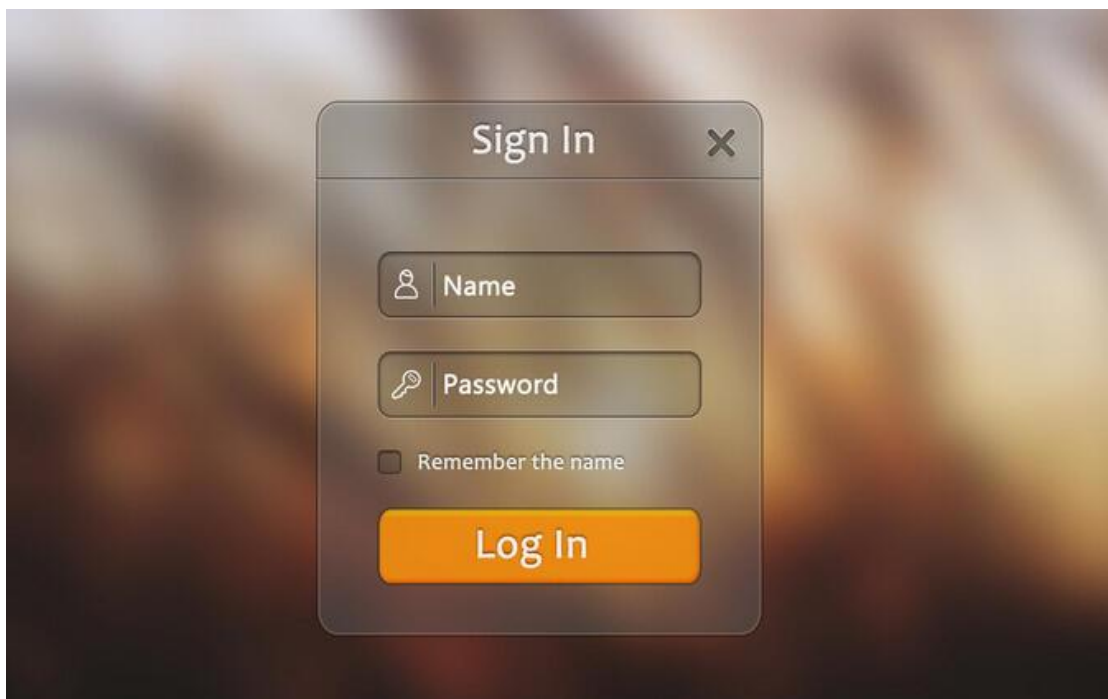




《15 篇干货快速掌握产品注册/登录设计所有技巧！ | 壹佰干货铺》赠送文章

## 1、《作为产品经理，我是这样设计登录和注册的》



简单的事情往往却很难做好做细，就像一份炒饭，却值得周星驰为其拍了一部《食神》，却值得哈林为其唱了一首《蛋炒饭》。登录和注册大概是所有线上平台都拥有的功能模块，也是用户最早能够接触到的平台功能，不仅业务流程简约，而且模块功能单一，甚至设计的页面也不会超过 5 个。但是你会发现，就是这么简单的登录和注册，有的网站做的行云流水和如丝般顺滑，有的网站做的沟沟坎坎和雷坑遍布。



Click here to  
**REGISTER**

为什么会有这么大的差异?我认为在于思路的混乱和不一致。只有掌握了严谨和逻辑的设计思路，不仅简单的登录和注册会给用户留下良好的第一印象，也会让你在其他业务模块的产品设计中行云流水。

下面就跟随磊叔来一次登录和注册的产品设计之旅。磊叔拿工资向你保证，这将是你人生中最精彩的旅行之一。

## 1. 万事第一问：为什么

5W 思维工具的第一个 W 即是 WHY，为什么。

产品经理接到需求的本能反应应该是问一句：为什么要做这个需求?搞清楚需求的前世今生和来龙去脉，再加上“知己知彼百战不殆”的指导思想，对于接下来的需求分析、业务实现、功能落地都有莫大的好处。

为什么要做登录和注册?

登录和注册的需求来源部门或许有着五花八门的回答，也许是建立用户体系的需要，也许是收集用户信息的需要，也许是用户运营的需要，很多也许。多不要紧，但至少我们知道了实现“登录和注册”对于业务有着至关重要的作用，且会对很多业务功能产生重大影响，需要产品经理认真、慎重的进行设计。

到此为止，即可。

## 2. 抽丝剥茧：搞定主要矛盾先

搞清楚了来龙去脉，明确了重要性，现在就来点实用知识，开始进入实际操作，从登录和注册的最核心业务开始分析。

很明显，登录和注册的主要矛盾就是完成两件事：用户登录和用户注册。

登录，就是提供给用户某种 **user interface**，简称 **UI**，即用户接口，让用户填入某些标识信息来与系统中已有数据进行身份验证匹配，并赋予用户某些特殊功能使用权限的过程。

听上去很复杂，实际上登录的主要矛盾就是：

让用户能够输入某种专有信息，例如独特的字符串、电话、身份证、电子信箱等等，  
总之能唯一表明这个用户的身份信息即可

为了解决这个主要矛盾，我们就设计两个输入接口：

身份标识：暂定用户名、手机、电子邮箱三者选一

密 码：暂定 6 位字符

注册，就是将用户的信息保存在系统中，用以日后的登录匹配信息之用。

实际上注册的主要矛盾就是：你到底要保存用户的哪些信息？

为了解决这个主要矛盾，我们就设计采集并保存以下用户信息：

身份标识：暂定用户名、手机、电子邮箱三者选一

密 码：暂定 6 位字符

没错，和登录一模一样，为什么？

注册的目的是满足登录信息匹配之用，最最基础的匹配就必然要求登录和注册的所需字段必须一模一样，就好像两个齿轮一样必须啮合。

听上去是废话？不，我就见过很多初入门的产品经理将登录所用字段和注册所用字段设计的不一致，被研发劈头盖脸的痛骂。

到这一步，我们为登录和注册增加了第一批的两个页面：登录页和注册页。

### 3. 深入一点：业务要闭环

有了两个最基础页面还不算完，在流程图上还是两个独立的点，因为业务流程没有闭环。这个时候就要问自己几个问题：

登录成功去哪里？

登录失败又去哪里？

注册成功去哪里？

注册失败又去哪里？

为了完成这个业务流程的闭环，我们就需要增加几个页面：

登录成功页：通常是跳转到首页，或者个人相关的页面，或者其他有特殊需要的页面。

登录失败页：通常是跳转到登录失败页，告诉用户登录失败的原因。

注册成功页：通常跳转到有特殊需要的页面。

注册失败页：通常是跳转到注册失败页，告诉用户注册失败的原因。

到这一步，我们完成了登录和注册的业务闭环，登录和注册的业务可以打包为独立的业务模块，至此增加了四个辅助页面：登录成功页、登录失败页、注册成功页和注册失败页，总计六个页面。

#### 4. 再深入一点：将业务嵌入使用场景

登录和注册的业务流程已经闭环，且已被打包为独立的业务模块，接下来就要做有很强代入感和参与感的产品使用场景分析，然后把登录和注册塞进需要的流程中。

因为只有融入业务流程的产品设计才能体现出价值，否则，和咸鱼有什么区别。

那么问题来了，有哪些使用场景呢？

首页或着陆页：用户看到平台的第一页，也是最容易联想到的页面。

涉及需要用户身份验证的页面：例如支付、发布内容、查看特殊权限的内容等。

那么问题又来了，如何将登录和注册嵌入呢？

对于首页和着陆页，我们在页面上明显位置增加登录和注册按钮或超链接，尽可能的引导用户完成登录和注册。

对于需要用户身份验证的页面，在需要的按钮或超链接上(例如支付、发布、回复、下载等)判断当前用户身份，非认证用户即转入登录和注册流程。

到这一步，我们将登录和注册嵌入到了平台的业务流程中。至此，登录和注册的产品功能和业务设计基本上完成了。

#### 5. 琢玉成器：用户体验是需要手工打磨的

且慢，产品功能和业务设计只完成了 50%，还有 50%就是前端产品经理常常挂在嘴边的用户体验。

用户体验这回事比较虚，也比较主观，这里就抛砖引玉几个思考点吧：

如果用户名使用电子信箱，如何让用户能够快速完成电子信箱的录入？

如何设计良好的登录页错误提示？

是否需要记住密码?还是需要 2 周内不用登录?  
能否不用鼠标来切换用户名和密码框?  
能否用回车键来替代鼠标完成登录或提交的操作?  
如何让用户快速完成注册页的各种字段录入?  
如何限定注册页的必填字段?  
如何设计密码强度的提示?  
如何设计良好的注册页错误提示?  
如果注册页有用户头像, 是否需要锁定头像比例?是否提供在线裁剪?  
是否需要给用户设置默认头像?  
如何快速切换注册页的各个字段输入框?  
注册页各个字段的填写提示是否简洁清晰无歧义?  
其实还会有很多很多问题, 需要我们慢慢打磨、细化。

## 6. 丰满羽翼: 加持业务部门的需求

截至目前, 登录和注册既实现了功能和业务, 也优化了用户体验, 照理说可以打完收工了。不过, 建议此时的产品经理主动出击, 去了解、收集其他业务部门的需求。

什么需求?

运营部会说, 登录页没法运营;注册页也没办法运营。

市场部会说, 登录页没有体现出我们平台的定位;注册页也没有体现我们平台的定位。

blablabla...当然, 有道理的需求可以接受, 开始加持业务部门的需求:

登录页背景图改为广告位和内容推荐位, 满足运营的需求。

登录页设计平台 Slogan 展示位, 给每一次登录的用户洗一次脑。

注册页增加广告位和内容推荐位, 吸引用户完成注册。

注册页设计平台 Slogan 展示位, 给每一个正在注册的用户洗一次脑。

截至目前, 你已经超越 99%产品经理的设计, 可以喝口茶喘口气, 简单的小结回顾一下:

梳理核心业务需求, 解决主要矛盾

将业务闭环, 保证可用

嵌入其他业务流程

打磨用户体验

加持业务部门的需求

不过!我们还能做些什么呢?

## 7. 玩出花：还能做些什么呢？

这里抛砖引玉说几个：

### **(1)用户访问热点和行为监控**

这个绝对是核弹级别的增值功能，虽然对于用户不可见，但是对于产品经理了解无法见面用户的使用行为是一个必不可少的功能。通过采集用户在页面上的各种行为，产品经理可以获取到用户的浏览习惯，作为优化产品的重要数据支撑。

### **(2)第三方登录**

前文已经提到过，登录和注册是任何平台阻碍用户的一座大山，如何能够降低登录和注册的难度，如何能够减少登录和注册的步骤，如何能够提高登录和注册的效率，值得仔细思考。

幸运的是，现在各大流量入口平台逐步开放，纷纷提供了第三方登录的接入，可以帮助用户快速的翻过注册的大山来享用我们提供的服务。

### **(3)重置密码或者找回密码**

这个功能则是为用户登录时可能存在的忘记密码提供了一个处理渠道。不要小看这个功能，在严谨的业务流程中留出一个异常处理天窗，不会让用户在使用业务功能时掉入死胡同或者“功能黑洞”。

## 8. 结论

简单的登录和注册，也需要严谨、逻辑和科学的思路。

## 2、《总结 | 一个产品经理关于登录注册的思考》

其实也讲不了）我们在肯定要做这个功能情况下，接下来才允许我去啰嗦一会。

LOGO

登陆

糟糕登陆失败了，请检查您的网络是否连接！

邮箱

密码

登陆

登陆成功：  
1. 用户网络条件符合 且 服务器服务正常 且 代码执行正确 且 账号密码相对应；  
登陆成功当前窗口页面跳转至登录成功提示页（首页/xxx页）  
登陆失败：  
1 用户网络条件差、服务服务出错、代码执行出错提示“糟糕登陆失败了，请检查网络是否连接！”  
2 账号不存在提示“您输入的账号不存在，是否需要 [创建账号](#)”  
3 账号密码不符，提示“您输入的密码不正确，是否 [忘记密码](#)？”  
登陆失败，留在当前页面；

登陆

点击登录按钮检查内容

1. 输入检查  
账号密码是否输入  
否提示“请输入账号/密码”；  
邮箱限制40个字符  
超出提示“您输入的邮箱账号不符合要求”；  
密码限制20个字符  
超出提示“密码输入超过20个字符”；  
2. 安全性检查，防止代码注入。  
3. 账号是否存在  
账号不存在提示“您输入的账号不存在，是否需要 [创建账号](#)”  
4. 账号状态检查  
创建账号5分钟内状态处于：未激活  
提示“您的账号未激活，请到邮箱查收邮件，请激活后登录”。  
5. 检查密码  
账号正确的情况下，密码是否正确  
账号密码不正确，提示“您输入的密码不正确，是否 [忘记密码](#)？”  
创建账号：  
点击 [创建账号](#)，当前窗口页面跳转至创建账号页  
忘记密码？  
点击 [忘记密码](#)？当前窗口页面跳转至忘记密码页

感觉直接上图才对得起和我一样渴望进化的产品 Newers。

关于登陆/注册那件事，用你来总结一下我短暂的 PM 路不会介意吧？

PMers 在谈论一个功能点的时候，大多按着现象-->提炼需求-->分析/评审需求-->功能策划-->界面设计-->功能说明(PRD)-->....但是在登陆/注册这件事上，想必我们的大多数同行想得很少，甚至没想就加上了!!!一个产品必须得有登陆注册功能吗？这不是我今天要讲的内容（装逼了，我其实也讲不了）我们在肯定要做这个功能情况下，接下来才允许我去啰嗦一会。

下面就啰嗦一点： 登陆/注册这件事怎么才能写得清楚并完整？

想起当年的自己用 Axure 画出登陆注册的界面都开心了好一阵，以为自己就要出任 PM，迎娶 BFM 了（此处我在笑）；

一个按钮两个框，登陆我们怎么说清楚？

关于按钮、输入框等等要考虑的事情，我并非一次凑全，多亏了身边那一群猿的鼎力(kou)相(da)助(ma)，才得以修炼成仙。

## 登陆-邮箱 输入框要考虑：

### 1. 输入检查：

- 1.1 不允许的特殊字符；
- 1.2 输入值超长/大；
- 1.3 区分大小写；
- 1.4 输入以否。

### 2. 账号检查：

是否已注册，已激活，否提示"您的账号未创建，请创建后登陆。"

### 3. 状态检查：

是否已注册，未激活，5 分钟内激活账号视为已注册，已激活状态，过期账号则创建失效，需重新创建；

若 5 分钟之内未激活账号则前往登陆，提示："您的账号已创建，请登录邮箱查收激活邮件激活账号"；

### 4. 安全性检查：

防止代码注入问题； 点击登录按钮时，检查发现后自动屏蔽；

## 登陆-密码 输入框要考虑：

- 1. 密码是否正确，密码正确提示"绿勾"，否提示"糟糕，密码出错了"，同时清空，焦点落入密码输入框。

### 登陆成功

，跳转至应用首页，或是指定的 xxx 页；（不是所有登陆成功后都是跳转到首页的）

### 登陆失败

，代码执行出错，链接超时在 LOGO-登录后提示："糟糕登录出错了，请检查网络是否连接"。此处太冤枉网络服务商了；



LOGO

创建账号

邮箱

密码

重复密码

称呼

姓名

验证码

创建账号

密码设置需6-20位字符，可包含数字，大小写英文字母及特殊字符，不允许空格

显示在这

我有账号了，去登陆>>

创建账号：提示文字置于框左左对齐

焦点离开时检查

1. (邮箱)邮件格式检查 否 "请输入正确的邮箱格式"；

2. 是否已注册,5分钟内已激活 是"邮箱已注册,请前往登录"

3. 创建5分钟内，未激活账号 提示"邮箱已创建，请登录邮箱查收激活邮件，并激活账号"

获得焦点时检查

1. (密码框输入时)是否符合设置规则，否"密码设置不符合要求"；

密码安全度设计规则:  
密码输入框获得焦点输入第一个字符后根据输入规则依次显示：

安全强度

弱 中 强

2. (重复密码)检查密码输入是否一致，否"密码输入不一致"

点击创建账号检查

检查所有输入框 是否填写。

邮箱 请输入您的邮箱

密码 请输入您的密码

重复密码 请输入重复密码

称呼 怎么称呼您？

姓名 请输入您的姓名

数字，大写英文字母、小写英文字母、特殊字符，共四种

栏目	x-x位	x-x位	x-x
一种	弱	弱	中
两种	中	中	强
三种以上	强	强	强

绿勾

尊敬的用户,xxx已向您的邮箱发送了一封创建账号邮件,请到邮箱查收并激活账号!

## 创建账号（注册）

除了上述输入框需要考虑检查的类目外，密码安全是是要着重考虑的！密码安全是是要着重考虑的！！密码安全是是要着重考虑的！！

先看

我朝 BAT 在注册时是如何进行密码安全度设计的

### Baidu

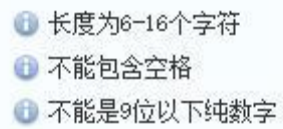
- 长度为6~14个字符
- 支持数字、大小写字母和标点符号
- 不允许有空格

### Alibaba

强度：

- 6~20个字符
- 只能包含字母、数字以及标点符号（除空格）
- 字母、数字和标点符号至少包含2种

### Tencent

- 
- ① 长度为6-16个字符
  - ① 不能包含空格
  - ① 不能是9位以下纯数字

**同：**

1. 均是 6 位以上字符；
2. 不允许空格；
3. 可以包含字母、数字及标点符号。

**异：**

1. 字符的长度设置不同：

**B：** 6-14 位；

**A：** 6-20 位；

**T：** 6-16 位。

2. 字符类型要求不同：

**B：** 不允许有空格，其它不做限制，就是说字母，数字和标点可任意搭配或不搭配；

**A：** 字符、数字和标点符号至少包含 2 种；

**T：** 不能是 9 为一下纯数字。

## 重磅推出！！ BAT 密码安全度设计规则测试报告：

	6 位	7 位	8 位及以上
<b>Baidu：</b> （百度账号注册，密码输入框）			
纯数字	弱	弱	弱
纯英文（标点）	中	中	中
两两组合	中	中	中
三种组合	强	强	强
<b>Alibaba：</b> （淘宝网账号注册，密码输入框）			
两两组合	中	中	中
三种组合	中	中	中
<b>Tencent：</b> （QQ 账号注册，密码输入框）			
纯英文（标点）	弱	弱	弱
两两组合	弱	弱	中
三种组合	弱	弱	强

1. BAT 的密码设计为什么都要 6 位以上？不允许有空格？

2. 为什么阿里的密码设置里没有强密码？

3. 为什么腾讯的密码设置基本为弱密码？

此报告没有结论，欢迎有兴趣的小伙伴加我微信（jizhong8519）一起讨论！！

### 3、《前网易 PM 总监：移动 APP 登录、注册、新手引导、布局的设计经验》



想点子容易做产品难。前网易网站产品部总监郭子威(@纯银 V)推出了两款结构化的旅游产品：蝉游记以及旅行推。他总结了自己在做移动互联网产品过程中的一些经验，包括如何做登录、注册、新手引导、布局等。

#### 以下为原文：

我原本说，产品落地生根，就把这其中的曲折与经验都写出来。结果落地容易生根难，还没到阶段性总结的时候。近来手痒，先写几条实践过的，鸡毛蒜皮的产品经验吧。

#### 还要不要独立注册

刚开始设计蝉游记的时候，我就没留独立注册的位置，只支持新浪/腾讯/豆瓣账户登录。在微博上谈起过这事，当时支持与反对数大约是 1 比 1。反对意见有如下几种：

1、中国的巨头都是流氓啊!!信不过啊!!封了接入权限你死翘翘啊!!!

答：微博封我，还有 QQ 嘛;QQ 封我，还有微博嘛。啥事都往最坏处想，PM2.5 吸多了还致癌呢，活着得多揪心。再说用社交账户登录后，还可以再设置自家的邮箱密码，真被封了，用户也不会丢失掉。

2、中国的公司都是流氓啊!!信不过啊!!不让我独立注册老子不跟你玩啊!!!

答：不玩就不玩，慢走不送。用社交账户登录能泄露你什么隐私?真有巨大风险，新浪和腾讯难道还会开放接口?只要没出惊天事故，社交账户登录就是大势所趋，遗老们不割辫子，民国也会来到。 互联网的一些事

3、社交账户登录后还要再填一次资料啊!!产品经理去吃翔啊!!根本没意义啊!!!

答：这个问题稍后回答。

在蝉游记收到的一千多条反馈里，抱怨怎么没有独立注册的，印象里只有 3 条。而去年大热的唱吧，啪啪，都没有独立注册功能。很多人以为逼着用户用社交账户登录，定是产品经理自私又邪恶，想提高分享数。这当然是原因之一啦，但我更在意的是让产品更简洁，流程更顺滑。简洁顺滑难道不是产品经理的追求吗?

另外，这也增强了产品的反 spam 能力。

综合来说，除非是不愿意透露身份信息的产品，比如约炮调情啥的;又或者是用户角色特别突出的产品，比如垂直社区啥的;其他产品都没太大的必要保留独立注册功能。工具向的蝉游记身体力行，没感受到显而易见的坏处，又享受了简化产品的好处。当然你非要说“为此流失了 40%的沉默用户”，我也不好回答。这只是产品设计上的个性取舍，不重要，也不值得争论。

## 什么时候完善资料

用社交账户登录后，多半已经创建了个人 ID，保险起见，还得让用户填写邮箱密码。

毕竟谁也不知道哪天会被巨头当作竞争对手黑掉。

这里有几个常见问题。

1、刚输入账户密码，用社交账户登录上去，还要继续填写邮箱密码。心中顿时有一万匹草泥马跑过。

2、填写邮箱密码后，还要去邮箱收信验证.....敢问令尊可有长兄?

3、千辛万苦进入到“下一步”，明明已经读取了社交账户资料，还要引导用户更换昵称头像.....如果产品经理站在面前，我会毫不犹豫地一刀捅死他。对!一刀插在胸口上!

尤其可恨的是，你让用户做这么多的糟心事，人家可能仅仅是想写一条评论，点一下喜欢而已。

我对此积怨已久，便把用户行为分三部分：第一是浏览，不需要登录。第二是轻度行为，比如喜欢/评论/收藏，只需登录即可完成，此时同步创建用户 ID 与个人主页。第三是重度行为，比如写游记，必须完善资料后进行。

蝉游记 App 的设计会更极端一点，就连写游记都不需要登录，数据存储在本地。只有当游记被手动同步到网站时，才去登录并完善资料，尽可能扫清新用户熟悉产品的障碍。

简单来说，当用户做一个他认为很重要的操作时，更容易接受一连串注册成本，不至于愤而流失。在那之前，先得引导用户理解产品的价值，让他信任你，喜欢你。但是将轻度行为与重度行为，社交登录与完善资料拆分开，又会带来新的问题。比如用户第一次用 QQ 登录，创建了个人 ID，第二次他忘了这茬，又用微博登录，相当于创建了第二个 ID，然后纳闷了，怎么绑定 QQ 空间会失败啊？

这类反馈共收到十来条，占总反馈数的 1%。算是简化注册流程的后遗症吧。

另外，我觉得大多数产品既不需要验证邮箱，也不需要更改昵称头像——直接沿用社交平台资料就好，大不了在 N 个社交账户之间自行选择。有什么情况是新浪微博、QQ 空间、人人、豆瓣头像你都不满意，非得再设个新头像呢？这类反馈我只收到两三条，转脸不予理会。

## 怎样处理新手引导

曾经在微博上吐槽 App 全屏蒙层显示的“新手引导”，大约有上百条留言跟吐，竟然没一个人说自己会看提示，全都是疾如闪电般“下一步”！

全屏蒙层的引导早就过时了好不好，谁他妈还有耐心来看这个。

另一些人说，需要新手引导的产品不是好产品——屁嘞，站着说话不腰疼。心灵鸡汤害死人嘞。

我的处理思路是：

- 1、如果不是用户很难自己摸清楚的环节，就不要给任何引导。
- 2、只在必须提示的交互情境下给出引导，引导内容与下一步操作紧密相关。
- 3、引导内容与实际界面有直观的映射，实用主义，少玩虚的。微信 4.2 的概念引导图固然好，你行吗？别邯郸学步。
- 4、引导内容聚焦于一处，最恨全屏画满花里胡哨的图示，都不知道该看哪里，何必卖弄风骚。

5、绝对不要连续出现多页引导，给用户的耐心槽一点回血时间。做可用性测试的时候，发现第 2 页得到的注意力暴跌，第 3 页更是没人搭理，极不耐烦地快速跳过。最后我采用了 **Clear 浮层**——从 **Clear** 里学来的样式，将提示文字与长按钮拼在一起，背景蒙灰，视觉焦点全落在干干净净的浮层上。这样做的设计与研发成本低廉，效果也不错。

即便如此，还是有不少用户快速跳过不看。但蝉游记又有一些很特别的，不仔细看就学不会的交互方式，比如长按相片编辑注释，比如向上滑动浏览行程……奸笑两声，我弄了个“弹到死”的设置。如果不按照提示去操作呢，每次一进这个界面就弹，弹 jj 弹到死，操作过一次后永不出现。

## 导航布局如何简化

最开始我在 App 上采用被 **Path** 带热的抽屉式菜单，很快就知道错了。抽屉式菜单适合单页面中心的信息架构，即 App 只有一个中枢性的页面，80%以上时间在这里停留，所以才要削弱导航带来的干扰，也给内容中枢留出更多的显示空间。

反过来看，抽屉式导航必定会大幅度降低中枢之外，其他页面的访问。

傻逼过一次以后，蝉游记 App1.1 改回了传统的底部 **tab** 布局。但我觉得当初拉抽屉的初衷是好的，即简化信息架构，让产品看上去更简单，更清爽，更容易理解。

于是把底部 **tab** 削减到了 3 个：看游记/找游记/我的游记。

通常情况下，App 底部 **tab** 会有 4-5 个，仿佛是个标配。但是蝉游记的“设置”功能很常用吗？未必吧。“消息”页面被频繁访问吗？未必吧。对于绝大多数时间浏览而非记录的旅行产品来说，“添加内容”一定要摆在底栏中心吗？未必吧。简单一点不好吗？

App1.1 发布到现在快两个月了，我觉得简化导航布局挺好的。不仅仅是 **tab**，顶栏的功能 **icon** 能不放就不放，到处塞满 **icon** 是个自作多情的错误，看见哪里空着就觉得好浪费，好像用户个个都手贱，看见 **icon** 就想去戳——事实怕是恰恰相反。对蝉游记作可用性测试和反馈分析的结果是，用户非常不情愿点击陌生的功能 **icon**，除非他能准确预知其结果。用户注意力很容易被内容区域，以及醒目的文字按钮吸引过去，并因此而忽略掉图标的存在。

## 后记

以上四点，鸡毛蒜皮，无足轻重。

这些细节上的推敲，一丁点也不影响产品的成败，仅仅是设计者的脑力体操与风格放映。真正重要的是另一些更虚的东西，比如价值观，比如信息架构，比如与众不同的卖点，比如版本节奏感，比如两难环节的取舍之道。

做旅行产品是场持久战，古往今来未见一炮而红者。那些真正重要的东西，待到扎根之后再写吧。现在唯一能讲的是，在设计之前，你的脑子里应该有相当具体而连贯的意象，知道自己想要什么，想实现哪种效果。如果别家的产品模块能达到目的，拿过来用无妨，但由于风格、架构与意象的差异，经常抄无可抄，只能从头设计。这通常被称之为创新。与产品视野、设计实力、点子好坏没多大关系，它取决于你看待问题的方式。

看文章评论，有人提到“找游记”应该并入“看游记”，我来补充讲讲设计思路。

从逻辑上来说，这个提议没错。找游记是应该和看游记合并。但实践的时候又有这么两个问题：

1、“找游记”和“看游记”页面都采用了顶部 **tab** 来分隔内容，好处是清晰美观，坏处是这种样式的顶部 **tab**，左右两侧很难塞 **icon** 进去，否则清晰美观的优点就没了，内容也没扩展性。除非把 **tab** 放在顶栏下面一层，还是很丑。而我对界面的美观度挺在意的。

2、更重要的是，按照我的理解，“按目的地找游记”的权重非常高，与“看每日更新的精选游记”是完全等同的。这么重要的页面，如果通过顶栏的 **icon** 进入，那就太曲折隐蔽了，虽然产品逻辑正确，用户情景却不正确。我必须给它一个醒目突出，飞快到达的位置——底部 **tab** 才有这个效果。

当然，产品逻辑和用户情景未必是对立的，现在没法两全其美，是因为 **App** 目前提供的服务就这么少。随着 **App** 拓展更多服务，这个问题倒是很容易解决，但服务又不是张口就来的，需要时间积累。那应该是满长时间以后的事情了。



#### 4、《盘点[注册/登录]产品设计路上爬过的坑》



##### 1.0 非常基础

##### 1.1 因「私有化」而存在

不是所有的产品都需要注册/登录，除非[私有内容/私有操作]具有足够的吸引力。

注册：用户告诉系统 Who is Tom；系统记录 Tom 和口令；

登录：用户告诉系统 I am Tom；系统辨别 Tom 和口令；

## 1.2 Passport 产品线及近亲

通常把注册、登录、找回密码、修改密码、账户关联这几件事归为 Passport 产品线；它的近亲是 Profile 产品线，包含用户资料、个人设置等。

## 1.3 登录是高频，其他是低频

注册、找回密码、修改密码都是低频操作，但都属于迫切程度比较高，也最容易引发挫败感，导致用户投诉及放弃使用产品。

## 1.4 术语：查重、校验、验证、匹配

查重，“查询是否有重复存在”的简称，比如：排除以手机为主键的重复注册；

校验，检查数据是否符合格式，比如：输入的时候为一个手机号码；

验证，确认真实性，比如手机和邮箱真的是用户本人使用，指纹、人脸识别；

匹配，用户提交的数据是否与存储中的数据一致。

## 1.5 术语：Spam 与 Anti-Spam

Spam 指使用脚本、机器人进行恶意批量提交或遍历破解的行为；

Anti-Spam 指防止 Spam 的系统措施。

## 1.6 术语：单点登录 OOS

也就是所谓的通行证，注册/登录一次，可在所有的子产品（跨域）中通用一个 Passport 和相同的 Profile 信息。

# 2.0 注册主键选择

主键是数据库设计中的一个概念，为了保证唯一性，新增用户时必须进行[主键查重]。

## 2.1 以用户名为主键注册

Anti-Spam：非常弱（批量 Spam 账户）。

扩展性：高，随时可切换为以其他数据为主键。

使用场景：私有内容/私有操作较少的情况，比如仅提供了回复、投票、点赞等[轻操作]；

产品雏形期，进行测试的新产品（开发比较容易）。

便利设计：注册和登录可合并在一个界面（不考虑找回密码时）；注册时可顺便把用户名当作昵称搜集。

注意事项：为了让用户找回密码，必须设置密保问题，找回密码代价很高（把自己用户名给忘记了）。

## 2.2 以邮件地址为主键注册

Anti-Spam：中等（自从 QQ 邮箱出来，被遍历攻击的事儿也是不少啊）。

扩展性：中，可以随时切换为手机主键。

使用场景：邮箱容易记忆，适长期频繁使用的产品；适合在 web 端需要依赖 Newsletter 进行营销的产品；非实名用户系统，邮件主键的代价最小，转化率较好。

便利设计：To B 产品使用企业邮箱注册，自动关联企业主账户。

注意事项：邮箱是隐私，掩码显示，如果包含社交功能，注册时可能需要采集昵称；进入各大邮件运营商的白名单，是一件头疼的事儿，搞不好就直接进垃圾邮件了。

## 2.3 以手机为主键注册

Anti-Spam：弱（各种遍历、各种骚扰，需要采取措施）。

扩展性：低，几乎不可逆（用户也不答应）。

使用场景：带有支付功能的电商、消费类产品；实名用户系统，需要用户的绝对信任，初期转化率低，最好从邮件主键过度；只有移动版本的产品。

便利设计：根据手机号自动匹配地区城市、电信运营商（也有一部分用户是携号转网的##\_#）。

注意事项：手机是绝对隐私，能不显示就不显示，显示必须掩码，如果包含社交功能，注册时可能需要采集昵称；国外手机号几乎不可以，短信通道需要至少双备，如果验证短信中包含一些根本想不到的敏感词，会很惨；用户更换手机，运营商回收旧号码卖给新用户，都会大量存在，请一定给出解决方案。

## 2.4 由第三方账户创建（并登录）

Anti-Spam：高（等于是把验证权交给别人了）。

扩展性：高，可以在第三方验证后再创建自有账户。

使用场景：几乎适合各种类型的用户自主注册账户。

便利设计：可以根据第三方授权拿来一大堆 Profile 里边的信息（除了密码）。

注意事项：把鸡蛋放在了别人的篮子里，一定要心甘情愿；登录之后再创建自有账户，会存在一定的转化率损失；去第三方申请授权，要有耐心，而且通常在产品初期拿不到太多的 Profile 数据。

## 2.5 社会卡证类主键（身份证、信用卡）注册

**Anti-Spam:** 高，因为规律性比较差，但也不排除社会工程 **hack** 手段。

扩展性：都到了这步了，算是个终极。。

使用场景：特殊场合和人群，需要展示特殊的功能；实名用户系统，需要用户的绝对信任；必须关联在线支付/移动支付才能使用的产品；通常都不会包含社交功能。

便利设计：直接关联到用户真实身份和征信。

注意事项：通常验证都是通过第三方信用组织进行，比如提交信用卡关联的身份信息，由支付机构或银行匹配之后发送一个验证短信/邮件/二维码；同样是把鸡蛋放在别人的篮子里（通常是亲爹的篮子）。

## **2.6 其他主键**

用汽车牌照做主键，真的可以有；不是不可以，但是尽量还是别摸着石头过河；注册主键在真实社会里一定是具有非重复且个人专有的特点。

## **2.7 多主键复合注册**

当然可以啦，注册时没必要提示用户哪个是主键，反正登录的时候会提示。

## **2.8 切换主键时注意事项**

其切换主键之前，一定要对数据进行筛查，情况可能是这样的，用户使用邮件主键生成了一个用户，当系统切换手机为主键时，用户会因迷惑而创建另外一个新账户，此时可能涉及到用户数据合并的问题。如果这些没有想清楚，就不要随便更换主键。

## **3.0 个人注册（To C）**

### **3.1 查重错误，不要在注册环节随便给出**

填写一个手机号码，异步查询是否可以注册，虽给用户带来了方便，但也给骇客提供了可乘之机：写一个脚本就能遍历出来哪些号段多少个号码注册过产品！请在验证码正确之后给出结果，或者单独跳转 **URL** 给出查重类错误；

### **3.2 前端校验和后端校验都要进行**

跨域攻击是最简单的手段咯，注册这么大的事儿，一定要进行前后校验（登录之后，可以根据系统压力再进行简化，登录之前，还是谨慎为妙）。

### **3.3 以邮箱和手机注册主键，第一步只做一件事：验证主键**

没有验证过的邮箱和手机会弄脏用户数据，脏库是无法切换登录主键的！

注册的第一步，只做一件事情就好了，不要让用户填写其他信息（填写密码也不行）。

### **3.4 分步注册，暂存数据，只有在用户提交密码那一刻，才创建正式数据**

如果第一步是校验主键，那么应该暂存数据，只有在主键验证完毕，下一步用户填写密码并提交之后，再创建正式数据。（这个坑是这样的：用户第一步提交邮箱，但是验证邮件没收到，此时可能用户会再次启动注册，如果前面已录入正式数据，可能会显示这个“这个 Email 已经注册过了”）。

### **3.5 有必要重复确认密码么？**

没必要！设置这个的初衷无非是避免用户注册时输错密码，输错=忘记密码，就去找找回密码咯。

### **3.6 只采集必要数据，填写项目越少越好**

在注册环节，标注[必填]是个爆弱的设计，如果是选填，就别让用户在注册环节提交。

### **3.7 包含社交的产品一定要让设置头像成为必填**

注册之后，需要很大的运营代价才会让用户上传头像，因此这一步骤最好是前置。

### **3.8 昵称需要查重么？**

需要！避免李逵和李鬼；尽量杜绝录入火星文和特殊字符（视情况额定）。

### **3.9 验证码何时出现？**

参考后面章节 7.3

### **3.10 让用户发送密码短信到特定号码进行手机注册，这很矬**

谁会用？有多少用户愿意自己付出短信成本？除非特别紧急的情况下。

### **3.11 同意《用户使用协议》**

让用户勾选阅读并遵守《用户使用协议》，不如把注册按钮改为“同意用户协议，提交注册”

### **3.12 邀请码注册要走单独流程**

输入邀请码或点击邀请邮件中加密连接进行注册，可关联邀请者 ID，需要的单独设计注册界面。

### **3.13 注册与登录合并设计（快速注册）**

以用户名和手机为注册主键的时候，可以这样设计；但以邮箱注册的时候，用户需要跳出到邮件系统，快速注册就没意义了；快速注册以后自动进入登录状态。

### **3.14 注册结束后，必须让用户再登录一次（快速注册除外）**

这不仅仅是个仪式感，而且是安全的需要，增加自动脚本 Spam 账户的难度。

### **3.15 注册应该避免设计成 light box（快速注册除外）**

注册复杂程度不一，并且会经常迭代改善产品，因此校验代码和各种逻辑判断非常多，如果做成 light box 效果，可能会拖累很多界面的加载速度，也会让维护和测试变得麻烦。

### **3.16 注册后的（首次登录后）欢迎与提醒，设立 URL 暂存池**

注册完成有结果提示和简单的欢迎，然后就需要让用户进行跳转；记录用户点击注册之前的界面 URL，在用户跑完注册/登录流程之后，回到那个 URL（“从哪里来，就回到哪”）；如果无法判断用户注册登录前的 URL，那么跳转到一个最核心的私有内容界面；用户可以选择回到 Profile 管理；

## **4.0 企业商家注册/入驻（To B）**

### **4.1 商家注册（申请）建立在个人账户基础上**

先完成个人账户注册，再创建商家；在注册商家的同时，创建一个个人账户；以上两种方法都可以。因为商家账户的管理者通常是员工，如果该员工离职，企业会要求进行管理权转移，把商家挂在个人账户下面，灵活度最高。

### **4.2 在注册之前分流角色，而不是注册过程中**

企业商家用户通常按行业分类，比如卖方需要提供代理证明，而买方需要填写收货地址；此时最好设置为两个入口，而不要在注册的过程中进行条件分支。

### **4.3 审核期过度界面**

通常企业商家注册都需要一个运营审核过程，此时，用户可登录个人账户使用一些基本功能，请把审核进度明示给用户，同时给予企业商户功能的演示介绍。

### **4.4 企业子账户应该是邀请的，而不是随便填写的**

不要让企业商户管理员直接填写子账户的用户名和密码，建议企业子账户以 email 为主键，走邀请的流程，让其他员工自己验证邮件、填写验证手机和密码，这样做责权清晰，安全性最高。

### **4.5 企业管理员不能直接修改子账户密码**

企业管理员触发一个验证邮件给子账户，子账户可以自行通过加密连接修改密码；必要时，管理员可以冻结那个强制要求修改密码的子账户的权限。



## 5.0 登录

### 5.1 登录主键提示

在主键 input 当中，允许用户填写不同的主键，虽然校验比较麻烦，但是用户便利了。

### 5.2 注意登录错误信息抛出方法

单独抛出“该用户不存在”或者“密码不正确”可能会是不科学的，因为很可能方便了别有用心的人，比较安全做法是“用户名不存在或密码不匹配”。

### 5.2 记住用户和记住密码是两种不同的功能

一种是保存“主键”，另外一种保存“主键+口令”。记住用户名，就一定要有切换用户的功能；保存口令，要看产品的使用频率，使用频率越高保存周期越短（在便利和安全之间的平衡），保存周期最好不要超过 3 个月（甚至可以设置 3 个月强制更换密码）

### 5.3 验证码何时出现？

参考后面章节 7.3

### 5.4 防止重复登录

这个经常被忽略，同客户端，后来登录的踢掉前面的 session;允许 web、手机 app、HDapp 同时登录，但每个终端只能保持一个 session 哦

### 5.5 尽量设计成 light box 或类似效果，登录之后“从哪里来，就回到哪”

注册、登录前暂存 URL，是一个很重要的登录体验优化。

### 5.6 二维码登录

如果有移动 app，通过 App 扫二维码可以直接登录 web 版本。

### 5.7 长期未登录、陌生移动设备登录，加一个判断，通知到邮件

长期未登录，突然在异地登录，在陌生的移动设备上首次登录都属于异常的情况，此时要增加用户判断的环节，并发送通知到邮件。（手机号码可以换，邮件地址不会随便换吧）

## 6.0 找回密码/修改密码

### 6.1 密码的安全

除了足够的位数要求、大小写和特殊字符要求，可以通过判断要求用户不允许把密码修改为曾经用过的密码（开发量略大），不能使用常见密码、纯数字密码、生日密码等。指纹、虹膜、手势……密码的种类会越来越来的。

## **6.2 按问题找回密码，或创造问题找回密码**

直接输入邮箱和手机就能找回密码，不是一个好设计，应该还是要进一步判定身份；设置找回密码问题是通常的设计；可以尝试“下面多用户哪些是你曾经的联系人”、“请输入你曾经用过的密码”“下面哪些宝贝你曾经购买过”等等；为了防止 Spam，设置一个验证码也可以。

## **6.3 按邮箱找回密码**

发送一个密码找回函，用户通过加密连接修改密码，密函有效期尽量短一些；如果用户说“邮箱密码忘记了，或者邮箱不用了”，那就无法修改密码，人工服务也不行！

## **6.4 按照手机找回密码**

手机发送要防遍历 Spam，手机验证码有效期越短越好，10~20 分钟就可以。要提供“这个手机号码已不再使用”的解决方案，仅以手机为主键，且手机丢失、号码不再使用的情况，要求进行验证，比如“下面多用户哪些是你曾经的联系人”、“请输入你曾经用过的密码”“下面哪些宝贝你曾经购买过”等等，然后再进行解绑和重新绑定；必要时加入身份证信息上传功能；实在不行了，再转人工服务；手机丢了怎么办？手机不是有屏保密码么？不设屏保密码，那责任在谁？

## **6.5 找回密码/修改密码之后，必须让用户再登录一次**

依然是一个安全问题，也是给 Spam 脚本增加难度。

## **6.6 找回密码/修改密码与提醒**

用手机找回密码，就不要发手机提醒了，发个邮件是可以的；用邮件找回密码，不需要特殊的提醒；只用问题就找回密码，发个邮件比较好；邮箱本身有密码，手机本身可能无密码（易被滥用），因此，用邮箱找回密码安全级别较高。

## **6.7 人工密码服务**

必须通过系统内保存的邮件发送相关的身份证明，不能随便找个邮箱或者 qq 就发送了；不是修改密码，而是人工发送一条密码找回函到注册时的主键邮箱；人工解绑、绑定手机的这个功能，不推荐，道德风险比较大；呼叫中心成本比较高，现在流行用微信做人工服务；



## 7.0 验证邮件、验证短信和验证码

### 7.1 要控制邮件发送的频率

虽然用户可能不反感，但是邮箱提供商可能直接认为是垃圾邮件地址了；  
可以努力通过技术手段或者购买服务，进入各大邮件运营商的白名单；

### 7.2 手机短信这个坑啊

如果大量依赖手机主键，短信运营商至少要找两家，进行双备份；要有[熔断]机制，在某一时间段内，不允许连续发送短信到某个手机（防止 Spam）。曾经遇到过恶意的将验证码连续发送到某个手机（当然不是黑客自己的号码），用户直接投诉，整个短信通道被运营商封杀，直接跪了；多次没收到短信，要给予时间间隔，此间不允许发送，要求客户耐心等待；短信内容要提前发送测试，总有一些敏感词，臣妾想不到啊；

### 7.3 验证码何时出现

Anti-Spam 的验证码降低了用户感受，因此，推荐在初次使用时不出现验证码，在 1~3 次错误之后，出现验证码；尽量让验证码新奇好玩一些，减轻用户反感。

## 8.0 Passport 产品经理须知

### 8.1 需要专职的产品人员和运营人员负责 Passport?

如果是电商、线上交易类的，几乎必须专人负责了；如果包含支付环节，又木有专人负责，最好直接使用成熟的登录/注册设计，不要标新立异；如果整个产品只有一个人操办，那么恭喜了，这个文档也许有些帮助。

### 8.2 注册转化率那点事儿

要看追求何种目标，如果是以注册量为 KPI，注册过程越简单越好，在注册之前尽量给与更多的利益展示；

### 8.3 注册统计

通过促销活动注册的用户，要单独进行渠道统计，虽然理论上这些几乎都不会成为持久的 DAU，但总是需要知道各种渠道的效果对比；

### 8.4 与运营团队配合解决问题

本文罗列的问题，仅能算作一些基础，实际运营过程中，用户在注册/登录问题是千奇百怪的，大家还是要有个心理准备。为 1%的用户创建 100%的功能，得不偿失，但产品经理总是要给出一些答案。

## 5、《十大打动人的注册与登录页面细节设计》

[核心提示]

### 10 大打动人的注册与登录页面细节设计



"魔鬼存在于细节中", 这句格言在设计中更是如此。相信很多人都知道在 Tumblr 有一个叫做 Littlebigdetails 的网站, 专门记录一些很多人可能不易觉察的界面交互细节。今天我们摘选了部分注册与登录表单例子。

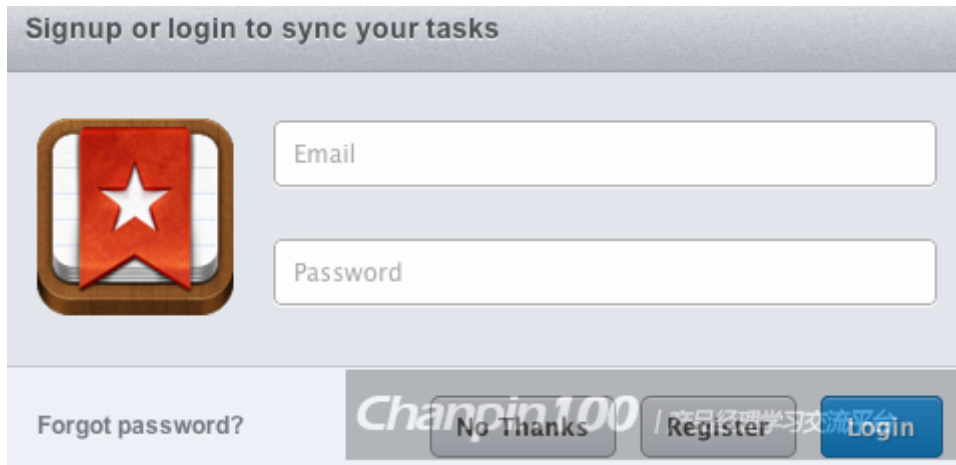
对一个 Web 网站或移动应用来说, 注册和登录是用户接触该产品的第一步, 如果这一步的界面以及交互设计在一些细节上有新意的话, 能够让用户感到眼前一亮的, 可以大大提高产品的用户转化率。

注册登录两不误



1.

上图为 Tumblr 注册页面，点击 **Start** 在注册的同时就登录上去。下图中旧版 Wunderlist 亦是如此。



The image shows a registration and login form for Tumblr. At the top, it says "Signup or login to sync your tasks". On the left is a red bookmark icon with a white star. To the right are two input fields: "Email" and "Password". Below the "Email" field is a link "Forgot password?". At the bottom, there are three buttons: "No Thanks", "Register", and "Login". A watermark "Chanpin100" is visible across the bottom.

2.

而另外一个比较另类的 Amazon 为了达到“让注册用户易登录，让新用户易注册”的目的，将注册用户和新用户合二为一，如下图。



The image shows the Amazon sign-in form. It starts with the heading "Sign In". Below it is the question "What is your e-mail address?". The input field shows "My e-mail address is: afic@gmail.com" with a red asterisk icon. Below that is the question "Do you have an Amazon.com password?". There are two radio buttons: "No, I am a new customer." and "Yes, I have a password:". The "Yes" option is selected, and the password field shows "\*\*\*\*\*" with a red asterisk icon. Below the password field is a link "Forgot your password?". At the bottom, there is a button "Sign in using our secure server" with a right arrow. A watermark "Chanpin100" is visible across the bottom.

密码安全提示

3.

Geeklist 在注册页面输入密码的时候右侧会提示破解该密码需要的时间。

Password



Crack Time: 3 days

Sign Up!

Chanpin100 | 产品经理学习交流平台

类似的还有 Tumblr 的注册页面以及 Twitter 注册页面，只不过将具体时间改为了条状与颜色提示，红色表示危险，绿色表示安全。

yixieshi.com

tumblr.

afio@geekpark.net

.....

GeekPark

Start

Chanpin100 | 产品经理学习交流平台

互联网的一些事

Password | ⇒ 6 characters or more (be tricky!)

Password .. ⇒ Too short

Password ..... ⇒ Too obvious

Password ..... Weak

Password ..... Good

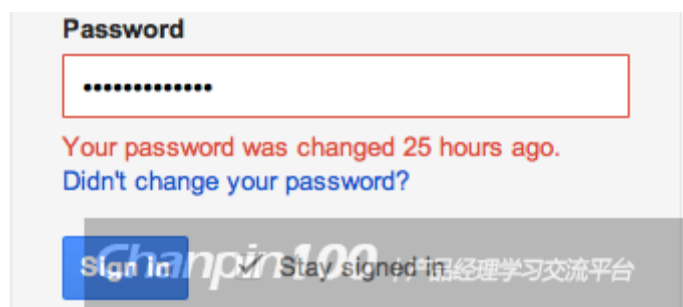
Password ..... Strong

Password ..... Very Strong

Chanpin100 | 产品经理学习交流平台

4.

Gmail 登录页面输入旧密码会提示用户上次更改密码的时间。



5.

Facebook 在密码提示这一点上做得也不错，不仅可以像 Google 那样当输入旧密码会提示上次更改密码的时间，还会将用户名栏直接变成用户的帐号基本信息，想借此给你一点提示。



动态效果/实时反馈

6.

在 Kickstart 的注册页面中，当用户邮箱后缀输入错误时(如将 Gmail 敲成 Gmaill 或 Gmaill)它会给用户实时纠正提示。



8.

Quora 的登录页面输入邮箱后会实时加载该邮箱对应的账户信息(用户名及头像), 提示用户是否输入正确。



9.

Path 网页版(旧版)上的注册按钮点击后在跳转过程会呈现一个笑脸, 类似效果的还有 Cloudapp 的登录页面, 下图所示。



互联网的一些事

Email Don't have an account? [Sign up](#) for free!

Password [Forgot your password?](#)

---

Email Don't have an account? [Sign up](#) for free!

Password [Forgot your password?](#)

**Chanpin100** | 产品经理学习交流平台

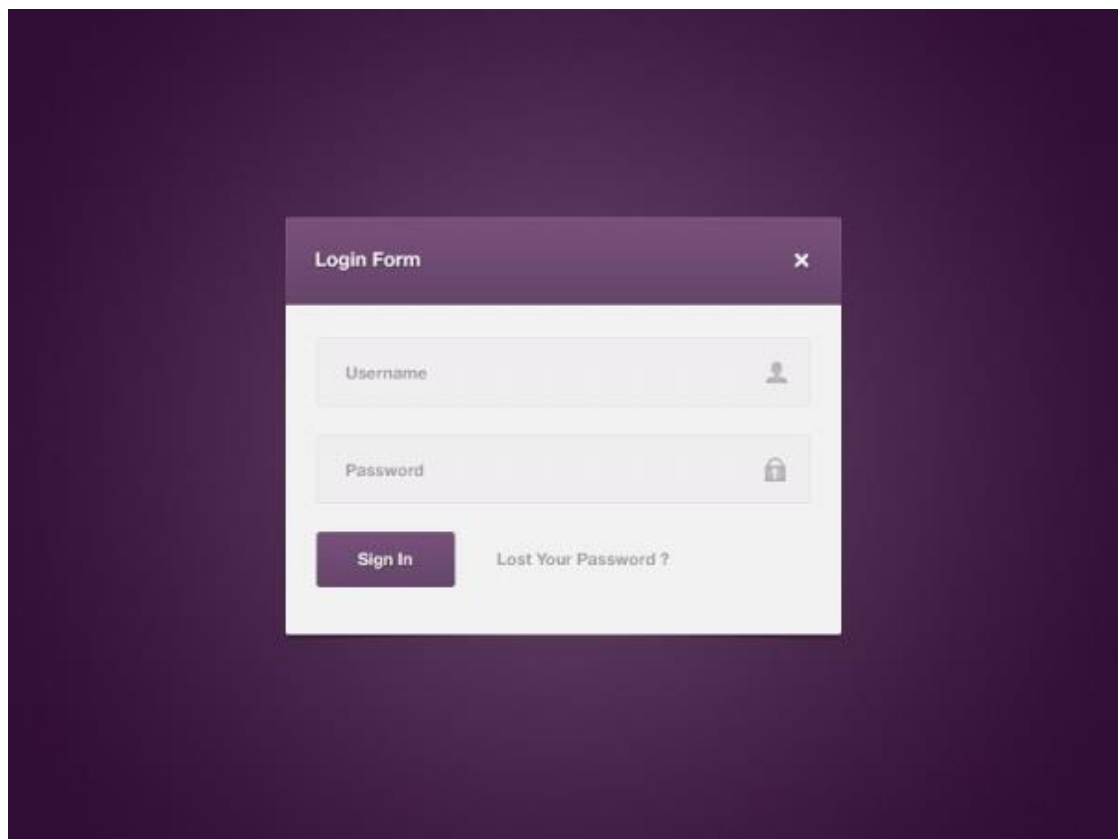
## 10.

乐高旗下的一款游戏 **Lego Universe**(已关闭)的登录界面更是有趣，在用户输入密码的时候下方的乐高机器人会从正常状态(左侧所示)变为捂住自己眼睛状态，太有爱了。



除了上面这些外，还有很多常见的优秀细节体验，如在注册页面填写邮箱后自动获取邮箱后缀前部分(一般为用户昵称或常用 ID)并自动填入下方用户名栏，这里就不一一列举了。当然这里还需要说明的就是，上面这些 **littlebigdetails** 只是让注册登录表单体验更加良好的加分项，而非全部。

## 6、《3 种不友好的注册登录设计》



几乎每个产品都有注册登录的模块，然而即使是这么普遍的一个设计模块，也是需要精雕细琢的，设计师需要根据不同的产品情境来设计不同的流程。比如有些产品不想投入过多的资源来维护账号，因此着重强调第三方登录甚至只提供第三方登录，比如 **medium** 早期只允许通过 **twitter** 登录，国外几乎人人都有 **twitter** 账号，因此这样不用自己维护账号系统，用户也可以很方便的使用产品。国内有很多的产品特别是创业公司的产品注册登录流程体验非常不好，这样无疑会影响产品的注册率。这篇文章我想讨论一下国内的应用关于登录注册 3 种不友好的设计方式，在创业期的公司产品中非常普遍：

### 1，权重相同的俩个注册登录按钮放到一起



中国联通

12:34

< 返回

登录

请输入手机号码/用户名/邮箱

密码

忘记密码?

注册

登录

试想一下这样的场景：用户从上一个界面点击登录到达这个界面，如果用户第一次使用这个产品，他就知道自己需要先注册，于是他先在第一个文本输入框填了用户名，接着在下一个密码框填了密码，于是点击注册按钮期待注册成功，可是令用户没有想到的是，点击注册会将他带到下一个注册页面，他所填的信息全部丢失。因为事实上在这个页面只能登录，而注册按钮与上面的两个文本框没有任何关系。

问题是用户怎么知道这个界面只能登录呢？注册与登录俩个按钮一样大都并排放在俩个文本框的下面为什么只有登录按钮才响应用户输入的数据呢？用户认为输入完用户名和密码点击注册就能注册难道有错吗？也许有的设计师会说标题栏不是写的很清楚这个界面是登录界面吗，可是既然是登录界面为什么把注册的按钮做成那么大和登录放在一起，更何况用户从来不看标题栏。

类似的设计样式在初创产品中经常遇到，我想这个一定会极大的影响产品的注册率吧。

## 2，保存用户在输入框的输入数据

a) 不知道大家在注册国内的一些论坛时有没有想要砸电脑的冲动，好不容易填完了长长的表单结果某个输入框不合规范需要重填，于是所有的表单数据都变为空，再重新来过。如此重复数十次想死的心都有了。因此当用户把注册表单的某个输入框填错时不要把所有的数据都置为空。

b) 现在网站太多了，app 太多了，用户的账号太多了，密码太多了，用户到达一个网站可能会想自己之前好像注册过这个网站，于是在登录界面输入用户名和密码点击登录但提示没有此账号，用户便可能会点击注册准备去注册，此时如果在注册表单自动填好用户刚刚输入的用户名（和密码）用户一定会感激你的。（登录可能会通过邮箱，手机号，第三方登录，手机号也可能有多个手机号，邮箱也会有多个邮箱，这种用户确实注册过但忘记了具体哪个账号注册的情况经常存在）

c) 记住用户是一种特别懒惰的生物，大段的小段的文字都不会看，标题栏不会看，甚至按钮上的文字都不会认真看，用户经常把注册界面当成登录于是输入完账户名和密码准备登录才发现自己填的是注册表单。此时用户会再去登录表单，这时系统就应该把用户刚刚在注册表单填写的用户名和密码自动在登录界面填写好。



在电脑上安装好大象笔记第一次打开的是这个界面，于是会有部分已注册的用户见到俩个输入框就填写用户名和密码准备登录，会认为这就是登录界面（这个在心理学上可以这样解释：我们想要什么，大脑就尽力把我们实际看到的解释成我们想要的，不惜欺骗，当然你可以用理智压倒大脑），注意此时“注册”也是灰色的看不清楚，等填写完才发现这是注册界面。于是又得切换到登录界面登录，好在毕竟是曾经的独角兽企业，当你切换到登录界面时默认已经填好了你刚刚输入的用户名和密码。

### 3，关于第三方登录

第三方登录诞生之初我想是为了方便用户登录的，可是毕竟中国什么都有特色，有不少应用采用下面的流程（流程从左到右一一进行）：



想在该网站进行一个操作让我登录，看到下面有第三方登录甚喜，于是点击扣扣登录到达第二个界面，我想此时点击绿色的登录按钮就应该登录成功了，谁知又到达第三个界面问我关联新账号还是已有账号，用第三方登录当然没有已有账号啊，于是点击了关联新账号，看到接下来的第四个界面让我差点用锤子把我的锤子手机给砸了.....

既然自始至终都要用户的手机号注册为什么还提供第三方登录啊！产品经理为了自己的小心思置用户的智商于不顾这样真的好吗？要是让用户提供一些第三方账号给不了的数据还可以理解，但是这样还真不能理解。

其实采用这种手段的产品真的挺多的，不知道他们是觉得自己聪明还是觉得用户真的傻瓜！

### **总结：**

上面是自己在产品使用中觉得注册登录模块一些不友好的设计模式，并且在国内应用大肆流传，希望负责产品的产品经理和设计师们在设计时能注意到那些问题。

## 7、《聊一聊常见的登录交互方式》

### 1.账户密码输入型

首先最常见的就是输入账号密码型的，这种交互方式可以在注册时就获得用户的邮箱或手机号，方便以后进行消息推送。但是输入的成本比较高，尤其是用户第一次注册的时候，还需要面对若干个输入框和费脑的验证码，辛向阳教授曾经就在 TED x 上说过自己至今都没有用过淘宝，原因就是其复杂的验证码。在安全性上也有缺陷，别人一旦知道了密码，就泄露了。（解决方法是：异常登录预警或设置二级验证）



输入型

### 2.二维码登录

这种交互方式比较常见于同一产品的不同终端（如二维码扫描登录微信电脑版）或第三方授权，因为在移动互联网时代，手机是上网数量最大的载体，而且尤其是像

淘宝、微信、微博这样高频的产品手机后台是 **always online** 的，所以利用这一点可以大大减少人们在其他终端的输入成本、注册成本，提升便利性。



二维码登录

### 3.共享账号登录

这种登录方式其实也是输入型的一种，一般是同一公司的不同产品或者两个合作伙伴产品之间用的方式，优点很明显，减少用户注册成本。缺点和账号密码型登录方式一样，一旦泄露了一个产品的账号，其他账户跟着泄露（虽然现在很多产品做到了登录异常报警功能，可是还是有相当大的一部分产品没有这个功能）

QQ 号登录京东

#### 4.授权登录

授权登录是现在创业公司产品用的比较多的一种方式，通常一个新的产品上市，没有什么流量，为了提高转化率，借用高频产品的第三方授权，可以大大的减少注册登录过程中的阻碍，但是后果是后续的用户信息难以完善（如课程表这类的功能型产品）。



## 5.短信验证码登录

这种登录方式最大的好处是第一次注册的时候可以直接获取手机号，而且注册登录融为一体，用户无需考虑自己注册了没有，无论注册与否都能用验证码登录。但是缺点也很明显，这种方式手机一旦被盗后果很严重，而且这种方式不稳定性很高，手机经常会遇到没信号、停机、收不到验证码的情况。在安卓机器上可以直接调取短信里的验证码（如 MIUI），IOS 则不能调取，固这种方式的登录在忘记密码、二次验证等状态下比较常见。

短信验证码登录

## 6.手势滑动登录

这种方式是从屏幕解锁衍生过来的，多作为一种二级验证方式，即在登录状态下再次确认本人身份的登录方式，而通常这类 APP 客户要求隐私性或安全性极强（如手机千牛这类 APP）



输入手势密码

取消

您正在进行重要操作，请输入安全密码！



忘记手势密码？

关闭指纹解锁

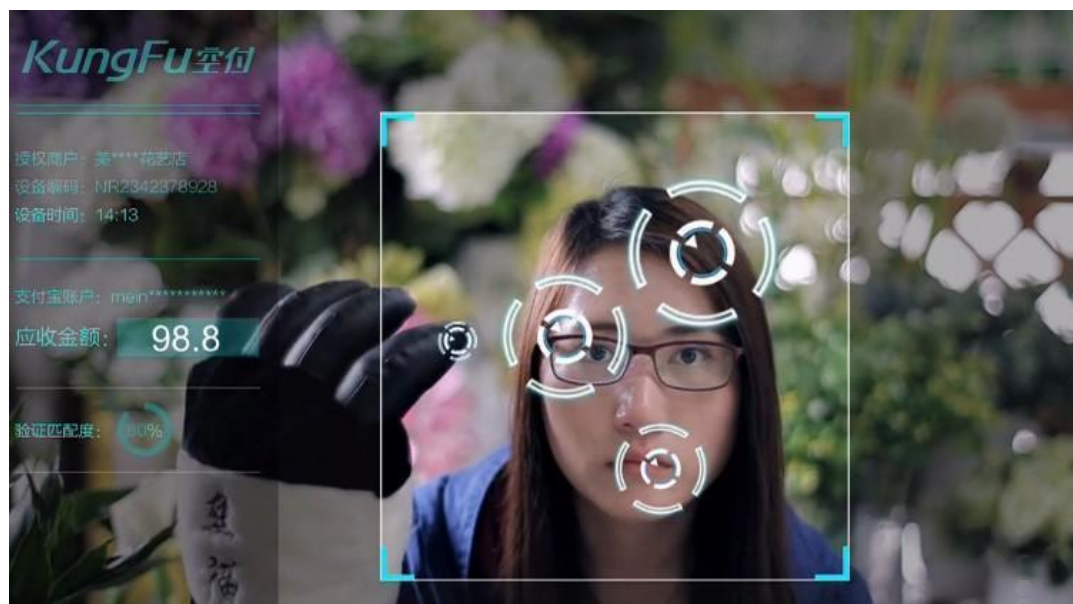
## 7. 指纹登录

这种登录方式的特点是安全性高，虽然其目的是提高便利性，但是笔者用果 6 经常指纹识别失败，所以这种二级验证方式还需要硬件足够过硬。



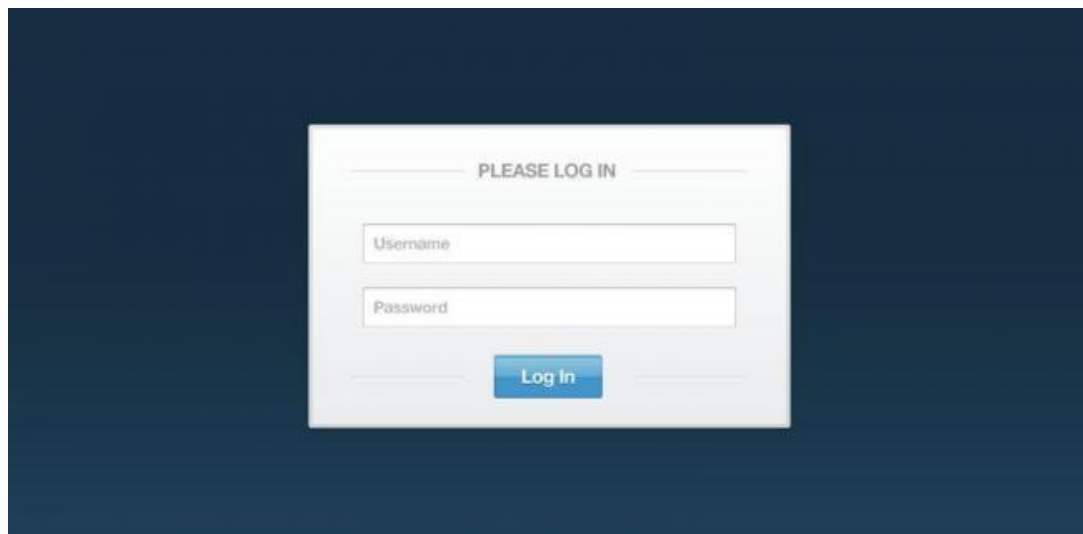
## 8.更高级生物识别技术

这个是我个人臆想，目前暂时还没有看见相关落地产品，因为之前看过支付宝“空付”一个宣传片是通过生物识别技术能够进行购物消费，支付本来就是一个对安全性要求很高的环节，支付宝能够通过人体特征（脸型、声音等）进行支付判断，想必技术不简单。如果能够顺利的投入日常生活中使用的话，可能会催生出更多新的玩法（纯粹臆想）。



空付

## 8、《App 注册登录系统策划方案》



作者主页：[http://www.jianshu.com/users/b4b1045eb1bb/latest\\_articles](http://www.jianshu.com/users/b4b1045eb1bb/latest_articles)

注册登录系统，是 app 最基础的系统模块之一。账号 id 是用户的唯一标识，基于这个账号记录用户行为，为用户提供各种各样的个性化服务。没有这个账号系统，后面的一切都是空话。当然，如果你是做一个纯粹的工具，比如电筒、日历之类就没必要做账号系统。

目前注册登录较流行的做法是先让你玩再登录，先登录再让你玩。这两种做法有什么优劣呢？

先登录再让你玩，这个应该是技术们双手双脚全举赞成的做法，技术上可以省不少事情；同时让用户抱有好奇心，既然都下载了，总要去看看。可是也有用户 TM 开始骂娘或者对注册的抗拒直接吧 app 卸载了。据某该做法的社交应用数据统计有 65% 左右用户会去注册 app，即是说 35% 的用户直接在注册登录这一步就流失掉了。

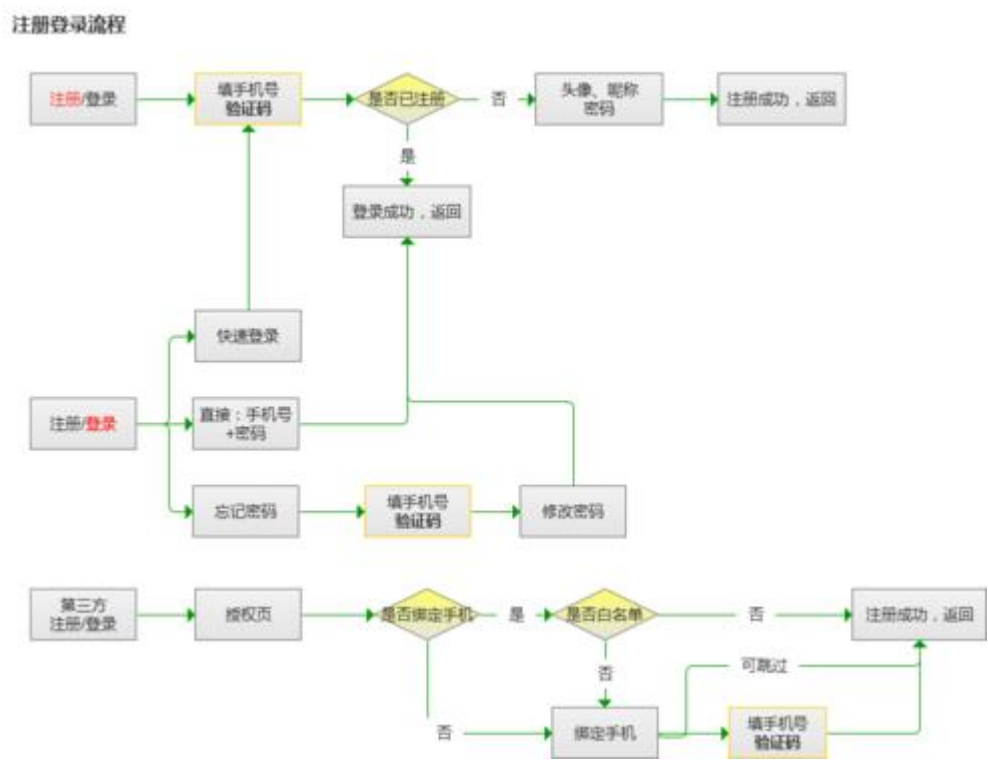
先让你玩再登录，这个做法是直接让用户看到 app 的内容或者提供游客入口，触及需要登录的功能时才提醒去登录。这种做法麻烦是需要考虑未登录和已登录两种场景的各种问题处理，另外据数据统计仅有 40% 会注册。但是其他 60% 注册的用户次日留存仍有 25%。

两种登录方式各有优劣，应该根据 app 定位来定。如果你的 app 是强社交、即时通讯或必须基于账号才能使用那先登录再让你玩无可厚非；如果你的 app 是个简单工具或者资讯类应用，那就没必要强制用户去登录了。

现在以先让你玩再登录的流程来策划这个注册登录系统吧

一般来说注册登录包括邮箱、手机、第三方合作网站 3 种，其中邮箱注册如果是社区应用不建议引进，对于你后面社区运营会有重大的隐患，因为邮箱太容易被机器批量生产...

策划流程图如下：



注册登录流程

注册登录流程交互图如下：

注册流程：



注册页

设置昵称+密码 (注册成功!)

登录页 快速登录流程：



登录页



手机快速登录

忘记密码：



找回密码



设置新密码

合作网站账号登录



授权页

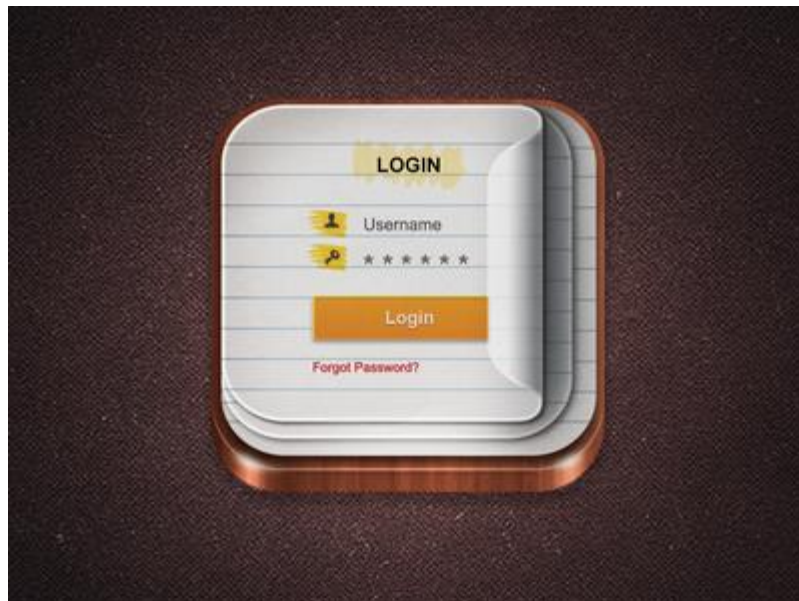


绑定手机号

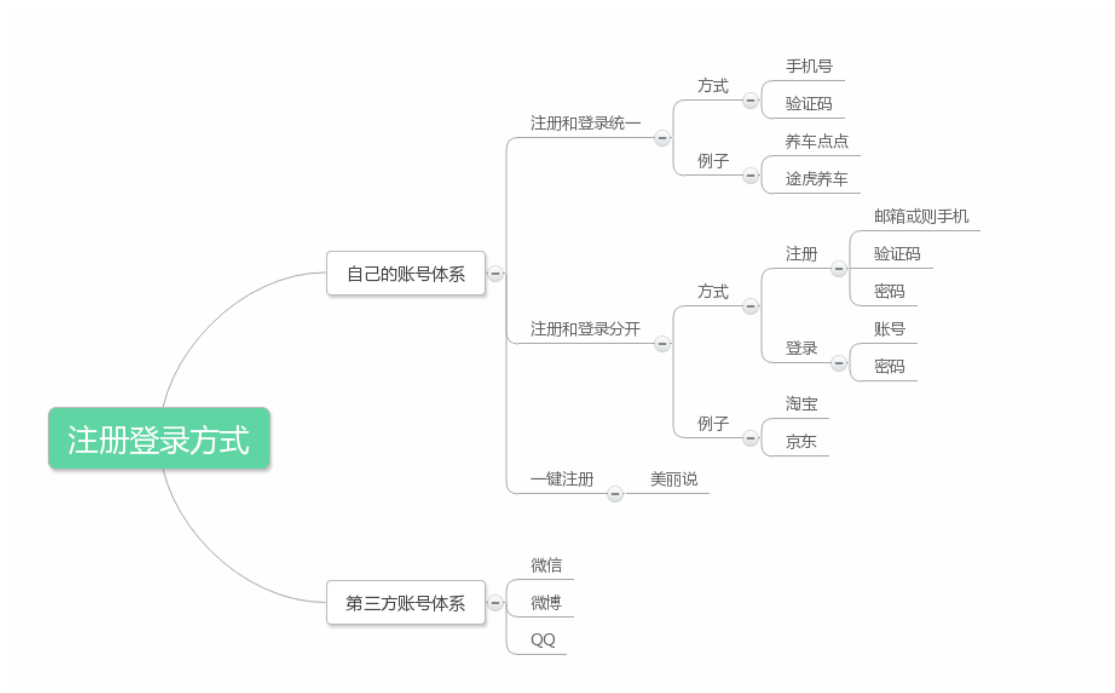
## 需求细节：

- 1.手机号判断：中国大陆区号+前 3 位是否符合
- 2.手机注册：步骤尽量精简，对于已注册的用户考虑直接让他直接登录而不应单纯给个“该手机已被注册”这么不友好的提示
- 3.验证码逻辑：考虑避免频繁获取倒计时、验证码有效时间、连续输错次数限制（防刷）、每天最多可获取几次验证码（ps 短信服务是要自己掏钱的啊）、安卓考虑自动获取验证码更好
- 4.设置个人资料：头像非必填，减少因图片上传流失率，可系统随机配置一张。
- 5.忘记密码：输入注册手机号，获取验证码；重置密码成功后直接登录。
- 6.手机快速登录：为经常忘记密码的用户带来一个极其友好的体验，如果手机未注册当然直接转到注册流程就好，不要不友好的提示。
- 7.第三方合作网站登录：需要申请哦，当然也可以让用户绑定手机，积累自己的用户，而且万一合作网站挂了或者要坑你的时候有个保障。
- 8.白名单/黑名单：考虑社区运营需要

## 9、APP 注册登录流程设计与浅析



目前注册登陆的方式有哪几种，可见下图



第三方账号体系相比于自己的账号体系而言，十分的方便快捷，适用于当用户还不是很了解产品的时候，那么用户可以在不注册一个新的账号的情况下通过这种方式体验产品。而产品的最终目的当然是要把用户沉淀下来并获得更多的用户数据。



这里要提一下用户数据的积累的重要作用，用户数据可以牵涉到很多方面，比如一个电商的话，涉及到用户的订单信息、用户的积分、用户的收藏、用户的账户余额等，这些数据都是运营方面的宝贵资源，其中的联系如下：

订单——用户的地址，用户的喜好——库存的调整、商品的定向推荐

积分——购买优惠、会员等级——促进下一次购买——用户粘性

收藏——用户体验、用户的偏好——商品定向推送

账户余额——会员等级、在线支付——用户粘性、用户习惯——资金沉淀、相关金融产品

这是对于电商而言，而对于其他的产品，用户数据的积累同样十分重要，比如社交类的产品，只有用户不断的积累诸如状态、照片、好友等，社交产品才能持久繁荣，这些好比社交产品的血液。

当然除去这些以外，有一些产品确实只需要第三方账号体系就足够了，甚至第三方社交账号会有更好的效果，比如今日头条，可以为精准推荐提供更多的参考。再接着谈通过自己的账号体系登陆，可以分为 3 种：

### 1、注册和登录是统一的，直接通过手机验证码登陆，如下图

The diagram illustrates a login interface with the following components:

- A text input field labeled "手机号" (Mobile Number).
- A text input field labeled "验证码" (Verification Code).
- A button labeled "获取验证码" (Get Verification Code) positioned to the right of the verification code input field.
- A button labeled "登陆" (Login) centered below the input fields.

这一种的【优势】有：

- a、不需要繁琐的注册流程，不需要记密码
- b、保证了账号的安全性，以及账号的身份认证，恶意注册的几率大大降低，提高了用户的质量

【劣势】同样存在：

由于没有密码，对于有 PC 端站点的平台而言，登陆时必须携带好自己的手机，不太方便。

## 2、注册和登录是分开的，如下图

The image displays two separate UI forms for user authentication. The left form is for login, featuring a '手机号' (Mobile Number) field, a '密码' (Password) field, a '登陆' (Login) button, and a '注册' (Register) link. The right form is for registration, featuring a '手机号' (Mobile Number) field, a '验证码' (Verification Code) field, a '获取验证码' (Get Verification Code) button, a '密码' (Password) field, and a '注册' (Register) button.

这一种的需要先注册，并设置好密码。

### 【优势】：

获得用户的密码信息，多平台登陆体验更好。

### 【劣势】：

流程的繁琐容易受到用户的厌烦，可能用户想要体验的兴致在注册的过程中就被消耗了，流失率大大增加。

## 3、第三种的一键登录

这是我在体验美丽说安卓版本时发现的，这也仅仅适用于安卓版本，因为要实现一键登录需要较高的权限，IOS 下是无法实现的。点击一键登录，APP 将后台发送一条短信给服务器并在获取授权后自动登录。密码可以自主选择在个人设置中进行修改，但最近美丽说更新后，取消了一键登录，我猜测可能是为了各种平台下更加一致的体验。

### 总结：

排除一键登录这种方式，前两种登陆方式我是更加倾向于前一种的，因为即使登陆 PC 端不方便，但也是可以通过提示设置密码的方式改进，而假如用户不需要登陆 PC 端则可以一直采用验证码登陆的方式。而且随着移动端设计越来越重视用户体验，往往用户只需要很短的时间就决定了还要不要再使用你的产品，所以缩短注册登陆的流程十分必要。相信谁都不喜欢一打开软件，就要强迫你登陆，不登录就啥也或看不到。

用一句话来说就是在保证用户体验的同时，能不要登陆就不要登陆，即使登陆也要保证流程尽量简化。

## 10、《归纳 APP 登陆/注册流程及其错误反馈处理》

以前，我们在注册时，只需要输入用户名或邮箱地址，然后输入密码，再次确定密码，就能完成注册。而现在，移动端流行起来，注册的流程需要权衡其便捷性和安全性，且软件对资料的需求加大，进而增强其良好的体验效果，但是如何把控好产品注册时的初体验呢？

那么，就来分析一下现在登录/注册的各种情况吧（只针对于手机号注册，不谈及邮箱注册，只是通过邮箱进行接收信息，但也能保证你不会被短信干扰）。

首先，并不是所有的软件都需要注册账号。要明白注册账号是基于记录该用户的行为内容，提供更加个性化的服务，或是基于该账号的操作，作为其行为的凭据（如购物）。许多，如工具类软件就不需要进行注册，如计算机、手电筒、天气等。

那么，接下来就涉及需要注册的软件了，由于移动端软件盛行，采取手机号码注册是一种非常方便的注册方式，原因：号码易记、安全、最稳定的身份 ID、可以访问手机通讯录、实时推送信息。

目前，移动端软件采取了各种方式对注册流程进行优化。为了缓解用户一打开软件就需要注册的困扰，现在软件采取了游客方式、无帐号快速登录方式、第三方登录方式和普通注册登录方式。无帐号快速登录方式和第三方登录方式是注册/登录同步的，而普通注册登录方式是注册/登录异步的。



图 1 所有的注册/登录方式

游客方式：就是用户下载软件之后，直接可以使用软件，查看软件中的一些内容，能够进行初步体验。但是，如若触碰到特定的内容时，再需要进行登录操作。这种方式更适用于用户能够先体验一下产品，当真正接触到自己想要的功能时，再进行登录操作，这样更能够留住用户，减轻对注册的厌恶感、流失率。

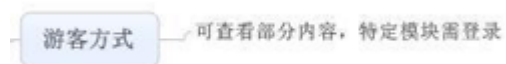


图 2 游客方式

为什么会采取游客方式呢？

简便你在未注册时可以体验产品的环节。软件下载之后，用户还没有体验过产品就直接要求其登录，这种感觉非常的不舒畅，就好像有一堵墙挡在你面前，是一种强迫性要求登录的过程。如果能够在其体验产品的过程中，当其想满足产品的某种需求时，再要求其登录，这种引导性登录更佳。且很多用户在注册流程上就已经放弃了。

无帐号快速登录方式：当你想要登录时，你会嫌注册步骤的繁杂，因为现在的软件太多，各个软件都需要进行注册，而且账号、密码自己也快记不过来了。通过快速登录方式，只需要输入手机号码，在通过手机验证码验证就能成功，后期可以填写或修改密码，就获得了以手机号码为账号的登录方式。前期注册非常简便，能快速使用到软件的所有功能。

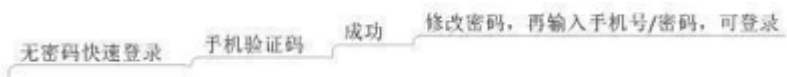


图 3 无帐号快速登录流程图



图 4 无帐号快速登录

为什么会采取无帐号快速登录呢？

简便你需要注册时，用最快速的方式进行登录。只需要手机号+手机验证码，就可以直接登录成功使用。方便那些对注册已经非常厌烦的用户。后期可再完善资料信息。

第三方登录方式：软件登录时会提供常用的第三方登录选项，你选择其中一个，就可以免去注册，直接跳转至授权页，确定授权之后就直接能成功登录了，系统会自动配送一个账号名给你，后期可以填写或修改密码，就获得了以配送的账号名为账号的登录方式。但，有些软件在你确定授权之后，会显示你是否绑定手机的界面，如果不绑定也是登录成功了，可后期绑定；如果选择绑定，那么需要输入手机验证码，后期就不需要了，这样就更加安全，因为账号既是配送的账号名又是手机号了。

另：当你授权第三方登录后，该软件将从第三方平台获取信息，能保持持续登录，并在第三方软件退出或卸载之后，仍保持登录（获取信息后与第三方无共生关系）。



图 5 第三方登录流程图



图 6 第三方登录

## 为什么采取第三方登录呢？

简便你需要注册时，用另一种方式授权之后直接登录。只需要通过第三方的授权，获取到相关的信息之后，直接登录。非常快速的登录方式。后期可再完善资料信息。



图 7 快速登录和第三方登录后可修改界面

最后，是最普通的注册登录方式：通过手机号获取手机验证码验证，判定该手机号是否已经注册。如果没有注册过，只要设置密码就注册成功，并自动登录。如果判定手机号已经注册过，有些软件可供用户选择再次注册或者选择登录，如果选择再次注册，就进入无账号快速注册流程（即以快速的方式，进入你之前已经注册过的帐号信息中，而不是全新的帐号）；如果是选择登录，就按照登录的流程走（之后会讲，不重复）。接下来，就是登录部分。如果记得自己的账号/密码，直接输入手机号/邮箱/账号名+密码就行；如果忘记密码，可以点击“忘记密码”，填写手机号，

获取验证码，修改原有的密码（重复输入），成功后，软件需要你手动输入账号/密码再进行登录（不是自动登录，保障安全）。

如何对待号码已经被注册的情况？

当判定该号码已被注册后：

- 1. 可以再次注册，而之前注册的帐号将无法再登录。（如花田，陌生人交友）
- 2. 可以通过无帐号快速登录方式，通过手机接收验证码的方式快速登录原有的帐号。（如猫眼）
- 3. 必须已原帐号登录，可以直接登录或者找回密码方式进行登录，无法进行再次注册。（如淘宝、陌陌）

小结：

单纯出于为了增加平台用户量，简使用户使用，且用户的信息不是利益化的，可采取 1。

如对用户信息有商业化应用，且方便用户使用，可采取 2。

严重保障用户信息帐号，且涉及到用户金钱利益关系的，采取 3。（如若手机遗失，保障用户安全）

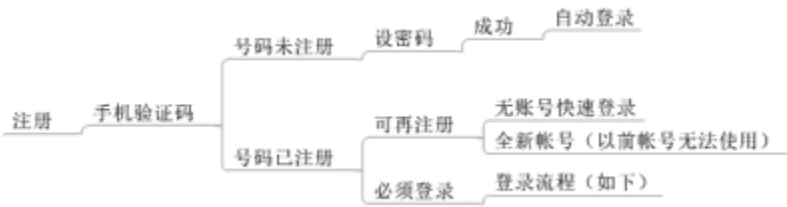


图 8 注册流程图

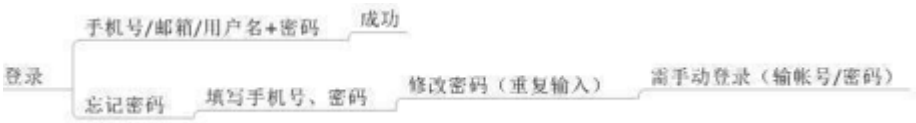


图 9 登录流程图





图 10 找回密码（1）



图 11 找回密码（2）



图 12 找回密码 (3)



图 13 已注册手机号



图 14 已注册手机号-使用快捷登录方式

出错处理：在登录注册过程中会出现很多错误的情况，如何预防以及引导错误呢？

- 1.在输入框中，暗示你所需要输入内容
- 2.在忘记密码的时候，可以找回密码
- 3.能够自动判断手机（帐号）的格式，在输入 11 位数字之后无法再输入
- 4.60 秒重发，在 60 秒内无法再点击接受验证码信息，且所收到的验证码永久有效（在未验证前，且后台没有退出）。如果操作频繁，将提示“已超出限制次数”
- 5.发生错误时，提醒方式，“请输入正确的 XXX”，而不是提示“输入 XXX 有误”，更好的引导，把握用户心理

最后，我们来想象一下，当我们兴致勃勃地下载软件使用，而迎接我们的是一个冷冰冰的登录界面和不断重复的注册失败的提示信息，你感受如何？

本篇文章的文字内容较多，且分类、逻辑较强，但是如果能够很好的理清楚登录/注册的种类以及其目的，将对你之后体验、接触一款新的 APP 大有裨益。

## 11、《用 Axure 制作网站注册表单原型图文教程》

一般注册过程包括以下步骤：

- 1.用户按照提示填写表单。
- 2.用户在填写表单的时候提示是正确否输入了内容，如果没有，提示用户。
- 3.用户提交表单，所有项是否都正确，如果出错，提示哪项有错误。
- 4.用户成功提交表单或者取消表单。

在填写表单过程中，常见验证方法有如下几种：

- 1.用户是否在注册的用户名或 ID 中使用了非法字符。
- 2.用户是否输入了内容。
- 3.两次输入的密码是否一致。
- 4.是否是合格的 Email 地址。
- 5.长度是否在 6-12 个字符之间。

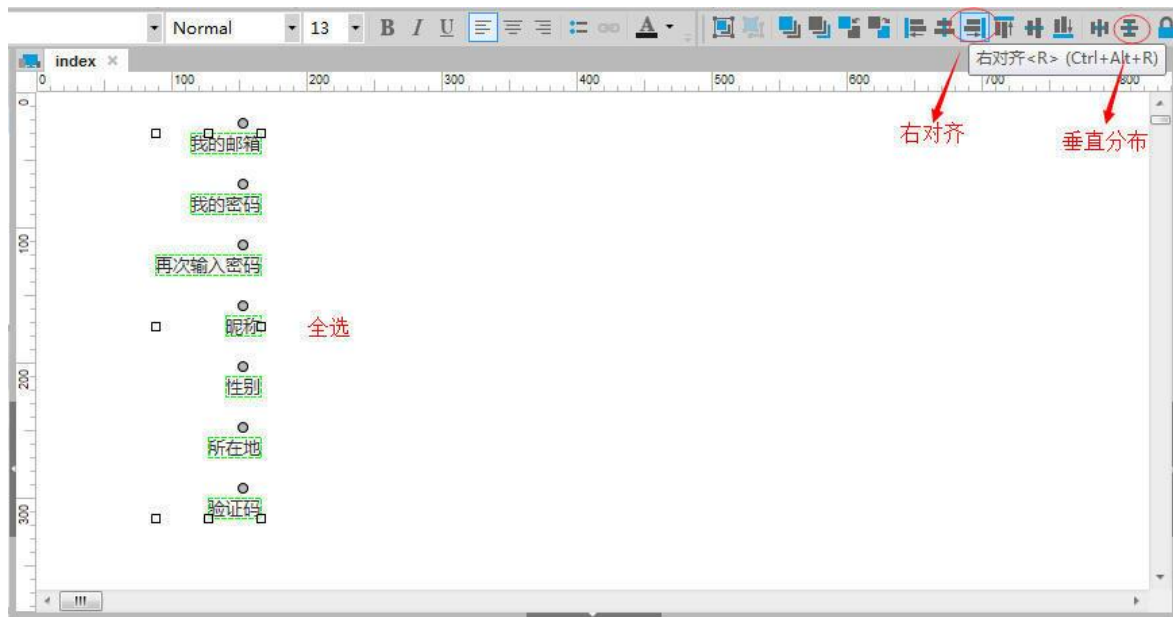
下面我们用 Axure7.0 来完成通用注册的设计，以下包括最基本的输入框变化和提示文字变化。

### 一.表单的布局

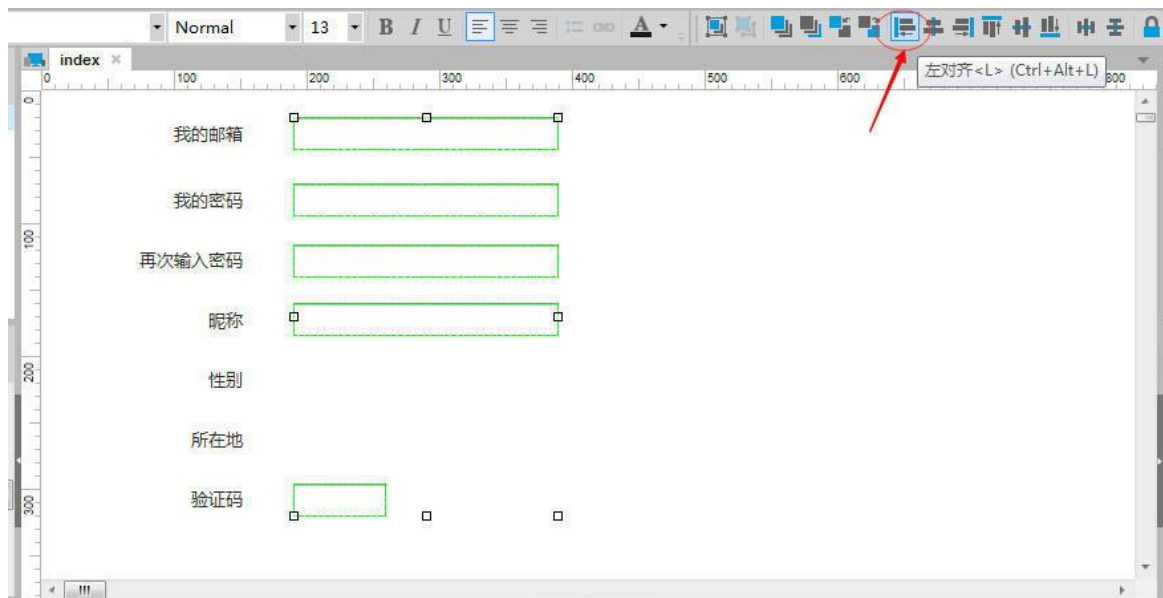
拖拽 7 个文本标签，然后给它们命名为如图所示。



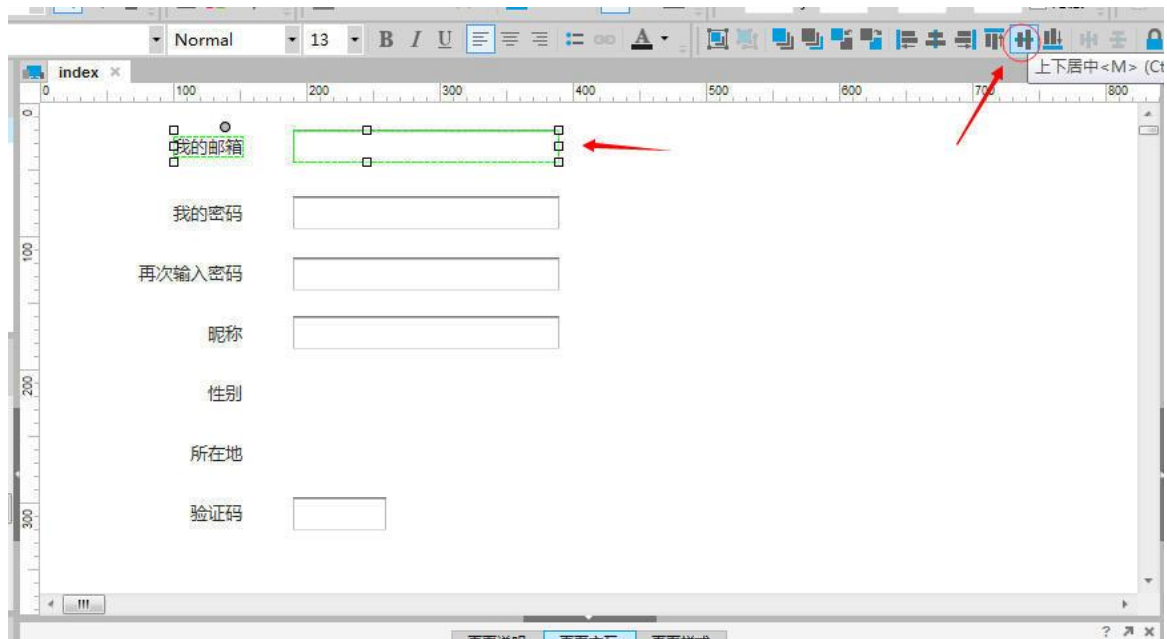
全部选中，点击右对齐使得他们都对其，再点击垂直分布，使他们的上下间距相同。



拖拽 5 个文本框，分别对应如下项目，然后全选，选择左对齐。

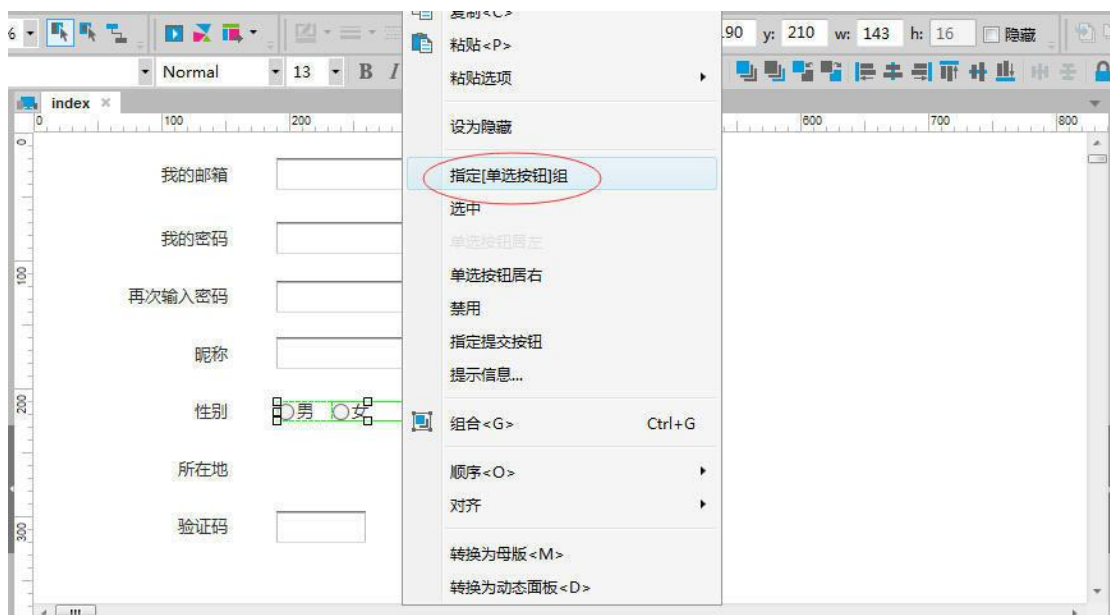


选中每行的文本和文本框选择上下居中，使每行的都对其。

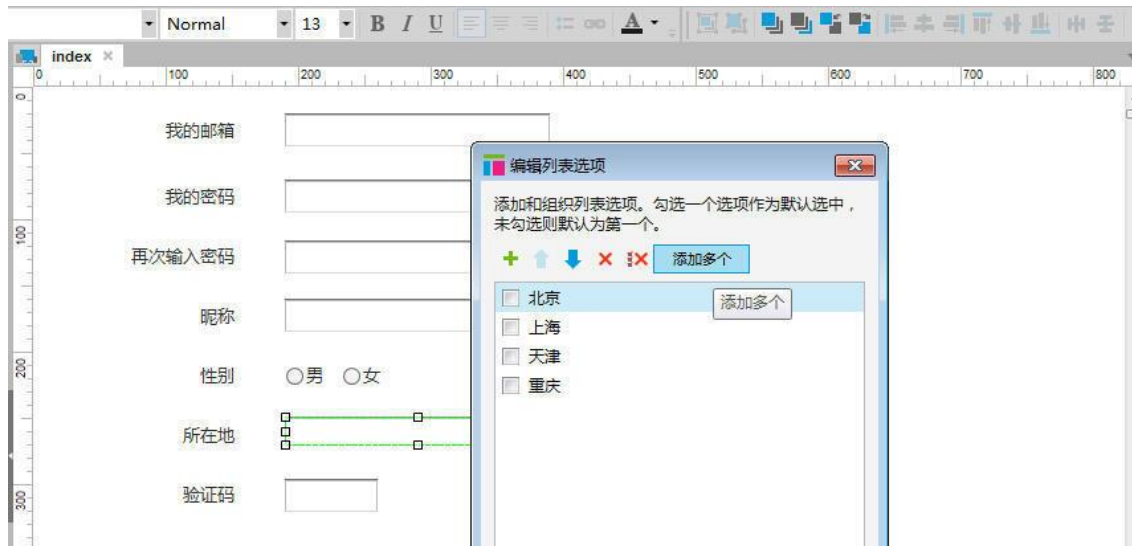
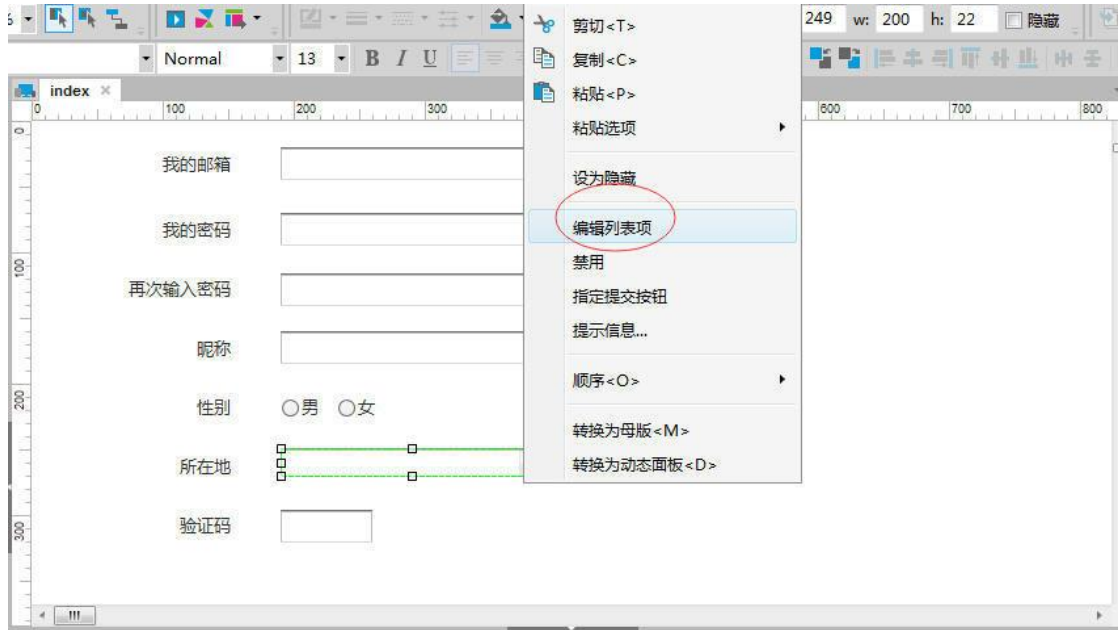


为性别添加相应输入部件，用两个单选按钮，对齐。姓名为男和女。

选中它们，右键，选择指定单选按钮组，然后在弹出的框中输入组名性别，这样就实现了单选。



为所在地添加一个下拉列表部件。然后编辑列表项，为列表条添加选项。



再添加一个按钮部件，命名为：立即注册

再次输入密码

昵称

性别 ☐男 ☐女

所在地 北京

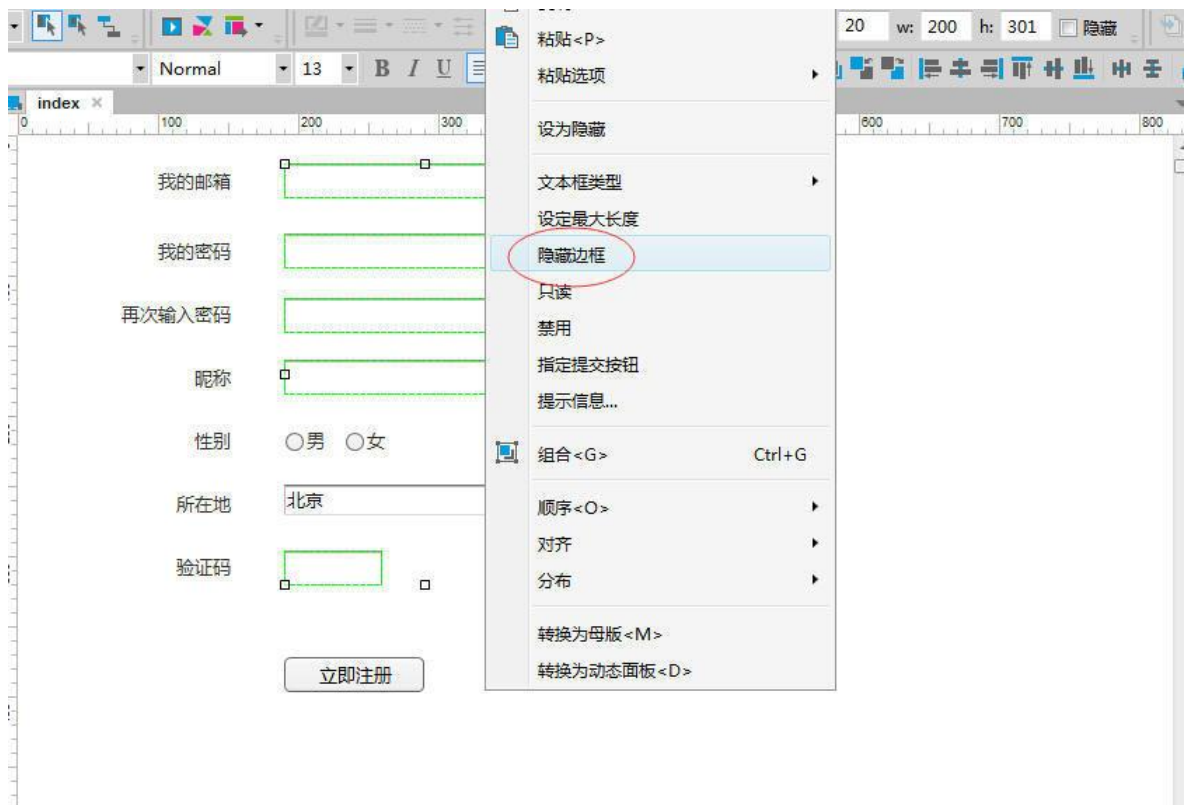
验证码

立即注册

## 二.制作输入框变化框边

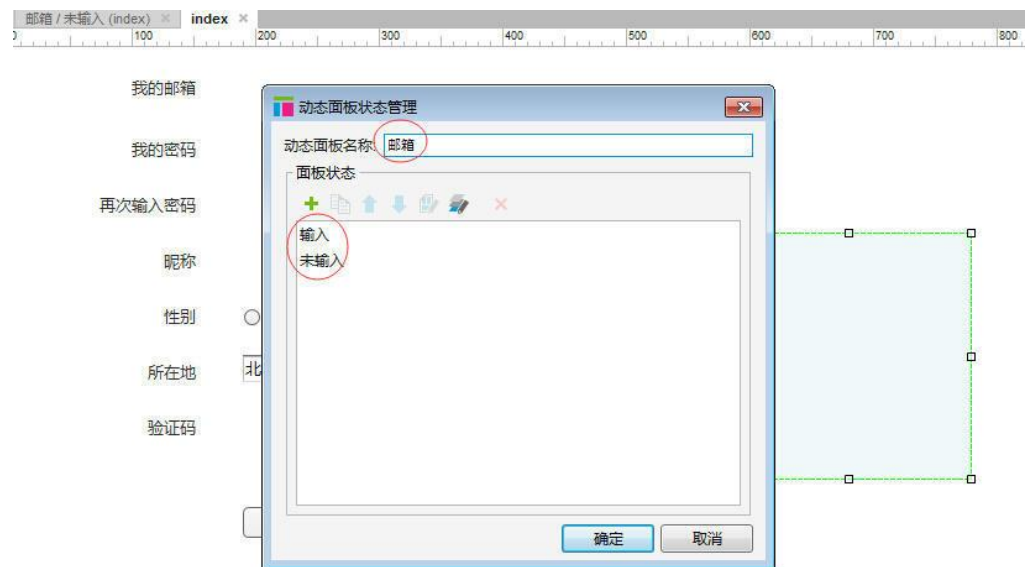
当我们填写某个文本框输入框时，输入框会被高光显示，然后右侧提示用户输入什么。如果输入的不符合要求，右侧会提示。

选中 5 个文本输入框，右键，选择隐藏边框。（最后会说明为什么隐藏）

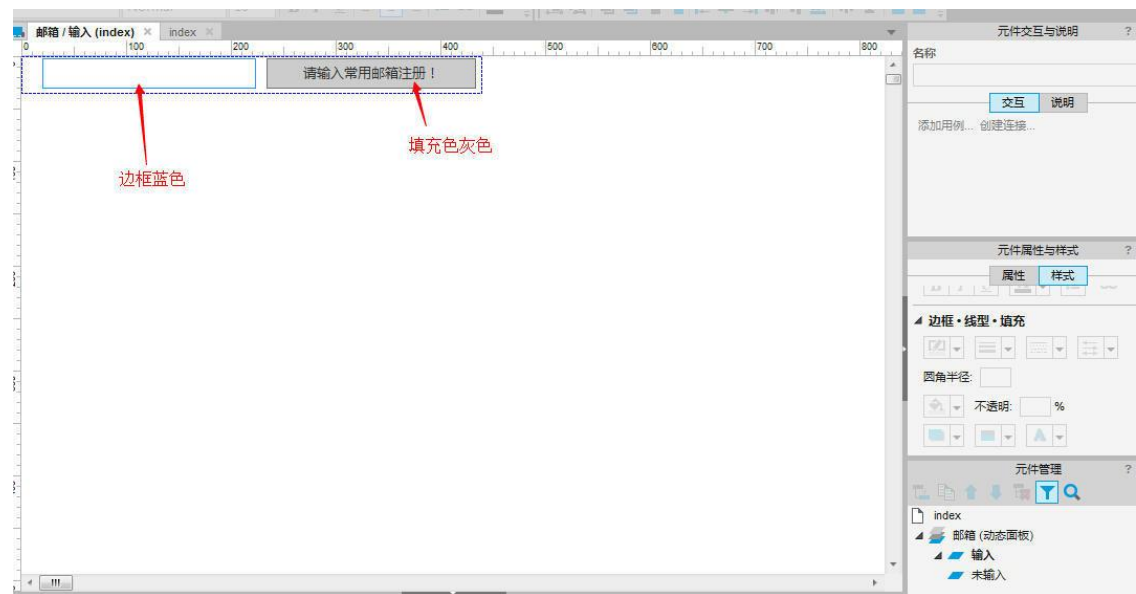


拖拽一个动态面板，命名为邮箱。再添加一个状态，分别命名为输入和未输入。

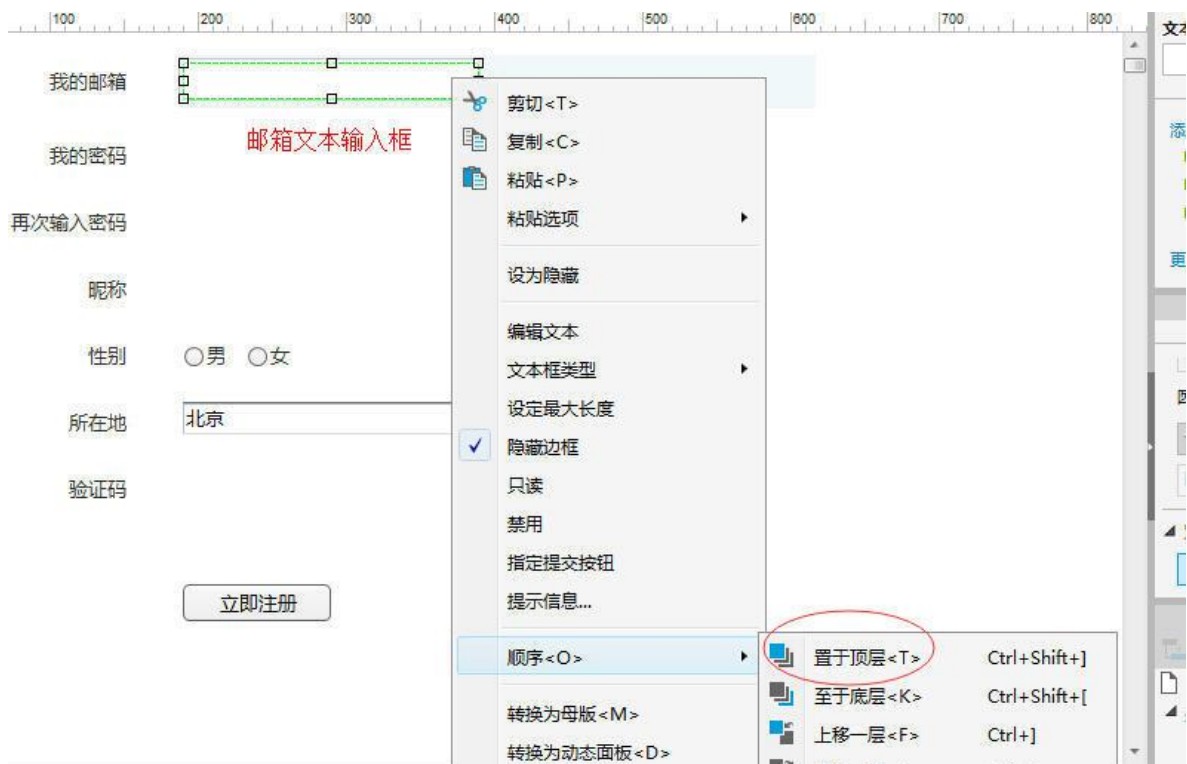




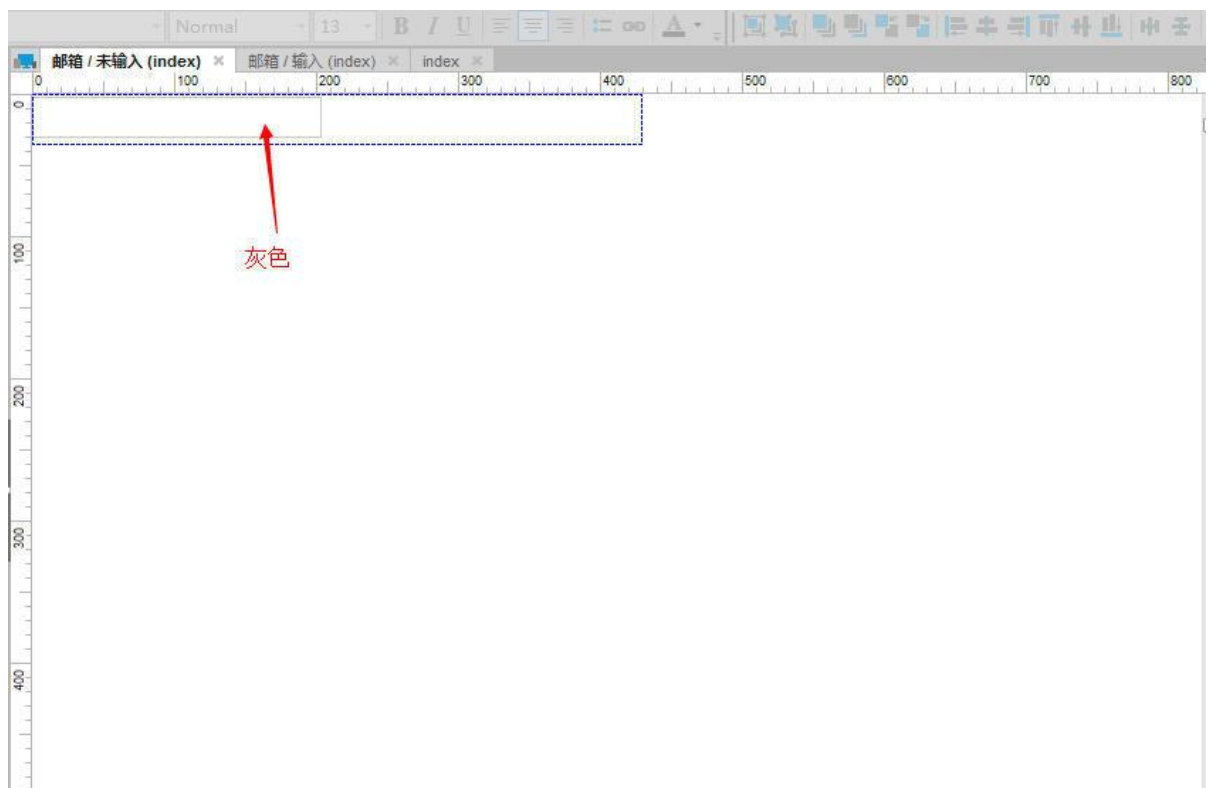
再输入状态下添加两个矩形，边框颜色和填充颜色如图。第二个矩形是提示文字。矩形大小比文本框多出 2 个像素大小，为了切换状态时完全覆盖最初的文本框。



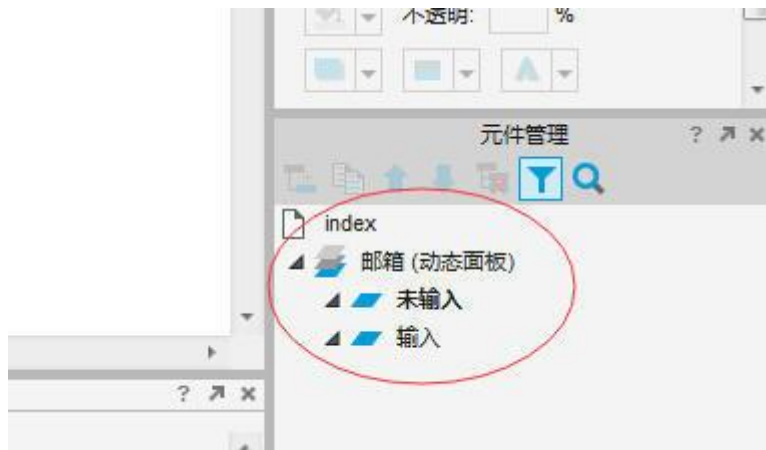
把最先放上去的那个文本输入框置于顶层。



切换到未输入状态，把输入状态下第一个矩形复制到这里，再把边框颜色改为默认的灰色。



修改面板顺序，把未输入状态放在前面。

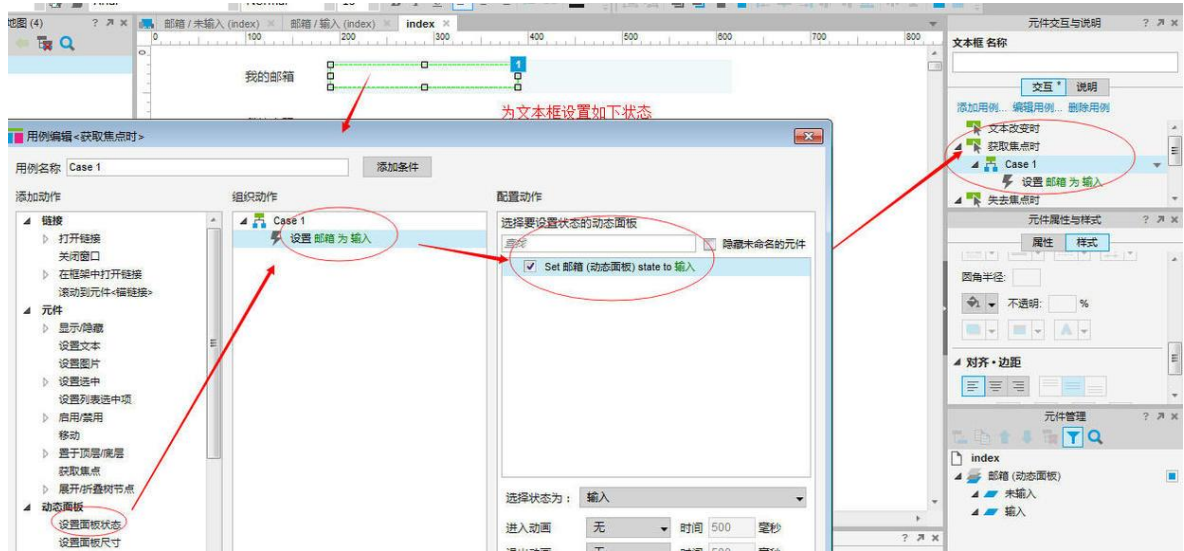


面板顺序

点击预览，界面如下图所示。

### 三.让边框动起来

为我的邮箱输入框添加如下状态，使得鼠标移动到那里未输入状态，不在那里为未输入状态。



生成后看到如下界面：

---

我的邮箱	<input type="text"/>
我的密码	
再次输入密码	未输入
昵称	
性别	<input type="radio"/> 男 <input type="radio"/> 女
所在地	北京 ▼
验证码	
<input type="button" value="立即注册"/>	

---

我的邮箱	<input type="text"/>	请输入常用邮箱注册！
我的密码		
再次输入密码		
昵称		
性别	<input type="radio"/> 男 <input type="radio"/> 女	输入了
所在地	北京 ▼	
验证码		
<input type="button" value="立即注册"/>		

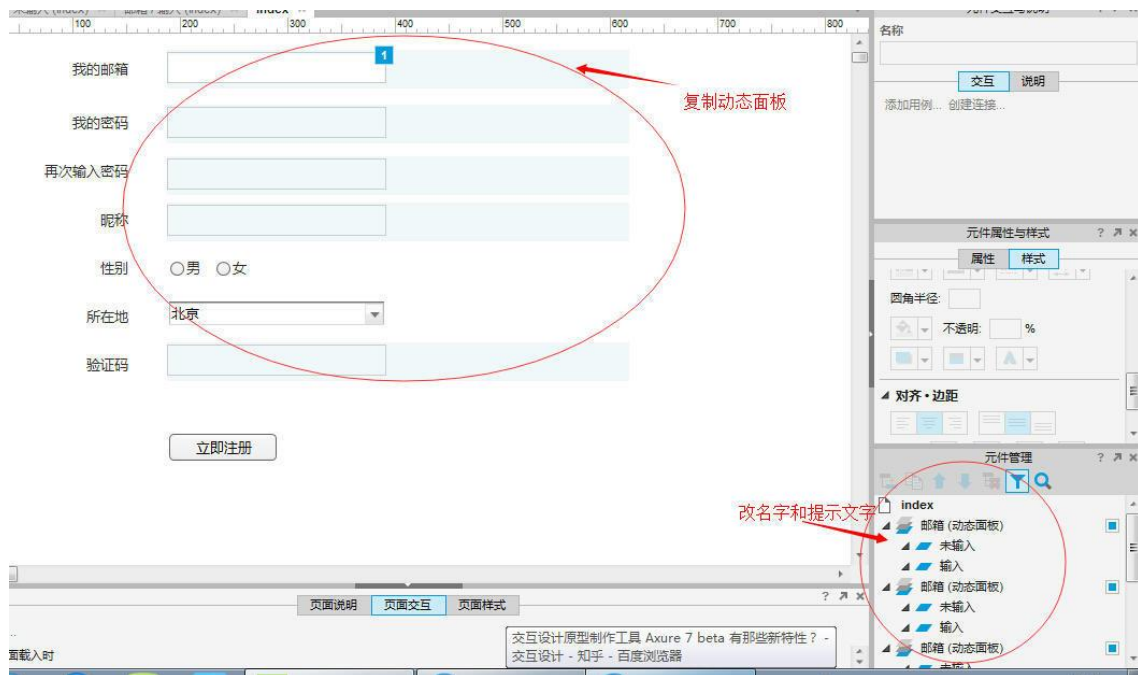
#### 四.添加其他输入框和提示

这部需要把邮箱那部分制作好的动态面板复制到其他输入项中。

复制到其他选项，注意调整坐标。

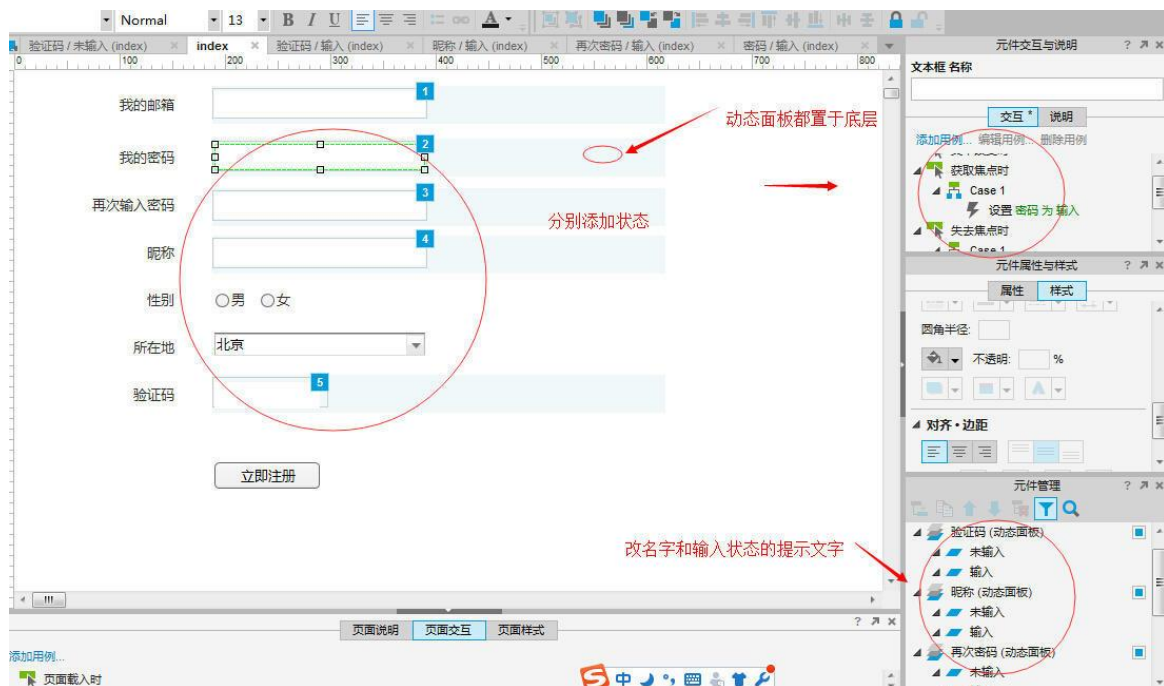
修改其他动态面板名字。

需改其他动态面板输入状态下的提示文字。



把动态面板都至于底层，输入框置于顶层。

分别添加状态，与邮箱添加状态时一样。



## 五.完成效果

我的邮箱

我的密码

再次输入密码

昵称

请输入昵称4-12位！

性别

☐男☐女

所在地

北京▼

验证码

立即注册

我的邮箱

我的密码

请输入6-16位密码！

再次输入密码

昵称

性别

☐男☐女

所在地

北京▼

验证码

立即注册

在此我们将最开始的文本输入框隐藏，代替它的动态面板的未输入状态，边框为黑色，在鼠标移动后就变为输入状态，显示为蓝色和提示文字。这样就完成了注册设计中的边框效果和提示文字。还有验证输入，验证密码，处理验证码等以后再做总结。

## 12、《细节决定成败！提高用户登录体验的 5 个细节》



提高用户体验最好的方向，就是尽力让用户切实地体会到整个操作流程的简单顺畅。要提高登录流程的用户体验，有很多方面的因素是需要设计师考虑的。这篇文章中，我们将主要讨论一下登录界面流程优化的 5 个细节。我们会从两种不同的登录类型着手，一直说到标识的重要性。

### 登录类型

目前，有两种主要的登录类型，一种是通过在网站本身注册登录，第二种是使用第三方社交网络帐号，诸如 **Google**、**Facebook**、新浪微博等等。目前很多应用程序都采用第二种登录方式，设计师和开发者只需要做好登录按钮和接口就好了。相对传统的处理方式，通常需要你设置用户名、电子邮箱和密码。而这种登录流程是可以优化的，所以接下来的 5 条策略就与此有关。虽然两种登录方式各有优劣，但是今天主要探讨的是传统登录方式的优化。

#### 使用电子邮件登录

传统的注册流程中，不设置用户名还是很正常的，而 **Email** 通常是必填的项目，当然，两者都用是比较常见的情况。我想说的是，允许填写用户名的地方，应该也支持 **Email** 输入。




Instagram

Username:

Password:

Forgot password?

Log in



Sign in

Your email or username

Password

Let's go

Forgot your password?

or

f

Sign in


我曾碰到过同时支持用户名和 **Email** 登录的输入框，但是标注只写了“用户名”，这是典型的设计败笔。


问题在于，在不同的网站，用户通常使用一个 **Email** 注册，但是用户名各不相同。如果仅仅只能使用用户名登录的话，用户体验明显不够方便。

### 明显的错误提醒

当用户登录的时候，系统监测和反馈信息的方式也是非常值得深究的。当用户输入错误的时候，系统反馈的信息太多可能会给黑客盗号的机会，而反映信息太少的话，则会让用户感到迷惑。

## Log In To Your Account

 Facebook Log In

 Twitter Log In

OR

Log In

[Forgot your password?](#)

Don't have an account? [Sign up for free](#)

Log In to Lander

Don't have an account? [Sign Up Free!](#)

Email

Password

There's no way to do it without your email and password.

LOG IN

[Forgot password?](#)

我们很清楚，用户输入错误的时候，系统返回给用户的信息是“无效输入（Invalid input）”肯定是没有多大意义的。你必须用更通俗的语言来告诉用户，他们的输入有错误。

如果你想提供更好的用户体验，不妨使用 **JavaScript** 来帮助用户来验证信息。这样做最完美的例子就是手机输入法的纠错功能，当你输入“.con”的时候，输入法会自动纠正成“.com”，或者提供用户纠错的机会。当用户输入错误以及因为输入错误再次输入的时候，不妨提供准确的说明信息，合理引导用户。这不仅让用户更轻松，也能节省时间。

### 加上“忘记密码？”链接

你可能认为加上“忘记密码？”的功能是一件理所当然的功能，但是确实有些网站忽略了它。“忘记密码”链接和登录框一样重要，不要隐藏这个链接，也不要让用户耗尽心神才能找到它。让它时刻为用户准备着。它无需放在显眼的地方，但是它应该紧靠着用户登录表单，以备不时之需。

Log in to your Webflow dashboard.

Go to my Dashboard

Having trouble logging in?  
[Reset my password](#)

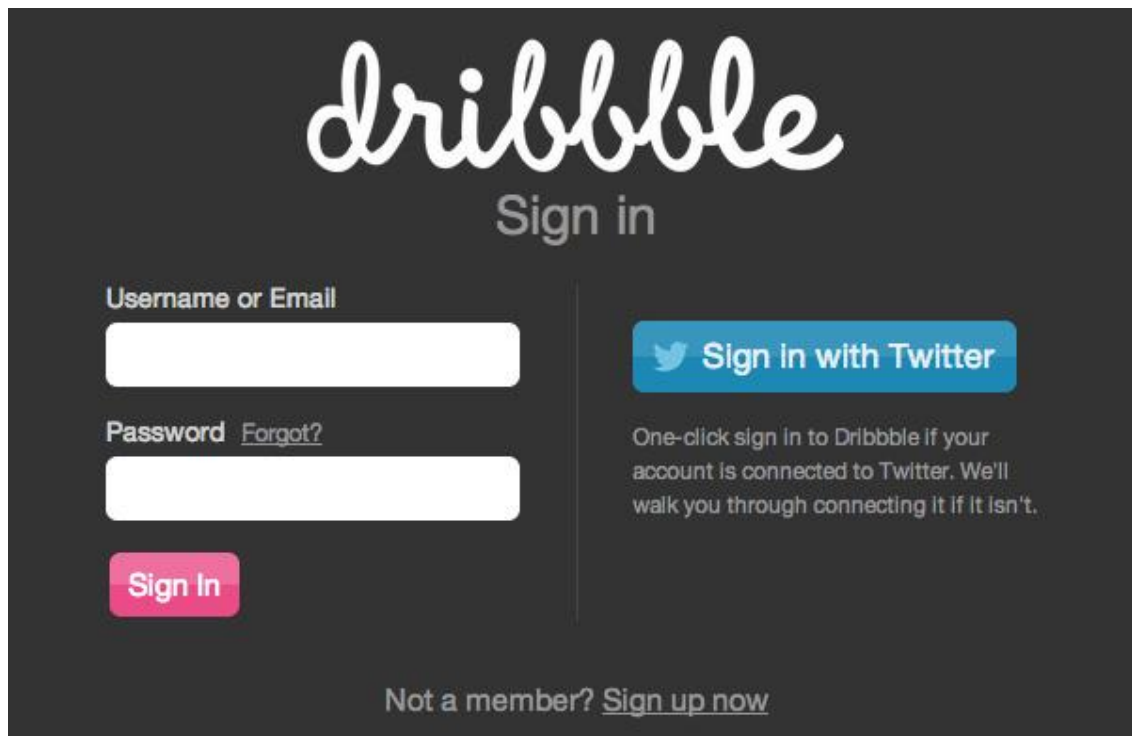
Don't have an account? [Sign up!](#)

# Aol.

[Forgot password?](#)

Sign In

[Get a Free Username](#)

The image shows the Dribbble sign-in page. At the top, the word "dribbble" is written in a white, cursive font, with "Sign in" in a smaller, sans-serif font below it. The page is divided into two main sections. On the left, there are two white input fields: the first is labeled "Username or Email" and the second is labeled "Password" with a link "Forgot?" next to it. Below the password field is a pink "Sign In" button. On the right, there is a blue button with the Twitter logo and the text "Sign in with Twitter". Below this button, there is a paragraph of text: "One-click sign in to Dribbble if your account is connected to Twitter. We'll walk you through connecting it if it isn't." At the bottom of the page, there is a link that says "Not a member? Sign up now".

dribbble

Sign in

Username or Email

Password [Forgot?](#)

Sign In

[Sign in with Twitter](#)

One-click sign in to Dribbble if your account is connected to Twitter. We'll walk you through connecting it if it isn't.

Not a member? [Sign up now](#)


## 让用户专注于登录

通常，登录框会以弹出框的形式存在，或者以单独的登录页面而存在。无需跳转页面就完成登录确实有其优势，但如果你考虑到页面中其他元素对于用户的干扰之时，你就应该清楚单独登录页面的必要性。你要向用户展现内容、推荐商品，让用户登录之后再进行更流畅不是吗？当用户进行注册、结帐的时候，通常都是单独页面，让用户专注做一件事情，那么这种设定理当延伸到登录界面。相比于复杂的内容页，登录页面的内容更少，加载更快，这也是单独登录页面的优势。

## Log In

Email or username

Password [I forgot my password](#)

 **Sign in with my Poll Everywhere account**

Do you need an account? Create one in a few seconds.

## Sign in

Your Email:


Your Password:

☒ Keep me signed in on this computer

**Sign in to KISSmetrics**

---

or

 **Sign in with Google**

Help: [I forgot my password](#)

标识很重要

不管什么时候，都不要提交信息的按钮上标注“提交”或者“完成”，而应该用“登录”。这很简单。对于用户而言，这会让用户明白他们的操作和预期是一致的，尽管对于系统而言这种行为就是提交信息。，

BEEN HERE BEFORE?

Existing Team ESC Members, simply enter  
your details below and hit go...

EMAIL ADDRESS

eg. sarah.smith@gmail.com

PASSWORD

SIGN ME IN

[Forgot password?](#)

EMAIL OR ELEVATE #

PASSWORD

[Forgot?](#)

SIGN IN

NOT AN ELEVATE MEMBER? REALLY?

JOIN ELEVATE

不仅如此，在登录框中标明“输入用户名或者邮箱”，避免使用占位符或者其他的容易让用户迷惑的标识。这些都是增强用户体验的重要组成部分。

## 结语

细节影响体验，决定成败。这 5 项确实是细微末节，但是要做好登录框的设计需要将这些因素都考虑进去。在做好这些设定的基础上，再打磨视觉，会让你的网站体验再上一个层次。



### 13、《做登录/注册页面需考虑哪些问题？》

这几天在做登录/注册页面。做之前看了很多其他公司的登录/注册页面。看的时候觉得登录/注册页面挺简单的。无非就是表单的设计和各类报错提示。我想麻烦应该在各类报错提示上面，因为比较多。只是麻烦而已，应该也不算难。后面才发现并不简单。

#### 1、选择登录/注册方式

注册方式一般有：手机号码注册、电子邮箱注册、用户名注册、手机短信注册。登录方式一般有：手机号码登录、电子邮箱登录、用户名登录、手机短信登录、其他社交账号登录、扫二维码登录。

（手机号码/邮箱/用户名登录注册都比较常见，图为百度的手机短信的注册（图左）、登录（图右）。另：图右的这种方式也可以用于注册）

现在人手一部手机的前提下，手机号登录/注册的方式无疑是最简单直接的方式。而且现在很多其他注册方式，到后面还是会引导用户去绑定手机。所以最好还是最开始就采用手机号码来登录/注册。



#### 2、确定登录/注册界面元素

注册页面，一般会有：手机号输入框、密码输入框、短信验证码输入框、短信验证码获取按钮、用户协议选择、注册按钮。（图为优酷的注册界面）



The screenshot shows the '手机注册' (Mobile Registration) page of the Youku app. It features a light blue background with a green border. At the top, there's a title '手机注册'. Below it, there's a dropdown menu for the country code, currently set to '+86', followed by a text input field for the '手机号码' (Mobile Number). Underneath is a password input field with a lock icon and the label '密码(6-16位字母、数字和符号)' (Password (6-16 letters, numbers, and symbols)). Below the password field is a confirmation password input field with a lock icon and the label '确认密码'. To the left of the confirmation field is a text input field for the '验证码' (Verification Code). To the right of the verification code field is a grey button labeled '获取验证码' (Get Verification Code). At the bottom, there's a large blue button labeled '注册' (Register). In the bottom right corner, there's a small logo and the text '酷产品的小妖精'.

登录页面，一般会有：用户名输入框、密码输入框、登录按钮、记住密码按钮、忘记密码按钮、注册按钮以及其他登录方式。（图为优酷的登录界面）



The screenshot shows the '账号登录' (Account Login) page of the Youku app. It features a light blue background with a green border. At the top, there's a title '账号登录' and a link for '短信登录' (SMS Login). Below the title, there's a text input field for the username, preceded by a person icon. Underneath is a password input field with a lock icon and the label '登录密码' (Login Password). Below the password field, there's a checkbox labeled '记住我' (Remember Me) and a link for '忘记密码?' (Forgot Password?). At the bottom, there's a large blue button labeled '登录' (Login). Below the login button, there's a section for '其他方式:' (Other ways) with icons for various social media and payment methods. To the right of this section is a link for '注册' (Register). In the bottom right corner, there's a small logo and the text '酷产品的小妖精'.

找回密码页面，一般是：手机号输入框、短信验证码输入框、短信验证码获取按钮、重置密码框，完成按钮。



在确认界面元素的时候，发现了其他几个问题。

## 2.1 登录和注册怎么切换？是在同一个页面做成 tab 切换？还是做成跳转页面？

两种方式都有。不过把注册设置为较小入口，然后做成跳转页面的比较多。我是这样理解的，看网站的目前的状态。如果处于还是拉新的状态，应该给注册一个比较大的入口。我们公司以前 web 端没有登录注册，开放以后，注册的用户数应该比较多。于是我选择 tab 切换的方式。（图左为优酷的登录界面，图右为简书的登录界面）



## 2.2 登录页面-记住密码按钮是做成默认选中？

默认选中、不选中，这两种方式在其他网站都存在。还有一种是根本没有记住密码。其实复选框点选非常简单。但是也毕竟是增加了用户的一次操作。考虑到我

们网站的用户场景（做驾考题，一般不太容易跑到网吧去做）、账号也不涉及交易。所以打算做成默认。

### **2.3 登录页面-记住密码按钮、忘记密码按钮是放到登录按钮之上还是之下？**

同样是两种都有。我觉得问题不大。

### **2.4 登录页面-其他登录方式具体叫什么？**

这个我老大比较纠结。因为我们的其他登录方式只允许 QQ 一种。所以我写的是：其他社交账号登录。他觉得不太好。他认为直接写 QQ 登录，不要写其他社交账号登录比较好。因为更简洁。

### **2.5 注册页面-密码输入框需不需要设置两次？**

我看到还是有比较多的密码需要再次确认。我觉得没有必要。一般用户输入密码时都会比较谨慎。我们也会设置可以查看已输入密码字符的小功能。如果实在不行，也可以找回密码。用手机找回，相对来说还是比较快捷的。

### **2.6 注册页面-需不需要图片验证码？**

这个问题我犹豫了很久。图片验证码主要是识别是否机器注册。不过很多验证码看不太清，多次输不对会让用户很烦躁，体验很不好。我问了技术，一般来说其实后台可以控制。不过后来得知，因为一般我们使用的短信平台是第三方短信平台。第三方要求必须要有短信验证码。

### **2.7 注册页面-用户协议复选框需不需要默认选中？**

默认选中、默认不选中、还有就是根本不要复选框。其实无论默认选不选中，用户其实都不会去看。放一个选择框在那里，用户说不定还会犹豫下，停顿下。所以我想干脆就不要复选框好了。（图左为美团的注册界面，图右为优酷的注册界面。细心的小伙伴可能也注意到了，这里优酷的注册界面和上面优酷的注册界面不同。因为上面的优酷注册界面是弹窗，这里的是页面。）



## 2.8 找回密码页面-统一为一个页面行不行得通？

一般是先验证身份，再重置密码。如果是两步的话，有流程提示比较好。像下图，百度这样。分为了三步，每一步一个页面。但我想统一为一个页面应该问题不大。因为步骤其实也是一样的。（图为百度找回密码界面。分了三步，三个页面。）



## 3、报错提示

### 3.1 哪些信息是及时报错，哪些信息是统一返回报错？

手机号码是否注册、手机号码的格式、图片验证码、注册时候密码的格式及时报错没有问题。手机号码和密码的匹配，一般是点了登录之后统一返回报错。

### 3.2 报错提示全部统一在一个地方好，还是在各自输入框下面好？

现在的报错提示好像基本上都是统一一个地方，统一在上面或者下面。（图左为京东的登录界面，图右为去哪儿的登录界面。）



### 3.3 登录、注册、找回密码的某些报错提示是否一致？

我开始设置为一样的。但是后面发现有问题。比如手机号码，登录的时候如手机号码位数出错，其实不必提醒为“请输入 11 位手机号码”这样具体。直接提示“手机号码格式有误”就行了。因为注册的时候提醒过。而注册的时候就有必要了，注册时教育和引导用户的过程，越详细其实越好。

## 4、其他问题

### 4.1 登录注册做成页面还是弹窗？

你会发现同一个网站，同样是登录/注册功能，但有的入口进去是弹窗，有的入口进去是页面。这个我后来总结了，一般点“登录/注册”按钮进入，是页面，因为这个时候用户的目的就是登录或者注册，比较明确。而比如点其他功能，这个功能需要登录注册才可以使用，一般就是弹窗。因为用户的目的不是登录注册，而是完成其他功能。弹窗的形式让用户觉得简单，对用户的其他目的干扰较小。

### 4.2 找回密码做成页面还是弹窗？

一般是页面。我想是因为找回密码一般分为两个步骤的关系。

### 4.3 弹窗-页面-弹窗？

由于我们第一期准备做登录/注册弹窗，在考虑 qq 快捷登录这样的方式的时候，需要绑定手机号。绑定手机号也打算做成一个弹窗。qq 快捷登录是一个页面。这样的话，就会经历从弹窗到页面再到弹窗，这样感觉还是比较奇怪。所以本期 web 端暂且不打算做 qq 登录。

#### **4.4web 和触屏端是否一致？**

由于 web 的登录和注册也算做到极简了，调整下宽度，用于触屏端基本也没有问题。所以打算 web 和触屏端一致。

总之，登录/注册界面虽然看上去内容非常少，但由于网站性质不同、用户场景不同、第三方要求不同、还有产品一般性原则等，需要考虑的点还是蛮多。

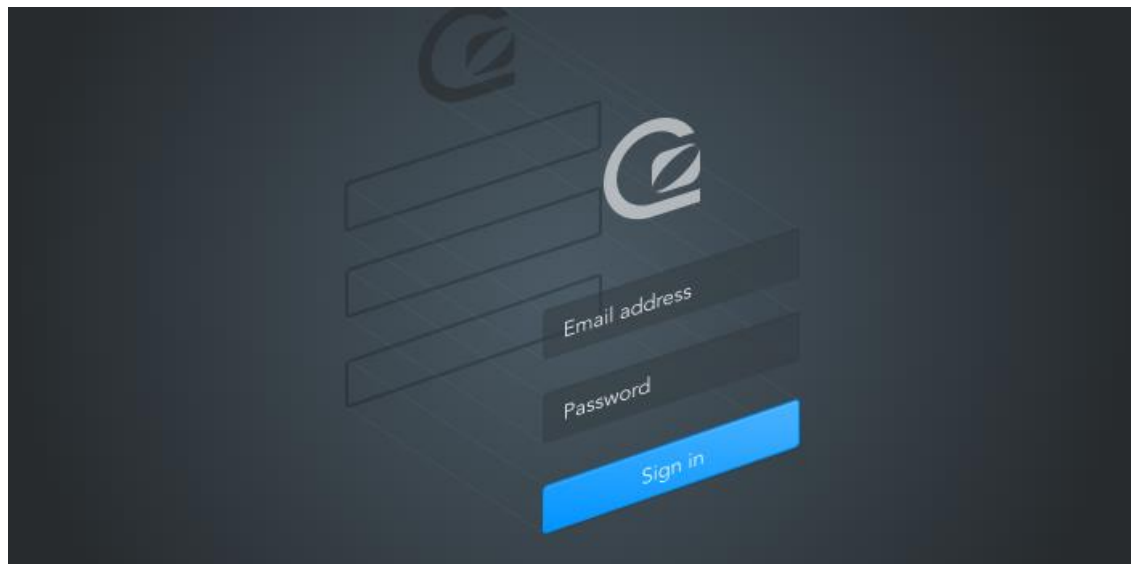
不过由于时间问题，还是存在参考网站较少，参考国外网站较少的问题。以前觉得，大多数登录注册页面还是太过中规中矩，并不是那么有趣。轮到自己做的时候，却也不敢放开来做。



## 14、《交互设计中如何把握登录界面易用与安全的平衡》

不论是网页设计师还是 UI 设计师，登录和注册页面的设计是必然经历过的工作内容。登录界面的设计说难不难，说容易也不是那么轻松就可以做好的，要在安全和可用性之间找到登录界面的平衡点，还是需要相当的经验来支撑的。今天的文章来自 GoSquared 团队，他们在登录界面的设计上细致入微，值得学习哦~ 对于 GoSquared 的每一个设计细节，我们都非常之上心。最近登录界面改版，新加入的双重认证机制使得用户账户更加安全，与此同时，我们也借此机会逐步提升用户登录的体验。

提升登录界面的用户体验并没有看起来那么简单。当你让登录界面越发漂亮、直观、快速且好用的同时，你还需要让这个过程不那么简单，不会被黑客或者其他心怀不轨者轻易入侵。



接下来，我们一起来看看这次改版做了哪些决策。如果你想仔细体验我们改版后的细节，请注册一个 GoSquared 帐号然后登录进来!



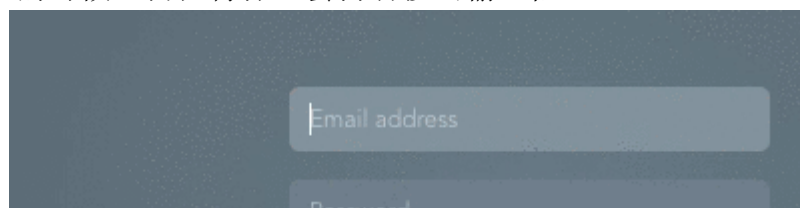


由于双重认证机制的加入，登录过程比之前复杂了不少。比起之前仅需邮箱和密码的传统登录方式，现在的登录方式并非简单的一次输入决定登录与否，新增的步骤使得登录成了由几步构成的新流程：明确帐号是否有双重认证的相关设置，而用户选择的是哪种验证方法。在许多流程中，还应当包含使用备用的设备/联系方式，以及紧急备用代码。所有的这些因素我们必须完全考虑到，但是又不能让它们成为登录的负担，让用户感到费力。

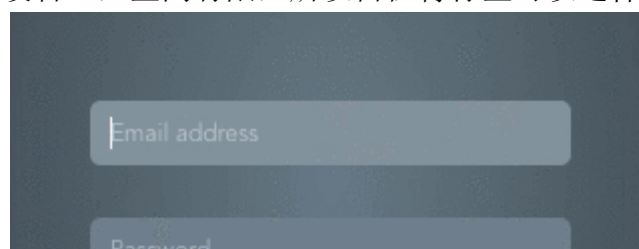
## 占位符和标签

占位符在表单中的展现形式应该如何选，是一件非常棘手的事情。从设计的角度来看，占位符很不错。但是要用好并不容易，尤其是需要兼顾到可访问性和表单那自动填充的时候。如果你使用 **HTML** 来实现占位符，那么当用户输入的时候，占位符会消失，其结果是有的用户此刻会忘记他真正要输入的是什么。更麻烦的是，如果你的浏览器会自动填充之前的信息的话，那么你永远看不到这个地方占位符。

通过检测表单内容是手动输入还是自动填充，我们之前成功地规避了这个问题，当其中内容是浏览器自动填充之时，会有标签说明输入内容，如果是手工输入，则不会显示标签。不过，后来我们发现，用户在提交之前喜欢有标签提醒，确保他们输入的内容是对的，这也就意味着，他们希望输入过程中，标签一直存在。所以，我们最终想到了一个优雅的解决方案，使用单独的元素来做占位符的标签，当用户输入的时候，占位符标签会自动移出输入框：



当然，在移动设备上，空间有限，所以占位符标签可以这样移动：

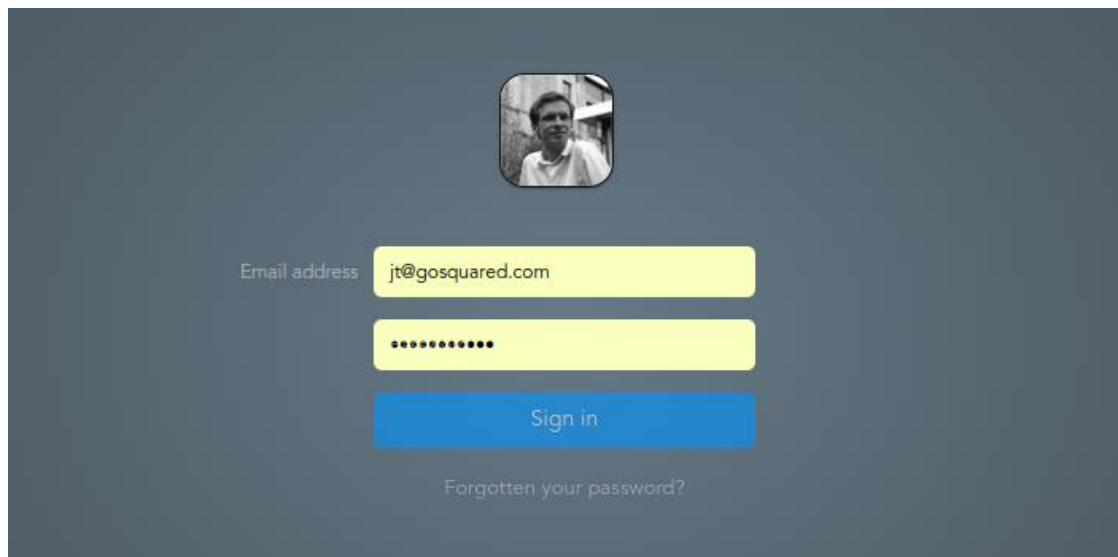


当然，要让这些设计都完美的实现出来，还是需要解决一些有趣的挑战。

## 尴尬的安全特性

最开始我们使用代码来控制这些标签和占位符的时候，并不复杂：每当表单中内容改变的时候，检测其中的内容；如果内容为空，占位符标签在表单中显示；如果不为空，那么就移动出去。当页面刚刚加载的时候，系统会自动检测若干次，检测浏览器是否有自动填充内容。

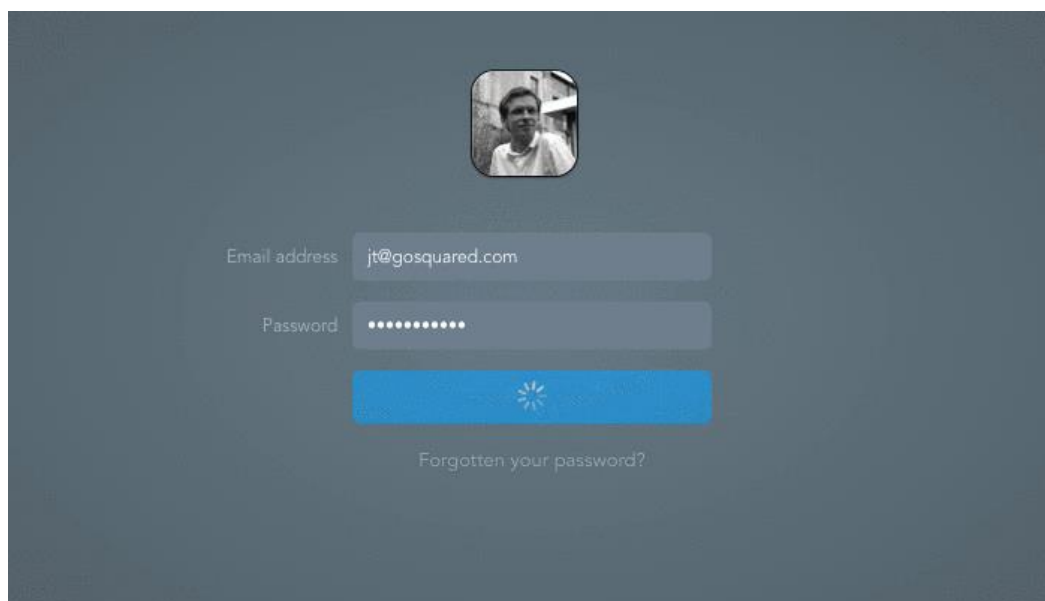
但是即便如此，依然存在问题。Chrome 浏览器中有一项安全特性，名为 `PasswordAutofillAgent::PasswordValueGatekeeper`，这一特性的特殊之处在于，它并不会将之前保存的帐号和密码字段直接填充到表单中，哪怕它们看起来填进去了(当然，用户通常也不希望浏览器自己填充内容之后还提交上去)，只有当用户和页面进行交互(也就是提交内容的时候)，浏览器中的表单才能检测到被填充了内容。所以，浏览器的这一设计使得我们的标签会以这样的形式展现出来：



所以为了尽量规避这些问题，主要的解决方案是检测输入内容是否与 `:-webkit-autofill` 选择器是否一致，以及输入内容的存在与否。虽然看起来并不美观，但是非常有效。

### 流动性更强的界面

每操作一个步骤都要给页面重新定向是 2008 年的网页设计师做的事情，这样来设计可能兼容性更好，也更加万无一失，不过 GoSquared 的 APP 已经不再支持这样的特性了。



新的 GoSquared 的登录界面拥有更强的流动性，平滑的动效和自然的状态切换，着实令人着迷。

## 验证和建议

正如同我们在之前的文章中所说的，之前的设计非常容易打错登录邮箱和用户名，直到提交的时候才收到系统提醒，输入的密码或者帐号有误。

**Mailcheck** 这样的邮箱名称纠错工具，能纠正绝大部分的邮箱地址输入错误，极大的降低了登录输入错误率。我们在上一版中就加入了这一组件，它现在也服务于新版。



## 登录按钮的回归

上一版设计的时候，我们大幅削减了界面中其他非重要元素，最终使得登录界面上只有两个输入框，而没有其他的视觉元素，毕竟在今天，输入完帐号密码之后按回车键登录是一件自然而然的事情，有没有登录按钮似乎影响不大。

但是，当我们观察实际用户操作之后才意识到，有许多用户宁可点击按钮提交表单也不愿点击回车键。这也促使我们最终在新版中让登录按钮重新回归。

等等，为什么登录变慢了？

当我们点击“登录”按钮之后，通常会等待几秒钟才进入登录后的界面。即便我们进行了诸多优化之后，用户依然需要耗费几秒钟等待时间才能登录，这其实是有原因的：安全性。当用户提交他们的帐号密码之后，后台的服务器需要耗费巨量的运算来确定它们是正确的，在此我们无法详细描述具体机制，但是这么做是为了防止有人以暴力破解的方式黑入系统。

当然，也正是因为这个缓慢的过程，我们并不想让用户独自面对着仿佛卡住了的登录界面，我们需要通过设计，用视觉反馈告诉用户“你的表单已经提交，一切都很正常，你只需要稍等一下就能进去了！”

所以我们在这个环节添加了一个进度条，为用户展示预计多久能够登录进去，这使得他们对登录时长有一个明确的预期。不过，基于时间的进度条本身非常单调，而且不一定准确，所以我们最终使用了一个非常微妙的动画来作为替代方案。



## 结语

用户体验和 UI 设计并非一成不变的东西，它们会随着时间和地区的改变而不停地调整。我希望你们会喜欢 GoSquared 登录界面的改进，也希望我们的改进过程能给同行们一些启示。