

Innovative Integration Perspective on Visual Design for Cultural and Creative New Media

Fayong Dong

Altay Regional Media Fusion Center, Altay, Xinjiang, 836500, China

Abstract

Against the backdrop of digital technology empowering the cultural and creative industry and evolving cultural consumption demands toward immersive experiences, the innovative integration of visual design in cultural and creative new media has become a crucial topic for high-quality industrial development. This paper first examines the relationship between the cultural and creative industry and new media visual design, analyzes the current status and existing challenges of “physical + digital” collaborative development in the cultural and creative sector, and defines the concept and connotation of integrated innovation. Subsequently, it establishes theoretical foundations for visual design under the perspective of integrated innovation, breaking down core characteristics and innovative elements of new media visual design. Finally, through five dimensions—cultural integration, user experience optimization, technological creativity fusion, balance between tradition and modernity, and platform feature utilization—this study explores practical approaches to visual design in cultural and creative new media through concrete case studies. The research not only provides systematic theoretical support for visual design in cultural and creative new media but also offers actionable references to address issues such as inefficient cultural transmission, product homogenization, and enhance industrial communication effectiveness and market competitiveness.

Keywords

Convergent Innovation; Cultural and Creative Industries; New Media Visual Design; Cultural Communication; User Experience; Intelligent Design; Cross-boundary Integration; Personalized Design

融合创新视角下文创类新媒体视觉设计探析

董发勇

阿勒泰地区融媒体中心，中国·新疆阿勒泰 836500

摘要

在数字技术赋能文创产业、文化消费需求向深度体验升级的背景下，文创类新媒体视觉设计的融合创新成为产业高质量发展的重要课题。本文首先梳理文创产业与新媒体视觉设计的关系，分析文创产业“实体+数字”协同发展现状及现存问题，界定融合创新的定义与内涵；接着构建融合创新视角下的视觉设计理论基础，拆解新媒体视觉设计的核心特点与创新元素；最后从文化内涵结合、用户体验优化、技术创意融合、传统与现代平衡、平台特性利用五个维度，结合具体实践案例探讨文创类新媒体视觉设计的路径。研究既为文创类新媒体视觉设计提供系统性理论支撑，也为解决文创产业文化传递低效、产品同质化问题，提升产业传播效能与市场竞争力提供切实可行的实践参考。

关键词

融合创新；文创产业；新媒体视觉设计；文化传递；用户体验；智能化设计；跨界融合；个性化设计

1 引言

数字技术推动文创产业转型，文化消费需求升级，文创类新媒体视觉设计却存文化传递弱、同质化等问题。本文围绕融合创新展开研究，旨在为该领域提供理论与实践指引，助力产业高质量发展。

2 文创产业与新媒体视觉设计的融合关系

2.1 文创产业的发展现状

文创产业以文化创意为关键核心，凭借丰富多样的文化资源与现代方式搭建涵盖IP开发、内容创作、衍生产品研发等方面的产业生态体系，核心要点是借助创意转化手段达成文化资源价值提升，在政策和市场推动下产业边界向乡村文化、非物质文化遗产、潮流文化等领域拓展，产业形态从过去以实体为主导转变为“实体+数字”协作模式，消费需求不再局限于功能满足而更多倾向于文化体验与情感认同，故而产业越发注重文化内核挖掘与个性化表达，不过目前文创产业仍存在文化阐释碎片化、创意同质化、产业链

【作者简介】董发勇（1983-），男，中国山东商河人，本科，主任记者，从事记者，新闻专业研究。

协同不足等状况,需借助创新传播方式与呈现形式提高文化传递有效程度及产品差异化程度。

2.2 新媒体视觉设计的基本概念与特点

新媒体视觉设计基于新媒体技术和平台,以视觉传达为核心要点,梳理、展现信息并实现互动式传播,本质是构建信息与用户之间高效沟通桥梁,目标是增强信息传播精准程度及提升用户沉浸体验感,相比传统设计具备突出特性,交互性上打破以往单向输出模式,借动手势操作、情境反馈等途径实现实时互动强化用户参与程度和主导地位,动态性上利用数字动画、动态图形等达成视觉元素按时间顺序表达以吸引受众注意力传递复杂信息,多元化上融合多种媒介形式且适应多种载体满足不同场景需求,时效性上需紧跟平台技术及用户审美观念变化及时调整设计策略,个性化上依托对用户分析实现定制化设计契合不同群体喜好。

2.3 融合创新的定义与内涵

在文创类新媒体视觉设计情境下,所谓融合创新绝非各类要素简单拼凑,而是依靠跨领域交融、跨层次相互配合,把文化核心、技术手段、用户需要以及审美模式等多个不同维度要素加以深入剖析与合理重新组合,塑造出具备全新价值体系的创新模式,其关键要义展现于三个维度:要素上突破文化、科技与艺术间界限达成资源科学调配与价值相互补充,过程中重新构建设计流程助力创意萌生至传播实施全环节实现协同创新,价值层面充分考虑文化传承、用户感受及产业进步等多方面要求达成文化价值、艺术价值与商业价值有机统一,为视觉设计提供一套全面创新指导思路。

3 融合创新视角下文创类新媒体视觉设计的实践探索

3.1 深化文化内涵与视觉设计的结合,增强文化传递力

文化内涵作为文创类新媒体视觉设计至关重要的核心部分,与视觉设计紧密融合,绝非随意堆积文化符号,而是要有条理地梳理文化资源入手,先全面拆解分析某个特定文化体系里的符号、颜色、图案等各种元素,弄清楚每个元素背负的历史发展背景、蕴含的文化意义及其中的精神本质,接着依靠设计语言的创新性转换表达,将抽象的文化内涵转变成具体可见、能被感知的视觉元素,在这过程中掌握好文化准确程度与设计创新程度之间的平衡关系,一方面保证文化含义不被错误解读,另一方面让视觉呈现符合当代用户审美喜好,以使设计作品既成为文化传播的一种载体,又能让用户产生情感共鸣,最终达到加深文化传递深度、扩大文化传递范围的目的。例如,一家以传承传统苏绣文化为目的的非遗保护机构,在新媒体视觉设计实际操作中,第一步组建专业队伍,对苏绣的针法体系、题材类别及色彩搭配规则展开系统研究工作,整理归纳出“虚实乱针”“平针绣”等经典针法对应的视觉表现效果,以及“花鸟”“山水”等

传统题材背后代表的文化象征意义,接下来在开发苏绣文化推广小程序时,将这些文化元素深深融入视觉设计,具体为,小程序启动页面以苏绣经典“百鸟朝凤”题材为蓝本,用“虚实乱针”针法产生的视觉纹理呈现动态画面,功能分区图标依据不同针法的线条特点设计,如用“平针绣”整齐规则的线条设计“文化介绍”图标,用“盘金绣”带有金属质感的线条设计“在线课堂”图标,界面颜色选取苏绣常用的浅杏色作底色,搭配胭脂红、石青等传统绣线颜色,营造充满浓厚苏绣文化氛围的效果。

3.2 聚焦用户体验,创新交互设计与视觉表达

关注用户感受的文创类新媒体视觉设计,重点在于依据用户需求和行为特点消除视觉呈现与交互逻辑间的分离状况,建立起“视觉引导—交互反馈—体验加强”的完整循环,从理论角度,借由明晰视觉层次、恰当色彩组合及简洁图形表述使视觉表达符合用户认知规律以引领用户迅速抓取关键信息,且交互设计简化操作步骤、增强反馈及时性与趣味性,让用户在与设计作品互动中拥有顺畅愉快体验,进而加深对文创内容的领会与记忆,这种共同创新设计方式能将用户从“被动接受者”转变为“主动参与者”,极大提高文创内容传播成效与用户依附程度。

有一家文化创意公司为推广传统二十四节气文化研制出一款节气主题新媒体H5产品,在视觉表达设计方面,团队按每个节气气候特点、生物现象及民俗活动塑造专属视觉风格,如立春界面以嫩绿色为主色调搭配手绘柳枝发芽、迎春花盛开插画直观展现“春天来到人间”情景,冬至界面以暖橙色为底色融入饺子、汤圆等传统食物卡通图案传达“冬至团聚”文化氛围,在交互设计方面,团队设立“节气打卡”“民俗互动”两个关键模块,在“节气打卡”模块用户点击节气图标引发动态效果,如点击立夏图标界面飘落虚拟槐树叶同时弹出立夏“秤人”“尝新”民俗介绍,在“民俗互动”模块用户能参与“包饺子”“画年画”等简单互动游戏,完成游戏后生成专属节气祝福海报且支持一键分享到社交平台。

3.3 加强技术与创意的融合,推动智能化设计应用

以融合创新视角看,文创类新媒体视觉设计领域中技术与创意深度交融,是突破以往局限、达成创新式发展的重要途径,因从理论层面,技术使创意有转化为现实的可能,各式数字技术给予视觉设计崭新表现形式及交互感受,而创意给技术增添文化内涵,防止技术应用走入“只看重技术”错误方向;智能化设计作为技术与创意融合关键导向,依靠大数据分析、人工智能算法等技术手段,能精确把握用户需求,达成设计内容个性化生成及动态式优化,既提高工作效率,又更好满足用户不同需求,为文创类新媒体视觉设计开拓全新发展天地。

有一文创科技企业,为推广传统皮影戏文化,专注技术与创意融合,推进皮影戏文创在智能化视觉设计方面运

用,其第一步组建技术与创意结合团队,创意团队提出“皮影戏故事定制”核心观念,让用户可依自身需求定制专属皮影戏故事视觉展现形式,技术团队围绕此创意研发出智能皮影视觉设计系统,该系统利用图像识别技术,针对大量传统皮影戏里人物造型、场景设计、色彩搭配开展数据收集与分析工作,总结出不同角色(如文官、武将、神仙等)造型特点及不同故事主题场景元素规律,用户运用该系统时,只需输入故事主题、角色数量、场景需求等基础信息,系统便依算法自动生成契合传统皮影戏风格的视觉方案,涵盖人物皮影轮廓、服饰图案、场景布局等内容,同时,用户还能借助系统可视化编辑功能对生成视觉方案进行细节调整,如修改人物服饰颜色、调整场景里树木位置等。

3.3 在视觉设计中平衡传统文化与现代审美,推动跨界融合

在文创类新媒体视觉设计领域,处理好传统文化与现代审美关系这一保证设计作品兼具深厚文化内涵与现代用户认可关键,从理论角度讲,达成此平衡需在尊重传统文化实质前提下对传统元素合理进行现代化转变,即留存传统元素关键识别特点与文化含义且融入现代设计简约、扁平化及个性化等审美特性,防止传统元素因太“复古”与现代用户审美需要隔阂或因过度“现代化”丧失文化本真面目,而跨界融合作为进一步拓展设计范畴重要方式,通过消除文创领域与时尚、科技、教育等其他领域障碍,吸纳不同领域设计思路、技术方法、传播形式,为文创类新媒体视觉设计增添新创意活力并扩大其应用场景与受众范围。

以某时尚服饰品牌为例,为传承传统云锦文化,该品牌与某云锦非遗工坊展开跨界合作共同探寻云锦文化与现代服饰视觉设计融合途径,在设计筹备阶段,品牌设计团队与云锦工坊传承人深度交流,全面学习云锦织造技艺、纹样体系及色彩传统,明确“团龙”“宝相花”等经典云锦纹样文化寓意及“晕色”“织金”等独特工艺呈现的视觉效果,在平衡传统文化与现代审美方面,设计团队对云锦元素进行现代化处理,把复杂“团龙”纹样简化成线条顺畅抽象龙形图案维持龙纹庄重感与辨识度,提炼云锦“晕色”工艺色彩渐变规则转化为适宜现代服饰的柔和色彩搭配计划如将传统云锦高饱和度红金配色调整为低饱和度豆沙红与浅金色组合,在实际新媒体视觉设计过程中,该品牌在官方小程序推出“云锦服饰定制”板块,以简化后云锦纹样为背景搭配现代简约风格字体设计清晰展现定制流程与服饰款式,同时制作云锦工艺纪录片短片,短片既展示云锦传承人织造云锦传统流程又呈现现代设计师将云锦元素融入服饰设计过程,通过对比展示突出传统文化与现代审美的融合之美。

3.4 利用新媒体平台的特性,探索个性化与差异化设计

各类新媒体平台因在技术架构、用户群体及传播规则等方面存在不同而展现出大相径庭的特性,借助这些特性开展文创类新媒体视觉设计工作需搭建起“平台适配—用户精准—设计差异”的逻辑体系,从理论层面,第一步深入剖析各平台关键特性,如社交类平台关注互动分享、短视频平台着重视觉冲击与短期传播、内容社区平台倾向深度内容展示,第二步依据平台特性及用户画像制定个性设计策略,可借助数据工具捕捉用户兴趣爱好、使用场景等信息以达成设计内容精准推送,第三步打造差异化视觉风格体系防止不同平台设计内容同质化,让文创内容在各平台形成独特传播优势进而提高整体传播覆盖范围与影响力。

某地文旅部门为推动本地古村落文化推广,依据不同新媒体平台特性制定兼具个性化与差异化的视觉设计策略,就小红书平台而言,因该平台用户主体为偏爱图文结合生活类内容的年轻女性,设计团队将古村落青石板路、百年老宅及传统手作美食作为拍摄素材拍摄出高清实景图片,在图片构图上着重细节展示如对老宅门窗木雕纹样、手作米糕制作过程特写,文字解说用轻松活泼口吻,配上“小众旅行地”“古风拍照攻略”等话题标签并在图片标注古村落打卡位置与特色体验项目引导用户互动分享,而在抖音平台,结合短视频简短且视觉冲击性强的特点,设计团队制作一系列古村落主题短视频,视频开篇用古村落晨雾弥漫全景镜头吸引观众目光,中间穿插村民制作传统手工艺品、举办民俗活动动态画面并配轻快古风音乐,视频字幕选简约醒目的字体,像“古村落开放时间”“特色民宿预订方式”等关键信息以弹窗形式呈现,与此同时利用抖音特效功能在视频添加“古风滤镜”强化画面古雅氛围。

5 结语

融合创新为文创类新媒体视觉设计提供了系统性解决方案,有效破解文化传递弱、同质化等问题。本文从多维度构建理论框架并探索实践路径,为产业发展提供支撑。未来可进一步聚焦细分领域,深化技术应用,推动该领域持续创新。

参考文献

- [1] 吕锋,曾懂杰,周越.“互联网+”语境下文创设计新媒介研究[J].包装工程,2017,38(4):5.
- [2] 张俊.新媒体视域下博物馆文创产品的设计与开发[J].包装工程,2025,46(2):345-348.
- [3] 胡裕.新媒体背景下文创产品的设计创新[J].明日风尚,2025(8).