

“呆呆”猫潮流玩具形象设计

黄末旸, 俞寒冰, 刘 锋

北京印刷学院新媒体学院 北京

收稿日期: 2024年4月23日; 录用日期: 2024年7月29日; 发布日期: 2024年8月7日

摘 要

本文分析“呆呆”猫形象的形成, 探索“呆呆”猫形象设计与人的心理表现结合后的影响。结合木鱼形状设计出以猫咪尾巴为主要表现形态的“呆呆”猫潮流玩具形象, 为玩具市场带来新亮点, 吸引更多消费者的关注与喜爱。

关键词

潮流玩具形象设计, 人的情绪, 猫咪心情

Image Design of “Dum-Dum” Cat Trendy Toys

Moyang Huang, Hanbing Yu, Feng Liu

School of New Media, Beijing Institute of Graphic Communication, Beijing

Received: Apr. 23rd, 2024; accepted: Jul. 29th, 2024; published: Aug. 7th, 2024

Abstract

This article analyzes the formation of the “Dum-Dum” cat image, explores the impact of combining the design of the “Dum-Dum” cat image with human psychological expression, and combines the shape of a wooden fish to design a trendy toy image of the “Dum-Dum” cat with a cat tail as the main form of expression, bringing new highlights to the toy market and attracting more consumer attention and love.

Keywords

Trendy Toy Image Design, Human Emotions, Cat's Mood

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

“呆呆”猫潮流玩具的设计符合当下的审美趋势，把产品背后的艺术氛围和价值主张传达给消费者，它不仅可以满足人们对于潮流玩具的热爱，又能把从其中汲取到的情感力量反馈到日常生活中。

2. 潮流玩具概况

潮流玩具，简称“潮玩”，又可以称其为“艺术玩具”或“设计师玩具”。潮流玩具的主题包含了动画、漫画、游戏等，融合了大量的艺术、设计、动画元素，将潮流文化以不同载体的形式展现出来[1]。

潮流玩具最早起源于日本，上个世纪九十年代盛行于美国和中国香港，潮流玩具在日韩等地发展至今，已经是一系列成熟的产业了。潮流玩具涉猎极广，包括动画、漫画、游戏、影视等一系列原创形象。众多的潮流主题和创作类型让潮流玩具有更多的应用主题，也有更多的应用场景。

潮流玩具的长期发展，更多的成为了年轻人对于治愈、释放情绪压力、陪伴等心理情绪方面的一种承载物。

3. 潮流玩具呆呆猫的情感设计

人们释放内心情感的外在表现通常是利用外物来显露的，有人时常将物品放置手上把玩，也有人利用信仰来寄托烦恼，用敲木鱼积攒所谓的功德，甚至敲击电子木鱼来宽慰自己，如今也是一种新的趋势。



Figure 1. Wooden fish

图 1. 木鱼^①

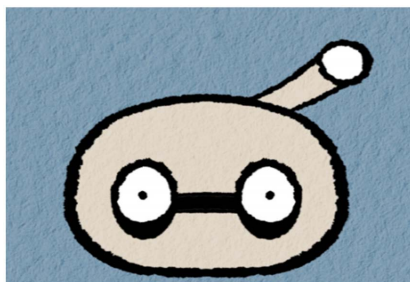


Figure 2. Fusion of wooden fish and cat imagery

图 2. 木鱼和猫咪形象结合^②

木鱼之名称由来，取自“鱼日夜不合目”，故刻木象鱼，击之，用以减昼夜思道，这是木鱼置于寺

庙中最原始的含义。如图 1，随着社会发展，文化所表达的真意越来越丰富，在人们的想象思维中木鱼代表的含义也越来越复杂，甚至被人们把复杂的情感寄托于斯；人们敲击木鱼，起到平心静气的作用，木鱼敲击的瞬间象征着人们心绪动与静的瞬间连接，是波涛汹涌与风平浪静的过渡，是人们受伤的心情得以抚慰的瞬间。

现实生活中猫咪作为人们一直以来的宠物好友，也是抚慰人们情绪的重要存在，最为常见的动作是撸猫，可缓解减轻压力。因此将木鱼元素和猫咪元素二者结合，是形象、功能与情感需求的双重契合。

在潮流玩具带给人们的情感影响下，借用木鱼背后含义赋予猫咪形象更深的意义，形象上重点突出猫尾，猫尾的不同状态代表着猫咪的情绪，链接到呆呆猫，即可代替人们心情呈现不同的表达方式，从单纯的审美产品添加了复杂的情感元素。

借用木鱼的形态，将其外在表现形式作为结合的元素，呆呆猫的潮流玩具形象设计糅合了两种物体元素进行结合，依托于木鱼的原本含义升级变形后形成新的潮流玩具形象，使得猫咪和木鱼的外形与内涵双重升华(图 2)。

这样的形变以及元素结合是人们喜爱的潮流玩具形象类别之一。呆呆猫潮流玩具的设计体现承载了人们的内心情感，人们的臆想对于木鱼的敲击让木鱼发生了变化，在空明的感应中变成猫转咪的形象，呈现活泼、可爱、狡黠的形态，敲木鱼的棒槌变成憨态可掬、灵动的猫尾，使得猫咪猫尾的外形与木鱼棒槌形象极度契合，达到呆呆猫潮流玩具形象设计所要表达寓意的极致，满足人们喜爱潮流玩具的激情。

4. 分析人的心理对呆呆猫情感设计的影响

4.1. 人的情感对潮流玩具产品设计影响

人的情感对潮流玩具产品设计具有重要影响。潮流玩具的设计不仅仅是机械的结构和外观，更包含了对消费者情感需求的深刻理解和把握。通过深入研究人类的情感表现形式，设计师可以更好地创造出能引发共鸣、激发情感连接的产品。

很多人长大了，但心里还是孩子，成年后反而追求孩童化的行为方式，购买潮流玩具，就是有着这样一大批具有孩童心理的成年人，使得潮流玩具的购买人群数量庞大，购买潜力巨大，也使得潮流玩具的市场日趋火热。在这样的背景下，带有一点街头、叛逆和反主流风格，并且限量生产，价格相对昂贵的潮流玩具满足了众多有着“孩童心理”的成年人。他们在潮流玩具的消费中，更多的是利用潮流玩具所包含的当代青年群体需要的情感慰藉、社会联结、自我实现、群体身份认同等功能，是一种“自我”的价值体现[2]。

近几年，年轻人作为潮流玩具消费的主力军，在选择种类繁多的潮流玩具面前，首先是因为喜欢，更多时候他们更愿意为一种需求而消费。这种需求是新时代年轻人的情感需求、心灵寄托需求和精神文明的需求，因而每个人的需求点不同；有的人单纯是为了情绪发泄而购买，有的人是一种爱好而追求，有的人则是为了收藏而不惜一掷千金。但总的来说，他们将潮流玩具作为一种自己想要表达情绪和思想的态度，是他们消费三观、消费理念最直接的体现。使潮流玩具成为了被看待的情感需求对象的寄托，是与人交流的媒介，也是自我情感需求表达的媒介。

潮流玩具的外观设计需要直接、明确地体现出玩具的视觉效果和代表的情感内核，以满足玩具消费者的情感体验和需求。通过精心的外观设计，潮流玩具可以直接触及消费者的内心，引发共鸣并激发购买欲望。外观设计应当与市场需求相契合，同时在视觉上赋予玩具独特的个性和情感色彩，使其与众不同。这种情感连接可以建立消费者与产品之间的情感纽带，使其愿意为了这种情感体验而买单(图 3)。

因此，在潮流玩具的外观设计中，除了考虑市场趋势和消费者喜好外，更应该注重如何通过外观直

接传递产品所代表的精神内涵和情感价值，从而吸引消费者的注意和认可，推动潮流玩具产品的销售和市场表现。

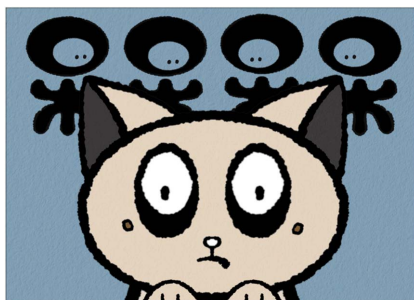


Figure 3. Final form of “Dum-Dum” cat
图 3. 呆呆猫最终形象[®]

4.2. 情感互动在呆呆猫设计中的影响

情感互动在呆呆猫设计中扮演着至关重要的角色。呆呆猫作为一种潮流玩具，其设计不仅仅是为了制造一个可爱的外观，更是为了引发消费者与产品之间的情感共鸣和互动体验。呆呆猫的潮流玩具设计正是反应着人们内心情感表达，情感寄托的主题而设计的。以“呆呆猫”形象代表的猫咪心情转为当代年轻打工人的心情反应，用呆呆猫的形象和年轻人心态两者相映衬，成为现实生活中人们表达此刻自己心情的载体，可以顺利有效地帮助人们隐晦而又直白地表达出当下的心情状态。

同大多数动物一样，肢体动作的不同表现反映了不一样的情绪。而猫咪，直观猫尾的动作就能够判断猫咪当下的心情，例如尾巴竖起，尾端笔直，则是代表了猫咪当下的愉悦心情。当这样的猫咪形象以潮流玩具的形式直观的展现出来时，作为情感互动的载体，将这类呆呆猫的形态利用潮流玩具形象设计制作完成投放市场，是一种对外加对内信息的传达的纽带，是沟通不同种类情感的桥梁，起到了一种潮流玩具新奇的情感互动、情感共鸣的作用，为呆呆猫潮流玩具注入了人类的情感需求增添了不同的艺术表现形式和传达方法[3]。

现阶段市场上潮流玩具品类众多，但大多仅是重视外表的多变，“可爱”，“暗黑”等丰富的外表元素没有主要的情感内涵表达支撑，缺乏灵性，消费者的热情和粘度会随着时间的推移而消退。呆呆猫的设计需要考虑到消费者是否希望通过与玩具建立情感连接来获得愉悦和放松的心理需求。因此，在呆呆猫设计中，外观特征、表情设计和互动方式都需要充分考虑如何激发消费者的情感共鸣和参与感。当人们借助呆呆猫潮流玩具的艺术形态和表现形式来表达自己的心情状态时，此类体现心情性质、宣泄情感方式的潮流玩具正迎合了现阶段潮流玩具情感传递的时代性、必要性，满足了人们的需要，适应了市场的需求。

有着情感属性产品的潮流玩具产品的缺失，使得人们无法利用此类玩具将情感直观表达出来，因而我们可以通过呆呆猫潮流玩具形象设计情感产品来达到人们遇到消极情绪却无法在职场等场景中提出，借助呆呆猫潮流玩具礼貌性的表达出自己的消极情绪的氛围，在他人通过对此类潮流玩具所需表达的含义深入了解、完全领会到这些信息后，就会采用更加友好的方式来完成职场等场景中于无声处的工作交流，默契的进行情感互动。而当没有这类潮流玩具产品作为纽带的情感表达，消极情绪可能会因此在工作沟通中影响到其他人，从而影响工作衔接、配合，影响工作效率。

成人的思想是复杂的、情感需求是多变的，文化层次不同，思想觉悟高度就不一样，情感的内涵既可以外放，又可以内敛；从宏观上看情感的互动表达体现在外部表情，是一目了然的，但在本质上情感

[26f%3DPNG%3Fw%3D640%26h%3D256%26s%3D2D3453947940B313E7801427030090E3&fromurl=ippr_z2C%24qAzdH3FAzdH3Fkwt3twiw5_z%26e3Bkwt17_z%26e3Bv54AzdH3Ff%3Ft1%3D809n90d0bmcmalana9l%26ou6%3Dfrt1j6%26u56%3Drv&gsm=1e&rpstart=0&rpnum=0&islist=&querylist=&nojc=undefined&dyTabStr=MCwzLDEsMiwsNyw2LDUsMTIsOQ%3D%3D&lid=10325253286303590065](https://img01.360doc.com/down/2022/09/26/26f%3DPNG%3Fw%3D640%26h%3D256%26s%3D2D3453947940B313E7801427030090E3&fromurl=ippr_z2C%24qAzdH3FAzdH3Fkwt3twiw5_z%26e3Bkwt17_z%26e3Bv54AzdH3Ff%3Ft1%3D809n90d0bmcmalana9l%26ou6%3Dfrt1j6%26u56%3Drv&gsm=1e&rpstart=0&rpnum=0&islist=&querylist=&nojc=undefined&dyTabStr=MCwzLDEsMiwsNyw2LDUsMTIsOQ%3D%3D&lid=10325253286303590065)

②图 2: 木鱼和猫咪形象结合, 自绘

③图 3: 呆呆猫最终形象, 自绘

参考文献

- [1] 侯涵文, 刘珂艳. 探讨不同艺术形式下的潮流玩具[J]. 美术教育研究, 2022(19): 90-92.
- [2] 徐雪霏. “潮玩” IP 迅速崛起助推“潮流”新文化[N]. 天津日报, 2022-01-18(010).
- [3] 刘琳琳. 成人玩具中情感表达要素与用户认同心理关系研究[J]. 包装工程, 2016, 37(18): 109-113.
- [4] 侯宇宁. 玩偶型文创衍生品设计的情感叙事特征[J]. 丝网印刷, 2023(4): 6-9.