

面向网络旅游社群的协作服务设计策略研究

姜晨菡, 熊微

(江南大学, 无锡 214122)

摘要: **目的** 对网络旅游现象中的案例和协作服务设计特征进行研究, 挖掘其深层的设计意义和协作价值。 **方法** 以案例分析法和对协作服务设计模型研究为基础, 界定面向网络旅游社群的协作服务特征, 进而总结对应特征的设计策略。 **结论** 以旅游活动开展时间顺序为维度, 分别从协作关系、协作交互和协作传达反馈3个要素, 总结出网络旅游协作服务特征和设计干预策略, 以及他们之间的对应关系, 为相似情境的设计案例提出有借鉴性的指导和情境参考。

关键词: 网络旅游; 社群; 协作服务; 设计策略

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2015)14-0083-05

Collaborative Service Design Strategy of Online Tourism Community

JIANG Chen-han, XONG Wei

(Jiangnan University, Wuxi 214122, China)

ABSTRACT: It analyzes the cases and collaborative service design characteristics in online tourism phenomenon, to find the deeper design meanings and collaborative value. Based on the case study and research for collaborative service design model, the collaborative service characteristics of online tourism community is defined. Taking the time order of tourism activities as the dimension, respectively from 3 elements which are collaborative relationship, collaborative interaction, and collaborative convey feedback, the collaborative service characteristics and design intervention strategy as well as their relationship are summarized to provide the useful reference and context guide to some similar design cases.

KEY WORDS: online tourism; community; collaborative service; design strategy

当今社会, 消费者的旅游需求发生了革命性变化, 由被动接收型转向了积极参与型, 网络技术的普及和发展催生了新型的旅游模式。消费者通过网络自由计划和组织旅游活动, 通过拼单、结伴、共享信息资源等互助协作等形式, 优势互补, 提升旅游体验。而现有的网络旅游模式基本依赖于参与者的兴趣而组建, 缺乏系统的设计指导, 因此面向网络旅游社群的特征, 需提炼协作服务设计策略来指导设计干预, 从而提供可执行的情境范例和参考。

1 基于社群的协作服务

1.1 源于可持续生活方式的创新型设计

协作服务源于可持续思想中的社会创新^[1]的愿景, 它被杨氏基金定义为“创新活动与服务”, 为满足某种社会需求而由社会性组织进行发展和传播。协作型服务由基层社会创新发展而来, 在共同价值认同

收稿日期: 2015-02-10

作者简介: 姜晨菡(1989—), 女, 辽宁大连人, 江南大学硕士生, 主攻社会创新与服务设计。

通讯作者: 熊微(1975—), 男, 江西南昌人, 博士, 江南大学副教授、硕士生导师, 主要研究方向为设计史与设计批评。

下而进行协作创造^[2],培养公民意识,提高能动性^[3]。协作服务是一种社会性服务,最终用户作为服务的共同设计者和生产者参与其中^[4],在社群内部推广改良举措,协调人与社会的和谐,对设计的经济性、环境性和社会性作出前瞻性预测^[5],走向可持续社会。协作服务核心是用户身份对等,传统的服务提供者与接受者的界限被模糊,个人能力可被社群接触和认可。也可理解为"me+we"文化和经济模式^[6],即利用群体力量与平等关系,在信任关系下组织的如交换、共享、互助的新型消费模式和生活方式。

1.2 协作服务的设计干预

协作服务的设计干预流程,也是设计师作为社会代理人引导民众共同创造价值,赋予社群以设计改良能力的流程。Anna Meroni提出了协作型服务设计的系统模型,将其分为构想服务系统方向、开发协作模型与设计系统、组织互动方式以及设计交互、关系和体验4个方面,系统概括了从构想愿景和促进新行为到组织型转变,再到界定服务形式与交互评估改善,最后到为共同体验而设计的各个环节,是具有普适性的协作型服务设计指南。模型中所强调的各设计干预节点呼应了网络旅游社群中协作关系构建、协作交互方式以及协作传达反馈三要素。协作型服务设计模型见图1。



图1 协作型服务设计模型

Fig.1 The map of collaborative service system design model

2 网络旅游社群协作服务案例研究

网络旅游指旅游者通过互联网收集所需的旅游

信息,制订旅游计划和预订交通工具^[7]等活动,互联网技术的普及提供了全新的互动式网络沟通和交易模式^[8],消费者可与服务供应商、目的地进行动态沟通及个性化定制^[9]。随着可持续消费的诉求不断增长,网络社群成员基于对彼此及其所处空间的认同而互助互惠^[10],发展出交换旅游经验、共享旅游资源以及结交游友共同完成旅游活动等一系列的协作行为。其成功案例的共同点是做到适度信息量、易懂和社群协作特征把握,提升了服务满意度^[11]。以旅游服务的展开时间顺序线索,围绕协作关系构建、协作交互方式以及协作传达反馈三要素,通过对3个典型案例的分析,探讨网络旅游及其社群特征。

Couchsurfing 服务依托广泛的沙发旅游爱好者,网络注册和认证住址后可通过不同条件自行筛选房主和沙发客,建立协作关系。支持网络发起同城活动和专题讨论,通过兴趣寻找旅游伙伴;“到到网”是覆盖全球的攻略、点评、比价等信息的综合平台,任何参与者可分享和搜索已上传的评价、攻略等,社群形成旅游资讯共享协作机制;“搭伴玩”旅游社交应用是依托于无线应用端的移动型服务,应用便捷的实时通讯和定位功能随时随地地展开即时协作,寻找拼单伙伴、兴趣相投同行者和经验型本地向导。网络旅游协作服务案例见表1。

表1 网络旅游协作服务案例分析

Tab.1 The case study of collaborative service in online tourism

案例	服务模式	协作关系	协作交互与传达反馈
Couch-surfing	沙发客互助	根据兴趣,点对点协作	网站和无线应用;网络发起活动、讨论、留言等形式反馈
到到网	旅游信息搜索共享	社群任何参与者、任何人皆可分享	网站和无线应用;上传文字图像内容反馈
搭伴玩	移动型旅游拼单、社交	根据距离、需求和共同爱好,点对点或一对多的协作	无线应用;通过定位系统、即时聊天等实时互动反馈协作质量

3 网络旅游及其社群特征

3.1 多层次诉求衡量对应协作关系自主性

旅游消费前参与者会使用网络制定旅游计划,通

过网络信息广泛传播的特点轻松获得他人分享,根据需求权衡比较,继而建立互助关系。Couchsurfing 全球沙发客旅游网站,系统认证后通过网站个人资料、旅行记录和实名社交网站链接,寻找符合自己需求的互助对象,房主还可筛选和发布想接纳的沙发客类型,如共同的旅行经历或掌握一门技能,双方在彼此一定了解的基础上根据自身需求经过衡量,进而自主构建互助关系,避免了沙发客住进家中发现彼此难以合作的尴尬情境,保证了入住以及整个旅游活动的愉悦体验。得到相处愉快的本地房主帮助,沙发客在旅游过程中的很多困难问题也迎刃而解。需求的多层次还体现在旅游目的、计划、兴趣活动和特殊行为,通过需求考量之后自主构建的良性的信任关系是网络旅游协作服务开展的必要前提。Couchsurfing 中协作关系构建见图2(图片摘自网站www.couchsurfing.org/)。



图2 Couchsurfing 中协作关系构建

Fig.2 The collaborative relationship building of Couchsurfing service

3.2 多维度分享互助依赖协作交互即时性

互联网技术为网络旅游的服务体验交付提供了多样的交互媒介选择,移动社交、定位系统和智能支付为服务协作的开放即时交互带来了可能,更促进了多维度下的社群协作。“搭伴玩”旅行社交应用中,消费者使用移动端可以即时了解旅游活动信息并约定集合地点,定位系统可以随时分享当下的旅游经历并即时寻求周边旅游者帮助;电子商务的快捷支付给拼车拼餐等协作消费提供了更多的便捷安全完成方式;旅游者还可以随时随地记录途中感受,如图像和文字等方式,充分利用了碎片化时间并保证了多维度情境下的协作交互。协作交互即时性同样体现在应用网络的高渗透性和快速响应,“搭伴玩”案例中实时发布的导览、自驾、同城陪游等活动,社群内参与者依赖网络随时随地响应和组建计划,提高了协作质量。这种多维度下的即时交互,使社群协作摆脱了地域、空间和时间的限制,在节省了旅游时间资本的同时,还提升了社交、价

值实现和社会认同等深层次的旅游体验。“搭伴玩”应用中的即时交互见图3(图片摘自“搭伴玩”应用)。



图3 “搭伴玩”应用中的即时交互

Fig.3 The instant interaction in "Dabanwan" APP

3.3 多元化赋能平台支持协作传达反馈延展性

多元化的数字赋能平台是支持网络旅游的基础,它利用参与者作为个体和团体的资源能力,在即时协作的环境下营造了共同设计旅游活动的平台,从而提升旅游活动参与度并完善社群协作反馈机制。赋能平台利用数据化信息技术,由网站、无线移动端和多种实体接触点承载。在“搭伴玩”和“到到网”应用中,只需下载应用程序到手机,即可随时将协作信息分享到社群,他人迅速响应并由线下实体接触点完成服务交付。赋能平台所影响的另一特征是协作不仅连续体现在单次活动行为中,还延续到其他协作行为。Couchsurfing 案例中,房主成功接待一位沙发客,系统中累积的良好信誉记录会影响房主下一次身为沙发客前往他处旅游时的协作关系构建。良好的协作质量反馈不会随单次服务结束消失,它以不连续性为特征反馈回社群并延展出更多协作行为,影响其他参与者的决策判断。由于开放有效的线上及线下赋能平台来承载,更多的接触点才得以传达和反馈协作质量,保证服务系统顺利运行。

4 面向网络旅游社群的协作服务设计策略

面向网络旅游及其社群特征,服务在设计交付阶段要通过促进协作关系构建、完善协作交互体验以及营造共同创造的环境来创新,其特征所对应的网络旅游设计策略,见图4。

4.1 提高参与协作的宽容度和可接触度

网络旅游参与者在出行前会利用互联网寻找信息辅助制定计划和筛选协作对象,这要求服务系统在吸引参与者进入社群时,考虑适度的社群限制,提高宽容度,保证不同角色的参与者能顺利融入并使服务

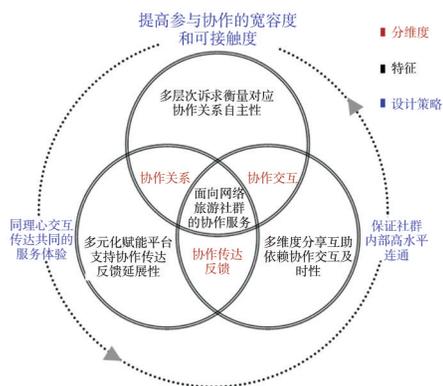


图4 网络旅游社群特征与协作服务设计策略关系

Fig.4 The relationship between the characters and collaborative service design strategy of online tourism

系统更好地利用互联网环境下广泛存在的资源。而服务触点的设计则需提高可接触度,针对不同层级用户保持平衡。如用户登录界面的友好性和认证机制简化、搜索协作信息和筛选条件保证易懂并贴合用户在旅游节点特殊情境下的需求,为旅游服务中各情况下的协作关系构建作辅助铺垫,为参与者寻找适合的分享互助对象营造宽容空间,从而提升协作质量。由于网络旅游依靠诚信关系建立的特殊性以及社群中大量通过兴趣自发组建的活动和关系,这种强烈复杂社会性联系同样要求服务系统考量和认证参与条件,因此监督和认证体制必不可少,信任是关系质量和服务体验的关键。

4.2 保证社群内部高水平连通

网络旅游的协作交互即时特征,需要以社群为中心,保持良好沟通和迅速反应力,即高水平的连通性。体现为:社群内部参与者线上沟通工具完善,完善身份识别和沟通可及范围,从而打破地域和时间限制实时组织线下协作行为;交互界面友善易用,提升社群协作效率和忠诚度;依托实名社交平台增进了解信任,服务系统中追踪互动记录和良好协作质量,促进参与者良好透明可信的联通。高水平的连通性同样体现为社群自下而上的能动转变,设计用户直接与服务系统本身的交互方式,允许其通过意见反馈和自我管理促进社群内部完善,不是单纯依靠管理者,每个参与者对服务体验的建议和诉求都可以通过合理的组织来向上反映表达,形成社群自治,良好的连通性可以保证社群关系质量,长远地维持用户黏度。

4.3 同理心交互传达共同的服务体验

选择网络旅游的动机是高参与度旅游活动和定

制化的线路,这要求将最终用户引入设计过程,营造包容的设计环境,支持不同角色相互理解和洞察行为需求,共同创造价值。同理心既指了解他人想法并传达,也指移情和换位思考,包括以下3个方面。(1)共同的经历体验,需要参与者带入身份并融入情境的思考问题,使用易理解的接触方式感受复杂旅游服务中各情境节点下出现的协作关系、动机、行为、感受和质量;(2)以社群为中心,连接内外部资源,不同目的旅游者、房屋提供者、导游、餐饮业与交通工具提供者等相连接,结合优势资源设计不同创新行为,评估并改善赋能平台;(3)不同角色共同设计,模拟的情境下,把设计意义和概念传递给用户,使用游戏和故事叙述等非强迫式方法,引导不同角色同理心交互,更具代入感地融入服务愿景构想、系统开发、交互方式设计等环节。

5 结语

面向网络旅游社群,越来越多的设计团队与商业机构在寻找协作服务设计的途径来解决问题,围绕协作关系自主、协作交互即时与协作传达反馈延展的特征以及对应设计策略的理论探讨和结论,为设计干预提供设计参考与情境范式,进一步拓展了网络旅游社群协作服务的内涵与外延。

参考文献:

- [1] 巩森森,沈杰,张宪.协作与移动——中意两个服务设计工作坊[J].装饰,2010(9):79—80.
GONG Miao-sen, SHEN Jie, ZHANG Xian. Collaboration and Mobility: Two Service Design Workshops in China and Italy[J]. Zhuangshi, 2010(9):79—80.
- [2] MANZINI E, JEGOU F. Sustainable Everyday: Scenarios of Urban Life[M]. Milano: Edizioni Ambiente, 2003.
- [3] 巩森森.幸福观、生活方式和社会创新:走向可持续社会的设计战略[J].装饰,2010(3):123—124.
GONG Miao-sen. Wellbeing Lifestyle and Social Innovation: Strategic Design for Sustainable Society[J]. Zhuangshi, 2010(3):123—124.
- [4] JEGOU F, MANZINI E. Collaborative Services: Social Innovation and Design for Sustainability[M]. Milano: Polidesign, 2008.
- [5] 孟闯.产品概念设计中的可持续设计策略研究[J].包装工程,2014,35(2):81—83.
MENG Chuang. The Sustainable Design Strategy in Product Conceptual Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(2):81—83.
- [6] BOTSMAN R, ROGERS R. What is Mine is Yours: the Rise of

- Collaborative Consumption[M].London:Harper Business,2010.
- [7] 张志勤,罗仕伟,黄红星.网络旅游的展望[J].旅游天地,2007(5):6—26.
ZHANG Zhi-qin, LUO Shi-wei, HUANG Hong-xing.The Prospect of Online Tourism[J]. Tourist World,2007(5):6—26.
- [8] 姚唐,郑秋莹,邱琪,等.网络旅游消费者参与心理与行为的实证研究[J].旅游学刊,2014,29(2):66—73.
YAO Tang, ZHENG Qiu-ying, QIU Qi, et al.An Empirical Study on the Psychology and Behaviors of Online Tourism Consumer Participation[J].Tourism Tribune,2014,29(2):66—73.
- [9] 胡兴报,苏勤,张影莎.国外网络旅游信息搜索研究进展与启示[J].旅游学刊,2011,26(6):86—93.
HU Xing-bao, SU Qin, ZHANG Ying-sha.On the Progress of
- the Study of Tourism Information Searching on Foreign Networks and Enlightenment[J].Tourism Tribune, 2011, 26(6): 86—93.
- [10] 季铁,潘英.基于社区和网络的设计与社会创新——从UCD到CCD[J].装饰,2012(12):109—111.
JI Tie, PAN Ying.Design and Social Innovation Based on Community and Network: from UCD to CCD[J].Zhuagnshi, 2012(12):109—111.
- [11] 李淳,张鑫,陶晋.服务设计中过多信息选择对心理的影响分析[J].包装工程,2014,35(2):87—91.
LI Chun, ZHANG Xin, TAO Jin.Analysis of Psychological Effects of People about Excessive Information Selection in Service Design[J].Packaging Engineering,2014,35(2):87—91.

(上接第74页)

前面所说具有现代家具的基本功能外,还得考虑设计上的方向性和代表性问题,它反映了一个设计师的设计理念和设计的价值取向。祈福文化在现代中式家具设计中应用得非常广泛,它并不是特定的东西,而是一种文化理念和民族文化价值取向。祈福本身就是一种思想上的寄托,它的寄托物不是单一的某个东西,而是一类有共性的事物的集体反映。祈福文化在现代家具设计中有着广泛的应用,它反映了人们对美好事物的追求和向往,祈福生活美满幸福。

参考文献:

- [1] 凌小红,吴维.传统吉祥图案在现代设计中的再生之路[J].美术大观,2006(12):94.
LING Xiao-hong, WU Wei.Road of the Regeneration of Traditional Auspicious Patterns in Modern Design[J].Art Panorama, 2006(12):94.
- [2] 王文灏.吉祥装饰纹样在中国传统建筑中的应用及其儒家思想内涵探析[J].民俗研究,2012(3):139—141.
WANG Wen-hao.Application of Auspicious Decoration Pattern in Traditional Chinese Architecture and the Confucian Thought Connotation Analysis[J].Folklore Studies, 2012(3): 139—141.
- [3] 叶聪.“南京非遗”文化视域下的家具产品创新设计研究[J].包装工程,2014,35(14):65.
YE Cong.Study on the Furniture Product Innovation Design in the "Nanjing Intangible Cultural" Field[J].Packaging Engineering,2014,35(14):65.
- [4] 邹伟华.新中式家具生成设计法的探索[J].装饰,2011(5): 112—113.
ZOU Wei-hua.Exploration of New Generation of Chinese Style Furniture Design[J].Zhuangshi,2011(5):112—113.
- [5] 于东玖,凡荣.基于D4S理论的竹材家具设计研究[J].包装工程,2014,35(8):66.
YU Dong-jiu, FAN Rong.Bamboo Furniture Design Based on the Theory of the D4S Research[J].Packaging Engineering, 2014,35(8):66.
- [6] 杨志红.浅析对中国传统图案的传承与应用[J].美术大观,2008(8):217.
YANG Zhi-hong.Analysis of the Inheritance and Application of Traditional Chinese Pattern[J].Art Panorama,2008(8):217.
- [7] 吕天娥.基于心理学的家具安全设计研究[J].包装工程,2014,35(4):48.
LYU Tian-e.Study on Furniture Safety Design Based on Psychology[J].Packaging Engineering,2014,35(4):48.
- [8] 李晶.中国元素与中国当代设计艺术[J].艺术探索,2010(4):140—141.
LI Jing.Chinese Elements and Chinese Contemporary Art Design[J].Artistic Exploration,2010(4):140—141.
- [9] 赵洁,李哲,张仲凤.黑竹家具创新设计研究[J].包装工程,2014,35(18):47.
ZHAO Jie, LI Zhe, ZHANG Zhong-feng.Study on Black Bamboo Furniture Innovation Design[J].Packaging Engineering, 2014,35(18):47.
- [10] 徐令辉.中国传统陶瓷装饰研究之莲花纹饰的演变探索[J].陶瓷研究,2011(3):42—43.
XU Ling-hui.The Evolution Exploration of Lotus Ornamentation of Traditional Chinese Ceramic Decoration[J].Ceramic Research,2011(3):42—43.