

数字媒体艺术在设计下的应用研究

吴佳微, 王佳睿

齐齐哈尔大学, 黑龙江齐齐哈尔, 161006

摘要: 数字媒体艺术作为当代艺术与科技深度融合的前沿领域, 正以前所未有的速度重塑设计实践的边界与形态。本文从设计学的学科视角出发, 系统考察数字媒体艺术在设计领域中的应用逻辑、实践路径与发展趋势。研究首先厘清数字媒体艺术的基本概念与学科属性, 阐释其与设计之间的内在关联; 继而分别从视觉传达设计、交互设计、沉浸式体验设计与 AIGC 辅助设计四个维度, 深入分析数字媒体艺术在设计中的具体应用方式与创新机制, 并结合典型案例加以佐证; 在此基础上, 探讨数字媒体艺术驱动下设计范式的深层变革及其面临的挑战; 最后展望人机协同、跨媒介融合等发展趋势对设计实践与设计教育的深远影响。研究表明, 数字媒体艺术不仅为设计提供了新的技术手段与表现形式, 更从根本上重构了设计的主体关系、创作流程与审美维度, 推动设计进入一个以交互性、动态性与智能性为核心特征的崭新时代。

关键词: 数字媒体艺术; 设计应用; AIGC

Application Research of Digital Media Art in Design

Wu Jiawei, Wang Jiarui

Qiqihar University, 161006, Qiqihar, Heilongjiang, China

Received: April 12, 2026

Revised: May 7, 2026

Accepted: May 10, 2026

Published: May 24, 2026

Copyright: © 2026 by the authors. Licensee Axon Academic Publishing Institute, Hong Kong, China. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: As a cutting-edge field deeply integrating contemporary art with technology, digital media art is reshaping the boundaries and forms of design practice at an unprecedented pace. From the disciplinary perspective of design studies, this paper systematically examines the application logic, practical pathways, and development trends of digital media art in the field of design. The study first clarifies the basic concepts and disciplinary attributes of digital media art, explaining its intrinsic relationship with design. It then analyzes the specific application methods and innovative mechanisms of digital media art in design across four dimensions: visual

communication design, interaction design, immersive experience design, and AIGC-assisted design, supported by typical case studies. On this basis, the paper explores the deep transformations in design paradigms driven by digital media art and the challenges they face. Finally, it looks ahead to the profound impact of development trends such as human-machine collaboration and cross-media integration on design practice and design education. The research shows that digital media art not only provides new technical means and forms of expression for design but also fundamentally reconstructs the subject-object relationships, creative processes, and aesthetic dimensions of design, propelling design into a new era characterized by interactivity, dynamism, and intelligence.

Keywords: Digital Media Art; Design Application; AIGC

1. 引言

数字技术的持续演进正深刻影响着艺术与设计的疆域，推动其边界不断拓展。数字媒体艺术作为计算机图形学、人工智能、虚拟现实等技术与艺术创作深度融合的产物^[1]，不仅催生了全新的艺术形态，更为设计实践注入了前所未有的活力与可能性。从动态海报替代静态平面，到沉浸式体验颠覆传统展陈；从人机交互重构用户体验，到生成式人工智能重塑创意流程—数字媒体艺术正在设计领域引发一场从工具到思维、从方法到范式的系统性变革。

然而，当前学术界对数字媒体艺术的探讨多集中于技术实现或艺术表达层面，从设计学视角出发、系统审视数字媒体艺术在设计实践中应用逻辑的研究尚显不足。数字媒体艺术究竟以何种方式介入设计过程^[2]？它如何改变设计的思维模式与工作方法？其在不同设计领域中的应用呈现出怎样的差异化特征？这些问题亟待深入的学理分析与实践考察。

本文立足设计学立场，以“应用”为分析主线，在厘清数字媒体艺术与设计内在关联的基础上，系统考察其在视觉传达设计、交互设计、沉浸式体验设计及 AIGC 辅助设计等领域的实践应用，力求揭示数字媒体艺术驱动设计创新的深层逻辑，并为设计实践与设计教育提供具有参考价值的理论框架。

2. 数字媒体艺术与设计的内在关联

2.1. 数字媒体艺术的概念厘清与学科定位

数字媒体艺术 (Digital Media Art) 是一门以数字技术为核心媒介、融合艺术创作与信息技术的新型交叉学科。它不同于传统架上绘画或雕塑的物性表达,而是将图像、声音、影像、交互代码等数字化元素作为基本创作语言,在虚拟空间或虚实交融的场域中实现艺术观念的表达与传播^[3]。从学科构成来看,数字媒体艺术涵盖动态影像、交互装置、虚拟现实、增强现实、数字动画、生成艺术等多个子领域,其共同特征在于以数字技术为手段,以艺术审美为内核,以交互性为显著标识。

为明确本文的讨论边界,有必要对相关概念加以区分:“数字媒体艺术”侧重于以数字技术为媒介的艺术创作与审美表达;“数字设计”则更强调运用数字工具解决实际设计问题、满足特定功能需求的过程;而“数字媒体技术”主要聚焦于支撑上述创作与应用的技术系统与算法实现。本文所论及的“数字媒体艺术”,正是在与“数字设计”紧密交织的交叉地带展开,重点关注其如何为设计实践注入新的观念与方法。

在设计学的学科谱系中,数字媒体艺术与视觉传达设计、环境设计、产品设计等传统设计门类既有交叉又有区分。其交叉之处在于,二者均以视觉造型与信息传达为基本任务,均面向受众的感知与体验展开创造活动^[4];其区分之处则在于,数字媒体艺术更加强调技术的驱动性与交互的动态性——它不是对既有设计形式的数字化再现,而是在数字技术的赋能下开辟出全新的创作维度与体验模式。正如有学者指出,数字媒体艺术专业以“艺术+技术”为核心理念,聚焦数字内容创作与智能媒体设计,旨在培养具备跨学科创新能力的应用型人才。

2.2. 数字媒体艺术与设计的共生关系

数字媒体艺术与设计之间并非简单的“技术服务于设计”的工具性关系,而是一种深度的共生互构关系。一方面,数字媒体艺术为设计提供了更为丰富的表现手段与更为灵活的创作空间:3D建模、实时渲染、动态影像、物理交互等技术使设计师能够突破传统媒材的物理限制,在虚拟维度中自由构建视觉叙事;另一方面,设计的方法论与思维方式也为数字媒体艺术确立了面向用户的实践导向——设计的“以人为本”原则、用户体验的优化逻辑、信息传达的有效性追求,这些设计学的核心关切深刻塑造了数字媒体艺术的创作取向。

值得强调的是,这种共生关系并非静态的,而是在技术迭代与审美变迁的双重驱动下不断演化。从早期计算机图形辅助设计,到如今人工智能全面介入创意生成,数字媒体艺术与设计的融合深度持续加深,二者之间的学科

边界日益模糊。视觉传达设计为内容表达提供符号与美学基础，数字媒体艺术则通过交互技术拓展传播维度，二者在“技术—设计—传播”的框架下形成了有机的共生机理。

3. 数字媒体艺术在设计中的多维应用

3.1. 视觉传达设计中的动态图像与信息可视化

数字媒体艺术对视觉传达设计的影响，首先体现在从“静态”到“动态”的范式转换之中^[5]。传统视觉传达设计以海报、书籍、包装等静态平面载体为主，信息在空间维度中展开；而数字媒体艺术将时间维度引入视觉叙事，使图像不再凝固于某一瞬间，而是可以在流动的影像序列中呈现更为丰富的信息层次与情感张力。

动态图像艺术融合了时间与运动要素，相较于静态视觉作品能够提供更强的沉浸式体验。在数据可视化领域，设计师借助数字媒体技术将抽象的数据集转化为流动的色彩、变化的形态与节奏化的动画，使复杂信息变得直观可感。例如，在商业广告动画中，3D建模与人工智能技术的结合赋予了动态图像更强的视觉冲击力与叙事表现力。在信息可视化方面，设计师可以将数据故事以动态图形的方式展开，通过时间轴的推进逐步揭示数据背后的意义，这种“叙事性可视化”极大提升了信息传达的深度与受众的参与度。

动态图形（Motion Graphics, MG）作为动态影像设计的重要分支，已经广泛应用于影视片头、新媒体传播、展览展示等多元场景。其将平面设计语言与动画原理相结合，在保持视觉统一性的同时赋予画面以节奏感与叙事力，成为数字时代视觉传达设计的核心表现形态之一。

3.2. 交互设计中的用户体验重构

如果说动态图像标志着视觉传达从静态到动态的转变，那么交互设计则代表着数字媒体艺术对设计“关系”层面的根本性重塑^[6]。在交互设计语境中，受众不再是信息传播链末端的被动接收者，而是成为设计过程的积极参与者与意义的共同建构者——这种“从观看者到参与者”的角色转换，是数字媒体艺术带给设计最深刻的变革之一。

数字媒体技术赋予交互设计以强大的技术支撑。基于数字媒体技术的交互式视觉传达设计，正在将传统单向传播模式转向动态的多维交互模式。在人机交互界面设计中，数字媒体艺术不仅关注界面的视觉美感，更深入探究

交互逻辑与用户心理之间的微妙关系：怎样的视觉反馈能够给予用户适度的掌控感？怎样的动效设计能够降低认知负荷、提升操作的流畅性？这些问题的解答需要设计师兼具艺术感性与技术理性——而这恰恰是数字媒体艺术与设计交叉地带的典型问题域。

值得一提的是，交互设计中的用户体验已不再局限于屏幕内的虚拟空间，而是越来越多地延伸至物理空间与公共场域。在“剑书”沉浸式交互体验系统中，观众手持 3D 打印的剑形控制器，在数字空间中调用虚拟水墨笔刷体验“以剑为笔”的书写方式。这种虚实结合的设计不仅让非遗文化从“观赏”走向“参与”，更展示了数字媒体艺术如何通过交互设计重构文化体验的模式——从单向的文化传播转变为双向的意义共创。

3.3. 沉浸式体验设计中的空间重构与叙事创新

沉浸式体验设计是数字媒体艺术应用于设计领域的另一前沿阵地^[7]。虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、混合现实（MR）等技术的成熟，使设计师得以在数字空间中构建全新的体验场域——这种体验突破了物理世界的空间限制与物质约束，将想象力转化为可感知、可漫游、可交互的虚拟现实。

虚拟现实技术赋能下的数字媒体艺术设计，正在推动艺术创作走向数字化、智能化与交互化的新阶段。在沉浸式体验设计中，设计师需要考虑的不仅是视觉元素的组织，更包括空间叙事的结构、用户行为路径的规划、感官刺激的层次递进等复杂问题。有研究基于 VR 技术构建了数字媒体艺术设计系统，通过改进的 Leap Motion 手势交互识别方法，实现了虚拟场景中景观布局的自然交互，手势识别准确率达到 97.93%，用户能够在虚拟空间中自由选择植物、构建园林景观。

以“让宋画活起来”系列新媒体交互作品为例，创作团队以宋代经典绘画为创作内核，借助新媒体技术对画作进行解构与重建，打造出五大特色交互体验作品——观众不仅能近距离欣赏宋代绘画的艺术精髓，还能沉浸式聆听画中传递的乐声，亲身感受宋代音乐与日常生活的深度交融。这种设计实践展现了数字媒体艺术在文化传承领域的独特价值：它不仅是技术手段的运用，更是一种“科技服务文化传承”的创作理念的落地(如图 1 所示)。



图一 “让宋画活起来”系列 图片来源 杭州网

同样值得关注的是，沉浸式体验设计在叙事层面也正在经历深刻的革新。数字化虚拟展演通过 VR、AR、数字孪生等技术手段，在数字空间中重构表演、展览与叙事的全新形态。电影化的叙事手法正在向 VR 内容创作跨界迁移，通过精心设计的悬念引导与情感节奏把控，有效提升观众的沉浸深度。中央戏剧学院师生创作的 VR 作品《牡丹亭》，以“非对称跨媒介叙事”为核心理念，结合 VR 头显与移动终端的差异化交互叙事路径，将中国经典戏剧以沉浸式、交互式的方式创新演绎。这些实践表明，沉浸式体验设计正在催生一种全新的叙事语法——它既不同于传统的线性叙事，也不同于游戏的开放式探索，而是在二者之间寻找富有张力的平衡点(如图 2 所示)。



图二 《牡丹亭》 图片来源 江南时报

3.4. AIGC 赋能下的创意生成与设计优化

人工智能生成内容（AIGC）技术的爆发式增长，为数字媒体艺术在设计中的应用开辟了全新的维度^[8]。相较于前文所述的动态图像、交互设计与沉浸式体验——这些仍以“人”为主导的设计模式——AIGC 的介入正在推动设计进入“人机协同”的新阶段，其影响之深远或许超越此前任何一次技术变革。

AIGC 对设计的影响首先体现在创意生成环节的效率革命。传统设计流程中，创意构思阶段往往需要大量手绘草图、素材收集与方案迭代，耗时且依赖于设计师个人的灵感储备。而借助生成式 AI，设计师可以在短时间内获得大量风格各异的视觉方案，将精力从重复性的“制作”转向更具价值的“选择”与“优化”。机器学习逻辑为 AIGC 技术提供了几乎没有数量限制的数字图像资产，不同风格特点、不同形式效果的视觉场景能够在较短时间内反复生成并改换。

然而，AIGC 对设计的意义远不止于效率提升。更深层的变化在于，它正在重构设计的创作主体关系与价值创造逻辑^[9]。研究发现，人工智能的介入使创作模式由传统的人主导工具性模式转向人机共生的复合主体结构，拓展了创意的表现形式。换言之，AI 不再是设计师手中被动的“画笔”，而成为了具有一定创造力的“合作者”——设计师向 AI 提供提示词（Prompt）与创作意图，AI 据此生成视觉方案，设计师再对 AI 的产出进行筛选、修正与再创作。这种循环迭代的人机协同模式，正在重塑设计创作的基本流程与思维方式。

从产业应用层面来看，AIGC 已在商业设计领域展现出强大的生产力。在 2025 站酷设计周上，以“AI 时代的超级设计师”为主题，汇聚千位行业从业者，共同探索 AI 时代设计行业的发展路径^[10]。据相关行业观察，AI 工具在设计从业者中的渗透率正在迅速攀升，反映出其对行业生态的深刻影响。AIGC 不仅改变了设计师个体的工作方式，更在重塑商业设计的价值链条：图像、视频、音频、文案乃至代码与产品原型的生成能力持续突破，内容生产门槛显著降低。

值得警惕的是，AIGC 技术的广泛应用也带来了一系列值得深思的问题。当算法可以轻易生成“美观”的视觉方案时，设计的价值究竟何在？当 AI 降低了创作的技术门槛，设计师的核心竞争力应当向何处迁移？有学者敏锐地指出，AIGC 带来的关键变量是“边际成本断崖式下降”，基础技能型岗位面临加速替代，未来设计价值将更多向战略思维、复杂叙事、情感共鸣、跨团队沟通与领导力等“人类优势”集中。这一判断为设计教育与设计实践的未来走向提供了重要参照。

4. 数字媒体艺术驱动下的设计范式变革

4.1. 从工具辅助到智能共生：设计主体关系的重构

纵观数字媒体艺术在设计中的应用历程，一条清晰的主线贯穿其中：技术在设计中的角色正在从被动的“工具”转变为主动的“伙伴”，设计的主体关系由此经历着根本性的重构。在计算机图形辅助设计的早期阶段，数字技术仅仅是对传统设计工具（画笔、尺规、印刷机）的数字化替代，设计师的主导地位毋庸置疑。而随着人工智能、机器学习等技术的介入，这一格局正在发生深刻变化——AI 不再只是执行设计指令的工具，而是能够主动生成方案、提出建议、甚至以超出人类预期的方式进行创作的智能体。

这种变化带来了一系列值得深思的问题。当 AI 能够以远超人力的速度与规模进行视觉方案的生成与迭代时，设计师的角色应当如何重新定位？当算法可以在海量数据中发掘人类难以察觉的模式与关联时，设计的决策权应当如何在人与机器之间分配？这些问题尚无定论，但它们共同指向一个核心命题：在人机共生的新时代，设计的本质与价值需要被重新审视与定义。

4.2. 从单向传播到双向共创：设计功能逻辑的转变

数字媒体艺术不仅改变了设计的主体关系，也从根本上重塑了设计的功能逻辑。传统设计——无论是平面设计、产品设计还是建筑——大多遵循“设

设计师—作品—受众”的单向传播模式：设计师完成作品，作品承载信息，受众接收信息。而数字媒体艺术的介入打破了这一模式，使设计成为一个开放的、动态的、持续演化的过程。

交互式设计将受众从“观看者”转变为“参与者”，作品的最终形态往往取决于受众的行为选择与实时反馈。在数字艺术展演中，观众数据成为决定作品样貌的关键变量，项目降低了大众参与艺术创作的门槛，实现了艺术体验的“去中心化”与“动态化”。这种设计逻辑的转变具有深刻的意义——它意味着设计不再是一个封闭的、由设计师单方面完成的“成品”，而是一个开放的、邀请用户参与的意义生成过程。设计的目标不再仅仅是传达预设的信息，而是构建一个能够激发互动、孕育意义、连接情感的体验场域。

4.3. 从视觉中心到多维感知：设计审美维度的拓展

数字媒体艺术对设计审美维度的拓展同样不容忽视。传统设计在很大程度上是“视觉中心”的——无论是海报的构图与色彩，还是建筑的形态与材质^[11]，视觉感知始终是设计审美的核心维度。而数字媒体艺术将声音、触觉、空间感知、甚至嗅觉与味觉纳入设计的审美范畴，推动设计从单一视觉体验走向多维感官的综合体验。

在沉浸式体验设计中，设计师需要考虑的不仅是“看起来如何”，更包括“听起来怎样”“触摸起来怎样”“在空间中移动时感受如何”——这种多感官的整合设计对设计师的感知能力与综合素质提出了更高的要求。在虚拟现实园林景观设计系统中，用户通过手势交互实现植物选择与场景构建，这种将触觉交互与视觉美感融为一体的设计方式，正是多维感知审美在实践中的生动体现。由此，设计的审美评判标准也在悄然变化——一件设计作品的价值，不再仅仅取决于其视觉形式的完美程度，而更多地取决于其所营造的整体体验是否深刻、独特、令人难忘。

5. 挑战与展望

5.1. 技术适应性与创作自主性的张力

数字媒体艺术的快速发展在为设计带来无限可能的同时，也带来了一系列不容忽视的挑战。首当其冲的是技术适应性与创作自主性之间的张力。数字媒体技术的更新迭代速度极快，设计师需要持续学习新的软件工具与创作平台才能保持竞争力，这种技术追赶的压力在一定程度上分散了设计师在创意构思与审美修养上的精力投入。更为深层的问题在于，当技术成为设计创

作的核心驱动力时，设计师是否会在不自觉中陷入“技术本位”的思维模式——过于关注技术实现的炫目效果，而忽视了设计应有的功能价值与人文关怀？技术适应、创意约束以及有效协作的需求，仍然是设计师在动态图像等数字媒体领域需要持续面对的挑战。

针对这一问题，设计教育可借鉴现有的数字素养框架，在课程中有机融入技术批判与人文反思模块，引导学生在掌握工具的同时保持对技术应用边界的清醒认识。例如，借鉴欧盟《数字能力框架》，将“技术批判素养”设为与“软件操作技能”并行的独立培养模块，设置如“低科技设计工作坊”等限制技术使用的训练环节，强制学生在脱离智能工具的情境下进行创意发想，以反向锤炼其不依赖技术的核心创作自主性。

5.2. 人机协同的边界与伦理反思

AIGC 技术的广泛应用使得人机协同成为设计实践的常态，但人机协同的边界究竟应当划在何处，仍然是一个悬而未决的问题。当 AI 生成的作品在审美品质上已不逊于人类设计师的作品时，创意的“原创性”应当如何界定？目前，部分国家与地区的著作权法已开始探讨 AI 生成内容的可版权性问题，但尚未形成统一的国际共识。例如，美国版权局发布的政策指南明确指出，仅由 AI 生成且缺乏人类创造性干预的内容不受版权保护，而包含充分人类创作贡献的作品则可纳入保护范围。这一实践为设计领域提供了初步的参照：原创性的认定越来越侧重于人类在创意方向、审美判断与意义赋予等环节的主导作用。当算法模型的训练数据中包含大量未经授权的人类作品时，AI 生成内容的版权归属如何厘清？这些问题不仅是法律与伦理层面的议题，更触及设计作为人类创造性活动的本质属性。

与此同时，AI 生成内容的同质化倾向也值得警惕。当越来越多的设计师使用相同的 AI 模型与相似的数据集进行创作时，设计风格的趋同化几乎是不可避免的结果。如何在拥抱 AI 技术提升效率的同时保持设计的独特性与多样性，是每一位设计实践者需要深思的课题。

为应对上述挑战，行业层面可参考“负责任的人工智能”相关标准，建立设计领域 AI 应用的伦理指引；设计教育则应强化学生的批判性思维与风格化训练，鼓励学生在人机协同过程中有意识地保留并放大个人创作印记。在教学中，可要求学生构建个人的“灵感源数据库”，严禁学生收录网络上的 AI 生成作品，而必须由自然摄影、街头涂鸦、历史档案等一手素材组成。在利用 AI 生成方案时，强调用该个人数据库作为风格迁移的底图或“垫图”，再利用技术辅助下最大化保留并放大个人创作印记，抵抗算法趋同。

5.3. 未来趋势：人机协同与跨媒介融合

展望未来，数字媒体艺术在设计中的应用将沿着两条相互交织的路径持续深化。

其一是人机协同的智能化演进——AI 将从当前的“生成工具”逐步发展为具备更强理解力与创造力的“协作伙伴”，设计师与 AI 之间的分工关系将更加精细与灵活。未来的设计教育应当积极应对这一趋势，构建“人机协同”的教学流程，通过“先人工创作—再 AI 生成对照—再用设计方法迭代优化”的循环训练，培养学生的提示词能力、审美判断与批判性验证能力，避免对 AI 的路径依赖。具体而言，可在核心设计课程中增设“人机协同创作工作坊”，要求学生基于同一设计命题，分别完成纯人工方案、AI 辅助方案与人机共创方案，并通过课堂评议对比三者的优劣，以此锻炼学生在人机分工、方案评鉴与创意深化方面的综合素养。

其二是跨媒介融合的全面深化。数字媒体艺术将不再局限于某一特定的媒介形式，而是在 VR、AR、全息投影、实体交互、空间计算等多种媒介之间自由流动，构建真正意义上的“跨媒介叙事”与“全域体验”。在人才培养层面，数字媒体艺术专业已呈现出“艺术+技术+文化”三位一体的发展趋势，聚焦 AIGC 创作、交互体验开发、元宇宙交互等战略方向。在产业应用层面，全球数字化创意设计市场规模预计将从 2025 年的 867 百万美元增长至 2031 年的 1495 百万美元，年复合增长率持续攀升。数字媒体艺术与设计的深度融合，正在成为驱动创意产业发展的核心引擎。

6. 结语

数字媒体艺术在设计中的应用，是一场从工具革新到思维变革、从技术赋能到范式重构的深刻变迁。本文从设计学视角出发，系统考察了数字媒体艺术在视觉传达、交互设计、沉浸式体验与 AIGC 辅助设计等领域的具体应用方式与创新机制。研究发现，数字媒体艺术不仅为设计实践提供了更为丰富的手段与更为广阔的舞台，更从根本上改变了设计的主体关系、功能逻辑与审美维度——设计不再仅仅是设计师单向输出的静态作品，而正在演变为设计师、用户与技术系统共同参与、持续演化的动态过程。

面对这一变革，设计学界既需要以开放的姿态拥抱新技术的可能性，又需要保持审慎的反思能力，在技术效率与人文价值之间寻找平衡。归根结底，技术始终是拓展创意边界的手段，而设计的灵魂在于创作者对人性、文化与

美的深刻洞察与独特表达，真正的好设计必然源于人的思考与情感投入，这是任何工具都无法替代的核心价值。

参考文献

- [1] 檀小玉.交互式动画的预置性影像叙事研究[D].河北科技大学,2023.
 - [2] 周宏.数字媒体艺术设计对传统艺术设计的影响及特征体现[J].艺术大观,2026,(03):25-27.
 - [3] 杨昊.数字媒体语境下文化创意设计讲好中国故事的实践理路研究[J].工业工程设计,2024,6(06):53-61+102.
 - [4] 陈希杭,杜洋.数字媒体艺术在视觉传达设计中的应用[J].鞋类工艺与设计,2025,5(18):99-101.
 - [5] 黄炜杰.汉字动态字体设计与字体动态化分析研究[D].四川美术学院,2020.
 - [6] Yuzhu F ,Xingqian Y .Empowering the Visual Design of Intangible Cultural Heritage Brands With Digital Media Art: Multimodal Data-Driven Logo Generation and Dissemination[J].International Journal of Mobile Human Computer Interaction
 - [7] 田芳铭.数字媒体艺术设计中的视觉空间设计研究[J].鞋类工艺与设计,2025,5(06):84-86.
 - [8] 苏锋.基于 AIGC 的数字媒体艺术发展策略与创新研究[J].中国多媒体与网络教学学报(上旬刊),2024,(12):49-52.
 - [9] 张泰然.生成式人工智能在艺术创作中的伦理与美学探索[N].北京科技报,2025-12-15(004).
 - [10] 杨万红.新质生产力背景下 AIGC 赋能网页设计研究[J].湖北开放职业学院学报,2025,38(10):152-154.
 - [11] 周宏.数字媒体艺术设计对传统艺术设计的影响及特征体现[J].艺术大观,2026,(03):25-27.
-