

体验经济下设计思维视角的整合

毛佳

(武汉大学, 武汉 430072)

摘要: **目的** 在体验经济运行模式下对现有设计思维进行重新整合。**方法** 在对照一般化设计思维基本要素的基础上, 剖析现有 3 种设计思维在设计思维基本要素上的矛盾与冲突, 对现有 3 种设计思维视角进行整合和重构。**结论** 提出了体验经济视角下设计思维应当包含的 5 个要点, 为新经济下的设计实践提供借鉴。

关键词: 体验经济; 设计思维; 整合

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)04-0152-04

Integration of Design Thinking Perspective in Experience Economy

MAO Jia

(Wuhan University, Wuhan 430072, China)

ABSTRACT: The current design thinking is integrated in experience economy mode. It analyzes the contradictions and conflicts of basic elements for current three perspectives of design thinking, which in concordance with the basic elements of generalization of design thinking, integrates and reconstructs current three perspectives for design thinking. It proposes five key points of design thinking under the perspective of experience economy to guide design practice.

KEY WORDS: experience economy; design thinking; integration

随着 Pine 和 Gilmore“体验经济”概念的提出, 全球经济形态正从传统的服务经济转变为以用户为中心的体验经济。以传统产品和服务差异化为导向的创新设计思路越来越难以适应“体验经济”形态下的设计运作环境。因此, 为了调和与重构现有创新设计思维视角, 满足现代体验经济形态下的新要求, 当前创新设计领域的理论研究与设计实践有着重要意义。

1 体验经济对设计思维的新挑战

体验经济是基于体验层面价值增值基础上的新经济形态, 其发展源于不断丰富的物质基础、竞争加剧的产品和服务市场、飞速发展的技术以及消费者在经济中的个人参与。

Pine 和 Gilmore 提出体验的 4 个维度谱系, 即娱

乐、教育、审美性、消遣性。4 个维度的谱系分别带来 4 种不同的体验, 即专注、被动参与、沉浸和积极参与, 体验经济的四维谱系见图 1^[1]。

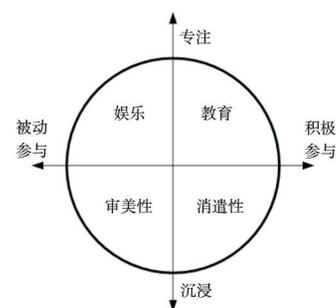


图 1 体验经济的四维谱系

Fig.1 The four realms of experience economy

将这 4 个维度谱系加以明确化的实质就是要解决

收稿日期: 2015-10-10

作者简介: 毛佳(1982—), 女, 湖北人, 硕士, 武汉大学讲师, 主要从事设计管理、设计思维理论与设计实践问题的研究。

4个面向用户体验的问题。一是提升用户对美感的追求,这是吸引用户进入并投身其中的诱导^[2];二是明确用户的参与体验,这是帮助用户更好地沉浸于产品或服务;三是加强用户的教育性体验,这是为了增强用户的主动参与性;四是兼顾用户的娱乐体验,这是为了解决用户停留在产品或服务上的持续性问题。

体验经济在设计创新领域上的体现实质上就是为了要营造一种交互式的设计情景,通过情景讲述、摆脱质疑、专注和集中以及主动参与使设计者与用户之间能够彼此介入,为用户提供交互的、认知上的、情感上的、个性化的体验^[3]。

2 现有创新设计思维在视角上的矛盾与冲突

2.1 设计思维及其一般化的基本要素

设计思维指在一系列广泛的设计领域中设计者应当秉承的认知。这些设计领域不仅包括了传统的建筑、手工艺品、品牌设计等实物设计领域,还包括了一些符号、可视图形、活动、组织化的服务以及更为复杂的系统环境设计领域。

随着对设计思维各个概念的深入了解,可以说,设计思维在各个领域的设计实践过程中形成了一套抽象化和系统化的设计思维和方法。这既能指导设

计领域的入门者掌握通识性的设计思维过程,又能有助于不同领域设计者之间的沟通和交流,细化设计过程中的一般化认知方式和工具,形成共识性的学科规则。归纳各设计领域对设计思维方法的讨论,发现一套一般化的设计思维至少应该包括问题构建、标准、方法、信息处理侧重点、问题解决过程、基本原理以及结果等7个基本要素,一般化设计思维基本要素及3大视角下的冲突见表1第1栏^[4]。

2.2 设计思维3种不同视角的矛盾与冲突

虽然关于设计思维一般化的基本要素在各个设计领域中存在一些折中统一的观点,但正如设计思维中的“邪恶问题”那样^[5],设计创新本身就高度复杂,使其具有某种“邪恶问题”特质。所有的设计实践在认知论上都只有经过实践才能获得经验,但这种经验在指导下次实践时却又面临着高度的不确定性和无法应用性。这也在很大程度上导致了当前设计思维在具体实践指导层面上会随着设计者的不同视角而高度异同,进而产生激烈的矛盾和冲突。其中最主要的差异来自于工程视角、设计师视角和商业导向视角下的设计思维。

工程师视角的设计思维强调产品或服务的技术性突破,侧重于通过技术改进来解决现有产品中的瓶颈问题,从而实现产品或服务在技术和功能上的改

表1 一般化设计思维基本要素及3大视角下的冲突

Tab.1 The basic elements of generic design thinking and contradictions of the three perspectives

基本流程	一般化的设计思维基本要素	工程视角下的设计思维	设计师视角下的设计思维	商业导向视角下的设计思维
问题构建	明确设计过程中的设计目标以及面临的约束	具体在工程设计实体领域,将问题解构成基本要素问题	在发现阶段通过设计师敏锐的用户观察来发现和界定设计目标及其约束	通过个人直觉或市场分析界定潜在的市场机会
标准	采用主观或客观的标准界定设计成果	客观性的工程标准	主观性的民族性或人类功能学上的改进优化	商用化的市场可行性标准
方法	使用快速实验和原型方法来降低设计成本	系统化的工程方法	可视化设计、模型原型法、共同创意会等	对设计技术可行性采取成本收益分析
信息处理侧重点	依据设计者偏好,将概念的可视化或者空间实体化	侧重技术性的改进与优化	不仅重视技术稳健性和有效性,同时强调用户适用性和运用广泛性	基于市场的技术可行性
问题解决过程	设计过程参与者在设计创新和设计精炼之间的交互过程	以必要的技术优化来界定问题解决过程	强调创意设计流程化,从创意定义、创意构思,到完成设计,整个流程具有高度的迭代性	将设计过程分解为基本要素,赋予市场可行的技术支持
基本原理	在设计中的“思”和“行”进行迭代探究	从问题发现到问题解决线性化的工程设计	重视想象和创意设计以及设计原型验证之间的交互协调	合理分配设计流程中的技术成本
结果	设计优化和改进	技术和功能上的改进	技术与创意的有机结合	基于市场接受的设计改进

进。设计师视角下的设计思维强调设计方法的流程化,通过用户观察来确认设计方向和目标,以创意及合理的技术支持来实现产品或服务的改进。商业导向视角下的设计思维强调商业适用性,通过市场分析设定产品或服务的设计改进方向,用成本收益法考量后采纳可行技术,实现基于市场接受的设计改进方向^[6]。对照设计思维一般化的基本要素,这3种不同视角下的设计思维从设计问题的构建到设计的流程化方式再到设计的侧重点以及最终设计产品的改进方向上都有着显著的不同,一般化设计思维基本要素及3大视角下的冲突见表1第2至4栏^[7]。这也在某种程度上导致了具体设计实践设计理念的混乱。

3 基于体验经济的设计思维视角整合

3.1 整合现有设计思维视角的意义

对待设计思维的3种不同视角,虽然有不同的设计出发点和侧重点,但在当前体验经济所带来的挑战面前都或多或少地存在着根本性的思维方式缺陷。一方面,任何单一的设计思维视角都难以满足现有的设计需求,从而产生了整合和调和现有3种设计思维的客观需求;另一方面,现有的3种思维视角在某种程度上又是对设计中的技术、创意、商用化3大必备要素的不同解析。3种思维视角在某种程度上都具有现实存在性,但同时也具有互补性^[8]。结合体验经济对设计思维带来的新挑战,需要对现有的设计思维视角进行整合和重构,从而衍生出一种基于用户体验视角的设计思维,既包括技术上的可行性,又包括创意上对用户体验的契合性以及商业上的可适用性。

3.2 体验经济下设计思维应包含的5个要点

结合 Zomerdijk 和 Voss 提出的体验服务设计要求以及 Gruber 等人提出的在体验环境下的设计原则^[9-10],基于用户体验视角的设计思维至少需要包含以下5个要点。

1) 发现深层次的真实用户需求。真正满足用户深层次、真实需求的产品和服务,必然会在技术上存在合宜的改进,在创意上契合用户感受,在商业市场上具有强大的潜能。因此,满足用户真实且深层次的需求才是当前体验视角设计思维根本的出发点和大前提。任何在单一思维指导下的设计实践都很难取得理想的结果。

2) 以用户体验的价值增值作为设计改进的标

准。在识别用户真实且深层次需求的基础上,以增加用户体验作为设计改进的标准体现在设计的整个流程中。用设计在用户体验中的价值增值来评判设计改进所取得的实际效果,进而相应地分配设计改进所带来的收益^[11]。

3) 以用户体验为核心推动设计流程管理。传统的设计流程管理大都是以综合化的设计团队为核心来开展的设计流程管理,对产品设计的推进缺乏用户体验的目标导向性。尽管在设计流程中也存在所谓“思”和“行”的迭代探究过程,但在体验经济下这种传统的设计流程管理很有可能会因为在过程中缺乏用户目标导向性而失去方向,从而导致设计效果不理想。相比之下,以用户体验来组织和推动设计流动管理,加强设计人员与用户的充分沟通交流,不仅能够最大程度地获得良好的用户体验感受,更能激发设计人员的情感归属和满意度,使得整个设计流程管理更具灵活性和人性化^[12]。

4) 在设计方法上更多地强调共同合作与共同创造。现有3种视角下的设计思维在方法层面上都是依附于各自现有视角,以各自的出发点来界定方法。在体验视角下的设计思维更多地强调共同合作,既包含工程视角下的技术改进,也包括设计视角下的创新创业与商业视角下的商业适用性。综合化设计团队中不同角色间的共同合作、共同创造以及共同生产能使体验视角下的设计思维在指导具体设计实践中取得良好效果。这一点应当作为设计实践中的一项重要原则始终秉承。

5) 重视体验视角下设计思维的情感诉求。体验经济区别于以往经济模式的根本不同之处就在于它设置了一种交互式的设计情景来让设计者与用户之间可以彼此介入,为用户带来交互式、认知上、情感上的个性化体验。因此,在体验视角下的设计思维中,设计中的情感诉求再怎么重视和强调都不为过,毕竟是体验视角设计思维概念的理论核心。无论是为产品设计设置倾诉式的情感环境,还是在设计管理中倾注更多的感性成分,最终落脚点始终在于情感诉求。

4 结语

综合现有3种视角下的设计思维,吸纳体验经济中的核心内涵,形成体验视角的设计思维。这无论对整合设计思维领域的研究,还是对指导现代体验经济下的设计实践都具有重要的现实意义。未来体验视角下设计思维的前瞻性研究主要有以下3个方面:(1)

研究规范化和模块化体验设计视角下的设计思维,构建可供推广的范式;(2)开发出能够面向更多设计实务的体验设计思维架构以及具体的运作流程和程序,方便开展多样化的设计实践;(3)加快体验设计思维与其他学科领域的交叉融合。这些都将是后续研究的重点和方向。

参考文献:

- [1] PINE B, GILMORE J. The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage Cambridge [M]. MA: Harvard Business Press, 2011.
- [2] 孙宁娜. 论体验设计之中的消费需求趋势[J]. 包装工程, 2011, 32(24): 120—122.
SUN Ning-na. Discussion on the Trend of Consumption Demand in Experience Design[J]. Packaging Engineering, 2011, 32(24): 120—122.
- [3] MCLELLAN H. Experience Design, Cyber Psychology & Behavior[J]. Design Studies, 2000, 3(1): 64—68.
- [4] DORST K. The Core of Design Thinking and Its Application[J]. Design Studies, 2011, 32(6): 521—532.
- [5] FARRELL R, HOOKER C. Design, Science and Wicked Problems[J]. Design Studies, 2013, 34(6): 681—705.
- [6] 陈星海, 何人可, 杨焕. 设计思维下的商业模式创新体系研究——以MIUI为例[J]. 装饰, 2014(8): 80—82.

- CHEN Xing-hai, HE Ren-ke, YANG Huan. Research on Business Model Innovation Systems under the Design Thinking: a Case Study of MIUI[J]. Zhuangshi, 2014(8): 80—82.
- [7] ALCANTARA E, ARTACHO M, MARTINEZ N, et al. Designing Experiences Strategically[J]. Journal of Business Research, 2014, 67(4): 1074—1080.
- [8] 范寅良. 具体与抽象: 设计思维基础课程新感悟[J]. 装饰, 2014(11): 122—124.
FAN Yin-liang. Representational and Abstract: New Reflection of Basic Design Thinking Process[J]. Zhuangshi, 2014(11): 122—124.
- [9] VOSS C. Service Design for Experience-Centric Services[J]. Journal of Service Research, 2010, 13(1): 67—82.
- [10] GRUBER M, DE N, GEORGE G, et al. Managing by Design [J]. Academy of Management Journal, 2015, 58(1): 1—7.
- [11] 卢建洲. 论包装设计创新思维的形成与发展[J]. 包装工程, 2014, 35(6): 86—89.
LU Jian-zhou. Research on the Method of Product Experience Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(6): 86—89.
- [12] 郑灵燕. 现代包装设计创新思维方式的研究[J]. 包装工程, 2014, 35(11): 9—12.
ZHENG Ling-yan. Innovative Ways of Thinking in Modern Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(11): 9—12.

(上接第115页)

参考文献:

- [1] 田溯宁. 云计算中的大数据[J]. 财经, 2011, 29(8): 131—135.
TIAN Su-ning. Big Data in the Cloud[J]. Caijing, 2011, 29(8): 131—135.
- [2] 李国杰, 程学旗. 大数据研究: 未来科技及经济社会发展的重大战略领域——大数据的研究现状与科学思考[J]. 中国科学院院刊, 2012, 27(6): 647—657.
LI Guo-jie, CHENG Xue-qi. Big Data Research: the Major Strategic Areas of the Future of Technology and Economic and Social Development, Big Data of the Present Situation and Scientific Thinking[J]. China Academic Journal, 2012, 27(6): 647—657.
- [3] 李建中, 刘显敏. 大数据的一个重要方面: 数据可用性[J]. 计算机研究与发展, 2013, 50(6): 147—162.
LI Jian-zhong, LIU Xian-min. An Important Aspect of Big Data: Data Usability[J]. Journal of Computer Research and Development, 2013, 50(6): 147—162.
- [4] 何非, 何克清. 大数据及其科学问题与方法的探讨[J]. 武汉大学学报, 2014(1): 1—12.
HE Fei, HE Ke-qing. Discussion on Big Data and Scientific

- Issues and Methods[J]. Journal of Wuhan University, 2014(1): 1—12.
- [5] 亚历山大·克里斯多夫. 建筑模式语言[M]. 北京: 知识产权出版社, 2002.
ALEXANDER C. Architecture's Pattern Language[M]. Beijing: Intellectual Property Rights Press, 2002.
- [6] 赵江洪. 设计和设计方法研究40年[J]. 装饰, 2008(9): 44—47.
ZHAO Jiang-hong. Design and Design Approach Research within 40 Years[J]. Zhuangshi, 2008(9): 44—47.
- [7] 孟小峰, 慈祥. 大数据管理: 概念、技术与挑战[J]. 计算机研究与发展, 2013(1): 146—169.
MENG Xiao-feng, CI Xiang. Big Data Management: Concepts, Techniques and Challenges[J]. Journal of Computer Research and Development, 2013(1): 146—169.
- [8] 王巍. 数据驱动的设计模式之变[J]. 装饰, 2014(6): 31—35.
WANG Wei. The Evolution of Data-driven Design Paradigm[J]. Zhuangshi, 2014(6): 31—35.
- [9] 胡雄伟, 张宝林, 李抵飞. 数据研究与应用综述[J]. 标准科学, 2013(9): 29—34.
HU Xiong-wei, ZHANG Bao-lin, LI Di-fei. Overview of Big Data Research and Application[J]. Standard Science, 2013(9): 29—34.