

## // 专栏



作者:刘连英  
同济大学设计创意学院PR

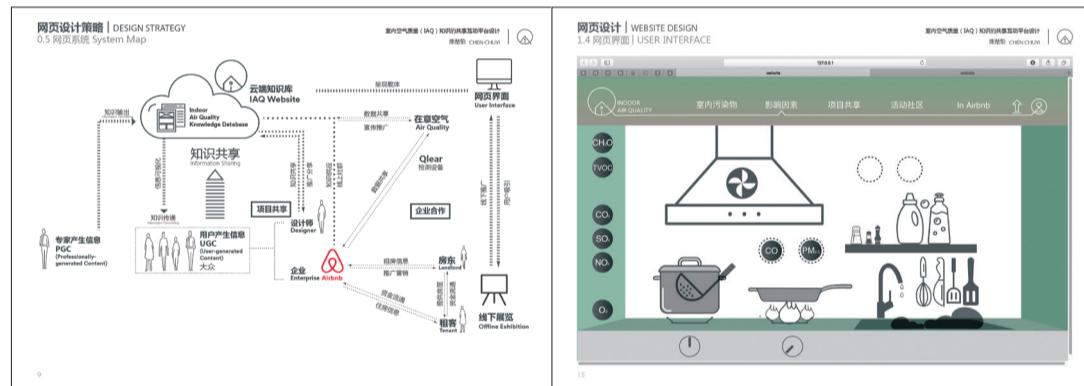
# 身边的灵感

【文/刘连英 文字整理/虞婧逸】

怎样的设计是触动人心的设计?它一定和我们的生活密切相关,一定是以人为本,一定从我们身边的小事物为出发点。2017年同济大学设计创意学院的这三个毕业生,分别运用自己的专业知识,用环境、数字媒体和视觉传达的设计手段来表达对空气质量问题、老年公寓、健康简餐等目前社会普遍关心问题的自我认知和改造意愿。他们从身边事物汲取灵感进行创意和设计,不仅仅是交上一份毕业设计,更是用一种特别的形式表达对现代社会的人文关怀。

## 室内空气质量 (IAQ) 知识的共享互动平台设计

•设计者:陈楚怡 •专业:环境设计 •指导老师:朱小村、高懿理、钱栎



通过调研,设计者发现人的行为往往对室内的空气质量 (IAQ) 有重大的影响:吸烟、开窗通风、清洁都会成为影响到IAQ的因素。所以,通过认知影响空间使用者行为,从而提升IAQ,是一个间接却又有效的解决方式。

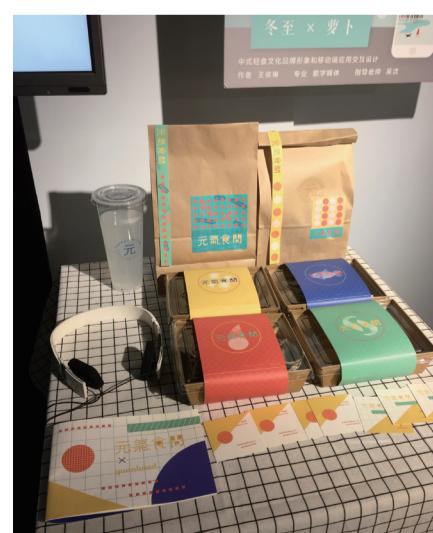
基于这样的初衷,网页以场景为概念,告诉人们身边存在哪些污染物,可以通过什么样的方式改善空气。通过不同场景的选择,利用网页与用户交互的优势,使场景能够动态化互动,以一种有趣的方式向大众传播知识信息。除了线上平台的搭建,借用此次毕业展览的契机,作为网页宣传推广的触发点,将网页知识结构更好地线下呈现。

## 中式轻食文化品牌形象和移动端应用交互设计

The Tea Recipe  
•设计者:王依琳 •专业:数字与媒体 •指导老师:吴洁

有别于市面上的西式简餐式健康餐,“元气食间”是一个中式轻食文化品牌,“yuanhood”是这个中式轻食品牌衍生出的一款手机应用。这个品牌的设计是结合中国传统饮食文化,结合时令的变换,推荐当季食物,解决用户搜寻和选择食物的烦恼。

如立春时节,yuanhood会对应地推荐春笋这一时令性的食物,并对其营养价值和食物成分进行分析,符合当代人对健康饮食结构的需求。yuanhood也具有宣传和推广轻食品牌的作用,用户可通过相关链接购买到该品牌的轻食产品。除了传统典故和营养分析,还对食物做了一系列的标签分类,展示食物属性。同时它还提供食材搭配信息和各种美味食谱。

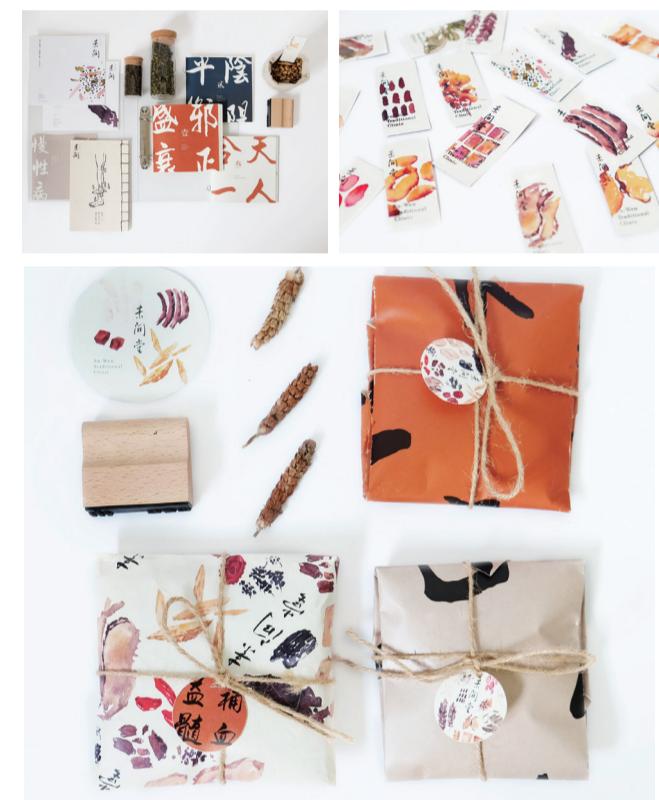


## 传统中医诊疗所整体视觉形象及服务创新设计

•设计者:李佳玥 •专业:视觉传达 •指导老师:张雪青

从社区卫生中心及网点就医的人口比例来看,绝大部分是老年人。同时目前的视觉风格偏向于老年化,就医服务体系也较为陈旧。但是就社区医院的建设目标而言,希望作为社区日常生活的终端,应该考虑到面向包括年轻人在内的全体社区居民,同时也希望通过高质量的服务吸引更多的年轻人到社区医院就诊。基于这一目的,设计师最终采用吸引年轻人的现代与传统相结合的设计方案。

设计视觉意向来源于中医学科里常用的中草药植物形态和人体经络,意在通过中草药以及人体脉络自身呈现的美学带给人们对中医视觉的全新感受。具体方法是通过对草本植物进行意向式的水彩插画创作,并将其图案运用到品牌主视觉形象和延伸设计当中。



## 光之家:老年公寓视觉形象与服务设计

•设计者:马丹旸 •专业:视觉传达 •指导老师:张雪青

在我国老龄化逐渐加速的时代背景下,老年人占社会比重增大,而养老的模式也正向着多元化发展,传统的养老院和老年公寓还有许多不足,甚至许多老年人由于经济原因无法享受到有保障的养老服务。设计以上海市杨浦区一家老年公寓为切入点,通过完善公寓养老视觉形象和服务体系,将新的理念融入传统养老模式中,为老年人创造开放、轻松、有益身心健康的养老环境。

“光之家”老年公寓的目标群体面向普通社区中的工薪阶层家庭老人,从生活、交友、医疗等方面,通过一套完整的服务体系和轻松活泼的视觉形象,给老人带来更加人性化和舒适的晚年生活体验。

