

# “呆呆” IP形象设计研究

俞寒冰, 黄末昉, 白英伯

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8月6日; 发布日期: 2024年8月14日

## 摘要

中国潮玩行业所占全球比例正日益增长, 这不仅是基于消费群体的增加, 更是对文化自信的助长, 同时也是消费形式变化的体现。随着时代的发展, 像这样的悦己式、个性化的消费形式, 正推动着文化创意产业的崛起, 这不仅是一个消费者自己喜欢的IP形象玩偶, 真正的意义则在于共情和陪伴。本IP形象设计以一只猫为形象主体, 以打工文化为故事框架, 以迷离和涣散的眼神作为形象的表现特色, 形成呆呆猫IP形象的全部。

## 关键词

IP形象, 心情猫, 打工人

# Study on “Dum-Dum” IP Image Design

Hanbing Yu, Moyang Huang, Yingbo Bai

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

Received: Apr. 23<sup>rd</sup>, 2024; accepted: Aug. 6<sup>th</sup>, 2024; published: Aug. 14<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

The global proportion of China's hip toy industry is growing, which is not only based on the increase of consumer groups, but also fuelling cultural self-confidence, as well as a reflection of the changing forms of consumption. With the development of the times, like this pleasing, personalised form of consumption, this form of consumption is driving the rise of cultural and creative industries, which is not only a consumer's own favorite IP image doll, the real meaning lies in empathy and companionship. This IP image design takes a cat as the main body of the image, takes the working culture as the story framework, and uses the confused and lax eyes as the expressive characteristics of the image, forming the whole of the dum-dum Cat IP image.

## Keywords

IP Image, Moody Cat, Hitman

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

IP 形象是设计师或艺术家的创意设计和艺术概念。这些形象可能是从抽象概念、传统艺术、流行文化或当代艺术中获得灵感，并经过设计师的创作和加工，最终成为品牌或产品的代表形象。在设计 IP 形象时，通常需要进行市场调研，了解目标受众的偏好和需求。基于调研结果，设计师会创造出能够吸引受众、符合市场趋势并代表品牌形象的 IP 形象[1]。IP 形象也可能受到文化背景和价值观的影响，它们可能反映了特定文化、民族或社会群体的价值观念，并在这些价值观念的基础上塑造了自己的形象。

## 2. “呆呆” IP 形象概念设计

### 2.1. 定位

呆呆是一只猫，代表的是所有打工人的形象，表达着打工人的心情，映射出打工人生活中的一幕一幕。

打工人的心情状态因人而异，每个人的经历、工作环境和个人情况都不同，但他们之间的共性不难发现。时常伴随着打工人的压力和焦虑，是打工人面临的大量工作压力和期望的积累，工作表现、职业前景、如何平衡工作和生活都是打工人所担心的。长时间的工作，特别是在高压的工作和环境下，伴随而来的身心疲惫也时刻影响着打工人的心理健康和整体幸福感，在这样缺乏安全感的环境中，面临着被技能和知识的淘汰以及新的压力和挑战，更糟糕的是花费了太多的时间在工作生活中，使得在人际关系中感到孤立和疏远。尽管打工人可能会面临很多压力和挑战，但他们仍然会对自己的未来充满希望，仍然期待有更好的工作机会，期待能够提高自己的生活质量，在工作中寻找满足感和成就感，实现自我价值。

实际上，正视自己的情绪往往会削弱情绪的起伏。例如正念冥想，它可以终止疼痛相关的大脑活动区域和自我感知区域之间的联系，这是来自加州大学圣地亚哥分校的研究团队开展的一项冥想对疼痛感知的影响研究结果。再例如日本作者渡边淳一于 2013 年 10 月发表的文学书籍《钝感力》，讲述了现代人不要对日常生活太过敏感，拥有“钝感力”是非常必要的。钝感力指的是迟钝的能力，如同“呆呆”这只猫的 IP 形象，保持一个呆呆的外表，专注于自己的内心世界，感受着每天不一样的心情，不论好坏，会从容地面对生活中的挫折和伤痛，会正视旁人引起自己内心的羡慕和嫉妒，也会大方地接受表扬和成功。打工人作为自己生活中的主角，不如去品味生活中的平凡，也从平凡中寻找不一样的品味。

### 2.2. 设计思路

呆呆是一只心情猫。心情是生活的一部分，不会凭空消失，只会转移，因此，不同的人对于情绪就会有不同的表达方式。现如今，木鱼逐渐成为现代人们的解压玩具，它从寺庙走到人们的办公桌上，并不是无迹可寻。木鱼原本是佛教徒用于“警众”与“自警”的修行工具，“鱼昼夜未尝合目，亦欲修行者昼夜忘寐，以至于道”，是他们之所以敲木鱼的宗教内涵。然而木鱼逐渐成为现代打工人的解压玩具，正是因为打工人也需要情绪上的“自警”与“修行”，这种修行同样是通过敲木鱼的形式外化，以达到心灵上的抚慰。同样的，现代人还会通过养宠物的方式抚慰心灵。养猫逐渐成为现代人的日常，打工人下班回到家第一眼看到自己的宠物正在门口期待自己回家的第一个抚摸，不仅是宠物最快乐的事情，也

是打工人最快乐的事情。因此，本 IP 形象设计将宠物猫与木鱼的概念结合，一是基于木鱼和宠物猫的功能近似，都有抚慰心灵的作用，成为人们的精神寄托；二是敲木鱼的“鱼昼夜未尝合目，亦欲修行者昼夜忘寐，以至于道”的内涵与打工人熬夜加班的形式相契合[2]。

呆呆还是一只有钝感力的心情猫。将这种钝感力外化到形象上，使外观保持一种迟钝的“呆”的形式，这与内心的平和并不冲突，反而是对内心世界的保护。将“呆”这个字形与心情猫的外形相联系，设计出名字、外形与性格三位一体的“呆呆”IP 形象。

### 3. “呆呆” IP 形象外观设计

#### 3.1. 呆呆外观

呆呆的整体颜色近似原木色，头部为横向的椭圆形状。呆呆形象外观主要是基于普通猫的形象上添加了一些有辨识度的符号，以契合打工人身份的形象。如图 1：



Figure 1. Overall image  
图 1. 整体形象

在造型细节上，黑眼圈是使呆呆的外观最有辨识度的符号。打工人熬夜加班是常有的事情，黑眼圈则是熬夜加班的产物，同时，“鱼昼夜未尝合目，亦欲修行者昼夜忘寐，以至于道”的文化内涵，使得黑眼圈成为了呆呆 IP 形象的重要元素之一，再加上呆呆的大眼睛和迷你的黑眼珠，呈现出眼神的迷茫与涣散。打工人有时也会因为工作压力，将眼神放空，暂时将所有的事情抛之脑后，达到“一心无挂，四大皆空”的状态。具体颜色说明如图 2：

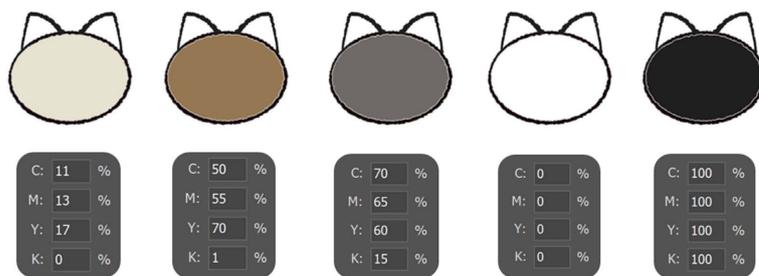


Figure 2. Color matching  
图 2. 配色

呆呆外眼角下方的小黄点，起到渲染打工人氛围的作用。“仰天长啸迷朦月，何日天涯返小村？”打工人辛勤工作经常弄的自己一身尘土气息，也只能自己轻轻拍去，小黄点则代表的是没有被完全拍掉

的尘土，如同吃完饭的小孩儿嘴边总是会沾上几粒米，狼狈又可爱。呆呆 IP 形象作为打工人的代表，其面部的小黄点也是重要元素之一，同时也增加了面部设计的丰富度和识别度，成为呆呆外观具有代表性的设计。

木鱼棒通常是由柱状的木杆和球状的端部组成，将木鱼棒的形象应用在呆呆的尾巴上，一是体现出呆呆形象的来源之一，可以将呆呆的形象与木鱼的形象相呼应，二是因为尾巴是猫咪表达心情的重要部位，因此，尾巴的设计也是呆呆 IP 形象的要点之一。此外，本 IP 形象设计的主题为“心情猫”，需要通过尾巴的状态来体现呆呆的心情状态，例如当尾巴翘起时表示开心，当尾巴蜷缩时则表示不开心或害怕，用呆呆的心情来作为打工人的心情的外化表达。生活中不是所有人都擅长表达自己的心情，或者是有的人并不愿意直接表达自己的心情，从而会产生误会，尤其是在工作中，可能会因为一件小事冒犯到他人却不自知。处在复杂的环境中拥有多变的心情，但并不能将自己的想法即时向他人转达时，可以通过呆呆的状态向他人委婉的表达，例如：我很开心，想和你分享；我不开心，想一个人待着。此时的状态就需要通过呆呆的尾巴进行分辨。

在平面的 IP 形象展示中，勾勒各部位轮廓的线条均为边缘带有颗粒感的黑色线条。大多数 IP 形象的轮廓线设计都是平滑的线条，而呆呆 IP 形象的轮廓线设计则是带有颗粒感的黑色线条，这是对呆呆 IP 形象在平面展示中的重要辅助。如图 3：



Figure 3. Line  
图 3. 线条

### 3.2. 衍生形象外观

#### 1) 小呆呆

小呆呆整体颜色与呆呆颜色一致，木鱼的开口处设计为小呆呆的眼睛，与呆呆拥有相同眼睛外观，但是小呆呆的双眼通过黑色的粗线条相连接，使得其形状与日常生活中的木鱼开口处相关联。敲木鱼的木棍则幻化成小呆呆的尾巴，尾巴主干与身体同色，末端为白色，也同呆呆的尾巴一致。眼睛、尾巴和颜色是小呆呆与呆呆之间联系。所有线条均与呆呆用线保持一致。如图 4：

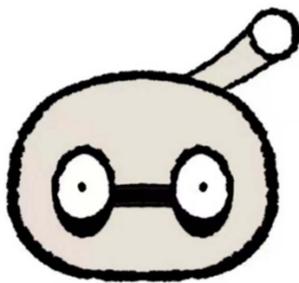


Figure 4. In dum-dum's childhood  
图 4. 小呆呆

## 2) “呆”字体

将“呆”字与呆呆的外观相联系。“呆”字的上半部分为“口”字，将方形的“口”字转化为椭圆形，与呆呆的脑袋形状相同，中空部分填充黑白两色，形似呆呆的眼睛。“呆”字的下半部分为“木”字，将“木”转化为呆呆的四肢，但是仍然保留原本字体的形态。所有线条均与呆呆用线保持一致。如图 5:

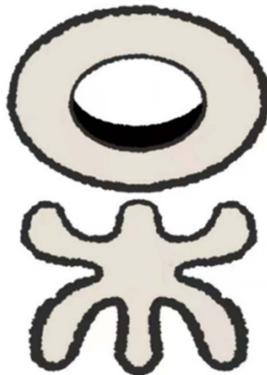


Figure 5. Font design  
图 5. 字体设计——“呆”

### 3.3. 设计要点与特色

本案例的特色就是将打工人的心理状态外化到呆呆猫 IP 形象中。虽然打工人的心理状态因个体差异和环境影响而有所不同，但压力和焦虑，疲劳和厌倦，不满和挫折，社交孤立，缺乏成就感等是一些常见的可以被观察到的心理状态。在呆呆猫 IP 形象中则体现为黑眼圈、尘土气、略显呆滞的表情和经常敲打自己的木鱼棒尾巴。这种形象的外化并不是为了体现打工人的辛苦，而是将这种外化形式作为可替换的情感框架，将内心世界的能量信息浮于形象表面，形成与观者之间直观的情感交互，这是呆呆猫 IP 形象的生命力之表现。

## 4. “呆呆” IP 形象衍生品设计

### 4.1. 呈现效果

作为打工人形象的“代言人”，呆呆猫 IP 形象的呈现主要是以打工人的日常为主，包括生活日常和心情日常。例如工作通勤时的呈现效果，如图 6 和图 7:

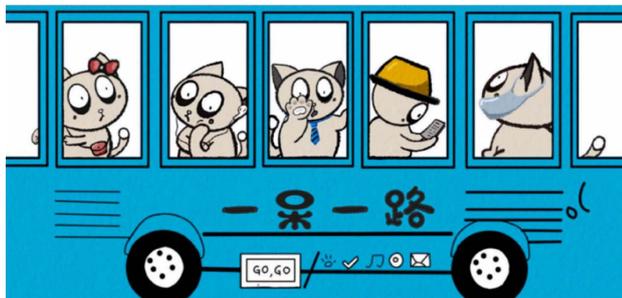


Figure 6. Commuting Scenario 1  
图 6. 通勤场景 1



Figure 7. Commuting Scenario 2  
图 7. 通勤场景 2

以及可以体现工作心情的表情包呈现效果，如图 8~15：



Figure 8. Leaving  
图 8. 溜了



Figure 9. Yelling  
图 9. 大叫



Figure 10. Shoot you  
图 10. 击毙你



Figure 11. Not possible  
图 11. 不允许



Figure 12. Good idea  
图 12. 好主意



Figure13. At a loss  
图 13. 一脸茫然



Figure 14. Fall asleep  
图 14. 睡大觉

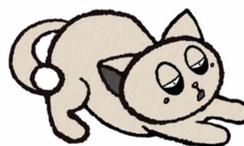


Figure 15. Sleepy  
图 15. 我好困

## 4.2. 发展计划

打工人是整个社会重要的组成部分，他们以服务人员的身份填充着整个世界，不论是服务团体，还是服务他人，可能区域不同，职业各异，但他们无处不在，不可或缺，仿佛是整个世界的 NPC，没有他们，世界无法运行[3]。打工人最大的心理慰藉在于自我肯定、经济稳定、社交支持、职业发展和自我实现等方面，这些因素可以帮助他们更好的适应和应对工作中的各种挑战和压力，并获取更多的满足感和

成就感，但这是一个长远的战略部署。

“呆呆”不仅是代表打工人的 IP 形象，也是数字世界中的一个数字人 IP 形象。作为代表着打工人形象的数字人，在未来发展计划中，呆呆猫通过虚拟形象，声音和文字出现在娱乐和创作领域，创建虚拟世界和虚拟现实体验，让用户沉浸其中。用一个虚拟打工人的形象出现在所有的打工人的身边，之所以让“打工人”陪伴打工人，因为“打工人”最懂打工人，“打工人”服务打工人。

## 5. 结语

潮流玩具的热潮已经掀起了一波又一波，它有着街头文化、流行艺术的文化背景；有着追求个性化和独特性心理的市场需求；有着工艺更先进、材料更科学的技术进步；也拥有着商业价值和文化象征的社会影响。像这样的悦己式、个性化的消费形式的消费群体正推动着文化创意产业的崛起，人们消费的不仅是一个自己喜欢的 IP 形象玩偶，真正的意义则在于共情和陪伴。在未来，数字化和虚拟现实技术的融合，可能会导致潮流玩具数字化版本出现，也可能出现更加环保的材料和生产方法制造出的潮流玩具；同时，全球文化交流加深，也可能会将潮流玩具的风格和主题推向多元化的发展道路。

## 基金项目

- 1) 北京市重点教改创新项目——“全媒体”视域下的数字动画创新人才培养模式的实践与探索；项目编号：22150124001。
- 2) 美术与书法专业硕士学位点培育建设(新媒体)；项目编号：21090124020。
- 3) 北京印刷学院学校基础研究一般项目：网络强国新时代动画创作及动画人才个人 IP 开发研究；项目编号：20190123074。
- 4) 艺术学学科建；设项目编号：21090124016。

## 注 释

图 1~15 自绘。

## 参考文献

- [1] 李宛阳. 商业潮流 IP 形象的装饰性研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京林业大学, 2022.
- [2] 俞梦洁. “治愈系”理念下艺术玩具品牌 IP 形象设计及应用研究[D]: [硕士学位论文]. 青岛: 青岛科技大学, 2022.
- [3] 应文. 中国元素在现代 IP 形象中的应用研究[J]. 美与时代(上), 2022(7): 35-37.