

陶瓷产品人性化设计研究

赵聪霖¹, 王鑫²

(1.景德镇陶瓷大学, 景德镇 333000; 2.内蒙古民族大学, 通辽 028000)

摘要: **目的** 针对当前社会中消费者的多重需求, 探究陶瓷产品的人性化设计方式。**方法** 从当下陶瓷产品的现实处境入手, 结合其在进一步发展过程中所表现出的人性化特征, 从造型、装饰、功能 3 个方面具体论述如何将设计师的创造性思维与不同消费群体的需求有效对接, 如何将各种设计元素解构重构并与多种表现手法有机结合, 从而创造性的构建出陶瓷产品的造型与装饰, 进而实现产品形式与功能的人性化设计, 并对陶瓷产品人性化设计未来的发展做出展望。**结论** 人性化设计使陶瓷产品能够更好地满足当今社会人们的消费需求, 从而为企业带来长期的经济效益, 扩大市场占有率。人性化设计给予了陶瓷产品蓬勃的生命力, 拥有人性化的造型、装饰和功能, 是陶瓷产品实现人性化设计的必由之路。

关键词: 陶瓷产品; 人性化; 生命力

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)08-0228-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.08.044

Humanized Design of Ceramic Products

ZHAO Cong-mei¹, WANG Xin²

(1.Jingdezhen Ceramic University, Jingdezhen 333000, China;

2.Inner Mongolia University for the Nationalities, Tongliao 028000)

ABSTRACT: Aiming at the multiple demands of consumers in current society, the humanized design method of ceramic products is explored. From the real situation of the ceramic products, combined with its in the process of further development of human nature characteristics, from the shape, decoration, function three aspects discusses how the designer's creative thinking effectively docking with the needs of different consumer groups, how to deconstruct the various design elements reconstruction and with a variety of organic combination of the technique of expression and creativity of construct the modeling of ceramic products and decoration, and then to realize the function of product form and the humanized design. The future development of humanized design of ceramic products is prospected. The humanized design enables the ceramic products to meet the needs of consumers in the modern society, thus bringing long-term economic benefits and expanding market share. The humanized design gives the ceramic products the vigorous vitality, and has the humanized modeling, decoration and function It is the only way to realize the humanized design of the ceramic products.

KEY WORDS: ceramic products; humanization; vitality

一直以来, 日用陶瓷作为一种与人的生活密切相关的产品形式, 其总是有着广泛的种类和用途, 大到餐具、咖啡具、酒具, 小到花器和筷子架, 都在一定程度上满足着人们的日常所需^[1]。随着机器化大生产的到来, 陶瓷产业迅速发展, 不仅在实用方面逐渐增

强, 而且在审美上也大大提升, 这一点值得肯定也无可置疑。然而, 事物的存在总是具有两面性的, 陶瓷产业也不例外。在机器化大生产的现实背景下, 陶瓷产品总是不自觉地表现出机械化、标准化的倾向, 导致产品缺乏创新意识和独特性设计, 无法满足人们求

收稿日期: 2017-12-09

基金项目: 内蒙古民族大学科学研究基金资助项目 (NMDYB17119)

作者简介: 赵聪霖 (1981—), 女, 内蒙古人, 景德镇陶瓷大学博士生, 主要研究方向为设计学。

新、求变的情感诉求。从现实方面看,人们的消费观念较之以往已经发生了巨大的变化,人们希望陶瓷产品设计集观赏、实用于一体,且有一定的个性和艺术性,能够以独特的色彩感、装饰感、节奏感带来视觉冲击力,满足自身对自然、文化和审美等更深层面的需求^[2]。为了达到这一目的,设计师在进行日用陶瓷产品设计时,开始尝试借助造型、装饰、功能3方面呈现简约而不简单的高品质产品,其人性化的特征逐渐获得了广泛认可并不断创新发展起来。

1 对人性化设计的理解

人性化设计是当代产品设计的一个新趋势,是对人的身心需求和精神需求的尊重与满足。具体来讲,人性化设计就是以人为本,从人的实际需求出发,通过人性与技术、艺术与科学的有机结合,使产品具备趣味与活力,给人以质量、安全、合理、方便、可靠、舒适的享受。在产品设计过程中,为了体现人性化特点,设计师常常需要根据产品本身设计要求赋予其独特的形式与功能,让产品富有情感、个性和生命,具备品格属性^[3]。一般而言,影响产品人性化的因素主要有动机因素、形式因素、环境因素、文化因素、人机因素等方面。动机因素,即以人的实际需求为出发点;形式因素,无论是造型还是色彩,都要进行一定的形式因素的分析;环境因素,即气候变暖、洪水泛滥、空气污染、水源短缺、土地沙漠化等,使得环保成了全球的共同话题,也成了产品设计的方向;文化因素,文化是一种无形的产物,是产品设计用来宣传地区性文化的重要方面;人机因素,即产品外型形式与人机工程自然而然地结合在一起。只有具备了这些因素,才能使产品更好地满足人们的众多需求。

2 陶瓷产品的人性化设计

一直以来,受人们普遍的消费观念的变化,产品设计常常需要从造型、色彩、功能等方面满足人们的各种需求,陶瓷产品设计也不例外^[4]。对于陶瓷产品设计而言,拥有人性化的造型、装饰和功能,是其实现人性化设计的必由之路。

2.1 陶瓷造型的人性化

造型是陶瓷产品最直接的审美语言,是设计师与消费者沟通的桥梁。人性化的陶瓷产品设计,自然要比传统的设计多一点审美性和趣味性。在现实的陶瓷市场中发现,由于批量化生产的局限性,陶瓷产品总是过于追求简洁和规整,显得缺乏个性和人情味,有的甚至趋于雷同。这样生产出来的陶瓷产品与人性化设计相去甚远。要想摆脱形式与生产的束缚,陶瓷产品设计就必须求新、求异、求美^[5]。首先,求新。陶

瓷产品有着极强的可塑性,既可以形态仿生、灵活多变,又可以是具象形态与抽象形态的结合、规整形态或不对称形态的组合。需要注意的是,在实际的设计操作过程中,可以融入一定的手工生产,给陶瓷产品带来一种手工造物之美,从而赋予整体造型活力和亲近感。其次,求异。陶瓷产品的造型一般由点、线、面、体构成,对这些造型元素进行细节设计,总是能够给人以完全不同的视觉感受。想要将陶瓷产品设计得更加个性,设计师可对这些细节进行异形设计,如点的细节设计,它可能是一个小小的壶钮、镂空、按键、开关等;线的细节设计,可以是垂直向上的水平线,可以是开阔飘逸的斜线,也可以是和谐幽深的曲直线等。总之,要在陶瓷产品形态进行突破^[6]。比如,一款陶瓷洗手盆的设计就在异形变化上做足了功夫,其完全打破了方、圆等传统造型,利用蜿蜒波折的主体设计将废水引入地漏排出;一款陶瓷茶具的设计更是出奇地截取了鸵鸟在某个形态下的一部分,奇特的造型像极了个将头埋在土里的鸵鸟;一款陶瓷吊灯在设计时被制成鱼身,内置LED光源,整体看上去像极了一条咬钩的大鲤鱼。再次,求美。有了新奇的造型,还要有具备美感的细节进行搭配与升华,让陶瓷产品充满人情味,减少机械化的生硬痕迹。比如,印度设计师 Mohit Arora 设计的一套骨瓷茶具,在造型上采用了类似珠宝表面的褶边和棱面元素,让整体的质感更加细腻,色泽更加秀雅,这一细节的设计,不仅丰富了产品的形式,而且还带给人以清新的视觉感受。

2.2 陶瓷装饰的人性化

在整体造型的基础上,陶瓷产品还需要有充满人性化的装饰设计,新奇、趣味的装饰总是能够为产品带来更多的趣味性,助其从众多相关产品中脱颖而出,以不同的美感吸引人的视线,获得更多的喜爱与肯定。首先,装饰色彩。色彩设计的合理与否决定着陶瓷产品的整体观感和效果,是装饰凸显人性化的重要一环^[7]。最值得一提的是青花瓷产品的装饰设计,蓝天白云的整体色彩,配合细节之处的饱和度和亮度处理,总是能在不经意间成功抓住人们的内心,以简练、素雅的装饰特点引发人们情感上的共鸣。正因如此,青花装饰不仅深受国人的喜爱,而且还受到了不少发达国家的青睐。其次,陶瓷肌理。肌理美是陶瓷艺术的另一种语言,与色彩有着同等重要地位,那些阴刻、阳刻、镂空、堆贴、拍打处理的素胎,配合不同的施釉方法,可以形成强烈的粗犷与细腻的对比,给人以不同的美感体验。再次,整体外观。如果色彩和肌理对人性化的体现不够具体,那么整体外观必然是装饰的重中之重。当前,一些设计师开始注重文化的回归,希望在陶瓷产品的外观上融入传统文化因

素, 升华产品的文化内涵与审美价值^[8]。比如, 一套陶瓷餐具在外观上绘制了荷塘景色。袅袅的水草、碧绿的荷叶、灵动的小鱼, 将荷叶中的“和”, 鱼中的“年年有余(鱼)”“鱼跃龙门”等美好寓意展现得淋漓尽致, 不仅增强了造型整体的韵律感, 而且还以深刻的文化内涵引人深思, 让人在不知不觉中走进荷塘、感受荷塘, 有一种惬意与美好的感觉。

2.3 陶瓷功能的人性化

好的设计不仅在于造型和装饰, 更在于功能的延伸。对于人性化陶瓷产品设计而言, 其功能设计并不能仅局限于单纯意义上的基本的使用功能, 还要深入考虑人们在使用过程中的体验, 要给使用者带来一种趣味性的生活体验, 必要时还要加入一些科技功能, 利用声、光、色增添别样的趣味, 延伸和扩大产品功能, 使人与物的关系、人与人的关系延伸成一种物质和情感的富有趣味性的交流关系。这里所要探讨的功能主要集中于儿童和成人两方面^[9]。首先, 儿童陶瓷产品设计。年龄小的儿童在日常生活中总是喜欢一些颜色鲜艳的或者仿生的陶瓷产品, 或者拟人, 或者夸张, 或者抽象, 总之要视觉上吸引人, 同时强调使用的方便。比如, 一套陶瓷餐具的设计就选择了卡通形象作为主体。为了在视觉吸引的基础上增添趣味性, 丰富使用功能, 设计师充分发挥想象力, 对手和盖钮进行特殊设计, 给人以愉悦的情感反应, 满足了儿童的使用功能和审美需求。其次, 成年人陶瓷产品的人性化设计。成年人的思维已逐渐成熟, 针对这一群体的陶瓷产品设计应注重其在对产品的使用过程中所感知和体验的“用”的效能, 强调舒适与安全, 让人们在使用过程中体会一些乐趣和轻松。比如, 日本设计师小松诚设计了一套瓷烟具, 整体造型以一个大盘和数颗可随意移动的半球形小烟托组成。与众不同的是, 这款瓷烟具中间没有穿孔, 而是单独设计了一道U形线凹槽, 便于人们在使用过程中放置香烟。如此设计, 不仅缓和了人们在城市生活中的紧张乏味情绪, 增添了生活乐趣, 而且带给人们全新的情感体验。另外, 在成年人群体中, 总是不自觉地看到某件物品想起有一个故事、一段记忆。从这一点出发, 在陶瓷产品人性化设计中, 设计师要对生活展开敏锐的观察, 赋予陶瓷产品一定的生活意义, 让消费者喜爱它进而产生购买的欲望。比如, 一套陶瓷调味罐的设计就大胆将人的五官和出料孔进行了结合, 形成了可爱幽默的外在形象^[10]。这样的设计在使用中或许效果一般, 却能快速抓住人们的情感, 拉近产品与人们的距离, 让人们在使用过程中获得情感上的愉悦。

3 陶瓷产品人性化设计的未来发展

人性化设计是“人化”与“物化”的统一, 因此, 在

日后的陶瓷产品的人性化设计中, 仍然要从基本的组成要素着手, 将创造性的思维通过材质、功能、和形式等设计要素融入到陶瓷产品设计中来^[11]。除了对造型、装饰和功能的综合考虑外, 还需要对其未来的发展方向做出展望。比如, 以结构科学和功能合理为前提, 通过艺术和人性化的双重作用, 为陶瓷产品设计提供坚实的结构和良好的功能; 实现“人化”与“物化”的统一, 这两个相互关联的系统是人们之间相互沟通的渠道; 始终坚持“以人为本”的宗旨, 在实现陶瓷基本功能的同时, 给人们的使用带来良好的体验, 满足其精神需求, 带来美的感受与体验^[12]。

4 结语

优秀的设计源于设计师的独具匠心。纵观现今我国日用陶瓷产品的发展, 主要问题在于创意不够、设计落后、国际知名品牌较少, 很难与其他地区平行。作为一名设计师, 在今后的设计中必须对陶瓷产品设计进行创新, 在讲求基本功能的基础上, 融合装饰、审美、功能、趣味等多种元素, 以强烈的人性化特征实现产品和消费者之间的情感共鸣, 让消费者更加愿意接受。人性化设计是陶瓷产品永恒的生命力, 值得当代设计师进行积极探索、研究与分析。

参考文献:

- [1] 孙清华. 日用陶瓷品的人性化设计[J]. 文艺研究, 2010(8): 158—159.
SUN Qing-hua. Humanistic Design of Daily Ceramics[J]. Literature and Art Research, 2010(8): 158—159.
- [2] 陈汗青, 王爱红. 日用陶瓷产品的艺术化设计[J]. 艺术百家, 2013(4): 156—158.
CHEN Han-qing, WANG Ai-hong. Art Design of Daily Porcelain Products[J]. Hundred Schools in Art, 2013(4): 156—158.
- [3] 朱爱霞. 浅谈日用陶瓷产品创新中的的个性化设计[J]. 设计, 2012(2): 40—41.
ZHU Ai-xia. Personalized Design in the Innovation of Domestic Ceramics[J]. Design, 2012(2): 40—41.
- [4] 陈婷婷. 日用陶瓷产品设计中的趣味性设计[J]. 旅游纵览月刊, 2012(12): 51.
CHEN Ting-ting. Interesting Design in the Design of Daily-use Ceramics[J]. Tourism Survey Monthly, 2012(12): 51.
- [5] 沈卓. 日用陶瓷的情感化设计研究[D]. 景德镇: 景德镇陶瓷学院, 2010.
SHEN Zhuo. Research on Emotional Design of Daily Ceramics[D]. Jingdezhen: Jingdezhen Ceramic Institute, 2010.
- [6] 梁超. 日用陶瓷产品交互设计研究[J]. 设计, 2013(2): 64—65.
LIANG Chao. Research on Interactive Design of Daily

- Ceramic Products[J]. Design, 2013(2): 64—65.
- [7] 余建荣, 吴莉莹. 论陶瓷产品系统化设计[J]. 艺术百家, 2007(2): 202—203.
YU Jian-rong, WU Li-ying. Systematic Design of Ceramic Products[J]. Hundred Schools in Art, 2007(2): 202—203.
- [8] 罗一墩. 日用陶瓷产品人性化设计研究[J]. 绿色科技, 2016(12): 207—208.
LUO Yi-dun. Research on the Humanized Design of Daily Ceramic Products[J]. Green Science and Technology, 2016(12): 207—208.
- [9] 马嘉铭. 浅谈人性化产品设计[J]. 文艺生活·文海艺苑, 2013(2): 202.
MA Jia-ming. Talking About the Humanized Product Design[J]. Art Life: Wenhai Yiyuan, 2013(2): 202.
- [10] 李慧文. 论日用陶瓷设计的文化诉求[J]. 艺术评论, 2013(3): 138—140.
LI Hui-wen. On the Cultural Appeals of the Design of Daily Ceramics[J]. Art Review, 2013(3): 138—140.
- [11] 张亚林, 谢鑫辉. 日用陶瓷的“可玩性”与艺术性[J]. 文艺争鸣, 2010(24): 53—56.
ZHANG Ya-lin, XIE Xin-hui. The "Playability" and The Artistry of Daily Ceramics[J]. Literary and Artistic Contention, 2010(24): 53—56.
- [12] 李凤华. 不同时代背景下的人性化设计理念[J]. 设计, 2016, 29(21): 58—59.
LI Feng-hua. Humanized Design Concept in Different Times[J]. Design, 2016, 29(21): 58—59.