

数字化时代下传统玩具设计的创新与转型研究

张越 戴民峰

(中国计量大学现代科技学院, 浙江 金华 322002)

摘要: 随着数字化时代的到来, 人们的生活方式和娱乐方式发生了巨大的变化, 传统玩具行业也面临着前所未有的挑战和机遇。文章旨在探讨数字化时代下传统玩具设计的创新与转型, 通过分析数字化时代对传统玩具行业的影响, 以及传统玩具在数字化背景下的创新设计策略, 为传统玩具行业的转型升级提供有益的参考。

关键词: 数字化时代; 传统玩具设计; 玩具行业转型

数字化时代以其独特的魅力和无限的可能性, 正在深刻地改变着人们的生活方式、思维方式以及娱乐方式。在这个时代背景下, 传统玩具行业也面临着前所未有的挑战和机遇。一方面, 数字化产品以其丰富的功能、多样的形式以及便捷的获取方式, 正在逐步侵蚀传统玩具的市场份额; 另一方面, 数字化技术也为传统玩具的设计、制造和推广提供了新的可能性和平台。因此, 如何在数字化时代下实现传统玩具设计的创新与转型, 成了当前玩具行业亟待解决的问题。

一、数字化时代对传统玩具行业的影响

(一) 消费者需求的变化

1. 娱乐方式的多样化。在数字化时代, 消费者的娱乐方式变得更加多样化。除了传统的玩具和游戏, 消费者还可以通过手机、电脑等数字设备, 接触到更加丰富的娱乐内容, 如网络游戏、短视频、直播等。

2. 个性化需求的提升。随着生活水平的提高和消费观念的转变, 消费者对玩具的个性化需求也在不断提升。他们不再满足于传统的、单一的玩具产品, 而是希望玩具能够具有更多的创意、更多的互动性和更多的个性化元素。这种个性化需求的提升, 对传统玩具的设计和生产提出了更高的要求。

3. 教育功能的重视。在数字化时代, 消费者对玩具的教育功能也给予了更多的关注。他们希望玩具不仅能够提供娱乐和消遣, 还能够通过游戏和互动, 帮助孩子提升智力、培养创造力、增强团队协作能力等。这种教育功能的重视, 使得传统玩具在设计 and 生产上需要更加注重教育性和趣味性的结合。

(二) 市场竞争的加剧

1. 数字化产品的冲击。数字化产品的快速发展和普及, 对传统玩具市场造成了巨大的冲击。数字化产品以其丰富的功能、多样的形式以及便捷的获取方式, 吸引了大量消费者的关注和喜爱。这使得传统玩具在市场竞争中面临着巨大的压力和挑战。

2. 跨界竞争的加剧。在数字化时代, 跨界竞争成了一种新的趋势。许多原本不属于玩具行业的企业, 如互联网企业、科技公司等, 也开始涉足玩具市场。他们利用自身的技术优势和品牌影响力, 推出了许多具有创新性和竞争力的玩具产品。这种跨界竞争的加剧, 使得传统玩具行业在市场竞争中面临着更加严峻的挑战。

3. 品牌忠诚度的下降。在数字化时代, 消费者的品牌忠诚度普遍下降。他们更加关注产品的性价比、创新性和个性化等方面, 而不再仅仅依赖于品牌的影响力。这使得传统玩具品牌在市场上需要更加注重产品的创新和差异化, 以吸引消费者的关注和喜爱。

(三) 设计与生产方式的变革

1. 设计理念的转变。在数字化时代, 传统玩具的设计理念也在发生转变。设计师们开始更加注重产品的创新性和互动性, 通过引入数字化技术、智能元素等, 提升产品的趣味性和吸引力。

同时, 他们也更加注重产品的教育性和个性化元素的融入, 以满足消费者的多样化需求。

2. 生产方式的智能化。随着智能制造技术的发展和应用, 传统玩具的生产方式也在发生变革。智能化生产线、自动化设备等的引入, 使得传统玩具的生产效率和质量得到了大幅提升。

3. 供应链的数字化管理。在数字化时代, 供应链的数字化管理也成了传统玩具行业的重要趋势。通过引入数字化技术, 企业可以实现对供应链的实时监控和管理, 提高供应链的透明度和效率。这有助于企业更好地掌握市场动态和消费者需求, 从而做出更加精准的生产和销售决策。

二、传统玩具在数字化背景下的创新设计策略

(一) 融合数字化技术, 提升玩具互动性

1. 引入智能元素, 增强玩具互动性。在数字化背景下, 传统玩具可以通过引入智能元素来增强互动性。例如, 可以在玩具中嵌入传感器、控制器等智能设备, 实现玩具与用户的互动和反馈。这种互动性的提升, 不仅可以增加玩具的趣味性和吸引力, 还可以帮助用户更好地理解和使用玩具。

2. 利用AR/VR技术, 打造沉浸式体验。AR(增强现实)和VR(虚拟现实)技术是数字化时代的重要技术之一。通过利用这些技术, 传统玩具可以打造出更加沉浸式的体验。例如, 可以通过AR技术将玩具与虚拟世界相结合, 让用户能够在现实世界中与虚拟角色进行互动; 或者通过VR技术为用户提供一个虚拟的游戏场景, 让用户能够身临其境地体验游戏的乐趣。

3. 结合物联网技术, 实现远程互动。物联网技术的发展也为传统玩具的创新设计提供了新的可能。通过利用物联网技术, 可以实现玩具之间的远程互动和连接。例如, 可以通过物联网技术将多个玩具连接在一起, 形成一个互动的网络系统。

(二) 注重教育功能与趣味性结合

1. 开发益智玩具, 培养多方面能力。传统玩具在注重趣味性的同时, 也应该注重教育功能的融入。通过开发益智玩具, 可以帮助孩子在玩耍的过程中培养多方面的能力, 如逻辑思维能力、创造力、解决问题的能力等。这些能力的提升不仅有助于孩子的成长和发展, 还能够增强玩具的附加价值和竞争力。

2. 结合STEAM教育理念, 提升教育价值。STEAM教育是一种融合科学(Science)、技术(Technology)、工程(Engineering)、艺术(Art)和数学(Mathematics)等多学科知识的教育理念。通过将STEAM教育理念融入传统玩具的设计中, 可以提升玩具的教育价值, 让孩子在玩耍的过程中学习到更多的知识和技能。

3. 利用故事情节, 激发孩子学习兴趣。故事情节是吸引孩子注意力的重要手段之一。通过在传统玩具中融入有趣的故事情节, 可以激发孩子的学习兴趣, 让他们更加主动地参与到玩具的互动和游戏中来。这种故事情节的融入也有助于培养孩子的想象力和

创造力。

(三) 强调个性化与定制化服务

1. 提供个性化选择, 满足多样化需求。在数字化背景下, 消费者对于个性化产品的需求越来越高。传统玩具行业也应该注重提供个性化的选择, 以满足消费者的多样化需求。例如, 可以通过提供不同的颜色、形状、尺寸等选项, 让消费者能够根据自己的喜好和需求来选择玩具。

2. 推出定制化服务, 提升用户体验。定制化服务是提升用户体验的重要手段之一。传统玩具行业可以通过推出定制化服务, 让消费者能够根据自己的需求和想法来定制玩具。这种定制化服务的推出不仅有助于提升用户体验, 还能够增强玩具的附加价值和竞争力。

3. 利用大数据分析, 精准定位用户需求。在数字化背景下, 大数据分析已经成为了企业了解市场和用户需求的重要手段之一。传统玩具行业可以利用大数据分析技术, 对消费者的行为和偏好进行深入研究和分析, 从而精准定位用户的需求和喜好。这种精准定位不仅有助于企业更好地满足消费者的需求, 还能够提升企业的市场竞争力和品牌影响力。

(四) 推动跨界合作与品牌联动

1. 与科技公司合作, 引入先进技术。传统玩具行业可以与科技公司进行合作, 引入先进的技术和设备来提升玩具的品质和互动性。例如, 可以与智能硬件公司合作开发具有智能功能的玩具; 或者与游戏公司合作开发具有游戏元素的玩具等。这种跨界合作有助于传统玩具行业在数字化背景下实现创新和转型。

2. 与教育机构合作, 提升教育价值。教育机构是传统玩具行业的重要合作伙伴之一。通过与教育机构合作, 可以将玩具与教育相结合, 提升玩具的教育价值。例如, 可以与幼儿园、小学等教育机构合作开发具有教育功能的玩具; 或者与在线教育平台合作开发具有在线学习功能的玩具等。这种合作有助于扩大传统玩具行业的市场份额和提升品牌影响力。

3. 与知名品牌联动, 增强品牌影响力。知名品牌是传统玩具行业的重要资源之一。通过与知名品牌进行联动和合作, 可以借助品牌的影响力和知名度来提升传统玩具的附加价值和竞争力。例如, 可以与知名动漫、电影等品牌合作推出联名款玩具; 或者与知名设计师、艺术家等合作推出限量版玩具等。这种联动和合作有助于增强传统玩具行业的品牌影响力和市场竞争力。

三、案例分析

(一) 乐高 (LEGO) 的创新设计策略

乐高作为全球知名的传统玩具品牌之一, 在数字化背景下也积极进行了创新和转型。乐高通过引入数字化技术和智能元素, 提升了玩具的互动性和趣味性; 同时, 也注重教育功能的融入和个性化服务的提供。例如, 乐高推出了基于 AR 技术的玩具套装, 让孩子能够在现实世界中与虚拟角色进行互动; 同时, 也提供了个性化的定制服务, 让消费者能够根据自己的需求和喜好来选择玩具。这些创新设计策略不仅提升了乐高的市场竞争力, 也为其带来了更多的商业机会和收益。

(二) 小猪佩奇 (Peppa Pig) 的跨界合作与品牌联动

小猪佩奇是一部备受欢迎的动画片品牌, 其可爱的形象和有趣的情节深受孩子们的喜爱。在数字化背景下, 小猪佩奇也积极进行了跨界合作和品牌联动, 这些合作和联动不仅扩大了小猪佩奇的品牌影响力和市场份额, 也为其带来了更多的商业机会和收益。

1. 跨界合作的多元化实践。

(1) 与服装品牌的合作。小猪佩奇与服装品牌的合作是其跨界合作的重要一环。例如, 优衣库 (UNIQLO) 就曾多次与小猪佩奇推出联名款服装, 包括童趣 UT、粉嫩睡衣等, 深受消费者的喜爱。

(2) 与玩具品牌的合作。作为一部以动物角色为主角的动画片, 小猪佩奇与玩具品牌的合作也是其跨界合作的重要组成部分。例如, 小猪佩奇就与孩之宝 (Hasbro) 旗下的多个玩具品牌进行了合作, 推出了联名款玩具, 如积木、玩偶等。这些品牌通过引入小猪佩奇的 IP 元素, 不仅提升了其产品的竞争力, 还进一步扩大了小猪佩奇的品牌影响力。

(3) 与食品品牌的合作。小猪佩奇还与一些食品品牌进行了跨界合作。例如, 小猪佩奇就与旺仔牛奶推出了联名款牛奶饮品, 让小朋友们在享受美味的同时也能感受到小猪佩奇的可爱形象。

(4) 与护肤品牌的合作。在护肤领域, 小猪佩奇也与一些品牌进行了合作。例如, 小猪佩奇与舒氏宝贝推出了联名款纸尿裤, 让宝宝爸妈们在为宝宝选择纸尿裤的同时也能感受到小猪佩奇的品质保证。

2. 品牌联动的多样化尝试。

(1) 与线上平台的联动。小猪佩奇与多个线上平台进行了联动, 如抖音、微博等。这些平台通过推出小猪佩奇的相关话题和活动, 吸引了大量消费者的关注和参与。例如, 抖音上就曾推出过“小猪佩奇身上纹, 掌声送给社会人”的热门话题, 引发了广泛的讨论和关注。

(2) 与线下活动的联动。小猪佩奇还与多个线下活动进行了联动, 如上海时装周、儿童乐园等。这些活动通过引入小猪佩奇的元素, 不仅提升了活动的吸引力, 还进一步扩大了小猪佩奇的品牌影响力。

(3) 与公益事业的联动。小猪佩奇还积极参与公益事业, 通过品牌联动的方式为社会做出贡献。例如, 小猪佩奇就曾与杀虫品类国际知名品牌雷达旗下专为妈妈宝宝设计的儿童线产品——雷达佳儿护开展“守护佩奇”主题联合推广, 让小猪佩奇化身守护卫士, 与雷达佳儿护一起保护小朋友和妈妈远离蚊虫困扰。这种公益联动不仅提升了小猪佩奇的品牌形象, 还让其成为了一个有社会责任感的品牌。

四、结束语

数字化时代对传统玩具行业带来了深远的影响和挑战。在此背景下, 传统玩具行业需要积极应对市场变化和消费者需求的变化, 通过融合数字化技术、注重教育功能与趣味性结合、强调个性化与定制化服务以及推动跨界合作与品牌联动等创新设计策略来实现转型和升级。未来, 随着技术的不断发展和市场的不断变化, 传统玩具行业将会迎来更多的机遇和挑战。因此, 我们需要持续关注市场动态和技术发展趋势, 不断探索和创新玩具设计和生产方式, 以满足消费者的需求和期望。

参考文献:

- [1] 胡雪芮, 钱皓, 马东明. 基于情感化设计的婴儿期儿童玩具设计研究 [J]. 设计, 2020, 33 (20): 135-138.
- [2] 吴智艳, 吴祐昕, 杜雅婷, 等. 触觉体验引导下的儿童智能玩具交互设计 [J]. 包装工程, 2022, 43 (12): 290-296.
- [3] 胡畅文, 石元伍. 基于 AHP/OFD/TRIZ 模型的儿童玩具设计研究 [J]. 湖北工业大学学报, 2023, 38 (3): 100-107.
- [4] 张思媛. 基于人工智能技术的儿童距离认知玩具设计研究 [J]. 鞋类工艺与设计, 2023, 3 (19): 150-152.
- [5] 刘占伟. 关于机械产品创新设计的几点思考 [J]. 机械设计与研究, 2018, 34 (4): 1-4.