

系统服务产品设计

Systematical Product Design of Service

胡汉华 _ 编著

系统服务产品设计

Systematical Product Design of Service

胡汉华 _ 编著

图书在版编目(CIP)数据

系统服务产品设计 / 胡汉华著. -- 南昌: 江西美术出版社, 2017.8

ISBN 978-7-5480-5605-8

I. ①系… II. ①胡… III. ①艺术-设计 IV. ①J06

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 201140 号

责任编辑 _ 戴环宇 许越敏

封面设计 _ 郭 阳

责任印制 _ 谭 勋

系统服务产品设计

Systematical Product Design of Service

编著 _ 胡汉华

印刷 _ 江西千叶彩印有限公司

出版 _ 江西美术出版社

版次 _ 2017 年 8 月第 1 版

社址 _ 南昌市子安路 66 号

印次 _ 2017 年 8 月第 1 次印刷

邮编 _ 330025

开本 _ 787 × 1092 1/16

电话 _ 0791-86566241

印张 _ 8.75

网址 _ www.jxfinearts.com

ISBN 978-7-5480-5605-8

经销 _ 全国新华书店

定价 _ 46.00 元

本书由江西美术出版社出版。未经出版者书面许可,不得以任何方式抄袭、复制或节录本书的任何部分。

本书法律顾问:江西豫章律师事务所 晏辉律师

版权所有,侵权必究

序言

《系统服务产品设计》一书是对本人从事设计和设计教育工作十几年以来的关于“系统服务设计”的阶段性的总结，是现在在做的，和将要进行的学术研究和实践应用的重要内容之一，也是本人一直主要感兴趣和研究的系统服务设计、设计逻辑思维体系、传统工艺文化与系统服务三个方向之一。

现在有很多关于“服务设计”的专业书籍，这些书籍介绍了很多关于“服务”相关的概念，探讨了如何提升已有服务，如何以最经济的办法去获得最大的价值。这些书籍有的从设计管理的角度去讨论，也有的从百科全书式的角度去罗列各种服务，也有的从信息传达的角度去谈非物质化的“服务”概念。这些书籍让我们接触到了比较前沿的“服务设计”以及“非物质化设计”的概念，为行业提供了很好的参考。但是这些书籍或多或少都存在一个问题或者说都有一个局限，那就是，一线的设计师不清楚“服务设计”的概念，做服务的不懂如何去设计、如何执行和落地，所以这些书籍的现实局限性就是在于难以真正地让一线的设计师去理解和使用“服务设计”这个相对抽象的概念，也更加难以将抽象的“服务设计”的概念具象化、个性化、设计师化。

现在的设计师在社会生产生活中的话语权并没有得到加强，反之却在日益地“被大众化”和削弱。被大众化指的是设计师的职业门槛越来越低之后（一些没有真实水平的人随便在街边租个店面就称之为“设计工作室”），设计职业的含金量大幅减少，被稀释得很厉害，这当然也由于高等设计教育的持续大量扩招和粗放发展。设计师们在生产链中的地位表面上提高了（大家都在提倡原创和注重外观），实质上越发地可有可无（因为企业太容易找到可以去替

换的设计师)。设计师急需一些新的思考方法和出路去提升自身的专业度,得到和社会对话的话语权。就如同20世纪初的众多欧美设计运动改变了人们对“美”、对商品的价值观和态度,他(她)们一直持续引导大众消费一个多世纪。

设计师现在面对着诸多的问题,其实这也是机遇所在,问题和机遇都来自现今社会结构的多维度、丰富性、关联性。现今的社会本身就是一个复杂的系统,这个系统内部的元素相互影响,组成结构,结构反过来又影响着社会的形态。那为什么不用“系统”的办法去重组、创新我们的产品设计呢?我尝试用“系统”的概念去找到好的解决办法。

系统服务产品设计就是在系统平台框架内充入非物质的创新服务概念,该框架内部由众多相对独立、又相应关联的元素组合而成。而这个框架本身和非物质的创新服务又恰恰是需要传统的产品设计手段去物化和提升的。在这本书里,我主要阐述的就是怎么让传统的产品设计更加具有系统的外延意义(而非仅仅的外观设计),我要尝试放大传统产品中所只具有的一点点的“服务”的内涵,让服务的内涵占据产品开发的核心地位。尝试平息传统产品设计中一直存在的一点点的“服务”内涵和纯粹形式感之间的纷争。

非物质化的创新服务在当今的社会文化潮流中的一个积极映射就是国家现在大力倡导的“非物质文化遗产”的传承。因为在“非遗”传承中,更多的是民族情感的延续和民族优秀工艺和文化的传承与发扬光大,而创新服务本身强调的也是对非物质化服务的挖掘和发扬,所以创新服务的对象可以正好是“非物质文化遗产”!在书中,我尝试阐述用系统服务产品设计的方法去让传统工艺文化合情合理地“跨界”,初步建立传统工艺文化的可持续发展的体系,当然还有实现这些升级转化的具体切入点。“系统服务产品设计+‘非遗’工艺文化”是站在时代的脉搏上面舞动的精彩,它可以是学术的、

公益的、有历史意义的。我个人甚至认为这是我们中国设计制造真正成为具有国际高度的一条道路。

本人既是一名设计专业的教师，也是一名长期服务于市场的设计师。在现在的单位工作和教学足足十年，看到了我们的教育工作硕果累累，取得了很大的进步，涌现出了许许多多优秀的教师和毕业生。但是我們也需要正视在教育工作中面对的困难和问题，为的是争取更大的进步！

具体如何提升设计教学的水平？我想可以采用设计中的方法（系统服务产品设计）去促进设计教育工作更完善、更整体和更系统。通过对教学各个有机元素（专业之间、设备之间、人员之间、资源之间等）的整合，打通这些元素内在的关联，找到它们内在的逻辑，逐渐形成“大设计”的教育思路。对于这个教育思路，我们如果站在设计的角度去看的话，正好就是系统服务产品设计：作为服务机构的高校，就应该提供创新的服务给它们服务的学生。

本书中，从系统服务产品设计的介绍到“非遗”工艺文化的传承，再到“大设计”教育资源的整合和服务。本书说的是这三个表面没有直接关联的板块内容，但是本质和核心都是紧紧地围绕着系统服务产品设计的外延和应用展开著述的，因为“非遗”工艺文化的传承和设计教育的整合服务都非常符合系统服务产品设计中最重要的两点：非物质化服务的创新和产品设计的结合、元素的优化整合必定引起创新服务的产生！

胡汉华

2017年5月于北京

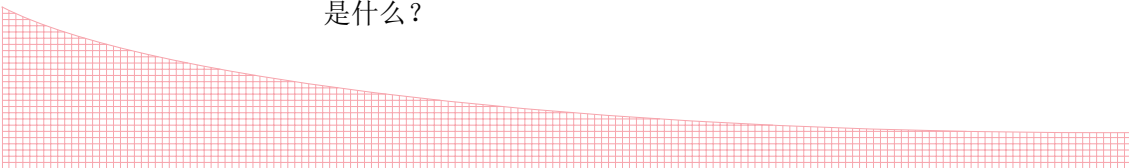
目录

一、系统服务产品设计产生的背景 -----	P09	P13
二、系统服务产品设计的定位 -----	P14	P31
三、系统服务产品设计的定义 -----	P32	P37
四、系统服务产品设计的组成元素 -----	P38	P58
1、系统		
2、服务		
3、创新		
4、设计		
五、系统服务设计的内容和流程 -----	P59	P83
1、我们现在的产品设计的一些现状，从结果去批判流程		
2、系统服务设计的基本内容		
3、系统服务设计的步骤		
4、系统服务设计中的产品设计特点		
六、传统工艺文化和系统服务产品设计 -----	P84	P104
1、传统工艺文化的提出		
2、传统工艺文化的价值发掘		
3、建立传统工艺文化的可持续发展体系		
4、社会关系价值的提升		
5、融合传统工艺文化和系统服务产品设计的一些具体想法		
七、用系统服务设计的方法进行设计教育 -----	P105	P139
1、做教师、做设计师最重要的是责任心		
2、强调设计过程的重要性		
3、大设计教育思路		
4、优秀系统服务设计学生作品展示		

系统服务产品设计产生的背景

内容提示：

工艺美术运动、Art Nouveau 运动，包豪斯设计教育、国际主义建筑风格、各种现代主义和后现代主义商品品牌的出现，直到今天的“互联网+”行业的兴起，系统服务产品设计产生时代背景是什么？



一、系统服务产品设计产生的背景

产品设计从最早期的纯手工制品，仅仅是满足人们的肢体功能拓展的需求，慢慢发展到各种传统工艺，自然而然的出现，做到了在满足肢体功能拓展需求的同时，去满足精神层面的追求。再发展到近现代的工艺美术，英国最早出现的工艺美术运动在当时的背景是用来如何抵抗工业革命和大工业生产时代的到来而产生的，是对于工业时代的到来的恐惧、不安和显现出来的孤独；也是在传统手工艺和大工业生产时代之间做的被动的抉择。这种抉择一定会出现一种艺术设计的运动，也一定有运动的代言人和大师。

在产品设计的长河中，包豪斯设计教育是我们不得不提到的。包豪斯设计教育的作用是承上启下，继往开来。他们思考的不仅是如何去提升工业生产，更大的贡献是引导和帮助后人如何去有效地、有意义地进行设计和进行设计教育，把设计生产活动和设计教育结合起来。但是恰恰是对后人的启发和引导的作用，也限制了后人对设计教育的意见，难以在设计 and 设计教育框架内产生百花争艳的局面。所以导致现在的设计和 design 教育的标准越来越单一，没有按照大众认定的标准去进行设计和 design 教育都很难获得市场，我们也很少听得到不同的、个性的声音。

在 20 世纪六七十年代的美国建筑行业首先兴起的世界主义设计思潮对于产品设计的影响巨大，也再一次证明了包豪斯的伟大之处。世界主义简单概括有效率的造型配合大工业的材料，去繁就简，其间接地延续了从 20 世纪初期 IBM 设计师等的设计思路。二战后美国孕育了世界主义的设计浪潮，而在北欧和亚洲的日本同样地孕育出了各自的地域设计文化与 design 主张，他们各自的审美与设计技巧是如此的独立和有特色，直接影响了我国自 20 世纪八九十年代出现的当代产品设计。北欧和日本的设计师因地制宜，采用自己民族的工

艺，延续和发展了民族设计语言。同时，这些设计语言影响了众多的区域内的企业，为这些企业成为全球性的强大企业奠定了坚实的基础，铺平了良性发展的道路。比如瑞典的宜家（IKEA），日本的索尼（SONY）和任天堂（NINTENDO）。这些企业也带着他们优秀的设计师走到了更高的平台上。直到今天，这种大企业和设计师相互交织向上生长的态势还在继续着，站在历史的角度去看我们当下的企业与设计师的有益互动。我们可以举例浙江省的得力文具，设计师强大了一个平常的品牌，品牌也有力地支持了设计师的主张。这种“珠联璧合”的合作促使得力文具以每年 30% 的速度增长，销售额从 2 亿直至现在的 100 亿。这种实实在在为制造业带来真实价值的例子在我们现在制造业实属不可多见。所以说在没有出现实质有效的产品设计的体系和理念的时候，仅仅以理论知识是很难让设计师去为传统企业和市场做出大的贡献，企业也不可能得到实际的效益。

随着技术的升级，科技应用的平民化和商用速度的加快，制造设备的平民化，资本充足，政府重视等有利条件的具备，设计师与社会发生的关系已经完全立体化，多维度。从传统的为企业服务，为单一主体服务变成通过企业，更多地考虑终端消费者的需求，企业和设计委托机构变成了“工具”“桥梁”。“工具”是为实现设计和规划营销的手段；“桥梁”是成为设计师和消费者之间的桥梁，为二者在信息交换、消费体验、营销策划等各方面建立有效联系互动。因为上面的几个主要因素的推动，设计和设计教育行业需要有转变和升级，要找到符合当下科技技术升级趋势的新模式和方法，也要从根本上找到对应的设计思路。

通过技术驱动、通过解决消费者历史痛点的“互联网+”却成为现在最热门的方向，“互联网+”在本质上正是通过信息系统集成了带有新功能的硬件产品，提供传统产品前所未有的消费体验和



瓦弗 (VARV), 台灯带无线充电, 2014 年 4 月 15 日
设计师: Eva Lilja Löwenhielm © IKEA

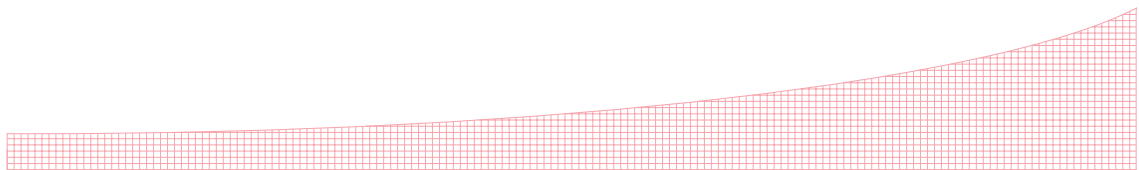
功能延伸!“互联网+”是一个系统平台的概念,“+”的后面从理论上讲有着无穷的可能性,任何事、人、物、环境都可以,它们可以是平行的,也可以说是相互交错的。而“互联网”则是系统平台,我并不认为是简单的工具。如何通过新设计去介入“互联网+”,去介入现在信息生活,这是时代洪流给产品设计的机会,是市场在等待产品设计,是我们响应政府的“大众创业万众创新”号召的一个途径和办法。

所以从早期美国 20 世纪初点对点式的设计服务,靠设计委托来得到利益,到二战以后的日本民族设计的成功,到今天中国在全球甚至都是领先的“互联网+”新经济增长模式的出现,再到长期以来技术、工艺的高度成熟和创新,新的设计时代来临了。系统服务创新设计就是植根于设计的服务属性,受限于新技术工艺,体现在物质化和非物质化之间的高度融合并举。它的到来,真正的水到渠成!它出现的背景,是社会发展阶段性的选择和设计行业自身优化调整的必经之路。

系统服务产品设计的定位

内容提示：

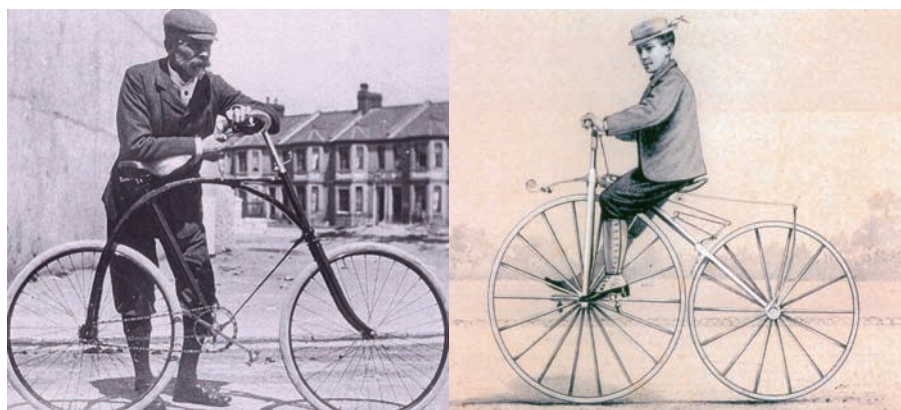
主要内容有系统服务概念；服务模式的变更；工业 4.0 的升级；后现代主义设计的特点；我们现在所处的消费阶段分析；设计业体系需要改进的两点；服务型政府和“互联网 +”与系统服务产品设计。



二、系统服务产品设计的定位

自早期人类开始使用原始材料（石头）作为“工具”，然后有意识的去制作并使用一个工具，再有意识地去谋划、计划、生产一个工具，我们有许许多多种类的产品，也出现了众多的设计开发的理念与主张。在封建社会时期，我们其实已经有了系统服务设计，比如说镖局。我们都知道镖局是得人钱财，凭借武功，专门为人保护财产或者是保障人身安全的机构。古代镖局的运镖，也就是运货，也是现代物流的早期雏形，但是运的镖只是贵重物，不是普通货物。慢慢到后来镖局也做一些汇款的业务，押送银票。随着社会的发展，火车、汽车、轮船、自行车等交通物流工具的出现和盛行后，镖局也退出了历史的舞台。镖局不仅仅提供的是物品的位移服务，更提供的是对物品的保全，是让雇主事实上最有安全感的人。这个行业可以延续 300 多年，一直受到欢迎，核心利益就是社会各种元素的串联、平衡关系和社会秩序的守护者，只不过镖局通过服务的形式和办法生存了下来。

在工业革命之后西方的设计类型慢慢孕育和细分出来，有平面设计、机械设计、服饰纺织品设计、建筑设计、城市空间规划设计、景观设计等，不胜枚举。这些设计类型的出现与发展是每个时代当时发展的必然产物，是行业的发展和社会分工不断细分的必然结果。我曾经在法国圣艾蒂安高等美术学院读书几年，法国圣埃蒂安市仅有 22 万的总人口。在 19 世纪中下叶开始出现了代替马车的机械结构人力驱动的二轮、三轮自行车。2002 年在法国里昂市（距离圣艾蒂安市 40 公里远）诞生了全欧洲甚至可能是全世界最早期的城市共享自行车，这是真正的共享概念。法国里昂市出现的共享自行车是由政府出资购买（公共税收收入），接近无偿提供给市民使用的，并不是以盈利为最终目的的，反观我们正热的共享自行车从本质上



Pierre Michaux, 1813-1893,
发明自行车脚踏板



带踏脚的自行车，锻铁和实木车轮，19世纪下半叶，法国

讲只是租赁的，产权和股权都是属于私人机构的自行车，从长远性来看，他们的目的一定是以盈利性为目的的。法国圣艾蒂安市还有两种有名的产品：丝带和军用器械枪支。我在参观旧军工厂的时候甚至 would 会想，难道这里生产的枪支炮弹在八国联军入侵中国期间被使用了吗？

纵观产品发展的历史，形形色色物质化产品从无到有，所经历的时间有的短暂，有的则不断地进化，有的则慢慢地淡出了历史的舞台，比如打字机，虽然有的地方一定存在着打字机。不可否认的是打字机作为物质化与非物质化形态双向交换的产物，被更强大的新平台或者是新产品所替代。有如在 2017 年 5 月 18 日 MP3 组织宣布 MP3 的格式已经停止更新一样，这标志着一个时代化产物的结束。MP3 是多少八零后、九零后的记忆？回忆当年 MP3 又是如何战胜了 CD 机？如何战胜了日本索尼的 Walkman？日本索尼的 Walkman，各种 MP3 音乐播放器，都和一个元素有紧密的关联，这个元素当然就是时代的创新。具体地说是创新的非物质化功能的提供，这个功能自带着创新的服务性。打字机通过人机交互而达到文字信息的交换，而文字则是最基本的信息传达，交换着最重要的元素，这是毋庸置疑的。在打字机面世之前，我们可能只能以传统“笔墨纸砚”的方式来记录文字、传达信息。而打字机可以快速地、精准地将信息传达出来，使用者也可以和机器有了交互信息的媒介。

我在上大学的时候曾经拥有过几个 MP3 音乐播放器，带着耳朵上分享着从朋友那里拷贝而来的音乐，再也不用拿着相对更加笨重的 CD 播放机，这种轻便的感觉让人至今难忘。从产品开发的角度来看这种 MP3 播放器是由工程技术驱动而非设计师能力驱动，由商业模式的升级比如 Apple 的 iTunes 带动了产品的直接换代而非升级。在这两种驱动升级的背景下，作为产品设计师仅仅成为外观造型设计创作者，而没有可以成为产品研发的主人。从这个角度出发，这也是我国制造业现存问题的一个重要原因。产品设计师在整个产业

链中貌似处于最前端，貌似先有外观，再做内部架构等工程结构，实际这是许多需求已经被挖决定以后，找一个产品设计师去做一个壳，去做一个所谓符合市场需求，符合设计师个人喜好的外观。当然这样的做事程序是非常对的，因为毕竟设计师不可能对各行各业的东西都了解、熟悉和有兴趣，所以一定是相关人士去指引设计师，设计师不可能做各种产品真正的主人。系统服务产品设计所以是要求设计师在能力范围之内去做得价值最长和最大化。设计师在只做一行一业的同时，让自己变得专而多，精而杂。

提起早期的具有服务意识，具有一定创新意识，带有时代烙印的产品，已经被淘汰的产品，还有就是我们曾经熟悉的BP机，也叫“Call机”。那时候一台BP机少则200~300元，多则上千元。别在腰间，通过传呼公司得到家人和朋友的留言，因为那个时候的手机并不普及，电话间通讯费用也贵。所以我们一般是通过固定电话打给传呼台，口头告诉他们，传呼台记录下来，再发送到我们腰间的BP机上面。盈利的途径就是信息传达费用，引进的产品就是比手机便宜的这个折中品BP机。所以，系统服务产品设计在各种设计类型中的定位是最具有创新性和前沿意识，最具有非物质化服务特征的，也最容易产生集群效应的新设计类型。它和其他的设计类型的区别在于传统的设计是一种设计方法，是一种工具，而系统服务产品设计是一种平台，一种服务，是传统设计方法的延伸和完善！

系统服务产品设计在整个设计类型中是具有很强时代特点，容易符合当时人们对非物质化服务的需求。它可以包含众多甚至是大部分设计类型，它也可以是一种让设计更加具有逻辑性的办法，让设计师和商家的产品和服务和具有时代的意义，站在潮流尖端上面。既然服务新产品设计有其潮流的一面，那作为双刃剑，服务型产品设计也一定有其定位的局限：那就是容易被更新换代，容易被其他新服务设计类型所替代。比如说早期我们去照相馆照相、