

浅析阅读 APP 用户界面设计——以“微阅”为例

李向利

四川大学锦城学院 计算机与软件学院 四川 成都 611731

【摘要】中国目前正处于 4G 向 5G 转型的时期,信息载体—手机的使用量也在稳步上升,与此同时,电子出版物也逐渐取代了传统的出版方式,成为阅读界的主流。作为电子阅读的载体,阅读类 APP 也在蓬勃发展。当前,移动互联网正处于飞速发展的时期,这也使得 APP 越发重要。尤其是国家开始重视知识产权,并制定了相关法律条文后,手机^{阅读类APP}的价值也自然而然的水涨船高。但是就目前市场上所存在各大阅读类 APP 来看,用户受众广泛,没有细化到具体用户群体,使用者难以得到好的体验,市场上也因此出现了很多“废”产品。为此,本文将会在现有的阅读类 APP 基础上,进行归纳总结,根据市场情况,设计出一款适合上班族使用的阅读类 APP,为阅读类 APP 的发展增砖添瓦。

【关键词】上班族;阅读类;APP;界面设计

1 引言

从第十五次全国国民阅读考察成果中能够看到,目前我国成年国民各媒介综合点击率保持增长趋势,数字化阅读也呈现稳步增长,手机和互联网已成为我国国民接触各类信息的重要载体。从不同类型的阅读媒介上显示的阅读率来看,数字化阅读方式增幅最大,使用人数最多。同时,随着 4G、5G 的不断发展,数字化阅读也逐渐呈现多样化发展,越来越多的针对不同人群的阅读类 APP 也出现在了各大手机的应用商店上,但是,从现状来看,绝大多数阅读类 APP 的内容多为小说类型,对阅读者的自我提升的作用并不是很大,使用者想要增加自身知识储备时难以找到适合自己现阶段的书籍。根据此,通过对比市面上比较火热的几款阅读类 APP,比如微信阅读、书旗小说、QQ 阅读等,重新设计了一款简捷、易用的阅读类 APP,能够根据使用者目前的状态,相应的匹配到一些适合的书籍。

2 用户分析

想要使产品在同类产品中立于不败之地,就必须要有足够吸引用户的亮点出现,同时,在后续的过程中,也能够留住用户,并尽可能的通过老用户来带动新用户的增长,所以,在这个时候,用户画像就显得至关重要了,通过用户心理,需求的分析可以使产品更加的贴合大众,即从使用者的角度去看待,“使用者”需要什么样的功能,功能该如何实现,并隐形增加用户黏性。

2.1 年龄分析

根据艾瑞 APP 数据显示,目前我国阅读类 APP 用户年龄更多的集中在 25—30 岁(32.5%),31—35(31.6%),更多的是上班族,更准确的是处于事业初期和上升期的上班族。因此,就可以“画”出一个具有指

导性的用户画像,即事业初期和上升期的上班族。

2.2 需求分析

根据上述的年龄分析来看,绝大多数的阅读者是希望通过阅读来增加自己知识储备,以此来助力事业的提升。所以,此款 APP 的内容可能就是比较偏向知识提能化的一款阅读 APP,它能提供给阅读者职场上需要的知识,隐形增加用户的“知识”技能。同时,也会有一些趣味性的活动来消缓阅读时产生的疲劳感。考虑到上班族时间紧迫的原因,会增加一些碎片化阅读的界面,使用户在繁忙的工作中也能不断地汲取知识。

3 产品设计思路

3.1 总体思路

APP 的生命周期包含了 4 个阶段,既探索期,成长期,成熟期和衰退期。而这款阅读类 APP 目前的市场定位是探索期。当一个产品处在探索期时,就需要有一定的用户群体去验证这个产品,其功能是否齐全,使用时是否会有问题,以此来不断的改进产品功能,使其更加贴近用户,提高使用好感。在这个阶段产品和用户都至关重要,产品需要在用户的使用过程中不断地被验证,而验证的前提是:寻找适合该产品的用户人群,同时,为了提高产品的使用人数,不断的提升与同类型产品之间的差异化,所以需要在开始时就找准目标人群,定位好产品风格,功能板块等,以此来形成产品独特的风格。根据上述的用户分析的结果,微阅 APP 是一款知识提能化、碎片化、内容精准化的产品。碎片化的内容能够使用户在闲暇时间提升自己,精准化的内容又能减少用户的搜索时间,带给用户更加“体贴”的服务。

3.2 产品界面设计

工作的繁忙和生活的压力迫使更多的人越来越喜欢使用简单高效的产品,结合用户的需求,将该产

品的风格定位于简约化,即产品体验人性化,界面设计简洁化,用户群体年轻化。在此基础上,运用卡片式圆角的设计,使界面内容看起来更加具有焦点,同时也能起到美化界面的作用。



图一 卡片式圆角设计

3.2.1 界面色彩设计

用户在打开 APP 第一时间能够通过不同的色彩搭配而对产品做出心理定位,所以产品界面色彩的选择是至关重要的。通过与微信阅读、QQ 阅读、书旗小说等产品进行竞品分析时发现,蓝色在在此类 APP 中运用的十分广泛。从色彩性格来看,蓝色给人一种永恒、安宁的感觉,可以使人保持镇定,增加人的自信心。蓝色具有沉稳的特性,从而延展出了理智、准确的意向。同时,依据产品的用户群体来剖析,用户年龄主要集中在 25—35 岁,界面颜色使用蓝色将会使用户感到宁静,无形中为用户提供了一个补充能量的平台。

所以在做微阅的界面色彩设计时,主色调使用了蓝色,辅助色为紫色、红色。为了使界面显得生动活泼,以紫色和蓝色做了多种渐变图标,增加界面的趣味性。为防止阅读者在使用产品时感到沉闷,也用了蓝色的对比色红色作为提亮色,用以刺激用户的视觉系统,缓解阅读时的疲劳感。

3.2.2 界面图标设计

手机的普及和现有的市场需求,促使着越来越多的 APP 出现在各大应用商店上,各种类型的图标也层出不穷,隐形提高了用户的审美水平。同时,在不断的使用过程中,用户对产品的要求也越来越严苛,比如界面色彩的搭配,图标的可视化,信息获取是否快捷便利等。结合上述,根据此款 APP 的用户群体,设计出了圆角、圆形图标,以此来提高界面的可视化和增加用户的记忆点,图标的具体内容也会根据不同的功能板块来设定。

【参考文献】

[1] 李伊玥 新媒体时代的图书阅读类 APP 研究[G]. 南昌大学,2017

作者简介

第一作者:李向利(1996—),女,汉,陕西省商洛市,本科,四川大学锦城学院,研究方向:UI 设计。

3.3 交互设计

在阅读类 APP 界面中,好的交互设计能够为读者节省很多时间,增加读者的阅读量,为读者带来良好的体验,所以就做到功能可视性明确,准确表达控制及其效果之间的关系。通过对阅读类 APP 的分析,多数读者在打开 APP 时大多要做的行为就是搜索新书或者阅读已经加入书架的书籍,为了使读者在打开 APP 时就能准确的找到自己需要的内容,所以在首页放置了很多日常需要去操纵的内容,用户可以使用点击和左右滑动来进行界面的更换,通过点击相应的图标进行页面的跳转,产品设置了四个主界面,即首页、分类、书架、我的。根据从竞品分析的情况来看,我的界面使用次数最少,所以在首页里面放置了签到,积分等图标,使用户可以快速便捷的操作界面,隐形增加了用户粘度,而将书架和分类放在主界面中,也能使用户很快的找到自己想要的书籍。

3.4 商业模式分析

3.4.1 建立长期高效的激励体系

为增加产品的用户人数,各大 APP 的拉新手段也令人眼花缭乱,但在众多的激励模式中,用物质去激励用户的效果是最好的。所以在此产品中设置了相关物质的激励体系,即通过签到获取相应积分,可以使用获得的积分兑换书币,也可积累到一定量时提现为现金,同时,在阅读书籍时,系统也会根据阅读时长来进行相应的积分奖励。

为了扩大用户群体和增加用户黏度,我的界面里面设置了邀请好友这一图标,用户可点击该图标进行邀请好友,在邀请成功后,系统会根据邀请的人数奖励给用户相应的积分,新的用户也可以获得一定的免费阅读的次数,以此来鼓励用户多使用 APP 增加产品活跃度,使产品和用户生活的链接更加的深广。

3.4.2 短期的金钱补贴

根据 3.4.1 的分析,在初期的拉新过程中,APP 需要一定的资金支持去促成新用户的使用,在此基础上不断的增加用户数量,当用户到达一定数量时,可通过积分制进行流量的转化,增加产品的收益,同时,也能促进产品商业价值的提升。

4 结语

在信息化,数字化日益发展的今天,获取知识的方式也不断的更新迭代,人们通过使用阅读类软件提升自我,而一款好的 APP 对于读者来说是十分重要的,将碎片化阅读和知识提能化结合起来,细化用户群体,或许也会取得一定的成功。