

# 日用陶瓷产品创新中的个性化设计

吕敬煌

(玉林师范学院, 玉林 537000)

**摘要:** **目的** 探究日用陶瓷在创新道路上所进行的个性化的探索与尝试, 总结其中较有代表性的方向策略。**方法** 从我国日用陶瓷产品在世界市场上所展现出的突出的优劣势进行展开, 分析其数量及质量的悬殊差距, 并深入探索日用陶瓷产品创新中在造型、色彩、图案、材料等方面的多元化设计思路, 总结其在适用、经济、美观等原则指引下所进行的互动性、健康性和情感性表达, 分别就其中的细节展开深入剖析, 提出我国日用陶瓷产品在创新设计方面的方法和途径以及今后的设计新趋势。**结论** 日用陶瓷的个性化设计成就了当前全新的设计方向与价值展现形式, 使得日用陶瓷作品不再局限于简单的实用功能, 还在美化人们的生活环境、调节生活节奏和使用情趣等方面发挥着重要作用, 有效满足了人们日渐提升的审美需求和精神需求。

**关键词:** 日用陶瓷产品; 创新; 个性化

**中图分类号:** TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)20-0306-04

**DOI:** 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.20.052

## Personalized Design in Daily-use Ceramic Product Innovation

LYU Jing-huang

(Yulin Normal University, Yulin 537000, China)

**ABSTRACT:** The work aims to explore the personalized exploration and attempt on the innovation of daily-use ceramics, and summarize the typical direction and strategy. From the advantages and disadvantages of Chinese ceramic products in the world market, the differences in quantity and quality were analyzed. The diversified design thought in terms of modeling, color, pattern, material, etc. in daily-use ceramics product innovation were analyzed in depth. The interactive, healthy and emotional expressions conducted under the guidance of the applicable, economic, beautiful principles were summarized in details. The ways and means for innovative design as well as the new design trend in the future of Chinese ceramics for daily use were put forward. Personalized design of ceramics for daily use contributes to the brand new design direction and value presentation form. It makes the ceramic works no longer limited to the simple and practical function, also plays an important role in beautifying people's living environment, and adjusting the pace of life and using interest. It sparks the healthy and good mood, and effectively meets people's growing aesthetic standard and spiritual needs.

**KEY WORDS:** daily-use ceramic products; innovation; personalized

作为名副其实的陶瓷大国, 我国的日用陶瓷总产量一直位居世界之首, 但是必须清醒地看到, 我国的日用陶瓷产品主要是在数量和价格方面取胜, 在细节

的设计上, 仍与国外高档产品有着很大的差距<sup>[1]</sup>。从整体分析, 我国的日用陶瓷产品或者是在过去已有产品的基础上进行简单修改, 或者借鉴和照搬国外陶瓷

收稿日期: 2020-08-18

基金项目: 玉林师范学院 2020 年度广西高校中青年教师基础能力提升项目《广西地区陶瓷艺术设计创新及应用研究》(2020KY14029); 玉林师范学院 广西高等教育本科教学改革工程 2019 年度重点项目《融合与开拓: 广西传统工艺振兴“院校传承”模式的探索与实践》(2019JGZ142); 玉林师范学院 2020 年度广西高校中青年教师基础能力提升项目《乡村振兴背景下广西美丽乡村乡土景观设计发展研究》(2020KY14030)

作者简介: 吕敬煌(1985—), 男, 江西人, 硕士, 玉林师范学院工艺美术师, 主要研究方向为陶瓷艺术设计。

产品的设计形式及工艺，或者是简单的来样加工形式。凡此种种，都显示出我国日用陶瓷产品的尴尬处境，一方面有着惊人的生产数量，另一方面又有着自身的现实缺陷，如果得不到及时有效的革新，那么其发展将举步维艰<sup>[2]</sup>。面对这一现实，我国的日用陶瓷产品设计必须进行大胆创新，以更加新颖和个性的形式完善自身，实现逆境的反超，成功在国际市场拥有足够的市场份额和良好的口碑。

## 1 日用陶瓷产品的定义及发展特点

日用陶瓷产品是那些与人们生活息息相关，日常使用频率最高的陶瓷制品。其主要类型有餐具、茶具、酒具、冷水具、咖啡具、冰箱用具、厨房用具等，当然也包含与这些陶瓷制品相搭配的烟具、烛台、花器和筷子架等<sup>[3]</sup>。在当前这个高速发展的社会背景下，追求品位、打造个性化的生活成为人们的美好愿景，而日用陶瓷产品作为其中一个代表性门类，也在这一现实的影响下体现出诸多特点。第一，日用陶瓷产品的造型多样。受实用功能的限制，日用陶瓷产品大多有着固有的外观造型，加上传统生产方式的影响，产品所呈现出的造型特点较为单一，缺乏个性和多变性。随着人们消费观念的变化，日用陶瓷产品的造型也开始求新、求异、求美，呈现出多样化的趋势<sup>[4]</sup>。第二，日用陶瓷产品的图案呈现艺术化。日用陶瓷产品与艺术瓷产品有着极大的不同，其图案装饰不够大胆、创新，无法满足人们的多种需求。这与日用陶瓷产品现实的实用性追求密切相关。当前，日用陶瓷产品的图案设计开始了艺术化的升华，其独特的形式超越了实用性的追求，引发了消费者强烈的情感共鸣。第三，日用陶瓷产品的材料要有综合性。在日用陶瓷产品的材料选择上，如果一直延续传统的单一化材料，显然已经不能满足人们逐步提升的审美追求，对陶瓷材料进行拓展，将其与金属、玻璃、塑料、木材等进行科学搭配，呈现出个性化的质感与肌理，而这也让原本冰冷的陶瓷产品充满生气和活力<sup>[5]</sup>。第四，日用陶瓷产品的色彩更具辨识度。色彩是视觉设计的主要要素之一，日用陶瓷产品设计自然也不例外。从日用陶瓷产品设计的现实来看，其色彩并不再局限于狭窄的范围，而是在视觉审美法则的基础上深入探索消费者的心理情愫，以简约性、和谐性的色彩特质实现审美与实用的完美统一，进而达到更高层次的设计效果。

## 2 日用陶瓷产品的创新设计原则

日用陶瓷产品的创新强调多元化，但个性化的设计思路也要适当遵循基本的原则，如此才能使产品的创新更加合理。具体而言，主要表现在适用性、经济性、美观性三方面。

### 2.1 适用性原则

任何时候，日用陶瓷产品的使用功能都是第一位的，因此，设计师在设计时必须坚持适用性原则，科学化地进行创新<sup>[6]</sup>。尤其随着经济的发展和进步，人们对日用陶瓷产品的实用性要求越来越高，虽然强调适度追求形式美，但是必须具备基本的使用功能，强调“以人为本”，从现代人的生活方式出发，找到能够契合消费者心理的基本点，满足现代人的生活需要。

### 2.2 经济性原则

个性化的创新必须建立在经济性原则的基础上，在企业的生产成本和所获经济效益中寻求平衡，同时与消费者的实际需求相吻合。比如，简洁性设计产品既可以轻松适应工厂大批量生产的要求，有利于提高经济效益，还可以与快节奏下人们追求简约时尚的生活理念的心理相适应，更大限度地提高人们的生活品质<sup>[7]</sup>。另外，这样的日用陶瓷产品还可以节省空间，减少耗损，因此得到了更多的应用。

### 2.3 美观性原则

美也是日用陶瓷产品必须强调并予以表现的，因此在个性化创新的视角下，设计师还要坚持美观性原则，强调产品的形态美、装饰美<sup>[8]</sup>。比如，在日用陶瓷产品的造型设计上，设计师要巧妙融入审美性元素，或者在整体性和规则性上进行完善，让各部分有机地成为一个整体，给人以美感，或者采用多样化的装饰图案和纹样，进一步强化装饰意味。

## 3 日用陶瓷产品创新中的个性化设计策略

日用陶瓷产品创新中多会对其细节，如图案、造型、色彩、材料和功能等方面进行个性化设计，主张从更加独特的交互、健康和情感等方面进行全新尝试，实现良好的设计效果和更加丰富的个性表达<sup>[9]</sup>。

### 3.1 以体验为中心，强化交互设计

作为新兴的设计理念，交互设计的融入给予了日用陶瓷设计更加多样的表现形式，旨在寻求一种陶瓷产品和人之间的平衡，让人们无论在使用过程中还是审美体验上都能获得更好的使用感受。从细节上看，交互设计提倡实用性、可用性、对话功能和满足感，同时注重用户在整个使用过程中的参与性，是设计本身所传达出的信息与消费者之间的交换与互动关系<sup>[10]</sup>。受此影响，日用陶瓷产品分别在显性层面和隐性层面开始了体验式的交互设计尝试。显性层面主要表现在触觉、听觉和视觉方面。在听觉上，交互式日用陶瓷产品设计主要借助自身独特的材质，以及促使其震动的作用力从而发出独特的声响，引发使用者的视觉联想，这就是互动的魅力。陶瓷铃铛的设计就是借

助使用者施加动作与材质形成独特的交互,来实现更高层次的交互体验<sup>[11]</sup>。在视觉上,交互式日用陶瓷产品设计可以借助更加独特的形态、色彩和质感,影响使用者的视觉感官体验。比如,在设计陶瓷碗的过程中,设计师可以借助视觉层面的色彩变化,在呈现美化形式的过程中提供给使用者更多的功能,这就是互动的魅力。隐性层面相较于显性层面更显得与众不同。在日用陶瓷产品的交互设计过程中,设计师可以借助自然元素,引发使用者对自然的渴望,甚至为使用者构建出一个可供幻想的空间,进而在赋予产品个性的基础上,满足消费者的情感需求。

### 3.2 以人性化为依据,凸显健康本色

无论如何变化,日用陶瓷产品的使用者都是人,因此人们对其的使用感受在很大程度上决定了该产品的成功与否。为了将日用陶瓷产品设计表现得更加完善与温馨,人性化的设计思路被提出并引起了广泛重视<sup>[12]</sup>。这一点在儿童日用陶瓷产品设计中体现得尤为明显。儿童是祖国的希望与明天,为了保证他们的健康成长,儿童日用陶瓷产品的安全与健康设计成为了重点关注内容。儿童阶段正处于骨骼生长发育阶段和心理发展阶段,对该群体的设计必须以安全、舒适、便捷为基准,探索出能够适应儿童成长所需的个性化路径。比如,儿童的餐具设计就十分有代表性。首先,设计者要选择不易摔碎的形式,同时尽量避免采用釉上的表现,尤其是釉彩颜料、贴花纸等陶瓷釉上装饰材料,其并不适合儿童成长,严重时还会危及儿童的生命健康。其次,设计者要以儿童的日常习惯为依据,设计出适合儿童的餐具,以此提高儿童用餐的兴趣,并激发儿童强烈的好奇心。再次,在色彩的选择上也要从儿童的喜好出发,从不同年龄段的儿童对色彩的不同喜好进行各个击破,有的放矢地带给他们以新鲜感。有了这些方向的努力,儿童陶瓷产品便能发挥特长,以更加人性化、健康的形式长期获得儿童群体的关注与喜爱。

### 3.3 以内涵为指引,升华情感体验

交互性、安全性等方面的实现已经给日用陶瓷设计指出了未来的设计思路,但想要更加个性化地进行表达与创造,还要依赖内涵的丰富,进一步升华产品所承载的情感。当然,在这一过程中,设计师要做到适度变通,强调产品造型是为情感性服务的,从而有效升华产品的附加值<sup>[13-14]</sup>。以造型的情感表达为例,设计师在设计过程中要借助自己对各种形态的理解和认识进行个性化的元素提取,让这一独特的形态特征与日用陶瓷产品相融合,创造出各种情趣,引发使用者的情感共鸣。比如,一组奶杯与茶杯的设计就可以采用拟人的手法,将原本毫无关联的两种杯子进行巧妙的艺术融合,创造出相互依偎在一起的器皿造型,引发设计者的情感联想,进而形成更加新鲜的使

用体验。又如,厨房调味罐的设计也可以借助拟人的手法进行幽默的情感化处理,将生活中一家人的状态进行自然展示,以此迅速抓住使用者的视线,拉近产品与人的情感距离,更在一定程度上让物品成为自身情感的寄托。

## 4 结语

优秀的设计源于设计师的独具匠心。诚然,日用陶瓷产品在设计过程中由于种种原因并不健全与完善,但其有着强烈的时代性与创新性,能够潜移默化地陶冶人们的情操。在未来的设计道路上,设计师不能因循守旧,也不能不思进取,而是要以创新的理念武装自己,借助交互、健康和情感等方式实现更加高级的设计表达,同时赋予其功能与形式,让日用陶瓷产品成为独具艺术特色和收藏潜力的产品,真正体现它的设计艺术价值。

### 参考文献:

- [1] 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. Artistic Design of Daily Ceramic Products[J]. Hundred Schools of Art, 2013(4): 156-158.
- [2] 王宁.日用陶瓷的个性化设计[J].东南大学学报(哲学社会科学版),2007,17(s2):21-23.  
WANG Ning. Individualized Design of Ceramics for Daily Use[J]. Journal of Southeast University (Philosophy and Social Sciences), 2007, 17(s2): 21-23.
- [3] 段小翠.论日用陶瓷餐具的审美功能[J].文艺生活旬刊,2011(11):60.  
DUAN Xiao-cui. Aesthetic Function of Ceramic Tableware for Daily Use[J]. Journal of Literature and Art, 2011(11): 60.
- [4] 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. Discussion on Personalized Design in the Innovation of Daily Ceramic Products[J]. Design, 2012(2): 40-41.
- [5] 张兰芝,边晴.日用陶瓷的设计原则研究[J].城市建设理论研究,2014(35):3186-3187.  
ZHANG Lan-zhi, BIAN Qing. Research on Design Principles of Ceramics for Daily Use[J]. Theoretical Research on Urban Construction, 2014(35): 3186-3187.
- [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 Interaction Design of Daily Ceramic Products[J]. Design, 2013(2): 64-65.
- [7] 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 Humanized Design of Daily Ceramic Products[J]. Greentech, 2016(12): 207-208.

- [8] 刘孟晗. 论儿童日用陶瓷产品的健康设计研究[J]. 金田, 2013(8): 133.  
LIU Meng-han. Health Design of Children's Daily Ceramic Products[J]. Jin Tian, 2013(8): 133.
- [9] 岳婉琪. 论现代日用陶瓷产品的包装设计研究[J]. 山东青年, 2017(4): 85-86.  
YUE Wan-qi. Research on Packaging Design of Modern Daily Ceramic Products[J]. Shandong Youth, 2017(4): 85-86.
- [10] 秦玉. 浅析现代日用陶瓷产品造型的情感化设计[J]. 佛山陶瓷, 2012(4): 41-44.  
QIN Yu. Analysis of Emotional Design of Modern Daily Ceramic Product Modeling[J]. Foshan Ceramics, 2012(4): 41-44.
- [11] 汪浩. 论日用陶瓷产品造型的情感表达[J]. 景德镇陶瓷, 2010(2): 5-6.  
WANG Hao. Emotional Expression of Daily Ceramic Product Modeling[J]. Jingdezhen Ceramics, 2010(2): 5-6.
- [12] 赵浩政. 浅谈日用陶瓷设计的点睛之笔[J]. 佛山陶瓷, 2010, 20(9): 45-47.  
ZHAO Hao-zheng. Finishing Touch of Daily-use Ceramic Design[J]. Foshan Ceramics, 2010, 20(9): 45-47.
- [13] 赵中良. 试论我国日用陶瓷设计的发展[J]. 陶瓷研究, 2011(4): 38-39.  
ZHAO Zhong-liang. Development of Daily Ceramic Design in China[J]. Ceramic Research, 2011(4): 38-39.
- [14] 马倩, 郁舒兰. 新材料在适老化家居产品设计中的应用研究[J]. 工业工程设计, 2020, 2(3): 83-85.  
MA Qian, YU Shu-lan. Application of New Materials in Design of Aging-friendly Household Products[J]. Industrial & Engineering Design, 2020, 2(3): 83-85.

(上接第305页)

- [8] 何媛, 程旭锋. 基于用户体验的产品设计研究[J]. 设计, 2016(23): 50-51.  
HE Yuan, CHENG Xu-feng. Research on Product Design Based on User Experience[J]. Design, 2016(23): 50-51.
- [9] 杨洪. 产品交互设计分析[J]. 大观, 2015(9): 74.  
YANG Hong. Analysis of Product Interaction Design[J]. Dagan, 2015(9): 74.
- [10] 谷芳. 产品交互设计的策略[J]. 艺海, 2011(5): 115.  
GU Fang. Strategy of Product Interaction Design[J]. Arts-sea, 2011(5): 115.
- [11] 王亦敏, 郭继朋. 面向行为意识的产品交互设计[J]. 艺术与设计(理论), 2013(10): 131-133.  
WANG Yi-min, GUO Ji-peng. Product Interaction Design for Behavior Consciousness[J]. Art and Design (Theory), 2013(10): 131-133.
- [12] 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. Humanized Product Design[J]. Literary Life·Wenhai Art Garden, 2013(2): 202.
- [13] 吕艳红. 产品设计中的绿色设计[J]. 华北理工大学学报(自然科学版), 2003, 25(2): 45-48.  
LYU Yan-hong. Green Design in Product Design[J]. Journal of North China University of Science and Technology (Natural Science Edition), 2003, 25(2): 45-48.