

体验经济时代的产品设计方向分析

曹晓丹¹, 束霞平²

(无锡职业技术学院, 无锡 214000; 2.苏州大学, 丹阳 215006)

摘要: **目的** 探究体验经济时代的产品设计的主要方向。**方法** 以体验经济为背景, 总结现实的产品设计需求, 同时结合旅游产品设计、儿童产品设计、智能产品设计等方面的具体论述, 探讨产品设计在体验经济时代的发展方向及方法。**结论** 基于体验经济的产品设计, 既具备功能性和审美性特点, 又包含整体的感受过程, 能够为消费者带来良好的情感体验, 从而使自身获得更多的认可, 赢得更为广阔的市场。

关键词: 体验经济时代; 产品设计; 情感体验

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)04-0242-03

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.04.048

Analysis of Product Design in the Age of Experience Economy

CAO Xiao-dan¹, SU Xia-ping²

(1.Wuxi Institute of Technology, Wuxi 214000, China; 2.Soochow University, Danyang 215006, China)

ABSTRACT: It aims to explore the main direction of product design in the era of experience economy. With the background of experience economy, it sums up the product design requirements and combined with the specific reality, discusses the tourism product design, the design of children's products, intelligent product design, product design, to explore the development direction in the experience economy era and method. The product design is based on experience economy, both with functional and aesthetic features, and contains the whole process of feeling, which can bring consumers a good emotional experience, thus to gain more recognition, win the broader market.

KEY WORDS: experience economy era; product design; emotional experience

一种设计思潮的出现,总是与社会的发展现状和主体受众的主观需要相适应。从最初提出到被大众广泛接受,再到成为一种指导性的设计思想,是一个不断实践和改进的过程,并不是某一位设计师或设计评价人员所能左右的事情^[1]。尤其在当前这个体验经济深入发展的时代,消费者所追求的不再只是感官上的刺激,还希望所消费的产品能够帮助他们找回对新生活的体验。面对这样的高要求,产品设计想要在激烈的竞争中赢得一席之地,必须着眼于社会环境,以商品为素材,以企业为重心,赋予产品一定的形态,使产品设计与消费者之间产生一种良好的感官体验和思维认同,抓住消费者的注意力,促成良好的产品体验感受,创造出一种适合体验经济时代下健康的可持

续发展的产品开发新模式。

1 体验经济影响下的旅游产品设计

由于体验经济时代的来临,人们在旅游过程中已不再仅满足于旅行社提供的单一性标准化的旅游类产品,而是希望从中获得相关文、史以及生活等各方面的异于日常生活的全新体验^[2]。旅游产品作为旅游行业发展的核心环节,面对体验经济的迅速发展,必须不断创新,在变化中寻求发展的策略。然而,在实际的旅游产品市场,产品生产存在较大的盲目性,中低档趋于雷同的产品偏多,高档独特的深层体验产品偏少,很多产品更是在“单打独斗”,整体的设计主题

收稿日期: 2017-10-09

基金项目: 国家社科艺术学项目; 全国商科教育科研“十二五”规划 2014 年课题“中国设计产业竞争力理论与实践研究”(15BG105)

作者简介: 曹晓丹(1983—),女,江苏人,硕士,无锡职业技术学院讲师,主要研究方向为产品造型设计。

不明确也不够科学^[3]。即便部分旅游产品已经开始了体验性开发尝试,也大多趋向单一,突出表现为相似性体验偏多,独特性体验偏少,难以使消费者获得丰富的优质体验。想要改变这样的现状,促成体验式旅游产品的发展,设计师必须从情感性、互动性、个性化3个方面入手。首先,情感性。旅游产品只有和游客的兴趣或者心境相符合,才能产生出一种积极向上的情感,带给他们愉悦和难忘旅游体验。所以,在设计体验性旅游产品时,必须从游客的情感需求入手,为其量身定制旅游产品和服务^[4]。比如,一次极地探险、一次乘筏冲浪,这种极具挑战性的旅游产品能够给游客带来超越体验本身的情感体验,获得一种值得回忆的满足感。有了这样的情感体验,游客才会获得满意,旅游产品才能赢得市场。其次,互动性。在开展体验旅游的过程中,参与性能够让广大游客将自身融合到其中,消除自身与旅游产品之间的隔阂,提升亲切感和满足感^[5]。比如,开展节庆类、主题晚会等活动方式,通过制造事件促成互动,赢得游客的参与,从而使旅游产品获得更多的认可。以舟山桃花岛为例,在旅游产品开发上,可将金庸所著《射雕英雄传》与旅游项目深度结合,让游客参与其中扮演人物角色,形成真正的体验,使游客在成就感的促使下对旅游产品留下深刻印象。最后,个性化。从旅游产品视角看,增加自身的附加利益,体现与众不同的个性,能够发挥产品的最佳效用,让游客对体验的印象更加持久^[6]。比如,野外露营、极限运动等旅游产品愈来愈受到广大游客的喜爱,但这并不代表达成了良好的体验效果。为了更好地显示出在同类产品中的差异性优势,整个过程还可以加入一些精心设计的纪念品。当这些附加的产品被游客拿来与周围人进行分享之时,便在一定程度上实现了社会化,分享的人越多,被吸引的潜在游客就越多。

2 体验经济影响下的儿童产品设计

童年的时光总是美好快乐,充满情趣的。在此阶段,儿童具有强烈的好奇心和丰富的想象力,因此在体验性儿童产品设计中,要迎合儿童的性格特征及情感需求,从易用性、安全性和情趣性3个方面入手,实现儿童产品与儿童用户之间、儿童用户与品牌之间、儿童产品与儿童品牌之间的情感连接,提升产品的体验程度,促使儿童获得精神上的愉悦。首先,易用性。儿童产品的形、色、功能、机能是其主要感知化要素,扩展产品的这些功能可以增加儿童对产品的体验,只是在设计时必须从易用角度出发,让这种感知化要素的体验形式更为直观^[7]。儿童电子产品的设计就对易用性有着较高的要求,既要足够简洁,又要便于使用,以符合儿童基本的体验要求。这是因为

结构简易性在儿童电子产品设计中尤为重要,如果零部件太多,电子按钮分布密集,便会无形中增加使用难度。所以,在进行体验式儿童电子产品设计时,必须注意儿童电子产品的结构合理性,设计简约性,让儿童能够充分享受体验式产品所带来的乐趣。其次,安全性。当前,儿童产品体验设计的人性化追求,获得了越来越多设计师和受众的认同。贴合儿童身体和富有情感关怀的产品,能够从细节处体现无微不至的关怀,有利于儿童的健康成长^[8]。仍以儿童电子产品设计为例,其在体验式设计上讲究迎合儿童独特的身心发展特点,要求严格谨慎地选择材料和外在处理方式。这是因为儿童天真好奇,不能够长时间对一种事物有着强烈的注意力,一旦儿童注意力不集中或维持度不足,导致电子产品摔落,就会破坏产品的内部结构,而过于复杂的零部件和按钮便会成为儿童继续使用的阻碍,有时还会对儿童的安全造成不利影响。所以,在实际的设计中,设计师必须坚持低碳、绿色、环保等理念,多使用健康环保材料,避免儿童自行打开产品机壳,或者手指、身体接触到带电件,给儿童提供足够的安全隔离保护,有了安全保护,儿童才能更好地享受体验式产品所带来的乐趣。最后,情趣化。在儿童产品设计中,亲和力、趣味性、感染力缺一不可,没有儿童愿意面对那些毫无生气的产品。以儿童玩具为例,很多时候,玩具并不只是扮演着陪伴的角色,还有着启蒙教育作用,而这一作用的发挥必须借助趣味性,富含情趣的益智玩具便成了体验式设计的重要设计方向。比如,外星电子积木。外星电子积木在设计时根据儿童学习知识的特点进行设计,通过纽扣连接电子元件的塑料块,快速拼装出各种有趣的电子装置,配合手控、水控、电控等方式,能够让儿童轻松走进奇妙的电子世界,掌握电子知识,在动手动脑培养儿童的创造力、理解力和知识运用能力。

3 体验经济影响下的智能产品设计

体验设计最重要的目的就是强化使用者的个体体验,其体验价值远远大于产品本身。良好的设计能够带给用户满意的体验,通过感官、情感等方面激发人的情感,进而使产品深入人心,对用户和社会影响重大。这一点在智能产品设计中体现得十分明显。首先,智能卫浴。智能卫浴就是将来卫浴的概念,其是基于集成智能系统卫浴转变到一个智能开发的设施管理系统,通过对技术、材料、功能等诸多以客户为主导的体验设计,给人们带来方便与快乐的同时,更提供了一种舒适、便捷的独特生活体验,开辟了全新的体验时代^[9]。在将体验设计运用于日用智能卫浴设计中时,设计师要注重满足人们心理需求和精神体验,强调使用者的参与,最终实现设计师、产品与使

用者三方的完美融合。比如,智能卫浴多选用新材料、新工艺,利用良好的材质与色彩给使用者以舒适的视觉和触觉感受;具备一个完善的当地网络系统,能够实现各种开发部件和产品的连接,使产品能够被集中控制,即使没有人在房子里,同样能够自动控制所有电源设施的开关。总之,体验经济下的卫浴产品造型设计需要设计师从生活出发,积极了解与满足消费者的生活方式、审美趣味和情感需求,结合以人为本的设计理念,设计出能带给消费者情感享受的产品,使消费者从中获得卓尔不群的使用体验。其次,智能可穿戴产品。随着可穿戴技术的发展,智能可穿戴产品逐渐进入了人们的生活。无论是服装、跑鞋、眼镜,还是手表、指环、手环,根据佩戴部位的不同都进行着不同程度的创新,给消费者带来了更高层次的体验^[10-11]。由于用户体验本身具有强烈的模糊性,在设计过程中应把握好3个阶段。在前期调研与分析阶段,要通过观察、问卷调查和访谈等,分析用户初始需求,确定角色模型;在产品阶段,根据产品概念方案制作低保真原型进行测试,选出最符合用户体验的产品概念方案;在测试与修改阶段,要最终确定产品的功能、结构、尺寸等,然后对产品样机进行测试,最后根据测试结果选择能够给消费者带来更好体验的方案进行定版。例如,Google公司曾发布过一款VR技术的智能眼镜,该产品主要借助语音控制视频通话、照片拍摄和方向定位。最值得称赞的是,该产品实现了连接移动网络、接收电子邮件和处理文字图片信息等技术,将智能与舒适完美融合,给消费者带来了前所未有的高端和便捷体验。

4 结语

体验经济时代为产品的开发与设计提供了新的发展机遇和灵感来源。受此影响,越来越多的具备体验功能的产品出现在市场上,充斥在人们的日常生活中。面对激烈的市场竞争,产品设计必须改变过去“千人一面”的设计方式,从简单划一的标准化设计转向差异化、多样性的个性化设计,切实满足现代人愈来愈强烈的体验需求,开发出具有更高层次的体验性产品,形成更加强大的产品设计行业的体验经济,但不得不承认,由于目前体验式产品在人们心中的认识不够深,产品设计仍处于探索阶段,广大设计师要积极发挥行业带头人的作用,将创造用户体验作为共同的追求,以全新的设计理念与方式丰富产品设计实践,把握好行业设计方向,创造出更多更好的体验式产品,为大众带来前所未有的畅快体验,开拓出更加宽广的市场。

参考文献:

- [1] 王文聪. 体验经济时代的产品设计新方向——数字交互产品概述[J]. 科技传播, 2012(18): 101—102.
WANG Wen-cong. The New Direction of Product De-

- sign in the Age of Experience Economy: Overview of Digital Interactive Products[J]. Science and Technology Communication, 2012(18): 101—102.
- [2] 李晨. 体验经济时代下的产品体验设计研究[J]. 现代装饰(理论), 2015(6): 94.
LI Chen. Research on the Product Experience Design in the Age of Experience Economy[J]. Modern Decoration(Theory), 2015(6): 94.
- [3] 翟阳. 体验经济时代下产品设计策略研究[D]. 秦皇岛: 燕山大学, 2011.
ZHAI Yang. Research on the Product Design Strategy in the Era of Experience Economy[D]. Qinhuangdao: Yanshan University, 2011.
- [4] 丁西蓓, 张阿维. 体验经济时代产品设计的发展研究[J]. 科技信息, 2012(30): 438.
DING Xi-bei, ZHANG A-ya. Study on the Development of Product Design in the Age of Experience Economy[J]. Science and Technology Information, 2012 (30): 438.
- [5] 龙雨萍. 体验经济时代旅行社产品的设计与创新研究[J]. 商场现代化, 2009(10): 201—202.
LONG Yu-ping. Research on the Design and Innovation of Travel Agency Products in the Era of Experience Economy[J]. Shopping Mall Modernization, 2009(10): 201—202.
- [6] 李琳桂, 朱艳佳. 论体验经济时代旅行社产品的设计与创新[J]. 海南师范大学学报(社会科学版), 2006(4): 146—148.
LI Lin-gui, ZHU Yan-jia. On the Design and Innovation of Travel Agency Products in the Era of Experience Economy[J]. Journal of Hainan Normal University(Social Science Edition), 2006(4): 146—148.
- [7] 周华娟. 浅析儿童玩教体验的产品设计[J]. 企业导报, 2013(13): 66.
ZHOU Hua-juan. Analysis on the Product Design of Children's Experience in Teaching and Learning[J]. Enterprise Herald, 2013(13): 66.
- [8] 穆婷, 孙薇. 现代儿童电子产品设计中视觉体验的运用研究[J]. 科技传播, 2013(13): 94—96.
MU Ting, SUN Wei. Study on the Application of Visual Experience in the Design of Modern Electronic Products for Children[J]. Science and Technology Communication, 2013(13): 94—96.
- [9] 李晓明. 基于用户体验的智能卫浴产品设计[J]. 中国厨卫(建筑与电气), 2015(1): 13.
LI Xiao-ming. Intelligent Bathroom Product Design Based on User Experience[J]. China Kitchen & Bathroom(Architecture and Electrical), 2015(1): 13.
- [10] 李永斌. 用户体验在智能可穿戴产品设计中的研究[J]. 金田, 2015(5): 89.
LI Yong-bin. Research on User Experience in the Design of Intelligent Wearable Products[J]. Jintian, 2015(5): 89.
- [11] 刘树老, 程依靖. 老年人智能家居用品交互性设计研究[J]. 家具与室内装饰, 2015(6): 28—30.
LIU Shu-lao, CHENG Yi-jing. Research on Interactive Design of Smart Home Appliances for the Elderly[J]. Furniture and Interior Design, 2015(6): 28—30.