

# 移动互联网下的手机应用产品服务

张信文

(上海交通大学,上海 200436)

**摘要:**我国移动互联网正处于高速发展时期,用户规模持续扩大。随着以智能手机为代表的移动终端不断发展和市场的不断深化,手机应用产品呈现爆发式增长,其应用范围涉及了现代生活的方方面面,对人们的生产生活方式产生了巨大的影响。文章简要介绍了互联网、手机应用产品的概念,从手机应用产品服务设计着手,阐述了移动互联网对手机应用产品设计的影响,并探讨了手机应用产品服务设计流程与方法。

**关键词:**移动互联网;手机应用产品;服务设计

## 前言

当今社会已经进入信息时代。以智能手机、平板电脑等移动终端为特色的信息网络正在深入社会生产和生活的各个角落。3G、4G技术的出现,在原有的移动网络基础上实现质的飞跃,宣告了一个崭新时代的来临。移动互联网,以无可动摇的姿态出现在世人面前。移动互联网所具有海量信息和使用方便快捷的特点,以及与人们工作、生活、学习等活动紧密契合的巨大优势,为其带来了巨大的经济效益,市场空间极为广阔,从而吸引无数企业投身其中,形成了不同层次的产业链条。其中,以移动互联网为基础的手机应用产品实现了蓬勃发展,在提高工作效率和生活质量的同时,也对人们工作和生活方式产生了潜移默化的影响,引起社会各阶层和相关学者的广泛关注。

## 1 移动互联网概述

移动互联网是电信产业和互联网产业发展到一定水平,互相融合的结果。它以宽带技术为基础,以智能手机等移动终端为介质,实现多种类型信息高速传递新一代电信基础网络。移动互联网的出现,促进了智能手机和手机应用产品的发展。种类繁多的智能手机、手机应用产品如雨后春笋般出现在人们眼前。

## 2 手机应用产品与服务设计概述

手机应用产品是指在手机上运行的程序,其与手机的关系和计算机软件与计算机的关系一样,通过手机这个平台,实现各种应用功能,以达到为手机用户服务的目的,同时基于多种功能的实现与扩展,体现并提升手机的使用价值。基于移动互联网的用户需求、目的、自身情况等条件的不同,建立于移动互联网上的手机应用产品的类别和应用范围也体现千姿百态的特点。主要有实用性应用、社交通信应用、地图导航、信息服务类应用、系统工具类应用、游戏及其它应用等类型。各种类型的产品特点不同,但都基于为移动互联网用户提供这个根本目的。作为最常见的移动终端,智能手机表现最为突出。基于互联网的特性,手机应用产品的服务具有无形性的特点。手机应用的服务方式大体以手机应用为渠道,由服务供应商为用户提供服务,用户提出服务要求并参与部分过程。例如网上购物,整个购物过程除网络数据和服务器、终端上的记录外没有任何有型的记录。围绕某种服务对产品进行设计,以实现服务功能的方法与过程称之为服务设计。随着互联网和移动终端技术的不断发展,手机应用产品服务水平越来越高,服务种类越来越丰富。通过手机应用产品,用户、技术与网络之间的互动日益增强。

## 3 移动互联网对手机应用产品服务设计的影响

手机应用产品是以服务用户需求为根本目的,产品设计要以此为中心开展设计工作。随着移动互联网的飞速发展,移动终端用户的需求也不断增强与丰富,向着个性化、多元化、碎片化以及整合化方向不断发展。与其相适应的手机应用产品功能与特性也必须随时改变。时至今日,手机应用市场竞争日趋白热化,只有不断满足用户日益增长的物质文化需求,不断提高服务质量与服务水平,才有可能被用户所接受,才可能在竞争中存活下来并发展壮大。在移动互联网发展和用户需求的双重影响下,手机应用产品呈现出更加丰富多样的特性。手机应用产品的功能逐渐向服务型、用户体验型转变,服务附加值不断增加,经济效益随之上升,同时对人们的生活工作方式也产生一定影响,甚至成为引领方式发生改变的重要因素。具体到手机应用产品的设计上,受移动互联网发展影响,层次化设计(服务层、产品层与商业化构建)、整合化设计(业务与服务的整合)、商业战略化设计已经逐渐成为设计的主流方向。在层次化设计方面,手机用户是最主要、最基本的核心,是所有设计层次的内核,其它层次的设计都要围绕这个核心来实现。在整合化设计方面,手机应用市场已经基本成熟,规律大体上也基本定型,在其作用下,手机应用产品的功能虽然不断增加,但最终产品并非在原有产品基础

上简单的功能累加,而是必须重新打散,根据市场需要进行新的整合,提高整个产品的服务水准。在商业化战略设计方面,要从互联网发展实际出发,结合用户需求、服务提供商以及业务运营商、应用推广等各种因素进行全方位的系统规划,然后有效地体现在设计实践中。

## 4 移动互联网下手机应用产品服务设计中需要注意的问题

### 4.1 移动互联网下手机应用产品服务设计影响因素

影响手机应用产品服务设计的因素有很多,归纳起来大体分为以下几种:手机应用产品的特点、服务的要素以及流程、服务产品改善。实际设计过程中,上述因素要综合考虑,选择最优方案,任何割裂开来的设计模式都是不可取的。

### 4.2 手机应用产品服务设计的主导思想

手机应用产品服务要便于手机用户获取高质量服务,同时保障用户获取服务的时限、效率。另外,对于某些需要提供个性化服务的手机应用产品而言,服务的个性化与针对性也是服务设计需要重视的问题。上述这些都是手机应用产品服务的主要特征,在设计实践中需要综合移动互联网与用户需求开展设计,不断深化提高,增强产品的核心竞争力。

## 5 移动互联网下手机应用产品服务设计流程

基于移动互联网的手机应用产品一般按照产品驱动层、产品功能规定及目标对象、产品信息构架、产品信息设计与处理以及产品体验的顺序进行层次化设计。其中,前面三个环节是手机应用产品服务模型构建的需要,下面主要讨论下产品信息设计与处理、产品体验的有关内容。

### 5.1 手机应用产品的用户界面设计

手机应用产品的服务得以实现,前提是用户与应用产品的交互。手机应用产品的用户界面就是实现这交互作用的关键渠道。手机应用产品能否获得成功,很大程度上决定于用户界面提供的用户体验能否令用户足够满意。产品设计师要对用户需求、个性特点以及产品自身的结构、功能和优势有足够的了解与掌握,有针对性地,创造性地开展设计,才可能设计出让用户满意的产品。

### 5.2 手机应用产品的视觉设计

视觉设计的职责是实现手机功能和美学效果的完美结合,良好的视觉设计有助于提高用户对产品的满意程度,从而增加产品的竞争能力。进行视觉设计时,要根据产品和用户群体的具体情况,勇于应用先进新颖的技术与理论,因地制宜,灵活机动的开展工作,从而创造出能够令用户愉悦的手机应用产品视觉效果。

## 6 结束语

第三代移动通信技术(即3G)于2008年在我国全面实施,标志着我国正式进入3G时代。移动互联网迎来了崭新的发展机遇。新技术、新方法、新产品不断涌现并持续改变着人类的世界。其中,基于智能手机的手机应用产品正以惊人的速度发展着,并正由公共应用向着专业应用转变。由于应用范围的不同,专业应用产品的开发正处于起步阶段。手机应用产品供应商应该充分利用这个有利时机,加快各个专业领域的应用产品服务设计开发,最大限度地抢占市场上的有利位置。

## 参考文献

- [1]李娜,温玉涛.移动数字通信在旅游地应用的设计构思[J].青岛理工大学学报,2012,33(4):110-114.
- [2]孟剑萍,沙勇勤.3G移动互联网客户服务平台架构设计[J].微型机与应用,2012,31(19):87-89.