

# 美拍短视频界面设计分析

梁怡信

湛江科技学院经济与经融学院 广东湛江 52400

**摘要:**本研究以用户心理学模型为出发点,针对美拍用户群体、产品自身定位,分析美拍软件的交互设计、视觉设计、用户心理模型和产品设计模型,探究美拍短视频界面设计底层原因,总结出美拍界面设计的关键因素。界面设计影响到用户感受到产品定位与价值,优秀的体验可以提升用户的满意度和产品商业价值。产品更新迭代的同时,界面设计应当保持简单、易于理解,降低用户的学习成本,提高操作效率与易用性。

**关键词:**美拍;短视频;用户心理学模型;手机软件

## 前言:

随着5G通讯科技与智能手机的普及与发展,网络的发展改变了大众的生活方式,随之社交方式也发生了变化,其中国内互联网最火的是短视频。在中国互联网络信息中心发布的第48次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,在2021年我国网民规模达10.11亿人。有8.88亿人观看短视频,短视频已经是大众新的娱乐方式。在观看短视频的时候用户接触到最多的就是手机软件的界面,所以界面交互的好与坏成为了留住用户的关键。本研究将结合用户心理模型理论分析美拍界面设计特征,美拍产品如何在满足娱乐需求的同时,怎样可以平衡商业的诉求和用户的使用体验。

## 一、用户心理模型

作者Alan Cooper在他的书《About Face 4:交互设计精髓》中提出产品实现模型、产品表现模型和用户心理模型三个概念。产品实现模型是指实现产品功能的方法。阐述了产品的内部运行机制和实现的原理。对于手机软件而言,就是如何通过代码实现每个功能。产品的表现模型指的是“产品的外在表现形式”,对于手机软件而言是产品界面设计。用户心理模型是指消费者对商品的认知和使用方法。根据使用者的思维模式,设计人员必须不断地收集使用者的行为与资讯,以便加深对使用者的了解,从而让使用者的行为模式更贴近用户心理模型,从而减少使用者的学习与操作。《设计心理学》的作者Norman认为,对产品的认识是建立在主观感觉和对用户心理模式的体验之上的,是对产品的需求的观念和行

为的反馈。为了更好地为消费者设计出更容易为消费者所接受的产品设计,设计师们需要进行用户调查等方法来对其进行更深入的了解。

## 二、美拍产品定位以及策略

美拍在2014年5月上线是一款可以直播、制作短视频的软件。用户可以在美拍软件,可以使用不同的特效对普通视频进行制作。内容方向分为美妆、校园、穿秀、美食、明星、搞笑、运动等。

### 1. 年轻女性主要是美拍的用户

美拍主要以女性用户为主的移动短视频社交软件,主推社交、美妆、时尚、母婴、育儿等内容,其中女性用户占了美拍的81.7%,80.1%用户年龄在30岁以下。

### 2. 短视频的拍摄工具及短视频社交平台

短视频平台不断的需要新的内容的产出,但是由于拍摄短视频的入门门槛相对困难,美拍推出15秒音乐短视频的“傻瓜化”操作赢得了不少用户的喜爱。同时给出“美拍大学”的方案,在“美拍大学”里达人可以和用户交流分析经验,用户可以学到如何视频拍摄、剪辑甚至原创内容创作、获取管理粉丝等方面的专业性知识,进一步降低用户入门成本。

### 3. 产品运营策略

短视频的形式,降低了表达成本,增加了内容趣味,促进了内容传播。看似简单的产品结构,每一步都是用户的核心体验。丰富的内容能迎合不同使用者的阅读喜好,提高个人的幸福感,与使用者产生的共鸣与互动,使美拍呈现出一种独特而又真实的社群文化。

## 三、美拍界面交互设计分析

美拍交互设计简洁高效风格,面顶部采用滑动式标签导航模式,能很好的扁平化展示推荐子级,从而实现快速切换,同时搜索功能也集合在顶部。底部的舵式导

**作者简介:**梁怡信(1992—),性别:男,民族:汉,学历:硕士,单位:湛江科技学院经济与经融学院,研究方向:摄影、平面设计、服务设计。

航“首页”、“关注”、“拍摄”、“消息”以及“我”五个一级页面，“拍摄”图标常驻于页面底部中间，点击图标进入拍摄流程。主页的界面设计可以满足用户的不同场景观看视频的需求。

### 1. “首页”、“关注”、“消息”以及“我”的页面

用户打开软件后默认的页面是“发现”页面。首页是推荐与用户画像吻合、热度相对较高的个性化内容。主页面采用滑动播放的操作，当用户的下一个视频滑到画面的三分之一处内容会自动播放，默认状态下拉可刷新更新当前页面内容，上滑加载更多内容，点击“发现”标签返回顶部，点击作品进入全屏播放，减少使用者的操作。美拍的推荐会根据使用者的历史，作品的点击率、完播率、时效性等信息进行分析，从而推荐喜欢的内容。

关注页：用户点击底部的导航栏，可以进入到关注页，关注页是使用者将已经关注的创作者所发的内容呈现给使用者，同时也为他们提供了一个可以和创作者进行互动的平台。关注页作品也是以单一的信息流呈现，呈现逻辑强调时效性，以新到旧为排列顺序，浏览作品的互动方式与发现页保持一致。另外，关注页面也是动态的，如果已经关注的创作者有新的消息，就会出现在他的头像上，让他的粉丝们都能第一时间了解到。

消息页：主要有转发、评论、点赞、@等通知功能，还有官方与粉丝、粉丝与粉丝以及创作者与粉丝的聊天。消息提示，让美拍的使用者能够快速获取最新的资讯。

“我”页面：主要是用户自己的个人信息，主要分为三个部分。第一部分是个人信息主要显示用户的账号ID、已发布作品数量、粉丝数量以及关注人数，用户可以清楚看到自己的数据的变化，新作品、新关注以及新粉丝会有新的角标提示。第二部分是功能，主要有“我的收藏”、“我赞过的”、“历史足迹”、“草稿箱”、“美拍大学”、“定时发布”以及“有奖活动”，可以方便用户进入到相应的功能，其中“美拍大学”有一些相关教程鼓励用户进行创作。第三部分是商业功能，主要有“我的钱包”、“我的订单”、“借钱”以及“我的直播”，在电商高速发展下，美拍平台也加入了商业功能，鼓励商家或个人卖家进驻美拍的平台。

### 2. 视频详情页

详细信息页面可以分成四个部分，第一部分是右侧的图片，点击，留言，共享。第二个是展示区，三是作者的昵称、标题、文字等，最后是详细的留言和留言展示区。预设的屏幕上全屏幕，只有进度条、设置和播放暂停键，给观众带来一种身临其境的感觉。只要点击屏

幕上的任何一个地方，就可以查看到详细的录像细节，双击两下就可以展示出一个爱心的动态效果。上滑切换新视频，下滑回上一个视频。使用者在详情页中点击该创建者的头像即可进入创作者的主页，左或右滑均可返回上级页面。

### 3. 拍摄和发布短视频页

拍摄准备页：用户在美拍发布视频的流程包括“拍摄”、“编辑”、“预览”和“发布”四个步骤，主要涉及到拍摄准备页、拍摄进行页、视频暂停页、视频预览页、视频发布页。拍摄准备页包含“音乐”、“镜头切换”、“倒计时”、“台词”以及“设置”，方便创作者可以在拍摄视频前的一些前置操作，例如输入相关台词文案，音乐的选择，降低用户拍摄期间的难度。“拍摄”按钮在屏幕下方中间，两边为创作者提供相关的功能“滤镜”、“美化”、“道具”以及“图片”，美拍平台鼓励创作者创作中短时长的视频，所以视频录制时间最长为5分钟，另外“玩法库”会为一些创作者提供教程，帮助用户进行创作。点击“直播”可以进入直播界面细分为视频直播、语音直播、游戏直播、等类型直播。

拍摄进行页：用户选择了“拍摄”键，就可以进入摄影页面，进入该页面后，录像将会自动开始。该网页的互动控制项有“进度条”、“暂停”、“下一步”，可以让使用者随时了解当前的拍摄进度，从而更好地控制拍摄的时间和速度。按“暂停”键，进入“暂停”页面，拍摄完毕，按“下一步”进入“视频预览页面”。

拍摄暂停页：视频暂停页面支持用户进行分段的视频录制，以满足不同场景、不同内容的需要。另外，在本页中，使用者可以更改滤镜、美化、道具等设定，设定完毕后，再按一下「暂停」键，可以继续拍摄。视频编辑页：可以在视频剪辑页添加标题、字幕、特效等，还可以调整美颜、滤镜等，完成视频编辑后，点击“下一步”即可进入到视频发布页面。封面和标题具有决定用户是否观看短视频的重要因素，所以把封面和文字编辑独立成一个页面。

视频发布页：用户可以在视频发表页中增加文字简介说明、视频封面、话题、位置、@好友等信息，并可以设定该作品的推送人群，从而为用户提供更精确的推荐。最下方是发布键，点击后会自动跳到一个关注页，第一个就是用户刚上传的视频。

## 四、美拍界面视觉设计分析

在产品设计的表现层上，界面设计是消费者对产品的第一印象，也是消费者获得产品信息的重要途径。没

有接触过短视频手机端的新用户，在使用美拍的过程中，会出现一些错误的行为，从而影响到用户的使用体验，因此美拍也会根据新用户的需求，进行合理的视觉导向设计。总体而言，美拍的视觉设计在风格表达上较为克制。除了直播的礼品区域，其它网页极少采用炫丽、色彩丰富的视觉元素，降低使用者的操作失误，强调使用者在使用时准确的了解图标的功能以及含义。

#### 1. 美拍直播界面视觉设计特征

美拍的良好社交环境造就了一种“直播经济”，主播与粉丝的互动十分密切，所以选择了“直播详情页”作为视觉设计的分析。“直播详情页”可以分成四个部分，第一部分是主播的ID、粉丝数，亲密度。第二部分是直播区，竖屏播放。第三个部分是左下角，有即时的评论、特效展示区。第四个是功能区在最下面是使用最频繁的区域，功能区包含聊天框，直播礼物，分享，清屏的功能区，让使用者更容易的进行操作。

#### 2. 拍直播礼物元素视觉设计特征

直播礼物是一种与主播进行交流互动的方式。美拍的礼物设计与礼物特效，可以提升用户对礼物的价值和打赏的体验，从而达到商业目的。美拍能够针对不同用户群的特点，将相同的礼品元素设计成不同的风格，以满足使用者的差异性偏好。

由于直播礼物具有真实的货币价值属性，以及美拍用户群体大部分为女性用户，所以直播礼物采用了可爱风格来呈现，礼物元素大部分来自于生活，打赏者只需要通过图案了解其中的含义，可爱风格在质感能够提升用户对礼物的价值感知、认可度。在配色设计上，每款

礼物主要采用暖色调进行设计，而且多数礼物采用粉红色作为主色，整体礼物面板配色统一和谐，营造出代表可爱、温馨的氛围，用户送直播礼物行为更容易被激发出来。观看者打赏礼物后页面会有特效展示，显示打赏的用户昵称、直播得礼物以及数量，即时反馈给予用户较大的存在感与满足感。

### 五、结论

本研究以美拍手机软件为研究对象，从用户心理模型理论出发，对美拍的界面互动与视觉设计策略进行了深入的分析。美拍的布局、图形的运用、文字与色彩的组合，可以让使用者在使用时依据自己的认知，来减少使用者的学习和操作成本。美拍在更新完善产品功能，一如既往保持界面的简单、理解容易，再慢慢加入创新的设计，使产品的体验价值得到更多的提升。合理运用信息组织与视觉表现形式转化为高效的信息传递，美拍才可以持续不断地为用户带来更好的使用体验。

#### 参考文献：

- [1]李雪媛.基于用户心智模型的创意生活产业服务设计研究[D].湖南大学, 2015.
- [2] Jesse James Ganet. 范晓燕译. 用户体验要素[M]. 北京: 机械工业出版社, 2011.
- [3] Alan Cooper. About Face 4: 交互设计精髓[M]. 北京: 电子工业出版社, 2015.
- [4]李苓源.基于用户心理需求的人机交互界面设计研究[J].电子技术与软件工程, 2015.
- [5]中国互联网信息中心.第48次中国互联网络发展统计报告[EB/OL].2021-08.