# 基于服务设计理念的创客办公空间设计研究

徐晓莉
（广东技术师范学院，广州 510633）

**摘要：目的** 研究创客办公空间系统的特点，探索现代办公空间的设计思路，打造符合“绿色、共享、高效、环保”理念的创客办公空间。**方法** 运用服务设计的理念和策略，以创客用户为先，追踪所有参与人员的行为过程，提炼涉及所有机会点。分别以业务空间、展示空间、共享空间、私人空间为触点进行设计实践，致力于打造完美的用户体验。**结论** 服务设计中对用户行为和过程的研究能够有效把握创客空间的现实痛点和潜在需求，为现代城市办公空间的设计方向提供参考。

**关键词：**服务设计；创客；用户体验；办公空间
**中图分类号：**TB472　**文献标识码：**A　**文章编号：**1001-3563(2017)14-0214-05

## Design of Hacker Office Space Based on the Concept of Service Design

*XU Xiao-li*
(Guangdong Polytechnic Normal University, Guangzhou 510633, China)

**ABSTRACT:** It aims to study the characteristic of maker space’s office system, to explore the design thought of modern office space, to establish the maker space in accord with the idea of green, share, efficient and environmental.Using service design’s idea and strategy, giving priority to maker user, tracing behavior process of all participant, all the chances are got. The business space, exhibition space, shared space and private space are designed and carried out for four contacts, extracting all the involved contact and opportunity, establishing perfect user experience.The investigation on the user behavior and process in service design can effectively grasp the reality pain spot and potential demand, and provide reference for the design direction of modern city office space.

**KEY WORDS:** Service design; maker; user experience; office space

创客空间的线上部分是提供高效、跨越地理阻隔的互联网虚拟空间；线下部分是提供活动场所、设备和硬件共享以及相关人员面对面的交流的实体空间[1]。对创客的研究，除了积极探讨创客模式和运作策略之外，通过对创客空间的办公环境设计及视觉形象方面的优化，打造完美的用户体验，能够有效提高工作效率，提升城市现代化办公水平。

## 1　服务设计及其工具

服务设计一词最早是在 1991 年出现于 Bill Hollins 夫妇的设计管理学著作《完全设计》一书。服务设计与传统设计在观念上具体的区别在于，它不仅是对物的设计，而且还是对物的使用方式的设计，甚至是对物的使用愿望的设计[2]。目前，正在开展的服务设计研究主要包括服务流程设计研究、服务系统设计研究和服务网络设计研究[3]，涉及领域包括健康医疗的服务创新、老龄化社会的可持续创新、金融服务创新、移动互联与商业模式创新、城市公共服务系统创新等。

服务设计的方法非常丰富，在实际的服务设计过程中主要用到的方法和工具包括了用户人种志方法、质量功能展开、移情工具、体验调查等[4]。其中，体验调查又叫做差距分析，用于诊断客户需求和实际服务体验之间的差异,以发现提高和改进的空间。同时进行两项调查：一方面考察客户对服务质量的期望，另一方面考察客户对服务的实际体验。通过分析调查

**收稿日期：**2017-03-21
**基金项目：**2016 年广州市科技计划项目（201609020013）
**作者简介：**徐晓莉（1982—），女，山东人，硕士，广东技术师范学院副教授，主要研究方向为产品设计与品牌推广。

结果，可以发现问题和不足，为设计提供方向。研究表明：基于多渠道的有效信息确立服务设计蓝图并且构建服务体验场景是确保服务设计项目成功的有效方式之一，能够帮助人们对整个服务系统的设计作出更好的决策[5]。这里主要采用体验调查法对创客办公空间进行研究，分析创客空间相关的办公要素，明确创客用户群体的需求和现实之间的差异，通过服务蓝图的绘制寻找设计机会点，最终基于对各个触点的分析以主题创作的形式完成对创客办公空间的设计实践研究。

## 2　创客空间办公要素研究

### 2.1　创客办公空间及环境分析

服务设计运用的是系统思维方式[6]，用系统的方法解决问题能够关注到所涉及的所有利益相关者。在创客办公空间的系统中，其基本配置包括办公区域、会议室、办公室，此外还包括部分可选区域，如前台、接待处、讨论区、休闲区、功能室等。通过体验调查法可以了解到创客群体聚集在一起最核心的需求就是要合理的利用有限的空间区域，同时具有舒适感，帮助创客们激发创造力，提高工作效率。

通过对现代办公环境的调研及对比分析，项目组成员发现用户群体对创客办公空间的需求存在诸多的共性。在对收集到的两百份调查问卷统计结果显示，其中对“心目中理想的创客办公空间”的描述多数为：方便多人沟通交流，简洁的空间分布，办公家具色彩比较鲜明，模块化家具，多变多用，利于收纳，节省空间，可拆卸可组装，方便运输，有一定的空间隔开，保护个人隐私，生态化设计，给人回归大自然的感觉，桌椅合一，减少空间占有率，多功能的一体化，降低成本，能给办公空间带来的乐趣，缓解压力等。目前大多数创客办公空间的规划和设计存在的问题包括空间划分不合理、格局一定、活动不方便、设施移动频繁等痛点。运用体验调查法，经过对需求和现状的对比，设计分析过程见图 1，得出的结论是创客办公空间的理想状态更倾向于家庭式、休闲式和园林式。

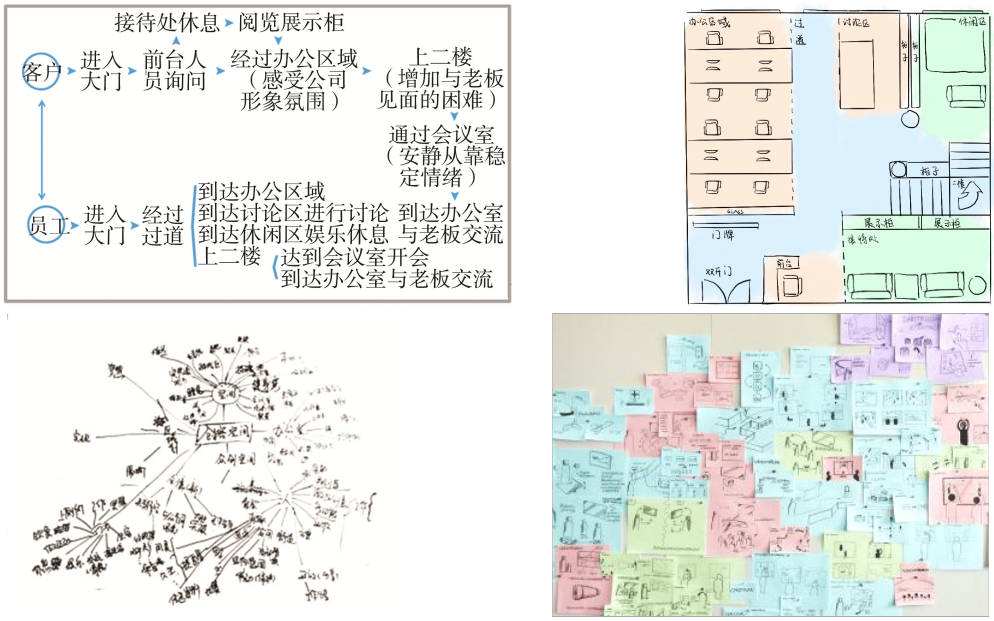


图 1　设计分析过程

Fig.1 Design analysis process

### 2.2　客群体及其行为分析

创客群体是一群出于兴趣和爱好聚集在一起，努力把各种创意转变为现实的人。他们善于发现问题，并找到改进的办法，将其整理归纳为创意和点子，从而不断创造出新的需求。创客群体需要有个人隐私空间和方便大家交流的空间，需要空间布局有助于分享与交流，需要能给办公空间带来的乐趣和缓解压力的设计。另外，创客成员的工作性质并不是都千篇一律，有的类似于业务和服务代表，有的类似于主管和调研人员，而有的则可能要进行项目研发等，他们对创客空间的感性需求也因其职能的不同而有所区别。求同存异，私密性、开放性、交互性等就成为创客空间办公环境规划的设计要点。

从行为上分析，创客群体从进入创客空间起，人和空间便开始建立直接或者间接的关联。首先，空间的布局和规划给用户带来的是流通和导航的指引。随后，用户顺利抵达目标场所，开始私密性工作或开放性讨论，甚至两种状态的切换。在几种不同的场景中，他们会需要不同的设备来配合工作的实施和完成，比

如个人独立办公时，需要建立私人空间，保护个人隐私，需要多功能的一体化，需要生态化设计，给人放松舒适的感觉等等。而在共享交流时，他们又会产生利用巧妙的变形或组合延伸、可折叠的设计等需求。最后，在工作之余，创客群体还会对空间产生便于收纳、便于清洁、宽敞明亮、娱乐休闲等需求。

研究表明：公共服务设计能够明显改善人在环境空间中的心理感受，并引导和改变人的行为习惯[7]。这里将创客办公空间作为一个系统，对用户群体进行分类，根据用户的行为规律对创客办公空间进行划分，从而得出以业务空间、展示空间、共享空间、私人空间为触点的四个设计方向，期待通过设计实践能够提高工作效率，创造良好用户体验。服务蓝图结构见图 2。

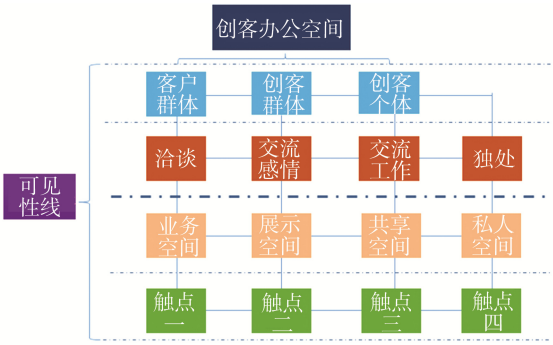


图 2 服务蓝图结构

Fig.2 Service blueprint structure

## 3 基于服务设计理念的创客办公空间设计实践

### 3.1 针对业务空间的分析和设计

作为创新源泉的用户体验是服务设计变革的核心，站在用户的角度，如果空间设计不能够满足人的心理需求并且创造良好的用户体验，那么设计就变成了形式上的花样变化[8]。以客户群体为行为主体的业务空间区域的主要功能是实现对外的业务洽谈、业务签署、会客等。无论双方以什么立场和身份出现，只要他们坐在一起，其终极目标便是达成共识、促进共赢。在该区域用户体验的积极性心理特征关键词包括信任、愉悦、期待、满意等，其积极性行为特征关键词包括友好、快速、高效、准确、便捷等，这些关键词体现了用户对业务空间的期望。对比创客办公空间的现状，课题组成员认为如果仅仅在细枝末节上进行调整，很难达到理想的目的，因此设计方案打破人们对固有办公空间的认识，采用钢化玻璃材料打造一体化的 U 型多层次空间，示意效果学生作品“业务空间”主题创作见图 3。通透的视觉环境用以增强用户的安全感和信任感，顶端宽大的屏幕用以遥控显示或记录洽谈所需的数据或画面，整体快捷高效，让用户心无旁骛，使业务一气呵成。

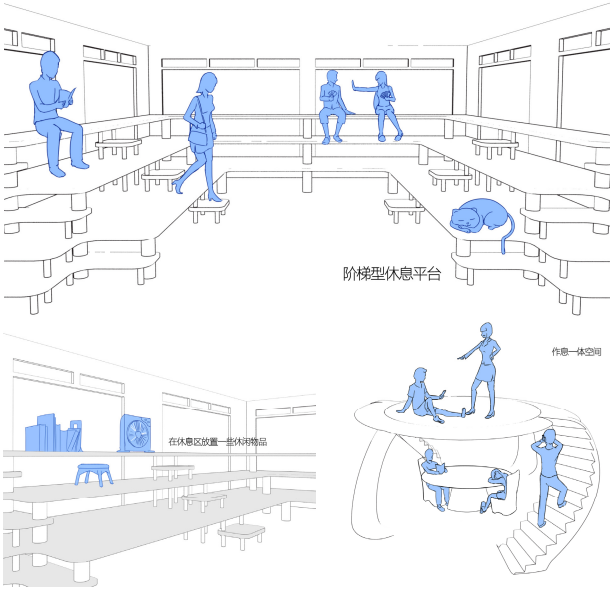


图 3 学生作品“业务空间”主题创作

Fig.3 The "business space" theme creation of student work

### 3.2 针对展示空间的分析和设计

展示空间区域作为创客办公空间对外宣传展示和对内鼓舞士气的窗口，是公司的门面和脸面，其设计应该融入创客的高端技术，回放品牌成功案例和心水成果。对于外来参观人群，无论将来是否有合作的可能，对于创客本身都是一笔财富，至少是一条品牌传播的路径。因此，在内容设计上，除了展示自身最好的一面，更重要的一个机会点是对来访者身份信息的收集。需要注意的是在收集对方有效信息的同时应该采取让对方愿意、甚至主动的提供和暴露身份的方式和策略，避免引起对方排斥和反感，这个人文关怀和用户体验的细节是服务设计最能发挥作用的地方。此外，展示空间也应该是创客群体引以为豪的一个区域，对于管理者来说，展示空间是凝聚人心和激发创客成员斗志的不可错失的机会。在此区域公开每一位成员的贡献和成绩，既是对他们的认可，又能激发大家的成就感和归属感，而这也正是每个人内心的需求。在视觉效果上，可以参考未来办公趋势的特点[9]，设计参考及示意见图 4。

| 设计参考 | 科技感 | 现代感 | 生态化 | 私密性 | 开放性 | 交互性 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 示意图例 | | | | | | |

图 4 设计参考及示意

Fig.4 The design reference and schematic illustration

### 3.3　针对共享空间的分析和设计

私密性和隐蔽性是人的本质需求，同时开放性和互动性又是人与人的另一种需要。空间设计评论家认为：人类会随着周遭情景和环境而变化，并在某种程度上根据特定的环境塑造自己的面貌[10]。处于办公空间中的用户多数时间是用来工作和交流的，其中工作又分为独立工作和团队工作，交流分为局部交流和全体会议。随着工作方式的不同，用户对于外界环境的硬件和软件需求也会随之改变。空间和时间的有限性决定了用户不可能频繁的转换环境和场地，因此，为满足和适应这种需求，我们采取让办公设施可变的方式来解决这一问题。设计围绕这两个矛盾的共同体展开，通过服务设计的思路寻求独立空间和共享空间的良好过渡和便捷转化，经过草图绘制、故事版场景设定等环节确定的设计方案学生作品“共享空间”主题创作见图 5，这一策略的优点包括节约空间、节约时间、能够在不改变环境的前提下快速转换工作方式等，不足之处是设计方案本身在实际操作过程中还不够便捷，用户体验还有待提升。

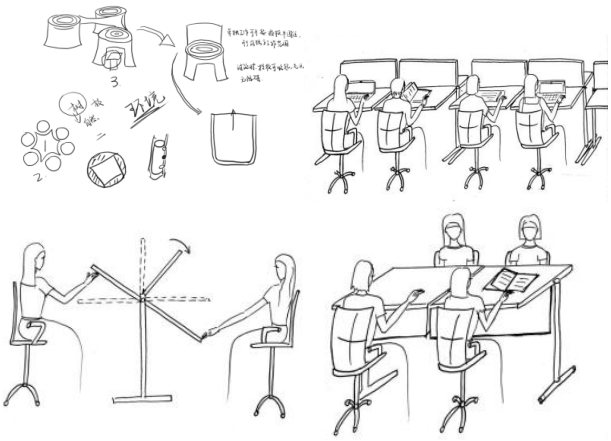

图 5　学生作品“共享空间”主题创作
Fig.5 The "shared space" theme creation of student work

### 3.4　针对私人空间的分析和设计

服务设计的理念在于积极调查研究服务生态系统内所有值得关注的参与者，根据用户的态度和行为探寻现有空间的改进需要，及时发现服务环境内的不足和缺陷，可以预测未来用户心理需求的主题和情景空间[11]。作为一个集体，创客群体的共同目标是高效率的完成工作任务。而作为每一个个体，在工作之余还有一些与工作无关的理想和需求，比如伸个懒腰，玩一会儿小游戏，聊一会儿天，加个餐，打个盹儿，适当减压，问候一声家人，跟踪一下物流，查看一下股市行情，避开上下班高峰，方便适时留宿等，这些看似跟工作无关，甚至有的跟工作还存在明显的冲突和矛盾的需求，如果换一个角度看待，多一些人性化的关怀，解除用户的后顾之忧，必将对整体工作氛围和创客群体的工作积极性有促进作用。私人空间的提取和设计正是为了迎合人的内心需求，打造休闲和娱乐的工作区域，体现创客办公空间的人性化特征。针对这一触点，设计小组成员大胆构想，用模块化的长条形方块作为基本单元，通过一个简单的床体把他们包容在一起，使用过程中可以随意抽取其中的模块单元，改变其摆放位置和方向，形成不同的私人区域和空间，满足创客个体工作之余的不同需求，使用状态见图 6。

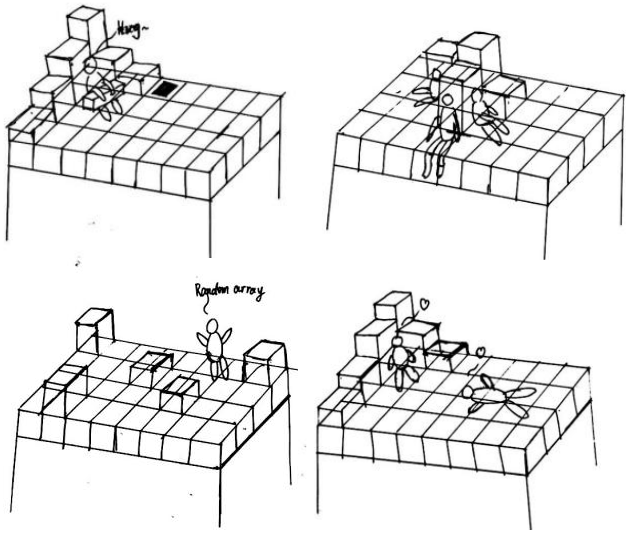


图 6　使用状态
Fig.6 Use state

## 4　结语

创客空间是展示城市形象的平台，其规划和设计是一个复杂的系统，而服务设计的优势就在于把事物作为一个系统来处理，具体设计时是以创建场景为目标，利用设施来组织和诱发人们的活动，创造新的场景故事，引导消费者从物境到情境，再到意境，产生感悟[12]。随着社会的发展、人类的进步，以及设计对服务和体验的越来越重视，办公空间的设计也必将以此为切入点不断深化和改革[13]。这里以服务设计理念为指导，兼顾了“绿色、共享、高效、环保”4 大主导思想，并以“业务空间、展示空间、共享空间、私人空间”作为 4 个触点分别进行设计分析和实践，以期能够为创客办公空间的优化以及现代城市办公空间的升级提供新的思路[14-15]。

**参考文献：**

[1]　徐思彦，李正风. 公众参与创新的社会网络：创客运动与创客空间[J]. 科学学研究，2014，32(12)：178—179.
XU Si-yan, LI Zheng-feng. Public Participation of Innovation: Maker Movement and Makers Paces[J].

Studies in Science of Science, 2014, 32(12): 178—179.

[2] 高颖, 许晓峰. 服务设计: 当代设计的新理念[J]. 文艺研究, 2014(6): 140—147.
GAO Ying, XU Xiao-feng. Service Design: A New Concept of Contemporary Design[J]. Literature & Art Studies, 2014(6): 140—147.

[3] 徐皓, 樊治平, 刘洋. 服务设计中确定服务要素组合方案的方法[J]. 管理科学, 2011(2): 56—62.
XU Hao, FAN Zhi-ping, LIU Yang. Method for Determining Service Element Combination Scheme in Service Design[J]. Journal of Management Science, 2011 (2): 56—62.

[4] 李冬, 明新国. 服务设计研究初探[J]. 机械设计与研究, 2008(6): 6—10.
LI Dong, MING Xin-guo. A Preliminary Study on Service Design[J]. Machine Design & Research, 2008(6): 6—10.

[5] 王展. 基于服务蓝图与设计体验的服务设计研究及实践[J]. 包装工程, 2015, 36(12): 41—44.
WANG Zhan. Research and Practice of Service Design Based on Blueprint and Design Experience[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(12): 41—44.

[6] 胡蓉. 基于系统思维的户外休憩设施优化设计研究[J]. 包装工程, 2015, 36(14): 64—67.
HU Rong. The Optimization Design of Outdoor Recreational Facilities Based on the System Thinking[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(14): 64—67.

[7] 海军. 设计的主动性——服务设计个案研究[J]. 装饰, 2010, 26(12): 28—32.
HAI Jun. The Initiative of Design: Case Study of Service Design[J]. Zhuangshi, 2010, 26(12): 28—32.

[8] 柯清, 张帆. 现代技术影响下的家具结构创新设计研究[J]. 包装工程, 2015, 36(14): 1—5.
KE Qing, ZHANG Fan. Furniture Structure Innovative Design under the Influence of the Modern Technology [J]. Packaging Engineering, 2015, 36(14): 1—5.

[9] 彭亮. 论椅子设计的多样性[J], 家具与室内装饰, 2002(1): 16—19.
PENG Liang. The Chair Design Diversity[J]. Furniture & Interior Decoration, 2002(1): 16—19.

[10] 郭美君. 基于服务设计理念的商业空间设计[J]. 剧影月报, 2014(1): 98—99.
GUO Mei-jun. Commercial Space Design Based on Service Design Concept[J]. Drama Film Monthly, 2014 (1): 98—99.

[11] 杨玲. 城市家具设计的策略方法与实践[J]. 包装工程, 2016, 37(8): 40—43.
YANG Ling. Strategy Methods and Practice of Urban Furniture Design[J]. Packaging Engineering, 2016, 37 (8): 40—43.

[12] 鲁晓波. 价值体验与设计创新[J].深圳大学学报, 2010, 27(2): 152—153.
LU Xiao-bo. Value Experience and Design Innovation[J]. Journal of Shenzhen University, 2010, 27(2): 152—153.

[13] 佘婴姿. 基于人机工程学的高校课桌椅家具尺寸设计[J]. 家具与室内装饰, 2016(2): 68—69.
YU Ying-zi. The Design of the Furniture Design of the Furniture of the College, Which is Based on Ergonomics[J]. Furniture & Interior Design, 2016(2): 68—69.

[14] 张俊竹. 结构仿生设计原理在展示设计中的应用[J]. 家具与室内装饰, 2016(1): 75—77.
ZHANG Jun-zhu. The Design Principle of Biomimetic Design is Applied in the Design[J]. Furniture & Interior Design, 2016(1): 75—77.

[15] 李明. 跨界与融合——现代家具产品的创新设计研究[J]. 家具与室内装饰, 2016(1): 80—81.
LI Ming. Crossover and Integration: Innovative Design Research for Modern Furniture Products[J]. Furniture & Interior Design, 2016(1): 80—81.