

基于情感化设计的产品设计方向与实践

付业君, 蒋鹏, 李树

(西南民族大学, 成都 610041)

摘要: **目的** 探索情感化设计影响下的产品设计的未来发展方向和应用实践。**方法** 从情感化设计的主要特点及其重要意义着手, 对未来产品设计的未来发展方向进行分析, 并结合趣味化设计、系统化设计、人性化设计为代表性方向开展了详细的探讨, 同时结合各个设计领域的代表性设计实践进行了更高层次、更大范围的尝试, 总结出了具体的应用路径。**结论** 情感化设计对产品有着重要的影响, 且应用价值明显, 其能够帮助产品实现形式的创新, 丰富更多的功能, 从而给受众带来更好的使用体验, 满足受众情感层面的多样化需求, 在愉悦的使用体验中让人与产品的关系更加和谐与紧密。

关键词: 情感化设计; 使用体验; 现实需求

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)12-0228-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.12.031

Product Design Direction and Practice Based on Emotional Design

FU Ye-jun, JIANG Peng, LI Shu

(Southwest Minzu University, Chengdu 610041, China)

ABSTRACT: This paper aims to explore the future development direction and application practice of product design under the influence of emotional design. From the main characteristics and significance of emotional design, this article analyzes the future development direction of product design, carries out detailed discussion with interesting design, systematic design, and humanization design as typical directions, and, combining with the typical design practice in the field of design for the higher level and a wider range of trying, summarizes several aspects of the application path. Emotional design has an important influence on product design, with significant application value, it can help for realizing form innovation of products, more features, so as to bring the audience a better experience, meet the diverse needs of the audience's emotional level, and create more harmony and closer relationship between people in the joyful experience and the product.

KEY WORDS: emotional design; use experience; real demand

受信息技术发展的影响, 当前产品智能化程度越来越高, 各种高新技术手段不断融入, 给产品设计带来了更大的创新空间。在这一现实背景下, 产品设计不仅要从性能和功能的完善上下功夫, 还要在使用和安全等方面做到位, 从情感层面满足消费者的实际需求^[1]。于是, 情感化设计开始出现在产品设计领域, 并以其特有的众多特点为产品设计带来了更多的可能, 赢得了消费者的认可和青睐。那么, 情感化设计

包含哪些细节和特点呢? 情感化设计强调从消费者的实际使用需求出发, 借助生理刺激和精神刺激等诱发消费者的使用反应, 从而让消费者获得良好的情感满足。这种情感化设计之所以能够迅速融入产品设计中, 并获得设计者和消费者的青睐和认可, 与现代人生活压力大、工作节奏快、放松时间有限等原因存在很大的关联^[2]。有了情感化设计的加持, 产品设计在未来将拥有更多的设计可能性, 给消费者带来更加良好

收稿日期: 2021-03-20

基金项目: 西南民族大学中央高校专项资金项目资助“新时期民族现实题材艺术创作方法研究”(2020SYB36)

作者简介: 付业君(1976—), 女, 四川人, 硕士, 西南民族大学讲师, 主要研究方向为艺术设计。

通信作者: 蒋鹏(1976—), 男, 四川人, 硕士, 西南民族大学工程师, 主要研究方向为产品设计。

的使用体验,从而更好地应对时代发展中的各种挑战。

1 追求趣味性,迎合情感需求

情感化设计的中心是人,这是产品能够在市场中永远占据受欢迎的状态的一大关键,尤其随着物质生活水平的提高,人们对产品的追求不再只是实用层面,而是内心的情感和精神的需求^[3]。那么,如何才能让用户在使用过程中获得这样的认知与情感的满足呢?趣味性产品设计给出了答案。这种趣味性可以是产品的外观属性,也可以是产品使用过程中的趣味性,其所带给用户的不仅是其本身的乐趣,还包括生活的乐趣。作为设计者,必须从这一层面着手,设计一些具有趣味性、情感化的产品,增加产品的附加值,让用户在使用过程中享受到愉悦、积极、正面的情感,在一定程度上缓解用户的生活压力^[4]。

从女性消费群体的特点进行分析,产品设计的趣味性应借助视觉元素和功能元素,满足女性用户的个性化需求。这一点在文创产品设计中也有着很好的体现。例如,故宫福祿有余收纳盒就从女性的情感需求着手,采用了十分具有质感的陶瓷材质,盒面还融入了《玳瑁边嵌牙松鹤柏鹿图挂屏》及鲫鱼海水纹布等元素,并对其用色进行了创新,青春可爱的气息浓郁。不止于此,其整体的外形也十分出彩,大胆采用了粮仓的造型,还对收纳功能进行了巧妙的设计,无论是色彩、外形还是内容和细节,都抓人眼球,让女性消费群体瞬间萌发购买的欲望^[5]。

对于儿童消费群体而言,相关的医疗产品也对趣味性有着独特的见解与表现,增加了产品与儿童患者的亲近感。洛可可的听诊器的设计十分讨巧,其从儿童热爱自然,对世界充满好奇这一特点着手,选择了对鹅卵石的仿生设计,这种造型对儿童而言有着更高的亲和力,也满足了儿童强烈的好奇心,同时综合温润的背部线条这一人机工程学的考虑,给了医生更好的使用手感。可以说,这样的趣味性设计给儿童患者和医生都带来了良好的使用体验,尤其趣味性的造型减轻了儿童对医疗产品的恐惧紧张心理,有效缓解了情绪的波动。

2 实现系统化,提升情感体验

情感化产品设计对系统化有着强烈的追求,这是因为在未来的社会发展中,产品的功能越来越全面,即便是很小的一款产品,也可能具备各种不同的功能,在这种情况下,模块化、智能化就变得十分迫切,即从整体的视角设计产品,以科学的组合方式,在使用过程中带给用户良好的使用体验和情感互动,满足不同用户的不同情感体验,进一步提升产品设计的理性,更好地为个性化服务创造条件^[6]。

从模块化的设计思路看,以子系统构建新的系

统,产生多个不同功能的系列产品,这样的设计理念既大大缩短了研发周期,又减少了对环境的不利影响,还让用户在使用过程中感受到了简便快捷,得到了情感上的满足^[7]。比如,生鲜包装盒的设计创新就是很好的例子。传统的包装盒只是简单地采用泡沫盒,这样的结果常常是用户带回家后直接扔掉泡沫箱。在创新思想和模块化思想的驱动下,这样的生鲜包装盒可以进行标准模块化设计,在其内部设计插嵌结构,内置环保塑料盒,这样一来,环保塑料盒取出后的泡沫箱还可以进行回收利用,或者让用户进行再次利用,且标准化的模块让整个产品的使用率变高,在节约资源的同时,带来了不一样的情感体验^[8]。

从智能化设计思路看,传统大众化的设计不利于用户的使用体验,自由化、自然化的互动设计能够对环境、用户习惯和使用过程进行优化,让用户的使用更加自然,从而有效提升产品的使用体验^[9]。例如,在众多的大小家电设计中智能化设计十分普遍,尤其是智能小家电更是十分符合用户的现实需求,不仅十分便捷,还让用户的的生活由此变得井井有条。一些小家电不需要复杂的操作,只需要用户借助指令终端进行指令操控,让整个使用过程更加简便且富有情感性。另外,在智能化的基础上突出系统性设计更是一大突破。将家电产品通过各个方式与指令终端进行信息连接,建立智能化家居网络就是成功的尝试。这样,用户即便不在家中,也可以利用智能方式轻松管理电器。这种产品设计让用户的情感体验上升了一个台阶。

3 突出人性化,强化情感关怀

人性化是情感化设计的重要组成部分,其对产品设计有着深远的影响^[10]。在一定意义上说,基于人性化的产品设计是情感关怀的一种表现,是产品能够最大限度地满足不同消费群体的情感需求的一大实践路径。只要在设计中渗透人性化理念,针对不同的消费群体进行切合实际的设计尝试,便可以促进产品的情感化设计目标的实现。

对于婴幼儿而言,他们所使用的产品必须具备安全性特质,因为他们并没有成年人的承受能力,有时一些轻微的碰撞就可能出现不良的后果,所以在面向婴幼儿的产品设计中,人性化设计成为情感渗透的一大方向^[11]。在造型方面,设计者应对婴幼儿所使用的产品的外形进行人性化设计,以圆润的造型减少不良事件的发生。例如,婴幼儿卫浴产品的设计就采用了元宝外形,并在内侧设计收腰,以便婴幼儿的扶抓,同时满足妈妈想要更靠近婴幼儿的情感需求。在材料的选择上可以安全为基本的设计原则,尽可能地选择无毒、无异味的环保材料,且具备可回收等特质,既避免资源浪费,又为使用带来了良好的体验效果。另外,在功能的设计上更是将情感关怀体现得淋漓尽

致。婴幼儿卫浴产品采用 PTC 热敏电阻,很好地实现了加热器、开关、敏感元件等功能的集合,一旦超过正常温度标准,电阻即增加,限制电流的增加,从而使卫浴产品的温度始终保持在一个适当的标准下,体现出一种人性化的关怀。

对于女性群体而言,人性化产品设计除了要具备本身的实用价值,还应具备很强的吸引力和内涵性,满足其精神层面的需求^[12]。这一点在女性文创产品设计中同样适用。一般而言,女性群体对产品的喜爱更多地是在意产品的细节,希望在发现细节的过程中感受到惊喜感,发现产品的与众不同。因此,在设计文创产品时,除了外观过关,还应在情感体验上更进一步,好看又好用,以此满足女性的情感需求,达到人性化的设计目标。年轻女性群体多喜欢接受设计感强、新奇有趣的产品,因此,文创产品应从个性化视角出发,突出个性和情感,如文创产品设计并不完整,留有一定的空间让女性消费者自由 DIY,以此迎合其与众不同的情感需求。中年女性群体则因为生活阅历和背景的不同,不再只追求新颖出奇,而是对产品的品质和文化内涵有着较高的追求,所以其相关文创产品的设计应转变思路,从品质和内涵上下功夫。这种满足不同年龄阶段的女性的不同情感需求就是人性化产品设计的具体表现。

对于老年群体而言,产品设计应从其实际需求出发,从其特殊的生理机能和情感需求开始探索,设计出适合他们使用的产品,改善他们原本单一的生活环境^[13]。例如,老年人时常需要测量心率、血压,而传统的血压计在使用上并不理想,给老年人了解自己的身体状况造成了阻碍。从人性化设计理念出发,智能血压计设计就十分理想,设计者将具体的测量结果设计成大屏汉字显示,并配合真人语音播报,让老年人可以清晰地了解自己的身体状况。值得一提的是,老年人每次的测量结果还可以与儿女的微信捆绑,将数据直接反馈至其子女的微信上,方便他们实时了解父母的健康状况。

4 结语

未来的产品设计有着广阔的空间,如何把握时机,实现更加理想的设计效果成为每一个设计者必须认真思考的问题。情感化设计作为一种代表性的设计理念与形式,对产品设计有着深刻的影响,其强调在实用的基础上丰富情感,并针对不同用户的不同情感进行不同的尝试与探索,以此提高用户的使用体验,帮助他们获得情感上的满足。无论是趣味性的追求,还是系统性的尝试,抑或人性化的拓展,这些都是情感设计的主要思路,是产品设计实现艺术效果和实际价值的重要方式,只有从多个视角进行多方面的尝试,从多个细节进行情感的融入与展示,才能让产品

设计实现更大的成功,给使用者带来情感层面的极大满足。

参考文献:

- [1] 刘广建,李硕.基于情感化设计的未来产品设计发展趋势[J].艺术科技,2019,32(2):195.
LIU Guang-jian, LI Shuo. Future Product Design Development Trends Based on Emotional Design[J]. Art Science and Technology, 2019, 32 (2): 195.
- [2] 刘光辉.基于情感化设计下的未来产品设计发展趋势[J].山东工业技术,2019(7):232-234.
LIU Guang-hui. Future Product Design Development Trends Based on Emotional Design[J]. Shandong Industrial Technology, 2019(7): 232-234.
- [3] 周夏敏.基于情感化的趣味性产品设计研究[J].科技风,2019,377(9):218.
ZHOU Xia-min. Research on Interesting Product Design Based on Emotion[J]. Science and Technology, 2019, 377(9): 218.
- [4] 米丽萍.绿色设计概念下的产品设计要求研究[J].文艺生活,2019(3):42.
MI Li-ping. Research on Product Design Requirements under the Concept of Green Design[J]. Literary Life, 2019(3): 42.
- [5] 崔江铭.浅谈产品设计中仿生外观造型设计[J].艺术科技,2019,32(2):193.
CUI Jiang-ming. Talking about the Bionic Appearance Design in Product Design[J]. Art Science and Technology, 2019, 32(2): 193.
- [6] 梁坚.试论基于用户体验的智能化母婴产品设计[J].科技与创新,2019,128(8):144-145.
LIANG Jian. On the Design of Intelligent Mother and Baby Products Based on User Experience [J]. Science and Technology and Innovation, 2019, 128(8): 144-145.
- [7] 王凯.基于情感化设计理论的医疗产品设计策略研究[J].艺术科技,2013,26(6):186-187.
WANG Kai. Medical Product Design Strategy Research Based on Emotional Design Theory[J]. Art Science and Technology, 2013, 26 (6): 186-187.
- [8] 殷佳丽.基于情感化设计的儿童互联网产品界面视觉设计研究[D].苏州:苏州大学,2014.
YIN Jia-li. Research on Visual Design of Children's Internet Products Based on Emotional Design [D]. Suzhou: Soochow University, 2014.
- [9] 王冲.论基于情感化设计理念的老年产品开发[J].美术大观,2012(6):142.
WANG Chong. On the Development of Elderly Products Based on the Concept of Emotional Design[J]. Grand View of Fine Arts, 2012(6): 142.
- [10] 章忠楠,祝黎响,傅桂涛.情感化设计在产品中的应用研究[J].科学导报,2015(22):53.
ZHANG Zhong-nan, ZHU Li-yun, FU Gui-tao. Application Research of Emotional Design in Product De-

- sign[J]. Science Herald, 2015(22): 53.
- [11] 张文. 浅析情感化设计在家居产品设计中的应用[J]. 艺术与设计(理论), 2009(2): 142-144.
ZHANG Wen. An Analysis of the Application of Emotional Design in the Design of Household Products[J]. Art and Design (Theory), 2009(2): 142-144.
- [12] 贺焰. 浅析产品设计的通用化、系列化、组合化(模块化)[J]. 航天标准化, 2007(3): 14-17.
HE Yan. Analysis of the Universalization, Serialization and Combination (Modularity) of Product Design[J]. Aerospace Standardization, 2007(3): 14-17.
- [13] 闫二香. 消费心理下的老年产品设计研究[J]. 明日风尚, 2017(12): 70.
YAN Er-xiang. Research on the Design of Elderly Products under Consumer Psychology[J]. Fashion Tomorrow, 2017(12): 70.
-
- (上接第201页)
- [4] 玛格丽特·马特林. 认知心理学: 理论、研究和应用[M]. 北京: 机械工业出版社, 2016.
MATLIN M. Cognitive Psychology: Theory, Research and Application[M]. Beijing: China Machine Press, 2016.
- [5] 柳沙. 设计心理学[M]. 上海: 上海人民美术出版社, 2016.
LIU Sha. Design Psychology[M]. Shanghai: Shanghai People's Fine Arts Publishing House, 2016.
- [6] 王晓予. 基于认知地图理论的区域形象提升设计——以洛阳城市手绘地图的创意设计为例[J]. 装饰, 2014(5): 64-66.
WANG Xiao-yu. Regional Image Enhancement Design Based on Cognitive Map Theory: Taking the Creative Design of Hand Drawn Map of Luoyang City as an Example[J]. Zhuangshi, 2014(5): 64-66.
- [7] 约翰·安德森. 认知心理学及其启示[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2012.
ANDERSON J. Cognitive Psychology and Its Implications[M]. Beijing: People's Post and Telecommunications Press, 2012.
- [8] 凯文·林奇. 城市意象[M]. 北京: 华夏出版社, 2017.
LYNCH K. City Image[M]. Beijing: Huaxia Press, 2017.
- [9] 赵晓利, 王金军. 基于东京地铁空间体验的导视系统[J]. 包装工程, 2019, 40(10): 88-93.
ZHAO Xiao-li, WANG Jin-jun. Guide System Based on Tokyo Metro Space Experience[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(10): 88-93.
- [10] 郑笑仁. 论导视信息设计在商业外部空间中的应用[J]. 包装工程, 2015, 36(8): 128-131.
ZHENG Xiao-ren. On the Application of Guide Information Design in Commercial External Space[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(8): 128-131.
- [11] 李乐山. 工业设计心理学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2004.
LI Le-shan. Industrial Design Psychology[M]. Beijing: Higher Education Press, 2004.
- [12] 潘志华, 王惠阳, 戈建宅. 基于应急情绪下的导向识别系统设计研究[J]. 山西建筑, 2021, 47(7): 14-16.
PAN Zhi-hua, WANG Hui-yang, GE Jian-zhai. Design of Guidance Recognition System Based on Emergency Emotion[J]. Shanxi Architecture, 2021, 47(7): 14-16.
- [13] 肖勇. 导视系统设计[M]. 北京: 电子工业出版社, 2013.
XIAO Yong. Design of Guide System[M]. Beijing: Electronic Industry Press, 2013.
- [14] 加洛蒂. 认知心理学: 认知科学与你的生活[M]. 北京: 机械工业出版社, 2016.
GALLOTTI. Cognitive Psychology: Cognitive Science and Your Life[M]. Beijing: Machinery Industry Publishing Society, 2016.
- [15] 吴国欣, 李文杰. 城市导视系统战略新论[J]. 同济大学学报(社会科学版), 2015(5): 53-58.
WU Guo-xin, LI Wen-jie. New Theory on Urban Strategy System[J]. Journal of Tongji University (Social Science Edition), 2015(5): 53-58.