主题设计和用户体验指南

目录

- 设计
  - 布局
  - 排版
  - 图标
  - 颜色
  - 模式
- 可访问性
- 自定义
- 品牌
- 演示和示例内容

本指南涵盖一般准则和最佳实践，旨在确保您的主题体验符合电子商务行业标准，并与 WooCommerce 共同提供卓越的在线购物体验，从而最大化销售额，确保易用性，实现无缝集成，并提升用户体验。

我们建议您查阅 WordPress 的 UI 最佳实践，以确保您的主题符合 WordPress 主题的要求。

请确保您的主题适用于目前在 WooCommerce 主题商店 中提供的至少一个行业。

重要的是，主题在设计上应具有足够的原创性和独特性，同时保持熟悉感，以便在 WooCommerce 主题商店中脱颖而出。 您的主题应避免复制 WooCommerce 主题商店或其他 WordPress 主题市场中已有的主题。

设计

高质量的设计是在线商店的重要组成部分，这主要由主题设计和内容驱动。

主题的设计应简洁、一致、不杂乱、令人难忘、直观、高效且实用。 在为 WooCommerce 设计新主题时，应特别注意以下几点：

布局

主题的布局应符合行业标准，包括层级结构、流程、内容平衡和留白。

主题作者必须确保商店页面（商店、产品页面、分类、购物车、结账、个人资料页面等）与主题无缝集成，因为它们是 WooCommerce 主题的核心。

主题应完全正常运行，并经过优化，可在常见的设备类型（如笔记本电脑、平板电脑和智能手机）上访问。

排版

主题应提供优雅且易于阅读的字体组合，以促进舒适的阅读体验。

所有页面和设备类型都应采用一致且和谐的字体大小、线宽和间距。

主题的排版应包含少量相互补充的字体，通常不超过两种。

应使用正确的首字母大写，避免全部大写（除非是某些 UI 元素，如按钮、标签等）。

图标

主题中使用的图标应直接表达其所代表的操作 /情况，并且在大小、位置和颜色方面应保持一致。

颜色

主题必须遵循所有 UI 元素和页面的和谐且一致的配色方案。 配色方案应包含少量颜色：

一种主要 /强调色
一种或两种与主要色互补的辅助色
纯色（白色、黑色、灰色）

文本和图形 UI 组件中使用的颜色必须符合 WCAG AA 兼容性级别 或更高。

模式

主题必须采用一套一致的模式，并在所有网页中使用，例如：

导航、侧边栏、页脚
内容块（标题、段落、列表、产品详情、评论、图片展示等）
表单的结构和元素（字段、下拉菜单、按钮等）
表格
列表
通知

可访问性

主题必须符合 Web 内容可访问性指南 (WCAG)。完全符合 WCAG 2.0 需要付出很多努力；至少要达到 AA 级别的可访问性。

有关可访问性的更多信息，请查看 WordPress 可访问性快速入门指南 。

自定义
主题必须依赖于自定义工具来进行任何初始设置。不允许使用特定的引导流程。

主题支持的任何自定义功能，例如布局选项、附加功能、块选项等，都应通过自定义工具或块设置（适用于主
题中包含的块）提供。

主题不应捆绑或要求安装额外的插件 /扩展（或框架），这些插件 /
扩展提供额外的选项或功能。有关自定义的更多信息，请查看 WordPress 主题自定义 API。

在激活时，主题不应通过将用户引导到其他页面来覆盖 WordPress 主题激活流程。

品牌
主题不得包含任何品牌或指向主题作者的引用，这些内容会干扰在线商店的正常运行。主题作者可以在主题页
脚中包含指向其网站的链接。不允许进行联盟营销。

界面应仅关注用户体验，不允许在管理界面中使用通知、横幅、大型徽标或任何促销材料。

演示和示例内容
提交主题时，作者必须提供一种方式来展示和测试主题。示例内容 /演示应避免使用自定义图形 /
资源，这些资源不会包含在交付内容中，以避免商家混淆和期望落空（例如：使用徽标、插图）。在为特定领
域创建主题时，作者应考虑使用与该领域相关的示例内容。

所有图像和文本都应适合所有年龄段 /
家庭友好。主题作者应考虑使用包含各种年龄、国籍等的图像。主题应避免使用看起来像 “库存照片 ”的图像。

主题必须以符合所有必要资产（例如图像、字体、图标等）的许可证的方式进行分发。

版本号 #2
由 壳壳虫 创建于 2026-03-09 11:53:58 UTC

□ □□□ □□□ 2026-03-09 11:53:58 UTC