

服务设计方法下新媒体装置在红官窑展厅中的应用

doi:10.3969/j.issn.1674-7100.2020.03.010

任妍^{1,2} 吴岳忠¹
翁艳彬¹ 姜立新³

1. 湖南工业大学
人工智能学院
湖南 株洲 412007
2. 沈阳航空航天大学
设计艺术学院
辽宁 沈阳 110000
3. 湖南工业大学
土木工程学院
湖南 株洲 412007

摘要: 在服务设计理念的指导下, 优化新媒体装置在红官窑展厅中的应用策略, 结合新媒体装置的优势, 提升现代展厅的流畅度与交互性。通过分析新媒体装置的功能特征和现实基础, 得出新媒体装置在展厅中的应用优势及功能特性, 并结合红官窑展厅案例总结出新媒体装置在展厅中的一般设计流程及设计应用。以用户为中心的服务设计理念推动着现代红官窑展厅的迭代发展, 新媒体技术的应用在提升红官窑展厅交互性、感官性的同时, 也将成为其发展的重要推动力。

关键词: 新媒体装置; 展览设计; 服务设计

中图分类号: J525.2

文献标志码: A

文章编号: 1674-7100(2020)03-0081-07

引文格式: 任妍, 吴岳忠, 翁艳彬, 等. 服务设计方法下新媒体装置在红官窑展厅中的应用[J]. 包装学报, 2020, 12(3): 81-87.

0 引言

随着我国经济的迅速发展, 人民的需要已经从物质文化需求发展到美好生活需要, 文化建设也要提升至更高层次。主题展览作为一种文化与精神传递的方式, 在很长一段时间里它都起着重要的文化传播作用。在互联网与新媒体技术快速发展的今天, 人们对信息的接收习惯和传播方式提出了全新的需求, 传统主题展览的形式与内涵也将随之转变。

新媒体装置已成为智能时代下最流行的传播工具, 其体验感和交互性更是得到了众多年轻人的喜爱。目前在国内, 新媒体装置主要应用在空间设计和展示设计上, 传播内容也主要是社会话题和文化思潮。新媒体装置的应用为现代主题展览带来了无限可

能, 使观众在沉浸式场景中通过交互参与的方式感受展览的主题思想和内容。例如敦煌研究院数字化研究中心发布的三维全景敦煌石窟, 即利用三维摄像、全景扫描和数字化编程等技术, 建立民族文化遗产数据库, 加工后生成数字影像实现敦煌石窟的全景展演^[1]。2011年, 国家图书馆开始启动“中国记忆”项目, 其中就包括采用新媒体手段对蚕丝织绣、中国年画等非物质文化遗产的再现与传播^[2]。

通过分析湖南醴陵红官窑瓷器展厅的用户需求以及新媒体装置的特性, 本文拟在该展厅中运用新媒体装置, 并设计了其应用模型, 以期使红官窑文化在展厅传播时内容连接更紧密、逻辑性更强、体验感更好, 实现主题内容的与时俱进和展示形式的多元化。

收稿日期: 2020-01-23

基金项目: “5G时代的智能传播与新媒体素养”湖南省研究生暑期学校资助, 湖南省教育厅科学研究优秀青年基金资助项目(19B147), 湖南省学位与研究生教育改革研究资助项目(2019JGYB225)

作者简介: 任妍(1995-), 女, 内蒙古呼和浩特人, 沈阳航空航天大学硕士生, 主要研究方向为服务设计与文化传播, E-mail: 695796172@qq.com

通信作者: 吴岳忠(1981-), 男, 江苏江阴人, 湖南工业大学副教授, 博士, 主要从事信息可视化和推荐系统方面的研究, E-mail: wuyuezhong@hut.edu.cn

1 红官窑展厅的现状分析

红官窑,源于1905年熊希龄创办的清末官窑,创烧了釉下五彩瓷,被誉为“东方陶瓷艺术的最高峰”,现已列入《国家级非物质文化遗产名录》^[3]。红官窑瓷器展示厅作为湖南醴陵红官窑非遗文化与技艺的传播平台,应注重用户服务设计的体验和新媒体技术的应用。目前展厅存在以下问题。

1.1 文化呈现方式单一

作为国瓷的代表,红官窑瓷器饱含着丰富的历史文化、工艺文化和非遗文化,如何将这些灿烂的品牌文化生动地呈现出来是红官窑展厅所面临的挑战。传统主题展览主要的呈现方式为展柜展示、视频展示、等比模型展示和图文展示。红官窑展厅展示形式主要为展柜展示,如图1所示。这种呈现形式过于单一,使得观众只能走马观花地浏览展厅内容;展柜的设计也没有考虑观众的浏览路径习惯,导致摆放在最下方的展品容易被忽略。这样不仅缩短了观众的驻留时间,同时也没有很好达到传播红官窑多种文化内涵的目的。



图1 红官窑展厅展柜

Fig. 1 Exhibition cabinet in Hong Guan kiln exhibition hall

1.2 展示空间缺乏主题逻辑性

红官窑展厅整体布局相对混乱,展厅中没有对功能区进行划分,如图2所示。



图2 红官窑展厅全景图

Fig. 2 Panorama of Hong Guan kiln exhibition hall

从图2可以看出虽然红官窑展厅将不同内容的产品分别进行展示,但从展柜的摆放与空间利用上看,展厅整体凸显集中,缺乏统一的导视系统,展示空间的叙事逻辑散乱,从而导致作品的主题性内容泛化,观众参观时无法集中与深入作品。

1.3 缺少产品工艺体验性

体验文化和参与互动是商业主题展览中不可或缺的项目,同时也是产品与用户深度接触的一个重要环节。观众在体验和参与瓷器制作的过程就是了解产品和红官窑品牌文化的过程。红官窑瓷器烧制技艺具有很强烈的操作性和体验感,从制泥到烧制成品整个过程中蕴含着无数个体验工序,每一个环节都可以作为观众在展厅中的互动项目。然而红官窑展厅在整体功能划分上比较模糊,仅以产品展示为主,并没有设立专门的文化与技艺体验区,使展厅整体功能性单一,缺乏深入人心的体验过程。

2 新媒体装置的功能特性

新媒体装置涉及的领域众多,是艺术发展史上结合专业领域最多的艺术形式,它包括传播学、美学、信息学、心理学、生物学、数学、物理学,以及计算机、音乐等也有所涉及^[4]。在信息技术的承载下,多媒介融合和实时交互手段使人们能够进入到艺术等领域,并进行广泛的参与和多角度体验^[2]。

2.1 基于情感需求的交互性

新媒体装置的交互设计是从关注人的心理、行为出发,着重设计人与人之间、人与物之间、人与环境之间的互动关系以满足人们的情感需求^[5],它可分为参与型交互和感知型交互两类。

参与型交互最大的特点就是需要人的加入,通过人与装置的对话、触摸、运动以及控制来体验主题的内容与思想。如广州美术学院展览馆曾展出的主题为“TEASE-捉弄”的新媒体互动装置,如图3所示。该装置是采用触发装置与摄影视频技术相结合的方式,在体验者捉弄模拟的手、脚、耳装置时,屏幕中的主人就会随着捉弄的方式作出反应,同时摄像装置会记录体验者的行为与表情,并实时投放在装置后的电脑里,这种新媒体装置的交互即为参与型交互。

感知型交互的特点是不需要肢体的接触,其注重观众在视觉、听觉和嗅觉方面的感知,利用光影、声音、气味等要素,制造出强烈的视听感官体验。如广州2019年7月举办的“听见《清明上河图》大型声

景交互艺术展”,采用全息投影和全息声技术,通过声景交互系统将清明上河图的繁华实现了动态演示。



图3 “TEASE-捉弄”的新媒体互动装置

Fig. 3 “TEASE” new media interactive device

2.2 基于场景叙事的沉浸性

沉浸式体验就是让观众置身于主题展览空间的叙事内容中,使其产生沉浸式的感受与思考。新媒体技术与互联网的结合实现主题展览传播形式多元化。新媒体装置的沉浸式体验分成生理体验和心理体验两大类。生理体验也叫外在体验,是观众通过感官与肢体接触,直观地体验展览内容,如邓丽君传奇全息演唱会,如图4所示。全息投影技术对人物和主题还原与搭建使观众身临其境,仿佛置身于场景的角色之中。心理体验也叫内在体验,主要以内容为主、氛围为辅的将观众带入展览场景中,连接观众内心的共鸣点,使其思想沉浸于主题内容中。



图4 邓丽君传奇全息演唱会

Fig. 4 Teresa Teng's legendary holographic concert

2.3 基于反馈评估的数据性

从传媒发展的角度来看,新媒体装置是多种媒介手段的综合体^[6],通过互联网终端与数据统计程序,在呈现展览主题内容的同时也在无形之中收集着参与者的反馈信息,提升了主题展览传播的效果与数据采集的效率。如人脸识别技术在展览中的应用,不仅解决了展品浏览人数的统计,还完成了对参与者分析数据的回收,这对策展人与品牌商在后期评估展览效果与用户分析上起着重要的数据支撑作用。随着5G智能时代的到来,新媒体装置的数据回收将会达到实

时统计、实时分析,以及做到实时调整的水平。

3 新媒体装置在红官窑展厅中的应用研究

新媒体装置在产品服务中的应用,虽然可以给展厅带来沉浸式的场景、交互式的参与和丰富的数据回收,但观众参观与体验主题展览过程中也会导致碎片化的问题呈现。因此设计者应针对新媒体装置的特点进行系统化的组织,使红官窑展厅的整个展示服务具有整体性和连续性^[7-8]。此外,产品在展示与推广的过程中,已不再局限于对产品使用功能的宣传,而更加注重为用户提供优质的服务。因此对产品服务的设计逐渐成为以用户需求为出发点,系统性地运用设计学理论和方法进行服务的创造与规划,以此产出高质量的服务,提升用户体验^[9]。

3.1 用户分析

任何一个成功的展览设计都会对目标用户进行精准的分析,用户分析最基础的工具就是用户模型。交互设计之父 A. Cooper 曾提出了两种构建用户模型的方法:传统用户模型和临时用户模型。传统用户模型是基于对用户的访谈和观察等研究结果建立的,严谨可靠但较费时;临时用户模型是基于行业专家或市场调查数据对用户的理解建立的,快速但容易有偏差^[10]。在如今的智能时代,用户模型的构建更多源自于数据的汇集,新媒体装置与后台数据相结合记录用户行为,通过信息反馈和数据分析即可描绘目标用户画像,从而为产品开发者提供展示的设计方向。新媒体装置下红官窑展厅的用户模型如图5所示。

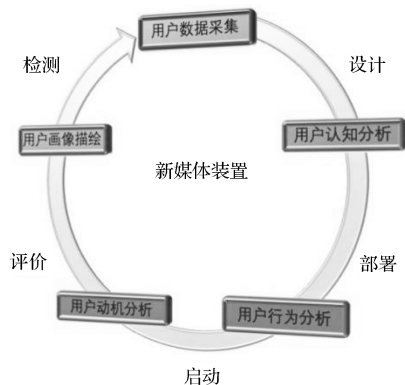


图5 新媒体装置下红官窑展厅的用户模型

Fig. 5 The user model of Hong Guan kiln exhibition hall under new media installation

展厅内设计新媒体装置的位置时,也需依据用户

浏览习惯进行设计,达到设计-部署-启动-评价-检测五步的迭代流程,完成对用户数据采集、认知分析、行为分析、动机分析和画像描绘的目的。

3.1.1 设计层

在红官窑展厅中,利用新媒体装置进行内容设计时主要分为两个方面,即获取用户数据的设计和展厅的叙事逻辑设计。

在获取用户数据时,应利用新媒体装置的交互特性,在用户体验产品的同时间接获取用户数据;装置外形设计也要与展厅产品融为一体,寻求产品的特色并将其放大,以提高用户的观展效果和信息收集效率。如在展厅入口处设置扫描二维码获取展厅讲解内容的装置,用户通过扫描二维码登录小程序或关注红官窑品牌公众号等,该装置为用户提供便利的同时也获得了用户的相关数据,有效降低对用户数据的统计成本。

展厅的叙事逻辑设计,即对用户观展内容的逻辑性进行导视设计。导视设计要建立在以产品为核心,以功能为导向,以互动为延伸的原则上,配合红官窑历史性和时代感的风格,使导视更加与展厅相融合。如运用增强现实技术,通过手机扫描导视上方的二维码即可在手机上获得虚拟解说员,利用语音系统为用户介绍产品信息及品牌文化等内容。

3.1.2 部署层

在新媒体装置部署前,首先需要对目标用户的行为认知进行分析。本研究对参观红官窑展厅中的10名用户进行了访谈,主要针对展厅入口处和展厅中可能与用户发生接触的场景进行了询问,并对用户在展厅中不同地方的接触频次进行了统计,如表1~2所示。

表1 红官窑展厅用户接触场景频次统计

Table 1 Statistics of user contact scene frequency in Hong Guan kiln exhibition hall

用户编号	入口	通道	介绍卡	展品	卫生间	导线	出口
1	1	5	6	20	1	5	1
2	1	1	10	20	0	11	1
3	1	0	5	10	1	7	1
4	1	1	15	20	0	10	1
5	1	3	11	16	1	14	1
6	1	1	8	12	2	9	1
7	1	2	3	8	2	6	1
8	1	0	16	20	0	10	1
9	1	1	11	18	2	7	1
10	1	2	8	13	1	9	1

表2 用户接触频次的描述统计

Table 2 Description statistics of user contact frequency

接触场景	个案数	最小值	最大值	平均值	标准差	方差	峰度	
							统计	标准误差
通道	10	0	5	1.6	1.505 55	2.267	2.082	1.334
介绍卡	10	3	16	9.3	4.164 67	17.344	-0.618	1.334
展品	10	8	20	15.7	4.620 00	21.344	-1.366	1.334
卫生间	10	0	2	1.0	0.816 50	0.667	-1.393	1.334
导视	10	5	14	8.8	2.658 32	7.067	0.248	1.334

结合表1~2可以发现,除出入口的接触频次相同外,展厅内展品的接触频次平均值最高,达到15.7,其次是展品的介绍卡与展厅内导视系统。因此将设计好的新媒体装置按照展厅主题叙事逻辑部署在用户接触频次较多的展品、介绍卡以及展厅导视这三处,以此来获取更精准的用户行为和动机数据。

3.1.3 启动与评价层

启动层为新媒体装置的启动行为。在红官窑展厅观展的起点与终点上,新媒体装置在展示过程中的启动不仅是展厅内容串联的开始,还是机器与用户接触的开始。因此,不同场景中装置启动方式的选择至关重要,并直接影响到用户接下来的体验行为。通常新媒体装置的启动方式主要有直接启动和间接启动两种。直接启动主要体现在用户通过操作启动装置或用户已知装置开启,再进入到体验环节;间接启动体现在用户身处装置环境中,在体验过程时并未发觉装置已经启动。

评价层为用户对新媒体装置的体验反馈行为。用户评价则作为装置运营的终点环节,用户的体验反馈对展厅运营人员来说是整个展厅设计效果评估的重要依据,同时也为描绘用户画像提供了数据支撑。

3.1.4 检测层

检测环节是新媒体装置在工作过程中对用户信息的检测、辨识和收集过程的检验,也是新媒体装置在红官窑展厅设计中能够有效运行的保障。检测的目的是利用新媒体装置形成红官窑展厅陈设服务的迭代性,使每一个环节都相互渗透、相互关联。检测的过程是依据用户在红官窑展厅参观的行为轨迹,以及在观展过程中与装置的互动次数与行为反应,对用户的相关数据进行分析,以此更加直观反映用户在观展过程中的情绪变化,总结在红官窑展厅中的用户敏感触点,并做出相对应的解决方案,实现随时发现问题即刻解决的效果。

3.2 服务蓝图设计

服务蓝图是产品经理进行服务设计和用户分析的重要工具之一,是将物理实物、用户行为、前台行为、后台行为和支持流程等要素通过可视化方式,在时间轴上进行构建,使服务系统中的隐性服务因素得以显现^[11]。在服务蓝图中可以清晰地呈现出用户与产品、行为之间的互动线,从职能部门的内部活动流程到职员后台工作流程再反射到前台工作内容,最后对应到用户行为,都可在服务蓝图上一目了然。服务蓝图可帮助管理运营者在优化服务结构工作时把握全局,系统整合^[12]。

本研究依据前期调研与用户深度分析,设计构建了观展即购的红官窑产品展览陈设的服务模式,如图6所示。

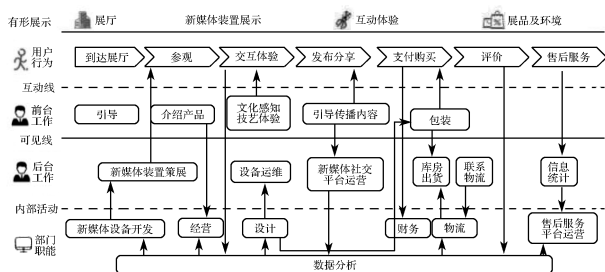


图6 红官窑展厅的服务蓝图

Fig. 6 Hong Guan kiln exhibition hall service blueprint

从图6中可以看出,通过新媒体装置与展演的结合运用,保证了用户从入口到出口过程中的每一个行为都将有与之相匹配的前台和后台服务,用户从开始参观展厅到观展后的售后服务是整体贯穿于前台的体验引导与后台数据收集的同步作业流程,如用户进行新媒体装置交互体验时,前台新媒体装置会以材料、场景、虚拟现实等技术手段来呈现红官窑的文化和产品艺术,同时后台会同步用户参与交互而产生的数据信息,为红官窑产品品牌的宣传设计提供精准客户群。展厅运营流程中各个环节连接更加紧密,以数据为基础的分析结果确保了展厅内服务质量的时刻反馈,促进了工作方式的更新迭代。服务过程实现了通过“人-新媒体装置-人”的连接,丰富了红官窑展厅的服务体验功能,拓宽了湖南红官窑文化传播的渠道,并对湖南醴陵红官窑非遗文化的展演方式注入了新力量。基于服务设计理念的新媒体装置,在红官窑展厅中的应用体现出较为规范、整体、迭代的服务模式。在实现红官窑文化内容和技艺可持续传承的同时,利用大数据分析用户

行为、用户评价和互动数据也将成为红官窑品牌日后完善的重要参考内容,促进湖南醴陵红官窑文化产业的数字化升级。

3.3 应用策略分析

3.3.1 构建“真实空间+虚拟空间”的主题性沉浸场景

随着观众对展示内容不断丰富的渴望,单一的真实空间展示已经无法满足现代产品的陈设服务需求。而智能技术的不断普及,使虚拟展示技术很快成为传播实践的一大优势,其最大的特点在于信息的可视化,无论是文字、情绪、行为都可以用图像化、视觉化的方式呈现出来^[13]。

针对红官窑展厅目前出现的空间小和布局混乱问题,运用全息投影的三维产品展示方法加以解决,如图7所示。采用全息投影将产品故事进行演绎,使观众主动了解品牌故事,同时利用直播平台、微信分享、微博热搜等新媒体社交方式,把用户在观展与体验的过程分享到网络上。再通过光影和视听的新媒体装置技术搭建的虚拟展示空间,完成展品在真实空间上的延伸,使观众达到扩展视觉空间、还原感官体验的效果。



图7 全息投影在红官窑产品展示中的应用

Fig. 7 Application of holographic projection in product display of Hong Guan kiln

3.3.2 构建“交互装置+新媒体社交”的参与性传播场景

新媒体指的是以数字信息技术为基础,以互动传播为特点,具有创新形态的媒体^[14]。社交性作为新媒体独有的特点之一,丰富了现代文化传播方式。将新媒体装置的交互特点与新媒体社交传播相结合,可提升对红官窑产品的人际传播范围。例如,观众通过VR(virtual reality)装置体验红官窑瓷器釉下彩绘、烧制过程,如图8所示。体验过程中不仅为用户带来文化体验的新鲜感,还减少红官窑展厅的实物体验成本,精简了展厅内体验环节的陈列设计。



图8 VR在红官窑产品体验中的应用

Fig. 8 Application of VR in product experience of Hong Guan kiln

3.3.3 构建以数据为中心的用户经营模式

不同产品的展览会面向着不同的目标受众,这也使获取精准的用户数据成为产品展示效果评价的重要工作环节。在红官窑展厅中,应以数据技术为基础,通过结合新媒体装置的传播渠道,实现用户在观展的同时,也在为产品品牌的传播积淀研究资料,为今后进行的产品或用户分析提供实践参考。如在观展过程中,展品同时也是商品,用户可以随时在观展的过程中自选商品并下单购买,即通过扫描展品介绍卡上方的二维码,获取商品规格和详细介绍并自助下单。通过对用户扫描二维码的频率和下单率进行统计,可分析出用户对不同商品的喜好程度,并在此基础上对产品的位罝进行调換和展厅内布局进行更新。

3.4 应用影响概括

3.4.1 开拓展示形式的多元化

新媒体装置的应用使红官窑展厅在传统的展示形式上增加了具有交互性的数字化展现形式与场景性的沉浸化体验。新技术的应用转变了红官窑展厅之前以历史感和纯工艺的单一定位,丰富了其与各行业文化、艺术、技术等方面的融合发展,展示方式的改进与丰富提高了红官窑展厅的传播能力和服务能力。此外,将新媒体装置技术、大数据和互联网技术合理应用到展厅的产品展示中,多元化的展示形式也会推动红官窑品牌积极地走出去,形成定期的红官窑主题巡展项目,使品牌与产品的发展不断与市场需求接轨,促使红官窑展厅内容的活化发展。

3.4.2 促进展厅服务系统的完整性

新媒体装置在红官窑展厅的整个服务流程建设中,完善了用户从进入到离开每一个接触环节的更新,并对目标用户进行深入调研,在以用户需求为中心的前提下,通过对展厅内用户接触频次进行统计,总结出展厅内接触频次较高的用户触点,将触点用不

同形态的新媒体装置连接,形成一个服务系统和数据收集的闭环。新媒体装置为红官窑展厅的前期策展工作和后期展厅效果评估工作提供了数据保障的同时,还制定了完整且符合用户习惯的服务流程,为用户带来了满意的服务体验,增加用户对红官窑品牌的好感,也为红官窑品牌带来更多的品牌经济效益。

3.4.3 推动展示与交易的数字化连接

本研究进行的服务设计利用品牌文化的展示体验、智能交互技术及二维码媒介的引流等技术,完成了展厅内新媒体装置与产品交易的无形连接,使红官窑展厅在展示过程中实现观展即购的效果。传统产品展示与交易的数字化连接,促进产品展示方式的多元化,缩短用户选购路径,加快展品转化商品的速度,提高产品的变现效率。

4 结语

随着科技水平的不断提高,传统的产品展示方式已经不能满足现代观众的需求,交互式服务体验逐渐成为吸引观众的新方向。将服务设计思维与红官窑展厅中新媒体装置设计结合,同时创新科学设计的商业模式,促进红官窑品牌产品的全新展示。本研究在服务设计中以用户为中心的思维指导下,结合新媒体装置技术的应用,改善红官窑展厅的功能分布格局和产品展示方式,实现红官窑品牌线上线下展示到传播的一体化服务转变,逐渐完善品牌传播流程,升级红官窑展厅展演的服务模式,推动湖南省醴陵红官窑文化遗产经济的生态发展。

参考文献:

- [1] 卢桥,张兴旺,黄婷婷,等.国内非物质文化遗产数字化研究现状及研究内容分析[J].电脑知识与技术, 2017, 13(6): 9-11.
LU Qiao, ZHANG Xingwang, HUANG Tingting, et al. Status and Content Analysis Study of the Digitization of Intangible Cultural Heritage in China[J]. Computer Knowledge and Technology, 2017, 13(6): 9-11.
- [2] 中国国家图书馆.中国记忆项目实验网站[EB/OL]. [2019-12-02]. <http://www.nlc.cn/cmptest/>.
National Library of China. China Memory Project Experiment Website[EB/OL]. [2019-12-02]. <http://www.nlc.cn/cmptest/>.
- [3] 百度百科.红官窑[DB/OL]. [2019-12-02]. <https://baike.baidu.com/item/红官窑/16568675?fr=aladdin>, 2019.
Baidu Encyclopedia. Hong Guan Kiln[DB/OL].

- [2019-12-02]. <https://baike.baidu.com/item/红官窑/16568675?fr=aladdin>, 2019.
- [4] 沙峰. 试论新媒体装置艺术的实用功能[D]. 南京: 南京艺术学院, 2015.
SHA Feng. Practical Functions of New Media Installation Art[D]. Nanjing: Nanjing Art Institute, 2015.
- [5] 赵佳佳, 徐力. 服务设计中交互式信息的应用分析[J]. 设计, 2016(20): 122-123.
ZHAO Jiajia, XU Li. Analysis of the Application of Interactive Information in Service Design[J]. Design, 2016(20): 122-123.
- [6] 马晓翔. 新媒体装置艺术的概念与形式研究[D]. 南京: 南京艺术学院, 2012.
Ma Xiaoxiang. Research on the Concept and Form of New Media Installation Art[D]. Nanjing: Nanjing University of the Arts, 2012.
- [7] STICKDORN M, SCHNEIDER J. This is Service Design Thinking: Basics, Tools, Cases[M]. [S. l.]: BIS Publishers B.V., 2014: 90-91.
- [8] BELL D. The Coming of Post-Industrial Society New York: Basic Books[EB/OL]. [2019-12-02]. https://www.researchgate.net/publication/242637329_The_coming_of_post-industrial_society_new_york_basic_books.
- [9] 罗仕鉴, 胡一. 服务设计驱动下的模式创新[J]. 包装工程, 2015, 36(12): 1-4.
LUO Shijian, HU Yi. Model Innovation Driven by Service Design[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(12): 1-4.
- [10] [佚名]. 如何快速建立用户模型? 通过一个案例来逐步说明[DB/OL]. [2019-12-02]. <http://www.woshipm.com/pmd/325434.html>.
[Anon]. How to Build a User Model Quickly? Through a Case Study to Explain[DB/OL]. [2019-12-02]. <http://www.woshipm.com/pmd/325434.html>.
- [11] BITNER M J, OSTROM A L, MORGAN F N. Service Blueprinting: A Practical Technique for Service Innovation[J]. California Management Review, 2008, 50(3): 66-94.
- [12] KARMARKAR U. Will You Survive the Services Revolution?[J]. Harvard Business Review, 2004, 82(6): 100-107.
- [13] 漆菁夫, 漆小平. 新媒体环境下文创产品开发与设计研究[J]. 传媒论坛, 2019, 2(5): 161-162.
QI Jingfu, QI Xiaoping. Research on Product Development and Design of New Media Environment[J]. Media BBS, 2019, 2(5): 161-162.
- [14] 景洁. 传统媒体与新媒体社交平台的融合[J]. 新闻传播, 2018(23): 84-85.
JING Jie. Integration of Traditional Media and New Media Social Platforms[J]. Journalism Communication, 2018(23): 84-85.

(责任编辑: 李玉华)

Application of New Media Installation in Hong Guan Kiln Exhibition Hall Under Service Design Method

REN Yan^{1,2}, WU Yuezhong¹, WENG Yanbin¹, JIANG Lixin³

(1. College of Artificial Intelligence, Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China;

2. School of Design and Art, Shenyang Aerospace University, Shenyang 110000, China;

3. College of Civil Engineering, Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China)

Abstract: Under the guidance of the service design concept, aspects of optimizing the application strategy of the new media devices in the Hong Guan Kiln exhibition hall, integrating the advantages of the new media device to improve the fluency and interactivity of the modern exhibition hall were studied. By analyzing the functional characteristics and realistic basis of the new media devices, the application advantages and functional characteristics of the new media devices in the exhibition hall were obtained, and the general design process and design application of the new media devices in the exhibition hall were summarized in conjunction with the case of the Hong Guan Kiln exhibition hall. The user-centered service design concept promoted the iterative development of the modern Hong Guan Kiln exhibition hall. The application of new media technology would become an important driving force in its development while enhance the interactive and sensory attributes of the Hong Guan Kiln exhibition hall.

Keywords: new media installation; exhibition design; service design