

亲子互动体验下的家具设计思路与实践

张瑶瑶

(成都银杏酒店管理学院, 成都 611743)

摘要: **目的** 探索亲子互动体验设计理念在家具设计中的互动方向与实现形式。**方法** 当前社会, 父母与孩子之间的交流呈现减少趋势, 尤其受工作与生活的各方压力, 父母很少与孩子进行互动, 但是孩子的成长与亲子关系的融洽紧密相关, 离不开家长的陪伴与交流。家具作为家庭生活中的重要内容, 已然在很大程度上成为父母和孩子在身心互动交流中的纽带。基于这一现状, 本文以家具为媒介展开具体的设计思考, 从亲子互动体验视角探索家具设计的路径有着现实意义。明确亲子互动体验式家具所具有的积极意义, 同时正视当下的设计不足; 从基本的方向与原则着手, 探索家具设计的融合思路; 结合现实中的优秀设计实践, 实现理论与实践的共促, 探索能够实现亲子互动的体验式家具设计方法。**结论** 将家具与亲子互动联系起来, 打造能够使父母和孩子有效参与、互动的家具形式, 可以促成互动体验, 缓解普遍性的家庭亲子困境。

关键词: 亲子互动; 亲子关系; 家具设计

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2023)12-0328-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.12.037

Furniture Design Ideas and Practice Under Parent-child Interaction Experience

ZHANG Yao-yao

(Ginkgo College of Hospitality Management, Chengdu 611743, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the interaction direction and realization form of parent-child interaction experience design concept in furniture design. In the current society, the communication between parents and children shows a decreasing trend. Especially under the pressure from work and life, parents rarely interact with their children, but the growth of children is closely related to the harmonious parent-child relationship, and cannot leave the company and communication of parents. Furniture, as an important part of family life, has to a large extent become the link between parents and children in physical and mental interaction. Based on this situation, this work took furniture as the media to carry out specific design thinking, from the perspective of parent-child interaction experience to explore the path of furniture design. It has practical significance. First of all, the positive significance of parent-child interactive experiential furniture was clearly defined, while facing up to the current design deficiencies. Secondly, from the basic direction and principle, the integration of furniture design ideas was explored. Thirdly, combined with the excellent design practice in reality, both the theory and the practice were promoted to explore the experiential furniture design method that can realize parent-child interaction. Connecting furniture with parent-child interaction and creating furniture forms that enable parents and children to participate and interact effectively can promote interactive experience and alleviate the common parent-child dilemma in families.

KEY WORDS: parent-child interaction; parent-child relationship; furniture design

家庭成员的互动交流是家庭生活中的沟通桥梁和联系中介, 有效的互动能够使父母与孩子的情感不断升级。但这种有效互动的实现有赖于多方面的努力

和尝试, 并不是刻意而为便能获得理想效果的。家具在很多时候能够辅助和促进家长与子女直接的交流与沟通, 这是毋庸置疑的^[1]。因此, 互动性强的家具

收稿日期: 2023-01-26

作者简介: 张瑶瑶(1984—), 女, 硕士, 讲师, 主要研究方向为环境设计。

成为一大发展趋势。只是在具体的落实中，家具设计仍存在一定的不足与困难。一方面，设计师在家具设计过程中很少照顾到正常成人受众群体之外的使用者的现实和精神需求；另一方面，很多相关的家具设计效果并不理想，难以促成良好的亲子互动。这与当前的亲子互动设计趋势相背离，难以满足孩子希望与父母更多、更好相处的意愿。由此，亲子互动理念成为设计师深度探索的家具设计形式，就其具体的设计意义与方向，以及实践方法和路径展开深入的探索与思考有着深刻的现实原因和长远意义。

1 亲子互动体验下的家具设计方向

父母与子女间发生交往活动就是亲子互动，这是一种动态化的亲子关系，呈现的是彼此联系、相互作用的过程，强调的是交互行为的实现^[2]。亲子互动体验下的家具设计所强调的是人、家具与环境三者的和谐统一，以便更好地打造人对家具及环境的解码和体验活动，从而更好地促成家具与使用者之间的互动，构成完整的互动行为。这样的家具设计才是亲子互动体验思路下的主要发展方向。

1.1 转换角色

年龄较小的孩子喜欢与父母玩游戏，而年龄稍长的孩子需要父母扮演教练的角色，教给他们正确的三观，等到再大一点，孩子需要的是得到父母的理解和尊重，而不是一味地控制他们。基于此，设计师的亲子互动体验式家具设计有必要选择多种视角，懂得转换角色，让家具不再只属于父母，还要与孩子建立联系，促进深度有效的互动。

1.2 大胆创新

在基于亲子互动体验的家具设计过程中，设计师要有创新的理念和大胆的念头，让自己的思维更活跃，从而打造出正确引导孩子行为与心理的家具设计形式^[3]。无论是形式、功能还是技术、思想，这样的家具设计始终需要有更多新奇的想法来加持，如果过于单一化，不仅难以摆脱传统家具设计的桎梏，还会对亲子互动体验形成极大的阻碍。

1.3 融入情感

亲情是值得我们珍视的，其是一种无形的情感，将父母和孩子紧紧联系在一起^[4]。基于亲子互动体验的家具设计同样对情感有着执着的追求。因此，设计师要懂得去升华和激发受众的情感，让父母与孩子在互动式家具所带来的情感体验下实现有效互动，得到良好的设计效果^[5]。

2 亲子互动体验下的家具设计路径

亲子互动体验的实现需要满足两个基本条件，一

是家具本身的舒适感，二是互动所带来的愉悦^[6]。在这一过程中，儿童的表现决定了父母的互动体验，而父母很多时候会因为重视孩子的互动体验而忽略了自己的体验感。另外，受不同的互动背景的影响，父母和孩子的互动体验多有不同^[7]。综合以上因素，在具体的家具设计过程中，设计师要从外形、功能等层面逐一深入研究，结合使用受众的不同互动需求，进行科学设计，以便将互动的效果最大化，帮助父母和孩子实现更好的互动体验。

2.1 外形上的多方关照

家庭中的孩子由于年龄小，其生理、心理等都需要得到指导和培养，同时需要满足其身心愉悦的需求。有了这些前提，其才会更好地在互动交流中获得情感体验。具体到家具设计中，亲子互动体验成为了设计师的探索与创新的方向，在设计中应重视儿童的兴趣和安全，并在审美视觉上进行满足和愉悦^[8]。

在造型设计上，亲子互动体验式家具应从儿童熟悉的事物出发，选择其中具有代表性的特质进行放大、夸张、拟人处理，并以更加简化的形式去激发孩子的思维和想象力，以获得认同感。比如，儿童床的设计就可以从男孩子和女孩子的不同审美视角考虑，为男孩子打造汽车梦，设计出小汽车的儿童床造型，为女孩子打造公主梦，设计成南瓜车、小城堡等儿童床造型，给他们带来一种认同感和依赖感，为亲子互动的深入带来了可能。

在色彩的选择上，亲子互动体验式家具需要摆脱常用色的束缚，多考虑儿童受众的色彩感受力，积极选用那些明快、单纯且有着强烈对比的色彩，以此引发儿童的共鸣，进一步带来积极和愉悦的情感体验，如天空蓝、樱花粉、苹果绿等都是十分有代表性的可选色彩^[9]。这样的家具设计能够刺激儿童的视觉器官，让他们更加乐于与家长和环境互动。另外，设计师还可以充分利用天然材料的纹路和色彩，最大化地凸显自然性，这样能够促使儿童在快乐、健康的情形下与父母进行互动和交流。

2.2 功能上的有效互动

功能的实现同样能够为外形提供吸引力，甚至具有一种重要的促进作用^[10]。一般情况下，家长在家具的功能选择上具有决定权，尤其是那些年轻父母对亲子关系的需求十分强烈，他们希望孩子的生活环境良好，身体健康，积极接受新事物，具备创造能力。但是，快节奏的现实生活导致亲子时间减少。对家具设计师而言，是一个挑战，更是一个机遇。在实际的家具设计中，设计师应从儿童的自身特点出发，同时照顾到家长的指导与控制功能的发挥，因此要进一步简化家具结构和功能，在必要的同时达到便捷，还要能够拆卸和搬动，而在这些过程中可以充分发挥家长的作用，让家长辅助儿童顺利完成体验行为^[11]。

芙莱莎儿童家具在这些互动性的融入与凸显上做得十分出彩。该品牌关注儿童的生理特点和心理特点, 所以其设计的家具的整体互动性很强。比如, 该品牌的设计师设计的一套小厨具, 就为孩子提供了多种玩耍配件, 且十分逼真, 工作台、小商店、餐桌餐椅等都十分有趣, 能够让孩子在摆弄的过程中提高动手能力, 感受自己动手忙碌的乐趣, 沉浸于这样的忙碌与场景中, 并在不知不觉中了解了食物的制作过程。当然, 该品牌在亲子互动上的做法也值得肯定。一款实木母子床的设计就有着良好的互动性, 父母与孩子之间不再是自我的, 而是有了更多一起阅读, 甚至角色扮演的游戏机会, 而这样的家庭游戏能够让孩子大胆、积极地承担游戏合作者的角色, 事实证明, 这样的互动形式营造一种温馨舒适的互动式家居环境, 从而在无形中增进了父母与孩子之间的感情。

2.3 反思层面的体验升华

亲子互动体验下的家具设计是一个不断探索和不断创新的过程, 不可能止步于前, 尤其这样的家具是亲子关系的纽带, 需要将用户的信息符号有针对性地带入情境中进行设计, 这就对设计师的设计思维和设计手法提出了更高的要求^[12]。设计师在完成形式与功能的设计后, 有必要从反思层面进行丰富和创新, 将文化、寓意、信息和用途等细节进行联系, 必要时还要赋予家具情感和文化内涵, 尤其要转换思维形式, 对儿童的形象思维和认知进行合理的体现和反映, 让这些符号信息成为引发儿童互动和探究的中介, 同时兼顾家长的定位, 赋予家具一定的主题性特征, 以一种强大的情境氛围调动其参与的热情, 促使其进一步体验家具的使用, 并让家长与儿童在彼此的互动中实现语言的交流、身体的互动和情感的连接, 有了这样的发展基础, 家具的互动体验设计才能唤起使用者的情感共鸣, 从而深化他们的使用记忆, 并在不知不觉中实现更多的互动。特别是在当前的时代背景下, 智能化和现代感成为人们的新追求, 而这些也成为家具设计的一大趋势, 虽然仍处于起步阶段, 但不能否认其发展的态势, 以及其具有的附加价值^[13]。因此, 设计师在互动体验式家具的设计中可以借鉴智能控制技术等技术手段, 以全新的思路、方法去打造全新的互动家具, 以促成父母和孩子在使用过程中的互动, 让他们感受到家具创新所带来的使用的便利和情感的深化。

3 结语

打破家具设计的传统定义, 重视使用者在使用过程中的角色定位, 让家具拥有一种情感和体验, 成为孩子的玩伴、家长的助手, 最终达到亲子沟通互动的目标, 这是当前家具设计基于互动体验趋势下的发展路径。这样的交互式体验家具设计必将成为整个家具

行业的突破与创新, 其所带给使用者的不仅是产品本身, 更是一种体验维度的多元化的呈现。鉴于当前我国的亲子产品起步时间不长, 很多领域对此仍比较陌生, 有必要在未来的家具设计实践中进一步探索亲子家具的内涵和设计方法, 基于亲子教育、亲子关系和亲子游戏等层面, 展开亲子家具特点的思考, 从家长、孩子与家具产品的互动角度进行诠释, 让这样的家具带给使用者的不仅是其本身, 更是一种多元化的体验维度, 最终促成家长与孩子的亲子互动, 引发他们的深入思考, 帮助他们认识到家庭互动的重要性, 促进亲子关系的良好发展。

参考文献:

- [1] 单琰譞. 健康视野下亲子互动儿童家具设计研究——评《健康家居》[J]. 中国食用菌, 2020, 39(4): 28.
SHAN Yan-xuan. Research on Children's Furniture Design of Parent-Child Interaction from the Perspective of Health—Comment on Healthy Home[J]. Edible Fungi of China, 2020, 39(4): 28.
- [2] 金晚霞. 基于亲子互动体验的家具产品设计研究[D]. 武汉: 湖北工业大学, 2019.
JIN Wan-xia. Research on Furniture Product Design Based on Parent-child Interaction Experience[D]. Wuhan: Hubei University of Technology, 2019.
- [3] 陈启祥, 孙巧玲, 金晚霞. 亲子互动家具设计中的用户体验研究[J]. 大众文艺, 2018(19): 73-74.
CHEN Qi-xiang, SUN Qiao-ling, JIN Wan-xia. Research on User Experience in Parent-Child Interactive Furniture Design[J]. Art and Literature for the Masses, 2018(19): 73-74.
- [4] 刘季, 吴礼程, 刘红, 等. 探析亲子交互式的阅读椅家具设计[J]. 家具与室内装饰, 2018(12): 106-107.
LIU Ji, WU Li-cheng, LIU Hong, et al. The Design of Parent-Chair Interactive Reading Chair[J]. Furniture & Interior Design, 2018(12): 106-107.
- [5] 林丹. 亲子家具交互体验设计[J]. 工业设计, 2018(7): 139-140.
DAN lin. Parent-Child Furniture Interaction Experience Design[J]. Industrial Design, 2018(7): 139-140.
- [6] 王晶, 陈于书. 基于互动体验的趣味化儿童家具设计[J]. 艺术科技, 2020, 33(2): 119-120.
WANG Jing, CHEN Yu-shu. Interesting Children's Furniture Design Based on Interactive Experience[J]. Art Science and Technology, 2020, 33(2): 119-120.
- [7] 周晋超. 亲子互动家具设计中的用户体验研究[J]. 艺术大观, 2019(7): 1.
ZHOU Jin-chao. Research on the User Experience in the Design of Parent-child Interactive Furniture [J]. Equity, 2019 (7): 1.
- [8] 刘小路, 杨婧. 亲子互动儿童家具体验性设计研究[J]. 创意与设计, 2016(6): 84-88.
LIU Xiao-lu, YANG Jing. Research on Experiential De-

- sign of Parent-Child Interactive Furniture[J]. *Creation and Design*, 2016(6): 84-88.
- [9] 戴冠宇. 亲子互动类产品研究[J]. *工业设计*, 2017(9): 52-53.
DAI Guan-yu. Research on Parent - Child Interaction Products[J]. *Industrial Design*, 2017(9): 52-53.
- [10] 戴力农, 许柏鸣. 儿童家具的用户体验设计研究与实践[J]. *包装工程*, 2015, 36(22): 26-29.
DAI Li-nong, XU Bo-ming. Research and Practice of User Experience Design of Children's Furniture Design[J]. *Packaging Engineering*, 2015, 36(22): 26-29.
- [11] 杨淳, 李楠. 亲子互动家具设计要点探析[J]. *设计*, 2016(24): 138-140.
YANG Chun, LI Nan. Analysis on the Key Points of Parent-Child Interactive Furniture Designing[J]. *Sheji*, 2016(24): 138-140.
- [12] 郭婧, 陈果, 仲曙林. 亲子阅读家具设计研究与分析[J]. *家具*, 2017, 38(4): 48-50, 54.
GUO Jing, CHEN Guo, ZHONG Shu-lin. Research and Analysis of Parent-Child Reading Furniture Design[J]. *Furniture*, 2017, 38(4): 48-50, 54.
- [13] 符羽栋, 张潇晓, 杨琳. 基于亲子互动的幼龄期儿童家具设计[J]. *林业机械与木工设备*, 2021, 49(4): 60-64.
FU Yu-dong, ZHANG Xiao-xiao, YANG Lin. Design of Furniture for Toddlers Based on Parent-Child Interaction[J]. *Forestry Machinery & Woodworking Equipment*, 2021, 49(4): 60-64.

责任编辑: 马梦遥

(上接第320页)

- [13] 肖鑫羽. 符号学视角下的游戏化公益广告研究[J]. *重庆广播电视大学学报*, 2020, 32(3): 28-36.
XIAO Xin-yu. Research on Gamification Public Service Advertisement from the Perspective of Semiotics[J]. *Journal of Chongqing Radio & TV University*, 2020, 32(3): 28-36.
- [14] 鲁志伟. 广告设计中的情感作用及应用[J]. *包装工程*, 2021, 42(12): 347-350.
LU Zhi-wei. The Function and Application of Emotion in Advertisement Design[J]. *Packaging Engineering*, 2021, 42(12): 347-350.
- [15] 董庆帅. 平面广告的多维化设计研究[D]. 成都: 西南交通大学, 2013.
DONG Qing-shuai. Research on Multidimensional Design of Print Advertisement[D]. Chengdu: Southwest Jiaotong University, 2013.
- [16] 莫梅锋, 向媛媛. 基于多感官整合的全感官广告沟通研究[J]. *包装工程*, 2017, 38(22): 76-79.
MO Mei-feng, XIANG Yuan-yuan. Research on Full Sensory Advertising Communication Based on Multi-Sensory Integration[J]. *Packaging Engineering*, 2017, 38(22): 76-79.

(上接第327页)

- [37] 上海财经大学 500 强企业研究中心, 江若尘, 黄亚生, 等. 民营大企业转型的利益相关者研究: 500 强企业研究报告之五[M]. 上海: 上海财经大学出版社, 2012.
Research Center of Top 500 Enterprises of Shanghai University of Finance and Economics, JIANG Ruochen, HUANG Ya-sheng, et al. Stakeholder Research on the Transformation of Large Private Enterprises: Report of Top 500 Enterprises[M]. Shanghai: Shanghai University of Finance and Economics Press, 2012.
- [38] 朱明洋, 李晨曦, 曾国军. 商业模式价值逻辑的要素、框架及演化研究: 回顾与展望[J]. *科技进步与对策*, 2021, 38(1): 149-160.
ZHU Ming-yang, LI Chen-xi, ZENG Guo-jun. Elements, Framework and Evolution of Value Logic in Business Model: Literature Review and Prospects[J]. *Science & Technology Progress and Policy*, 2021, 38(1): 149-160.
- [39] 罗仕鉴. 群智创新: 人工智能 2.0 时代的新兴创新范式[J]. *包装工程*, 2020, 41(6): 50-56.
LUO Shi-jian. Crowd Intelligence Innovation: A New Innovation Paradigm in the AI 2.0 Era[J]. *Packaging Engineering*, 2020, 41(6): 50-56.
- [40] 梁勤. 融创论: 自主创新驱动企业转型升级[M]. 北京: 企业管理出版社, 2019.
LIANG Qin. On Sunac: Independent Innovation Drives the Transformation and Upgrading of Enterprises[M]. Beijing: Enterprise management Press, 2019.
- [41] 金帆. 价值生态系统: 云经济时代的价值创造机制[J]. *中国工业经济*, 2014(4): 97-109.
JIN Fan. Value Ecosystem: Value Creating Mechanism in Cloud Economy Era[J]. *China Industrial Economics*, 2014(4): 97-109.
- [42] 董华, 陈蕾. 大数据驱动下服务型制造超网络的价值共创——以小米为例[J]. *财会月刊*, 2021(20): 111-119.
DONG Hua, CHEN Lei. Value Co-Creation of Service-Oriented Manufacturing Supernetwork Driven by Big Data—Taking Xiaomi as an Example[J]. *Finance and Accounting Monthly*, 2021(20): 111-119.