

城市公共设施体验设计探析

左铁峰,高巍

(黄山学院 艺术系,安徽 黄山 245041; 黄山学院 图书馆,安徽 黄山 245041)

摘要:在城市公共设施体验设计中,设施物解读为“道具”,环境诠释为“布景”,使用者装扮为“演员”,而好的主题则是整个体验的“剧本和核心”。城市公共设施体验设计提供的是一种生活方式,是以唤起产品使用者的美好回忆与生活体验为设计目标取向,构建的是全局、整体观的设计系统论。体验的主体是使用者,体验的本质是主体所经历的一系列值得记忆的事件在脑海中留下的印记,它充满了感性的力量,给使用者留下难忘的记忆。

关键词:体验经济;体验设计;城市公共设施

中图分类号:J042

文献标识码:A

文章编号:1672-447X(2009)02-0115-05

1998年,美国战略地平线LLP公司的两位创始人约瑟夫·派恩和詹姆斯·吉尔摩在《哈佛商业评论》发表了《欢迎进入体验经济》一文,文中首次提出了体验经济的理论,该理论旋即引起了学术界的高度关注。1999年,二位学者又在哈佛商学院出版社出版了《体验经济》一书使体验经济理论第一次有了系统化的突破。此次体验经济理论的提出在全世界掀起了空前的“体验”热潮。约瑟夫·派恩和詹姆斯·吉尔摩指出:体验本身代表一种已经存在但先前并没有被清楚表述的经济产出类型,是继农业经济、商品经济和服务经济后的第四种经济提供者,并认为人们正迈向体验经济时代,体验经济将取代服务经济。^[1]

基于体验经济这一经济形态的研究,谢佐夫首次在其《体验设计》一书中提出了体验设计理论,并对其定义为:它是将消费者的参与融入设计中,是企业把服务作为“舞台”,产品作为“道具”,环境作为“布景”,使消费者在商业活动过程中感受到美好的体验过程。诸如“我去过那里,我做过那个”成为时尚的流行语。^[2]通过这一阐述,我们可以将体验

设计解读为:它是为使人们感受某种体验而进行的设计,体验设计的目标就是为人们提供使生活更丰富的体验过程。

作为现代设计的重要构成内容,城市公共设施设计^①是伴随着城市的发展而产生的,它融工业公共环境设施设计与环境设计于一体的新型的公共环境设施设计。城市公共设施设计是城市整体规划设计中不可或缺的环节,属于城市的细部设计,其主要目的在于完善城市的使用功能,满足公共环境中人们的生活需求,方便人们的行为,提高人们的生活质量与工作效率。以满足城市、人群需求的“产品”视之,城市公共设施是人们在公共环境中的一种交流媒介,在给予城市与人需求的基本物质功能的同时,还应更多地具有承载城市文化、构建城市内涵、彰显城市形象的精神价值,成为提升城市文化品位的重要载体。

产品体验设计^②作为一种适应新型经济形态的设计方式,基于其理念、模式与思维的城市公共设施设计较其传统的设计方式必然在内涵、表征上有所不同,在设计方法及操作方式上也存在一定的差

收稿日期:2009-03-24

基金项目:安徽省教育厅人文社会科学研究项目(2009sk307)

作者简介:左铁峰(1972-),黑龙江齐齐哈尔人,黄山学院艺术系副主任,副教授,硕士研究生导师,研究方向为设计方法学;

高巍(1973-),辽宁沈阳人,黄山学院图书馆职员,助理会计师,研究方向为会计学。

异性。

一、城市公共设施体验设计的核心 在于“故事主题”的构建

公共设施体验设计是将体验设计思想融入公共环境设施设计,以公共空间为舞台,以公共环境设施为道具,围绕用户创造值得他回忆的体验感受,为用户创造难忘的、美好的经历。其核心是通过公共空间设施情景化、主题化的设计,营造富于特色体验的空间场所及设施。其目的是吸引公众能积极地参与其中,与设施产生互动效应,满足其多样需求,实现公共环境设施价值的回归。^[26]

在城市公共设施体验设计的理论体系中,需要一个明确的“故事主题”。倘若将城市公共设施体验设计比做讲“故事”,那么体验主题就如同“故事”的中心思想,是公共设施体验设计活动的指导纲领与行动指南,由此而进行的一切过程、铺垫、效应必须围绕该主题展开并娓娓道来。公共设施体验设计就是一个“故事主题”的构建活动。

对于公共设施体验设计,主题一旦确定,设施所在空间中的所有因素(物质、非物质)的基本特质必须与主题相契合、共鸣。设计者可调用包括公共设施自身在内的诸如文化、信仰、地理、美学、心理、生理等多种手段来营造与强化主题。同时,为了给“人”提供难忘的“铭心体验”,相关设施的服务人员、服务方式、服务内容和流程甚至是语言、表情的运用也需要纳入其中,做到与主题的相得益彰,以烘托和深化主题。

体验主题的选择是综合考虑多种因素的结果,约瑟夫·派恩和詹姆斯·吉尔摩认为,一个好的主题应该具备以下要素:第一,具有诱惑力的主题必须调整人们的现实感受。也就是说,顾客之所以消费体验性产品,就是因为体验能够改变人们的现实感受,给消费者提供新奇的、不同于现实的体验。这也就要求主题的选择必须与人们的现实生活和竞争对手相异。第二,好的主题,能通过空间、时间、事物的相互协调,来改变消费者对现实的感觉,好的主题应该有丰富的内涵,饱满且栩栩如生。第三,好的主题必须要通过多景点布局来强化。第四,主题要符合企业性质。^[27]

就公共设施的主题构建而言,在兼顾上述要素的前提下,设施的自身属性、空间构成、所处城市定位及受益人群等应成为主题确立的关键要素。在城

市公共设施体验设计中,设计活动不再是孤立、静止的,一个富于“体验”的主题是建立在适人、适地、适时的基础上,符合“天人合一”的中国哲学思想。例如,2004杭州环境设施设计大赛中以“水漾”为主题的作品,设计者敏锐地捕捉到了杭州与水之间某种剪不断理还乱的关联。水对于杭州来说就是生命的血脉,静静地流淌并纠缠在杭州人的衣食住行之间,杭州也以水征服并惊艳了世人的目光。设计者最终提取了“漾漾水波”为形式语言,利用黑白水墨色的对比,用来诠释杭州的水韵与轻盈,用它来表达自己对杭州悠然温婉的理解,不仅使设施本身性格化,更吻合了杭州的城市性格,使身临其中的游人深刻地体味杭州的性格。

二、城市公共设施体验设计是以唤起产品使用者的 美好回忆与生活体验为设计目标取向

体验这个概念来自心理学,“体验事实上是当一个人达到情绪、体力、智力甚至是精神的某一特定水平时,他意识中产生的美好感觉。”它是主体对客体的刺激产生的内在反映。按照吸收与参与的程度,这种体验可分为四大类:娱乐体验、教育体验、遁世体验和美学体验。通常,让人感觉最丰富的体验是同时涵盖这四个方面的,即处于四个方面交叉点的“甜蜜地带”的体验,也就是说,“最佳组合”是这四个基本类型的有机组合,是一种综合性体验。^[28]到迪斯尼乐园、拉斯韦加斯赌城,都属于最丰富的体验。再如美国时代华纳的子公司,著名的因特网服务提供商美国在线,他的成功也是源于各种体验的组合。

在公共设施体验设计中,公共设施是作为“道具”出现的。能否让使用者在使用设施的活动过程中拥有美好的回忆,产生值得记忆的体验成为衡量公共设施设计“优劣”的标准与价值取向。体验是对某些刺激产生的内在反映,它关系到整个人体。体验大都来自于直接观看或参与某些事件,既可以是真实的,也可以是虚幻的。从体验的角度来理解,世界是人类思想和理解的产物,并不是万物规律的产物。^[29]因此当公共设施作为“道具”所营造的氛围、环境,及其对人产生的刺激引起人的体验时,人与物之间的共鸣、共振便产生了,亦即满足了人的某种需求,以达“睹物思人、见景生情”之效。

同时,在公共设施体验设计中,使用者产生的体验是不确定的,往往会出现偏差甚至背道而驰,

它与使用者自身息息相关,正所谓“仁者见仁、智者见智”。主体并不是凭空的产生某种体验,而是需要在外界环境的刺激下才有所体现。就这个意义上来说,公共设施在让使用者产生体验的过程中更具主动性,公共设施是施动者,人则是受动者。由此可见,公共设施体验设计的作用就是如何贴切、恰当地构架其设施与人之间的这种“刺激”与“体验”的互动作用,产生设计预期的某种体验,成为公共设施的主要“功能”,也是公共设施体验设计的方向所在。

体验能否给顾客带来难以忘却的记忆取决于如何设计,提供体验。一般来说,体验的内容越丰富,越能创造难以忘怀的体验,体验者投入的越多,越能达成“共鸣”就越可以留下历久弥新的印象。^[97]因此,要想让使用者感受到一种难以忘怀的体验,需要一个设计、创造体验的过程,在这个过程中,首先需要了解人群体验的需求,分析提供这种体验的可能性,提出相应的解决方案,并在过程之后不断地反思,总结经验教训,以便更好地为顾客提供体验。这个过程就是体验设计的过程。设计者应充分认识到公共设施体验设计是一场“体验的设计”,个体的体验是最重要的,而体验的价值将远远大于公共设施本身。公共设施的形式是整体的、全方位的,要能够充分调动使用者视觉、听觉、嗅觉、触觉等各种生理机能。例如,对于中国宋代历史有所研究的人士来到“横店影视城之清明上河图主题公园”,迎面袭来的由宋代风格公共设施等构成的缕缕“宋风”,昔日汴梁京师的种种历史影像定会浮现在眼前,兴奋、自豪、愤恨、伤感等体验定会伴随着游历活动油然而生。

三、城市公共设施体验设计提供的是一种生活方式

生活方式是人类社会文化的一个重要组成部分和形式,也是现代设计的一个重要的出发点和核心概念。^[92]出身艺术家的意大利设计大师艾托尔·索扎斯(Ettore Sottsass)就曾经说:对我来说,设计是讨论生活的方式,是讨论社会、政治、美食……设计不应被限制于赋予蠢笨的工业产品以形式,而应加以引导,首先得教导设计者去研究生活,只有生活才能最终决定设计,也就是说人们的生活方式决定着设计。

所谓生活方式,是指人生活着方式和存在的形式。它有两个层面的涵义,一是作为生命肉体活着;

二是人所从事的各种生产、工作、生活的内容、过程、方式和形式。设计是对物或环境的设计,也是一种物或环境使用方式的设计,使用方式的改变必然会对生活方式产生一定的影响。值得注意的是,生活方式毕竟是历史的,受各种物质条件的限制,一定的生活方式产生与之相契的设计。设计既是生活方式的产物,也是改变生活方式的供给者。^[97]

城市公共设施体验设计是城市生活方式的产物,同样也丰富、改变着城市生活方式。它是为使用者产生体验与美好的回忆提供“道具”、“生情点”,它必须为产生体验的整个“剧情”、“主题”服务,必须满足“演出”的需要。而“剧情”所以能够与“观众”取得共鸣,是因为它再现或印证、憧憬了使用者的某种过去或将来的生活体验,从这层意义上讲,公共设施体验设计提供的是一种使用者向往或能激发他积极参与的生活体验方式。

德克霍夫(Derrick de Kerckhove)在《文化肌肤》中认为:“在不远的将来;设计的灵感来源将不会被局限于传统的美和功能这样一些概念,而将会来源于我们最古老的对智慧的渴求。”^[92]人们渴望决定自己的生活,并热切地希望投入这个创造生活的全过程中去,在过程中得到智慧,获得提高。过程体验本身就给了人满足感,对未来未知领域的探索,回味过去他人或自身的经历往往会超越最终结果——产品意义本身的意义。这种过程给予人类的满足感甚至可以让人忽略最终产品的某些不足。^[96]

在经济高速发展的中国东部城市中,自助提款机、泊车咪表、自动售票机、网络查询机等各种城市自助设施随处可见。这些城市公共设施在给予人们生活、工作便利的同时,也令生活在其间的人们体验着“信息、科技与高效、竞争”的城市生活方式。

由此可见,城市公共设施体验设计提供的产品是一种全方位、系统化的生活方式,它具有广阔的扩展空间和丰富的人文内涵,它在赋予了使用者更多自主性的同时,由于使用者可根据体验需要选择“剧情”,也就更多地兼顾了人的自身,即“人性化”。作为体验的各个要素,设施与人、城市间具有很强的互动效应,三者互为条件、互为依托、互为基础,共同构成了具有特定主题体验的城市人群生活方式。

四、城市公共设施体验设计构建的是全局、整体观的设计系统论

城市公共设施体验设计强调的是公共设施、

人、环境的整体性,是将三者纳入一个整体的系统之中,予以通盘地“统筹”。由设施、人、街道、大环境等共同构筑公共设施体验设计的全剧,目的是通过设施的体验设计,公众的体验参与,创造公众美好的体验感受,从而构建由小入大的全局、整体观的设计思想,即设计系统论。

系统论的核心思想是系统的整体观念。一般系统论的创始人,美籍奥地利理论生物学家贝塔朗菲(L.Von.Bertalanffy)强调,任何系统都是一个有机的整体,它不是各个部分的机械组合或简单相加,系统的整体功能是各要素在孤立状态下所没有的新质。他用亚里斯多德的“整体大于部分之和”的名言来说明系统的整体性,反对那种认为要素性能好,整体性能一定好,以局部说明整体的机械论的观点。同时认为,系统中各要素不是孤立地存在着,每个要素在系统中都处于一定的位置上,起着特定的作用。要素之间相互关联,构成了一个不可分割的整体。要素是整体中的要素,如果将要素从系统整体中割离出来,它将失去要素的作用。^{[1]38}正如在城市公共设施体验设计中,设施、人、环境互相之间是不可割裂的,只有将三者系统化、有机地构成于一体,才能有效地形成“体验”。

城市公共设施体验设计中的环境是一个广义的系统概念,它是指围绕着人类的外部世界,是人类赖以生存和发展的物质条件的综合体。环境为人类的社会生产和生活提供了广泛的空间、丰富的资源和必要的条件。而环境习惯上又可分为自然环境和自然环境。自然环境是指环绕于人类周围的自然界,自然环境是人类赖以生存和发展的物质基础。社会环境是指人类在自然环境的基础上,为不断提高物质和精神生活水平,通过长期有计划、有目的的发展,逐步创造和建立起来的人工环境,如城市、农村、工矿区等。社会环境的发展和演替,受自然规律、经济规律以及社会规律的支配和制约,其质量是人类物质文明建设和精神文明建设的标志之一。

街道是城市环境的重要组成部分。它就像一个舞台,每天都上演着有关市民生活的活话剧。如果说街道是舞台,那么周围的建筑、环境则是巨大的舞台背景,而公共设施就成了举重若轻的道具。道具应该符合剧情和布景的需要,公共设施设计也应该符合大众公共生活的需要,并与自然和社会环境保持整体上的协调,这种协调既不应只停留在表层上的“附和”,更应追求一种精神上的升华、深远意义上的引领及主题上的深层次统一。

拿法国设计师菲利普·帕特里克·斯塔克(Philippe Patrick Starck)设计的一款路灯为例,其设计理念采用欧洲中世纪骑士手中的长矛造型,材料采用钢质材料,被业内专业人士认为是新颖独特的创意。但将其置于中国北京这样一座古色古香的都市氛围中,似乎有不妥之嫌。^{[6]278}“城市的特色危机”是全球性问题,城市公共设施的体验设计无疑是解决这一问题的一剂良药。现代城市设施的设计往往不顾城市的历史与文脉,到处照搬照抄,不是盲目的复古,就是追求所谓的时尚,难以体现公共设施的本土性、特色性。我国城市现有的公共设施大多缺乏与人文、环境、建筑的协调性。公共设施没有采用统一规划、设计、生产和保养的经营模式,风格不统一,城市独特的整体形象难以架构,更谈不上系统化地产生独特“体验”,不仅没有成为城市一道靓丽的风景线,反而是自我诋毁,自惭形秽,俨然沦为都市篇章中的败笔,甚至是“毒瘤”,种种景象不胜枚举。

五、城市公共设施体验设计实施的基础是人的参与

一个故事有了道具,有了舞台,有了布景还不足以展开,必须有演员去表演、去参与才够生动、具体,才能产生剧情的需要——体验的产生。在城市公共设施体验设计中,使用者的参与是体验设计的重要内容,是设计的实施基础,也是检验设计成功与否的标尺。同时,由于使用者个体对象的差异(思想、经历、阅历、文化、民族、背景等),针对同一个“道具”与“舞台”,会产生不同的体验与回忆,有着迥异的诠释与理解,这也正是设计的多样性、个性化的体现。

就公共设施而言,可根据使用者是被动参与还是主动参与,以及使用者是融入“剧情”还是吸收信息两个角度进行划分。被动参与是指使用者完全不参与体验的演出,就像影剧院里的观众。主动参与是指使用者就是创造体验的主体,就像自助漂流,游客本身成为风景线的有机组成部分,通过嬉闹和划桨、撑篙,创造出可供他人体验的视觉与听觉效果,自己本身也构成了场景要素。

第一种方式,主要是使用者从公共设施中体会设计者所要传达的意境,从而唤起使用者的某种联想,这种联想与使用者自身的某种生活体验密不可分。虽然唤起联想的导线是相同的——同一个设

施,但不同的人由于生活经历、文化素质、民族习惯、兴趣取向的不同,产生的体验也会不尽相同。例如,悉尼歌剧院,有人说它像贝壳,有人说它像修女的帽子,也有人说它像汹涌的海浪,虽然难以共鸣,但有一点是一致的,就是它让人产生了建筑以外的体验。不管设计者的初衷是什么,设计的附加功能经过使用者的参与得以实现。成功的公共设施体验设计应该能够抓住使用者的情感需求,找到一个可以引发、拨动使用者情感世界的“动情点”,才能设计与使用者的“碰撞”间产生“火花”。

第二种方式,使用者的主动参与,这种方式更像是现在流行的DIY,如手机可以随心所欲地变换彩壳,或者是使用者自己动手安装产品等。在自己动手的过程中,创造体验,不再是由产品唤起相关的体验。在主动参与的过程中,不仅可以通过感觉器官感受外部世界,而且能够产生心理上的满足感与成就感。

对公共设施进行体验设计实施的基础是人的参与,能够建立人与设施的互动、共鸣,增加环境设施的亲和力、吸引力,从而达到人与环境、设施的和谐。人们参与教育体验是想学习,参与逃避体验是想去做,参与娱乐体验是想感觉,而参与审美体验则是想到达现场。公共环境设施体验设计服务的最终对象还是人,人是产生体验的主体。公共环境设施体验设计为人提供了生活体验方式,从而创造了“人与物、人与环境”的协调关系。

六、结 语

设计是一种体验,设计是一种感受,设计是一种发现,设计是一种动机,对于我们现代人而言,设

计带给人类的无疑是一种领悟,是对人生体验的表达。^[7] 体验经济的浪潮席卷着现代人生活的各个层面,深刻地改变着我们的生活方式、价值观念、行为习惯,更在逐渐颠覆我们曾经固守不变的设计准则、方法。体验经济呼唤体验设计,体验经济背景下的城市公共设施不再是简单功能的载体,它包含着设计者与使用者的主体体验。

注释:

- ①城市公共设施,通常是指候车亭、座椅、垃圾桶、路灯、各式商亭、公共厕所、公共布告牌、地图指引牌、城市信息牌、饮水处、标识牌、电话亭等为人们提供生活方便的固定设施。
- ②产品体验设计,是指根据一个时间、一个地点和所构思的一种思想观念状态,从一个诱人的故事开始,重复出现该题目或在该题目上构建各种变化,使之成为一种独特的风格,而根据用户的兴趣、态度、嗜好、情趣、知识和教育,通过市场营销工作,把产品作为“道具”,服务作为“舞台”,环境作为“布景”,特别地使用户在商业或使用活动过程中感觉美好的体验,产品所体现的体验价值仍长期逗留在海中,即创造一项顾客拥有美好的回忆、值得纪念的产品娱乐活动过程的设计。

参考文献:

- [1]B·约瑟夫·派恩,詹姆斯·H·吉尔摩.体验经济[M].夏业良,译.北京:机械工业出版社,2002.
- [2]左铁峰.论体验经济条件下的产品体验设计[J].装饰,2004,(10).
- [3]赵江洪.设计艺术的含义[M].长沙:湖南大学出版社,2005.
- [4]柳冠中.事理学论纲[M].长沙:中南大学出版社,2007.
- [5]德克霍夫.文化肌肤:真实社会的电子克隆[M].汪冰,译.保定:河北大学出版社,1998.
- [6]王受之.世界现代设计史[M].北京:中国青年出版社,2006.
- [7]彭吉象.艺术学概论[M].北京:高等教育出版社,2002.

责任编辑:张德学

An Analysis of the Experience Design for Municipal Public Facilities

Zuo Tiefeng, Gao Wei

(Department of Arts, Huangshan University, Huangshan245041, China;

Library, Huangshan University, Huangshan245041, China)

Abstract: In the experience design for municipal public facilities, facilities are interpreted as "properties", the environment becomes the "setting", users play as "actors", and the good subject is the "scripts and the core" of the whole experience. What the experience design for municipal public facilities aims to provide is a life style which can arouse the users' beautiful memories and life experience and what the experience design of municipal public facilities aims to construct is an overall and integral system theory in design. The main subjects of the experience are the users and the essence of the experience is the memory of a series of unforgettable events with emotional appeal in the minds of the users.

Key words: Experience economy; Experience design; Municipal public facilities

城市公共设施体验设计探析

作者: [左铁峰](#), [高巍](#), [Zuo Tiefeng](#), [Gao Wei](#)
作者单位: [左铁峰, Zuo Tiefeng\(黄山学院, 艺术系, 安徽, 黄山, 245041\)](#), [高巍, Gao Wei\(黄山学院, 图书馆, 安徽, 黄山, 245041\)](#)
刊名: [黄山学院学报](#)
英文刊名: [JOURNAL OF HUANGSHAN UNIVERSITY](#)
年, 卷(期): 2009, 11(2)
引用次数: 0次

参考文献(9条)

1. [B·约瑟夫·派恩, 詹姆斯·H·吉尔摩, 夏业良 体验经济](#) 2002
2. [左铁峰 论体验经济条件下的产品体验设计\[期刊论文\]-装饰](#) 2004(10)
3. [赵江洪 设计艺术的含义](#) 2005
4. [柳冠中 事理学论纲](#) 2007
5. [德克霍夫. 汪冰 文化肌肤: 真实社会的电子克隆](#) 1998
6. [王受之 世界现代设计史](#) 2006
7. [彭吉象 艺术学概论](#) 2002
8. [城市公共设施, 通常是指候车亭、座椅、垃圾桶、路灯、各式商亭、公共厕所、公共布告牌、地图指引牌、城市信息牌、饮水处、标识牌、电话亭等为人们提供生活方便的固定设施](#)
9. [产品体验设计, 是指根据一个时间、一个地点和所构思的一种思想观念状态, 从一个诱人的故事开始, 重复出现该题目或在该题目上构建各种变化, 使之成为一种独特的风格, 而根据用户的兴趣、态度、嗜好、情趣, 知识和教育, 通过市场营销工作, 把产品作为“道具”, 服务作为“舞台”, 环境作为“布景”, 特别地使用户在商业或使用活动过程中感觉美好的体验, 产品所体现的体验价值仍长期逗留于脑海中, 即创造一项顾客拥有美好的回忆、值得纪念的产品娱乐活动](#)

相似文献(10条)

1. 学位论文 [周仕参 体验经济下工业设计新理念——体验设计的研究](#) 2006

随着体验经济这一全新的经济形态的出现, 人们的生活意识逐渐从物质走向精神, 从硬体走向软体, 从理性走向感性。我们需要一种新的设计理念, 以适应新经济时代的要求和体验经济下人们的消费需求特点。本文作者结合体验经济和设计的相关理论提出并阐述了这种新的设计理念——体验设计。在体验设计理念要求下的工业产品除了要满足一般的美观性、使用性、功能性的要求外, 还需要能满足多样化、个性化以及消费者心理层面的需求。因此可以说, 体验设计就是以人文精神为核心, 追求多样化、舒适化、情感化以及个性化的真正以人为本的设计。 文章第二章主要论述了体验经济时代已经来临的观点, 阐释了体验经济的概念以及特点, 同时论证了体验经济发展的依据和介绍了体验经济在国内外的概况。本章所有这些论述最终都是为了给本文的核心“体验设计”的理论提供背景参考和理论依据。 文章第三章首先研究了经济形态演变与设计理念发展的关系, 提出新经济需要新设计理念的观点。然后主要论述了体验经济下消费需求形态的一些基本特征, 同时分析了体验经济下人、科学技术、市场等因素对工业设计的影响。并在这些分析的基础上论述了体验经济下工业设计的发展趋势和提出了适合体验经济形态的工业设计新理念, 即以体验为导向的“体验设计”。 文章第四章是全文的重点所在, 主要阐述了基于体验经济下工业设计新理念——体验设计的概念、理论基础、类型、表现手法、评价系统等, 并重点分析了体验设计的六大模块: 感官体验设计、情感体验设计、思考体验设计、行为体验设计、关联体验设计和混合式体验设计, 同时这六大体验模块构成了新设计理念的基础和核心。 第五章主要是针对体验设计的六大模块结合案例进行分析验证。 最后, 总结全文, 得出结论, 并指出论文不足之处。 总之, 本文是从体验经济下消费形态的演变来考察设计理念的发展, 旨在提出一种能满足新经济下人们消费需求的造物文化方式, 体验设计是对传统工业设计理念的继承, 同时也是对现代工业设计理念的探索。

2. 会议论文 [郑林欣, 汪颖 体验经济下的体验设计——从飞利浦设计带来的新概念谈起](#) 2004

本文从飞利浦关于未来家庭设计的新概念入手, 探讨体验经济和体验设计。未来的产品将会越来越智能化和具有互动性, 我们正在进入一个人机结合的智能环境。体验经济是继农业经济、工业经济、服务经济之后的一个新的经济时代, 是企业以服务为平台, 以产品为工具, 围绕着消费者创造出值得消费者回忆、体验的活动, 强调体验也是一种经济物品。在体验经济下, 产品是体验的载体, 是传递体验的工具。此外还论述了体验设计的概念。

3. 期刊论文 [覃京燕, 陶晋, 房巍, QIN Jing-yan, TAO Jin, FANG Wei 体验经济下的交互式体验设计 - 包装工程](#) 2007, 28(10)

随着体验经济的来临, 人们对物质生活追求提升到更高精神体验的要求。体验设计作为一种新的设计方法, 将会加强传统设计中的情感化和体验关注, 给传统设计带来新的活力。尤其是虚拟现实中的交互式体验设计研究将会人为创造并改变虚拟环境, 为体验需要创造更多的精神享受, 为经济发展创造更多社会资本。

4. 会议论文 [汤志坚 体验经济与体验设计](#) 2004

体验经济是从服务经济中逐渐演变形成的一种新的生产、消费模式, 它是现代社会发展及人们思想观念转变的必然产物。通过体验性设计, 企业能为顾客提供比传统的服务方式或产品更丰富更有价值的感受和体验, 从而满足现代人对精神价值的更高需求。而人类心理需求的特点导致了体验经济巨大

的市场空间和发展潜力。因此,对体验设计进行深入的探讨,了解其特点和发展规律是有其重要的理论和现实意义的。

5. 期刊论文 曾莉. ZENG Li 体验经济与展示设计——以科技馆体验设计与创意为例 -艺术探索2007, 21(4)

以经济学和心理学视角为铺垫,结合展示设计学科特点,并以科技馆体验设计与创意为例,致力于研究体验经济语境下,展示设计语言和方式的新变化,总结展示设计活动经验,探索未来展示设计的发展变化。

6. 学位论文 余静贵 基于体验经济条件下的产品设计研究 2007

20世纪90年代,人类已迈入了“新经济”时代。正如西方经济学家所言,体验经济已成为继产品经济、商品经济和服务经济之后的一种新型的经济形态。它是一种开放式互动经济形式,主要强调商业活动给消费者带来独特的审美体验,其灵魂和核心是主题体验设计。不同的经济时代对应要求不同时期的不同设计形态和思想。产品经济强调设计的物质功能,商品经济强调设计的市场引导,服务经济强调设计内涵和外延的扩展,而体验经济强调设计中的主题思想,强调消费者的互动参与,强调消费“设计”过程中的美好感觉和愉快体验。体验设计就是根据一个时间、一个地点和所构思的一种思想观念状态,重复出现该题目或在该题目上构建各种变化,使之成为一种独特的风格。体验经济时代,产品扮演着一个重要的“道具”的角色,它是体验设计的一个子系统,体验环境中的产品所体现的体验价值会长久留在脑海中,即创造使顾客拥有美好回忆、值得纪念的产品设计,被称为产品体验设计。角色如何增加自身的魅力,来造就体验成为产品设计的焦点,作为产品设计师,该如何把握它,设计出人们愿意体验的产品呢?

本文就从产品体验设计诞生的经济背景出发,阐述特定经济条件下产品体验设计的特性,再逐步探讨产品体验设计的若干途径和方法。从广度和深度上进一步挖掘产品设计的新思想和方法。

7. 学位论文 段金娟 公共环境设施体验设计研究 2007

本文首先论述了体验经济的概念、背景、特征以及体验经济时代的来临。在体验经济的大背景下重新审视公共环境设施,分析国内外公共环境设施设计研究的历史背景、现状、存在的问题及发展趋势,指出公共环境设施的设计存在缺乏亲和力 and 吸引力、与环境不和谐、千篇一律等较多问题。基于解决问题的角度,阐述了对公共设施进行体验设计的必要性和指导意义,提出将体验设计思想引入公共环境设施设计、对其进行体验设计的观点。依据体验经济的理论,本文归纳分析了公共环境设施体验设计的种类和影响公共环境设施体验设计的几项要素,提出公共环境设施体验设计以公共空间为舞台,以公共环境设施为场景和道具,围绕用户创造值得用户回忆的体验感受,其目的是使用者的参与及用后的美好回忆与生活体验;使用者的参与及体验是整体设计的重要内容,也是检验设计成功与否的标尺;论述了公共环境设施体验设计的特征,重点探讨了公共环境设施体验设计常用的方法和流程;最后本文结合实例对公共环境设施体验设计进行了分析研究,总结公共环境设施体验设计的要点及趋势。体验经济作为全新的经济形式,它的来临使体验设计成为设计界新的焦点,但迄今为止,体验设计还没有形成成熟的理论框架,且公共环境设施设计在我国也是一个相对较新的课题,因此体验设计在公共环境设施设计中的应用,多是出于自发的下意识,而缺乏系统的理论依据与指导。本文中,笔者尝试对公共环境设施进行体验设计研究,仅仅是该领域研究的一个初浅的尝试,旨在通过本文的资料整理和分析能够为公共环境设施的体验设计提供部分理论的依据和一定的参考。

8. 学位论文 陈改花 儿童产品包装中的体验设计 2008

本文以体验经济理论模式为基点,通过研究体验经济时代下,体验设计这一新型设计理念,着重论述产品包装体验设计的必要性、儿童产品包装体验设计的特征及如何实现儿童产品包装的体验设计等。本论文的意义在于指出以体验设计理念为导向的儿童产品包装设计,有利于儿童健康发育、心智成长,有利于儿童感知能力、创造能力、审美能力、动手能力等方面的促进和提高。指出21世纪儿童产品包装的体验设计是娱乐性与教育性的完美结合,让儿童在潜移默化中健康成长,要实现对儿童这个特殊群体的无微不至的人性关怀。

9. 学位论文 桑瑞娟 工业产品体验设计方法研究 2006

当今社会的经济形态已经从“产品经济时代”、“服务经济时代”过渡到“体验经济时代”,作为经济提供物的基石——产品的属性也随着经济形态的变化而变化。产品是工业革命的产物,它是时代经济、技术和文化的内在反映,体验经济的发展驱动了体验设计的发展。本文通过分析产品中的体验形式,提出了体验设计方法研究。本文分为四个部分:第一部分,阐述体验经济的发展及其给设计界带来的发展趋势,说明了体验设计的研究价值;第二部分,分析具有体验性价值的产品,总结能够产生体验的形式;第三部分,在产生体验的形式基础上,提出相关的体验设计方法;第四部分,设计实践,运用体验设计方法指导实际设计项目。

10. 会议论文 史澎涛 体验设计在家具设计中的应用 2006

继农业经济、工业经济、服务经济之后,我们正在进入经济发展的第四个阶段——体验经济,同时以其为背景的体验设计在众多的设计领域也显现出其重要作用。本文首先简要分析了体验经济重要影响及其背景下的体验设计的概念,继而探讨了当今家具设计的趋势及发展方向,着重从家具的材质、色彩等几个方面结合具体的实例讨论了体验设计在家具设计中的应用。由此总结了体验设计对家具设计的重要意义。最后,对设计师在具体家具设计中如何运用体验设计方法提出了一些具体建议。

本文链接: http://d.wanfangdata.com.cn/Periodical_hsxxyb200902028.aspx

下载时间: 2009年10月23日