

专题序言

心理学是研究个体心理发生、发展及其变化规律的科学，其内容具体涉及个体的感知觉、记忆、情绪、思维、人格、行为等领域。心理学研究目的是，客观描述当前人们的心理现象与行为表现，解释这些心理现象和行为表现背后的原因，并对人们未来的行为做出预测，然后基于这些预测，进行可能干预，控制心理和行为的发展。产品设计是一个将某种目的或需要转换为一个具体的物理形式或工具的过程，是把一种计划、规划设想、问题解决的方法，通过具体的载体表达出来的一种创造性活动过程。产品设计的本质是发现用户痛点，提供解决方案。产品生命周期中，产品经理需设计产品功能，基于科学的方法，收集和分析用户行为数据，持续优化产品，进而达到改变用户行为、解决用户痛点的目标。

好的产品设计，不仅表现在产品功能上的优越性，还体现在符合用户心理需求和行为习惯，给用户带来良好的用户体验。这就要求产品设计与心理学结合，准确地抓住用户心理，从用户对产品的认知心理、情绪情感体验、使用行为模式角度全方位地把握用户的心理特征，产品才能戳中用户的痛点，更好地实现产品价值。

本专题立足于心理学，从用户的认知加工、情感加工和行为模式等角度探讨产品设计中如何融入心理学元素，具体内容包括：从心理学角度的用户特征分析、用户情感需求的变化规律、用户的认知加工（注意、记忆和思维）模式与产品设计、用户行为模式与产品设计等内容。本专题对于心理学与产品设计提供了一个较为全面的解读，对于推动心理学知识融入产品设计具有一定的参考意义和借鉴价值。