

动漫衍生品的模型设计原则

Model Design Principles of Animation Derivatives

沈艺婷

Yiting Shen

南京传媒学院 中国·江苏南京 211100

Communication University of China, Nanjing, Nanjing, Jiangsu, 211100, China

摘要: 动漫衍生品的模型是指设计师遵循相关的设计原则,按照动漫电影或绘本中的原型形象而设计、制作出来的玩偶,供消费者欣赏、把玩及收藏的产品。产品能否获得消费者的共情而大卖,很大程度上取决于设计师是否恪守了动漫衍生品的模型设计原则。动漫衍生品的模型设计有其自身的特点,设计师在构想方案及实施过程中,需要遵守模型设计的原则。

Abstract: The model of animation derivatives refers to the dolls designed and produced by the designer following the relevant design principles, according to the prototype image in animation films or picture books, for consumers to enjoy, play and collect products. Whether the product can gain empathy from consumers and sell greatly depends largely on whether the designer abides by the model design principle of animation derivatives. The model design of animation derivatives has its own characteristics, designers need to abide by the principles of model design in the process of conception and implementation.

关键词: 动漫; 衍生品; 模型设计

Keywords: animation; derivatives; model design

DOI: 10.12346/sde.v3i9.4324

1 引言

动漫衍生品的模型设计过程,需要设计师充分地运用知识、文化、经验、灵感、创新力、想象力等综合性能力,选择合理的技术系统,构想出能达成整个设计的方案并实施。在这个过程中,动漫衍生产品的模型设计原则就显得非常重要了:一是可以在方案初期就在原则的指导下进行更加有效的设计过程,事半功倍;二是可以在方案出台后用来评估整个设计方案是否合于原则,衡量优劣;三是有助于与消费者的沟通获得共情,畅销市场。因此,动漫衍生品的模型设计须遵循以下原则。

2 经济性—市场化原则

设计是一种艺术化的社会行为,原因在于设计是为人——使用者服务的。马克思说:“人的本质不是单个人所固有的抽象物,在其现实性上,它是一切社会关系的总和。”设计必然与社会发生联系,并受各种市场需求的影响。同时,

现代设计是在市场经济的大环境中进行的,因而它还必须处理各种复杂的经济关系,在商业竞争中获得市场份额以赚取利润。

动漫衍生品产业从最初的自产自销式的个体商业模式,到如今的完全市场化运营,内容制作与品牌授权分离,市场营销的各环节由品牌授权商、授权代理商、被授权商三方协同运作而形成完整的产业链。分开管理、统筹规划已成为新时期动漫衍生品领域的突出特点。如今,动漫衍生品产业已经进化成为一种文化产业。中国《“十二五”时期国家动漫产业发展规划》中明确指出,要促进与动漫相关的玩具、书籍、文具、食品和电子游戏等衍生产品的生产和经营,延伸动漫产业链,扩大动漫产业的盈利空间和市场规模。这是国家层面对动漫衍生品产业“经济性—市场化”的表述。

动漫形象虽然是虚拟的,但是它们往往都被赋予个性,满足了消费者的心理需求。消费者希望拥有自己所喜爱的二维动漫形象转变为可触摸的三维造型的实物。因此,模型设

【作者简介】沈艺婷(1990-),女,回族,中国江苏南京人,硕士,教师,从事设计艺术研究。

设计师要考虑到经济核算问题：原材料费用、制作费用、运输、贮藏、展示、推销以及税费等成本费用。在一般情况下，力求以最小的成本获得最实用、优质、美观的设计。坚持大众化、平民化的设计方向与思想，才可能设计出被社会各阶层所接受的物美价廉的模型产品。符合经济性的要求能更好地拓展市场空间，如广受欢迎的 Hello Kitty，甚至在新冠疫情防控期间推出了有 Hello Kitty 形象的口罩。这是模型设计的“经济性—市场化原则”的依据。

坚持“经济性—市场化”这个原则是“注意到生产者的利益”与“注意到消费者的利益”这一对的相互关系。只注意后者，一味地价廉，而牺牲生产者应有的利润与积极性，这肯定不是一种健康的经济行为。只有注意到生产者的利益，才有生产者的积极性，才有可能把动漫衍生产品模型设计的成果推向全社会。产品设计的一个重要任务就是如何恰当地把握双方的利益。设计的人性化就是要保证作为生产者的“人”与消费者的“人”都感受到产品设计的人性价值：在尽可能地照顾到设计者与消费者共同利益的前提下，尽可能设计物美价廉的产品，使消费者享受到这一设计成果：虚拟动漫形象因为经济与市场的进步可以带入到现实生活中来。

3 目的性—功能性原则

“设计产品时，首先必须考虑的是，产品是为了满足什么目的。”而格罗皮乌斯指出：“如果想要在同类产品中脱颖而出，是由它的功能性决定的。”所以，动漫衍生品的模型设计过程中，“目的性—功能性”原则是不可或缺的。动漫衍生品的模型这一产品，其目的也是为了满足消费者的心理需求，在设计师与消费者之间，通过模型的功能性实现这一目的，进而达成商业价值的目的。

苏格拉底有句名言：“任何一件东西如果它能很好地实现它在功用方面的目的，它就同时是善的又是美的。”美即艺术、善即精神、实现功用这三点，哲学家的苏格拉底与设计师的格罗皮乌斯竟然有着如此惊人的几乎完全相同的表述。由此可见，目的性与功能性原则在设计中是合为一体的。

坚持动漫衍生产品模型设计的“目的性—功能性”原则，就是指要考虑模型设计的消费群体需求和期望达到的效用。一件设计符合和满足预定的目的，实现其规定的功用，才是优秀的设计。此外，一件产品的目的与功能可能是多重或多层次的，在考虑主要功能时，也要兼顾次要功能或者“辅助功能”，乃至设计成品的搬运、堆放、折叠等状态有时也应考虑。除了物质层面的功能外，尚有精神方面的功能。物质需要是人类生存的基础，但是它在人的行为中并不总是占着支配地位。一件设计的主要目的与功能可能是实用的物质功能，也可能是非实用的精神功能，最终，是以一种符合“目的性—功能性”原则，以独特的、美的形式展现给消费者。

4 原创性—创新性原则

2017年1月出台的中国《版权工作“十三五”规划》明确阐明：只有尊重原创，保护原创，激发原创活力，释放原创动力，进一步提高原创版权的创造、运用、保护、管理和服务水平，深化对原创版权价值的认识和重视，版权创新力才能迸发。这充分表达了对“原创性—创新性”原则的重视程度。

日本政府与民间组织对版权的保护很早就开始了，1964年成立的“日本动漫工作者协会”，协会中就有一个“版权部”，负责与版权相关的调查、咨询等服务。中国版权保护起步较晚，但近年来随着重视程度的提高，各种法规的推出，加强版权保护的力度大幅提升，使得中国在文化、艺术领域创新力得以大幅提高。

哆啦A梦、铁臂阿童木、樱桃小丸子等原创动漫形象受到了各个年龄段、不同层次的受众喜爱，对日本文化的传播以及经济的发展带来巨大影响。当具有公众吸引力的成功的动漫二次元形象被用于衍生产品开发及再设计时，这种众所周知的形象由于具有高辨识度往往能够刺激公众的消费欲望。正是因为动漫衍生品能够推动动漫市场经济和文化产业的发展，目前中国很多省市都很重视动漫产业，将动漫产业作为新兴产业大力扶持，北京、广州、上海、大连、苏州等地相继建立了动漫产业基地。国家对动漫产业的重视程度的提升与大力扶持，促进了动漫衍生品市场的快速发展，如中国《喜洋洋与灰太狼》《熊出没》《大鱼海棠》等原创动画作品，已在市场占有一定的份额。随着《捉妖记》《大圣归来》这两部动漫电影在国际市场上获得了很高的评价和赞誉，胡巴、大圣等形象的动漫衍生品也开始在市场中获得消费者的喜爱。

坚持动漫衍生品模型设计的“原创性—创新性”原则，一方面能提高整个动漫行业的参与者的热情，设计师、生产商、商人以及消费者都将受益于版权保护；另一方面势必能激发版权创作者的创新力的迸发，促进动漫行业的繁荣发展。优秀的动漫模型产品能够触动人的内心情感，使人获得情感上的满足；优质的动漫模型以其可看可触、可收藏等特性，完成了从虚拟动漫到实物化满足消费者精神层面需求的中间体的作用。而没有授权的仿制、劣质品，则不仅侵害了版权拥有者的利益，也会极大地伤害其固定的消费群体的利益。

5 情感性——艺术性原则

人的情感是丰富多样的，艺术作为重要的情感传达方式在工业革命之后，被大量运用于设计领域，甚至可以说，正是由于“情感性—艺术性”的结合，诞生了现代设计艺术。现代设计的先驱威廉·莫里斯对1851年英国万国博览会上展出的工业品过于粗糙、冰冷而深恶痛绝，从而主导了英国工艺美术运动。莫里斯竭力主张艺术家从事设计，他提出了“美

与技术结合”，强调实用性和美观性的结合，设计才是诚实的、有情感的设计。艺术性是人们反映社会生活并表达情感所呈现的美的形式及其程度，艺术的多样性使得各门艺术的艺术性是不相同的。体现在动漫衍生产品模型设计上，主要包括：动漫衍生产品形象的鲜明性和生动性；动漫衍生产品的严谨性和完整性；动漫衍生产品艺术语言的准确性和多样性；动漫衍生产品艺术表现的民族性和创新性等。

东京奥组委的一个策划让模型迷们激动不已：把机动战士高达的模型送到国际空间站，用电子显示屏向地面发送高达支持奥运的讯息。这个策划是利用了高达迷们的情感来引爆对东京奥运会的关注。这样的策划，是对模型作品的情感性的另类利用，证明了模型设计情感性的重要性。

坚持动漫衍生产品模型设计的“情感性—艺术性”原则是衡量动漫衍生产品模型设计的作品艺术价值高低的标准，决定了模型设计的最终成败。这里的艺术价值不仅指动漫衍生产品的模型在艺术处理、艺术表现方面所达到的完美程度，还包括模型作品是否与消费者在情感上达成一致，做出

消费的行为。

6 结语

论文从模型设计的实践出发，关注动漫衍生品行业的新规划、动漫衍生品中模型产业销售和推广的新方式及消费者的消费心理等，并在实例中提炼理论认识。动漫衍生产品模型的设计应当是生产与销售互利，符合动漫衍生产品产业市场运行规律，兼顾实用、精神与美的形式，并且在尊重并保护原创版权的基础上坚持动漫衍生产品模型设计的原则，最终将美与技术结合，才能创作出富有生命力的作品。

参考文献

- [1] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局.马克思恩格斯选集[M].3卷.北京:人民出版社,1972.
- [2] [日]大智浩,佐口七郎.设计概论[M].杭州:浙江人民美术出版社,1995.
- [3] 王文章.“十二五”时期国家动漫产业发展规划[Z].2012.

(上接第27页)

木蕪良都没能给他一个好的归宿，这也无疑是她悲观意识的来源。但也正是她曲折的人生经历和不同凡响的情感历程，使她有了直面现实与人生的巨大动力，然而在她内心深处总有着无法掩饰、无法遮盖的无家可归的孤独感，以及对命运的无奈和悲凉之感，乃至萧红曾这样说：“我总是一个人走路，以前在东北，到了上海后去日本，现在到重庆，都是我自己一个人走路。我好像命里要一个人走路似的。”

4.2 封建势力的压迫和社会现实的影响

在封建势力的压迫下，女性总是摆脱不了封建礼教的束缚。萧红小说中的人物是如此，萧红本人也是如此。

她儿时受到重男轻女思想教育的影响，不被家人所重视，在呼兰小城度过了自己孤独、寂寞的童年。她看到封建地主阶级对农民的残酷剥削，从而对于中国封建地主阶级更加憎恶。这也使得追求独立自主和个性解放的萧红，阶级意识更为明确，最终走向了与封建地主家庭彻底决裂的道路。离家后的萧红，对腐朽的社会有了更加深入的了解，觉得这个社会本身就是残酷黑暗的，更何况是生活在这其中的普通百姓。同时，萧红经历了五四运动前后两个时期，革命的浪潮

冲击着她，这使她萌生出了强烈的觉醒意识，渴望着男女平等和思想教育解放，尤其作为女人应该有追求属于自己幸福和自由的权利。由此便也有了《生死场》中如王婆那般具有强烈抗争精神的女性人物形象。

5 结语

萧红用自己的笔，触摸与记录着女性群体的生存状态。她笔下的那些具有震撼力、具有萧红深刻的理性思索的女性形象与萧红那坎坷曲折的人生经历是不可分割的。因此，在她的作品中，我们不仅能够领略到与我们相隔数年的社会文学历史，更能品味到彼时女性的人生百味，使得我们对于人生产生新的认识与理解。

参考文献

- [1] 萧红.生死场[M].天津:天津出版社,2001.
- [2] 王远.论萧红《生死场》中民族意识的觉醒与挣扎[J].天津职业院校联合学报,2015,17(11):21-24+93.
- [3] 萧红.呼兰河传[M].北京:人民文学出版社,2001.
- [4] 王晓东.被侮辱与被损害的第二性——浅谈萧红笔下的女性形象发展[J].上海鲁迅研究,2011(2):146-155.