

智能时代背景下传统手表创新设计趋势分析与探索

田角

Thunder Design LLC. 美国 佐治亚州萨凡纳市 31405

作者简介：田角，1993年8月，男，辽宁沈阳人，硕士，工业设计方向

邮寄地址：辽宁省沈阳市苏家屯区红椿路88-41-6号

田角 18677778680

摘要：文章主要分析了智能时代中传统手表的创新设计趋势，具体包括智能功能设计、传承历史价值、满足新时期用户需求以及互联网思维创新，希望能给相关人士提供有效参考。

关键词：智能时代；传统手表；创新设计

引言：随着科技的发展，各种智能手表的诞生，进一步创新了时间管理定义，增加了生活管理工具属性。消费观念创新以及用户需求变更导致人们对于各种高科技新型智能产品的关注度逐渐提升，但同时也不能忽视传统手表文化内涵与工艺价值。

一、智能功能设计

计算机小型化发展趋势为环境、事物以及人之间的顺畅交流提供了技术支持，使人类工作方式以及生活模式变得更加智能化和便利。人类对于高科技产品的渴望逐渐增强，对于各种新兴产品的接受度也更高。智能手表的迅速推出在一定程度上受到了人们的广泛欢迎。同时随着物质生活水平提升，人们在购买手表时，对于文化价值以及审美价值的追求也更加强烈。但因为通常情况下，人们的手臂仅能配带一种手表产品，使人们在选择传统手表以及智能手表的过程中出现混乱。传统手表需要在保持基本高贵特质的基础上，适当朝着智能化方向设计。比如SWATCH企业在2016年推出的新款BELLAMY智能手表，内含NFC芯片，可以帮助人们解决交通刷卡以及移动支付等难题。

融入各种智能化元素并非代表着将各个智能化功能填满传统手表。电能储备以及屏幕等方面的限制，导致传统手表是无法像智能手表一样满足人们所有功能需求。但却能让传统手表保持其良好的价值特色，基础计时结构主要能够结合目

标人群的现实需求以及传统手表主体和相应的应用场景，适当增加各种功能组件，达到特定功能，比如传统手表如果是运动主题，则可以添加陀螺仪、GPS 等芯片设备联合智能手机功能显示，帮助登山人员了解所登山体的轨迹以及高度等因素。

二、传承历史价值

20 世纪末，传统手表初次受到了石英表以及日本电子表的冲击，但依然凭借自身精美的工艺以及科学的设计维持良好的销售效益。整体消费理念以及生活质量得到有效提升，人们对于手表的文化价值以及装饰功能的重视程度也有所提升。消费者比较欣赏手表机芯巧妙机械设计、精致的表盘以及精细的机芯，如同追求奢侈品以及艺术品一样，不断抒发着对于手表的喜欢。智能时代中，手表的消费者也没有因增加的各种功能便放弃追求手表的设计美感以及艺术特征。传统手表在制造设计过程中需要继续继承与发扬数百年文化价值。第一，重视手表艺术价值，传统手表的表盘装饰、机芯打磨以及机械设计等内容都在诠释着制作者的工匠精神，赋予手表以极高的艺术价值，得到广泛推崇，比如卡地亚珠宝的装饰特色以及江诗丹顿超高的制表工艺，使其受到人们广泛欢迎。第二是看重手表设计美感。不同的人群对于手表材质、色彩搭配等方面拥有不同需求，而手表的外在美感也是人们选择手表的重要基础。比如 DW 手表是凭借其轻薄的表身以及颜色丰富的尼龙彩带而受到人们的广泛欢迎。第三是重视手表的品牌故事，品牌能够激发消费者精神认同，从而形成一种十分深厚的品牌忠诚度。通过合理进行品牌定位能够促进手表产品的稳定发展，有效持续积累消费群体。比如斯沃琪的设计的手表时装定位，便受到青年群体广泛欢迎^[1]。

三、满足新时期的用户需求

智能时代中的手表产品设计需要满足消费者的心理诉求，充分结合消费者的心理需求以及现实需求设计手表产品，掌握消费者的心理喜好，满足其心理预期。传统手表设计主要是由上层意志、市场环境以及企业战略等因素影响的。产品设计和市场格局变化存在一定差异，通常都是反应较为迟钝，相关设计思路也没有跟上时代潮流。导致手表从生产到销售整个环节全部脱离消费者，没有充分考虑到用户的现实需求。最终的设计产品也无法满足用户需求。使市场整体销量降低。尤其是那些定位于中低端的手表，其在面对社会大众时，因为价格方面的限制，

导致其无法对工艺以及材料方面过度追求，制作与设计带有设计者的意志，忽略消费者的力量。智能时代背景下，传统手表将用户作为核心，计划深入挖掘各种潜在用户，从而在不断挖掘各种隐性需求以及显性需求的基础上满足用户各种需求。通过进行全面的市场调查掌握用户需求，或为消费者提供一个可以参与到手表设计中的渠道，及时接收用户的评价反馈需求，跟踪用户应用习惯，促进产品设计实现迭代发展的目标，更好地适应新时期的发展潮流，充分掌握用户习惯。

四、互联网思维创新

贝恩所推出的《中国的奢侈品市场调查》报告中提到过，大约有百分之七十的奢侈品消费者都是利用移动应用、微博微信、新闻网站以及品牌官网等新媒体了解各种奢侈品信息，最终决定购买产品。在互联网时代中，还能够有效解决信息不对称的问题，从而为产品的推广营销提供更多的机会。而传统手表需要进一步打破柜台营销这一传统模式，多多利用互联网平台来传递信息，营销、推广以及分享产品。传统手表在利用互联网平台进行营销的过程中，主要是通过线上线下联合以及新媒体技术实施操作。而线下的方式是通过将门店装修以及手表产品实施数字化处理，通过虚拟化技术，帮助前来门店的用户能够自由试戴以及定制手表产品。通过多媒体成像技术保留和存储手表的制作流程。线上方式具体包括微信以及微博等营销移动终端；论坛和贴吧等网络营销社区，通过众筹、点评、团购等形式体验该种营销模式。国内的 CIGA DESIGN 手表独立设计品牌便入驻京东销售，利用京东众筹良好的知名度以及巨大的影响力，帮助自主设计手表能够顺利进入市场，获得市场中的真实反馈^[2]。

结语：综上所述，随着智能时代的来临，各种传统产品也逐渐被打上智能化标签，手表同样也增加了娱乐管理、社交管理以及健康管理等功能，从而使人们的生活方式出现了根本性变化，受到社会大众的广泛欢迎。

参考文献：

- [1] 李金普. 基于纳米压印技术的传统手表智能化设计研究[D]. 中国美术学院, 2017.
- [2] 张建民, 李怀瑜. 智能时代背景下传统手表创新设计趋势研究[J]. 工业设计, 2017(01):146+148.