

# 乐龄科技：畅想全年龄化的健身服务体验

GYM EXPERIENCE REDESIGN FOR LONGEVITYTECH HEALTH SERVICES

文\_Text\_图\_Photo\_李盛弘, 美国麻省理工学院 (MIT) 博士研究生、美国工业设计协会 (IDSA) 董事  
DOI:10.20055/j.cnki.1003-0069.002111

全世界人口都面临超老龄化的社会挑战, 亚洲也不例外。我们如何通过设计与创新方法重新了解高龄化社会所带来的复杂系统设计问题并且提出可行的解决方案, 同时满足目标使用者显著与潜在的需求性 (desirability)、科技与工程中的可行性 (feasibility) 和商业与策略上的延展性 (scalability)。随着解决问题的复杂度与困难程度不断提升, 设计师所负担与日俱增的社会责任并且反映在多维度的设计与创新能力提升。

## 乐龄设计工作坊

面临超高龄化的社会挑战与反思, 我今年暑假在实践大学开设设计工作坊——银光科技: 银发康健服务再设计 (Gym Experience Redesign for LongevityTech Health Services), 专注于重新打造属于全年龄层的健身运动体验与服务设计, 希望藉由与高龄化的社会设计议题, 增加大众对于此议题的关注度的同时, 也能重新审视我们对于设计师在能力与态度上的要求。此次设计工作坊也和我在麻省理工 (MIT) 的研究课题相关, 针对在乐龄设计 (Design for Longevity 缩写 D4L) 与服务体验。

为期9天的高强度设计工作坊 (7/2 ~ 7/10), 我们希望能够把设计研究最重要的部分分享给学生们。我们贯彻执行以人为本 (Human-centered Design 缩写 HCD) 的设计方法并要求学生在设计工作坊过程中去采访至少5位健身房用户或是健身服务提供商, 藉由第一手资料的收集与田野调查, 让学生们培养同理心、体验设计研究、动手做设计模型、亲身了解与实践设计思维。

工作坊的设计是小班制招募, 一共有16位实践大学大学部与研究同学经过全校系所的教授们推荐参加, 每位学生来自不同领域, 从建

筑、工业设计学系到管理、社会科学背景的学生。特别在解决复杂的系统性社会问题下, 跨领域的学习与环境已经是设计不可或缺的一部分。参与同学们一共分为4个小组针对这次的主题进行共创, 每组分别提出了4个创新设计提案, 包含: 社区运动中心的环境与服务规划, 再造以人为本的公园健身环境, 健身房与不同业态的创意组合, 推广健身运动与健康文化的体验设计 (图1)。

## 产官学合作散播创意乐龄科技种子

这次的工作坊内容规划与设计执行是与东北大学 (Northeastern University) 苏菲·霍达拉 (Sofie Hadara) 教授一同合作, 她提供不同的乐龄设计视角和教育思维, 让工作坊和研究内容多元且充实。我也非常感谢实践大学副校长郭寿旺教授、实践大学创意产业博士班谢明宏教授兼主任, 以及博士班学生们的大力支持, 帮助提供丰富的学术指导与产业连结。在设计工作坊的后期, 我们带领学生前往台北市政府发表, 让学生散播创意的设计种子, 打通产官学的沟通渠道, 期待进一步的设计实践 (图2)。这篇文章总结这次的设计工作坊的学习与反思, 一共分成4个方面展开探讨: 1. 运用设计方法颠覆对于健身房体验的想象; 2. 设计过程即学习成果; 3. 乐龄设计框架的创意延展与商业机会; 4. 培养跨领域学习的设计软实力。

### 1. 运用设计方法颠覆对于健身房体验的想象

在此设计工作坊前期规划, 我时常在想这个问题: “我们如何打破传统对于健身房设计与体验的框架和使用者的刻板印象?” 当大家提到健身房时, 脑中已经有了一个既定的想象, 例如: 评价健身教练的日常表现 (KPI) 的标准上不只是对于学生的教学上的指导, 也会考量卖给

- 1/ 乐龄设计工作坊大合照并且展示学生的设计作品与模型
- 2/ 学生分享对于运用乐龄设计在健身房体验的创意与创新
- 3/ 学生小组创作的设计概念模型, 运用纸张、乐高 (LEGO) 与说故事的方式, 将多元化健身房业态与心理治疗、艺术治疗结合体现新形态的服务设计



用户不同的学习课程的数量与价钱。健身房的空间设计大多数是计算如何最有经济效益地放置健身器材，而非考量如何创造更多与健身教练或是与其他健身房用户的对话与私人空间。

传统上人们对于健身房的想象大多是集中在“功能性、量化”的比较，包含减重数字目标、肌肉量、运动平均时间、健身房使用频率等。然而，对于如何增进对于运动“情感上”的需求则比较欠缺。这方面包含了用户是否保有愉悦的健身体验，如何建立一个正确的运动心态和保持对于运动的热情等。

其中一组学生的设计提案是畅想健身房生态系统和其他不同业态的结合，包含了艺术治疗、心理治疗等，让用户去健身房的目的不只是关心身体健康，还有关注心理需求，扩大了健身房服务范围，在使用服务蓝图（service blueprint）分析时，延伸出不同的接触点（touch point）与系统，会让人们耳目一新（图3）。当然，这只是非常初步的设计提案与概念设计，我们还需要透过许多实验与访谈验证此设计想法。

## 2. 设计过程即学习成果

在短短十天的设计工作坊中，我们有设想预期的“学习成果”，但不是最终的“设计结果”，毕竟设计工作坊的目的不是推广另一种变相设计竞赛或成为设计的补习班，反之，我们想要提供更多的设计学习的体验与机会，想帮助学生们了解与运用设计研究与方法倾听用户的潜在需求并且转化为设计洞察与设计概念。

大多数的学生还没有机会体验到全面性以人为本（Human-centered design）的设计方法。受到网络媒体与报章杂志的影响，大家刻板印象以为使用许多色彩缤纷的便利贴，马克笔与折出一些纸张模型，做简单的草模，就是体现设计方法与设计思维（Design Thinking）的精髓，用“说”的方式“吹嘘”设计方案，然而这是一种误导大众的行为。

设计过程是不断发散（diverge）与聚焦（converge）的迭代过程，包含了许多不确定性、模糊性和挑战。我们通过这次短期的设计工作坊，要求学生将设计过程完整地记录下来并分享在每一组的墙面上，包含从脑力激荡、使用者访谈到快速建模、成果分享与反省（图4），设计过程即学习成果之一，让设计过程具象化（tangible）可以帮助我们修正设计方案。

## 3. 乐龄设计框架的创意延展与商业机会

我们也想要运用这次的工作坊的宝贵机会，测试我们的乐龄设计框架（D4L framework）。乐龄设计框架是我与苏菲·霍达拉教授和其

他 MIT 学者一同设计完成，此研究发表在 2024 年的 Design Research Society（缩写 DRS）的设计研讨会上（图 5）。根据研究实验与用户与专家访谈，乐龄设计框架考量了 12 个方面，包含了健康（health）、住家（home）、家庭（family）、社群（community）、机动性（mobility）、教育（education）、信任（trust）、照护（care）、风险（risk）、理财（finance）和未来（future）。

我们将乐龄框架的研究内容，设计转化成浅显易懂的学习单，能够帮助学生理解乐龄设计的广度与深度。我们希望能将乐龄设计的思维与概念实践在日常生活的食、衣、住、行、娱乐当中，健身房只是一个设计开端。工作坊中每个人都写下他们认为的生活情境（life scenario）搭配 12 个关键词的使用，帮助小组们重新构思“我们如何……（How might we…）”的设计问题。

精炼后的设计问题搭配上乐龄设计框架的生活情境，可以提供许多宝贵的设计方向与商业机会，可以在 4 组学生的最终设计提案中体现。其中一组是推广健身运动与健康文化，将健身房从室内空间带到户外公共空间与公园。他们运用移动电子花车的概念，将移动舞台开到不同的公园中推广（图 6）。可以设想成举办一场户外的音乐会，设计一个好的音乐会体验需要结合一系列的品牌营销规划、线上与线下体验结合、活动（campaign）的服务设计，以及如何与政府部门做有效的合作搭配相关健康政策等。这组学生的设计提案提供了一个很好的案例，如何有效地延展乐龄框架并考量其商业可行性、现有健身制度与政策搭配、发挥社区影响力与设计服务价值等。

## 4. 培养跨领域学习的设计软实力

我认为设计是一种世界通用语言，我们应该用更广泛与包容的方式定义设计与设计教育。这次设计工作坊的目的之一是希望让不同领域的学生了解、欣赏、与重视设计的重要性，设计师可以扮演跨领域合作的重要桥梁，特别现今人类所面对的课题更加系统性与复杂化的全球性议题，例如：人口老龄化、温室效应、环境保护等。这次设计主题是着重于设计全年龄层皆适用的健身与运动环境，运用以人为本的设计方法，从不同视角来讨论健身服务体验，包含健身服务提供商（健身教练）、健身服务用户（消费者）、运动中心投资者（健身房老板、政府部门）等等来讨论我们如何充分运用乐龄科技与创意畅想全年龄化的健身服务体验。■

4/ 小组们将设计过程分享与布置在设计工作坊的环境中，让所有参与者能够相互分享与学习

5/ 乐龄设计框架结合生活情境的使用

6/ 其中一组学生的设计概念提案，希望能够透过移动健身房的点子（类似于移动的电子花车），随同健身教练与课程，能在公共环境（例如：公园）推广健身运动与健康文化的体验设计

