【高校设计研讨】

基于社会创新的青年公寓共享厨房设计策略研究

朱上上[1,2,3]，蔡洁[1]，熊娜[2,3]，王昀[2,3]
（1.浙江工业大学，杭州 310014；2.中国美术学院 文创设计制造业协同创新中心，杭州 310024；
3.浙江省健康智慧厨房系统集成重点实验室，杭州 310024）

摘要：目的 满足青年群体社交需求，增加青年群体和其他社群之间的对话，增加青年群体对居住地的认同感和归属感，缓解城市化进程下青年群体集体焦虑、心理失衡的“空巢”青年问题。**方法** 基于社会创新理论，以青年公寓共享厨房为载体，探索通过社区协作介入青年公寓共享厨房设计的方式。通过参与式观察法、情景访谈法挖掘青年群体的社交需求、社交倾向和社交场景。结合人、物、环境的青年公寓与社区资源，依托合作料理、共食餐厅、聚餐活动进行创新设计。通过系统化设计青年公寓共享厨房的社交平台、活动和服务，构建适合青年群体生活社交的关系网络。**结论** 运用了社会创新方法，整合了社会资源，促进了社群间的对话，以此让青年群体获得了认同感与归属感，从而缓解了“空巢”青年的社会问题。

关键词：“空巢”青年；社会创新；青年公寓；共享厨房；社区协作
中图分类号：TB472 **文献标识码：**A **文章编号：**1001-3563(2021)16-0258-08
DOI：10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.16.036

Design of Shared Kitchen in Youth Apartment Based on Social Innovation

ZHU Shang-shang[1,2,3], *CAI Jie*[1], *XIONG Na*[2,3], *WANG Yun*[2,3]
(1.Zhejiang University of Technology, Hangzhou 310014, China;
2.Co-innovation Center of Creative Design and Manufacturing, The China Academy of Art, Hangzhou 310024, China;
3.Zhejiang Provincial Key Laboratory of Integration of Healthy Smart Kitchen System, Hangzhou 310024, China)

ABSTRACT: To meet the social needs of youth groups, increase the dialogue between youth groups and other communities, increase the sense of belonging of young people to their place of residence, the research would alleviate the “empty nest” youth problem of collective anxiety and psychological imbalance of youth groups in the process of urbanization. Based on the theory of social innovation and taking the youth apartment shared kitchen as a carrier, the research finds out the way to participate in the youth apartment shared kitchen design through community collaboration. Then it explores the social needs, social tendencies and social scenes of the youth group through participatory observation and scenario interviews. Combining the youth apartment and community resources of people, affairs and environment, it finds opportunities for innovative design relying on the collaborative cuisine, food sharing restaurant and dinner event. Finally, the research systematically designs the social platform, activities and services for the shared kitchen of youth apartments, to establish a relationship network suitable for young people’s social life. By using social innovation methods, integrating social resources and promoting dialogue among communities, youth groups can get a sense of identity and belonging, thereby alleviating the social problems of “empty nest” youth.

KEY WORDS: “empty-nest” youth; social innovation; youth apartment; shared kitchen; community collaboration

收稿日期：2021-06-15
基金项目：浙江省健康智慧厨房系统集成重点实验室开放课题项目
作者简介：朱上上（1975—），女，浙江人，博士，浙江工业大学教授，主要研究方向为工业设计。
通信作者：蔡洁（1994—），女，浙江人，浙江工业大学硕士生，主攻工业设计。

在从工业时代转向信息时代的现在，可以发现越来越多单身独居的年轻人选择奔赴大城市独自一人打拼，由此产生的“空巢”青年数量与日俱增。“空巢”青年特指背井离乡，在大城市打拼，单身且处于独居和非家庭式的生活状态，独立自主观念和自尊自信意识较强的年轻群体[1]。他们的生活供给不足，长时间没有感情寄托，不得不一个人面对工作生活中的种种难题，这导致了青年群体内心集体焦虑和心理失衡越来越严重，以及对比感、孤独感和无助感等负面情绪[2]。中共中央、国务院印发了《中长期青年发展规划（2016—2025 年）》，明确指出需要加强对青年的人文关怀和心理疏导，引导青年自尊自信、积极向上；促进青年身心和谐发展，指导青年正确处理个人与他人、个人与集体、个人与社会的关系。由此看出，“空巢”青年的心理问题已经成为从政府、组织上层管理到企业、公民下层关心的社会问题。

“饮食所以合欢也”，一起就餐的场景不仅有助于协调人际关系、联络邻里感情，在一定程度上还可以疏导工作上的压力和生活中的孤独感。基于这种需求场景，学者们提出了社交厨房或共享厨房的概念，主要是为了迎合社交需求[3]。本文采用社会创新方法，通过设计师、青年群体、开发商、社区、周边商家乃至政府部门的合作，以青年公寓共享厨房为载体，尝试通过资源互通的方式，重塑“空巢”青年与朋友、邻居、社区之间的关系，以此来解决“空巢”青年的心理问题。

1　研究背景

1.1　“空巢”青年

目前关于“空巢”青年的研究还在初始阶段。通过中国知网检索，截至 2019 年底，我国已发表关于“空巢”青年的研究论文 100 余篇。学者们通过问卷调查、对特定青年访谈等方式对“空巢”青年的基本特征和心理困境开展了很多研究[4-5]。根据相关文献总结，青年“空巢”现象产生的原因可分为外部原因和内部原因：外部原因主要是社会发展的周期性影响和城市公共空间的缺乏；内部原因则是源于青年个人发展需求与缺乏社交的现状之间的矛盾。由此可见，“空巢”青年急需一个能让身心放松的场所，通过增加与他人的沟通交流或娱乐游戏的方式，缓解工作生活压力，改善生活质量。“空巢”青年的产生原因见图 1。

1.2　青年公寓的发展现状

为满足刚出社会且还没组成新家庭的青年的住房需求，房地产公司基于闲置的地块或楼盘重新开发改造，推出针对青年的集中式公寓。青年公寓以租住为主，为在城市里工作和独居的年轻人服务。这些公寓布局紧凑、价格低廉，具有生活和活动的双重功能[6]。

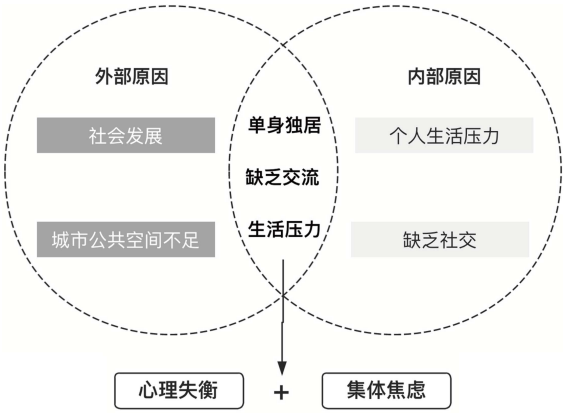

图 1　“空巢”青年的产生原因
Fig.1　The causes of the “empty-nest” youth

笔者在对泊寓、YOU+、上海魔居公寓等具有代表性的青年公寓进行调研后发现，越来越多的青年公寓以年轻人社交或高品质生活为主打，基本设施配备齐全。配备的共享厨房也是社交互动的好地方，租户会相约在这里一起做饭；但是由于集中式厨房难以管理，使用率较低，无法满足租客的需求。

1.3　社会创新理念

面对复杂的社会语境，社会创新的理念通过协调合作、资源互通的方式连接了不同的社会群体，从而打开了庞大而复杂的社会系统[7]。与其他形式的创新相比，社会创新主要具备以下特征：创新主体的多元性；创新目的具有达到经济效益和改善社会问题的双重性；创新过程可复制[8]。社会创新的方法主要有用户参与式设计、基于蛙跳思维的设计创新、社群对话促进联结、促进社会经济双重效益的新商业模式等[9]。当从社会创新的角度开展设计活动时，社会创新既是设计的过程又是设计的目标。在社会创新设计过程中，每一个参与者都是项目的设计师，受过训练的设计专家从设计的角度介入，以促进对话、提供情境、联结力量的方式设计出各种产品、服务或系统来解决社会问题，并为社会赋能。

2　基于社会创新的青年公寓共享厨房设计方法与流程

2.1　社区协作与社会创新

社区作为城市居民居住和聚集的基本单元，是连接人和社会的桥梁和纽带[10]。另一方面，共享经济模式深深影响了人们的生活和观念，平等参与、互换共享已然成为人们认可的新生活理念，不论是工具、技术、空间、时间等资源可以共享，甚至人本身也成为了共享的资源之一[11]。在社区这一基本单元中，虽然精神活动相对有限，但是物质资源却较为完整，足以满足人们基本的生活需求。根据社会创新理念，以资源共享为基础，在社区中能够实现社区内的协调与合

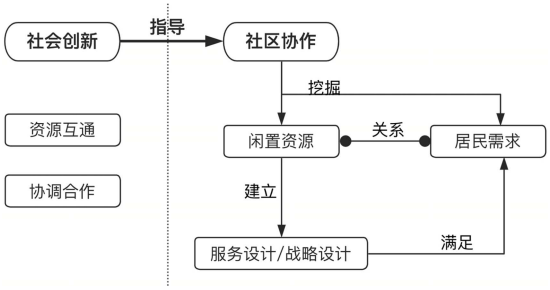

图 2 社会创新与社区协作

Fig.2 Social innovation and community collaboration

作，从而满足居民的多样性需求。社会创新与社区协作见图 2。

2.2 基于社会创新的青年公寓共享厨房设计流程

按照社会创新理念，采取社区合作的方式，挖掘社区内的闲置资源，协调青年公寓、社区、周边企业等相关社会群体之间的关系，实现资源的有效交流和利用。利用服务设计方法创新共享、共赢的商业模式。青年公寓共享厨房创新设计研究方法与流程见图 3。

针对“空巢”青年的问题，深入洞察青年群体的需求，在社会创新理念指导下，结合青年公寓和社区的环境资源，以青年公寓共享厨房为切入点，通过组织活动、创造平台和拓展服务等方式，设计满足“空巢”青年社交需求的共享厨房服务体系。

3 “空巢”青年群体需求调研

3.1 基本情况调研

为深入研究“空巢”青年群体的生活场景、生活状况及行为习惯，挖掘其潜在需求，采用参与式观察和半结构式访谈的调研。访问了 8 位单身青年，他们刚踏入职场，租住在青年公寓中，对青年公寓的条件与周边有一定了解。实验要求他们描述青年公寓的基本情况、居住空间、生活娱乐和心理状况，以及他们的基本生活条件。通过调查分析和桌面研究发现，年轻人对自己的生活环境普遍满意。然而，由于忙碌的工作加上独自生活的状态，让他们经常不由自主地感到孤独；虽然大多数“空巢”青年都会主动参加社会活动，但是由于朋友关系密切、圈子狭窄，没有与周边居民交朋友的渠道，所以宅在家里的空闲时间很多。

3.2 社交需求调研

为进一步深入研究“空巢”青年群体的日常社会行为和动线倾向，现有的社会供给已满足了哪些物质或精神需求，但在进行社会过程中还需要满足哪些物质和精神需求，笔者从多方面对“空巢”青年群体的社交需求进行了探讨。社交需求调研的实验步骤、方法及目的见表 1。

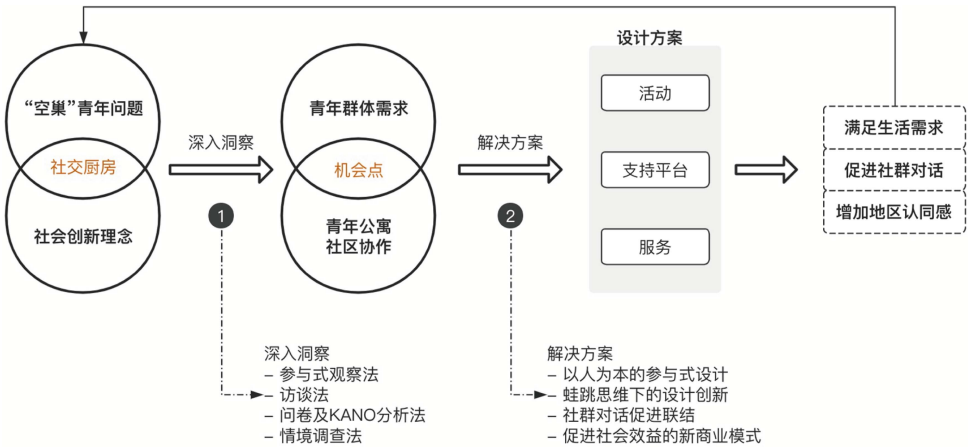

图 3 青年公寓共享厨房创新设计方法与流程

Fig.3 Innovative design method and process of youth apartment shared kitchen

表 1 社交需求调研的实验步骤、方法及目的

Tab.1 The experimental steps, methods and purposes of social needs research

实验步骤	实验方法	实验目的
问卷调研	结构式问卷法，通过网络发布和收集问卷。在文献研究的基础上，基于本文的研究目的列出基本情况、生活状况、社交状况和社交场景 4 个方面的问卷提纲	初步掌握青年群体在生活、居住、社交上的大致信息
情境化观察	以 8 名独居且租住在青年公寓的年轻人为被试；采用参与式观察法观察被试的日常生活，区分工作日和休息日，研究被试的基本社交状况和场景；重点体验被试就餐的场景	了解青年群体的基本情况、饮食行为和习惯、社交倾向
情境化访谈	根据研究目的拟定半结构访谈大纲，引导被试展示日常社交的具体情况，用情境化访谈的方式，深入了解被试的社交期望	深入体验青年群体日常社交场景和社交期望

1）问卷调查数据分析。回收了符合“空巢”青年定义的有效问卷共 123 份。在社会状况方面，由于工作太忙，大多数青年很少参加社会活动（59.7%偶尔参加，18.3%几乎不参加）。在社交活动倾向上，除了近 100%的人愿意选择晚餐外，他们更注重唱歌、看电影等娱乐活动，其次是交友、社区活动，最后是兴趣活动；绝大部分青年对社交的对象没有具体的指向，87.0%的青年群体选择“一切都可以”；在社交动机的选择上，维持友谊和兴趣占了最大的比例。数据显示，当代青年群体具有更开放、更多样化的社交网络；在选择社交对象时，并不排斥与自己有共同话题或爱好的陌生人接触；除了日常聚餐，他们也更倾向于结合工作、学习或者娱乐的社交活动。

2）情境化观察数据分析。通过深入观察，可以看到上述 8 名“空巢”青年大部分工作都比较忙，由于独自生活在单身公寓，几乎没有社交活动；其中 1 位与室友住在同一公寓，偶尔会有活动，但除此以外的社交活动很少。工作一天后，其中 3 人会在街上小店吃完饭回家，2 人回青年公寓叫外卖，1 人泡方便面，2 人自己简单地煮了份面条。他们均表示有做饭的愿望，但由于青年公寓公共厨房缺少管理、不够干净，或者做饭空间太小，再加上刚踏入职场，工作压力让他们觉得一个人做饭提不起兴趣，反而浪费了大量的时间和精力。

3）情境化访谈数据分析。青年群体的社交范围在工作时间和场地的局限下，时间和空间基本有限。不稳定的工作和较少的社会活动导致他们缺乏稳定性，因此他们的生活场所也不稳定。根据社交时间的长短，其社交类型可以分为两类：一是工作日社交，特点是时间短，主要表现为日常饮食中与人的交流；二是休息日社交，时间较长，可以参加规模大、时间长、活动更丰富的活动。他们平日通常没有时间做饭，日常饮食以公司食堂或外卖为主，但他们觉得味道不好、不够健康。虽然有些年轻人不善于做饭，但是他们很愿意参与烹饪，帮人打下手；或者希望能有人指导，学会几道简单的菜。他们更倾向于和亲友合作做饭，也希望有更多的陌生人参与到这个过程中来，期待有一个共享智慧的厨房。

3.3　青年公寓与社区环境调研

笔者通过对青年公寓、青年公寓所在小区、周边商铺和社区周边的公共设施深入调研，根据资源属性，将其从人、物、环境 3 个方面，对其进行了归纳整理。

1）人——利益相关者：在社会创新项目中，需要多个主体参与。为了满足不同参与群体的利益，有必要平衡利益相关者之间的利益[12]。在青年公寓租户的日常饮食动线中，最密切的利益相关者有一起吃饭的室友、购买物资的超市、菜市场、配送员和公寓管理人员等。通过调查，还发现社区中有不少赋闲在家的退休老人等，他们拥有一手好厨艺乐于施展；另外还有一些兴趣广泛且同样有社交需求的年轻人。

2）物——青年公寓配套设施：青年公寓通常厨房设施配备齐全，还有适合多人使用的大容量冰箱、储藏柜。

3）环境——社区环境：社区周边的商业店铺基本能满足当地居民的生活需求，例如大型超市、生鲜蔬果店、餐饮店等。部分社区有自己的社交网络，以政府通知、小区活动为主题，社区居民都在其中。因此，创建一个青年租户与居民的社区讨论板块，也能吸引居民的参与。

3.4　设计机会点与服务策略

通过上述调查，“空巢”青年群体的社交需求主要受其工作时间和活动范围的限制，除了上班之外，青年公寓是他们的重要活动场所。根据青年公寓的现有条件和社区的资源环境，尝试探索 3 种适合青年群体的社交方式：一是餐桌社交，通过合作料理、邻里聚餐等方式促进交流，从而达到保持并增进感情的目的；二是通过社区网络或活动与社区中其他居民建立联系，实现虽不亲密但舒适的人际关系[13]；三是运用共享理念，联结社区内有空闲、或有共同爱好的居民，以及周边商店，寻找合作烹饪、聚餐活动等机会点，并建立青年公寓共享厨房服务体系，满足青年需求，加强社区联系。青年公寓共享厨房服务蓝图见图 4。

青年公寓共享厨房整体设计策略如下。

1）挖掘青年公寓和社区的潜在可用资源。年轻人在饮食健康和及时性上的需求比较高，而社区中退休老人等空闲人员存在展示厨艺、排解孤独的需求，因此，可以利用公寓厨房的空间资源，为青年提供点菜和烹饪学习服务。还可以尝试利用青年公寓的场地及配套设施，提供共享餐厅或活动空间的租赁服务来满足青年群体对多样化的休息日社交的需求。另外，还可以挖掘青年人自身的技术和能力资源，创建各类主题活动，以此扩大活动范围，在一定程度上增加青年群体的自我认知，提升他们的成就感。

2）构建青年群体—社区—青年公寓的关系网络。基于线上服务平台，利用青年公寓的公共厨房，构建服务者与被服务者（不局限于青年租户）的关系网络，增加新的社交服务场景和沟通渠道，渗透进青年群体和亲友之间、青年群体和社区居民之间、青年群体内部。青年群体—公寓厨房—社区关系网络见图 5。

3）由青年公寓提供相关服务，增加公寓的管理能力。需求方可以通过管理员在平台上发布相关活动信息，公寓的清洁工、送货员、社区闲散人员等通过平台接到服务订单，青年群体也可以为相关活动提供服务。运维人员在线上平台获取服务评价，对相关服务进行管理维护。

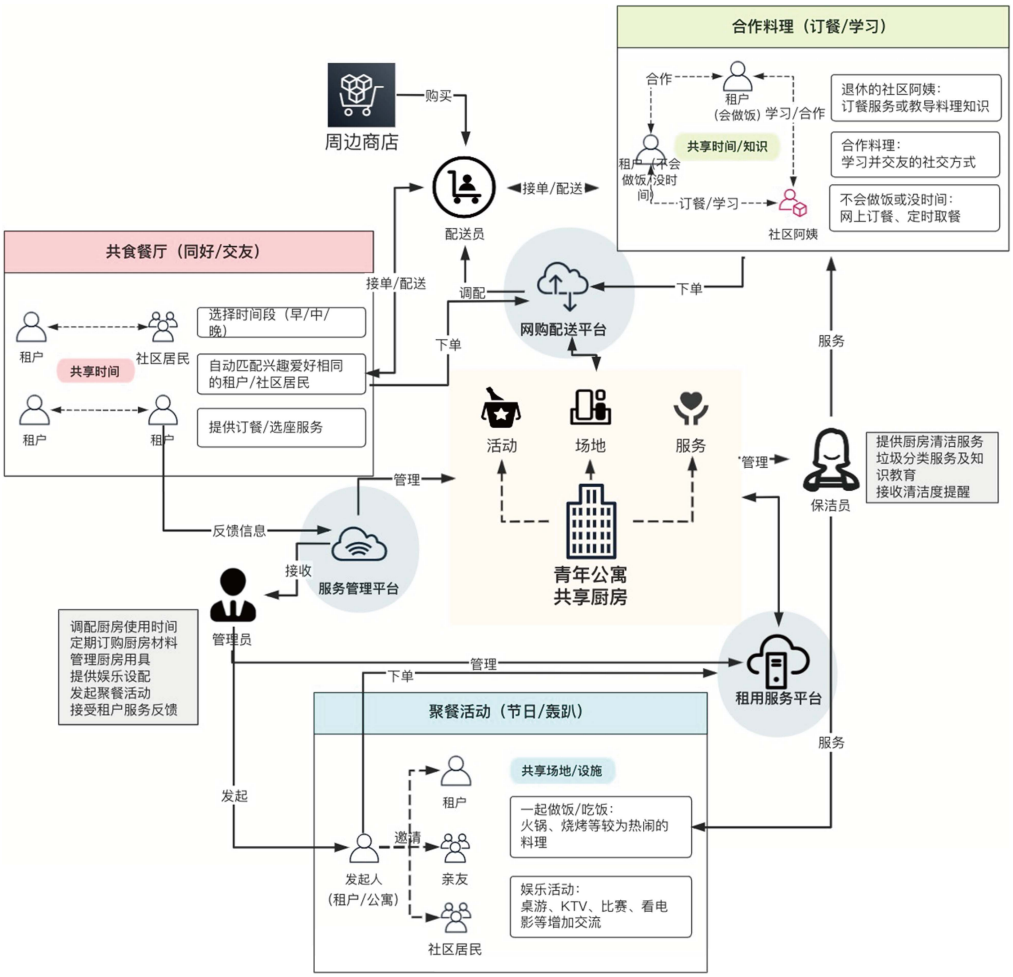

图 4 青年公寓共享厨房服务蓝图

Fig.4 Blueprint of shared kitchen service in youth apartment

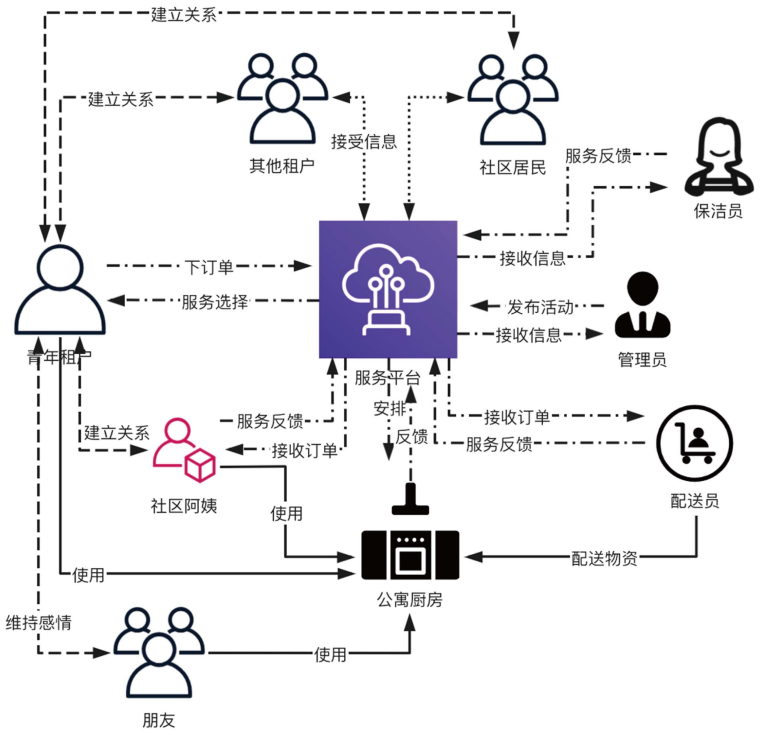

图 5 青年群体—公寓厨房—社区关系网络

Fig.5 Youth-apartment kitchen-community network

4　青年公寓共享厨房服务应用设计实践

4.1　青年公寓共享厨房服务应用功能架构

根据设计策略的探索，青年公寓共享厨房服务应用搭建了线上结合线下的共食、共享服务平台，主要提供点菜服务、场地租赁、主题活动举办等内容。青年公寓共享厨房服务应用功能架构见图 6，主要包括个人账户、共享厨房、公寓活动和社区发现 4 个模块。

4.2　青年公寓共享厨房服务原型

用户使用服务应用的场景主要为 3 种：（1）创建个人账户，包括输入个人信息、填写个人爱好、特长；（2）共同料理/共食，包括进入相应的服务、相关料理需求、信息反馈；（3）参与/创建活动，包括收到活动推送/创建活动主题、填写个人信息/发布活动内容、点击报名/分享活动、打分及反馈。以“共食”和“共同料理”的实际用户使用场景为例详细描述，青年公寓共享厨房服务原型见图 7。

共食：通过智能算法匹配计划就餐的时间地点、饮食爱好、兴趣话题等，为用户推荐共同用餐朋友。用户根据个人意愿从推荐中选择与其聊天；也可以邀请有相似兴趣爱好的朋友一起吃饭，并确定时间和地点，以及是否点菜等服务；最后，可以评估共同就餐的过程。

共同料理：从主页进入后，选择与他人合作烹饪，填写自己的需求，可以向阿姨学习烹饪；如果选择合作烹饪，可以填写相关信息，根据信息购买所需菜品及配料；所有材料由社区超市负责配送。

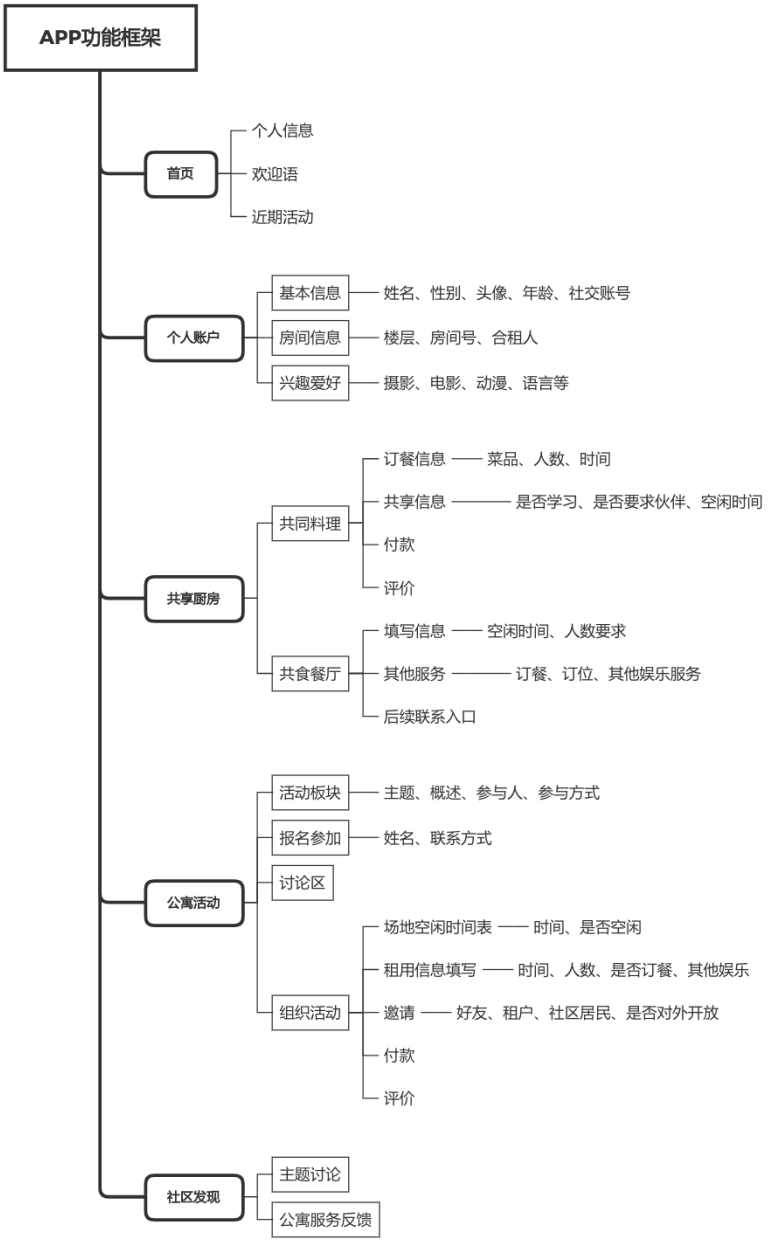

图 6　青年公寓共享厨房服务应用功能架构

Fig.6　Functional architecture of youth apartment shared kitchen service application

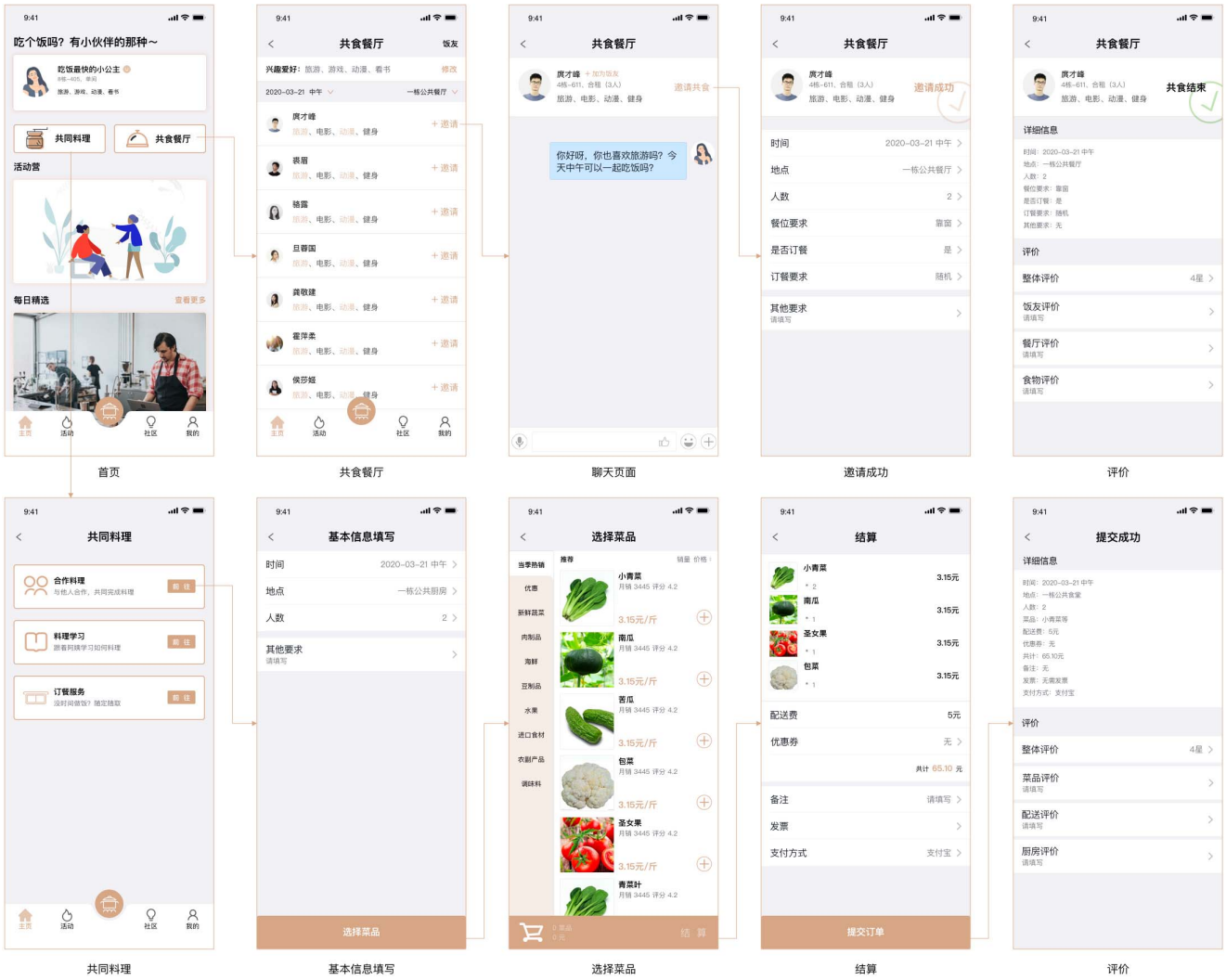

图 7 青年公寓共享厨房服务原型

Fig.7 Prototype of youth apartment shared kitchen service application

表 2 青年公寓共享厨房服务设计评估结果

Tab.2 Evaluation results of youth apartment shared kitchen service design

实验评估细则	得分/分
快速寻找饭友	4.3
第一时间掌握活动信息	4.8
快速与其他人对话	4.2
能加入有共同兴趣的小组	4.0
认为能在 APP 中获得新朋友	4.5
界面清晰易懂	4.1
交互跳转便捷	3.8

4.3 青年公寓共享厨房服务设计评估

为了验证青年公寓共享厨房服务系统的用户体验满意度，从实用性、交互性、美观度等方面进行调研，并了解该系统是否能真正满足青年群体的需求。邀请了 6 名青年人，其中男性 3 名，女性 3 名，请他们在青年公寓租住，并用纸质原型对他们进行了测试。在测试过程中，测试人员在介绍完应用程序的基本情况后，要求被试完成一定的任务，包括邀请普通食物、订购普通烹饪、发放公寓活动和租用空间。被试随机选择并完成任务，实验过程中测试人员进行观察、记录口头陈述和行为反馈，完成后请被试进行满意度评价（满分为 5 分），得到验证结果和问题，青年公寓共享厨房服务设计评估结果见表 2。根据实验数据可知，用户总体感到满意。他们认可该服务设计可以增加青年群体的社交机会，解决其就餐等生活需求；系统的交互设计拥有良好的用户体验；而且他们对新的社交方式接受良好。当然也有一些不足的地方：（1）缺少为出现改变计划等情况设置的取消订单的功能；（2）未能及时获取别人对自己的反馈信息；（3）交互逻辑不够清晰。本次评估调查发现的问题需要进一步修正，让青年租户有更好的饮食社交体验。

5 结语

“空巢”青年已成为信息化、城市化的必然产物。他们普遍存在拥有巨大的工作生活压力、缺乏社交活

动、难于融入当地居民、缺乏城市公共空间等问题。基于社会创新的理念，本研究以青年公寓共享厨房为载体，挖掘社区环境资源，抓住机遇。更重要的是，通过社区合作的创新设计策略，使服务设计可以满足青年群体的需求，整合资源，促进社区对话，使青年群体获得认同感和归属感，从而缓解“空巢”青年的社会压力和孤独感。

通过这样一种社会创新模式，希望能使“空巢”青年问题得到更多社会群体的关注，在一定程度上产生更大的影响；也希望能为青年公寓服务设计提供新的思路，整合社区各类资源、在满足青年群体的心理需求的同时也为社区拓展更为丰富的活动资源，从而提升经济效益和社会效益。

参考文献：

[1] 赵开开，于凤杰．“空巢”青年研究回顾与前瞻：阶段与特征、共识与分歧、重点与难点[J]．理论月刊，2018(11): 147-155.
ZHAO Kai-kai, YU Feng-jie. Review and Prospect of Research on “Empty Nest Youth”: Stages and Characteristics, Consensus and Differences, Key Points and Difficulties[J]. Theory Monthly, 2018(11): 147-155.

[2] 豆小红．“空巢”青年群像的社会心理诊断与支持[J]．甘肃社会科学, 2018(1): 179-185.
DOU Xiao-hong. Psychosocial Diagnosis and Support of “Empty Nest Youth” Group Image[J]. Gansu Social Sciences, 2018(1): 179-185.

[3] NICKIE C, MARION K. Women, Food, and Families [M]. Manchester: Manchester University Press, 1988.

[4] 中国青年报．64.3%受访者表示身边”空巢”青年多[EB/OL]. (2016-09-06)[2021-06-15]. http://zqb.cyol.com/html/2016-09/06/nbs.D110000zgqnb_01.htm.
China Youth Daily. 64.3% Respondents Said There are Many “Empty-Nest Youth” around Them[EB/OL]. (2016-09-06)[2021-06-15]. http://zqb.cyol.com/html/2016-09/06/nbs.D110000zgqnb_01.htm.

[5] 保虎．从“巢空”到“心实”：新时代我国”空巢”青年问题再探讨[J]．理论探索, 2018(4): 40-46.
BAO Hu. From “Empty Nest” to “Real Heart”: a Further Discussion on the Issue of “Empty Nest Youth” in the New Era[J]. Theoretical Exploration, 2018(4): 40-46.

[6] 赵桂珠，谢栋．城市青年公寓发展对策研究[J]．城市建筑, 2015(6): 368.
ZHAO Gui-zhu, XIE Dong. Development Strategies of Urban Youth Apartments[J]. Urban Architecture, 2015(6): 368.

[7] 束鸿鸣．基于社会创新的乡村文化保育服务设计策略研究[D]．无锡：江南大学, 2017.
SHU Hong-ming. Design Strategy of Rural Cultural Conservation Service Based on Social Innovation[D]. Wuxi: Jiangnan University, 2017.

[8] 朱上上，孔秀丽，刘肖健．面向畲族地区的创新发展模式设计[J]．包装工程, 2019, 40(8): 123-129.
ZHU Shang-shang, KONG Xiu-li, LIU Xiao-jian. Innovative Development Model Design for She Nationality Area[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(8): 123-129.

[9] 季铁．基于社区和网络的设计与社会创新[D]．长沙：湖南大学, 2012.
JI Tie. Community and Network-Based Design and Social Innovation[D]. Changsha: Hunan University, 2012.

[10] MOULAERT F, MARTINELLI F, SWYNGEDOUW E, et al. Towards Alternative Model(s) of Local Innovation[J]. Urban Studies, 2016, 42(11): 1969-1990.

[11] 罗宾·蔡斯．共享经济：重构未来商业新模式[M]．杭州：浙江人民出版社, 2015.
CHASE R. Sharing Economy: Reconstructing a New Business Model in the Future[M]. Hangzhou: Zhejiang People’s Publishing House, 2015.

[12] JONES T M, FELPS W, BIGLEY G A. Ethical Theory and Stakeholder-Related Decisions: the Role of Stakeholder Culture[J]. Academy of Management Review, 2007, 32(1): 137-155.

[13] 叶良海．城市社区公共资源的整合与共享[J]．重庆社会科学, 2016(12): 39-46.
YE Liang-hai. Integration and Sharing of Public Resources in Urban Communities[J]. Chongqing Social Sciences, 2016(12): 39-46.