的精确判断)

停

- 右键菜单出现后的左击画面不执行暂停，视为取消右键菜单

小结

- 交互设计
 - Don't make me think
 - 符合用户习惯与预期
 - 做适时的提醒
 - 不强迫用户
 - 选择最佳方案
 - 操作便利

视觉设计—传播产品理念

- 只有当我们对产品抱有一个完美的理念和愿景的时候，我们才能做出优美的设计来体现理念
- “QQ邮箱，常联系”是我们的愿景。这个愿景需要完美的产品设计，优秀的技术实现，和优质运营来达到
- “封面画和选词，呼应邮件含义，淡雅而不张扬”



QQ邮箱，常联系！

从明天起，和每个亲人通信
告诉他们我的幸福
那幸福的闪电告诉我的
我将告诉每个人

——摘自 海子《面朝大海 春暖花开》



QQ邮箱，常联系！

1982年，第一张电脑笑脸诞生
今天，人们已经习惯用它来表达心情
现在，您也可以在邮件里用:-)来say hi!

[了解更多表情符号](#)



QQ邮箱，常联系！

2500年前，人们飞鸽传书
160年前，莫尔斯发明了电报
37年前，第一封电子邮件发出
今天，QQ邮箱联系你、我、他

视觉设计—干净，简洁，工具化

- “推广”很重要，“简洁”也很重要，因此舍“推广”而取“简洁”
 - 语音邮箱放到邮箱登录后的邮箱首页右上角，但太重hardsell了，会影响一些速度和简洁性
- 不多用一个图片
 - 在好友Qzone文章的摘要前加头像，感觉会破坏阅读感（容易吸引眼球到头像而非文章），而从关注好友的角度，头像能突出好友。但给用户2个图片，用户看哪个呢？
- 工具化设计意味着清晰的逻辑和操作。不是内容越多越好，是越简单越好。



视觉设计—制定规范，维持统一

- 文字使用要规范，语法，大小，颜色，大小写都需要注意
 - 能用一个词表达的，不用一句话。能用一句话表达清楚的，不用两句话
 - 每个概念都只有唯一一种表达。如”VIP”的概念
 - 能用一种字体颜色的，不多用一种颜色
 - 能用一种字体大小的，不多用一种大小

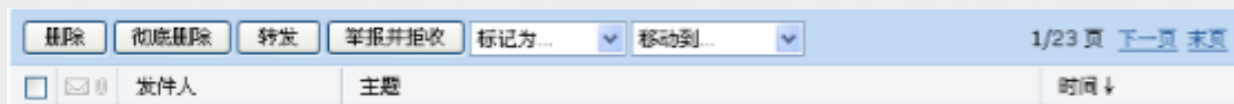
- 用标准组件

- 能用标准控件的，不自己画控件
(一个button, 就有focused,selected, up/down,enabled/disabled,考虑浏览器兼容)
- 能用文字的, 不用图片 (加图片是要申请的)
- 保持尽可能少的格式样式

- 维持统一

- 就算字体和行间距等小细节都应该关注到
- 英文字体 Tahoma

[VIP帐号登录](#) | [反馈意见](#) | [帮助](#)



视觉设计—重点突出

- 每个页面（板块）只有一块视觉重点。并且，突出重点，不让用户去找。
 - 原来的设计排版不对，有一横条的压着的情况黄色块就不能加框，视觉会很繁杂看着不舒服，句号也是多余的
 - 原来方案 目前方案

Pony: 在设置了独立密码的情况下，当登陆到需要输入独立密码时，总是先出来输入框，此时已可输入，我经常是立刻输入，但打了几个字母后上面，才瞬间出现上面的黄色提醒“请输入独立保护密码”，而会导致输入框位置立刻下压，比较影响输入。最好能改一改html里的结构，能够快速让人立刻输入（越快越好）的基础上，其他显示的可以慢些load到但不影响其他部件的改变。

视觉设计—防止不恰当的低龄化

- 在追求“简单”的过程中，QQMail不知不觉的变得“中性”、“成熟”化。
- 当我们更加理性和严谨地设计产品的时候，自然会远离“低龄”倾向。“成熟”源自合理的设计，“低龄”源自不合常理的设计。



不恰当的低龄化



小结

- 视觉设计
 - 传播产品理念
 - 大气成熟, 干净整洁, 工具化
 - 规范与统一
 - 重点突出
 - 防止不恰当的低龄化

补充：QQMail和QQ影音体验成功的关键点

- QQMail总结起来，做到了：快速，稳定，功能强，体验好
 - 快速：QQMail登录速度是同类产品最快的，最初“简捷版”的诉求就是“简单，快速”
 - 稳定：一直在努力中
 - 功能强：不一定做很多功能，但做了的要做到最好
 - 体验好：只有贯穿产品设计，UI设计，技术设计与实现，才能保证好的体验
- QQ影音低调推出后，外界反响普遍不错，是我们桌面产品比较成功的一个。
 - 成功的关键是产品的基本功-播放功能比较扎实，
 - 如硬指标是对多种格式的支持、硬件加速后高清视频的CPU和内存占用
 - 视频的色彩、清晰度、流畅度等。
 - 同时开发人员跟产品经理都能很关注用户反馈并及时回应，这点很重要

持续优化用户体验的态度

- 常见的态度
 - 遇到问题，总是解释和推托，而非想更多改进和优化的方案
 - 只是默默的接受意见，但不多想一下为什么，和怎么做得更加好
- 只有乐于接受建议和批评，才有改进的机会

值得学习的产品

- Web 产品
 - Google: 文字化界面, 极致简洁, 排版清晰, 重点突出;
 - Yahoo: 一致性好, 风格清新, 排版有标准有章法;
 - Facebook: 工具类界面, 框架简单灵活, 并具备扩展性, 突出内容少装饰;
 - Apple: 风格大气和时尚, 图片和文字混排运用得当;
- 客户端产品
 - Picasa: 体验创新, 于平常处和细微处见创意;
 - 360: 功能全面, 体验细致

总结：需要关注的体验理念

- 产品设计

- 口碑传播
- 少即是多
- 兼容性
- 无所不用其极
- 关注性能和速度
- 抓住高端用户
- 大气的设计
- 满足用户个性化需求
- 寻求差异

- 运营

- 不稳定会“功亏一篑”
- 跟踪用户定位问题
- 抗灾容灾能力

- 交互设计

- Don't make me think
- 符合用户习惯与预期
- 做适时的提醒
- 不强迫用户
- 选择最佳方案
- 操作便利

- 视觉设计

- 传播产品理念
- 大气成熟，干净整洁，工具化
- 规范与统一
- 重点突出
- 防止不恰当的低龄化

谢谢