

移动互联网时代手机服务型APP产品设计研究

刘程程, 张凌浩

(江南大学, 无锡 214122)

摘要: 通过服务设计理论介入及移动互联网市场现状阐述, 提出手机服务型APP产品的概念, 并指出其具有的“服务”核心理念。通过移动互联网手机服务型APP产品特点分析, 论述手机服务型APP产品具有服务理念突出、服务模式创新、互动参与性、有针对性等特点。在此基础上, 将服务设计流程及设计方法引入手机服务型APP产品设计中, 并提出其设计时的关键点。

关键词: 移动互联网; 服务设计; 手机APP; 服务型产品

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)12-0068-04

Research on Mobile Phone Service Application Products in Mobile Internet

LIU Cheng-cheng, ZHANG Ling-hao

(Jiangnan University, Wuxi 214122, China)

Abstract: Through the introduction of the service design theory and the presentation of current mobile internet market situation, it proposed a concept of the mobile service application products and clarifies the service as its core idea. Make a statement of the mobile service application products' prominent service concept, innovative service mode, interactive participation nature and pertinence with their characteristics. In this foundation, to introduce the service design process and method into the design of mobile service application products, and it also emphasized the key point in design.

Key words: mobile internet; service design; mobile phone application; service products

作为继大型机、小型机、个人电脑、桌面互联网之后的第5个技术发展周期, 人们正跑步进入移动互联网新时代。我国移动互联网从概念的出现到大范围普及, 短短10年间, 却已经发展为拥有惊人利润, 巨大增长潜力和稳定消费群体的新市场。

移动互联网是用户以手机、手持设备(如PDA)等通过移动网络接入互联网, 使用各类互联网服务, 如网页浏览、定位、移动支付等, 且这些服务均具有移动终端适配性的特点^[1]。通过此定义可知, 移动互联网提供的所谓“产品”, 均具有“服务”的理念。手机服务型APP产品正是在移动互联网背景下诞生的, 其从传统的手机APP应用中脱颖而出, 伴随智能手机发展, 正成为手机APP应用的潮流。

1 手机服务型APP产品概念

服务产品的概念存在于传统服务设计理论中。

所谓服务产品, 是一个为解决某种问题, 在服务提供者以及服务提供系统作用下, 用户参与获得体验并解决相关问题的过程^[2]。服务产品, 是服务设计的对象。

在众多移动互联网产品中, 可以看到一种以移动互联网为平台, 以提供某种“服务”为核心, 以手机应用程序为外在表现的手机APP产品新类型正在蓬勃发展, 联系服务设计理论, 可将其称之为“手机服务型APP产品”。这种新兴的手机APP产品类型代表了时下五大融合(3G、社交、视频、网络电话和移动装置)的移动互联网的又一发展趋势。

手机服务型APP产品, 在针对其“服务”核心理念设计时, 既可以视为一种产品设计, 又可以视为一种特殊的服务设计, 即以产品的实现来完成对某种服务的表达。手机服务型APP产品设计, 脱胎于服务设计, 形成于产品设计, 最终目标是手机APP形式的服务产品。

收稿日期: 2010-12-01

基金项目: 中央高校基本科研业务费专项资金(JUSRP21151)

作者简介: 刘程程(1987-), 男, 西安人, 江南大学硕士生, 主攻产品系统设计及服务设计。

2 手机服务型APP产品特点

在传统 Wap 网时代,手机的服务功能受技术条件制约,只拥有上传、下载、音乐定制等简单的服务功能。随着 3G 技术全面普及,智能手机的用户大量增加,移动互联网时代的手机服务型 APP 产品突显以下几方面特点。

1) 服务的全面性与便捷性。

移动互联网基本实现了与传统互联网的无缝对接,在配合智能手机随身携带的特点,移动互联网时代的手机服务型 APP 产品已经将“服务”理念推广至极。无论身处何时何地,只要拥有通讯信号,不仅能够享受全部的传统互联网服务,同时各种点对点、个性化定制服务的手机服务型 APP 产品突破了传统服务局限,带来前所未见的服务新模式。如基于 Andriod 平台服务 APP 产品“订餐小秘书”,见图 1,可方便地搜



图1 “订餐小助手”产品界面
Fig.1 UI of Reservation Assistant

索全国 13 个主要城市的餐馆、特色菜品并提供订餐服务。利用手机 APP 产品提供“服务”的理念,已然成为移动互联网产品设计的共识。苹果公司 App-store 提供几十万手机 APP 产品下载,诺基亚公司 Ovi-store 每天新增 2 000 多个 APP 产品,其中出现了大量的服务型 APP 产品。特别是移动互联网与物联网结合的发展趋势,可以断言,手机服务型 APP 必将成为都市生活的必需品。

2) 增加了用户的互动性及参与感。

移动互联网促进了新的信息交流形式——社区式信息交互。在此趋势下,手机服务型 APP 产品超越了原有的“服务提供商→用户”模式,而提供了“服务提供商=用户”的新模式,即产品不再提供直接的服务,而仅仅提供一个针对某种服务的平台,使用者参与平台信息的交流共享活动,从而在享受服务的同时又能够为他人提供服务。例如:Google 实验室推

出的手机服务型 APP 产品“Open-Spot”,见图 2,其概



图2 Open-Spot 产品界面
Fig.2 UI of Open-Spot

念是每名用户可以使用手机上的 GPS 定位装置查找周边其他用户共享出来的空闲停车位。当用户离开某停车位时,就可将位置共享,车位信息会随着用户增加而不断增加。通过这种社区式的信息共享,从而使每一个分享者,体验到该产品带来的便捷停车服务。这种新的服务模式,大大增加了用户的参与感和体验感。

3) 引领科技、时尚的生活。

新生的产品形式往往能够对人们的行为方式乃至生活理念,产生巨大影响。如同超市的诞生改变了人们的购物方式一样,依托于移动互联网的手机服务型 APP 产品全面突入社会生活、工作、学习和娱乐当中,带来了巨大的变革。这种变革不仅涉及人与人之间社交方式的变更,同时也影响着人与许多传统事物(如汽车、家电)等的交互方式。在苹果手机中推出的 APP 产品“妈咪童话 100+”,见图 3,是一款代替亲子交



图3 妈咪童话 100+的界面
Fig.3 UI of Mama's Fairy tale 100+

流的 APP 应用程序,该程序能够代替父母给孩子讲故事,手机代替了社交的一方。不难看出,手机这种贴身小型移动终端,所带给用户的时尚、科技、便捷以及信息交互,正在成为移动互联网时代,生活发展的必然趋势,这种改变是自然发生的。

3 手机服务型APP产品的设计研究

3.1 设计流程

手机服务型APP产品具有超出一般APP产品的丰富含义,其本质是服务,其外在表现是移动互联网产品,因此对其流程进行探讨,应从一般产品设计流程展开,同时兼顾服务设计的特征和互联网产品设计的特点。如何挖掘潜在需求,设计更加便捷时尚新颖的手机服务型APP产品,是当下APP产品设计师正在深入思考的问题。

一般概念性产品开发的基本流程见图4。作为一

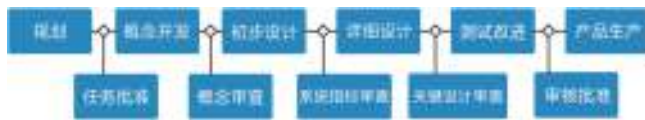


图4 一般概念性产品设计流程

Fig.4 General conceptual product design process

种平台型产品,手机服务型APP产品概念必将体现某种特定技术。

由于移动互联网的创新度极高,因此其产品的更新速度远超想象。从这个层面而言,一次设计出一款完美的移动互联网产品是不可能实现的,在实际操作中,必须进行多次重复的迭代设计,进行产品的不断升级、换代、完善^[3]。其迭代过程见图5。



图5 互联网产品迭代设计过程

Fig.5 Internet product iteration design process

手机服务型APP产品,其本质是服务产品,故必须考虑服务产品所需要的服务理念、服务要素及其服务系统与流程的综合设计。其中,服务要素是指服务组织为满足用户需要必须向用户提供的服务内容,即“提供什么”;服务流程指整个服务提供的系统和服务提供的方式^[4]。服务要素和服务系统是手机服务型

APP产品设计的核心。综上所述,提出手机服务型APP产品的设计流程见图6。其中,关键在于服务理念



图6 手机服务型APP产品设计流程

Fig.6 Mobile phone service application product design process

设计与产品迭代设计。

3.2 产品设计中的关键点

3.2.1 把握“服务”核心的设计

手机服务型APP产品其设计核心内容在于“开创一种新的或者改进现有的服务运作方式和服务提供基本内容”。基于此,对其进行设计开发时,至关重要的部分是服务概念的开发过程。概念开发能够凸显服务性产品的创新性与体验感,并且直接影响到手机服务型APP产品后续设计工作进行。

通常将概念开发阶段称之为“前端过程”,包括:确定用户需求、建立目标指标、概念生成、概念选择、概念确定、经济分析、竞争性产品分析、规划后续开发等活动,其中某些阶段并非必不可少的^[5]。手机服务性APP产品在进行前端过程时,可应用以下几种服务设计工具。

1) 用户人种志方法。通过实景访谈、虚拟角色等方法,了解客户的生活方式,生活习惯,生活态度等信息。这种方法着重强调在真实自然而非正式的研究性条件下,观察和体验用户使用服务的过程及其真实感受,并从中发现问题。随后将这些真实的顾客信息作为约束条件或目标,放到服务设计的过程之中。

2) 移情工具。是一种定量分析的方法,可以使设计者以拥有不同类型消费者需求的状态体验服务的过程,还可以减少设计者在服务设计中自身主观因素的过多渗入。在设计初期和服务原型阶段,移情工具能发挥很大的作用。

3) 服务蓝图。由Shostaek提出的一种深入分析服务流程的工具。服务蓝图可以描述服务提供过程、服务遭遇、员工和顾客角色以及物理实物等来直观地

展示整个客户体验的过程。通过将活动分解为前端和后端,设计师可以更为全面地认识到整个客户体验过程。同时,结合关系图分析法,可以更加有助于认清整个服务中人、产品和流程之间错综复杂的关系,从而更好进行服务设计^[6]。服务概念开发其目的在于生成一个可以实施的抽象服务“核心理念”,要使这一“核心理念”最终转化成为手机服务型APP产品,还要通过产品的具象设计表达。

3.2.2 “产品”设计表达的关键

产品的设计表达,即产品完成的形态,对于产品是否能够准确传递出设计师赋予它的理念至关重要。在手机服务型APP产品设计表达中,以下2个方面是必须关注的。

1) 产品界面。手机服务型APP产品,其最终呈现形态是一个具备提供某种服务的手机应用程序。因此,产品界面则成为判定的一个决定性因素。界面设计的基本目的是实现人的行动与计算机行为之间的认知转换,同时符合人行动特征的直接感知、认知和操作^[7]。目前市场上的手机平台多达数十种,在中国,以谷歌的Andriod,诺基亚的Symbian和苹果的iOS较为常见。由于技术差异,不同手机平台的界面设计规范不尽相同。选择不同手机平台上设计产品,其APP产品的视觉样式、交互体验方式都会不同。故在进行手机服务型APP产品设计前,应该有明确的平台选择,并相应了解其视觉规范。同时,应注意应用下列交互设计原则:提供易于理解的信息;提供清晰的标示;要有准确的反馈信息;要有良好操作体验;有独特的视觉感受等。

2) 技术抉择。技术的革新往往会带来设计的创新,对于手机服务型APP产品的设计来说也是如此。例如:诺基亚公司在MeeGO平台上所设计的名为“point & find”的手机服务APP产品,主要依赖于诺基亚在手机高级图片扫描和手机自动搜索的关键技术,用户只要用手机拍照,即可获取照片内容的相关信息,如拍下一张电影海报,则“point & find”会告诉该电影的详细信息、附近影院的地址、订票电话等。这正体现了关键点技术创新,来支持手机服务型APP产品创新。好的技术,应该为设计师所良好利用。

4 结语

将手机服务型APP产品从传统的手机应用程序

这一概念中解放出来,并对其提供新颖便捷的服务,带给使用者体验的快感,并能够对使用者的生活方式产生深刻影响的特点进行总结。在此基础上,对手机服务型APP产品设计理论及相关设计要点进行探讨。伴随着移动互联网和智能手机的发展,设计出拥有更好体验的便捷服务性手机APP产品,既是必要,亦是必须。正如诺基亚设计部门副总裁马克所认为的那样,“人们可以从手机中获得更多的价值,未来的手机会知道它自己所处的情境,从而给人们带回更多价值^[8]”。手机服务型APP领域的研究,还拥有巨大上升的空间。

参考文献:

- [1] 向文杰.移动互联网发展的回顾与展望[J].电信技术,2009(1):66-69.
- [2] Service Design[EB/OL].维基百科.(2010-11-15).http://en.wikipedia.org/wiki/Service_design.
- [3] 互联网那些事产品设计,互联网产品设计零碎记[EB/OL].(2010-09-25)[2010-10-17].<http://www.alibuybuy.com>.
- [4] 陈觉.服务产品设计[M].沈阳:辽宁科学技术出版社,2003.
- [5] ULRICH K T.产品设计与开发[M].第3版.詹涵菁,译.北京:高等教育出版社,2006.
- [6] 秦军昌,张金梁,王刊良.服务设计研究[J].科技管理研究,2010(4):151-154.
- [7] 陈志刚,李世国.虚拟环境中的三维用户界面研究[J].包装工程,2010,31(2):39-40.
- [8] LINAN Text.移动互联网时代的设计变革[J].设计,2010(9):62-65.