

# 设计之仁：日用陶瓷产品中的情感化设计探索

郭海云

景德镇陶瓷大学 江西景德镇 333403

**摘要：**在科技发展、日用陶瓷产品选择多元化的背景下，情感需求成为消费主导趋势，情感化设计在日用陶瓷设计中的重要性愈发凸显。基于情感化设计视角，探讨设计之“仁”在日用陶瓷产品中的应用与体现，分析其内涵、表现及对提升产品价值的意义。日用陶瓷产品情感化设计需兼顾产品功能与用户情感、精神需求，设计之“仁”在日用陶瓷产品中案例分析，体现情感化设计的实践价值，根据景德镇日用陶瓷产品市场调研分析，为日用陶瓷产品的情感化设计提供相应的策略与方法参考。

**关键词：**设计之仁；日用陶瓷产品；情感化设计；陶瓷设计

## 引言

随着生活水平与消费观念升级，人们对日用陶瓷的需求已从实用转向生活品质、文化内涵与情感价值的追求，这与“设计之仁”的情感化设计理念高度契合。日用陶瓷既是融入日常的实用品，也是传承文化、展现艺术的载体，其从古代起源、唐宋高峰到现代技术创新的演变历程，情感化设计趋势不断凸显。本文结合日用陶瓷设计专业方向，探讨“设计之仁”视角下情感化设计的体现，分析色彩、造型、图案等元素的情感表达作用，阐述其对提升产品附加值、满足消费者精神需求的重要意义。

## 一、设计之仁与情感化设计的概念

### （一）设计之仁

“仁”最早出现在春秋晚期的《尚书》中，强调人与人之间的关爱与和谐，注重个人品德修养和社会责任担当。在中国文化语境中，“仁”是最高的道德原则，是各种善之集成和概括。设计之仁，包括绿色可持续设计，包容性设计，以人为本的设计以及情感化设计等。对于设计实践而言，设计之仁是以人为本，注重人的需求和体验，同时兼顾自然生态和社会伦理的设计理念和价值观。在设计的世界里，设计之仁是始终把对人的关怀和尊重放在第一位，用设计传递一种温暖和善良的力量，让人们的生活变得更美好，强调以人为本、关注环境、尊重文化的设计理念。其中，本文就设计之仁——情感化设计，结合日用陶瓷产品设计进行探索研究。

### （二）情感化设计

情感化设计是指在设计过程中，充分考虑消费

者的情感需求和心理体验，通过色彩、造型、图案等元素，营造独特的情感氛围，使产品与用户之间产生情感共鸣。这种设计理念不仅关注产品的实用功能，更强调其审美价值和文化内涵，以满足消费者日益增长的精神需求。

## 二、基于设计之仁的情感化设计在日用陶瓷产品中的体现

色彩上，日用陶瓷产品色彩的搭配和运用能够直接影响消费者的情绪体验。例如，淡雅的色彩能够营造出宁静、舒适的氛围，适合用于餐具、茶具等日常用品；而鲜艳、活泼的色彩则能够激发人们的愉悦感和活力，适用于儿童餐具或装饰品等。设计师们常常巧妙地运用色彩，来营造出不同的氛围和情感体验，让日用陶瓷产品不仅仅是实用的物品，更是能够触动人心的艺术品。设计师们还会运用色彩的对比和搭配，来增强情感表达的效果。比如，冷暖色调的对比，可以让产品更加醒目、吸引人（如图1）；相似色调的搭配，则可以营造出和谐、统一的氛围（如图2）。



图1 元代·影青釉里红高足瓷杯



图2 清道光·慎德堂款黄地粉彩飞鹤纹碗

造型上,日用陶瓷产品的造型设计不仅关乎其实用功能,更涉及审美和情感层面的表达。通过巧妙的造型设计,可以赋予产品独特的情感内涵和文化底蕴。例如,仿生形态的设计能够模拟自然界的生物形态,赋予产品生动有趣的形象;而传统造型的传承与创新,则能够唤起人们对传统文化的认同感和归属感。

装饰上,图案装饰是日用陶瓷产品中不可或缺的一部分,也是情感化设计的重要手段之一。通过图案的装饰,可以丰富产品的视觉效果,传达特定的文化信息和情感寓意。例如,传统图案的运用能够彰显日用陶瓷产品的文化底蕴和艺术价值;而现代图案的创新则能够赋予产品时尚、前卫的形象。

设计理念上,日用陶瓷情感化设计以用户需求为核心,核心设计理念包括:人体工学设计;环保可持续设计,材料创新设计;以人为本等。

设计中的“仁”还体现在对特殊人群的关爱上。设计师们会关注老年人、残疾人等特殊群体的使用需求,设计出适合他们使用的陶瓷产品。工业设计师Jexter Lim为视障人士设计了一套名为“EATSY”的餐具(如图3),EATSY杯碟均有食物安全的硅胶皮瓣,在浇注的时候会向内凹陷以便定位口沿。在盘子上,EATSY盘子有斜坡设计,可将食物引导到角落以便使用者更精准舀汤,贴心的设计为这些特殊人群带来了实际的价值。



图3 工业设计师Jexter Lim设计的“EATSY”餐具

### 三、情感化设计运用于日用陶瓷产品中的意义

#### (一) 提升产品附加值

情感化设计通过赋予产品独特的情感内涵和文化底

蕴,能够提升产品的附加值和竞争力。在市场竞争日益激烈的今天,具有独特情感价值的产品更容易获得消费者的青睐和认可。经问卷调查,统计结果显示参与调查的25名被调查者均表示认同情感化设计能提升日用陶瓷产品的市场价值,其中愿意为情感化设计更好的日用陶瓷产品支付更高的价格的占比84%。

#### (二) 满足消费者精神需求

随着人们生活水平的提高和消费观念的转变,消费者对日用陶瓷产品的需求已经不仅仅局限于实用功能,而是更加注重其审美价值和情感表达。情感化设计能够满足消费者的精神需求,提升他们的生活品质 and 幸福感。

#### (三) 有助于推动情感化设计在日用陶瓷产品设计上的创新和发展

情感化设计是从人类情感角度展开的一种设计理念。在日用陶瓷产品设计上,它通过对产品的造型、装饰、形状等的外部改变,将人类的情感融入产品中,并利用产品中的情感元素来引发与消费者之间的共鸣,进而满足人们对产品的情感需求。而且,日用陶瓷产品的装饰表现方法多样,形式丰富,有传统的图案设计,现代图形装饰,个性化的样式设计等。装饰表现与色彩相关联,通过图与色的配合赋予产品特定的形象特征,带给消费者相应的情感体验。正是有了情感化设计,日用陶瓷产品才能在使用过程中,带给消费者更多元的体验,调动消费者的积极性,建立消费预期,产生惊喜和吸引力、获得积极的响应。

### 四、情感化设计在日用陶瓷产品中的应用

情感化设计在日用陶瓷产品中的应用具有重要意义。通过色彩、造型、图案等元素的巧妙运用,可以赋予产品独特的情感内涵和文化底蕴,提升产品的附加值和竞争力。同时,情感化设计也能够充分满足消费者的精神需求,提升他们的生活品质 and 幸福感。

#### (一) 通过设计理念传达情感

第一,在设计中融入人性化的思考,充分考虑使用者的情感需求和心理体验。比如,在造型设计上,可以采用仿生形和拟态形,强化自然界中的物体本身所具有的视觉美感,同时传递给人一种愉快、自然、和谐的使用体验。

第二,材质的选择和利用也很重要。日用陶瓷主要由高岭土、矿物釉层烧制而成,其材料特点光洁美观、硬度高、声脆悦耳以及易塑性等,光洁细腻的质感给人以精巧、纤细、轻盈、卫生、舒适的心理感受和情感体验。设计师们可以充分利用材质的优点,来更好地传递出情感。

第三,在设计中融入一些文化元素和符号。让产品成为文化的载体和情感的寄托。这样,人们在使用产品的过程中,就能感受到其中蕴含的文化内涵和情感价值,从而带给消费者相应的情感体验。

## (二) 运用色彩传达情感

色彩在日用陶瓷设计中可是扮演着较为重要的角色!不同的色彩能够传达出截然不同的情感。红色通常代表欢快、温暖,刺激和活力,可以吸引人们的注意力;黄色则给人一种温馨、浪漫和轻快的感觉,是充满希望的色彩;蓝色会让人感到凉爽、宁静和稳定,适合营造平静、安定的气氛;绿色象征着安静、生命力和新鲜,能让人感到松弛和满足;紫色,则是神秘又高贵的,既有蓝色的宁静又有红色的热烈;白色代表洁净、美好,简洁又大方;而灰色可能让人联想到平淡、安详,但也可能带来一种痛苦和悲哀的情绪……设计师们常常巧妙地运用色彩,来营造出不同的氛围和情感体验,让日用陶瓷产品不仅仅是实用的物品,更是能够触动人心的艺术品。设计师们还会运用色彩的对比和搭配,来增强情感表达的效果。比如,冷暖色调的对比,可以让产品更加醒目、吸引人;相似色调的搭配,则可以营造出和谐、统一的氛围。

## (三) 借用造型传达情感

造型是日用陶瓷产品存在的基本形式,决定着功能效用、材料技术、形式美感等各方面。在日用陶瓷产品造型的情感化设计中,可运用各种造型要素,如线条、形态、空间等,来传达特定的情感。比如,流畅而圆润的线条,可以营造出柔和、温馨的氛围;而硬朗、简洁的形态,则可能传达出时尚、现代的感觉。通过造型的适度复杂化,可表现产品的情感性,提高产品的附加价值。就像有的茶具、咖啡具,它们的造型不仅精巧雅致,而且在细节处融入了各种情感元素,让人在使用的过程中,能够感受到一份别样的关怀和温暖。

## (四) 利用陶瓷纹样装饰凸显情感主题

首先,选择合适的纹样主题,如爱情、亲情、友情等具有普遍情感价值的主题,这些主题能够很容易地引起人们的共鸣。

其次,在纹样的表现手法上,可以采用象征、隐喻等手法,将情感元素融入纹样中。比如,用并蒂莲、鸳鸯等纹样来象征爱情;用松树、仙鹤等纹样来隐喻长寿和吉祥。

再者,可以通过纹样的色彩搭配和构图设计来增强情感表达。比如,用温暖明亮的色彩搭配和紧凑和谐的构图来表达欢快、热烈的情感;而用冷色调和疏松的构图则可能传达出宁静、淡泊的氛围。

总之,从陶瓷纹样装饰上凸显情感化主题,需要设计师们充分发挥创造力和想象力,将情感元素与纹样装饰巧妙地结合起来,让人们在欣赏和使用陶瓷产品的过程中,能够感受到那份独特的情感魅力。

## 结语

情感化设计是日用陶瓷产品的核心竞争力之一:通过形状、色彩、材质等元素触动用户情感,带来愉悦、舒适等积极体验,提升产品满意度;结合人体工学与合理布局优化使用便捷性,强化用户体验;同时能帮助品牌建立情感联结,增强用户认同感与忠诚度,助力品牌快速识别。在市场竞争中,情感化设计可赋予产品情感价值与文化内涵,提升附加值与售价,通过个性化方案满足多元需求,以人文关怀契合人性化趋势,让产品在同类中脱颖而出,有效吸引消费者、扩大市场占有率。随着人们生活水平的不断提高,消费者对日用陶瓷产品的需求已经超越了单纯的功能性,更加注重产品的情感表达和审美体验。在未来,希望日用陶瓷产品的情感化设计将更加注重个性化、多元化和智能化。设计师们将运用更加丰富的设计手法和先进的技术手段,创造出更加符合消费者需求和审美趋势的产品。希望在不久的将来,我们能看到更多充满情感魅力和人文关怀的日用陶瓷产品,它们将不仅满足我们的日常生活需求,更能带给我们愉悦的精神享受和文化熏陶。

## 参考文献

- [1] 郭梦然.情感化设计在日用陶瓷设计中的表达[J].农家参谋,2017,(24):318
- [2] 李砚祖.设计之仁——对设计伦理观的思考[J].装饰,2007,(9):8-10
- [3] 杨万豪.设计之仁:试析民生设计的实践途径[J].现代装饰(理论),2014,(9):7-8
- [4] 韩祥翠.现代陶瓷产品设计的伦理观[J].湖北师范大学学报(哲学社会科学版),2022,42(6):70-74
- [5] 何炳钦,郑欲晓.走向绿色:现代陶瓷产品设计的生态观[J].装饰,2008,(12):82-83
- [6] 郭俊,曹微芝.中国陶瓷文创产品设计理念的捕获与呈现[J].南京艺术学院学报(美术与设计),2024,(03):199-203
- [7] 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,2012,22(04):41-44.
- [8] 杨慧.刍议日用陶瓷艺术设计中情感意蕴的展现[J].陶瓷科学与艺术,2024,58(08):150-151.