

基于服务设计的中国澳门十月初五老街复归设计研究

任玉洁 王雯萱

澳门城市大学创新设计学院，中国澳门，999078；

摘要：随着城市化进程的加速推进，传统老街面临着物质空间衰退和文化记忆断裂的双重挑战，如何实现老街的复归已成为城市更新与文化中的重要问题。本文以“中国澳门十月初五街”为研究对象，基于服务设计的方法，根据用户需求与痛点，对街道导视系统优化、品牌传播设计、文化互动体验、空间使用协调四类策略，推动老街地域文化记忆与生活方式的重构，探讨文化传承、品牌更新与空间设计的融合路径，为传统街区的发展与品牌复归提供新思路与设计策略。

关键字：服务设计；中国澳门十月初五街；老街改造；包装设计

DOI：10.69979/3029-2700.25.12.045

引言

在全球化与现代化的冲击下，传统街区面临着形象老化、空间使用低效、品牌价值衰退等多重困境。老街原有的生活方式与文化生态逐渐瓦解，过度商业化、功能置换与居民外流等问题导致地域特色与历史价值日益消解。如何在城市更新进程中守护老街的历史记忆、传承文化精神，成为当前城市治理与文化保护面临的重要课题。

中国澳门十月初五街，因 1910 年葡萄牙十月革命后澳葡政府改名而得，其名中的“初五”特指公历 10 月 5 日。这是一条具有中葡文化特色的历史街区，曾凭借内港码头的交通优势，成为中国澳门及周边地区的集贸市场。街区沿线商铺与摊档众多，曾有六国茶楼、冠男茶楼等知名粤式茶楼在此。康公庙作为街区核心地标，庙前地保留着原始条石路面，部分骑楼店铺仍保留旧式木构门窗、雕花栏杆等岭南建筑元素，与殖民时期的拱券式立面形成独特街景。康公诞为街区最具代表性的传统节庆，包含搭棚唱戏、神像巡游等仪式，构成中国澳门多元节庆文化的重要组成。如今，节庆活动变为康公夜市，成为本地居民与游客体验地道美食与品牌消费的热门场所。然而，随着城市商业重心转移，仅存的大龙凤茶楼、十月初五饼家、南屏雅叙等少数本地品牌仍维系着片区的文化记忆。十月初五街地处大三巴牌坊附近，位于中国澳门旅游主干道，具有人流集中与地域优势。以保持原貌及保护为原则，扩大码头作为景点及历史遗产的价值和优势，进一步扩展活化效益，逐步打造中国澳门历史片区作为中国澳门独特的文旅目的地，实现以文化带动关联领域深度融合发展，营造良好环境

[1]。

传统街区更新过程中，常见的策略多聚焦于物理环境的整治或商业业态的更替，然而这种单一的更新手段，难以符合体验者对文化认同、情感体验与生活便利的复合型需求。本研究运用服务设计方法，从用户体验出发，分析街区中的行为路径、接触点与文化价值，提出以服务流程优化为核心的复归策略，为街区实现复归提供新思路。

1 服务设计赋能老街复归

面对传统街区文化衰退、功能失衡与使用效率低下等问题，仅依赖物理空间的更新已难以实现深层次复兴。服务设计是通过服务规划、产品设计、视觉设计和环境设计来提升服务的易用性、满意度、忠诚度和效率，向用户提供更好的体验，为服务提供者和服务接受者创造共同的价值[2]。

结合多个服务设计工具，从观察记录、用户画像到用户旅程图分析层层递进，挖掘街区体验过程中的痛点与服务盲点，为后续设计策略提出依据。具体工具包括：POEMS 观察表、利益相关者地图、用户旅程图与服务解决方案矩阵。

1.1 POEMS 观察表

对中国澳门十月初五街的游客、本地居民及商家开展实地观察，挖掘中国澳门十月初五老街的发展痛点。通过观察发现，街道以传统手工艺与本地特色产品为主，本地居民多选购手工艺品，游客则偏好伴手礼与打卡消费。部分商家通过包装升级与网络宣传拓展客流，但面临创新与传承的矛盾，缺乏整体品牌塑造能力。街区还

存在人车混行、导视混乱、文化宣传不足等问题，影响游客体验与文化传播效果。本地居民虽认同街区的传统价值，但对频繁游客活动可能带来的扰民问题表示担忧。中国澳门十月初五街的复归需在保留传统特色与提升体验之间寻求平衡。

1.2 利益相关者地图

通过 POEMS 观察表，构建利益相关者地图，明确政府、居民、游客、商家、等角色的关系，确保方案能够满足不同利益相关者的需求。

1.3 用户画像

通过利益相关者地图，构建了三类用户画像。中国澳门大学生倾向探索本地风情，喜欢探店和社交媒体打卡，关注店铺创新与美食体验。街区店主希望扩大经营影响力，通过包装更新与文化传播吸引更多年轻客群。本地居民重视街区原貌保留，反对过度商业化，希望生活空间不被游客干扰。这些画像反映出街区需同时满足文化传承、商业活力与生活秩序等多重需求。

1.4 用户旅程图

梳理游客在中国澳门十月初五街从抵达、游览、购物、离开到反馈的全过程，并对游客在游览过程中的需求、行为、情绪体验、用户心理进行分析，分析游客的需求与痛点，从而改进服务系统流程，完善服务接触点。通过用户旅程图（图 1）得知：游客难以了解店铺背后的历史文化，街区缺乏有效的信息传达系统；街道人车混行、导视缺失、公共设施不足，影响整体逛街体验；老字号缺乏视觉统一与品牌表达，难以吸引年轻消费者；街区缺乏视觉亮点与文化地标，不利于游客传播与打卡分享；游客激增导致道路拥堵、垃圾增多，部分商家占道经营影响居民日常出行，生活与旅游功能发生冲突。



图 1 用户旅程图（作者自绘）

1.5 解决方案矩阵

通过用户画像与旅程图的分析，明确游客、居民与商户在街区中的关键行为节点、情感曲线与服务需求，综合实际调研结果，街区面临导视混乱、文化传播薄弱、品牌形象不统一与功能冲突等多重问题。为此，提出四类核心设计方向：导视系统优化、品牌传播设计、文化互动体验、空间使用协调。

基于此分析提出具体的服务设计策略与实施方案：

①建立多功能导视系统，设置街头导览地图架与方向指引牌，明确街区主路走向与地标位置；优化地面指引信息，缓解人车混行压力，提升游客的空间认知效率与安全感。

②改善街区老字号十月初五饼家的店铺空间与品牌包装，设计融入中国澳门文化元素的视觉形象，强化手信文化的传播力与辨识度，吸引年轻客群关注与参与。

③加强店铺与街区的线上线下联动宣传，推出主题明信片、盖章打卡、扫码听故事等互动打卡机制，建立街区文化故事与用户参与之间的情感链接，提升旅游趣味性与文化沉浸感。

④增设公共设施，规划休憩节点，设置文化涂鸦墙等视觉亮点，并通过信息引导系统实现游客动线分流，减轻对居民生活的干扰，实现旅游与生活的平衡共存。

2 设计策略

针对以上问题，本研究从服务设计的视角出发，提出导视系统优化、品牌传播设计、文化互动体验、空间使用协调四类策略，以下将依此逐类展开具体设计方案。

2.1 中国澳门十月初五街道导视系统设计

在街头设置多功能导览地图架，整合游览动线、地标信息与打卡节点，增强方向感与街区识别。地图上标识康公庙、老字号商铺等特色节点及集章打卡点，配上中国澳门十月初五街的历史文化概述，以图文形式概述街道从泗水码头到中葡商埠的历史变迁，凸显骑楼建筑、市井生活等中国澳门本土特色。设立街边指引路牌，标注十月初五街主路走向、交叉路口名称，搭配箭头指示方向，并标注步行距离，帮助游客找到自己要去的地方。不仅减缓主路压力，同时引导游客有序停留，减轻对居民生活的干扰，改善目前十月初五街导视指引系统不完善和空间使用协调的问题。

在店铺门口设立滚筒式立牌，滚筒每页设置店铺档案，标注店铺品牌历史、核心产品、营业时间、必买推

荐,帮助游客更好的了解店铺历史和文化。在每页角落设置文化小贴士,扫码听店铺老板口述历史。加入游客评价区,滚筒最后一页为可更换的留言板,展示社交媒体热门评价,增强游客信任感,提升文化可视性与传播力。在路牌上融合葡式瓷砖图案,既能体现中国澳门特色,又增加视觉吸引力。

2.2 中国澳门十月初五街区明信片与扫码打卡设计

与中国澳门十月初五街的商家联名设计的十月初五街主题明信片,游客在逛的过程中收集各店专属印章,每张明信片右上角有二维码,链接店铺的历史故事与街道文化,形成实体打卡宣传,增强游客的体验感,构建文化传播和社交分享的互动方式。

游客通过扫码开启中国澳门十月初五街闯关之旅,在寻找老字号、解锁传统工艺体验等任务中,以游戏化叙事重构历史场景,品尝老字号美食、找粤剧暗号等,这种沉浸式探索结合文化解谜的模式,将传统游览方式转化为惊喜的城市冒险,让历史记忆在趣味互动中传递。

2.3 中国澳门十月初五饼家系列包装设计

以葡国瓷砖艺术为视觉核心,将葡萄牙传统瓷砖的几何形状、花卉图案与中国澳门十月初五饼家的糕点相结合,打造具有中国澳门特色的现代包装和节庆系列包装,更好的传播中国澳门手信文化。包装设计视觉年轻化、增强打卡体验、整合社交传播元素,提升年轻客群购买意愿。

以中国澳门当地特色建筑的风格和色调,从妈阁庙、东望洋灯塔、大三巴为灵感,制作中国澳门十月初五饼家春节系列包装。提取出妈阁庙红墙绿瓦的视觉形象,融合东望洋灯塔的素白、大三巴牌坊的巴洛克线条,构建传统节庆与地域文化的视觉形象。

中国澳门十月初五街饼家将传统售卖空间升级为文化体验和商业消费的空间,店面右侧是十月初五手信发展历史的展示,串联起中国澳门手信百年发展脉络,墙面多媒体屏循环播放匠人访谈与工艺纪录片;左侧是现售区与试吃台,增加明信片墙盖章处,顾客可持中国澳门十月初五街明信片进行盖章,创造专属独特记忆。店内墙面采用中国澳门骑楼木质百叶窗同款深胡桃木纹饰面板,搭配玻璃展柜,店外门面和店内地面通铺定

制款葡萄牙瓷砖,中式木质与葡国瓷的搭配也更凸显中国澳门风情。

3 结论

本研究在传统街区复归中引入服务设计方法,从用户体验与系统流程角度重构街区活力。从实地调研、服务分析到设计,通过导视系统优化、品牌传播设计、文化互动体验、空间使用协调四类策略策略,推动中国澳门十月初五街从功能衰退的生活街区转型为文化体验型历史街区,为老街复归和老字号品牌设计提供了重要依据。

参考文献

- [1] 中国澳门特别行政区政府。特区政府向立法会介绍历史片区活化项目 [EB/OL]. (2024-04-11) [2024-06-02]. <https://www.gov.mo/zh-hans/news/752453/>
- [2] 罗仕鉴, 邹文茵. 服务设计研究现状与进展[J]. 包装工程, 2018, 39 (24): 43-53. DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.24.009.
- [3] 胡飞, 李顽强. 定义“服务设计”[J]. 包装工程, 2019, 40 (10): 37-51. DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.10.008. 张靛.
- [4] 彭孟洲. 基于服务设计理念的公共空间设计案例与启示——以图书馆公共空间设计为例[J]. 设计艺术研究, 2020, 10 (01): 55-58+71.
- [5] 杨杰, 叶迅荣. 服务设计思维下的地域文化品牌应用研究[J]. 设计, 2022, 35 (09): 41-43.
- [6] 张晴, 姜明, 刘洋等. 服务设计视角下乡村旅游创新研究[J]. 包装工程, 2022, 43 (02): 192-199. DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.02.025.
- [7] 刘甜, 林家阳. 文化基因视域下文旅特色小镇品牌塑造实践研究[J]. 包装工程, 2020, 41 (02): 89-96. DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.02.013.

作者简介: 任玉洁 (1982—), 女, 澳门城市大学创新设计学院副教授, 研究方向: 服务设计与社会创新、品牌管理与创新设计。

王雯萱 (2002—), 女, 澳门城市大学硕士研究生, 研究方向: 服务设计。