



产品系统设计

马中怡 王林萍 李素涵 彭 勃



身体数据 | 老年人身体、生理特征



平衡觉明显减退，容易发生跌倒等意外伤害。

无法分辨物体的形状，视野狭窄，视觉感知能力下降并不易分辨颜色。

味觉迟钝，长期感受到饮食无味。

老年人的咽喉黏膜和淋巴组织萎缩，容易患上呼吸道感染。

上肢力量减退，无法顺利地抓握、弯曲、上举。

肌肉变得松弛，容易疲劳。

关节的稳定性和活动性逐渐变差。

对信息的辨识，认知能力下降。

容易迷失方向，近期记忆力丧失。

注意力维持时间受到影响，接收信息能力下降。

听力下降，对声音的强弱敏感程度差。

嗅觉迟钝，对气味的分辨能力下降。

皮肤上敏感地触点数量下降
温度感觉与痛觉比较迟钝

操作能力降低，手脚打颤，主要是手脚协调性差。

有时手脚握物不紧，脚站不稳甚至跌倒。

由于缺钙，骨密度降低，容易发生骨折。



《中共中央、国务院关于加强老龄工作的决定》出台，对老龄工作的重大意义。

《关于促进老年用品产业发展的指导意见》

未来,中国老年人口的数量占总人口比例将持续上升。

中国的传统美德“尊老爱幼”使得老年人在社会中备受关照。

老年人现在愿意尝试并接受年轻人的一些积极健康的理念。

老年人的消費觀念也有了很大改變，花錢買健康，花錢買快樂。

社会经济的改善使得中老年人对于生活用品方面有更高的要求

随着社会的老龄化产生了专门为老年人消费服务的产业。

《国家积极应对人口老龄化中长期规划》表现了对老龄化产业的大力支持。

《中华人民共和国老年人权益保障法》保障老年人合法权益。

老龄产业在我国并没有良好完善的市场机制作支撑。

市场供需提高并不是均衡的

老年人用品市场除了保健品外其他产品相对匮乏。

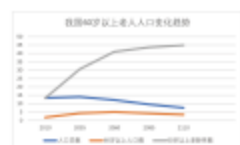


信息技术、人工智能等领域比较成熟，对社会产生了重大的影响

在物联网、云计算、互联网、大数据技术5G技术的支持下,工业互联网窗口临近。



		2002 年	2003 年	2004 年	2005 年	2006 年
人口密度 (人/km ²)	1	21.81	22.00	22.75	22.91	22.92
城市人口占人口比重 (%)	2	3.39	3.38	3.98	3.97	3.97
城市人口占城市面积 (%)	3	34.02	35.2	35.4	36.3	36.9



北邙家属区的一位老人



北部家属区的老人们



元大都公园毁掉的老奶奶



元大都公园的三位老人（摄于用户）



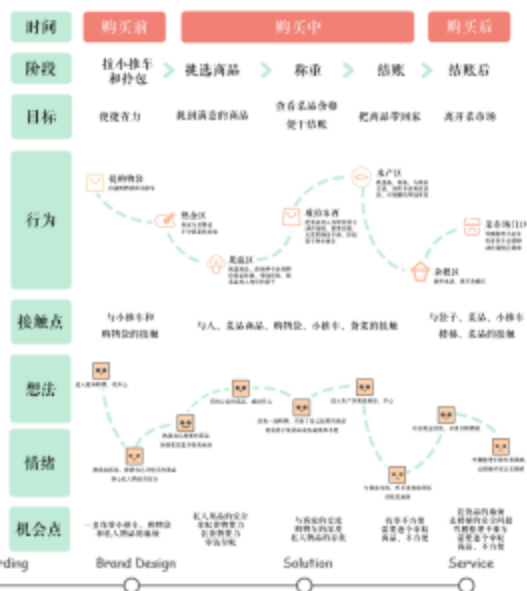
北邙家属区的一位老人



1 时间：约晚上8:00
地点：北京西直门凯德mall生活超市

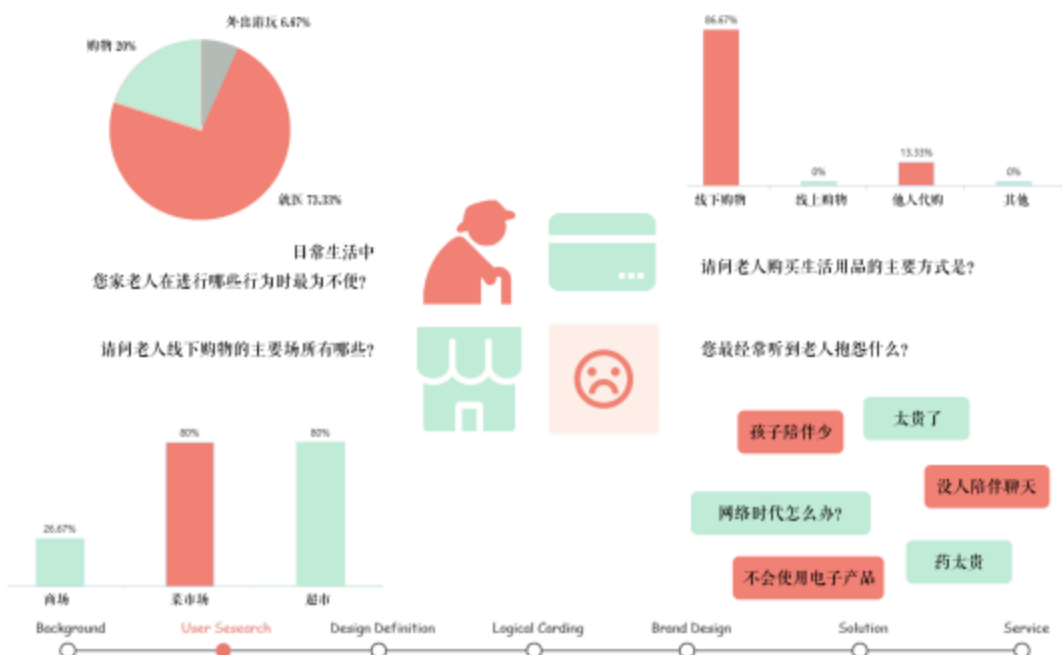


2 时间：约下午一点
地点：北京天利宏菜市场



页码

第三视角 下的老人生活



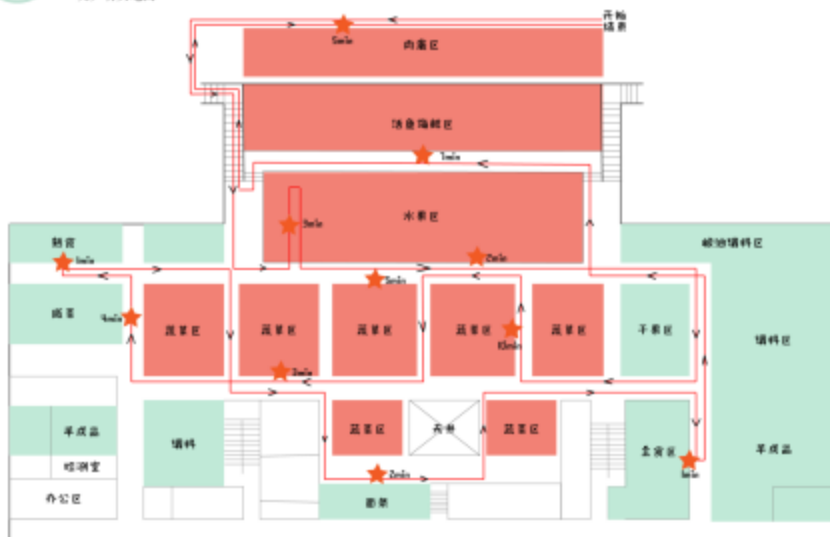
为了进一步体验老年人在超市购物时的真实感受，我们利用一些装置进行了老龄化模拟，并用身体风暴的方法发现老人购物中存在的问题。

根据身体风暴以及其后的模仿者访谈，我们得出了模仿者的超市购物用户旅程图。随后我们又对老人的锻炼过程进行模拟得出了第一人称视角的独特痛点。

- 冬天在室外锻炼器材冻手
- 没有地方放置拐杖
- 有些器材没有指示，不知道如何使用
- 休息座椅难以坐下，同时难以来起来，不符合人机工学。



Background User Research Design Definition Logical Carding Brand Design Solution Service



肉禽区 水果区 蔬菜区 成菜 熟食 蔬菜区 面条 主食 活鱼海鲜区 肉禽区

Background User Research Design Definition Logical Carding Brand Design Solution Service





柚子老年购物服务一体化平台

Use

用的主题

U' S

隶属于老年人专属“你的”的平台

Youth

通过打造平台服务让老年人感觉更加年轻化



标语 Slogan

让变老成为一种幸福 To grow old is a blessing



品牌文化 Brand Culture

关怀、爱与尊重 Care, love and respect



品牌战略 Brand strategy

倡导老人自主购物，愉悦购物，享受购物，充分享受闲暇时光。
Advocate the elderly independent shopping, happy shopping, enjoy shopping,
fully enjoy leisure time.



品牌愿景 Brand vision

打造一个弥补老年人身体缺陷，使老年人心态年轻化，提升老年人时代归属感的购物场所，重新定义老年人购物。
Create a shopping place to make up for the physical defects of the elderly, rejuvenate their mentality and enhance their sense of belonging in the age. Redefining shopping for the elderly.

设计语言

色彩



以西红柿红为主，辅以米玉绿等其他色彩

材质



环境中以木质为主

材质



以圆弧、圆角为主，增加亲和力，防止老人受伤

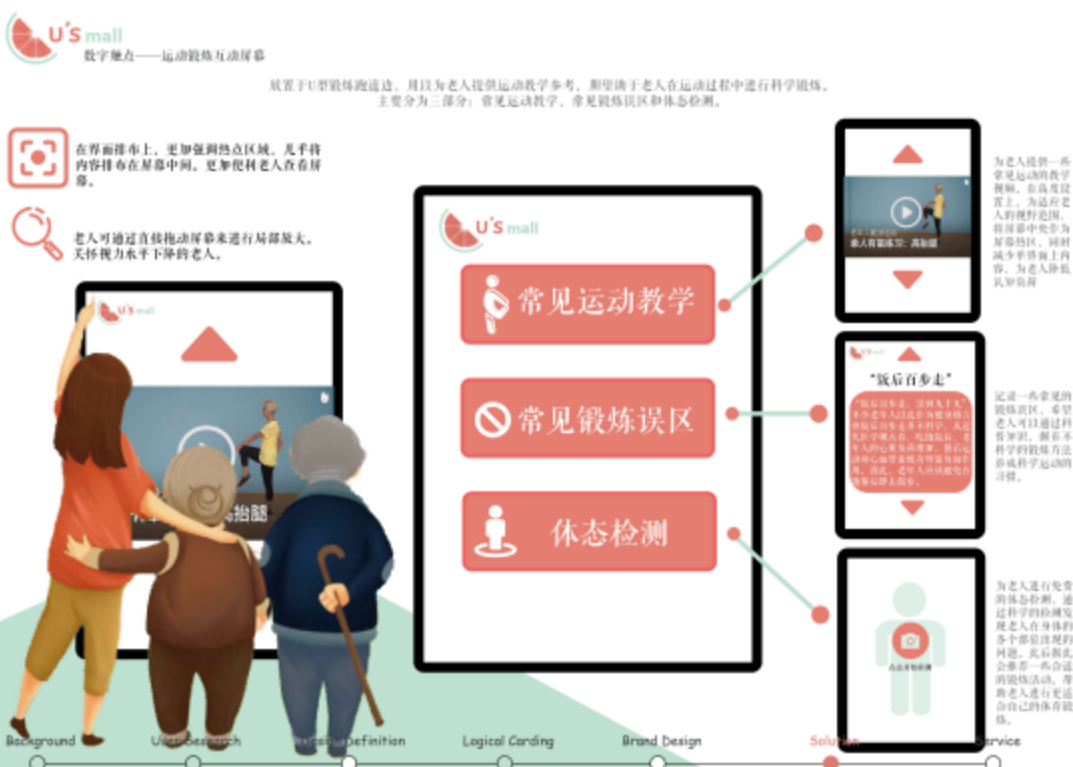




Background User Research Design Definition Logical Garding Brand Design **Solution** Service



Background User Research Design Definition Logical Garding Brand Design **Solution** Service





核心价值

根据前期调研，确定核心价值为爱、尊重和陪伴与适老化设计，产品服务系统围绕核心价值设定展开，尽我们所能，最大程度地满足老人的购物与锻炼、娱乐需求。

外部系统

外部系统是指系统在改善老人购物与锻炼、娱乐体验的过程中，与其他集体建立起来的外部链接，如：商品供货商、食品提供方、机械定制商、设备维修者、以及相关的市场划分、人才引进与品牌口碑等。

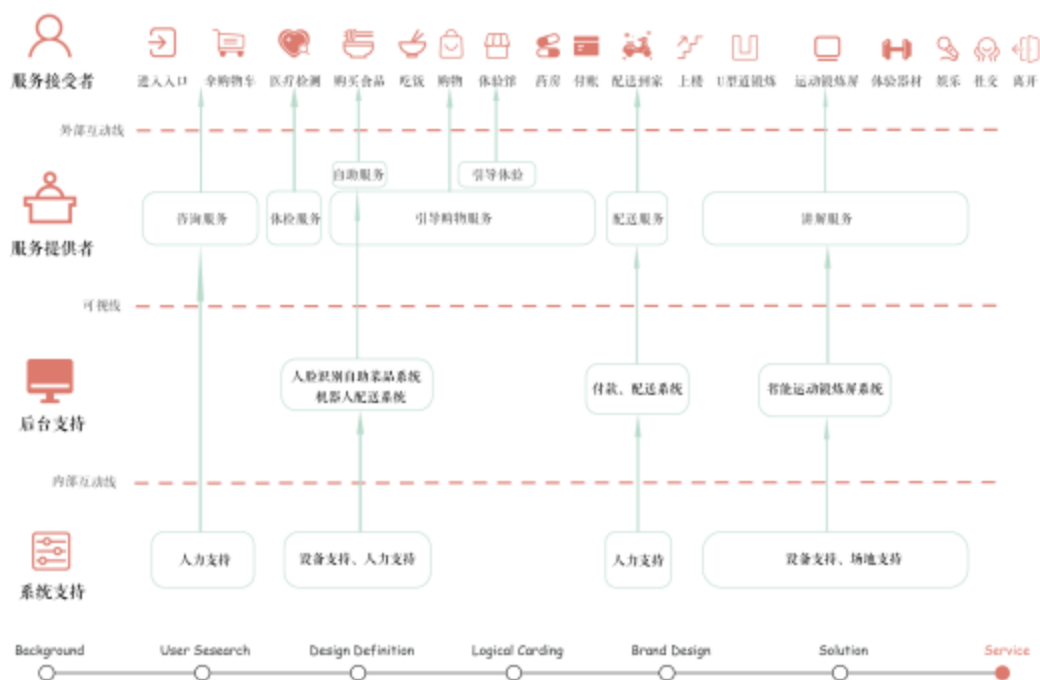


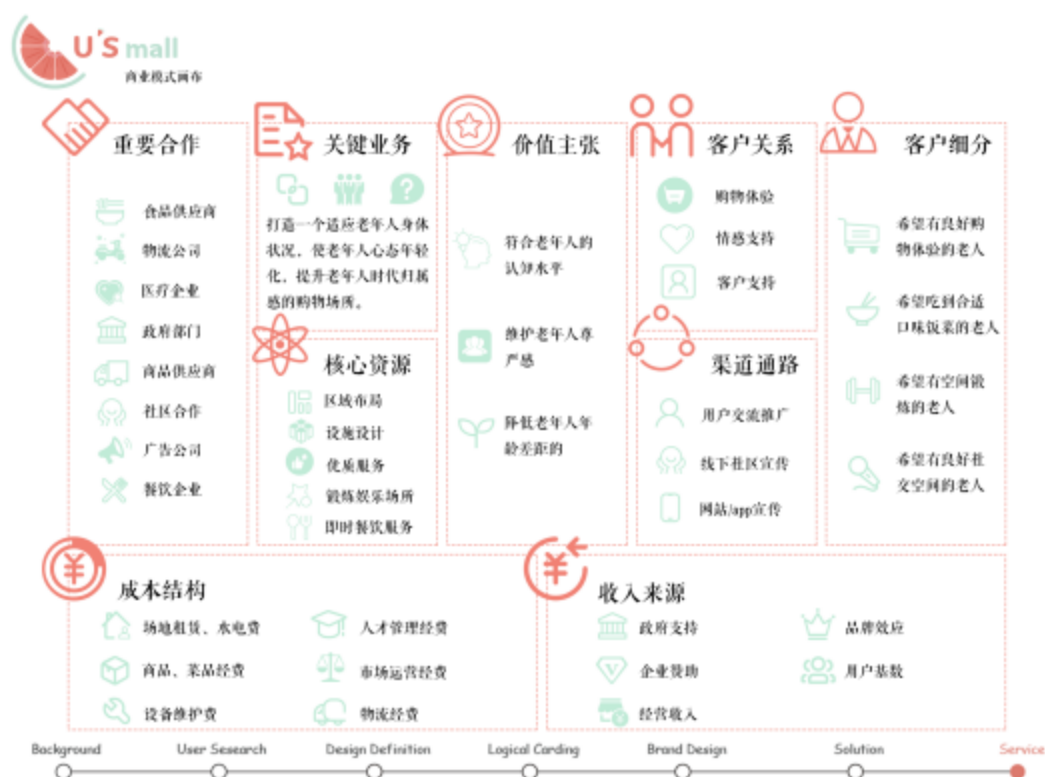
内部系统

内部系统主要以用户在产品服务系统中获得的触点表示，包括空间设计布局、自主餐饮体验、健康监测服务、室内锻炼区域、休闲娱乐场所、助老设施体验等。

外部环境

外部环境是指在系统之外相关的环境信息，包括自然环境与人文环境，如：政府支持、企业自主、社区联合。





产品系统设计

马中怡 王林萍 李素涵 彭 勃

