

服务设计视野下本地生活资讯类 APP 产品的创新策略

张晴¹, 娄明¹, 张凌浩²

(1.安徽工业大学, 马鞍山 243032; 2.江南大学, 无锡 214122)

摘要: **目的** 基于服务设计理念, 研究本地生活资讯类 APP 的产品创新策略。**方法** 引入服务设计的相关理念与方法, 分析目前国内生活资讯类 APP 产品的现状, 探讨新信息技术提升用户体验以及整合服务接触点的可能性。**结论** 以用户需求解析与服务体验提升为目标, 提出多种服务模式融合促进产品服务的系统性, 增强服务的个性化与定制化, 将线上与线下服务相结合, 以此提升服务的体验感。

关键词: 服务设计; 生活资讯; 地理位置; 新信息技术

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)14-0153-05

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.14.028

Innovation Strategies of Local Life Information APP Products from the Perspective of Service Design

ZHANG Qing¹, LOU Ming¹, ZHANG Ling-hao²

(1.Anhui University of Technology, Ma'an Shan 243032, China; 2.Jiangnan University, Wuxi 214122, China)

ABSTRACT: Based on the concept of service design, it studies the innovation strategy of APP products of local life information. It introduces the concepts and methods of service design, analyzes the current situation of domestic life information APP products, and discusses the possibility of new information technology to enhance user experience and integrate service contact point. Targeting user demand analysis and enhancing service experience, a variety of service modes are proposed to promote the systematization of product service, enhance the personalization and customization of services, and combine online and offline services to improve the sense of service experience.

KEY WORDS: service design; life information; geographical location; new information technology

自二十一世纪以来, 随着设计从产品外形到内在体验的转型, 设计开始更关注用户的情感诉求, 为用户提供高效舒适的体验^[1], 因此, 服务设计逐渐兴起。通常认为, 服务设计是运用设计的理念、方法, 通过有形或者无形的组织, 为用户创造优质的服务质量和体验。特别是当产品系统与服务体验逐渐融合后, 服务设计的运用可以帮助设计师跳脱固化的产品设计思维, 从服务模式、使用方式、用户体验等角度构建系统化解决方案, 为用户提供更满意的服务形式。罗仕鉴指出“服务模式需要经历从产品到服务的理念转变”^[2]; 娄永琪基于 NHCAS 视角思考“人机交互”、

“可持续与设计”^[3]; 高颖指出“服务设计通过对生活方式的改变, 创造出适度的生活形态”^[4]; Ezio Manzini 提出“社会创新设计理论, 运用系统思维地图构建可持续的设计过程”^[5]等。这些都说明未来的产品设计将更多地关注服务与体验。本地生活资讯类 APP 产品种类多样, 在关注产品的交互设计、视觉表现外, 应深度挖掘产品带来的服务体验, 进而思考如何利用服务设计的理论指导本地生活资讯类 APP 产品的设计, 从而创造更多的产品价值, 为用户带来更多新型的体验。

收稿日期: 2018-02-05

基金项目: 2017 安徽高校人文社科重点项目 (SK2017A0071); 安徽工业大学青年教师科研基金项目 (QZ201410); 2015 安徽省质量工程项目 (2015mooc037)

作者简介: 张晴 (1988—), 女, 郑州人, 硕士, 安徽工业大学讲师, 主要从事移动产品服务设计与智能产品界面设计方面的研究。

1 本地生活资讯类 APP 产品现状

本地生活资讯类 APP 产品以地理位置为基础,整合线上线下资源,向用户提供本地生活资讯信息,将位置服务与用户的外出休闲消费紧密结合。例如大众点评根据位置提供本地

生活信息,包括餐饮、购物、点评、优惠等,是优质的生活工具。

该产品的服务模式可以归纳为“生活资讯+位置服务+社交网络+用户点评+团购服务”等。用户可以通过服务平台产生各种行为,包括搜索信息、信息位置推送、团购下单、预约服务、优惠券获取等,根据位置远近或者评价高低选择合适信息^[6],从而发生进一步的体验行为。这种线上获得服务信息,线下获得服务体验的形式良好地整合了线上线下资源,为用户搭建了基于本地生活资讯的服务平台。

随着智能手机与移动互联网的普及,近几年来本地生活资讯类 APP 产品在国内大量涌现,出现了百度身边、QQ 美食等相关产品。由于产品竞争激烈,为迎合市场需求,多数产品或转型或合并,新一代产品大多集中在饮食或娱乐领域,例如大众点评、饿了么、百度外卖等。虽然产品发展前景尚且乐观,但仍存在以下问题。

产品的定制化服务以及用户的广泛参与等方面还存在很大提升空间。产品服务信息不够精准,搜索时往往会出现过多信息,并不能结合用户位置、兴趣进行定制化推送;大量评论信息存在虚假等情况,并未真正利用 SNS 朋友间的评论体系来增强评论内容的真实性。

线下商家资源与服务不完善。O2O 电子商务模式的兴起,给产品的发展带了广阔的商业空间,但同时也大大降低了入行门槛,大量商家涌入平台,商家审核不严格、客户服务不规范等问题也开始凸显,导致线上信息与线下服务不吻合、线下商家服务难整合

等问题时常发生。

新型技术利用不够充分。本地生活资讯类 APP 近几年来年的发展侧重于商业模式的探索与转型,却忽略了通过技术手段提升服务效果的重要性。地图定位大多依靠传统的 GPS 定位,定位速度依赖网络状况;线上支付技术手段单一,未能深度整合新型支付技术的服务优越性;操作体验很多时候依靠第三方平台,不能通过软件全部完成。

2 服务设计理论的指导与产品新机遇

服务设计的理论强调建立系统化的解决方案,产品设计只关注产品本身交互与视觉设计的浅层思维。设计师应从系统规划与整体架构设计的高度,以用户为中心,思考人的需求,提升服务体验,为其提供高效、满意的服务体验^[7],建设全面广泛的手机 APP 产品服务系统。

根据服务设计相关理念,本地生活资讯类 APP 产品的设计应重新审视产品的服务形态与设计目标,面向信息技术快速发展以及服务设计指导理念日趋成熟的大背景,深化位置服务与信息服务的发

2.1 基于 LBS 服务产品的拓展

LBS 是基于地理位置的信息服务,以用户或者移动终端设备的地理位置为基础,为其提供位置相关的各项信息服务,为大众的生活带来便利与实惠,深受大众喜爱^[8]。例如大众点评可以准确检测用户的位置,在资讯推送的同时提供商家的位置与距离,并提供路线导航,方便用户的线路规划。此外,支付宝口碑、摩拜单车等热门 APP 都基于地理位置,向用户提供包括搜寻美食优惠、分享位置信息、共享车辆停放位置等,LBS 服务及应用见图 1。

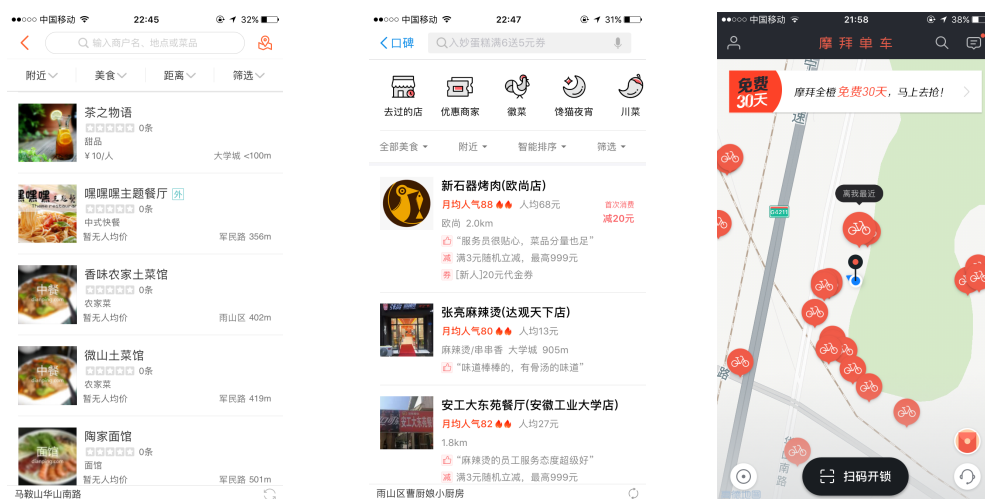


图 1 LBS 服务及应用
Fig.1 Service and use of big LBS

本地生活资讯类 APP 中各项信息资讯与位置的结合可以为用户提供更快捷、准确的信息系统，因此 LBS 相关技术与服务模块的引入将帮助用户改进或丰富现有服务。将位置与交通数据中心相连，方便用户在路线导航过程中获取实时信息；形成用户个人的生活网络，方便资讯的精准化推送；进一步整合 LBS 线上线下资源的互动，推送特色与优惠服务等。这些变化无疑都会带来更加丰富的使用体验，扩大产品的服务边界。

2.2 大数据与云计算的信息技术

大数据重视海量信息的及时处理与专业分析，强调数据中心对于信息的加工^[9]，通过获取用户旅行轨迹、搜索兴趣、购物清单等相关数据为国家以及企业提供更丰富的信息，直接影响未来信息产业的发展趋势，大数据应用见图 2。美国已经将大数据上升为国家战略层面，而德国工业 4.0 也进一步明确，传统产业将向着数据与服务无缝链接的方向前进。



图 2 大数据应用
Fig.2 Uesd of big data

以大数据与云计算为基础，本地生活资讯类 APP 产品可以根据用户签到与搜索热度，形成用户定制的“轨迹地图”，分析其关注或常去的位置与商家，深层次挖掘用户行为习惯，进而推送最恰当的生活资讯。例如咕咚等运动软件通过数据记录形成个人运动轨迹，本地资讯类 APP 也可以利用地理信息的记录与累积，分析用户活动热度区域、偏好商家、生活轨迹等，向用户推送相关资讯。同时二维码扫描、摇一摇查惊喜、付款码等新型操作体验拓展了移动终端的应用场景。大数据、云计算等带来了新信息技术，优化了本地生活资讯类 APP 产品的终端解决方案，形成了个性化服务体验。

3 本地生活资讯类 APP 产品的新策略

3.1 深化服务领域整合、促进产品服务的多样性

服务设计随体验经济的发展，已经成为提高用户体验的一个重要元素，即以用户需求满足为目标，关注人、环境、技术、流程所组成的服务系统^[10]。通过分析用户对生活资讯的多重需求，增强单一产品的整

体性服务。例如 Waze 将路况分享、信息分享与危机地图相整合，生成即时的路况地图，帮助用户获取路面交通流量的信息，形成位置信息双向分享的体验，开发出用户参与路况信息的新型服务模式。Waze 路况查询与分享见图 3。

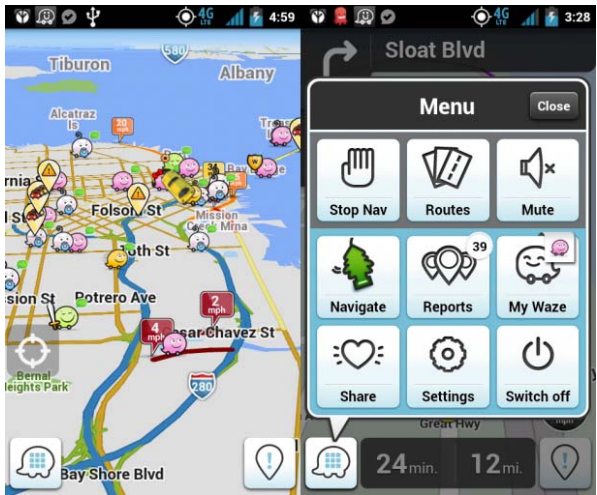


图 3 Waze 路况查询与分享
Fig.3 Traffic query and sharing of Waze

本地生活资讯类 APP 的产品服务范围涉及非常广，但大多数企业却只将目光集中在餐饮这一小块内容，导致大部分用户将其误解为餐饮类 APP，难以实现产品的进一步发展，因此，未来产品的发展需要面对多种场景下的复杂需求，充分整合不同用户的生活需求，基于多种服务模式与服务手段，拓展服务内容与途径。首先，应增加产品领域整合的可能性，在餐饮服务持续发展的基础上，加强产品与其他行业包括家政、汽车、婚庆摄影以及休闲娱乐等方面的磨合，增强产品未来综合竞争力。其次，深化多种商业模式，构建本地化服务电子商务平台，为用户提供生活相关的商品和服务，增强 O2O、B2C、移动支付等商业手段的增长，扩大本地生活服务的业务模式。

3.2 围绕位置服务增强体验的个性化与定制化

本地生活资讯类 APP 产品不仅要以技术创新为主导，增强服务的信息流反馈效果，更要理解用户真正的需求点，善于发现用户的潜在需求，融合创新元素，开发综合创新系统^[11]。首先，在具体的设计过程中，要整合服务思维，基于用户的地理位置，应用 LBS 技术特色与服务设计精要，剖析各服务接触点，通过观察、追踪、访谈、回馈等手段重建服务场景，挖掘新的机会点，进一步将位置服务与移动互联网、技术创新相结合，为用户提供个性化与定制化服务内容。其次，要重新审视服务流程中的每一个接触点，列举其中不规范或不顺畅的问题，并重新定义该接触点。最后，形成个人位置地图。基于用户的活动路径，发现用户关注的活动区域，形成用户的轨迹地图，进

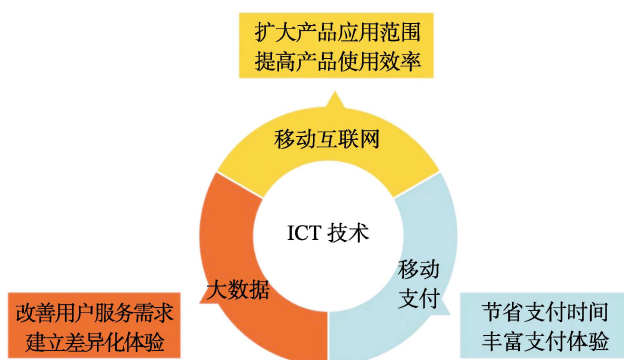
行信息定向与精准化推送,缩短用户获取资讯的时间。

3.3 线上与线下服务互动结合提升服务体验感

在本地生活资讯类 APP 的产品服务提升过程中,用户体验的不断改进是一个重要的因素,特别是线上体验与线下服务的融合,将移动互联网上的虚拟服务延伸到线下的实体服务,完善用户体验的全过程^[12]。即使线上服务很成功,但凌乱的店面、恶劣的服务态度等线下体验会扼杀用户对品牌和 APP 的兴趣,因此,在电子商务不断冲击传统生活服务行业的语境下,实体店的服务设计对于塑造用户体验同样重要。首先,要扩大线上营销的多元化,为用户提供本地商户信息,包括饮食、优惠、购物、休闲娱乐等,将线下资讯进行线上推送,着力解决用户对于日常生活用品的需求。其次,要加强线下体验的规范化,以监督者的角度帮助用户规范线下商家的行为模式。同时还要进一步改善线下的体验氛围,探索优化服务的可能性。

3.4 通过引入新信息技术促进服务的新颖化与满意度

以移动互联网、大数据、云计算、物联网技术等为核心的 ICT 技术逐渐推动传统产业以及新兴产业的互联网化发展,并在移动互联、信息及时反馈、信息可视化、移动支付等领域加速服务产品的创新与融合发展^[13]。同时,扩大 ICT 技术与移动终端服务关键点相结合的可能性,特别是在 APP 产品的应用过程中,以新技术为向导,增加服务体验的多样性,将用户参与融入服务平台建设,进一步提升服务的扩展性与新颖化。ICT 对提升服务体验的提升见图 4。



通过移动互联网的普及与广泛使用,帮助用户在移动场景下介入服务体验过程,从而扩大产品的应用范围,提高产品使用效率。通过对大数据进行分析,改善特定用户的服务需求,建立差异化的服务体验,包含用户信息档案的建立、消费数据的提取、汇总与分析、提供体验机会等。通过改善第三方网页单一的支付方式,以支付手段多元发展为契机,发展移动支付、二维码、扫一扫、面对面、付款码等新型支付手段^[14],这既节省了支付时间,又丰富了支付体验。

4 结语

本地生活资讯类 APP 的产品服务创新,应充分认识服务设计思想为本地生活资讯类 APP 带来的影响,注重服务体验不完善、对新兴技术的引用不充分等状况。基于本地生活的特色化与个性化服务,面向 LBS 位置服务以及新信息技术带来的机遇与变革,运用服务设计的理论,以用户为中心构建“人—服务—环境”的系统,及时转换设计思维,时刻保持用户需求为导向的创新驱动。同时,通过拓展服务途径,提升接触点效果,完善线上线下服务的结合形式,充分考虑新信息技术介入的优势等,增加移动终端产品服务的系统性与扩展性,从而为用户搭建基于本地生活资讯的服务平台。

参考文献:

- [1] 邹韬. 工业设计新概念的解读[J]. 设计, 2017(6): 23—24.
ZOU Tao. Interpretation of the New Concept of Industrial Design[J]. Design, 2017(6): 23—24.
- [2] 罗仕鉴, 胡一. 服务设计驱动下的模式创新[J]. 包装工程, 2015, 36(12): 1—4.
LUO Shi-jian, HU Yi. Model Innovation Driven by Service Design[J]. Packaging engineering, 2015, 36(12): 1—4.
- [3] 姜永琪. NHCAS 视角下的人机交互、可持续与设计[J]. 装饰, 2017(1): 66—70.
LOU Yong-qi. Human-computer Interaction, Sustainability and Design in the View of NHCAS[J]. Zhuangshi, 2017(1): 66—70.
- [4] 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(4): 140—147.
- [5] EZIO M. 设计, 在人人设计的时代: 社会创新设计导论[M]. 北京: 电子工业出版社, 2016.
EZIO M. Interpretation of the New Concept of Industrial Design[M]. Beijing: Publishing House of Electronics Industry, 2016.
- [6] 刘伟, 徐鹏涛. O2O 电商平台在线点评有用性影响因素的识别研究——以餐饮行业 O2O 模式为例[J]. 中国管理科学, 2016, 24(5): 168—176.
LIU Wei, XU Peng-tao. A Study on Influencing Factors of the Helpfulness of Online Reviews in O2O of Restaurant Industry, Based on O2O Model[J]. Chinese Journal of Management Science, 2016, 24(5): 168—176.
- [7] 罗仕鉴, 朱上上. 服务设计[M]. 北京: 机械工业出版社, 2011.
LUO Shi-jian, ZHU Shang-shang. Service Design[M]. Beijing: Mechanical Industry Press, 2011.
- [8] 邵晓. 基于 LBS 的移动社交传播模式及应用研究[J]. 东南传播, 2011(1): 22—24.

- SHAO Xiao. Research and Application of Mobile Social Communication Model Based on LBS[J]. Southeast Communication, 2011(1): 22—24.
- [9] 彭宇, 庞景月, 刘大同, 等. 大数据: 内涵技术体系与展望[J]. 电子测量与仪器学报, 2015, 29(4): 469—482.
- PENG Yu, PANG Jing-yue, LIU Da-tong, et al. Big data: Connotation, Technical Framework and Its Development[J]. Journal of Electronic Measurement and Instrumentation, 2015, 29(4): 469—482.
- [10] 殷科. 基于用户的服务设计创新及其实现[J]. 包装工程, 2015, 36(2): 9—12.
- YIN Ke. User-based Service Design Innovation and Its Implementation[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(2): 9—12.
- [11] 黄龙. 基于搜索服务的移动商业 APP 设计研究[J]. 装饰, 2014(6): 100—101.
- HUANG Long. Research on Mobile Business Application Design Based on the Search Service[J]. Art & Design, 2014(6): 100—101.
- [12] 李亨. 基于用户体验的智能手机 APP 界面设计研究[D]. 太原: 太原理工大学, 2015.
- LI Ting. Research of Smart Phone App Interface Design Based on User Experience[D]. Taiyuan: Taiyuan University of Technology.
- [13] 张凌浩. 新背景下快递终端服务系统的创新策略思考[J]. 包装工程, 2015, 36(22): 71—74.
- ZHANG Ling-hao . Innovative Strategies of the Express Terminal Service System in the New Background[J]. Packaging engineering, 2015, 36(22): 71—74.
- [14] 王巍, 周殊. 移动支付中的安全体验设计初探[J]. 装饰, 2014(1): 95—96.
- WANG Wei, ZHOU Shu. Exploring Security Experience Design in Mobile Payment[J]. Art & Design, 2014(1): 95—96.