

电子商务网站界面色彩情感的导向性研究

张小玲¹ 秦凤梅¹ 邱玉辉²

(重庆正大软件职业技术学院互联网工程系 重庆 400056)¹ (西南大学 重庆 400070)²

摘 要 网站的色彩具有导向性,能影响消费者的购买决策,能够起到暗示消费的心理作用。结合网站实例与实践经验,从电子商务网站界面入手,探讨了色彩情感的导向性,这是对电子商务网站界面色彩情感导向性研究的一次有益尝试。

关键词 电子商务,网站界面,色彩情感,导向性

中图分类号 TP391.41 **文献标识码** A

Research into the Guiding Function of Color Emotion in E-commerce Website Interface

ZHANG Xiao-ling¹ QIN Feng-mei¹ QIU Yu-hui²

(Department of Internet Engineering, Chongqing Zhengda Software Polytechnic College, Chongqing 400056, China)¹

(Southwest University, Chongqing 400070, China)²

Abstract The color of website has guiding function to influence consumer's purchase decision and to give consumption implication to consumer. In this paper, by combing the website examples and practice, from the angle of E-commerce website interface, researches into color's guiding functions. It's a valuable try in the research of guiding function of color emotion in E-commerce website interface.

Keywords E-commerce, Website interface, Color emotion, Guiding function

1 电子商务网站界面色彩情感的导向性

Donald A. Norman 在《Emotional Design》一书阐述了情感在设计中所处的重要地位与作用,深入地分析了如何将情感效果融入产品的设计中,可解决长期以来困扰设计工作人员的问题——物品的可用性与美感之间的矛盾^[1]。人们产生某种欲望或行为,不是凭空而生的,是有缘由的,这种缘由会引导浏览者的思想和行为。网站界面的色彩具有情感,就会引导浏览者的一些思想和行为。工业设计色彩专家安契尔霍金认为:“色彩能直接影响人类的思维状态与心理活动,这是商品和生产销售的命脉……^[2]”,这说明色彩情感具有导向性。

导向即引导方向,是对方向的一种指引,导向性是指让事情向某个方面发展的特性。例如,公共空间内、高速公路上都会有导向牌,功能就是引导方向。在网站界面中,同样有许多元素和导向牌一样具有导向功能。网站界面色彩情感的导向性是指网站界面色彩设计具有情感,且色彩情感对网站界面的功能、性能的各个方面具有引导、指导的作用^[3]。

在电子商务网站界面设计中,许多元素都具有导向性,如造型、色彩、材质等。色彩又具有很强的刺激性,能在第一时间抓住消费者的心理,同时给浏览者很强的心理印象。在此过程中,色彩会不自觉地表达出情感并引起浏览者的心理

共鸣。设计师可以通过运用色彩情感来引导设计师和浏览者。

2 电子商务网站界面色彩情感的导向性的作用

2.1 引导“美”的出现

色彩的装饰与美化有两种,一是互融性美化,即使色彩与网站界面的内容联系起来,达到融为一体的效果。二是色彩装饰性美化,即色彩在网站界面中只起到了装饰的作用,与网站界面的内容无关,仅仅是为了使视觉感到愉悦。二者在网站界面中都出于视觉艺术的要求,为的是加强网站界面的形象,渲染网站界面的效果。这种类型的色彩所表达出来的情感是为了引导浏览者去感受网站界面的美,协助网站界面实现色彩美。

2.2 引导功能实现

色彩本身的实用功能,可以协助网站界面实现自身功能。一是有些色彩在网站界面设计中属于专用色彩,用颜色表示某种含义与用途,这些色彩一旦出现在网站界面的某些特定的部位,立即会使人想到某种特定的功能作用。二是色彩的识别功能。在一定的视觉范围内,不同性质的网站界面用不同的色彩加以区分,使人一目了然,可以避免色彩单一或混乱而造成的不必要的误会与损耗。

2.3 激发浏览者的心理情感

色彩情感,是一种深层次的可以唤起浏览者心理偏好的

本文受重庆市高等教育教学改革研究重点项目(1202112)资助。

张小玲(1981—),女,硕士,讲师,主要研究方向为计算机多媒体技术、教育管理、数字化造型设计, E-mail: xlzhang@zdsoft.cn; 秦凤梅(1974—)女,硕士,副教授,主要研究方向为云计算和互联网应用; 邱玉辉(1938—)男,教授,博士生导师,主要研究方向为计算机科学与技术、分布式人工智能。

情感,它能够和浏览者产生心理上的互动,唤起浏览者的心理需求,引导浏览者的心理偏好,指导浏览者的操作行为。色彩有展示不尽其数相貌,诉诸着不尽其数的情感,不同色彩的运用,会对产品的功能、形态、材质等各方面产生巨大的差异,正是色彩的这种多功能性,导致了色彩的潜在功能能在浏览者的心理唤起心理需要的激情。

2.4 树立稳固的浏览群体

随着网民在电子商务方面消费水平的提高,商业网站界面中的色彩,不再只是美学概念上的色彩,而是商品在情感上的延伸,并与浏览者的消费心理与消费情趣达成了默契,希望通过这种方式来稳固消费群体。美国现代著名经济学家加尔布雷斯说过:“我们没有理由主观地假定科学和工程上的成就是人类享受的最终目的。消费发展到某一限度时,凌驾一切的兴趣也许是在于美感”^[4]。因此,关注浏览者心理需求和精神需求,满足消费者获得情感层面上的需求,这种高层次的精神满足比单纯的物质需求更有力量。

成功网站界面色彩的选择与搭配不仅能在视觉上引起浏览者注意,而且在情绪上也能引起浏览者情感的联想。浏览者之所以会对网站界面产生“过目不忘”的记忆是因为记忆在人认知事物过程中包括识记事物、回忆和再认知3个过程,其中,识记是保持记忆的前提,回忆是对记忆的反思,再认知是对记忆验证结果。因此,要想使网站界面品色彩让浏览者记住、产生回忆和再认知,就必须采用能体现网站界面鲜明个性特性的色彩,使色彩既能反映网站界面的文化特色,又能让浏览者产生永久的记忆。

2.5 提升网站界面价值,打造品牌形象

通过对网站界面进行色彩设计,建立良好的网站界面形象和品牌认可,唤起浏览者的情感共鸣和价值取向。这就是色彩所增加的网站界面的价值。固此,浏览者会因色彩不同产生的不同情感,增加色彩的情感价值,从而增加网页的欣赏价值,提高网站界面色彩情感的导向率是现代市场中的重要战略手段之一^[5]。

色彩是表述网站界面外部特征的重要语言之一,当浏览者在看到商品的第一印象往往是对色彩产生的感觉。浏览者不但能够感受到色彩所表达的情绪和感受,同样也能寄托理想于色彩,与色彩在心理上产生互动,进而产生情感共鸣。色彩有联想和象征的功能,专用色彩的采用会让浏览者可以通过色彩联想到产品或公司,从而产生了对企业商誉的认同和品牌信誉的认可。例如深邃的蓝色不仅是网站界面色彩的代表,而且还引领着全球商业模式的革新和发展,蓝色使人联想到科技,展现了其充满生机的色彩情感,为企业树立了品牌形象。红色也是使人联想丰富的色彩,能使人联想到鲜血、太阳、红旗,联想到活力、激情,永远代表年轻朝气的可口可乐包装瓶,百年来始终以不变的是鲜艳的红色作为网站界面的色彩。因此,色彩这种特殊的语言使得个性色彩成为网站界面品牌形象的体现和标志,浏览者看到这类网站界面色彩时,即使没有标志,也可以快速地将此类网站界面从同类网站界面中区分,这就是色彩情感的导向性的作用,它可以树立典型的视觉冲击力强印象。

3 电子商务网站界面色彩情感的导向性的实现方法

网站界面色彩情感的导向性分为两种,一是行为导向;二

是心理导向。网站界面色彩情感的行为导向分为认知行为的导向和操作行为的导向。人是生活在社会上的高级动物,有思想,会产生情感,所以,在生活中,有很多情况下,是情感在左右着人们的思想和行为。色彩本身不具有情感,但是色彩可以引发浏览者产生情感。当色彩运用到网站界面中时,色彩的情感就会对网站界面产生影响,色彩的情感会加强或减弱网站界面本身的价值。当网站界面色彩运用恰当时,色彩所产生的情感会对网站界面有事半功倍的效果,色彩的情感会提供给浏览者更多的网站界面信息,引导着浏览者的操作行为和情感认知。

3.1 色彩情感行为导向的实现方法

3.1.1 全局统一,细节凸显,变化与统一的法则

网站界面一般都有一个总体的色调、常用的主色。同一网站不同页面之间也要做到整体色彩风格统一,局部页面个别设计,保持系统的色彩情感。这样才能在整体上产生统一的色彩感官,并表达网站整体的色彩情感。

同时产生的明显视觉效果就直观地营造出一个色彩倾向明确的、整体的色彩情感。如果这个情感与浏览者的心理发生了共鸣,此情感就可以引导浏览者的访问行为了。

网站色彩尽量统一,不代表只能使用一种色系的颜色。全局色彩统一、局部色彩突显,形成强烈对比与反差,正是形式美法则统一于变化的体现。设计时可以通过不同色彩的搭配来凸显细节。无彩色与有彩色的局部对比、对比色与补色的使用都可以强调细节,突出显示,引起浏览者的注意。当浏览者注意到此种色彩时就会对这里色彩以及色彩情感做出反应。这时,色彩情感就会引导着浏览者的操作、访问行为。

3.1.2 撞色导向法

广义来说,撞色是运用几个对比较大的色彩进行搭配。撞色表现出了不同的色彩效果,融合了多种色彩情感,实现色彩情感的导向性。

撞色搭配在网站界面中常常被用来做暗示性的导向。图1是笔者设计的网站界面之一,是一个团购优惠页面的局部截图,如图所示栏目标题区,“最新”、“最热”选项卡底色,就选择了灰色与,红色的撞色搭配,配合鼠标移上的特效跳转,突出、暗示该处有其他内容,直接引导浏览者互动查看其他选项卡。



图1 撞色滑块设计

3.2 色彩情感心理导向的实现方法

3.2.1 色彩空间导向法

空间导向法是利用色彩在网站界面中营造的多维色彩空间感,并引导浏览者的情感和行为。利用色彩的不同搭配与对比营造出来的空间是一种虚拟的视觉空间,是就人的视觉感觉而言的,它具有平面性、幻觉性和矛盾性,即平面构成中的空间只是一种假象,三度空间是二度空间的错觉,其本质上还是平面的,目的是使这个“空间”的浏览者感受到色彩营造的情感,再让情感影响其心理变化,起到引导操作行为和访问行为的作用。通常可以借助以下色彩的方法来营造色彩空间。

(1)利用重叠表现空间感。通过色彩的对比在界面上一

(下转第438页)

评审采用走查(非正式)与审查(正式)两种方式进行。

走查属于非正式的同行评审,走查包括定期结对走查、自行组织走查和其他部门组织走查 3 种方式,其过程具有一定的灵活性。主要包括如下步骤:

- (1)确定走访方式;
- (2)介绍走查内容;
- (3)记录走查结果;
- (4)改进工作产品;
- (5)验证走查结果。

审查是正式的同行评审方式,一般采用比较规范的审查流程进行。主要包括如下步骤:

- (1)选定支持者;
- (2)评审前准备工作;
- (3)召开概况会议;
- (4)个人事先评审;
- (5)召开正式的审查会议;
- (6)确定解决方案;
- (7)验证问题并发布结果。

以上将同行的评审的两种方式进行了描述。同行评审在项目管理中可以应用在项目计划审查、项目预算审查、项目设计方案走查、项目成果审查等多个环节,避免了项目组单个成员技能不够导致的成果偏差,同时也能够借助项目组外部资源对项目设计方案和成果进行检查,更能确保项目成果的质量。

4 基于 CMMI 的项目过程的特色

(1)项目过程方法是一种通用的项目管理方法,用于保障项目管理模式与国际接轨,保障科学性。

(2)在 CMMI 的基础上,结合本组织的特点的流程更适

合本组织的项目特点。

(3)CMMI 强调的不仅仅是工程过程本身,更强调了各项管理过程以及特点过程,包括变更管理、度量分析管理、风险管理和采购管理等,这些往往是容易被忽略的地方。

(4)项目过程本身不是静态的,而是动态,需要根据实际项目情况不断优化。这是 CMMI 的理念,也是 CMMI 与 ISO 的本质区别。

结束语 CMMI 由于起源于美国军方项目管理,因此引入中国以来受到很多组织和企业的关注,也有很多组织开展了 CMMI 系列级别的认证。本文从实际开展 CMMI 认证工作,到通过 CMMI 认证之后实际项目管理体系和流程的建立,并通过实际项目的使用介绍了基于 CMMI 体系建立的流程在项目管理中的使用。CMMI 本身是一种方法,一种框架,如何使用都在于具体的实施人员的理解和使用,希望更多的组织和企业能够通过 CMMI 体系的使用,提高项目的成功概率并且提高项目的质量。

参 考 文 献

- [1] CMMI®: Guidelines for Process Integration and Product Improvement, Mary Beth Chrissis, Mike Konrad, Sandy Shrum, Pearson Education, Inc. 2007
- [2] Capability Maturity Model®Integration, Version 1.2, Pittsburgh, PA: CMU/SEI, 2006
- [3] 皮尔斯. CMMI 成功项目管理 7 个 CMMI 过程域[M]. 李晓丽, 等, 译. 北京: 机械工业出版社, 2008
- [4] 张万军, 储善忠, 等. 基于 CMMI 的软件工程教程[M]. 北京: 清华大学出版社, 2008
- [5] J 肯特 克劳福德. 项目管理办公室解决方案[M]. 戴炼, 译. 北京: 电子工业出版社, 2008

(上接第 416 页)

个颜色叠在另一个颜色之上,会有前后、上下的感觉,从而产生空间感。

(2)利用阴影表现空间感。在数码横向的年代,阴影可以被处理成任意的颜色,阴影区分会使物体具有立体感觉,阴影还可以表现出物体的凹凸感。

(3)矛盾空间。所谓矛盾空间的表现,是指在真实空间里不可能存在的,只有在假设的空间中才存在。运用色彩不同进行搭配将色彩在平面的基础上展现出不同的色彩。

(4)用色彩面积对比划分视觉区域。快节奏的时代步伐,无形中使网站界面设计风格发生了改变,人们逐渐喜欢上了更简洁、更直观的阅览效果。色彩情感的形状导向法是指运用色彩的对比技巧在网站界面上划分出不同形状、区域,给人以明显的区域、形状感,根据这种形状效果引导浏览者的思想和访问、操作行为。

3.2.2 顺应色彩象征与联想

人们长期的生活经验积累,赋予了色彩一些象征和联想的意义。在电子商务网站界面设计中,只有使色彩的联想性和象征性与浏览者的情感联系起来,才能引起浏览者的心理共鸣,提高网站内容的点击率,甚至是达成交易。色彩的联想

与象征一般是由基本的色彩所引起的,例如,绿色能象征和平、希望、生命,那是因为古希腊神话中的橄榄枝是绿色的,所以,当人们购买绿色网站界面时,就会联想到色彩的这些象征意义。在设计中顺应色彩的联想和想象的心理认知,会起到事半功倍的视觉传递之功效。

结束语 色彩情感导向性不仅能让页面美观,更加可以提升网站页面的 PV 值(页面浏览量)与页面的导出链接点击率。在感性化时代的今天,色彩被广泛运用,我们要充分将色彩能够表达情感这一特点充分运用到电子商务网站设计中去。

参 考 文 献

- [1] [美]Norman D A. Emotional Design [M]. Basic Books. 2005
- [2] 张中. 直觉与审美自由[D]. 上海: 复旦大学, 2012
- [3] 张小玲. 网页设计中的用户体验[J]. 文艺生活, 2012(2)
- [4] 李戈. 基于消费行为导向的商品色彩设计探索[J]. 商场现代化, 2007(17)
- [5] 卞保武. 用户体验对企业电子商务网站转化率的影响研究[C]//第四届(2009)中国管理学年会—信息管理分会场. 中国会议, 2009-11-14