

基于服务设计视角下的拍立得产品设计调查研究

史文婷

澳门城市大学创新设计学院，中国澳门，999078；

摘要：面对富士拍立得 mini12 机型的全新升级，通过服务设计提升使用群体的使用兴趣和体验的满意度。拍立得产品使用群体多为大学生群体。通过观察法，观察使用拍立得 mini12 机型的用户使用场景和使用现状。通过服务旅程图呈现调查结果，制作使用拍立得 mini12 机型的大学生群体典型用户角色 Personas 图，找到当前的服务痛点。通过访谈法，对典型用户角色的访谈，深入了解用户体验感和用户服务痛点。以调查结果为基础，提出利用服务设计改善大学生群体满意度的提案。通过设计改善提案，帮助改善使用者的体验痛点，提升大学生群体对于富士拍立得 mini12 机型的使用满意度。

关键词：服务设计；用户体验；大学生群体；富士拍立得；满意度

DOI：10.69979/3029-2700.25.11.086

引言

拍立得相机（Polaroid camera）是一种独特的即时成像相机，由美国物理学家 Edwin H. Land 发明^[1]。富士拍立得是富士胶片公司推出的一系列即时成像相机，也称为 Instax 系列。这些相机以其便携、易操作而受到广泛欢迎，适用于各种生活场景，如生日派对、旅行、婚礼等。不同于专业的相机，拍立得操作简单，小巧轻便，方便携带，而且颜值比较高，价格却相对便宜。它能够随时随地满足人们的拍照要求，并快速打印出所拍的照片^[2]。近两年，随着复古风盛行，它以便利性和独特的成像效果，再次捕获了都市年轻人的心^[3]。而拍立得的成片特性与艺术属性是其在数字时代下重新焕发社会生命力的主要原因^[4]。

1 大学生对拍立得设施的需求与现状

1.1 研究方法和目的

服务设计是目前国际设计特点之一。服务设计最早出现在 Bill Hollins 夫妇的设计管理学著作《Total Design》中^[5]。服务经济背景下，服务设计在品牌战略上显得尤为重要，并成为提升品牌价值的重要手段^[6]。服务是一种无形的经济活动，它是以满足用户需求为基础，创造服务价值为目标，为服务提供者与服务接受者（用户）之间进行价值传递的互动行为^[7]。服务设计的核心是人性化，体现出以人为本的设计理念^[8]。在经济水平日益增长的背景下，功能性产品和体验不再能满足当代

用户的需求，只有具有交互性情感关联式的服务体验，才能拉近产品与用户之间的距离^[9]。因此，立足于用户，调查分析用户的类型需求、心理、特点及行为规律等，有助于把握用户的行为意图^[10]。

本研究使用观察法和访谈法，提出使用服务设计的方法进行大学生群体对于拍立得产品满意度研究的新颖角度。站在大学生群体的使用者体验感的角度，进行使用者用户观察及调研，用户旅程图（User Journey Map），人物角色的设定（Personas）以大学生群体为对象，调查目前大学生群体使用感的满意度现状，找出拍立得产品使用中的痛点，并提出改善建议。

2 对大学生使用者的服务设计调查

本研究运用了观察法和访谈法来获取用户体验的原始数据。

2.1 观察法

本研究为了解大学生群体在使用富士拍立得 mini12 机型时的痛点，使用 POEMS 框架进行使用者用户观察研究，共观察五个人，分别使用富士拍立得 mini12 机型和宝丽来 GoGen2，使用环境分别为操场、游乐场等场所。

2.2 访谈法

本研究针对拍立得使用者、拍立得产品商家、拍立得相机维修工作者、富士拍立得竞品使用者进行访谈，访谈概要如表 1。

表 1 访谈统计表

No.	访谈对象	人数	访谈概述
1	拍立得使用者	3	当前使用拍立得 mini12 机型的青少年多以大学生为主，他们整体的使用感反馈还是偏于正向的。大家的使用场景多在游玩等较为正式的场合，拍立得的意义对于大家而言是想要留下一瞬间的美好。在使用过程中，大家对整体的出片效果都较为满意，但也存在一小部分的瑕疵，例如相片发黄、模糊或者过度曝光等问题。
2	拍立得产品商家及维修者	2	售卖拍立得需要向富士去申请资质，现存市面上可以售卖拍立得的商家并不是很多，来购买的人群也都是青年人为主，女孩子偏多一些，也有一些人是买来作为礼物送给别人。现在就 mini 系列而言，mini12 的购买者偏多，还有就是其他的经典机型。相纸作为必需品，比拍立得的需求要大很多，其中白边相纸最为需求旺盛。基本上售卖出去的拍立得很少有出现问题返厂维修的情况。维修的话需要送到上海总部，对于其他地方的购买者来说不是维修过程很方便，需要等待时间较长，在一年的保修期外也需要花费额外的费用。
3	竞品使用者	3	竞品使用者使用的多为宝丽来相机，其与富士拍立得在机型上最大的区别就是出纸口的位置，富士的在相机上方，宝丽来的在相机下方，这也是使用宝丽来拍照不方便的要点之一。其次就是相机和相纸价格问题，宝丽来的价格普遍偏高，选择也有一定的局限性。第三点就是宝丽来相纸对于拍摄后的温度需求较高，不同温度存放相片所出现的效果也大不相同。大家在使用两部机型之后，都一致认为富士拍立得的使用感要比宝丽来方便很多。
4	拍立得意向购买者	2	信息来源多依靠于身边的使用者和社交媒体，这些信息都在吸引着大家想要去拥有一台拍立得相机，主要原因也包含相机的机型选择多样，价格不高，好上手容易操作，出片率较高。

3 大学生使用者的服务设计调查结果

3.1 典型用户角色的设定（Personas）

通过访谈法，对典型用户进行深入访谈。访谈发现，发现大学生群体用户在不同使用场景下的体验痛点多集中在拍摄阶段和相片效果呈现阶段。用户的动机与需求不同，对相机使用经验的参差是造成体验痛点形成的

主要原因。

为了呈现典型用户的特点，根据上述调查大学生群体用户在整体使用流程中的体验情况，使用 Personas 典型用户设定的方法呈现。根据现场调研，本研究分为 3 种典型用户进行人物角色的塑造，她们是谭露露、黄薇薇和罗瑞瑞。这三种典型人物在不同使用场景下的痛点阶段都有不同的使用体验，如图 1。

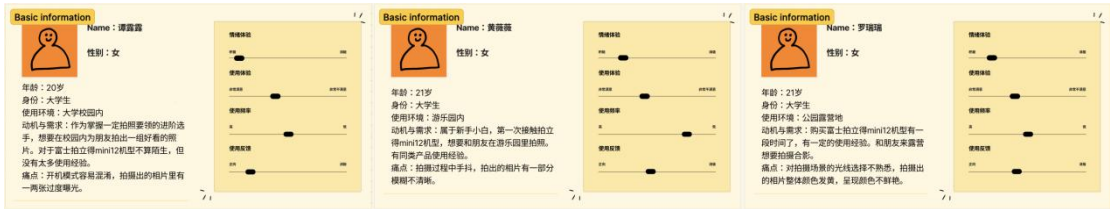


图 1 典型用户角色 Personas

3.2 用户使用流程呈现

本研究使用用户旅程图（User Journey Map）以叙述故事的方式描述大学生群体用户使用富士拍立得 mini12 机型的场景和使用过程的体验情况，以可视化图表的方式展示，从中发现用户在整体使用过程中所出现的问题，总结出体验痛点和满意点，最后根据不同情况提炼出产品在完整使用流程中的优化点和设计的机会点所在^[11]。

根据用户使用现场的观察记录数据统计分析，本研究根据大学生群体的在不同场景下的使用过程全记录，绘制了用户旅程图。从图中可得知，体验痛点大多出现在使用中和使用后阶段，集中于使用后阶段。整体的使用过程满意度较高。如图所示，在使用中阶段的用户情绪起伏较为明显，但多为正向起伏。根据前期的调研内容和用户需求考虑，对目标用户的需求及痛点进行整理归纳，以发现他们之间所存在的共同点，如图 2。

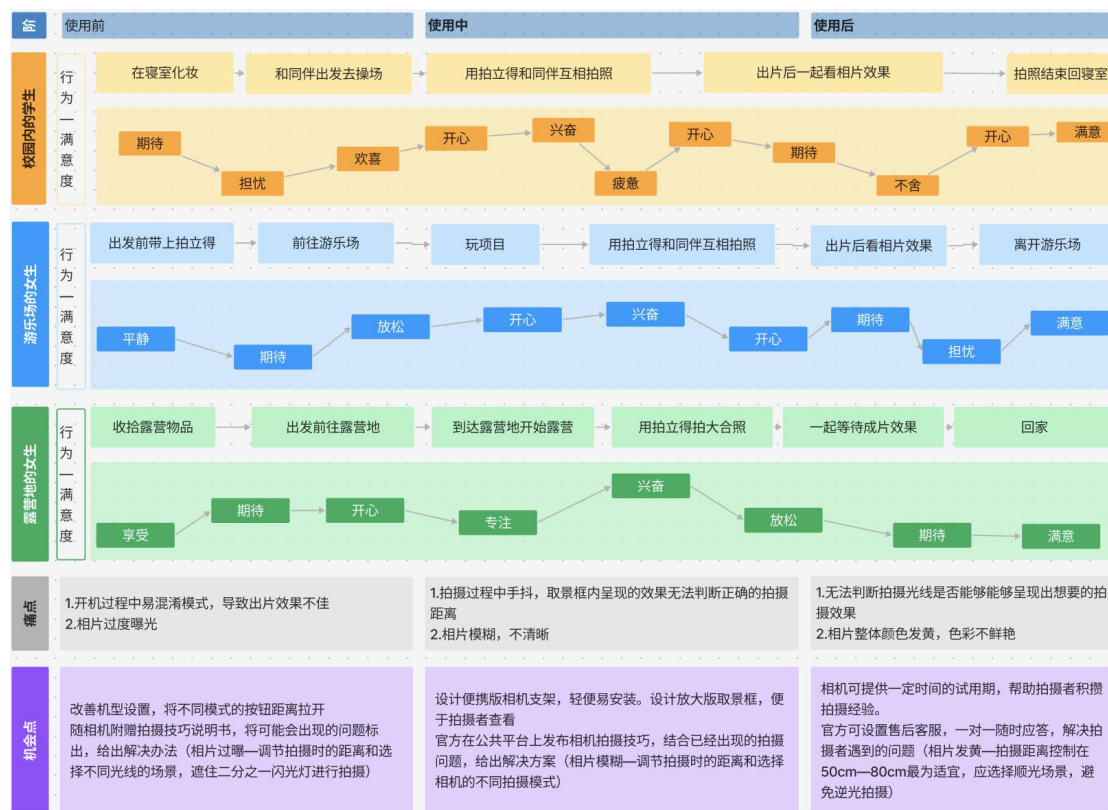


图 2 富士拍立得 mini 12 机型用户旅程图

3.3 体验痛点

在体验痛点研究过程中，我们通过观察法和访谈法，制作典型用户旅程图和典型用户角色 Personnas 图。

在与典型用户体验者面对面访谈过程中，我们了解到不同用户的使用痛点，多集中于使用过程中和使用后。不同用户在不同场景下使用相机进行拍摄，不同的拍摄天气导致用户所处环境的拍摄光线不同，同时室内与室外的拍摄光线不同，对相片的成像也造成了很大的影响。拍摄场景背景板的颜色鲜艳与否，拍摄者与模特的拍摄距离远近，以及拍摄者的拍摄经验是否丰富，都是影响成片效果的关键因素之一。

3.3.1 拍摄使用阶段的问题

由于拍摄者个人因素影响，发生在拍摄使用阶段的问题，大多集中于以下三类。第一是由于相机他拍模式与自拍模式按钮距离过近，导致拍摄者开机时容易混淆，由于模式选择的错误导致最后相片呈现的效果差强人意。第二是拍摄者在拍摄过程中会出现手抖的问题，取景框内所呈现的效果，无法判断拍摄者与模特正确的拍摄距离。第三是因为拍摄者无法判断拍摄光线是否符合预期效果，导致拍摄光线选择错误，最后的成片效果不理想。

理想。

通过服务设计改善方案如下：

- （1）改善机型设置，将不同模式的按钮距离拉开，方便拍摄者在使用时能够快速、准确的把握相机模式。
- （2）设计便携版相机支架，轻便易安装。设计放大版取景框，便于拍摄者查看，及时调整与模特的拍摄距离，达到想要的成片效果。
- （3）相机可提供一定时间的试用期，帮助拍摄者积攒拍摄经验，以减少拍摄者因为拍摄经验不足而出现的拍摄问题。

3.3.2 效果呈现阶段的问题

效果呈现阶段的问题多集中于以下三类。第一，相片过度曝光。第二，相片模糊，不清晰。第三，相片成品整体发黄，颜色呈现不鲜艳。

通过服务设计改善方案如下：

当拍摄成品出现过度曝光的情况，在同一场景下，应遮住二分之一部分闪光灯并适度调远拍摄距离进行再次拍摄。相机应增加对于闪光灯的调节模式，加强对于拍摄模式的调节功能。

当拍摄成片出现模糊，不清晰的情况时，应在相机开启 on 模式时，拍摄距离应控制在 50 厘米到 220 厘米

之间,当相机开启 close-up 模式时,拍摄距离应控制在 30 厘米到 50 厘米之间。

(3) 当拍摄成品出现整体发黄,颜色不鲜艳的情况,在拍摄工程中应处于顺光或侧顺光场景拍摄,避免逆光情况拍摄,拍摄距离控制在距离被拍摄者 50 厘米到 80 厘米内最为适宜。

4 结论

本研究提出使用服务设计的方法进行大学生对富士 instax 相机满意度研究的新颖视角站在大学生使用者体验感的角度,进行现场用户调查,用户旅程图,人物角色的设定,三种方式进行研究^[12],通过研究发现目前大学生使用富士拍立得相机的体验痛点,主要在拍摄阶段以及相机自身。由于相机拍摄时的影响因素过多,在不同场景、不同天气、不同主角数等拍摄情况下。

本研究提出相对应的解决策略,通过使用拍摄时的光线与拍摄距离去避免拍摄照片成品过度曝光的问题。通过开启相机不同拍摄模式以及拍摄距离去避免拍摄照片成品模糊的问题。通过使用拍摄时的光线与拍摄距离去避免拍摄照片成品发黄的问题。与此同时对于相机的改善以及升级也提出相对建议,帮助改善大学生使用者在使用过程中和成片效果出现后所出现的体验痛点,帮助使用者拍摄出效果最为满意的拍立得相片,提升大学生使用者的满意度。

参考文献

[1]金子涵,张梅.限制、示能与联结:怀旧媒介物的数字时代转型——以拍立得相机为例[J].东南传播,2024,(05):13-17.

[2]白利倩.拍立得:精致女孩出游神器[J].理财,2019,(04):70-72.

[3]杨晓彤.拍立得照相馆,定格美好瞬间[J].宁夏画报,2023,(07):85.

[4]黄顺铭,李文斌,张梦洁.“不只是定格”:数字时代下拍立得相纸的社会生命[J].新闻与写作,2023,(11):81-96.

[5]许水丽,江明.基于服务设计理念的公益品牌塑造策略研究[J].设计,2020,33(19):68-70.

[6]李喆,刘天宇.基于服务设计的生活方式品牌提升策略研究[J].包装工程,2021,42(22):257-264.

[7]胡飞,李顽强.定义“服务设计”[J].包装工程,2019,40(10):37-51.

[8]王智鸿,李锋.用户体验设计视域下的日用陶瓷创意策略研究[J].陶瓷学报,2024,45(05):1060-1066.

[9]孙立新,任妍.基于服务设计思维的辽宁非遗品牌化建设[J].包装工程,2020,41(18):273-279.

[10]姜文博,刘维尚,李蕊池.用户行为视角下高校图书馆智慧服务影响因素研究[J].包装工程,2024,45(20):383-391.

[11]王兰,黄黎清,衡子婷.基于用户体验的中药煎煮机设计研究[J].设计,2023,36(16):110-113.

[12]朱子安,咸妍.服务设计视角下的科博场馆小学生满意度调查研究——以上海科技馆为例[J].设计,2020,33(07):54-57.

作者简介:史文婷(2002 年-),女,汉,北京,澳门城市大学,硕士研究生,研究方向:设计学。