

以轻美学为导向的用户体验设计

甘赛雄, 吴础

(南昌理工学院, 南昌 330000)

摘要: **目的** 构建一种以轻美学为导向的用户体验设计方法。**方法** 分析以用户体验为导向解析需求、轻美学为导向解决需求的共同点, 将用户体验需求分析方法和轻美学符号属性构思方法进行组合, 加入明确的设计点和完善构思两个环节, 得到以轻美学为导向用户体验设计的四步法模式, 并运用四步法对飞机经济舱用餐的用户体验进行解析, 找出具体的需求点, 然后进行轻体验正向经验连接解决用户需求。

结论 可以帮助人们更深入挖掘用户潜在需求和创新设计解决方法, 促进产品设计不断向前发展。

关键词: 产品设计; 轻美学; 用户体验; 心理需求

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)12-0289-05

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.12.050

User Experience Design Based on Aesthetics of Lightness

GAN Sai-xiong, WU Ai

(Nanchang Institute of Technology, Nanchang 330000, China)

ABSTRACT: The paper aims to construct a UX design method based on aesthetics of lightness. Common points of solving demands with user experience and aesthetics of lightness as orientation were analyzed. The analysis method for UX demand and the conception method for symbol attribute of the aesthetics of lightness were combined with the supplement of clear design points and perfect conception. On this basis, the four-step method of UX design based on aesthetics of lightness was put forward to analyze the user experience of having dinner in the economy-class airplane to find the specific demand points and solve the user demands positively through light experience. It could help to excavate the potential user demands in depth, innovate in the design solution, and promote the continuous development of product design.

KEY WORDS: product design; aesthetics of lightness; user experience; psychological need

用户体验这个词最早被广泛认知是在19世纪90年代中期, 由用户体验设计师唐纳德·诺曼提出和推广。当用户接触产品时, 用户和产品之间会产生本能的感官体验, 例如看到的感受、听到的感受、摸到的感受等。当用户使用产品时, 用户和产品之间会产生行为上的使用体验, 例如用户对怎样使用产品的理解程度, 用户在使用产品过程中的积极感受和消极感受等, 以及在此基础上产生的用户反思体验, 例如这个产品是否真正适合, 是不是不够环保等^[1]。用户体验并不是指一件产品本身是如何工作的, 而是指产品如何与外界发生联系并发挥作用, 也就是人们是如何接触和使用它的^[2]。总体而言, 体验是人们在特定的时间、地点和环境条件下的一种情绪或者情感上的感受, 它具有情境性特征, 研究用户体验可以更好地解

析用户需求。

轻美学不是一种新美学概念, 而是透过现有设计案例中有关轻薄短小、轻透亮白这样的诉求和体验的共性总结, 提炼出的一种设计思路。轻美学的设计思路, 是在用户体验的3个层面(本能、行为、反思)上运用组合法来连接用户头脑中对轻感受的记忆和对轻享受的预期, 也就是从有关轻感受记忆形成的经验中, 找到解决需求的办法^[3]。

1 用户体验解析需求+轻美学解决需求的理念

用户体验解析就是研究解读从用户体验中解析出用户的潜在需求。用户体验具有差异性, 每个体验

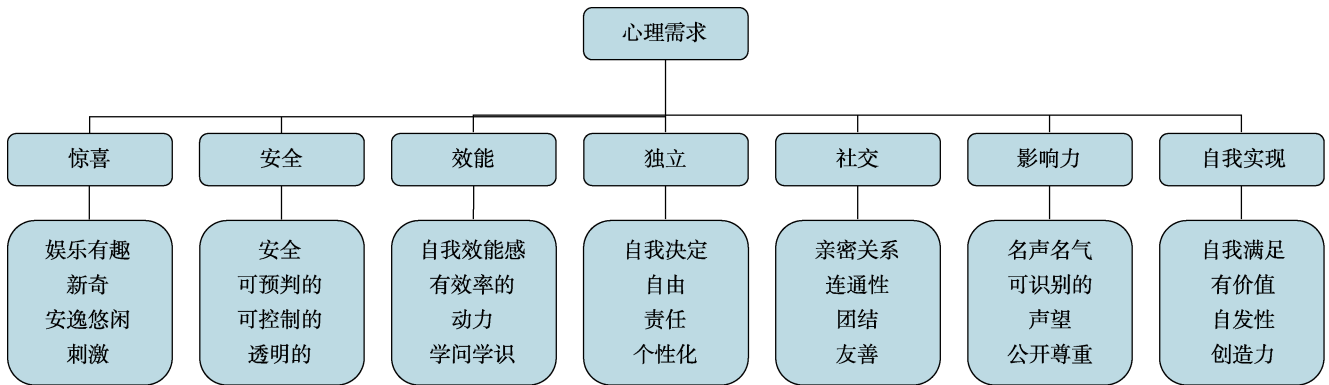
收稿日期: 2019-02-24

作者简介: 甘赛雄(1984—), 女, 江西人, 硕士, 南昌理工学院副教授, 主要研究方向为设计学。

对应不同的需求,这种差异性会导致思考的无序,如何有序地去思考和解析用户体验成为了关键,因此,需要从用户体验角度对人的心理需求进行梳理归类,帮助人们找到思考的大方向。如果从人的心理需求层

次来看,大致的可以分为7个大类:惊喜、安全、效能、独立、社交、影响力和自我实现^[4],心理需求的7个大类见表1。这7类需求既可以作为用户体验发想的起点,又可以作为用户体验设计的评价标准。

表1 心理需求的7个大类
Tab.1 Seven categories of psychological needs



对于体验,亚里士多德认为它是由多次感觉记忆在一起形成的经验,心理学上则把它定义为一种情绪,这种情绪可以是积极正面的,也可以是消极负面的。故用户体验解析——思考寻找生活中同心理需求相呼应的情绪记忆组成的经验片段,把这些经验片段中的关键特征同心理需求特征进行连接,理清和细化用户的具体心理需求点并描述出来。

轻美学的设计思路核心是寻找轻体验的具体表现符号,也就是寻找生活中由积极正面情绪记忆组成的轻感受经验片段,把这些经验片段中的关键特征整理成清单,即潜在的设计亮点。轻美学的设计思路按照本能、行为、反思3个层次,可以解析为轻形式、轻方式、轻态度3个层次,轻美学设计思路的3个层次见表2。

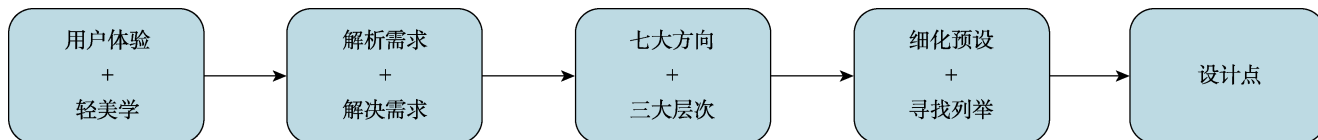
表2 轻美学设计思路的3个层次
Tab.2 Three levels of design about aesthetics of lightness

3个层次	体验要点	设计案例
轻形式——惊喜 轻盈的 美感本能	浪漫的、诗意的、有趣的、 休闲的、返朴归真的	 拥有洁白牙齿的美丽笑容,性感的嘴唇洁白的口香糖
轻方式——安全 轻巧的 使用方式	透明的、可控的、可预判的、常规的、 符合习惯的、有结构感的、无害的、 卫生的	
效能 独立的	直觉的、高效的、方便的、巧妙的、 易学习的、标准化的、智能的、兼容的、 节省空间的 个性化的、无负担的、自由的、不受 别人影响的、能独立完成	
轻态度——生态的关怀 和自在的 自我反思	归属感、有情感的、有亲和力的、友善的、 有共鸣的、共存的、可分享的 有影响力的、可识别的、有价值的、 有声望的、专业的、可以流行的、民族的	
自我实现	有社会价值的、自然的、生态的、有 意义的、有创造力的、上善若水	

轻美学具体表现符号的寻找是难点，表格中的设计案例充分体现了轻美学设计中轻体验连接的创造性^[5]，以轻美学为导向的用户体验设计关键有两步，第一步是用户体验解析需求，第二步是轻体验正向经验

寻找，连接这两步的方法就是组合法，即分析列举轻体验符号的属性，把不相干的轻体验符号属性同具体心理需求点进行连接，找到能满足心理需求的共通点，即设计的亮点，用户体验与轻美学的组合理念见表 3。

表 3 用户体验与轻美学的组合理念
Tab.3 The idea of combining UX design with aesthetics of lightness



2 按照设计流程展开的四步法模式

参照 IDEO 总裁蒂姆·布朗的观点：创新的延续是由灵感、构思和实施 3 个彼此重叠空间构成的系统，并在这 3 个空间中反复来回^[6]，在上节轻美学与

用户体验的组合法基础上，加入设计点明确和完善构思两个环节，可以得到以轻美学为导向用户体验设计的基本模式——四步法：需求的预设和细化、轻体验正向经验连接、设计点明确以及完善构思，以轻美学为导向的用户体验设计的基本模式见表 4。

表 4 以轻美学为导向的用户体验设计的基本模式
Tab.4 Basic mode of UX design based on aesthetics of lightness

设计步骤	方法要点	
	设计要点	设计方法
需求的预设和细化	1. 根据产品主题，挑选最符合用户的 2-3 个需求方向。 2. 根据选择的需求方向，设想用户从看见到使用产品的整个过程中有关此需求的正、反情绪。 3. 整理情绪清单，细化出具体的需求点。	5W2H 方法、KJ 法
轻体验正向经验连接	1. 思考寻找生活中由积极正面情绪记忆组成的轻感受经验片段。 2. 列举经验片段的属性，与需求点进行组合，找出能满足需求点的灵感点。	属性列举法、组合法
设计点明确	1. 评估灵感点清单，明确最终采用的灵感点。 2. 对灵感点进行分析转换成设计的最终卖点。	KJ 法
完善构思	功能、形态、材料、结构、工艺、色彩等细节完善，形成整体统一的产品形象，产品更有吸引力。	PI 策略

3 实践案例分析

四步法在具体产品设计创作中，设计师通常会在需求的预设和细化以及轻体验正向经验连接两步中会出现执行不到位的问题。例如，在需求分析时，以老年人洗浴的需求解析为例，设计师所设想需求容易宽泛不够具体，在想到防滑时会写成老年人容易划到，需要防滑，这样的需求描述过于宽泛，不够聚焦，不利于设计问题的界定，设计师要明确什么时间节点和什么地方的防滑。有的设计师会写成浴缸上需要防滑把手，方便老年人把握，防止摔倒，这是错把措施写成需求，不够严谨，不利于需求问题的概念化，应注意需求是目的，措施是手段，错把手段当成了目的，会造成后续思路混乱^[7]。例如，在寻找轻体验正向经验时，有的设计师会出现缺乏耐心和思路不够开阔等问题，此时需要多学习一些优秀的案例，吸取经验，切忌闭门造车。针对四步法设计中常见问题，进行整

理总结，四步法设计中常见问题和对策见表 5。

案例一：飞机经济舱用餐用户体验设计。主题是针对飞机经济舱用餐的用户体验进行设计，运用四步法，对飞机经济舱用餐的用户体验进行解析，找出具体的需求点，然后进行轻体验正向经验连接解决用户需求，设计过程如下，飞机经济舱餐盒与餐盘设计效果见图 1。轻体验需求的预设和细化：选择效能的需求大方向进行解析，发现用餐时产生的垃圾存放不方便，小桌板的就餐高度不可调，饮料摆放不方便等，在此以改善小桌面上用餐空间的需求为例，改善后的用餐方式应该是轻松方便且无负担的。

轻体验正向经验连接：针对餐盒的轻体验连接，是在列举带有封皮的笔记本的轻体验属性时，发现内页有个夹层，可以放东西，于是连接到餐盒的翻盖，可以在翻盖里面增加夹层^[8]。针对餐盘的轻体验连接，是在列举电脑键盘底部的轻体验属性时，发现键盘的折叠支撑腿，折叠起来，键盘可以平放，翻开以

表5 四步法设计中常见问题和对策
Tab.5 Common problems and countermeasures in four-step design

设计步骤	问题对策	
	常见问题	措施对策
需求的预设和细化	<ol style="list-style-type: none"> 1. 小组成员在挑选最符合用户的 2-3 个需求方向上不统一。 2. 根据选择的需求方向,设想用户需求时写的太过宽泛,不够细致具体。 3. 在设想需求时,容易把措施写成需求。 	<p>在保证最符合用户的 1-2 个需求方向统一的前提下,可以有不同需求方向的选择。</p> <p>根据体验的情境性,充分运用 5W2H 方法,从时间节点和地点变化上进行细化。</p> <p>明确需求与措施的关系,需求是目的,措施是手段。</p>
轻体验正向经验连接	<ol style="list-style-type: none"> 1. 寻找生活中正面的轻感受经验片段时,缺乏耐心,思路不够开阔。 2. 列举经验片段的属性时不够细致和全面。 	<p>要适时的进行案例启发,选择优秀的设计案例,分析其中轻体验设计手法的优秀点。</p> <p>充分从功能、形态、结构、材料、色彩、工艺、人因、文化、科技等方面分别进行描述。</p>

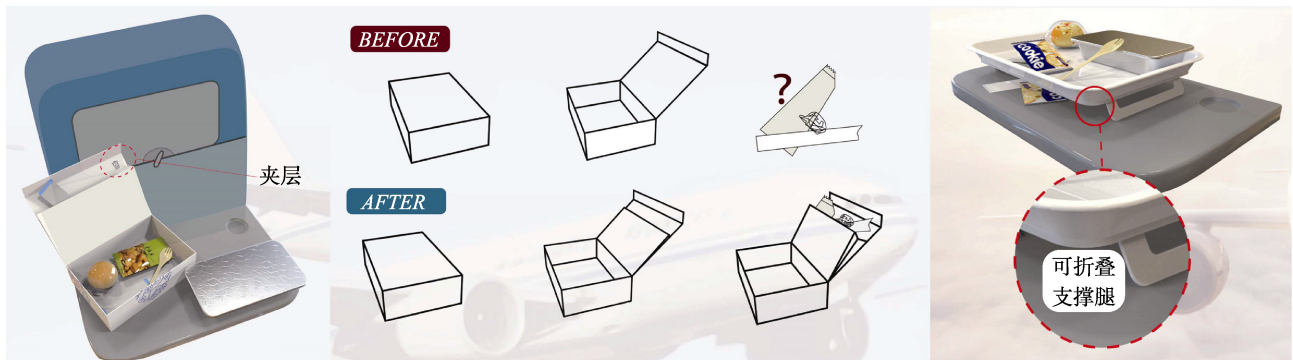


图1 飞机经济舱餐盒与餐盘设计效果
Fig.1 Design about economy-class boxes and tray of airplane

后,就可以将键盘支撑起来,与桌面之间形成一个空间,于是连接到餐盘的底部,可以在餐盘底部设计一对折叠的支撑腿。

设计点明确:对于餐盒,在翻盖里面增加可以拉伸的夹层,用餐时撕开的包装袋等垃圾就可以放在夹层,这样餐盒底部的空间就不会那么拥挤^[9]。对于餐盘,在底部左右两侧增加一对折叠支撑腿,收起时不占储存空间,用餐时,左右打开支撑腿,就可以在餐盘和小桌板之间形成一个空间,用来放置产生的垃圾,这样餐盘内部的空间就不会那么拥挤。

完善构思:对于餐盒,测算确定翻盖里面增加夹层的大小和拉开后的容积。对于餐盘,完善构思支撑腿和底盘结合的位置以及大小和固定方式。

案例二:老年人洗浴用户体验设计。主要针对老年人洗浴的用户体验进行设计。运用四步法,对老年人洗浴的用户体验进行解析,找出具体的需求点,然后进行轻体验正向经验连接解决用户需求,设计过程如下,老年人浴缸气垫设计效果见图2。

轻体验需求的预设和细化:针对老年人洗浴的特定情境,选择在安全、效能、独立等几个方向进行需求分析和细化,发现老年人在整个洗浴的过程中存在

以下需求:进去浴缸时的防滑,水温、水量的判断和控制,衣物的拿取便捷和加热,背部等难洗部位的辅助清洗和擦干,按摩保健,紧急求救或自救,穿衣辅助等。这些需求放在一个设计里解决,是一个庞大的系统,故鼓励学生针对某一个需求点,进行深入设计,在此以进去浴缸时的防滑需求为例,要求解决后的浴缸的进出方式应该是轻松安全的。

轻体验正向经验连接:针对老年人进出浴缸的轻体验连接,是在列举床的轻体验属性时,发现上床下床的方式非常轻松安全自在,而且床垫的弹性会根据人体曲线自动吻合。于是连接到浴缸,是否可以让进出浴缸的方式变为像上床和下床那样,躺在浴缸里就像躺在床上一样。

设计点明确:在浴缸内部设计一个气垫,当充气后和浴缸平齐,浴缸就成为一个气垫床,老年人进入浴缸就可以像上床一样轻松,放掉一定气后,老年人就可以躺在气垫上泡澡,洗完澡出浴缸时,把水放掉,再充气成和浴缸平齐,方便老年人走出浴缸^[10]。

完善构思:完善气垫的充气方式,排水和放气按钮的设计。

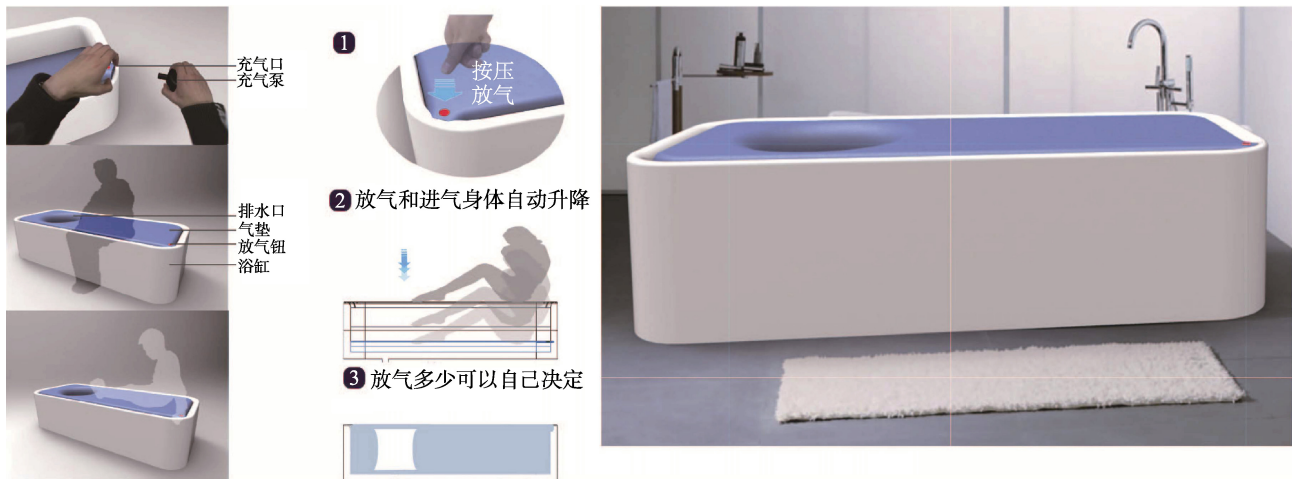


图2 老年人浴缸气垫设计效果

Fig.2 Design about bathtub inflatable cushion for the elderly

4 结语

轻美学不是一种新的美学概念，是对轻盈、轻巧这样以“轻”为主要特征的设计的一个概称，也是认识中国文化的一个视角，能帮助人们打开思路的大门。在实践以轻美学为导向的用户体验设计四步法的过程中，需要经常在体验分析、经验连接、构思转换这3个相互关联的空间系统中反复来回，最终找到真正满足用户心理需求的设计点。体验分析更多的是从负面的情绪记忆中找到心理需求的具体点，经验连接则是从正面的轻感受情绪记忆中找到满足心理需求的关键点，构思转换是把找到的关键点用一个巧妙的具体设计形式来呈现。以轻美学为导向的用户体验设计四步法模式如果运用得好，可以帮助人们更深入挖掘用户潜在需求和创新设计解决方法，促进产品设计不断向前发展。

参考文献：

- [1] 诺曼. 情感化设计[M]. 北京: 中信出版社, 2012.
DONALD. Emotional Design[M]. Beijing: China Citic Press, 2012.
- [2] JESSE. 解读用户体验要素[M]. 北京: 机械工业出版社, 2011.
JESSE. Interpretation of User Experience Elements[M]. Beijing: Machinery Industry Press, 2011.
- [3] 郑德宏. 轻美学的情感设计[J]. 包装工程, 2012, 33(24): 59—62.
ZHENG De-hong. The Emotional Design of Light Aesthetics[J]. Packaging Engineering, 2012, 33(24): 59—62.
- [4] 蔡克中. 基于日常生活的产品创新设计[J]. 包装工程, 2015, 36(16): 64—67.
CAI Ke-zhong. Product Innovation Design Based on Daily Life[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(16): 64—67.
- [5] TIM. 设计改变一切[M]. 北京: 万卷出版公司, 2011.
TIM. Design Changes Everything[M]. Beijing: Volumes Publishing Company, 2011.
- [6] 蔡克中. 论技术美学在现代产品设计中的体现与发展[J]. 包装工程, 2008, 29(22): 87—90.
CAI Ke-zhong. On the Embodiment and Development of Technical Aesthetics in Modern Product Design[J]. Packaging Engineering, 2008, 29(22): 87—90.
- [7] 吴剑斌, 张凌浩. 用户体验设计中的故事方法应用与研究[J]. 包装工程, 2015, 36(16): 42—46.
WU Jian-bin, ZHANG Ling-hao. Application and Research of Story Method in User Experience Design[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(16): 42—46.
- [8] 孙诗章, 胡志刚. 苹果产品的设计美学分析[J]. 工业设计, 2018, 12(8): 67—68.
SUN Shi-zhang, HU Zhi-gang. Design Aesthetic Analysis of Apple Products[J]. Industrial Design, 2018, 12(8): 67—68.
- [9] 谭浩, 徐迪. 基于情境的产品交互设计思维研究[J]. 包装工程, 2018, 39(22): 12—16.
TAN Hao, XU Di. Research on Context-based Product Interactive Design Thought[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(22): 12—16.
- [10] 吴琼. 用户体验设计之辨[J]. 装饰, 2018, 19(10): 30—33.
WU Qiong. Discrimination of User Experience Design[J]. Zhuangshi, 2018, 19(10): 30—33.