

# 基于数字化时代视觉传达设计的创新对策研究

李皓杨

西安工业大学，陕西 西安 710021

DOI: 10.61369/SSSD.2025090014

**摘要：**数字时代背景下，信息传播方式不断变换更新，对视觉传达设计提出了更高、更细致的要求。也因此，设计师可以借助动画制作、交互设计类工具，创造出更加生动、逼真的设计作品，给观众带来强烈冲击与情感共鸣。本文从设计表现手段拓展、效率提升等方面明确数字化、智慧化视觉传达设计的优势，并提出几点创新策略，希望能够为相关从业者提供更多借鉴与参考。

**关键词：**数字化；视觉传达设计；创新策略

## Research on Innovation Countermeasures of Visual Communication Design in the Digital Era

Li Haoyang

Xi'an Technological University, Xi'an, Shaanxi 710021

**Abstract :** In the context of the digital era, the way of information dissemination is constantly changing and updating, which puts forward higher and more detailed requirements for visual communication design. Therefore, designers can use animation production, interactive design tools and other tools to create more vivid and realistic design works, bringing a strong impact and emotional resonance to the audience. This paper clarifies the advantages of digital and intelligent visual communication design from the aspects of expanding design expression means and improving efficiency, and puts forward several innovative strategies, hoping to provide more reference for relevant practitioners.

**Keywords :** digitalization; visual communication design; innovation strategies

## 引言

传统纸媒呈现的事静态的信息，数字平台却有动态的交互设计，能够带给人多重体验感、刺激感，真正做到了技术重塑设计载体与形式，反过来影响受众的接受习惯和审美需求。但是，这样的变革并不完全是积极的，仍然有一部分设计出现技术堆砌，跨媒介适配也加剧设计标准矛盾。在此背景下，系统梳理数字化时代视觉传达设计的核心特征，探索兼具技术适配性、文化创新性的发展对策，是设计与时代共同迭代的关键，对社会信息高效流转有着深远影响。

## 一、数字化时代视觉传达设计创新优势

### (一) 更高效地传递信息

数字化时代，视觉传达设计依托数字技术呈现出新奇创意，信息传递效率也空前快速，呈现跨越式增长趋势。与传统设计受限于媒介形式不同，数字技术支持设计作品在多元渠道传播推广，还涵盖文字、图像、音视频等多种元素，尽显动态化交互化。比如说，短视频贴片广告、APP 内的弹窗交互设计等，都能

够在最短的时间内传递出最精简的信息，给人眼前一亮的感觉，创意性十足。此外，数字技术还帮助视觉设计作品吸取眼球、直击人心，更依托大数据与人工智能精准目标用户群体，实现了针对性受众、信息传递高效<sup>[1-3]</sup>。也就是信息能够直接到达需求端，大幅缩短信息传递路径，提升信息接收效率。

### (二) 更深刻地引发共鸣

数字视觉设计，打破传统单向信息传播模式，与受众产生深度情感链接，引发深度共鸣。一方面，数字技术能够带来更轻

松、愉悦、沉浸的体验感，诸如一些 VR 设计线上展厅，就让群众瞬间理解到他们的品牌理念。还有更多动态插画、交互 H5 等，也通过情节上的更多设计，引导群众参与设计过程，增强了代入感和体验感<sup>[4]</sup>。另一方面，数字化视觉设计的本质就是对先进技术的有效应用，因此还有更多信息搜集整理、垂直分析与匹配，使得大众的情绪被激发、被引导，传递了情感价值。比如社会公益项目中的数字化设计，就在真实人物故事的基础上，增加更多动态影像、交互数据分析等，互为佐证，更容易触动受众内心的情感点。

### （三）更持久地文化认同

数字技术应用于视觉传达设计，为文化传播和认同建构提供了更持久的生命力。比如说，提取优秀的传统文化元素，用好数字设计手段，呈现给大众不一样的、具有文化寓意的产品。可以是吉祥图案、图腾融入印花设计，也可以制造更多虚拟 IP 形象，通过数字博物馆、线上文创品牌等宣传推广，让这些文化符号影响更多人。近年来，故宫文创、佛小伴，以及诸多香类的“国潮文化”设计，正是在传统文化中汲取寓意内涵，赋予数字设计新的生命，让受众也成为文化传播的一份子，打到了空前热度，形成了深远影响<sup>[5,6]</sup>。这实际上是对视觉设计的转译和共创，让传统文化在数字化语境下焕发新生，也让受众在持续宣传中形成更加深刻、持久的文化认同，值得我们深入探索与实践。

## 二、数字化时代视觉传达设计创新对策

### （一）融合新兴技术，拓展设计边界

数字化时代背景下，新兴技术为视觉传达设计带来了前所未有的机遇与变革。首先，人工智能（AI）技术正逐渐渗透到设计流程中，诸多无人机协作模式拓展了素材资源库，拓宽了设计灵感与创意来源，便于设计们创作出更多具有丰富内涵与深刻寓意的新产品。通过 AI 整合、大数据分析，他们也能够精准把握市场需求，真正做到在艺术尝试的基础上，为大众设计出真正优质、优秀的产品或服务。在此基础上，虚拟现实（VR）和增强现实（AR）技术也为视觉传达设计开辟了新的维度。VR 技术能构建出沉浸式的虚拟空间，使受众仿佛置身于设计所营造的情境之中<sup>[7]</sup>。例如，在展览展示设计中，运用 VR 技术打造虚拟展厅，观众可自由穿梭其中，全方位感受展品魅力，这种沉浸式体验能有效提升信息传递的深度和感染力。AR 技术则将虚拟信息叠加在现实世界之上，实现虚拟与现实的互动融合。在产品包装设计中，消费者通过手机扫描包装，即可看到产品的 3D 模型、使用演示或相关背景故事，增强了产品与消费者之间的互动性和趣味性，丰富了视觉传达的形式和内容。此外，对海量数据的挖掘和分析，设计师能够深入了解不同受众群体的审美偏好、行为习惯以及文化背景等信息。例如，电商平台可依据用户浏览和购买数据，为不同用户推送个性化的商品展示页面，其中的视觉设计元素均经过大数据分析优化，以提升用户的购买意愿。多类 APP 内页广告设计也是如此，通过个性化推送方式促成交互、

交易，发展潜在用户，促进信息交流，也拓展了视觉传达设计的边界。

### （二）注重动态设计，增强视觉体验

当今数字化环境下，静态的视觉传达设计已难以满足受众日益增长的多样化需求，动态交互设计成为吸引受众注意力、提升视觉体验的关键。一方面，动态元素的运用能够赋予设计作品更强的生命力和吸引力。动态图形、动画效果以及视频等元素的融入，打破了传统静态设计的单调感，以生动、鲜活的形式呈现信息。在网页设计中，页面元素的淡入淡出、滑动切换、缩放变形等动态效果，不仅能引导用户视线，还能增加页面的趣味性和流畅性，使信息传递更加自然流畅。在广告设计领域，动态广告能够在短时间内迅速抓住受众眼球，通过富有节奏感的画面变化和情节演绎，更有效地传达广告信息，提升广告的传播效果。另一方面，交互设计让受众从被动接受信息转变为主动参与体验。通过触摸、点击、滑动等交互操作，受众能够与设计作品进行实时互动，根据自己的意愿探索和获取信息。在移动应用设计中，良好的交互设计能使界面操作简洁便捷且富有乐趣<sup>[8-11]</sup>。例如，下拉刷新、上滑加载更多、卡片式滑动切换等交互方式，已成为用户熟悉且乐于接受的操作习惯。在信息展示类设计中，交互设计可以让用户自主选择感兴趣的内容进行深入了解，如通过点击地图上的不同区域查看相应的详细信息，这种个性化的交互体验极大地增强了用户对信息的关注度和理解度<sup>[12]</sup>。这些都让广大用户在使用产品过程中感受到温暖和愉悦，增强了用户与产品之间的情感连接，进一步提升用户粘性，也是今后设计中要注重和突出的重要内容。

### （三）鼓励用户参与，实现协同创新

数字化时代，用户不再仅仅是视觉传达设计作品的被动接受者，而是可以积极参与到设计过程中，成为设计创新的重要力量。一方面，设计师可以通过各种渠道收集用户反馈，了解用户对设计作品的看法、需求和期望。在产品设计阶段，通过开展线上问卷调查、用户访谈、焦点小组讨论等活动，广泛收集用户意见，从而在设计中充分考虑用户的实际使用场景和体验需求。例如，一款手机应用在更新版本前，通过应用内推送问卷的方式，收集用户对现有界面设计、功能操作等方面的不满和建议，设计师根据这些反馈对新版本进行优化改进，使产品更贴合用户需求，提升用户满意度。另一方面，一些设计平台开始允许用户参与设计创作，实现用户与设计师之间的协同创新<sup>[13,14]</sup>。例如，在线服装设计平台，用户可以根据自己的喜好选择服装款式、颜色、图案等元素，平台提供简单易用的设计工具，让用户自由组合搭配，生成属于自己的个性化服装款式。设计师则可以从用户的创意中获取灵感，将一些优秀的用户设计融入到正式的产品系列中。这种用户参与式设计模式，不仅满足了用户对个性化产品的需求，还为设计师带来了新的设计思路和创意源泉，促进了设计的多元化发展。还有更多社交媒体、社群交流互动，都让视觉传达设计的传播路径愈加广泛，也有赖数字化视觉设计引人入胜、创意十足，实现了更广范围、更大信息量、更加快速的传播影响，能够达到预期效果<sup>[15]</sup>。

### 三、结束语

总的来说，数字化时代为视觉传达设计带来并非单纯技术升级，而是更深层次的文化内涵、用户体验转型。只有技术与人文内核共生，再加上跨媒介整合与精准传播，才能够真正高效传递

信息，做有内涵、有深度的设计。也就说让数字化工具回归服务设计的价值本源，以技术赋能更高级的设计作品，实现持久的文化观念重塑。在未来，关于元宇宙、人工智能等创新技术的应用，还需要设计师们深入挖掘探索，构建出兼具创新性与生命力的设计体系，指日可待！

### 参考文献

- [1] 柴兴祝,赵睿,李桂芳.成人高校视觉传达设计专业课程教学策略研究 [J].大学,2025,(02):69-72.
- [2] 徐丹.大数据技术支持下的高校视觉传达设计专业实训师资建设研究 [J].上海包装,2024,(09):208-210.
- [3] 李海峰.巴文化视觉符号在地方应用型高校视觉传达设计专业中的教学实践探究——以四川文理学院为例 [J].四川文理学院学报,2024,34(05):122-127.
- [4] 周文敏,周春灵."双创"背景下高校视觉传达设计专业五位一体的教学路径研究 [J].湖南包装,2024,39(03):196-198.
- [5] 陆春连,王子雯.乡村振兴战略背景下高校创新创业人才精准培养模式探究——以视觉传达设计专业为例 [J].创新创业理论研究与实践,2023,6(18):85-88.
- [6] 黄剑峰.新媒体环境下高校视觉传达设计教育探究——评《视觉传达设计实践》[J].应用化工,2023,52(08):2515.
- [7] 黄锦希.民族地区高校视觉传达设计专业实践教学地域化研究——以丽江文化旅游学院为例 [J].新领域,2023,(06):116-118.
- [8] 刘芳.高校视觉传达设计专业课程的教学探索与创新——以书籍装帧设计课程为例 [J].绿色包装,2023,(05):80-83.
- [9] 王婧.高校艺术通识课程线上线下混合式教学设计探究——评《视觉传达设计与艺术思维》[J].中国教育学刊,2022,(01):132.
- [10] 江佩,陈圆.高校视觉传达设计专业教学改革的新思路——评《视觉传达设计》[J].新闻爱好者,2020,(11):103-104.
- [11] 邱璇,傅妍,郑天奇.高校视觉传达设计方向研究生教学中的创新能力培养途径探析 [J].大学(研究版),2020,(08):155-156.
- [12] 王超.基于文化创意产业背景下的高校视觉传达设计专业人才培养模式创新研究 [J].中外企业家,2020,(21):181.
- [13] 李文静.探索高校视觉传达设计专业"以赛促学,赛教融合"的教学模式 [J].科技创新导报,2020,17(20):197-198+201.
- [14] 张珊,杨成立.应用型高校背景下视觉传达设计专业"模块化"课程体系改革研究——以南京工程学院视觉传达设计专业为例 [J].美术教育研究,2019,(17):96-98.
- [15] 赵一鹤,谢莹莹.新媒体时代视觉传达设计高校创新性人才培养研究 [J].卫星电视与宽带多媒体,2019,(16):89-90.