

趣味性日用陶瓷产品设计

徐滢¹, 曹鸿安²

(1.景德镇陶瓷大学科技艺术学院, 景德镇 333001; 2. 景德镇陶瓷大学, 景德镇 333001)

摘要:目的 探究日用陶瓷的趣味性设计方向及策略。方法 立足于日用陶瓷与人们日常生活的紧密联系, 从日用陶瓷的概念及其造型设计的特征入手, 分析其中的趣味性需求, 接着结合市场、设计师、消费者3方面的现实需求对趣味性在日用陶瓷设计中的重要性展开探究, 并探讨日用陶瓷在造型、装饰、功能等方面的趣味性表现, 最后以此为基础, 分别就整体设计、仿生设计、个性设计和情感设计等方面探究具体的设计策略及相关案例, 总结其未来发展的路径。结论 日用陶瓷产品趣味性设计立足于消费者的情感需求, 不仅有着美的形式, 而且能深入人的内心世界, 引发人们的情感共鸣, 在满足了人们基本生活需要的基础上, 还进一步满足了现代人追求轻松、幽默、愉悦的情感需求。

关键词: 日用陶瓷; 趣味; 情感

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2019)14-0290-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2019.14.049

Design of Interesting Daily Ceramic Products

XU Ying¹, CAO Hong-an²

(1. School of Science Technology and Art, Jingdezhen Ceramic University, Jingdezhen 333001, China;

2. Jingdezhen Ceramic University, Jingdezhen 333001, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the interesting design direction and strategy of domestic ceramics. Based on the close relationship between daily ceramics and people's daily life, from the concept of the daily use of ceramics and the features of design, the interesting needs were deeply analyzed. Then, the importance of the interest in the design of pottery porcelain was explored in the light of the practical needs of three aspects of market, designers and consumers. The interesting performance of the ceramic in the aspects of modeling, decoration and function was discussed. Finally, the specific design strategies and related cases were explored on the basis of the overall design, bionic design, personality design and emotional design, and the path of the future development was summarized. The interesting design of the daily used ceramic products is based on the emotional needs of consumers, not only in the form of beauty, but also in the inner world of people, causing people's emotional resonance and satisfying the needs of people's basic life, and further satisfying the emotional needs of the modern people to pursue easiness, humo and joy.

KEY WORDS: daily use of ceramics; interest; emotion

对于艺术作品而言, 追求多样化的形式语言是必须的。作为其中一个不可忽视的存在, 日用陶瓷产品设计更是随着经济的发展、人们物质生活水平与精神生活水平的日益提高, 出现了丰富的设计理念与方法, 不再仅仅追求实用价值和经济价值, 更开始了探索更加有趣的设计形式, 旨在倡导新的生活方式, 给人们带来与产品在活动方式中的情感交融^[1]。这些雅

致有趣、聚散随意的趣味性日用陶瓷产品, 在当前这个人们生活异常忙碌的状态下, 给人带来了浓郁的形式美特征和鲜明的时代特征, 加之种类、性能、用途逐渐广泛, 更促使人们审美的价值观念不断提高, 越来越受到人们的喜爱。探索在日用陶瓷造型艺术中的基本特征和趣味性在日用陶瓷造型设计中的表现及应用, 是设计师必须高度重视的重要方面, 也是社会

收稿日期: 2019-03-01

作者简介: 徐滢(1986—), 女, 江西人, 硕士, 景德镇陶瓷大学科技艺术学院讲师, 主要研究方向为陶瓷艺术设计。

发展的必然趋势。

1 日用陶瓷产品概述

日用陶瓷是陶瓷的一种,从其胎体特征分析,主要有陶器与瓷器两种类型^[2]。从国家标准的定义来看,日用陶瓷主要是指那些胎体未被玻化或玻化程度差的,不透光、吸水率一般大于3%;日用瓷器的吸水率一般不大于3%,胎体玻化程度高,结构密,不透光。比如餐具、茶具、咖啡具、酒具、饭具等,这些都是日用陶瓷的经典品类。此外,随着时代的发展,日用陶瓷的种类更加多样,工业陶瓷、精密陶瓷、技术陶瓷、高性能陶瓷等相继出现,使得日用陶瓷的界限逐渐模糊,范围逐渐扩大,有效丰富了陶瓷产品市场。得益于此,日用陶瓷的设计逐渐得到重视,越来越多的设计师投入进来,将日用陶瓷产品发展得更加普及化、多样化^[3]。具体来讲,主要呈现出使用性、物质技术、人文关怀和形式美感等方面的形式特征。在使用性上,日用陶瓷造型设计一直坚持这一特点作为产品的根本属性,无论是何种形式的产品都有着一定的使用功能;在物质技术上,日用陶瓷造型设计依赖于物质基础和技术手段;在人文关怀上,日用陶瓷常被用来作为情感寄托或承载物,处处体现以人为本;在形式美感上,讲究整体的视觉效果,以独特的形式美赢得了人们的青睐。

2 趣味性在日用陶瓷设计中的重要性

需求是设计之母。艺术设计总是依托于一定的生活方式和生活需求而产生的,日用陶瓷产品设计也不例外。一方面,人们在物质得到满足的前提下,对精神世界的需求逐渐提升,促使日用陶瓷设计在保证产品的功能性前提下,开始了趣味性的设计创意;另一方面,设计师的设计方向和目的逐渐提升,开始在提高产品的附加值方面下功夫,尽可能地创造产品的象征意义,在一定程度上推进了趣味性产品的发展^[4]。另外,日用陶瓷产品的使用对象主要有工薪阶层、政治家、艺术家甚至是暴发户等,涉及的范围十分广泛。但这些人品味不能一概而论,他们所需要的茶具必须是个性的,对他们而言是充满趣味的。从以人为本的理念出发,找准针对的消费人群,再结合这一人群的特定风俗习惯、消费水平、生活方式,设计出符合消费人群的审美特征,凸显一定的趣味性,更多地吸引这些受众的注意力,在体现其使用性的基础上,展现更多的艺术价值^[5]。可见,无论是从使用者角度还是设计师视角,都要从实际出发,结合市场需求,不断丰富日用陶瓷产品的趣味性。

3 趣味性在日用陶瓷产品设计中的主要方向

当前,我们在进行日用陶瓷产品设计时,必须强

调造型的安全感、舒适感,使其与人们现代生活方式协调与融洽。从趣味性角度出发,其设计主要通过造型、装饰和功能来体现。

3.1 造型的趣味性

在造型方面,传统的以机械压坯成型和石膏模注浆成型为主的生产方式更多的是生产一种规矩、稳重、几何化、简洁化特征的日用陶瓷产品,缺乏个性和人情味,已经无法适应人们的现实需求^[6]。为了追求趣味性,设计师开始对传统的造型设计进行革新,重点突出其功能性和观赏性,努力使原本平常的容器变得好玩一点。

3.2 装饰的趣味性

日用陶瓷产品受自身实用功能的限制,其装饰手法较单调,纹样墨守成规,缺乏大胆、创新的设计,无法给人们带来一种新奇有趣的使用体验。鉴于此,丰富日用陶瓷产品的装饰手法便成了提升艺术化的有效途径。比如,在继承传统装饰纹样的基础上进行大胆的创新与突破,分解与重构传统纹样,或者运用肌理产生艺术效果,还可以在泥巴中揉进彩料,创造偶然性、随机性、自由性的视觉肌理效果,借助内容与形式的幽默性赋予陶瓷产品趣味性。

3.3 功能的趣味性

功能效用的发挥是趣味性日用陶瓷产品设计的核心,除了基本的使用功能外,还包含使用者使用过程的体验,给使用者带来温馨乃至意外的趣味性。比如,在基础使用功能的基础上,融入一些声、光、色的趣味,无疑会给使用者增添几分幽默与情趣^[7]。尤其是科技知识功能的兼顾,更进一步延伸和扩大了功能。这样的陶瓷产品设计缓和了城市人们紧张乏味的情绪,增添了生活情趣。

4 趣味性在日用陶瓷产品设计中的主要策略

随着社会的进步与发展,人们对产品的趣味性设计要求与日俱增。受此影响,日用陶瓷的趣味性设计将愈加丰富多彩。

4.1 整体设计

对于细节的把握和整体效果的全新设计,是日用陶瓷设计体现趣味性的一种尝试,其强调的是整体,要求造型、色彩、结构、比例等内部元素相互对应、相互协调,体现出最佳的设计形态,使设计作品更具有艺术感染力^[8]。在马丁·韩特设计的一款壶体的造型上就将椭圆形作为主要形式,在内部结合天鹅钮、金属提梁以及水纹线,整体呈现出一种意味无穷的意境,让人留恋其中。而在其另一款壶体的造型设计中,更加大胆地将壶嘴与壶体结合在一起,使壶嘴的弧形产生的空间与箍状带的实空间相呼应。这种注重细

节、强调整体的设计形式,既解决了粘结的难度,为安装提供了极大的便利,又给使用者以新奇的感受,达到了更加完整、强烈的艺术效果。

4.2 仿生设计

在日用陶瓷造型设计中,仿生设计无疑是凸显趣味性的有力助手。所谓仿生设计,是对生物系统某些原理整理、分析、再提炼,从而进行实验性模拟的一种新的设计思维方法^[9]。具体到日用陶瓷的仿生设计中,主要包含形态仿生、肌理与质感仿生、色彩仿生、结构仿生等方面。在形态仿生方面,设计师主要借助动物、植物、微生物、人类等的外部形态,以此为基础,寻求突破与创新,强调的是对生物外部形态美感特征与人类审美需求的表现。在肌理与质感仿生方面,设计师通过对生物表面肌理与质感的设计创造,建立一种触觉或视觉的表象,进一步增强了仿生设计产品形态的功能意义和表现力,具有深层次的生命意义。在色彩仿生设计中,设计师通过丰富、纷繁的色彩关系与个性特征,给人以生命力。比如,陶瓷大师张尧的一个陶瓷作品设计就运用陶土这一自然颜色表达了对生命的热爱,充满感染力。在结构仿生方面,设计师主要通过自然生物由内而外的结构特征的认识,结合陶瓷产品概念与设计目的进行创新,再赋予其鲜明的生命特征与意义,给人一种有趣、积极向上的感觉。

4.3 个性化设计

异想天开是设计思维最根本、最重要的方法,运用得当能够最大程度地彰显艺术的设计创新点,因此,在对日用陶瓷进行设计时,设计师就要打破对事物固有的创造模式,大胆地进行个性化设计。其一,思维设计的创新。打破常规的想象力是创造超凡的创新产品的关键,因此设计师有必要进行思维设计的创新。比如传统“一嘴一壶”的固定模式被设计大师科拉尼所设计的双嘴壶轻松打破,这款作品不仅大胆地把嘴与柄结合起来,还在两边设计了一个轴头,再以壶整体为轴座,让轴可以在槽卡中自由活动,使用者可以让水壶往前倒水,还可以让水壶往后倾斜,十分有趣。其二,科技和材料的革新。拥有创新思维这一基础后,设计师还要能够灵活运用录音、声控、光控等科技手段,扩展日用陶瓷产品的功能。比如一款看似普通的陶瓷杯子设计,在被使用者注入热水后会展开一幅神奇的画面,而当使用者拿起来时,底部安装的特殊感光芯片还会随之响起娓娓的音乐声,在给使用者带来趣味性享受的同时还让使用者一天的疲劳一扫而光。

4.4 情感化设计

趣味与情感相辅相成,是相互作用的存在^[10]。在进行日用陶瓷趣味性设计时,情感化设计是一个很好

的辅助。情感化设计是一种基于人的内心情感需求和精神需要的设计理念,强调的是通过自身所创造的表达某种情感状态特征的产品,给消费者带来远远大于物品使用价值的回忆与幸福感,从而使消费者与产品建立深厚的感情。这就要求设计师在设计之前要充分了解用户,根据具体受众的年龄层次、文化背景、审美情趣、时代观念、心理需求等各方面因素,设计出更加贴近用户需求的陶瓷产品。比如一套瓷烟具将底盘设计成了一个底盘和数颗可随意移动的半球形小烟托,小烟托中间没有穿孔,被设计成了一道U形线凹槽,便于放置香烟。这样一种轻松自如的新功能和可执可放的新形态,有效缓和了生活在城市中的人们的紧张乏味的情绪,让使用者感受到了一种贴心愉悦的情感体验。

5 结语

日用陶瓷的趣味性设计在经济日益发展的今天,给人们的生活带来了无穷的乐趣,使现实生活更加丰富多彩。基于此,在当下的相关设计中,设计师要有超前的意识,巧妙地运用形式美的基本规律,在传承传统陶瓷文化的同时,以更加合理、符合审美要求的设计来实现设计功能性和艺术性的完美结合,设计出具有创新感和趣味性的日用陶瓷产品,实现更大的突破。

参考文献:

- [1] 刘卫硕. 从社会需求看日用陶瓷设计的必然性[J]. 文艺生活旬刊, 2011(9): 72—73.
LIU Wei-shuo. The Necessity of Designing Daily-use Ceramics from the Perspective of Social Demand[J]. Life and Death of Literature and Art, 2011(9): 72—73.
- [2] 余建荣, 青卿. 论细节设计与日用陶瓷的未来[J]. 现代装饰(理论), 2013(9): 116.
YU Jian-rong, QING Qing. On the Future of Detail Design and Ceramics for Daily Use[J]. Modern Decoration(Theory), 2013(9): 116.
- [3] 陈婷婷. 日用陶瓷产品设计中的趣味性设计[J]. 旅游纵览(下半月), 2012(12): 10—14.
CHEN Ting-ting. Interesting Design in Product Design of Daily-use Ceramics[J]. Travelings Overview(Second Half), 2012(12): 10—14.
- [4] 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 Household Ceramics Products[J]. Hundred Schools in Art, 2013(4): 156—158.
- [5] 陈明枝. 浅谈日用陶瓷产品设计的创新思维[J]. 佛山陶瓷, 2017, 27(7): 46—48.
CHEN Ming-zhi. A Discussion on the Innovative Thinking of Daily Ceramic Product Design[J]. Foshan Ceramics, 2017, 27(7): 46—48.

- [6] 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. A Brief Discussion on Personalized Design in Product Innovation of Daily-use Ceramics[J]. Design, 2012(2): 40—41.
- [7] 任文营. 基于综合材料的日用陶瓷产品设计研究[J]. 科学与财富, 2014(3): 279.
REN Wen-ying. Research on Design of Daily-use Ceramic Products Based on Synthetic Materials[J]. Science and Wealth, 2014(3): 279.
- [8] 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. Analysis of the Morphological Semantics of Daily-use Ceramic Products[J]. Design, 2014(2): 140—142.
- [9] 仇路路. 浅谈影响日用陶瓷造型设计的因素[J]. 设计, 2014(2): 29—30.
QIU Lu-lu. Talking about the Factors Affecting the Design of Daily-use Ceramics[J]. Design, 2014(2): 29—30.
- [10] 陶梦华. 浅谈造型创新在日用陶瓷未来发展中的重要性[J]. 商, 2012(14): 185.
TAO Meng-hua. The Importance of Modeling Innovation in the Future Development of Daily-use Ceramics[J]. Quotient, 2012(14): 185.
- (上接第283页)
- [3] 王小明. 民间美术的模式化特征[D]. 天津: 天津大学, 2013.
WANG Xiao-ming. The Motifs of Chinese Folk Art[D]. Tianjin: Tianjin University, 2013.
- [4] 王树村. 中国民间美术史[M]. 岭南: 岭南美术出版社, 2004.
WANG Shu-cun. History of Chinese Folk Art[M]. Lingnan: Lingnan Art Publishing House, 2004.
- [5] 王象尧. 中国民间美术造型方法在平面设计中的运用分析[J]. 艺术百家, 2016(5): 128—130.
WANG Xiang-yao. Analysis of the Application of Chinese Folk Art Modeling Method in Graphic Design[J]. Art Hundred, 2016(5): 128—130.
- [6] 李文杰. 民间艺术在城市旅游视觉识别系统设计中的应用研究[J]. 文艺争鸣, 2014(9): 198—201.
LI Wen-jie. Application of Folk Art in Visual Recognition System Design of Urban Tourism[J]. Literary Contention, 2014(9): 198—201.
- [7] 刘畅, 黄墙苓. 论旅游纪念品设计与川西民族文化保护[J]. 包装工程, 2010, 31(4): 129—132.
LIU Chang, HUANG Qiang-ling. On the Design of Tourist Souvenirs and the Protection of Ethnic Culture in Western Sichuan [J]. Packaging Engineering, 2010, 31(4): 129—132.
- [8] 邱蔚丽, 邱赤炼. 旅游纪念品设计中传统地域文化元素的意义[J]. 包装工程, 2012, 33(9): 109—112.
QIU Wei-li, QIU Chi-lian. The Meaning of Regional Culture Elements in Souvenir Design[J]. Packaging Engineering, 2012, 33(9): 109—112.
- [9] 周子炜, 彭磊. “一带一路”背景下赣南旅游纪念品设计研究[J]. 包装工程, 2017, 38(9): 230—234.
ZHOU Zi-wei, PENG Lei. Study on the Design of Tourism Souvenirs in Gannan under the Background of "One Belt and One Road"[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(9): 230—234.
- [10] 张绍时. 中西意向特征比较论[J]. 青岛师范大学学报, 2017(7): 128—130.
ZHANG Shao-shi. A Comparative Study of Intentional Characteristics between China and the West[J]. Journal of Qingdao Normal University, 2017(7): 128—130.
- [11] 王懿清, 晏娜. 经典动画形象孙悟空符号的生成和解读[J]. 装饰, 2014(30): 109—111.
WANG Yi-qing, YAN Na. Generation and Interpretation of Monkey King Symbol in Classical Animation Image[J]. Zhuangshi, 2014(30): 109—111.