

BAZAAR MEN'S

时尚芭莎 男士

March 2012 年 3 月

米兰独家专访
GIORGIO ARMANI
时装太阳王



特别报道
职业乌托邦

这个世界最吸引男人的
梦幻工作是什么?

冯仑

理想世界中的
调侃式生存

时装特辑

米兰+巴黎男装周报道

都市游侠
如何订制你的
私人酒窖、
雪茄吧和影院

移动互联网时代 指尖财富争夺战

FORTUNE AND MOBILE INTERNET

ISSN 1673-0828



9 771673 082129

这是一个没有期限的旅程：让人艳羡的从来不是职业本身，而是状态——一个人的职业乌托邦，不是能做好各种角色，而是无论何时何地，都能做最好的自己；而一个值得自豪的人生则是，如果生活和想象不一样，永远都有勇气重新启程，去成为那个想要成为的人。





人类行为研究学家

简·奇普切斯
JAN CHIPCHASE

[肖像摄影: Shawn, Mino]

“我不是技术主义者。科技放大了行为，但行为研究本身是与技术无关的——你能从中跳出多少，决定着你能看到多远的未来。”

《财富》杂志赋予简·奇普切斯 (Jan Chipchase) 的头衔是“全球技术界最聪明的设计师”，但他一定会对你摇头——至于地点就不一定了，可能是印度艾哈迈达巴德人潮密集的街头，可能是巴西圣保罗的电话亭竖立的妓女广告旁，可能是越南河内的某个加油站，可能是西非国家加纳首都阿克拉的某户人家中，最为激动人心的可能是，喜马拉雅山高海拔铁路旁设立的移动办公室内。

这些可能都曾实地发生过——这是一份《孤独星球》般激动人心的职业，比“设计师”更为贴切的名称是“人类行为研究学家”。工作状态表面上看，是揣上护照、一点现金、一部翻盖上贴有“A1”黑色胶带字样的苹果电脑和一台佳能 5D Mark II，每年有 4 到 6 个月的时间，在全世界各地至少 10 个以上国家飞来飞去——事实上，是带领包括工业设计师、心理学家、可用性专家和社会学家等在内的团队，雇佣当地人作为助手，通过实地探访、聊天等方式深

度考察人类行为模式，感知潜在的消费者诉求，撰写调研和趋势报告，从而帮助企业主或设计师发现和扩展技术创新或产品设计的每一处新大陆。

当然也可能在上海，尤其是在简于两年前成为创意咨询公司青蛙设计 (frog) 上海工作室的全球视野执行创意总监之后。四海为家的地球环游经历让他看起来就像是探索频道《荒野求生》节目里同为英国人的贝尔：棱角分明，前额宽阔，最常见的装扮是战地记者般的黑 T 恤和绿军裤，这方便他随时随地都能进行“田野调查” (field study) ——他酷爱一切户外环境，他所选择的居所和办公室都设有空旷的露天平台，在那里他俯瞰棚户与高楼掺杂的上海，坚信“每一扇窗后面都有故事，读懂人类是一件伟大的事”，以及“没有什么是不能完成的任务，区别只在于衡量是否要为此付出代价。”

这种坚定信仰很可能来源于他之前的工作

经历——之前的 10 年，伦敦人简作为诺基亚 (Nokia) 东京研究中心的首席科学家声名远播，但鲜为人知的是，“人类行为研究学家”是简说服诺基亚为其特设的职位。在此之前，发展经济学和用户界面设计的学位使他得到的是布里斯托尔 (Bristol) 某研究机构“技术研究员”的职位，直到 2000 年迁往东京成为诺基亚本地研究中心的“用户体验经理”。当他在一些发展中国家发现，如“商业伙伴、家庭成员甚至整个村子——一群人会共用一台电话”使诺基亚手机率先导入多重电话簿的功能、占领市场先机后，诺基亚开始前所未有地重视并愿意投资在“用户行为研究”上。

“创造一个职位比得到一个早已有一大堆人在从事的职业有趣得多，因为你挣破了边界。”简说，“我不认为我的头衔能解释我这个人，我也不在乎它们——我需要确认我在做正确的事，而不仅仅是求得企业对我的认同感——如果你做的事足够创新足够有趣，他们终究会赶

上你的。”

简被命名为“人类行为研究学家”，作为工业设计的最前端支持诺基亚的创新与设计团队。他不负众望地先后间接促使了来电即闪灯、双卡待机、NFC (非接触性电子支付和存取) 等的创新发明，而纳米科技、可视化、感应器、触控、社交软件等如今技术界司空见惯的研发项目，早在 2006 年就被简放在了案桌上。

如今，技术界斗转星移，简转向青蛙设计继续着他的跨国调研项目。此前他一直在肯尼亚等地研究“手机银行”，新项目则在尼日利亚展开。“尼日利亚是一个美丽的国家，它有非洲最多的人口，同时也因为欺诈而臭名昭著。”他如此评价，显然已经习惯于面对各种险境，“危险是有的，但都是可控制的。我们做的大多是稀松平常的事情，没有真正的大风大浪。在世界上任何一个地方都是危险的，只不过我们恰巧在异国，于是让我们的经历看起来别有风情：乘卡车到处跑，但它很方便；在鼓浪屿遇上台风也算不上什么危险；在阿富汗会有人想杀害你……但关键是你要知道自己在哪里，在做什么——真正在面对危险的人是生活在那里的人，说我们这一群爱冒险的人做的事很危险是很可笑的——我们只是一群过客罢了。”

同以往一样，他在上海用一周半的时间完成准备工作，联系各地的工作室，调查 12 个当地团队候选人每一个的背景信息——最终雇用了 6 个尼日利亚人，包括一个摄影记者和一个电影制片人。在拉格斯，他们租用了 18 个军用房间落脚，一天工作 6 至 8 个小时，一连 10 天。“其实它有点儿像情趣旅馆，在抽屉里有安全套，墙上有异国风情的美女。”简说，“在我的经验里，建立信任最好的方法就是把所有人都关在同一个地方。吃一样的食物，睡一样的床，无人例外。结束时总有人会哭。”在这样的“浪漫假期”后，就是简的事了——他回到办公室，花 6 周以上的时间处理得到的数据和信息，撰写报告呈现给客户，出点子帮助他们从中寻找商机。“秘诀是在工作室里花上足够的时间来消化你所学到的东西。”

青蛙首席创意官马克·罗尔斯顿 (Mark Rolston) 评价简是“知道如何在我们这个世界得到真相的人之一”。这很准确：简并不在乎手机、互联网或是任何一项技术，因为它们只是手段，并不能真正改良世界。“不管你想要靠近或是远离他人，科技都只是让你更容易做到，而无法抵达人心的真相——所以我选择投身于现实世界，接触真实的人，建立交流与信任。所有的技术创新，都源于最本质的生活。”



简·奇普切斯 (Jan Chipchase) 的职业曲线

- 生于一个**英德混血家庭**，在伦敦和布赖顿 (Brighton) 长大。
- 15 岁时，和一个朋友一起**打上背包去了埃及**——他由此发现，尽管他努力把注意力放在学业上，**但能给他带来激情的，还是探索。**
- 在首选大学落选之后，**搭便车穿越了美国。**
- 被伦敦城市理工学院 (City of London Polytechnic) 录取，拿到了**发展经济学**学位，之后又在**用户界面设计**这一较新学科方面拿到了硕士学位。
- 在布里斯托尔 (Bristol) 学习及研究技术学院 (Institute for Learning and Research Technology) 以**技术研究员**的身份入职，并遇到了妻子森惠子 (Keiko Mori)。
- 2000 年，携妻二人迁往东京，在**诺基亚**的本地研究中心得到**用户体验经理**的工作。
- 10 年里，他先后成为**技术负责人和资深战略师**，并最终成为诺基亚东京 Insight and Innovation (洞察与创新) 工作室的**人类行为研究学家**，将人类行为动机与对科技发展的理解结合起来，帮助设计团队阐述并激发未来产品、功能、应用、服务和技术平台的设计灵感。
- 2010 年，离开诺基亚，担任创意咨询公司**青蛙设计 (frog)**的**全球视野执行创意总监**，并**举家搬迁至上海。**

“移动银行调研项目”



阿富汗

以下照片由简·奇普切斯 (Jan Chipchase) 于 2010 年夏天进行“移动银行调研项目”时在阿富汗拍摄，项目总照片数超过 8000 幅。



1. 向着巴基斯坦边境前行

简：此图拍摄于贾拉拉巴德 (Jalalabad)，我们在当地的一家理发店内进行采访。每次访谈的地点我们都尽量选择能够满足受访者个人需求的有利空间。



2. 一位当地居民手持四台手机

简：当地有四个电信网络供应商，只有同时拥有四个供应商号码，并拨打使用同一电信供应商的对方号码，才能表示对其的尊重。



3. 一位当地居民正在使用当地手机支付系统 M-Paisa

简：研究当天手机支付现状便是此行的目的所在。



4. 当地的手机银行业务广告

简：这是早晨 6 点步行去市场的路上拍摄的。



5. 一家罩袍 (burka) 商店

简：当地未婚男女是不可以同处一室的，我们采访时便面临着这样的难题，因为我们的队伍男女都有。



6. 一个张贴满竞选海报的亭子

简：在去贾拉拉巴德的路上拍摄，从这里你可以查阅所有的参选人信息，简单、直观。