

Ольга ЄЖОВА

<https://orcid.org/0000-0002-5920-1611>

доктор педагогічних наук,
професор кафедри графічного дизайну,
Київський національний університет технологій та дизайну

Ольга ПЕТЛЕНКО

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 022 Дизайн,
Київський національний університет технологій та дизайну
м. Київ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ КОЛЕКЦІЙНИХ ІГРАШОК-СЮРПРИЗІВ У ФОРМАТІ BLIND BOX

Анотація. У тезах розглядається процес розробки колекційних іграшок у форматі Blind Box. Окрема увага приділяється впливу поп-культури та сучасних тенденцій у графічному дизайні для створення унікальних іграшок. Досліджується роль дизайну персонажів у формуванні впізнаваного та емоційно привабливого образу. Розглядаються можливості використання 3D-друку та інноваційних матеріалів у процесі виробництва. Висновки підкреслюють важливість поєднання сучасних технологій та естетичних рішень для успішного впровадження продукту на ринок.

Ключові слова: дизайн, сувенір, колекційні іграшки, Blind Box, сучасні тенденції та інновації, поп-культура

Abstract. The theses examine the process of developing collectible toys in the Blind Box format. Special attention is given to the influence of pop culture and contemporary trends in graphic design for creating unique toys. The role of character design in shaping a recognizable and emotionally appealing image is explored. The possibilities of using 3D printing and innovative materials in the production process are considered. The conclusions emphasize the importance of combining modern technologies and aesthetic solution for the successful market introduction of the product.

Keywords: collectible toys, Blind Box, modern trends and innovations, semiotics, design, floral themes, pop culture.

Вступ. Blind Box є популярним форматом у колекційній індустрії, що базується на ефекті несподіванки та азарті. Головною особливістю є випадковий вміст упаковки, що стимулює споживачів до повторних покупок. Використання природних мотивів, зокрема квіткової тематики, у дизайні колекційних іграшок може сприяти формуванню естетичної цінності продукту та залученню широкої аудиторії. Розуміння дизайну персонажів є ключовим аспектом у створенні колекційних іграшок. Вдало розроблений персонаж має унікальний стиль, впізнавані риси та емоційну привабливість, що дозволяє встановити зв'язок із споживачами. Завдяки продуманому візуальному образу та символіці такі іграшки не лише привертають увагу, а й набувають особливого значення для колекціонерів, що є важливим фактором успіху на конкурентному ринку.

Мета – виокремити основні риси дизайну колекційних іграшок Blind Box-формату.

Основні результати. Дослідження показують, що емоційна цінність є головним фактором, який спонукає споживачів купувати товари у форматі Blind Box. Елемент несподіванки та можливість отримати рідкісну іграшку викликають у споживачів азарт та бажання повторних покупок [1]. Виробники спеціально створюють нові серії персонажів, фігурок або предметів, щоб стимулювати покупців збирати всі варіанти, також в колекціях є рідкісні або секретні іграшки, що робить їх ще ціннішими. Принципи розробки сувенірної продукції на основі культурної спадщини окреслені в роботі [2]. Під час дослідження були проаналізовані декілька брендів, які успішно використовують даний формат. Pop Mart – це міжнародна компанія, яка спеціалізується на створенні колекційних іграшок, відомих як Blind Box (коробки-сюрпризи), де вміст залишається невідомим до моменту відкриття. Заснована в Китаї, компанія швидко здобула популярність завдяки співпраці з відомими дизайнерами та художниками, створюючи унікальні фігурки, які приваблюють колекціонерів по всьому світу. Однією з найпопулярніших лінійок Pop Mart є Skullpanda. Ця серія поєднує готичну естетику, стріт-арт та символічні елементи, створюючи фігурки з неповторним стилем. Як видно на рис. 1, персонажі Skullpanda вирізняються великими виразними очима, темною колірною гамою та деталізованими аксесуарами, що робить їх особливо привабливими для колекціонерів. Компанія також успішно використовує маркетингові стратегії, поєднуючи Blind Box продукти з елементами поп-культури. Це приваблює покоління зет, яке захоплюється сучасними трендами та колекціонуванням. Обмежені серії та популярні персонажі підвищують цінність продукту та стимулюють попит, роблячи Pop Mart одним із лідерів у сфері колекційних іграшок [3].

Ще одним відомим брендом, який використовує Blind Box-формат, є Sonny Angel. Це серія колекційних фігурок, створена японською компанією Dreams Inc. Як видно на рис. 2, особливістю цих фігурок є їхній мінімалістичний, але впізнаваний дизайн - маленькі янголята з крилами, які носять різноманітні головні убори у вигляді фруктів, тварин, квітів або інших об'єктів. Фігурки Sonny Angel популярні серед колекціонерів у всьому світі завдяки варіативності, високій якості та ностальгічній естетиці. Бренд також набув широкого визнання через свою популярність в соціальних мережах, а також завдяки знаменитостям, які активно колекціонують ці іграшки.



Рис. 1. Колекційні іграшки Pop Mart Skullpanda The Sound Series Figures
(<https://popmart.sg/products/pop-mart-skullpanda-the-sound-series-figures>)



Рис. 2. Колекційні іграшки Sonny Angel Cherry Blossom Series
(<https://www.sonnyangel.com/en/>)

Дослідження показали, що квітова тематика у створенні колекційних іграшок дозволяє привнести щось нове, та поєднати природну естетику з унікальним дизайном.

Стилізація квітів у вигляді персонажів надає виробу художню виразність, а обмежені серії та варіативність дизайну підвищують його колекційну цінність. У процесі дизайн-проектування колекційних фігурок також важливо враховувати сучасні тенденції та інновації. Використання високих технологій та інноваційних матеріалів дозволяє створювати унікальні та привабливі продукти. Дослідження підкреслюють необхідність інтеграції традиційних елементів з сучасними дизайнерськими рішеннями для досягнення конкурентоспроможності на ринку [4, с. 94]. Використання екологічних полімерів і цифрового моделювання сприяє створенню фігурок з високою деталізацією, якісною текстурою та складними формами, недоступними для традиційних методів виробництва. Це дозволяє поєднувати естетику, довговічність і екологічність, що відповідає сучасним тенденціям сталого дизайну. Не менш важливою інновацією в сучасному дизайні є 3D друк, з його допомогою можна створювати колекційні іграшки, що можуть служити унікальними подарунками, сувенірами або призами [5].

Висновки. Blind Box-фігурки є ефективним засобом залучення споживачів через емоційні, колекційні та естетичні аспекти. Вони використовують елемент несподіванки та азарту для стимулювання повторних покупок. Поп-культура, маркетингові стратегії та обмежені серії значно впливають на рівень продажів та залучення нових колекціонерів. Застосування 3D-дизайну та сучасних технологій у створенні фігурок відкриває широкі можливості для персоналізації та підвищення якості продукції. Використання семіотичних підходів сприяє глибшому емоційному зв'язку між споживачем і продуктом. Таким чином, дизайн серії колекційних фігурок з квітковою тематикою у форматі Blind Box має значний потенціал на ринку, поєднуючи інноваційні підходи до дизайну, маркетингу та психології споживачів.

Список використаних джерел

1. Zhang Ruojin. How the “Blind box economy” shapes consumers’ purchase desire and behavior – the case of Pop-Mart. *Advances in economics, business and management research* : Proceedings of the 2024 9th International Conference on Social Sciences and Economic Development (ICSSSED 2024). 2024. P. 46–52. URL: https://doi.org/10.2991/978-94-6463-459-4_6.
2. Gao Honghe, Yezhova O. Design of tourism souvenir based on intangible cultural heritage: Chinese theater arts cases. *Art and Design*. 2023. № 2(22). P. 31–39. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.2.3>.
3. Chen Xiaolin. Research on Blind Boxes consumers – taking Pop Mart as an example. 2021 *international conference on economic development and business culture (ICEDBC 2021)*, Xiamen, China, 18–20 June 2021. Paris, France, 2021. URL: <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210712.004>.
4. Гардабхадзе І. А. Інновації у дизайні: ролі, тенденції, управління, ефективність : Монографія. Київ : КНУКіМ, 2019. 178 с. URL: https://www.researchgate.net/publication/384104896_innovacii_u_dizajni_rol_i_tendencii_upravlinna_efektivnist
5. Басараба В. М, Закальницький А. П. Створення концепту для сувенірної продукції з використанням 3D графіки. *Традиції та інновації у сучасному дизайні*: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Івано-Франківськ, 2024). Івано-Франківськ, 2024. С. 19–23. URL: https://ukd.edu.ua/sites/default/files/2024-05/збірник_традиції%20та%20інновації.pdf