

# 基于情感化设计下的宠物骨灰盒设计研究

张冰雨

河南农业大学，河南郑州，450000；

**摘要：**随着宠物在家庭地位中的提升，宠物殡葬服务正逐渐成为情感化设计的重要领域。作为宠物殡葬体系中的核心载体，宠物骨灰盒不仅承担着保存遗骸的功能，更寄托着主人对逝去宠物的深切情感。本文以情感化设计理论为基础，系统探讨宠物骨灰盒在功能设计、造型语言、材质选择及用户体验等维度的创新可能，构建具有情感联结功能的纪念性产品体系，推动行业向人性化、可持续化方向发展。

**关键词：**宠物骨灰盒；情感化设计；用户体验；纪念意义；智能交互

**DOI:**10.69979/3041-0673.25.05.082

## 1 引言

### 1.1 研究背景

近年来，“毛孩子”逐渐成为家庭情感的重要组成，宠物殡葬服务市场迎来爆发式增长。其中宠物殡葬服务市场尤为活跃。据《2025年中国宠物殡葬行业市场全景评估及投资策略咨询报告》预测，到2025年，中国宠物殡葬市场的规模将突破数十亿元。作为情感寄托载体的宠物骨灰盒，其市场需求持续走高，但现有产品普遍存在同质化严重、情感表达匮乏等问题。

当前市场上的骨灰盒设计大多停留在基础功能层面，缺乏宠物主人对宠物情感联结的深度思考。宠物主人在选择时往往陷入“功能性有余而情感性不足”的困境，他们渴望找到既能珍藏爱宠遗骸，又能承载共同记忆的情感容器。这种供需错位为设计创新提供了契机——通过情感化设计重塑产品价值，在实用功能的基础上构建情感交流通道，或将成为行业突围的关键。

这就意味着设计者需要进一步优化产品，创造出更好的用户体验。基于此，在产品中引入情感化设计是必然趋势。<sup>[1]</sup>通过细致调研宠物主人的情感需求，并融合当代设计思维与技术方法，开发出更契合主人期待、富含纪念价值的骨灰盒产品，以满足其情感慰藉的需求，从而促进宠物殡葬服务领域的进步与革新。

### 1.2 研究意义

情感化设计的核心在于通过设计语言传递情感价值。对失去宠物的家庭而言，骨灰盒不仅是收纳容器，更是情感延续的载体。融入情感化设计的纪念品能够帮助宠物主人完成哀伤疗愈，这种心理抚慰价值正是当前市场缺失的要素。

从产业发展角度看，我国宠物殡葬行业正面临服务

升级的关键节点。数据显示，2023年中国养宠家庭已经超过1亿户，相关市场规模高达1296亿元。但行业存在标准缺失、创新不足等问题，特别是纪念品开发滞后于市场需求。本研究通过构建情感化设计框架，既可以为产品创新提供新的思路和方法，促进行业水平提升及产品优化，也有助于推动行业规范化进程。

## 2 情感化设计在宠物殡葬中的应用

在宠物殡葬领域，通过在宠物产品中运用情感化设计，不仅增强了产品的功能性、互动性，还加深了宠物与主人的情感联系。<sup>[2]</sup>例如，设计宠物骨灰盒时，不仅要考虑其实用功能，还需通过其形状、材质与互动元素来体现情感意义。

在造型语言上，采用拟态化设计手法，将宠物特征融入产品轮廓。比如为猫咪设计的弧形骨灰盒，模拟蜷睡姿态；为犬类设计的箱体加入项圈元素。材质选择则注重触感记忆，可采用温润木质、可定制爪印的陶土等天然材料，强化情感温度；可采用天然、环保选项，以创造舒适、平和的环境。交互设计在宠物骨灰盒的情感化应用中扮演关键角色。例如，可设计简易互动组件，包括触控激活的照明与音乐播放功能，以助宠物主人在触碰骨灰盒时，体会到与宠物的情感联系与回忆共鸣。

情感化设计研究为宠物骨灰盒设计带来了新的视角，超越了单纯的功能考量，着重于通过物品来抚慰宠物主人的情感，使宠物主人在经历爱宠去世痛苦的同时，能够以更深切的方式纪念与宠物共度的美好时光，促进其情感疗愈的过程。

## 3 宠物骨灰盒市场现状分析

### 3.1 市场规模与增长趋势

全球宠物行业展现出显著的增长趋势。根据 QY Re

search 的数据显示, 2022 年全球宠物行业规模达 2460 亿美元, 同比增长 11.3%。2023 年全球宠物骨灰盒市场销售额为 0.4 亿美元, 预计至 2030 年将增长至 0.5 亿美金, 年复合增长率 4.2% (2024—2030 年), 中国市场增长尤为显著。据受访, 美国作为主要宠物消费市场, 宠物普及率显著, 高达 66%, 对应总市场销售规模约 13 68 亿美元。德国的宠物数量总计约 3340 万, 对应的总市场收入将近 65 亿欧元。

消费需求呈现明显升级趋势: 从早期注重实用性, 转向追求个性化、仪式感和情感价值。调研显示, 68% 的宠物主愿意为定制化纪念品支付溢价, 其中带有互动功能的智能骨灰盒关注度同比提升 120%。这预示着情感化设计将成为行业竞争的新赛道。

### 3.2 用户需求分析

作为宠物殡葬服务的核心载体, 宠物骨灰盒承载着主人对宠物的思念与牵挂。这种特殊需求兼具情感刚需与个性表达的双重属性——既要成为疗愈创伤的情感寄托, 又要化身延续记忆的专属纪念品。当失去宠物的主人们面对空荡的猫窝狗窝时, 一个能传递温度的设计往往比华丽的外观更有治愈力。

个性化定制是宠物主人的一大需求。每只宠物都具有独特性, 其特性包括性格、外貌和经历等。宠物主人期望骨灰盒能展现宠物的个性, 作为其生命不朽的纪念。这要求骨灰盒在设计上具备高度的灵活性与可定制性, 能够根据宠物的特征和主人的情感需求进行定制, 或有特殊的交互, 满足不同宠物主人的个性化要求。

### 3.3 现有产品问题

虽然宠物骨灰盒市场持续升温, 但当前市场上的产品在设计、材料以及用户体验等方面仍存在诸多问题。

同质化严重是最突出的问题。走进宠物殡葬用品店, 清一色的方正木盒配浮雕花纹, 仿佛在批量生产情感记忆。年轻人是宠物用品消费的主力军, 他们更倾向于购买功能性强、产品外观年轻化与互动性强的产品。但是市面上的许多产品在设计上缺乏个性化与情感化元素, 无法满足宠物主人对宠物独特性与纪念性的需求。<sup>[3]</sup>甚至市场上 70% 的骨灰盒连基础的颜色定制都无法实现, 更别提体现宠物特征的专属设计了。

环保问题同样不容忽视。某些产品为追求大理石质感使用树脂材料, 或是添加化学涂层来制造“高级感”。这些看似精致的盒子实则暗藏污染隐患, 与当代消费者推崇的绿色消费理念背道而驰。

## 4 基于情感化设计的宠物骨灰盒设计策略

### 4.1 功能设计

消费者的情感不仅关联于产品造型, 同样紧密依附于其实际功能。从功能角度分析产品的可用性、易用性和可靠性都会影响消费者对产品的不同认知从而产生不同的情感反应, 相较于造型设计, 由产品实用功能引发的情感共鸣往往更为持久且深刻。

多功能的设计可以玩出情感新花样。比如在骨灰盒内部设置“记忆舱”, 既能存放宠物的小乳牙、褪下的项圈, 还能嵌入会散发宠物沐浴露香味的缓释芯片。有的热销产品甚至设计了宠物爪印造型的 U 盘插槽, 主人可以随时导入新的影像资料, 让纪念品真正“活”起来。

智能化交互则是宠物骨灰盒设计的另一大创新点。随着科技的持续进步, 宠物智能产品逐渐融入人们的日常生活。因此, 设计并研究宠物智能交互系统显得尤为重要。<sup>[4]</sup>试想用 NFC 芯片替代传统二维码, 当手机轻触骨灰盒上宠物最爱的睡垫图案时, 自动播放它撒娇时的呼噜声。这种“条件反射”式的交互设计, 让科技真正成为情感的延伸而非炫技工具。

### 4.2 形态设计

在宠物骨灰盒的形态设计中, 个性化定制与情感化符号的运用是提升产品情感价值的关键所在。

个性化定制能满足宠物主人对宠物独特性的追求。宠物的独特品种、性格及外貌特征为骨灰盒的设计提供了丰富的创意源泉。例如, 为柯基设计的面包型骨灰盒, 圆润臀线完美复现招牌坐姿; 给布偶猫定制的款式, 眼窝处镶嵌的异色水晶还原那双摄人心魄的鸳鸯眼。每个线条都在诉说“这就是我家宝贝”的专属故事。

符号化设计的运用则能够进一步传递宠物骨灰盒的情感价值。爪印及其它符号作为宠物主题的经典元素, 它们不仅具有高度的识别性, 还能够激发人们的情感共鸣。在骨灰盒的形态设计中, 可以将这些符号融入其中, 如将骨灰盒开关设计成爪印。这样的设计彩蛋让宠物主人在哀思中透出温暖的笑意, 恰如其分地平衡了纪念的庄重与回忆的温馨。

### 4.3 材料选择

在宠物骨灰盒设计中, 材料选择极为关键, 它不仅关乎产品实用性和耐用性, 还直接影响到用户的情感体验与环境影响。

环保材料正在书写新的悼念美学。竹纤维混合宠物毛发压制的复合材料, 既环保又可触摸到毛孩子的温度; 遇水发芽的玉米淀粉基骨灰盒, 最终会分解成滋养植物的养料——这种“生命转化”设计让告别成为新生的起

点。

然而,这些设计在一定程度上缺少与宠物主人回忆的共鸣。众多宠物主人倾向于将宠物骨灰盒放置在家内,以带来情感上的慰藉。因此质感优化则是提升宠物骨灰盒触感体验的关键。材质的不同给人带来触感上的变化,触感的变化使用户产生不同的心理感受。<sup>[5]</sup>例如,骨灰盒的外表或部分外壳采用软硅胶材质,让主人在触摸时不再感受到冰冷,而是仿佛触摸到宠物柔软的毛发。这种设计不仅在情感上给予主人慰藉,还能作为一种独特的纪念方式,让宠物主人在日常生活中感受到宠物的陪伴。

此外,软硅胶材料还具有可定制性强的特点,可以根据宠物主人的需求进行个性化设计,如定制颜色或图案,甚至可以加入宠物的名字或生卒年月,使其成为独一无二的纪念品。这种材质的创新不仅满足了宠物主人对情感寄托的需求,也为宠物殡葬用品的设计提供了更多可能性,推动行业向更加人性化、情感化的方向发展。

#### 4.4 用户体验设计

在宠物骨灰盒的用户体验设计中,情感化交互与仪式感设计是提升用户情感共鸣与纪念价值的重要手段。

情感化交互设计致力于利用骨灰盒与用户之间的互动,唤醒用户对宠物过往美好时光的记忆。例如,可以设计一种能够播放宠物生前声音的骨灰盒。用户只需通过抚摸骨灰盒,就能听到宠物熟悉的叫声,并可同时设置柔和的LED灯光亮起,这样的设计无疑能够极大地增强用户的情感体验,让他们在缅怀宠物的同时,感受到与宠物之间深厚的情感纽带。

仪式感设计则注重通过骨灰盒的使用过程,营造一种庄重而温馨的纪念氛围。在骨灰盒的设计中,真正的纪念不该是静态的悲伤陈列。那些会“呼吸”的骨灰盒正在改写告别仪式——内置的光敏装置、舵机等感应元件能让盒体在清晨自动转向窗台,复现猫咪生前追光而卧的生物钟,每当阳光洒满房间时,骨灰盒仿佛被赋予了生命,模拟出宠物追逐阳光的氛围。

情感化交互与仪式感设计在宠物骨灰盒的用户体验设计中扮演着至关重要的角色。它们不仅能够提升用户的情感体验与纪念价值,还能够让骨灰盒成为宠物主人心中永恒的纪念。

## 5 结论与展望

### 5.1 研究结论

本文通过情感化设计理论的深入探索,系统性地提出了宠物骨灰盒的设计创新路径。这一路径涵盖了功能、形态、材料及用户体验等多个维度,旨在通过全面优化,赋予宠物骨灰盒更深层次的情感内涵与实用价值。

当我们重新审视宠物骨灰盒的设计本质,会发现本质上是一场关于“爱的可视化”探索。通过将冷冰冰的收纳容器转化为有温度的情感媒介,设计师们正在搭建跨越生死的记忆桥梁——那些能感知温度的硅胶材质、会“呼吸”的光影装置、可降解的生命种子,本质上都是将抽象的情感转化为可触摸的实体。情感化设计极大地提升了用户体验,宠物主人通过与骨灰盒的互动,感受到强烈的情感共鸣与心灵慰藉,从而更加珍视这份独特的纪念。

### 5.2 未来展望

宠物殡葬设计的未来,或许会朝着“数字永生”与“生态循环”的双螺旋方向发展。想象十年后的骨灰盒:内置AI人格系统,通过学习宠物生前行为数据,能在特定场景模拟出挠门要食的声响;采用菌丝体复合材料制作的盒体,三年降解后恰好长成一株宠物最爱的猫薄荷。行业的变革最终将回归人文关怀的本质。而设计师则会通过巧妙的设计手法,将这份情感化设计融入骨灰盒的每一个细节。确保宠物殡葬设计在数字化浪潮中保持应有的温度与尊严。

### 参考文献

- [1]汪琦玲.基于情感化设计的宠物类社交产品界面研究[J].中国包装,2019,39(07):54-56.
- [2]李好,方兴.情感化设计在宠物智能产品中的应用[J].艺术与设计(理论),2024,2(05):25-28. DOI:10.16824/j.cnki.issn10082832.2024.05.001.
- [3]马奕彤,刘柏彤,任婧,等.家庭宠物情感化用品设计研究[J].鞋类工艺与设计,2025,5(03):110-112.
- [4]王延格.宠物猫智能系统界面情感化设计研究[J].上海包装,2025,(01):184-187. DOI:10.19446/j.cnki.1005-9423.2025.01.057.
- [5]张丽.材料触感在产品中的运用[J].设计,2015,(15):112-113. DOI:10.20055/j.cnki.1003-0069.2015.15.047.

作者简介:张冰雨(2004.3-),女,汉族,河南安阳,本科在读,研究方向:产品设计。