

# 2013 → 2014

產品設計



## 賴 彥如

國立交通大學 →  
Art Center College of Design / 美國

### I ACCD：不是大學的大學 I

在進入這所學校前，就聽說了這裡學生的大量作業，但直到真正體驗後，才了解所謂的超負荷。Art Center 的學制特別，大學部共八個學期，一年三個學期，一個學期十四週，也就是在非常短的時間內，訓練學生成為專業的設計師，並能馬上接入業界。一般學生不太會連著修三個學期，通常中間會選擇休學一、二個學期，去實習，或休息充電，再繼續面對下一個緊迫超載的 Art Center 生活。

### I 紮實的設計流程：研究與測試 I

Product 5 + Interface Design

Product 5 和 Interface Design 是兩門綁在一起的第五學期設計課，由 Jeff Hikashi 與 Brian Boyle 指導，是我在 Art Center 的第一門設計課，期中前各有一個分組進行的設計案，期中後 Product 5 的時間則用來支援 Interface Design 的設計案，我們被要求設計一個關於「Healthy、Fitness、Wellness」的產品系統，其中必須包含實體產品與虛擬介面，例如手機程式。Product 5 針對實體產品的使用性，Interface Design 則討論整體系統流程與 GUI 的設計。

期中前，Product 5 讓我們練習現有產品的再設計，我和我的組員被分到重新設計錄音帶隨身聽 Walkman，實際執行非常好玩，除了探討產品本身的使用性，我們討論如何賦予 Walkman 新生命，如何使類比音樂在這個數位音樂當道的時代找到市場。這個設計作業我們不需要有完整的造型結果，而是重在如何讓產品更好的回到市場的策略。

在這同時，我們在 Interface Design 的設計則不斷進行前期調查，我們的設計「Face.it」是男性護膚產品，除了研究現有市場與趨勢，我們訪問不同年齡層與職業的男性，了解他們的需求，藉此找到切入點，定義目標族群，我們花了非常長的時間在定義設計目標與設定產品使用情境，一直到期中才真正進入設計。在進入設計後，每個禮拜都必須有新的 Prototype，包括實體草模、整個系統的 flow chart 與手機程式的 paper prototype，反覆的調整設計，藉由找符合目標族群條件的人做測試，訪問皮膚科醫生與整形美容醫生進行概念的確認，必要時調整設計目標。

### I Interaction Design 4: Mobile Design I

在結束 Interface Design 的設計後，由於希望對數位產品有更深認識，在老師的建議下，我修了開在平面設計系下互動組的課，這門課同樣由兩位老師共同指導，Joy Liu 負責 UX/UI 部分，也就是使用者經驗研究與介面設計；Dave Bolluck 則負責程式撰寫與 Prototype 製作的教學，包括 Html、CSS 與 jQuery。我在這門課重新設計現有的手機應用程式「Bandsintown」，這是一個推薦與搜尋演唱會的軟體，與前一學期的 Product 5 相似，我必須分析競爭者、訪問使用者、重新設計並安排測試等等，不同之處是這次不再只是一頁一頁的平面模型，而是能放在手機上、有完整的頁面間轉換動畫 (transition) 的模型。

在 Art Center 的好處是，當你跟老師或系主任討論自己感興趣的方向後所獲得的資源和建議，在這兩門課之後我繼續修習了訓練平面排版的 Typography 2 和視覺化大量資訊的 Information Design，並參加校外機構在 Santa Monica 主辦的 UX Hackathon 工作坊，與不同領域的人討論網路購物經驗的可能性。



Open Innovation  
校外參訪 Oakley 眼鏡工廠



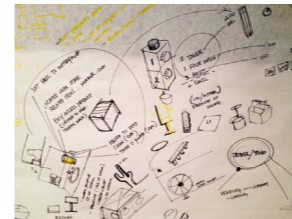
Design for Sustainability  
參加 LA Textile 商展研究材質趨勢



Design for Sustainability 期末發表 -  
White Elephant 為一個延長小孩服飾壽命的商業模型

### I 不只是產品：永續製造與商業模型 I

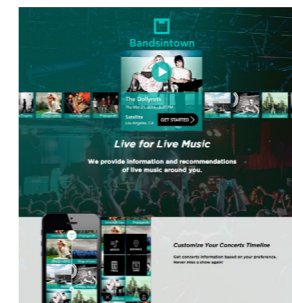
Product 6: Design for Sustainability + Open Innovation 高年級的產品課都有特定的主題，第六學期的是關於永續設計，這門課必須與關於未來製造的 Open Innovation 一起修。Open Innovation 課程帶我們到大洛杉磯區域不同的製造廠參訪，包括 Oakley、American Apparel 與 Robinson Helicopter 等大品牌，了解不同產品的製造與不同的公司文化。很難想像仍有這麼多產品仍留在洛杉磯生產，課堂中對於 made in LA 與製造外包也有許多討論，如品質的考量、產品週期與運輸的考量、甚至公司的社會責任等等。而這些均與永續設計息息相關，我們這組的主題為未來時尚，學期前半段我們找現有產品做 LCA 研究 (Lifecycle Analysis)：高端品牌的 LV 皮包和平價時尚的 Zara 上衣，從產品的原料取得、製造、運送、販賣、使用到最後丟棄，整個過程中輸入的資源和輸出的汙染，我們找出可改進的部分，這個方式量化產品對環境與社會的影響，永續設計無法只是設計產品本身，而必須從整個生產系統與外部環境重新調整。在此同時，我們經由老師的引介，參加了 LA Textile 布料展與由 Intel 舉辦的 Wearable Tech 研討會，從而了解更多產業趨勢。



除了老師給的評論，各組每星期交換各自的題目 Brainstorming



UX Hackathon 討論情況



Redesign Bandsintown Marketing Page



每星期上課前我們佈置各組自己的發表牆面



訪問皮膚科醫生以確認設計概念



期末發表展示模型、海報、手機介面與影片

## Product 7: Branding I

第七學期的產品課主題為品牌，學生可選擇 rebranding 一個現有品牌，或發展自己的品牌。藉由執行 STEEP 分析大環境趨勢、SWOT 分析競爭品牌、訪談目標族群等等方法，發展商業計畫 Roadmap，並重新設計主要的各接觸點 (touchpoint)。我選擇一間南加州地區的連鎖中藥店「德成行 TS Emporium」。這是在 Art Center 的最後一學期修的課，觀察到洛杉磯族群複雜，不同的移民社區各自為城，如果膽子夠大且不在乎眾人目光，幾乎可以吃到世界各地的道地食物，例如阿美尼亞餐館、阿根廷超市、墨西哥市場等等。同樣的，中藥雜貨店「德成行」，無論位置、店內指標和氛圍，也很容易給不同種族的顧客不歡迎的印象，選擇中藥店是希望藉由中藥材和華人飲食密不可分的特性，調整商店型態、佈置、商品包裝、行銷方式等等，重新定位在市場的位置，首先年輕化，打入二、三代年輕華裔族群，目標進入主流市場。在研究過程中，我訪問了住在洛杉磯不同的移民，包括哥倫比亞家庭、印度研究員、新加坡華人等等，同時到不同的連鎖超市進行問卷調查，深入了解當地人上超市的習慣與對健康飲食的看法。作為這一年最後的設計案，對我來說更加認識這個地方，這個設計的成果，也是這一年南加州生活最好的紀念。

## 發表能力與溝通技巧 I

在各個課程中，老師們以業界角度要求我們的發表方式和對於聽眾問題的應對，大部分的設計課都必須每個禮拜輸出進度貼在牆面上對大家發表，必須有完整的邏輯與易懂美觀的版面，回想在台灣時，這樣的規格大概只會出現在中中和期末。更不用說期末發表，必須有海報、影片、產品精模與一定的發表時間。用意在於：海報讓走過的人被吸引；影片讓觀者快速了解我們系統；精模則可以落實的表達使用性，老師要看的是產品呈現而非設計過程。因此，每次的期末，都能看到學生們忙碌的粉刷牆，釘展櫃，佈置自己的牆面，幾乎像一個小型商業展而非設計課期末。回想這個過程全部發生在十四週的兩門課中，覺得非常不可思議，更不用說這只是一門課，對比當年費時一年的畢業設計，也許就差不多也是這個樣子。

## 時間管理與競爭風氣 I

學校裡同學間常提到的就是時間管理，從不同人口中我也聽到了不同的 Art Center 生存之道：有人說每堂課作業下來，當天就先做個 30%；有人說一學期五門課的話，就抓個主要的兩三門課，其他要有所取捨；幾乎所有人在排課時都會把各科作業的時間排進時間表，包括週末。在這個沒有假日的學校，似乎所有人都有源源不絕的動力，在和一些同學聊過後，原因除了昂貴的學費外，同學間的競爭是最大的動力來源，你會不自覺的鞭策自己至少在一條平均線上，而為了待在平均線，你需要的努力遠大於在我曾經待過的任何學校，更不用說當班上多數人追求的是平均線以上。

## 結語 I

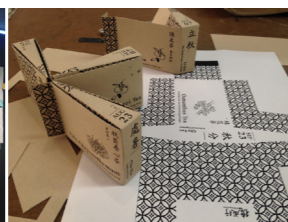
一年來從開始的不斷追趕緊迫的課程進度，到漸漸找到自己設計步調與課程間的平衡，我想這是我最大的收穫，一開始的我發現自己對設計的想法和學校大多數人的不同，加上語言的隔閡，感到焦慮不安並懼怕表現，但隨著與更多人的接觸，更多觀念的輸入，漸漸能堅定立場。相較於亞洲文化的那些中庸隱晦，美國的文化是很直接的，相較於亞洲文化的那些中庸隱晦，但如果你能清晰肯定的表達你想保留的文化特性，他們絕對能理解並支持；因為另一方面，即使在 Art Center 的壓縮式的教育下很容易產出風格如出一轍的設計師，從每門課的開始，當老師問每個人「為什麼念設計？」、「你是個怎樣的設計師？」或「想做什麼樣的設計？」可以看出，學校真正希望的，是在 Art Center 保證的技術程度上，學生能用經營品牌的方式包裝自己，確立自己的與眾不同與不可取代。無比感激這次在 Art Center 進修的機會，一年的探索，除了補足了很多不足，更重要的是了解自己的不足，雖然仍不能已經完全肯定自己要走的路，我想我得到了新起點充足的能量。



TS Emporium Rebranding  
在不同超市門口進行問卷研究，以獲得不同族群的上超市習慣



TS Emporium Rebranding  
每週把研究結果貼在牆上，同學間會互相把意見寫在便利貼上



TS Emporium Rebranding  
重新設計主要各接觸點，包括包裝設計



Visual Communication 4  
手繪課，每週到校外不同地方練習，如動物園、直升機博物館、水族館等等。



Food Class: All You Can Eat  
不分系的課，每個人以一種食物為題目，每週嘗試以不同形式詮釋這個食物。



Solid Modeling  
訓練 3D 建模與使用 3D printer，我用花瓣造型組成一個感應外界光線來移動的球。