

# 搭建互联网产品框架的方法分析

□于晗 北方工业大学

【摘要】 互联网产品的概念是从传统意义上的“产品”延伸而来的，是在互联网领域中产出而用于经营的商品，它是满足互联网用户需求欲望的无形载体。近年来，随着互联网在国内的兴起和发展，互联网产品已经渗透到人们生活的方方面面，人们只要一拿起手机，一坐在电脑旁，总会被各种各样的“互联网产品”包围和吸引。这是一个互联网产品发展最好的年代，不管是从投资者、还是用户、亦或是创造产品者的角度来说，大家都已经熟悉并了解互联网这个生态圈。文本主要通过五层框架分析方法，通过介绍每个层级的内容和分析方法，并通过一些典型案例加以对比和说明，来对如何创建一个好的产品进行讨论和分析。

【关键词】 互联网产品 产品框架

## 一、五层框架

### 1.1 战略层，产品目标和用户需求

A、综合对比法。在战略层面上，需要将以上几个因素综合起来考虑产品，比如产品设立了一个提升品牌价值的产品目标，就需要从用户需求角度考虑，产品的功能是否可以满足用户需求从而提升品牌价值，还需要从市场环境考虑，其他产品是否也有类似功能可以满足用户需求，用户转向自己产品的可能性会有多少等。

B、长远分析法。以阿里巴巴的淘宝网举例，淘宝网在2003年推出，是当时第一批电商品台网站，当时国人的消费方式还是停留在去商场等实体店的消费模式，消费水平也普遍不高，互联网水平也相对落后，但是马云正是看到了互联网未来的发展趋势，对市场环境的预估非常准确，在这种市场环境预估的基础上结合用户对网上消费的需求分析，制定出了长达几年的战略目标，马云对战略层的把控非常准确，我想这得益于他对市场环境预估的准确。

### 1.2 范围层，功能及其内容需求整合

#### A、流程图

这里的流程梳理包含了两部分内容，业务流程梳理和系统流程梳理。当确立产品功能时，我们必须先确定产品的使用场景、使用流程是什么样的，这就要求设计者必须清楚业务流程，把线下流程和线上流程区分开来，再设计系统流程，确立系统功能模块边界。只有将流程梳理的足够清晰充分，才能在设计产品功能时做到不遗漏、不拧巴。

#### B、用例法

如果说流程法是站在某一个流程的角度进行归整分析，那么用例法就是站在用户的角度，对用户的行为进行分析，从而整理出产品功能。当用例视图在外部用户出现以前出现时，它捕获到系统、子系统或类的行为。它将系统功能划分成对参与者（即系统的理想用户）有用的需求。用例使用系统与一个或者多个参与者之间的一系列消息来描述系统中的交互。

### 1.3 结构层，信息架构及交互设计

在定义好用户需求并排列好优先级别之后，我们对于最终产品将会包括什么特性已经有了清楚的认知。然而，这些需求并没有说明如何将这些分散的片段组成一个整体，这就是结构层需要做的工作：为产品创建一个概念结构。对于功能型产品，交互设计是结构层非常重要的一环。

交互设计关注与描述“可能的用户行为”，同时定义“系统如何配合与响应”这些用户行为。人类在使用产品的时候，用户和机器这两者之间就会产生某种类似舞蹈的步伐。用户移动，系统响应；接着用户再移动，来回应系统的响应，这样舞蹈才能进行。但一般的软件设计并没有刻意的留意这种舞步。此类软件的设计思路是：反正每一种应用程序的舞步都会有些不同的地方，让用户来适应这些不同的舞步并不算过分的要求。所以系统就可以自己跳自己的，要是某些用户的脚被踩了，那也只能当成是学习过程的一部分。可事实上，每一位舞者都会告诉你，成功的舞蹈是要求每一个参与者都能预测对方的移动。

### 1.4 框架层，界面设计和导航设计

在结构层，我们看到一个较大的架构和交互的设计，在框架层，我们的关注点几乎全部在独立的组件以及它们之间的相互关系上。界面设计考虑可交互元素的布局，导航设计考虑在产品中引导用户移动的元素安排，信息设计考虑传达给用户的信息要素的排布，更直观的说法，框架层的设计就是要求输出产品的交互原型图，产品的整体轮廓和细节就清晰可见了。

### 1.5 表现层，视觉 UI 呈现

表现层设计同样离不开战略层确立的内容，要通过战略层确立的产品目标（产品定位）和用户细分（用户定位）来确立表现层的设计方向。比如哔哩哔哩视频网站，该网站的产品定位就是面向青年群体，主动动漫视频和弹幕效果，网站的 UI 以二次元元素为主，配色也多用浅粉色、浅蓝色这样富有朝气蓬勃的色彩，作为主流的视频网站，其 UI 的不拘一格正好可以一下抓住年轻人的心里，让用户觉得有归属感。

## 参考文献

- [1] 魏笑笑. 基于用户体验的互联网产品设计应用研究[J]. 现代计算机: 普及版, 2014(23):63-68.
- [2] 奎瑟贝利. 用户体验设计[M]. 清华大学出版社, 2014.
- [3] 伍凡凡, 杨明刚. 基于需求层次理论的微时代用户体验模型设计[J]. 现代装饰: 理论, 2012(6).
- [4] 陈为. 用户体验设计要素及其在产品中的应用[J]. 包装工程, 2011,32(10):26-29.