

AIGC 背景下动态视觉识别系统设计的构建逻辑转变与设计师角色演化研究

薄晶晶^{1*}

(¹ 广州科技职业技术大学 艺术传媒学院, 广东 广州 510000)

摘要: 随着人工智能生成内容 (AIGC) 技术的发展, 动态视觉识别系统的构建方式与运行逻辑发生显著变化。本文以动态视觉识别系统为研究对象, 采用案例分析与比较研究方法, 探讨 AIGC 对系统构建逻辑、设计流程及设计师角色的影响。研究发现, AIGC 推动系统由固定视觉规范向基于生成规则与系统协同的动态结构转变, 同时设计师角色由形式制作者逐步转向系统设定与审美判断。本文为 AIGC 背景下动态视觉识别系统的发展提供理论参考与实践启示。

关键词: 动态视觉识别系统设计; AIGC; 生成式设计; 设计系统; 人机协同

DOI: <https://doi.org/10.71411/rwxk.2025.v1i7.913>

Construction Logic Transformation and Designer Role Evolution in Dynamic Visual Identity Systems under AIGC

Bo Jingjing^{1*}

(¹ Guangzhou Vocational University of Science and Technology, The School of Art and Media, Guangzhou, Guangdong, 510000, China)

Abstract: With the development of Artificial Intelligence Generated Content (AIGC), the construction methods and operational logic of dynamic visual identity systems are undergoing significant changes. This paper investigates such systems through case analysis and comparative research, examining the impact of AIGC on system design logic, workflows, and designer roles. Findings indicate that AIGC shifts systems from fixed visual norms to dynamic structures guided by generative rules and system coordination, while designers' roles evolve from form creators to system planners and aesthetic evaluators. The study provides theoretical insights and practical guidance for the development of dynamic visual identity systems under AIGC.

Keywords: Dynamic visual identity system design; AIGC; Generative design; Design system; Human-Machine collaboration

引言

随着数字媒体的发展, 动态图形已从视觉识别系统的辅助元素, 成为信息传达与品牌沟通的重要载体。多媒介平台的普及及 AIGC 技术在图像生成与动态图形合成中的应用, 改变了视觉内容生产方式, 使系统逐步引入基于规则、数据和算法的生成机制, 而不再完全依赖设计师对形式和动效的直接控制^[1]。这一转变不仅影响视觉呈现, 也对系统构建逻辑和设计师角色提出新要求。

现有研究多聚焦视觉语法、品牌一致性或动态图形的情感表达, 但对系统整体结构和运行逻辑

作者简介: 薄晶晶 (1988-), 女, 北京, 硕士, 研究方向: 插画、动态影像

通讯作者: 薄晶晶, 通讯邮箱: bo.jingjing@hotmail.com

辑分析有限^[2]。本文旨在探讨 AIGC 介入下动态视觉识别系统的构建逻辑变化及设计师角色演化,采用案例分析、比较研究和趋势分析方法,对传统系统与 AIGC 系统进行对比,为理论研究和实践提供参考。

1 概念界定与驱动因素

1.1 核心概念界定

视觉识别系统(Visual Identity System, VIS)通过系统化设计的视觉要素传达组织或品牌理念,确保不同媒介和应用场景中的识别一致性。VIS 通常由基础系统与应用系统组成:基础系统包括标志、标准字体、标准色及辅助图形等核心视觉要素,应用系统则将这些元素应用于办公、环境导视、宣传物料和包装等具体媒介。随着数字媒介的发展,VIS 逐渐引入时间、空间与交互维度,形成动态视觉识别系统^[3]。在保留传统规范框架的基础上,标志、图形等基础元素可在网页、移动端及 AR 等动态媒介中运行,通过运动节奏和动态关系增强系统的叙事能力和延展性,使视觉识别从静态符号转向可感知的动态体验。

1.2 关键驱动因素分析

1.2.1 技术驱动

AIGC 技术的发展显著提升动态内容生成效率。基于自然语言提示的生成机制,可在短时间内完成复杂动态效果原型,推动设计流程由“精细制作”向“快速生成与筛选”转变^[4]。

1.2.2 媒介驱动

多屏幕、跨平台传播要求系统具备更强适应性与延展性,动态视觉识别系统需在不同尺寸、性能和交互条件下保持整体一致性,强化对系统规则和运行逻辑的依赖。

1.2.3 用户需求驱动

数字原生代用户对沉浸体验和个性化内容的期待,使传统单一、重复的视觉呈现逐渐失去吸引力。能够根据用户行为或使用情境动态调整的视觉系统,成为设计的重要发展方向^[5]。

1.2.4 商业竞争驱动

在注意力经济背景下,品牌对差异化视觉表达需求提升。AIGC 支持的多版本生成和快速测试机制,为品牌探索动态视觉风格、保持视觉更新提供有效路径。

2 现状剖析:动态视觉识别系统的构建逻辑转变

2.1 构建模式的变化:从静态呈现到动态沉浸

从技术与设计思维层面来看,AIGC 为动态视觉识别系统提供了新的可能性,但系统构建的关键变化并非单一工具更新,而是从以静态规范为核心的呈现模式,逐步转向以动态关系与时间体验为导向的结构。

台北金马影展的视觉识别系统演进清晰体现了这一趋势:自第 50 届首次引入动态标志后,动态元素逐渐融入视觉框架;至第 58 届,Bito 团队通过系列动态海报,将运动节奏、情绪表达与时代语境纳入整体视觉叙事,以“重新对焦”为主题构建具有延展性的动态识别体系。这表明,动态视觉识别系统已不再是静态视觉的补充,而逐渐成为品牌视觉叙事的重要组成,使视觉识别从“被观看的符号”转向“可感知的体验结构”^[6]。

2.2 风格探索:AIGC 参与下的生成式动态美学

在 AIGC 介入下,动态视觉识别系统的风格探索呈现出更高开放性与实验性^[7]。以日本设计师田中芹为“AMBIENT KYOTO 2023”设计的系统为例,AI 根据语言与规则生成运动轨迹,使视觉元素在统一规则下呈现多样化动态变化。

不同于传统设计中逐帧控制动效,设计师在生成式流程中主要设定规则与审美边界,由系统生成具体动态效果。这使设计重点由“制作动态效果”转向“设定生成规则”,改变系统构建逻辑。

辑，并促使设计师角色向系统设定者与审美判断者转移。

同时，AIGC 显著降低复杂视觉风格生成成本，使超现实拼贴、参数化形态和有机运动等形式能在动态视觉系统中快速测试与应用，进一步拓展风格边界。

2.3 效率提升与系统一致性的挑战

AIGC 在概念生成与动态素材生产阶段显著提升设计效率，但也对系统一致性提出挑战^[8]。当大量元素由算法生成时，如何在多样化输出中保持色彩、质感和运动逻辑协调，成为关键问题。若缺乏明确生成规则和审美筛选，品牌长期积累的视觉资产与识别特征容易被弱化。

为分析 AIGC 前后的构建差异，可对比传统动态设计案例。日本设计师佐佐木俊以高度精确、全程人工控制的动态图形设计著称，其作品体现了传统系统中以预设动画和人工调校为核心的构建逻辑。而田中芹的生成规则导向设计，则通过设定运动规则让系统生成多样化动态效果。两者对比有助于从构建逻辑、设计师角色及美学取向等维度，理解当前动态视觉识别系统工作流程的演变。

从构建逻辑维度来讲，传统动态工作流的佐佐木俊坚持动态效果由设计师预设与固定控制，而 AIGC 生成式工作流的田中芹认为设计师设定规则，多种动态结果由系统生成。因此，他们所代表的设计师角色上的区别是动态效果的直接执行者、塑造者，与规则制定者、生成结果的筛选者。由此得到的美学特征，分别体现为追求统一性与精确控制，以及在统一规则下容纳差异与偶然性。该对比显示，AIGC 并未削弱动态视觉识别系统的一致性要求，而是促使一致性从“形式控制”转向“规则控制”，系统稳定性更多依赖于设计师对生成边界与审美标准的设定能力。

3 核心趋势展望：AIGC 背景下的动态视觉识别系统发展方向

3.1 个性化生成系统与持续演化的视觉形态

在 AIGC 技术支持下，动态视觉识别系统逐步从统一输出向数据驱动的个性化生成模式演进。系统可接入用户行为或环境数据，动态调整色彩、节奏和图形变化，实现情境响应。例如，在运动应用中，界面动效可依据用户心率实时调整节奏，使视觉、声音与行为数据联动^[9]。由此，系统不再是一次性设计成果，而是基于规则持续生成的开放结构，在保持整体规范的同时呈现差异化输出。

3.2 交互与沉浸体验的系统化融合

随着 AR、VR 及空间计算发展，动态视觉系统的应用场景已从屏幕扩展至空间环境^[10]。视觉不再仅被观看，而成为用户可参与的交互环境。例如，借鉴 teamLab 的沉浸式数字艺术创作，系统通过动态投影、空间感知和实时交互，构建统一视觉逻辑的沉浸体验空间。在此背景下，品牌传播由单向展示转向情境参与，系统边界进一步拓展。

3.3 人机协同下的设计角色转向

在生成式工作流中，设计师角色从形式塑造者转向系统规则和生成逻辑制定者^[11]。设计师通过设定规则、审美边界和筛选标准，引导 AI 生成符合品牌定位的视觉方案，并对结果进行判断与调整。此模式下的设计实践更接近艺术指导与系统管理的复合角色，每位设计师在规则制定和审美决策上发挥主导作用，推动动态视觉识别系统向更高层级的系统化设计发展。

3.4 信息过载语境下的“返璞归真”取向

AIGC 提升视觉生产效率的同时，也增加了信息密度和视觉刺激，引发审美疲劳。动态视觉系统因此可能回归简洁、强调情感与手工质感。金马奖实践显示，在探索动态视觉表现的同时引入手绘创作，保留不确定性和个体痕迹，强化人文温度。这表明，在生成技术成熟背景下，对“人”的感知与情感体验的关注，成为动态视觉识别系统的重要价值取向。

4 批判性反思与面临的挑战

4.1 生成效率提升下的美学同质化风险

AIGC 在显著提升动态视觉识别系统设计效率的同时,也带来了视觉风格趋同的潜在风险。当大量设计实践依赖于结构相似、数据来源相近的生成模型时,生成结果可能呈现出可识别的“算法特征”,削弱视觉表达的多样性与在地文化差异。在此背景下,如何在生成工具的同时,通过规则设定、审美判断与文化语境的引入,保持品牌与地域视觉特征的独特性,成为动态视觉识别系统设计必须面对的重要问题。

4.2 数据驱动语境下的设计伦理问题

基于用户数据的个性化动态视觉体验,为视觉识别系统提供了更高的情境适应能力,但同时引发了关于数据隐私、算法偏见与用户知情权的伦理讨论^[12]。动态视觉识别系统在收集、处理和使用用户数据时,已不再是单纯的视觉问题,而是涉及技术、法律与伦理的综合议题。这要求设计师在系统构建阶段具备明确的伦理意识,在追求交互体验与视觉创新的同时,审慎处理数据使用边界,避免技术逻辑凌驾于用户权益之上。

4.3 技术依赖背景下的设计本体再思考

当 AIGC 能够承担大量执行性与生成性工作时,动态视觉识别系统的核心价值逐渐从“如何完成视觉形式”转向“为何如此构建系统”。设计师的价值不再体现在工具操作本身,而更多体现在对问题的定义、规则的制定以及结果的价值判断之中。

以前述佐佐木俊与田中芹在同一时期完成的动态设计实践为例,两者在视觉结果上均呈现出简约且具有随机性的美学特征,但其创作路径却明显不同。前者依赖设计师对媒介与形式的直接控制,后者则通过生成规则引导 AI 参与创作过程。这一对比表明,技术并非设计的主导力量,真正决定设计方向的,仍是设计师所持有的设计思维、审美立场与人文关怀。

因此,在 AIGC 深度介入的背景下,动态视觉识别系统设计并未削弱设计师的价值,而是促使其角色回归到更具战略性与批判性的层面。设计师不仅是技术的使用者,更是复杂系统的构建者与意义的赋予者。

5 结论

5.1 研究总结

本文围绕 AIGC 技术背景下动态视觉识别系统的发展变化,分析其构建逻辑、设计方式与价值取向的转向。研究表明,AIGC 不仅提升视觉生产效率,更深刻影响系统构建方式,使其由以静态规范为核心的呈现逻辑,转向基于规则与数据驱动的生成机制。在此过程中,系统呈现出个性化、沉浸化、实时化与人机协同等特征,拓展品牌视觉传播的表达边界。

然而,技术赋能并非单向度积极效应。AIGC 的广泛应用可能带来美学同质化、数据隐私与算法偏见等问题,要求设计师在系统构建中保持对视觉一致性、用户权益与文化语境的审慎判断。因此,动态视觉识别系统的未来发展不仅依赖技术能力,更取决于设计决策对价值与责任的持续介入。

在此背景下,设计重心逐渐从具体形式的制作转向系统规则的制定与整体策略把控。设计师的核心价值不再体现在工具操作,而体现在问题界定、审美判断与人文意义建构上。未来的动态视觉识别系统将成为与用户和环境互动中持续生成与调整的开放系统,设计师的角色也将由形式执行者转向系统构建者与品牌价值引导者。

参考文献:

- [1] Yihan Cao, Siyu Li, Yixin Liu, et al. A Survey of AI-Generated Content (AIGC)[J]. ACM Computing Surveys, 2025, 57(5): 1-38.
- [2] 刘天骄. 视觉叙事视角下动态海报的设计探析[J]. 美术观察, 2024, (02): 158-159.
- [3] 贾茹, 徐晔. 动态表现形式在视觉传达设计领域的发展与应用研究[J]. 造纸信息, 2025, (10): 74-75.

-
- [4] 金晓梦. 新媒体时代下视觉传达设计的创新与发展研究[J]. 科技资讯, 2022, 20(14): 210-212.
- [5] 高瞻, 李振宇. 用户感知下的设计展览动态海报设计研究[J]. 包装工程, 2024, 45(22): 273-282.
- [6] 闫迪迪, 王敏茹. 新媒体视角下的动态视觉海报设计研究[J]. 美术教育研究, 2024, (22): 68-71.
- [7] Jan Kubasiewicz. The Language of Dynamic Media: Works from the Dynamic Media Institute at the Massachusetts College of Art 2000-2005[M]. Boston: MCAD, 2005
- [8] 蒋萌萌. 数据驱动的交互式动态海报设计研究[D]. 武汉: 华中师范大学, 2024.
- [9] 张佳欣. 数字时代视觉传达设计中动态元素与静态元素的平衡研究[J]. 鞋类工艺与设计, 2025, 5(18): 45-47.
- [10] 金晓明, 吴成浩. 基于 VR/AR 实感交互设计的八大山人纪念馆视觉导览研究[J]. 包装工程, 2019, 40(06): 87-93.
- [11] 王奕文, 张雨馨. 基于注意力理论的动态海报设计方法研究[J]. 设计艺术研究, 2025, 15(03): 34-37+50.
- [12] 陈全涛, 张仰森, 王璞, 等. 生成式人工智能安全风险与防御策略综述[J/OL]. 计算机科学, 1-23[2025-11-24]. <https://link.cnki.net/urlid/50.1075.TP.20251017.1447.016>.