

日用陶瓷产品的多元化设计探究

徐滢

(景德镇陶瓷大学科技艺术学院, 景德镇 333001)

摘要: **目的** 探究日用陶瓷的艺术定义及其多元化设计的方向和策略。**方法** 结合日用陶瓷与人们生活的紧密联系,对日用陶瓷的定义及发展现状进行分析,指出其缺少竞争力、缺少文化价值与使用价值、缺少市场分析等不足,从造型、装饰、材料等方面分析日用陶瓷产品设计的方向,最后从人性化、交互性、趣味性和情感化角度展开具体策略分析,并对未来日用陶瓷产品设计的整体思路进行整理和思考。**结论** 在日用陶瓷产品的设计过程中,将多元化设计风格融入其中,以开放的思维进行尝试,是准确把握产品设计与消费者心理活动规律契合点的关键,也是实现陶瓷产品功能、形式与文化、情感相统一的有效途径,赋予了日用陶瓷产品永恒的生命力。

关键词: 日用陶瓷;多元;趣味

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)08-0296-03

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.08.050

Diversified Design of Daily Ceramic Products

XU Ying

(College of Technology and Art Jingdezhen Ceramic Institute, Jingdezhen 333001, China)

ABSTRACT: The paper aims to explore the artistic definition of daily ceramics and the direction and strategy of its diversified design. The definition and development status of daily ceramics were analyzed according to the close relationship between daily ceramics and people's life. The lack of competitiveness, cultural value, use value, market analysis, etc. were pointed out. Then the development direction of daily ceramic products was analyzed from the aspects of modeling, decoration and materials. Finally, specific strategies analysis was carried out from the perspective of humanization, interaction, interest and emotion. Overall thinking of the future daily ceramic product design was arranged and thought. In the process of designing daily ceramic products, integration of diversified design style and taking all kinds of inspirations with open thinking is an effective way to realize the unified function, form, culture and emotion of ceramic products. It endows the daily ceramic products with the eternal vitality.

KEY WORDS: daily ceramics; pluralism; taste

日用陶瓷产品自诞生之日起,就与人们的生活紧密相关,无论是工作、生活还是装饰空间,满足着人们的各种现实需求。但是,日用陶瓷产品设计并没有像其他领域的产品设计那样有质的飞跃^[1]。由于长期受传统观念的束缚,陶瓷产品的整体发展速度缓慢,缺乏创新意识和独特性设计。与人们当下的更高层次的审美目标偏离,无法实现集观赏、实用于一体,也缺乏一定的个性和艺术性。在这一背景下,对日用陶瓷产品设计进行多元化尝试便具有了更加积极的意

义,这不仅能够提升设计师的产品设计理念,还能更好地满足人们的生活审美化、审美消费要求。

1 日用陶瓷产品的定义及发展现状

日用陶瓷与人们的生活紧密相连,是陶瓷制品中使用频率最高的品类,大到餐具、茶具、咖啡具、酒具、冷水具、冰箱用具、烤箱用具,小到烟具、烛台、花器和筷子架等,都是日用陶瓷的经典品类^[2]。日用

收稿日期: 2019-01-12

作者简介: 徐滢(1986—),女,江西人,景德镇陶瓷大学硕士生、讲师,主要研究方向为陶瓷艺术设计。

陶瓷满足了人们日常生活的各种需求,也满足了人们心中对自然、文化和审美等层面的要求。虽然我国是日用陶瓷的生产大国,但总体水平仍与国外存在一定差距。

1) 缺少竞争力。部分日用陶瓷企业在生产和销售趋于稳定之后,便开始控制成本,忽视产品开发和设计。这一做法无法满足日益个性化和国际化的陶瓷市场需求,使得整体的陶瓷产业缺乏竞争力。

2) 缺少文化价值与使用价值。对于日用陶瓷产品而言,使用价值和文化价值是相辅相成的,因为人们除了使用价值的需求外,还有更高层次的审美追求。但是,在部分日用陶瓷产品设计中,设计师总是更愿意去盲目和照搬西方文化,逐渐忽略了中国自己的文化,从而降低了日用陶瓷产品的实际价值。

3) 缺少市场分析。部分国内日用陶瓷生产企业并没有对市场进行深入分析,更多满足某一消费群体的单一化设计和生产。这直接导致产品与市场需求不成正比,大大降低了销售额。

2 日用陶瓷产品设计

2.1 造型

造型是日用陶瓷产品重要的设计方向,决定着陶瓷产品的外观样式。在多元化日用陶瓷产品的设计中,造型设计求新、求异、求美,尽可能以新奇感的造型满足人们多样化的需求。

2.2 装饰

受日用陶瓷产品实用功能的局限,纹样装饰一直是日用陶瓷常用的装饰手法。在追求多元化的当下,日用陶瓷产品应在装饰纹样方面进行大胆创新与突破,既要继承传统装饰纹样,进行一定的分解与重构,又要运用肌理产生艺术效果,给日用陶瓷产品的纹饰带来广阔的创新空间,形成的不同色彩和质感^[3]。

2.3 材料

材料是进行一切造物的物质因素,日用陶瓷产品也不例外。当前原本普通且单一的陶瓷材料已然无法满足人们的现实需求。设计时,可以从材料的差异和对比入手,将传统的陶瓷材料与有着不同色泽、肌理、触感、质感的其他材料,如玻璃、塑料、金属、木材等,根据设计需要进行混搭,赋予冰冷的陶瓷产品以生机和活力。

3 日用陶瓷产品的多元化设计

3.1 注重人性化

对于艺术设计而言,任何设计都是要服务于人的。因此,日用陶瓷产品逐渐开始向人性化设计靠拢。所谓人性化设计是“人化”与“物化”的统一,既要考虑

到人们的使用习惯,又要结合产品的特点有针对性地进行打磨加工,二者缺一不可。在造型方面,设计师先要考虑陶瓷产品的形状、尺寸、大小是否符合人体正常的使用范围,并考虑该产品是否能预防意外伤害,对错误使用过程中存在的危险进行评估及分析^[4]。如设计一个茶壶陶瓷品,就要充分考虑其结构形状与使用者的使用习惯是否相一致,手柄的粗细、长短、弯曲程度是否与人的实际需求相契合,产品卫生性和是否便于清洁,是否满足人们的情感需求,同时还要考虑茶壶的大小与相配杯子的数量,保证使用时物尽其用。当然,这些都是人性化设计的基础,设计师在设计时应在整体造型方面大胆突破,对某一部分进行夸张或者削减,大胆打破常规产品的流线设计,出奇制胜。在装饰方面,设计师要尊重人们多元化的审美情趣。随着消费观念和审美观念的转变,人们已经从对复杂设计品的喜爱转为对简约工艺品的推崇。所以,在进行日用陶瓷产品的整体外观装饰设计时,必须把握好装饰色彩的主次,主色调尽量采用鲜艳亮丽的颜色,同时体现瓷器本身的形态特征。日用陶瓷产品主要用于饮食、装饰,最好选用釉中色彩装饰,在环保健康的前提下,让瓷器散发出通透自然的光泽,以迎合人们所追求的自然、简朴的生活理念^[5]。在消费市场方面,由于不同年龄的消费人群消费观念不同,还要多考虑各个群体的普遍特征。如儿童陶瓷产品设计应抓住其天真、活泼、好奇心较强等心理特点,以明亮鲜艳的色彩、适中的比例和单一化的功能,突显造型趣味性及单纯性;对于成年的产品设计,应突出使用功能,再配以色彩、造型结构等辅助。

3.2 凸显交互性

对于日用陶瓷产品而言,其最终目的是方便人们的使用。所以,进行设计时需要强调交互性,给使用者带来良好的体验。通常来看,日用陶瓷产品与人之间的交互主要体现在视觉、触觉及听觉3个感官上。在视觉上,产品的形态、色彩和质感要能够唤起使用者的各种情绪,甚至影响他们正常的生理感受^[6]。在触觉上,陶瓷产品与使用者之间强调生理接触。因为视觉层面的信息并不能决定消费者的购买意向,所以触觉的感受非常重要。以陶瓷碗为例,曲线设计就要贴合人的手掌,在触觉层面与使用者产生良好的交互。在听觉上,更要贴合使用者的感受。因为听觉所带给人的信息比视觉少,使用者可以借助施加动作与产品的不同音质产生交互,带来良好的使用体验^[7]。另外,在进行日用陶瓷产品交互设计时,叙述故事总是能够使人想象产品的使用情境,让使用者与产品形成情感互动。

3.3 强调趣味性

引起情感上和视觉上的愉悦,是日用陶瓷产品设计一直追求的境界。充满趣味性的设计,能够给使用

者以赏心悦目的美感和使用中的快感,同时深入人的内心世界,带给使用者新奇、有趣的使用体验,满足人们追求轻松、幽默、愉悦的情感需求。

1) 造型的趣味性。造型的趣味性体现在将设计构思直接呈现在消费者面前,以一种产品特有的情调和氛围,唤起消费者的情感体验^[8]。将咖啡壶进行趣味性设计成“车轮”,更高层次上还可以创新使用过程,当使用者倾倒咖啡的时候,甚至可以不必将壶提起来,而只要在桌面上转动这只“轮子”便能使咖啡流入杯里,给人带来轻松有趣的使用体验。

2) 装饰的趣味性。在日用陶瓷的装饰设计中,设计师可以大胆挣脱传统的二方连续或适合纹样的束缚,将更多的趣味性设计思维融入其中,甚至可以在一定程度上改变产品的形象,注入更多的趣味性设计思维,让装饰的独特性发挥到极致,最终在视觉上从众多的产品中脱颖而出。

3) 功能的趣味性。功能的趣味性并不是单纯指基本的使用功能,而是给使用者带来更多的趣味性体验。在当前的日用陶瓷产品中,有的甚至被设计师融进了一些录音、声控、光控等科技手段,给使用者的使用增添了声、光、色的趣味,大大拓展了功能空间。由此可见,在趣味性设计中,设计师必须进行更加细致的考虑,将物与人之间的关系进行放大,以更富趣味性的设计建立一种物质和情感的交流关系。

3.4 表现情感性

情感化产品设计能够带给人更多的使用体验,无论是使用过程、内心情感还是精神需要,各方面都能得到很好的满足。设计一种产品意味着设计一种产品语言,必须迎合不同的年龄、性别、观念、职业以及残疾人士不同的情感需求,使之成为彼此沟通的桥梁^[9]。在外形的设计中,设计师必须注意即时的情感效用,使陶瓷产品看起来好看,摸起来舒服,能直接地打动人。以3~14岁的孩子为使用对象的日用陶瓷产品,可以对卡通形象进行概括和处理,再配合手和盖钮的特殊设计,创造有着极强亲和力的造型,满足童心童趣,给使用者带来亲切、愉悦的使用体验。情感化的设计还强调一种情感的联系与激发,可能是一个故事、一段记忆,将人与物的情感进行连接。如在设计厨房调味罐时,设计师可以进行系列化设计,结合人物的五官进行造型,生动再现一家三口交流的情景^[10]。这种贴近生活、贴近自然的设计方式,能够拉近产品与人的情感距离,牵动人们内心深处微妙的情感,让调味罐成为情感的寄托。

4 结语

在现代社会,陶瓷制品早已成为人们日常生活中不可缺少和极为重要的物品。随着社会发展的多元化以及人们审美需求的提升,日用陶瓷设计也开始朝着

多元化、高度技术化、材料综合化、主题鲜明化的方向发展。当前的日用陶瓷产品设计必须立足现实,总结和吸收当代和以往的审美实践和艺术实践,创新型、装饰设计的风格和审美趣味,以人性化、交互性、趣味性和情感化的全新创造进行个性化设计,不断提升创新设计思维。

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, The Artistic Design of Daily Ceramic Products[J]. Art Hundred, 2013(4): 156—158.
- [2] 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): 40—53.
ZHANG Lan-zhi, BIAN Qing. Design Principles of Household Ceramics[J]. Research on the Theory of Urban Construction, 2014(35): 40—53.
- [3] 方梦雪. 日用陶瓷造型设计中模块化设计的方法[J]. 现代装饰, 2014(9): 8—9.
FANG Meng-xue. Modular Design Method for Modeling of Daily Ceramics[J]. Modern Decoration, 2014(9): 8—9.
- [4] 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]. Green Technology, 2016(12): 207—208.
- [5] 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 Daily Ceramic Product Innovation[J]. Design, 2012(2): 40—41.
- [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] 廖亦彩. 对日用陶瓷产品形态语义的解析[J]. 设计, 2014(2): 140—142.
LIAO Yi-cai. The Analysis of the Form Semantics of Everyday Ceramic Products[J]. Design, 2014(2): 140—142.
- [8] 陈婷婷. 日用陶瓷产品设计中的趣味性设计[J]. 旅游纵览, 2012(12): 25—30.
CHEN Ting-ting. Interesting Design in the Design of Daily Ceramic Products[J]. Tourism Overview, 2012(12): 25—30.
- [9] 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 on the Emotional Design of Modern Daily Ceramic Products Modeling[J]. Foshan Ceramics, 2012(4): 41—44.
- [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 Appeal of Daily Ceramic Design.[J]. Art Review, 2013(3): 138—140.