

面向社群协作的社区老龄幸福感服务创新设计

陈朝杰, 贺奕, 郑康杰, 王伊帅, 陈奕冰
(广东工业大学, 广州 510090)

摘要: **目的** 将社群协作理念应用于社区养老服务中, 探究老龄相关社群构建与场所营造的策略, 通过创新服务模式来满足老龄群体的幸福感需求。**方法** 运用参与式研究方法针对社区老龄幸福感需求展开调研; 遵循 Censydiam 需求动机分析模型, 归纳用户康乐行为特征和挖掘隐藏情感需求, 聚类得出社交驱动型、休闲驱动型、兴趣驱动型和价值驱动型四种类型老年人, 并以需求为导向探索设计机会点。**结果** 通过社区老龄需求分析, 得出粘性社群、增强协作与提升幸福感社群服务设计策略, 结合利益相关者分析, 构建社区与社群结合的老龄兴趣型社群服务系统并为其营造相关场所。**结论** 通过原型测试发现, 以社群开展协作能有效提高社区老龄的参与感和自我实现感进而增强老龄福祉, 为社区老龄幸福感设计活动提供可借鉴的理论依据和新的参考思路。

关键词: 社群协作; 社区养老; 幸福感

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)14-0092-08

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.14.013

Community Elderly Well-being Service Innovation Design towards Community Collaboration

CHEN Chao-jie, HE Yi, ZHENG Kang-jie, WANG Yi-shuai, CHEN Yi-bing
(Guangdong University of Technology, Guangzhou 510090, China)

ABSTRACT: The work aims to apply the community collaboration concept in the community elderly service, explore the strategies of community construction and place building related to aging, and meet the well-being needs of the elderly with innovative service model. The participatory research was conducted to investigate the well-being of community elderly. The elderly's recreational behavior characteristics were summarized and the hidden emotional needs were dug by following the Censydiam need motivation analysis model to cluster out four types of users: social-driven, leisure-driven, interest-driven and value-driven, and design opportunities were explored based on the needs of the elderly. The needs of the community elderly were analyzed to obtain the community service design strategies of cohesive community, enhancing collaboration and promoting well-being. An elderly interest-based community service system integrated with residential community and communities was constructed and its relevant place was built based on the stakeholder analysis. The prototype test shows that, the sense of participation and self-fulfillment of the community elderly can be effectively improved through community collaboration, and then their well-being is enhanced. It provides a theoretical basis and new reference for the design activities in community elderly well-being field.

KEY WORDS: community collaboration; community elderly service; well-being

人口老龄化问题已成为 21 世纪全球重要议题, 中国于 2017 年成为世界上老年人口最多的国家, 且

收稿日期: 2020-03-01

基金项目: 2019 年度国家社科基金艺术学一般项目 (19BG099)

作者简介: 陈朝杰 (1975—), 男, 河南人, 博士, 广东工业大学副教授, 主要从事设计战略与政策、可持续设计等方面的研究。

通信作者: 陈奕冰 (1978—), 女, 湖南人, 广东工业大学讲师, 主要研究方向为可持续设计与设计管理。

人口老龄化速度仍在持续增长^[1]。广州市作为华南地区最大的城市，截至2018年底，60岁及以上老年人口达到169.27万人，占户籍人口的18.25%。市政府重视社区工作，通过“大配餐”、“星光之家”、“老年大学堂”等服务，已初步构建满足社区老龄日常生活的服务体系，但是现有服务体系对老年人幸福感需求的关注不足，还不能较好地满足老龄群体更高层次福利。此外，随着现代互联网的发展，社群经济以“突破地域限制”的特征逐渐兴起，成为一种新兴的社会交往方式。通过与社会创新理论相结合，设计领域提出“社群协作”概念，终端用户不仅是服务的接受者，同时也扮演着服务的协同设计者和共同创造者角色^[2]；它是一种有效整合社区资源、兼顾多元主体参与的创新策略。因此，从社群协作的角度切入社区老龄幸福感研究，探究社区老龄康乐行为方式，通过参与式设计的介入，完成基于社群协作的社区老龄幸福感服务设计。

1 社群协作与社区老龄幸福感

社群思想最早起源于古希腊的“城邦概念”，社会学家滕尼斯首次对社群概念完善定义，提出社群是一种具有持久性并且富有活力的共同体^[3]。在社会学中，社群被分为三类：地域型社群、记忆型社群以及心理型社群^[4]。社群的发展必然涉及到成员之间的协作，协作最简单的解释就是“一起工作”^[2]。社群协作是指一个因共同兴趣、价值、目标或利益而聚集的群体，通过彼此合作保持群体的稳定发展，从而实现个体的期望与目标^[5]。在设计学领域中，社群协作强调人与人之间关系的设计，是一种创新设计手段，在建筑设计、社会创新设计以及服务体验设计中得到应用。通过将社区内部资源与需求对接，联动多要素间的交互合作，打造良好的社会关系，促使利益相关者实现共同目标。

幸福是一种复杂的情感体验，它与一个人美好、有意义和有价值的生活紧密相连^[6]。幸福感指个体认识到自己需要得到满足以及理想得以实现时产生的一种情绪状态^[7]。随着用户体验被关注，幸福感设计在实践与研究中得到重视。老年人幸福的本质是个人体验与社群关系的结合。依据SDT框架，老年人幸福感的实现包含三个基础性的心理需要：自主、认可与关系需要。此外，随着城市社区物质保障越加富余，老龄群体对物质欲望的边际效益递减，对心理及精神层面需求呈现出多层次多样化趋势。因此，中国城市社区老年人幸福感设计也面临新挑战：（1）现有研究成果侧重社区营造，受地缘限制较大，亟需挖掘多层次共同属性来突破单一的地缘纽带，整合社群资源；（2）老年人自主能力提高，不再局限于被动地接受服务，这要求研究人员增强从养老服务的设计到运行的各个环节的实际参与度；（3）老年群体由于年龄

层次、家庭状况、身体状况的不同而拥有差异化的生活方式，研究人员需要识别不同老年人的特征，赋予针对性能力与权力。

2 研究思路与方法

幸福感设计强调以社区老龄需求为导向。情感作为用户最深的需求，在信息技术进步和生活水平提高的新时代产生了新的变化。精准挖掘并充分满足用户个体情感是以用户为中心创新设计的基础。依据Censydiam需求动机分析模型展开研究，遵循其“获取用户信息—挖掘情感需求—洞察情感需求—创新设计实践”思路。通过参与式调研获取广州社区老龄信息；基于行为提取兴趣标签，拟合Censydiam模型得到用户分类及需求洞察；从社区老年人的社会属性切入，结合社群协作指导创新实践。

3 社区老龄幸福感现状研究

3.1 目标用户确定

世界卫生组织将老年人划分为三类：60~74岁为年轻老年人，75~89岁为老年人，90岁以上为长寿老年人^[8]。根据划分，将60~89周岁生活可自理的老龄群体作为目标人群。此年龄段老年人已处于退休阶段，较之年轻时而言生活结构发生了巨大的变化，拥有较多的闲暇时间，对康乐生活的需求增加。他们是社区服务的核心使用者，同时在社区改造设计中也将成为重要共创力量。

3.2 获取用户信息

采用观察、问卷、访谈以及卡片排序相结合的参与式研究方法，在广州市三所商业社区各选择一处老龄主要活动区域进行随机抽样研究。共观察七十六名老龄用户，回收有效问卷七十二份，有效访谈十八人。调研内容结合《中国城市居民主观幸福感量表》与邢占军的《满意度调查表》，探究影响社区老龄幸福感的因素、老龄群体社区参与水平、社区康乐活动类型等信息。其中包含六大部分：用户基本信息、自身状况满意度、物质生活满意度、社会满意度、家庭关系满意度与社会关系满意度，了解用户社会参与意愿及康乐行为偏好。

3.3 挖掘情感需求

通过用户行为观察与调研问卷数据，发现随着物质生活水平的提高，人们的娱乐活动类型日益多样化。聚焦老年人行为模式中的情感信息，社区康乐活动可以划分为七类兴趣标签：休闲消遣、团体运动、养生保健、个人文娱、团体文娱、社区活动以及进阶学习。其中休闲消遣所占比重最多，占28%；其次是广场舞、团体球类运动等具有社交属性的社交运动，

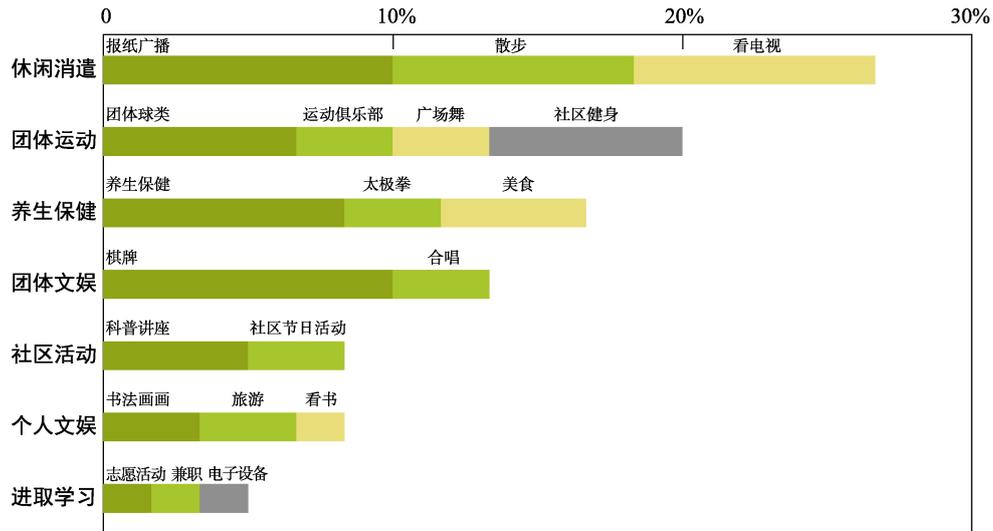


图1 行为观察分析
Fig.1 Behavior observation analysis

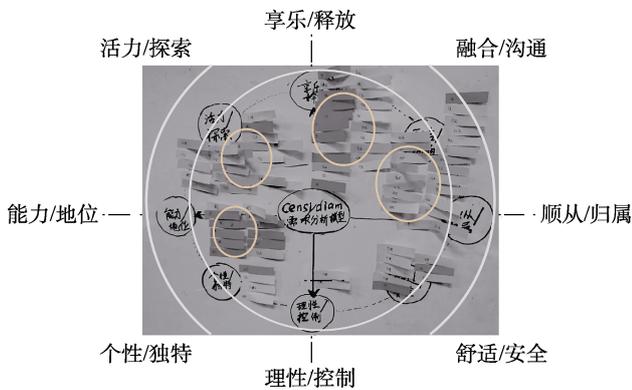


图2 广州社区老龄行为动机

Fig.2 Behavioral motive of Guangzhou community elderly

占20%；个人健康以养生保健、太极拳等活动为主，占17%；而社交文娱主要包括棋牌、合唱等活动，占13%；社区活动、个人文娱、进取学习类活动分别占8%、8%、6%，见图1。活动偏好的不同带来差异化的社交模式和社区生活体验。其中，偏爱社交活动的老龄群体展现出更强的生活满意度。把娱乐活动作为社会交往的桥梁，将有助于提高社交品质、提升幸福感。

3.4 洞察情感需求

Censydiam 需求分析模型具有原始性、前概念性与普适性的特点，适合于用户需求，尤其是情感需求的挖掘^[9]。采用“2纬度8子类”的方法来分析归纳需求。其中“2纬度”包含自我—适应、释放—压抑。通过剖析两个维度可了解用户处理需求时可能采取的四种策略：释放内心欲望、回归内心理性、彰显个人价值、寻找群体归属^[10]。结合广州社区老龄用户信息，拟合行为动机模型。模型“8子类”维度分别为享乐/释放—理性/控制、能力/地位—顺从/归属、融合/沟通—个性/独特、活力/探索—舒适/安全。邀请十二位设计师根据用户调研结果将广州社区老龄活动七

类兴趣标签放置于 Censydiam 分析模型的八个子类上，见图2。对每个关键词按照情感倾向度优先级进行遴选，采用累计计分形式聚类分析得到用户“兴趣—情感需求”洞察，见表1。广州社区老龄需求偏向主要聚集于释放欲望、追求社会归属感、彰显个人价值三个纬度，以及融合/沟通、享乐/释放、活力/探索、能力/地位四个子类。据此，划分四类社区老龄用户：社交驱动型用户、休闲驱动型用户、兴趣驱动型用户、价值驱动型用户，为服务设计提供用户依据。

分类分析四类老年人特征与社会属性需求，挖掘设计机会点。(1) 社交驱动型用户，具有最高社区参

表1 社区老龄“兴趣—情感需求”对应
Tab.1 The contrast of “interest – emotional needs” of the community elderly

用户兴趣	享乐/释放	融合/沟通	顺从/归属	舒适/安全	理性/控制	个性/独特	能力/地位	活力/探索
休闲消遣	★	★		★				
团体运动	★	★						
养生保健	★			★	★			★
个人文娱	★					★		★
团体文娱	★						★	★
社区活动		★	★				★	★
进取学习		★					★	★
分数	5	4	1	2	1	1	3	6

 <p>李奶奶 66岁 社交驱动型</p> <p>性格： 活泼开朗</p> <p>□头禅： 朋友家人在一起就好</p> <p>日常活动： 聊天 棋牌 打球</p> <p>痛点： 较多闲余时间 害怕孤独无聊</p> <p>目标： 生活更充实更多乐趣 更紧密的朋友圈</p>	 <p>王爷爷 69岁 休闲驱动型</p> <p>性格： 少言但友善</p> <p>□头禅： 自己开心就好拉</p> <p>日常活动： 散步 看电视 棋牌</p> <p>痛点： 话题度较低 活动参与少</p> <p>目标： 朋友间有更多话题 更多活动参与进入路径</p>	 <p>刘奶奶 68岁 兴趣驱动型</p> <p>性格： 积极向上</p> <p>□头禅： 能做自己想做的事情</p> <p>日常活动： 合唱 养生保健 棋牌</p> <p>痛点： 同好朋友较少 不能深度经营兴趣</p> <p>目标： 参与更多活动 学习更多娱乐技能</p>	 <p>钟奶奶 62岁 价值驱动型</p> <p>性格： 文静内敛</p> <p>□头禅： 虽然老了还想做什么</p> <p>日常活动： 太极拳 看报纸 书法</p> <p>痛点： 自我技能没有发挥 社区活动场所凌乱</p> <p>目标： 更高的生活质量 发挥自我价值</p>
--	--	--	---

图 3 广州社区老龄用户画像

Fig.3 Persona of Guangzhou community elderly users

与意愿，幸福感来源于与朋友、邻居保持密切联系，积极参与社区自发或组织活动，并自发将社区娱乐经验分享给他人。大多数此类老年人暂无需承担照顾孙辈责任，因此拥有更多的闲暇时间，对充实的社区康乐生活抱有期待。(2) 休闲驱动型用户，在广州社区内多为候鸟老年人或空巢老年人，受教育程度较低，身体自理能力较弱以及性格内向。受身体、性格及居住状态限制，他们缺乏社交的路径，常以旁观者身份参与研究。社会关系断裂造成主观幸福感降低，需要社区服务支持和引导参与社会交往。(3) 兴趣驱动型用户，对社区活动选择性参与，展现出对某些特定活动的偏好。他们拥有话题但缺乏可长期共同交流和经营兴趣的同好，期望接触社区中隐藏的同好并形成更具有粘性的朋友圈。(4) 价值驱动型用户，对社区活动参与同样表现出强烈的倾向性，相较于娱乐需求而言，他们追求更高层次的生活质量和精神满足，乐意通过继续发挥自我技能帮助他人，获得他人的尊重以及提升自我价值满足感，见图 3。

3.5 服务设计策略

从社区老龄行为出发，思考整合四类老年人需求，为老龄提供丰富社区活动释放个人欲望的同时，发挥老龄能力，满足团体归属感及实现个人价值等更高层次福利。因此，基于社群协作概念，将社区与社群结合，提出以兴趣为维度、地缘关系为纽带的“社区兴趣型社群”养老服务。打破固有社交群壁垒，将同属性老龄聚合，举办更丰富的社区社群活动，并通过设定规范促进个体间协作能力，实现“接触—交往与分享—拓展—二次交往与分享—输出价值”的可持续

社会交往，提升社区老龄幸福感。

1) 粘性社群。借助社区地缘优势，以线下宣传和活动聚集社区内具有共同爱好或共同目标的老年人，使同好老年人快速建立联系；整合社群内部成员的技能等资源，引入外部组织机构的物质、知识等，保持社群互动内容的丰富性。通过对社群内的互动进行有目的的组织 and 引导，在互动中不断产生新的话题与文化，建立更紧密的社会关系，提升老龄社区归属感。

2) 增强协作。基于社群理念引导成员间交流互动，逐渐明确个体行为界限以及社群内身份定位。在社群运营过程中将决策权交给成员进行民主讨论，激活成员共同语言，塑造共同愿景，建立信任关系，鼓励不同群体充分发挥各自价值，实现区域内多元主体的平等协调互动、相互制衡。

3) 提升幸福感。整合各利益相关方资源，为社区老龄提供物质保障；关注老龄心理层面的情感需求，从老龄兴趣出发制定社群互动主题，营造活动场所；通过社群间交流，扩充社交内容，扩展社群老年人社会关系；为社区老龄发挥自身技能提供平台，促进老龄自我实现及增加幸福感。

4 社区老龄兴趣型协作社群服务设计实践

基于四类老年人的康乐行为以及需求挖掘，以老龄群体兴趣和行为偏好为依据，搭建城市社区老龄兴趣型服务系统。从社群构建、利益相关者分析、社群运营、社群场所营造角度展开设计研究。



图4 社群构建
Fig.4 Community building

4.1 社群构建

通过对社群构建进行系统规划,确定扁平化、去中心化原则,保证社群成员之间社交关系的平等。设定社群目标、社群规范及社群协作,管理社群多样分散内容。其中,在社群目标的设定中,针对现有零散随机的社区社交方式,以话题与兴趣为触点搭建社交网络,优化社交而达成共同娱乐的目标。社群规范则强调在运营过程中举办主题性活动、提供针对性产品折扣、使用共创工具等方法激励社群成员积极互动;利用规则赋能社群协作,使老年人与老年人之间、老年人与平台之间、社群与社群之间相互促进并互相制约,最终实现社群目标可持续发展,见图4。

4.2 利益相关者分析

利益相关者概念来自企业管理领域,指能够影响企业目标实现,或者能够被企业实现目标的过程影响的任何个人和群体^[1]。在服务系统设计中,厘清利益

相关者可确保整体商业系统具备可行性。结合广州现有社区养老服务,社区老龄兴趣型社群构建包含个人、社会、社区及互联网四大资源。其中核心目标利益相关者可被分为四类:制定与调控方、供给方、受益方、连接方。在系统中各相关主体的利益相关度与职责不同,所带来的效益也各不相同,他们的信息互通共享,协作共进,见表2。

4.3 社区老龄兴趣型协作社群服务设计

服务系统围绕四类具有差异性的用户展开,社区老龄既是参与者也是创造者,通过活动参与激活社群关系,见图5。服务系统包含以下三个特征。(1)统一平台与分布式服务结合。统一平台搭建信息系统,收集用户基础数据,个性化规划娱乐方式,更科学地匹配老龄群体;分布式服务为不同类型老龄打造实名社群,提供场所、器械、活动策划、折扣福利等服务,分别由各个社群内部成员及平台工作人员组合管理。

(2)社群内部协作与社群间协作交融。社群内部协作指同一社群内部成员沟通合作,共同经营兴趣,推动社群发展;社群间协作指不同社群间通过举办比赛等活动进行联系。除此之外,老年人往往具有几类不同爱好偏向,会选取不只一个社群加入,这也将促使不同社群成员间的融合。(3)线下活动是利益相关者间的核心桥梁。根据用户调研发现,老龄群体擅长通过邻里间当面沟通的方式进行社会交往,对手机等线上产品的应用不太适应。因此,服务系统中主要使用线下活动作为各利益相关者关系的核心媒介。

4.4 社群运营

社群运营的成功依赖于大多数成员的积极参与及共同协作^[12]。根据 CSCW 协同理论,良好协作中的两个核心要素是劳动分工和知识共享,即社群角色与社群协作。根据参与动机不同,四类社区老年人在社群中的角色被划分为:社群群主、活跃分子、内容制造者、社群成员四个角色。在运营过程中,鼓励不同老年人在社群中找到自己的角色,通过相互之间交换看法、经营兴趣、信息与经验共享促进成员间形成

表2 利益相关者分析
Tab.2 Stakeholder analysis

四类资源	主体	角色	利益相关度	职责	效益
社区资源	社区居委会 社区物业 社区医院	制定与调控方	关联最高	1. 管理与制定规则 2. 场地供应与监督 3. 医疗科普	1. 资金与资源输入 2. 及时管理与反馈 3. 安全保障度的提高
社会资源	相关商家	供给方	关联较高	折扣福利供应	1. 多样物质回报 2. 增收商业利益
个人资源	家人/邻居/好友 闲置资源	受益方	关联较低	1. 支持与陪伴 2. 交流与发挥能力	1. 促进良性互动 2. 老龄自我管理,降低成本
互联网资源	微信/小程序 信息数据库	连接方	关联最低	1. 协助沟通 2. 信息管理	1. 老龄社会联系的增加 2. 科学的配对体系

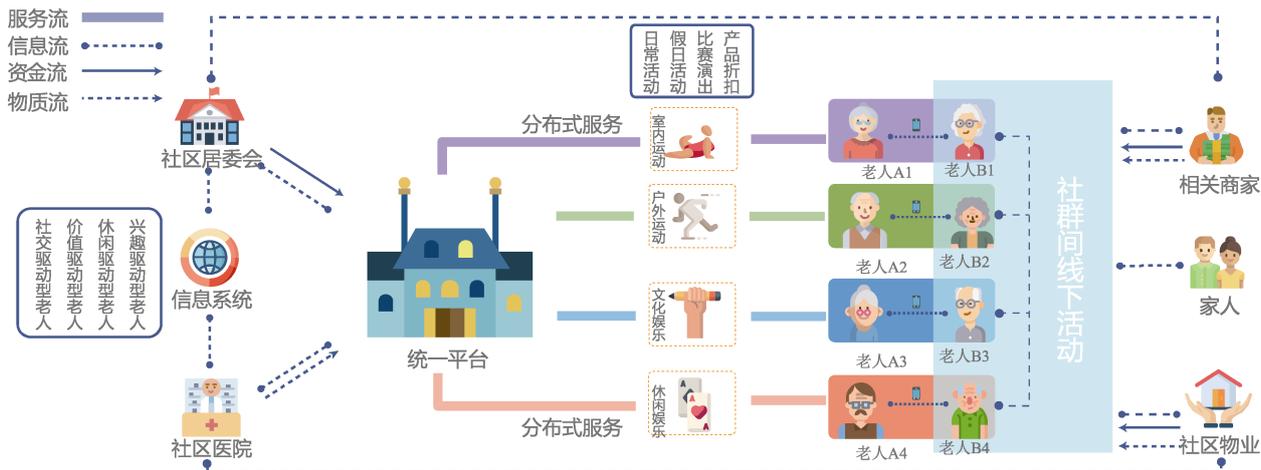


图 5 服务系统
Fig.5 Service system



图 6 社群场所营造
Fig.6 Community place construction

自然的组织结构，以显性结构增强相互友谊及成员自制能力，发展持久的有效关系。此外，基于社群规则，平台引入外部资源为成员谋取相关产品及服务福利，设计活动带动社群间共享互利，促进社群协作。随着交互的深入，用户参与从旁观到协同共创，与利益相关者共同承担责任，实现社群目标。

4.5 社区老龄兴趣型协作社群场所营造

七类活动根据用户参与程度及活动的环要求，以社区活动中心为统一平台，可划分成为室内运动、户外运动、休闲消遣与文化娱乐四大部分。户外运动板块利用植被划分不同类型活动空间，以提供运动场所服务为主；室内运动板块利用硬件与服务引导用户科学健身，并将活动作为社交主题鼓励更多用户参

与；休闲消遣板块适宜兴趣驱动及休闲驱动用户，提供棋牌、聊天、电视等消遣类活动服务，充实老龄空闲时间；文化娱乐板块以书法、画画、插花、手工等具有嗜好性质的活动为主，划分创作与展示区，利用嗜好活动增加社群粘性，通过作品展示吸引社群间互动，见图 6。

5 服务原型测试

本研究基于尼尔森可用性测试的经典理论，邀请了七名具有满一年及以上广州社区生活经验的老龄参与测试。测试目标关注服务流程与触点的可用性以及幸福感满足的问题，测试流程基于原型设定与情景演绎进行。老龄用户面对原型完成一系列基于需求所

表3 测试整理
Tab.3 Test collation

编号	问题类型	体验描述	体验问题	问题等级	优化方向
1	社群加入	我倾向于呆在舒适圈,选择自己更熟悉的社群	社群选择往往仅局限于熟悉范畴	中等	多维度扩大各社群吸引力(商业/优质服务/结伴折扣等)
2	场所使用	1. 我更多呆在室内社交娱乐场所,但我担心大家都来,位置不够; 2. 很多活动我都会带着孙子去,但最后很可能就变成只能看着孙子玩	1. 场所设备使用随机,不均衡 2. 代际间行为习惯、需求冲突	重要	1. 优化各类型场所空间占比权重,制定娱乐休闲场所和设备使用规则; 2. 关注代际差异需求,兼顾代际互动
3	社群运营	1. 要是可以在这儿做一些帮助他人的有意义的事情就更好了; 2. 我对书法感兴趣,但我从来没有写过,不敢参加	1. 老龄隐藏技能、闲置资源挖掘不充分; 2. 部分社群(如个人文娱)进入门槛较高	重要	1. 赋能居民,进一步提升自我实现能力; 2. 降低部分社群的门槛,策划教学与互助
4	社群可持续发展	1. 一般都是和固定的朋友一起玩; 2. 如果有一些有益健康的活动,我愿意参加,但我担心自己不会做	1. 对老年人交际拓展的引导不够强; 2. 新成员加入新活动的激励与融入问题	重要	1. 优化功能分区和举办代际活动等,激励老龄拓展活动范围; 2. 多个触点展现活动,引导新成员加入

设定的任务,任务包含选择兴趣标签、加入社群、使用场所与设备以及交往与分享等。在此期间,研究团队观察记录老龄使用原型的行为、情绪等情况,并邀请用户对体验进行评价。

测试结果反馈:在释放欲望、追求社会归属感、彰显个人价值三类需求层面,均有效满足幸福感需求。以兴趣和行为偏好划分社交圈,提供针对性服务,对用户具有较强吸引力,能有效提升老龄康乐行为的多样性;社群内部交往话题具体生动,能加强心理层面的交往,提高群体社交粘性,促进用户对社群与社区的归属感;同时,紧密的协作与互动为老龄带来更多展示自我的机会并彰显了其个性与能力。另外,测试所发现的问题以服务流程的方式,归类为社群加入、场所使用、社群运营、社群可持续发展四种类型。其中“重要”和“中等”的问题作为系统的重点优化方向被重点展示,见表3。在社群加入与可持续发展层面,由于部分社群进入门槛较高,存在系统对老龄技能、资源挖掘不足的问题,这也导致老龄对社群活动的选择往往基于自我认知,倾向于加入活动简单、成员彼此熟悉的社群,存在拒绝尝试新活动、拓展交际圈和活动范围的现象。在场所使用方面,老年用户对各类场所及场所内部设备的使用不均衡,以及在无法同时兼顾个体需求与照顾孙辈的问题上表达了某种担忧。鉴于以上情形,社群未来运营应从规则制定、功能分区优化、空间占比及关注多人群需求等多个维度采取措施,来改进和扩大各社群的传播力与吸引力,以更多样化的服务来赋能居民,促进居民间的互动和发展。

6 结语

社区养老是当前缓解养老压力,提高养老服务数量与质量的重要手段,也是产业发展的必然趋势。本文从广州社区不同类型老龄的幸福感需求出发,提出社区型老龄兴趣社群的设计策略及创新模式,以平等协作及紧密互动的方式加强邻里关系,优化社会公共生活方式,提升社区整体福祉;满足老龄社会参与和自我发展的需求,提升老年人从自我到利他多个层面的幸福感,实现老有所乐、老有所为。

参考文献:

- [1] 辛闻. 服务发展统计公报[EB/OL]. (2016-07-11) [2017-02-10]. http://news.china.com.cn/txt/2016-07/11/content_38855906.htm.
XIN Wen. Statistical Communique on Social Service Development[EB/OL]. (2016-07-11) [2017-02-10]. http://news.china.com.cn/txt/2016-07/11/content_38855906.htm.
- [2] MANZINI E. Design, When Everybody Designs: an Introduction to Design for Social Innovation[M]. MIT Press, 2015.
- [3] TONNIES F, LOOMIS C P. Community and Society[M]. Routledge, 2017.
- [4] 刘少杰. 当代中国意识形态变迁[M]. 中央编译局, 2015.
LIU Shao-jie. The Change of Contemporary Chinese Ideology[M]. Central Compilation and Translation Bureau, 2015.
- [5] 王稳. 基于社群的孕产妇健康管理服务设计研究[D].

- 无锡:江南大学, 2018.
WANG Wen. Community Based Design of Maternal Health Management Services[D]. Wuxi: Jiangnan University, 2018.
- [6] LYUBOMIRSKY S. Why are Some People Happier Than Others? The Role of Cognitive and Motivational Processes in Well-being[J]. *Am Psychol*, 2001, 56(3): 239-249.
- [7] 何瑛. 主观幸福感概论[J]. *重庆师范大学学报(哲学社会科学版)*, 1999(4): 73-81.
HE Ying. Introduction to Subjective Well-being[J]. *Journal of Chongqing Normal University(Philosophy and Social Sciences)*, 1999(4): 73-81.
- [8] 郭风, 于帆. 于可持续理念的养老社区服务创新设计[J]. *包装工程*, 2019, 30(4): 37.
GUO Feng, YU Fan. Innovative Design of Community Service for the Aged Based on Sustainable Concept[J]. *Packaging Engineering*, 2019, 30(4): 37.
- [9] 徐永顺, 刘渊, 周宇, 等. 大学图书馆用户多需求深度挖掘设计研究[J]. *图书馆*, 2019(6): 11.
XU Yong-shun, LIU Yuan, ZHOU Yu, et al. Research on the Design of the Deep Mining of the Multi Needs of University Library Users[J]. *Library*, 2019(6): 11.
- [10] 张一蕾. Censydiam 模型理论在人物角色构建中的应用[J]. *设计*, 2013(11): 133-134.
ZHANG Yi-lei. Application of Censydiam Model Theory in Personal Construction[J]. *Design*, 2013(11): 133-134.
- [11] FREEMAN R E. Strategic Management: a Stakeholder Approach[M]. Cambridge University Press, 2010.
- [12] BLANCHARD A L, MARKUS M L. The Experienced Sense of a Virtual Community: Characteristics and Processes[J]. *ACM SIGMIS Database: the DATABASE for Advances in Information Systems*, 2004, 35(1): 64-79.
- [13] 张璐璐. 基于社群化的慢性病健康管理服务设计策略研究[D]. 无锡:江南大学, 2016.
ZHANG Lu-lu. Research on the Design Strategy of Chronic Disease Health Management Service Based on Community[D]. Wuxi: Jiangnan University, 2016.

(上接第72页)

- [9] 代尔夫特理工大学工业设计工程学院. 设计方法与策略: 代尔夫特设计指南[M]. 倪裕伟, 译. 武汉: 华中科技大学出版社, 2014.
Technische University of Delft Industrial Design Engineering. Design Methods and Strategies: Delft Design Guide[M]. NI Yu-wei, Translate. Wuhan: Huazhong University of Science and Technology Press, 2014.
- [10] VISSER F S, STAPPERS P J, VAN D L R, et al. Contextmapping: Experiences from Practice[J]. *CoDesign*, 2005, 1(2): 119-149.
- [11] 金萱. 湘西龙山地区土家族传统织锦研究[D]. 北京: 中国艺术研究院, 2008.
JIN Xuan. The Research on Traditional Brocade of Tujia Nationality about Xiangxi Longshan[D]. Beijing: Chinese Art Research Institute, 2008.
- [12] 李羽佳. 恩施土家女儿会的媒介形象研究[D]. 武汉: 华中科技大学, 2016.
LI Yu-jia. Media Image of Enshi Tujia Girls' Party[D]. Wuhan: Huazhong University of Science and Technology, 2016.
- [13] 王玉梅, 胡伟峰, 汤进, 等. 基于用户体验旅程的旅游明信片服务设计[J]. *包装工程*, 2016, 37(22): 158-163.
WANG Yu-mei, HU Wei-feng, TANG Jin, et al. Tourism Card User Experience Journey Service[J]. *Packaging Engineering*, 2016, 37(22): 158-163.
- [14] 谢传伟. 情感化设计在用户体验中的运用[J]. *设计*, 2014(2): 21-22.
XIE Chuan-wei. Application of Emotional Design in User Experience[J]. *Design*, 2014(2): 21-22.
- [15] 韦艳丽, 王磊. 中国非遗文化的工匠精神——淮河流域柳编工艺历史与活态传承研究[J]. *工业工程设计*, 2020, 2(1): 1-10.
WEI Yan-li, WANG Lei. History and Living Inheritance of Willow Weaving Process in the Huaihe River Basin from the Perspective of Craftsmanship Spirit of Chinese Intangible Cultural Heritage[J]. *Industrial & Engineering Design*, 2020, 2(1): 1-10.