

AI技术在品牌设计中的应用研究

——以纽强品牌视觉设计为例

李亚文

上海应用技术大学视觉传达系, 上海

收稿日期: 2024年6月5日; 录用日期: 2024年8月13日; 发布日期: 2024年8月22日

摘要

随着人工智能技术的不断发展,越来越多的品牌开始尝试将AI技术应用于品牌设计中。本文以纽强品牌视觉设计为例,探讨了AI技术在品牌设计中的应用。通过Midjourney和ChatGPT这两种AI技术,纽强公司成功地实现了品牌视觉设计的自动化和个性化定制,大大提高了设计效率和品牌形象的品质。本文还分析了AI技术在品牌设计中的优势和挑战,并提出了未来AI技术在品牌设计中的发展方向。

关键词

AI技术, 品牌设计, 纽强, Midjourney, ChatGPT

Application Research of AI Technology in Brand Design

—A Case Study of the Visual Design of Neochild

Yawen Li

Department of Visual Communication, Shanghai Institute of Technology, Shanghai

Received: Jun. 5th, 2024; accepted: Aug. 13th, 2024; published: Aug. 22nd, 2024

Abstract

With the continuous development of artificial intelligence (AI) technology, an increasing number of brands are attempting to incorporate AI into their brand design. This paper explores the application of AI technology in brand design by using the visual design of Neochild as a case study. Through the implementation of Midjourney and ChatGPT AI technologies, Newgen has successfully achieved automated and personalized customization of brand visual design, greatly improving de-

sign efficiency and brand image quality. This paper also analyzes the advantages and challenges of AI technology in brand design and proposes future development directions for AI technology in brand design.

Keywords

AI Technology, Brand Design, Neochild, Midjourney, ChatGPT

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 研究背景

随着科技的发展,人工智能(AI)在各个领域的应用不断深入,极大地改变了我们的生活方式和工作方法。尤其是在品牌设计领域,AI技术的引入带来了颠覆性的变革,逐渐成为设计师们不可或缺的工具。

传统的品牌设计往往依赖设计师的经验和创意,而这些创意的产生和实现过程既耗时又费力。随着市场竞争的加剧和消费者需求的多样化,品牌设计需要在更短的时间内提供更高质量、更具创意的设计方案。AI技术凭借其强大的计算能力和深度学习算法,可以快速处理大量数据并生成各种设计元素,为品牌设计提供了前所未有的便利。

近年来,AI在图像生成、自然语言处理、智能交互等方面的进展,使其在品牌设计中的应用越来越广泛。例如,AI可以通过文本生成图像技术,帮助设计师快速生成符合品牌调性的视觉元素;通过自然语言处理技术,生成富有创意的品牌故事和广告文案;通过智能交互技术,优化用户体验。这些技术的应用,不仅提升了品牌设计的效率和质量,也使得品牌形象更加丰富和多样化。

纽强品牌作为一个专注于婴幼儿个人护理产品的品牌,正面临市场竞争日益激烈、消费者需求不断变化的挑战。为了在激烈的市场竞争中脱颖而出,纽强品牌迫切需要提升其品牌形象和视觉设计水平。通过引入AI技术,纽强品牌希望在品牌设计中实现创新与突破,增强品牌的市场竞争力。

2. AI技术在品牌视觉形象设计中的应用概述

近年来,国内外学术界对AI技术在品牌设计中的应用进行了广泛探讨。国外研究方面,2023年《Grimm in Wonderland: Prompt Engineering with Midjourney to Illustrate Fairytales》探讨了文本生成图像技术和提示词改善生成模型输出的方式,提出生成模型在某些插图上的困难包括计算复杂性、刻板图像生成倾向及无法描绘奇幻情境[1]。《Generated Faces in the Wild: Quantitative Comparison of Stable Diffusion, Midjourney and DALL-E 2》定量比较了Stable Diffusion、Midjourney和DALL-E 2三种图像生成模型生成逼真人脸的能力,评估结果显示Stable Diffusion优于其他系统[2]。

国内研究方面,2023年《人工智能辅助技术在包装设计中的应用研究》分析了AI技术在包装设计中的工具平台、应用层次和局限,肯定其优化设计的优势,并鼓励合理使用以提升效率[3]。《人工智能技术在智能包装设计中的应用现状和未来发展趋势研究》指出AI技术能够突破设计模式限制,提高个性化程度[4]。2024年《人工智能辅助绘图(AIGC)在美妆产品包装设计中的应用》探讨了AIGC在美妆产品包装设计中的应用,认为其具有图片识别、风格生成和个性化定制等特性,能增强设计师的创新能力,但因其创意源于既有数据和模式,难以产生独创性作品[5]。《AI绘画在品牌视觉形象设计中的创意生成

与实践研究》通过 Nike、Coca-Cola 和 Apple 等公司的案例，展示了 AI 绘画在品牌视觉设计中的应用效果和挑战，并提出人机协同设计、完善数据管理、推动技术创新和跨领域合作的建议[6]。《AI 绘画工具 Midjourney 对智能产品设计的影响》通过 Midjourney 设计智能马桶和按摩椅，分析其可能减少主创设计师需求、稀释初级和中级设计师需求，对决策者提出更高要求[7]。

此外，部分学者也关注 AI 技术对内容产业的隐患。《生成式人工智能的三大安全风险及法律规制——以 ChatGPT 为例》指出 ChatGPT 在应用国家数据、政务数据和个人数据时存在违规风险，并提出相应建议[8]。《GPT4 发展中的若干问题及其规制方案》也提到 ChatGPT 可能引发数据泄漏、侵权和算法歧视问题[9]。

综上所述，AI 技术在品牌设计中的应用具有广阔的前景。然而，我们也应关注并解决由此带来的风险问题，推进 AI 专项立法，结合已有的算法治理规范，将生成式 AI 纳入深度合成技术的范畴，以实现数字时代的自主创新与可持续发展。

3. AI 设计工具在品牌视觉设计中的应用与前景

3.1. 常见的 AI 设计工具概述

AI 技术在品牌设计中的应用包括 AI 文本生成、AI 图片生成或 AI 绘画等方面。例如，在品牌标志设计过程中，AI 文本生成可以帮助设计师快速生成不同的文本提示，以便在设计中获得更多的灵感和想法，以便在图像处理中更好地表达品牌的经营理念。常见的 AI 文本生成工具有 ChatGPT、CopyAI、Jasper、Rytr 等等。ChatGPT 是一个基于自然语言处理技术的 AI 聊天机器人，可以帮助设计师快速生成文本创意和品牌故事，以便在品牌宣传和广告中使用。AI 图片生成或 AI 绘画可以将品牌设计师提供的文本描述转换为具有视觉吸引力的图像，以便在品牌设计中使用，常见的工具由 Midjourney、DALL-E、Stable Diffusion 等。这些工具和平台基于最先进的 AI 技术，可以帮助设计师更快地完成品牌设计任务，并提供更多的创意和想法。

3.2. AI 设计工具和平台的发展趋势

目前，AI 设计工具和平台主要集中在图像处理与风格迁移上，但 AI 的应用正在向更高级的创意设计 with 语义理解扩展。例如，AI 在标志设计、包装设计、IP 设计、色彩搭配等高级设计任务上的应用正在加强，一定程度上可以产生个性化的设计方案。未来，人工智能的学习与理解能力的提高，将使其在更复杂的品牌视觉设计中发挥更大作用。

3.3. AI 技术在品牌设计中的挑战与机遇

AI 技术为品牌设计带来的机遇主要体现在提高设计效率、降低设计成本以及实现个性化与创新性等方面。但 AI 在品牌设计中的应用也面临人工智能与人类设计师协作问题、法律与伦理问题以及技术局限性等挑战。人类设计师需要学习与 AI 的有效协作，AI 系统也需要在可解释性、可控性与可靠性上不断提高，以减轻法律与伦理问题。总体来说，未来人工智能与人类设计师的有效结合，将是品牌设计发展的主流方向。

3.4. 设计工具——Midjourney 和 ChatGPT 概述

随着科技的飞速发展，人工智能技术在各个领域都取得了令人瞩目的成果。品牌设计作为一个重要的领域，自然也受到了 AI 技术的影响。在本研究中，我们选择了两款具有代表性的 AI 设计工具——Midjourney 和 ChatGPT，以探讨它们在做强品牌视觉设计中的应用。本章节将对这两款工具进行概述，

介绍它们的特点、功能和在品牌设计领域的应用情况。

Midjourney 是一款综合性的 AI 设计平台，致力于为设计师提供一站式的设计解决方案。它整合了多种设计工具和资源，包括图形设计、排版设计、色彩搭配、素材库等，使设计师能够在一个平台上完成各种设计任务。此外，Midjourney 还提供了丰富的预设模板和可定制的选项，以适应不同品牌和场景的需求。这使得 Midjourney 在品牌设计领域具有较高的应用价值。

ChatGPT 则是一款基于自然语言处理技术的 AI 辅助设计工具。它采用了先进的 GPT 模型，能够理解和生成人类语言，为设计师提供创意灵感和文案建议。通过与 ChatGPT 的交互，设计师可以快速生成各种设计元素的文本描述、标语、广告文案等。这样一来，ChatGPT 在品牌设计过程中起到了重要的辅助作用，提高了设计效率。

Midjourney 和 ChatGPT 在品牌设计领域的应用已经取得了一系列成功案例。许多知名企业和设计团队都采用了这两款工具，发现它们在提高设计质量和效率方面具有显著的优势。这些成功案例表明，Midjourney 和 ChatGPT 不仅具备理论上的优势，而且在实际应用中同样具有较高的可行性。

总之，Midjourney 和 ChatGPT 作为两款具有代表性的 AI 设计工具，凭借其独特的特点和功能，在品牌设计领域展现出了巨大的潜力。在后续的研究中，我们将深入探讨这两款工具在纽强品牌视觉设计中的具体应用，希望为未来品牌设计领域的发展提供新的思路 and 参考。

4. AI 设计工具在品牌视觉设计中的实践应用

AI 设计工具在品牌视觉设计中的广泛应用不仅限于理论探讨，更在实际操作中展现出其强大的潜力。多个知名品牌已经成功运用了 AI 技术来提升其视觉形象和市场竞争力。例如，运动品牌 Nike、全球饮料巨头 Coca-Cola 以及科技公司 Apple 等，通过 AI 绘画和图像生成技术，创造了更具创意和吸引力的品牌视觉元素。

这些实践案例表明，AI 技术不仅能够提高设计效率和质量，还能够为品牌注入独特的个性化元素，使其在激烈的市场竞争中脱颖而出。随着 AI 技术的不断进步，越来越多的品牌开始采用 AI 设计工具，以实现其品牌形象的创新和升级。

在这种趋势下，纽强品牌也开始探索 AI 设计工具在其品牌视觉设计中的应用。作为一个专注于婴幼儿个人护理产品的品牌，纽强希望通过引入 AI 技术，提升其品牌形象，增强市场竞争力。以下章节将详细介绍纽强品牌的发展历程、品牌定位与理念，以及其在品牌设计中的需求和挑战。

4.1. “纽强”品牌概述

纽强品牌主要从事婴幼儿个人护理产品销售。自成立以来，纽强品牌就致力于提供高质量而又物有所值的产品，以满足不同消费者群体的需求。

随着市场竞争日益激烈和消费者需求日益多样化，纽强品牌逐渐认识到品牌形象和视觉设计在市场竞争中的重要性。因此决定对品牌视觉设计进行升级和优化。

纽强品牌的定位是“为婴幼儿提供安全高效的个人护理产品”，品牌形象以“安全、温和、专业”为核心价值。纽强品牌希望通过独特的设计提升品牌识别度和影响力，在市场上脱颖而出。

纽强品牌的理念为：专业、服务与尊重。专业性即依靠医学专家指导研发安全高品质的产品；服务即以用户需求为中心，提供贴心的服务；尊重即尊重每一个婴幼儿的需求，提供最合适的产品选择。

4.2. “纽强”品牌在品牌设计中的需求和挑战

建立独特的品牌形象。纽强品牌希望通过创新且独特的品牌设计来提升品牌识别度和影响力。因此，建立一个独特的品牌形象和视觉识别系统是关键。

传达品牌核心价值。通过品牌设计需要有效传达“安全、温和、专业”这三个核心价值，体现品牌为婴幼儿提供安全高效个护产品的品牌定位。得到年轻父母的认可。纽强品牌主要面向 0~3 岁婴幼儿及其年轻父母，品牌设计需要特别考虑如何吸引和满足这一年轻消费者群体。建立品牌信任。纽强品牌作为婴幼儿个护品牌，品牌设计需要适当展现品牌专业性，建立客户对产品质量和安全的信任。

5. 基于 AI 技术的“纽强”纽强品牌视觉设计

5.1. Midjourney 和 ChatGPT 在品牌设计中的应用流程设计

为实现纽强品牌视觉设计的升级与优化，本研究采用了先进的 AI 设计软件——ChatGPT 与 Midjourney。通过输入品牌关键词与设计需求，生成多种品牌设计方案。这些方案覆盖了不同设计风格与元素，为纽强品牌提供了丰富的选择。本文将根据纽强品牌定位与目标客户，运用 ChatGPT 生成多种关于品牌设计内容的方案，涉及标志设计、包装设计与 IP 形象设计。同时，使用 ChatGPT 进一步获得适用于 Midjourney 的关键词指令。在提取指令后，向 Midjourney 发起创作请求，设计出符合品牌理念的标志、包装、IP 等视觉元素。在此基础上，进行优化调整，借助 ChatGPT 与 Midjourney 的协同工具进行协作与反馈，以便更好地调整与完善品牌设计的细节与风格。最终选择最符合品牌个性的设计。

5.2. AI 技术在纽强品牌视觉设计的具体应用

5.2.1. 标志设计

本研究通过输入纽强品牌理念与定位，从 ChatGPT 中获取了两个 logo 设计方案(见表 1)。

方案一拟采用圆形或椭圆形的形状，象征全方位的护理与呵护。主色采用气质清新、安定可靠的蓝色系，辅色采用温和怡人的浅黄色与浅咖色系，让人联想到温和干净的婴儿房。字体选用简洁的圆体或波浪型字样，象征温和与安全。元素方面，考虑在 logo 内加入婴儿形象，以增加亲和力。整体风格以简洁优雅的线条与柔和的色调为主，营造出温馨和谐、高品质的品牌感受。

方案二拟采用一个圆润的 N 型形状，或者将 N 与纽扣、新芽图形结合。颜色主要使用紫色、蓝色、绿色，无其他多余元素。整体风格偏向未来感、科技感与创新感。

在与 ChatGPT 讨论设计方案后，进一步获得适用于 Midjourney 的关键词指令(见表 2)。将获取的方案一的关键词输入 Midjourney 后，生成了一系列的标志。通过不断地调整与优化(见图 1 与图 4)，最终获得了三张完成度较高的版本，分别为 logo A (见图 2)、logo B (见图 3)、logo C (见图 5)、logo D (见图 6)。

5.2.2. 包装设计

通过输入纽强品牌理念和定位，从 ChatGPT 获取了两个包装设计方案。

方案一采用扁平插画风格，配色主要是浅蓝色和黄色，利用大自然和婴儿等元素塑造温馨、活力、可爱、亲和力的氛围。

Table 1. Logo design proposal
表 1. 标志设计方案

logo 设计方案	方案一	方案二
logo 图形	圆形或椭圆形的形状	圆润的 N 字、N 与纽扣、新芽图形结合
logo 字体	简洁的圆体或波浪型字样	现代化的字体
logo 颜色	蓝色系 + 浅黄色与浅咖色系	紫色、蓝色、绿色
logo 元素	婴儿形象	无
整体风格	简洁优雅的线条与柔和的色调	未来感、科技感和创新感

Table 2. Key keywords for logo design proposal
表 2. 标志设计方案关键词

logo 设计关键词	方案一	方案二
关键词	flat vector graphic logo, Ovoid or elliptical shape, minimal, simple, Round, circular font, with a gradient of blue and yellow, baby profile, little sci-tech vibe, super cute, warm vibe	letter N logo, cute, round corner, Button/sprout shape, Completly cute font, super cute and round, curved edges, flat round typography, no shading detail, outline style, minimalist, minimal, simple, cute, round, with a gradient of blue, pink and green



Figure 1. Logo adjustment for proposal 1
图 1. 方案一标志调整



Figure 2. Logo A
图 2. Logo A

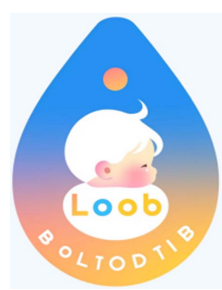


Figure 3. Logo B
图 3. Logo B



Figure 4. Logo adjustment for proposal 2
图 4. 方案二标志调整



Figure 5. Logo C
图 5. Logo C



Figure 6. Logo D
图 6. Logo D

方案二采用极简风格，配色主要是柔和的白色、浅蓝和浅黄色，同样采用婴儿等图形的元素，营造干净温和、安全无害的感受。

同标志设计一样，再和 ChatGPT 讨论出两个包装设计方案以及关键词指令(见表 3 和表 4)之后，将方案一、二的关键词输入 Midjourney，生成了两组风格迥异的包装图，同时通过不断的调整和调整(见图 7 和图 9)，并最终获取了六张完成度较高的包装设计，分别为包装 A、B、C、D、E、F (见图 8、图 10~14)。

Table 3. Packaging design proposal
表 3. 包装设计方案

包装设计方案	方案一	方案二
艺术风格	扁平插画风格	极简风格
配色	蓝色、黄色	蓝色、白色、黄色
元素	大自然、婴儿	婴儿

Table 4. Key keywords for packaging design proposal
表 4. 包装设计方案关键词

包装设计 关键词	方案一	方案二
关键词	light blue and yellow baby skincare cream, packaging bottle, packaging tube, a box, with a Gond art illustration on the bottles, a smiling child surrounding by flowers in the illustration, minimalist style, soft colors, Muji-style, fresh and natural style, soft white background, clean and minimalist design, soft lighting, minimalist style, and ultra high definition, editorial photography --no hair --ar 3:4 --q 2 --niji 5 --style expressive --s 750 --niji 5	pure white Baby side head silhouette onto the packaging, light blue and yellow baby skincare cream, packaging bottle, packaging tube, a box, strong contrast between the foreground and background, minimalist style, photography depth of field effect soft colors, Muji-style, fresh and natural style, soft white background, clean and minimalist design, soft lighting, minimalist style, and ultra high definition, editorial photography --ar 3:4 --q 2 --niji 5 --style expressive --style expressive --style expressive



Figure 7. Adjustment of packaging for proposal 1
图 7. 包装方案一调整



Figure 8. Packaging A
图 8. 包装 A



Figure 9. Adjustment of packaging for proposal 2
图 9. 包装方案二调整



Figure 10. Packaging B
图 10. 包装 B



Figure 11. Packaging C
图 11. 包装 C



Figure 12. Packaging D
图 12. 包装 D



Figure 13. Packaging E
图 13. 包装 E



Figure 14. Packaging F
图 14. 包装 F

5.2.3. IP 设计

通过输入组强品牌理念和定位，从 ChatGPT 获取了两个 IP 设计方案。

方案一计划将科技元素和婴儿形象结合，配色采用蓝色、黄色等柔和的颜色，IP 的性格聪明机智，风格具有一定的科技未来感，但同时又要保持可爱俏皮。

方案二将医生和婴儿的形象结合，采用白色和蓝色的配色，IP 性格可爱、天真同时又可以表现一定的专业性，采用极简风格，呈现可靠、安心、舒适的感觉。

具体操作仍然通过和 ChatGPT 的讨论获得两个 IP 形象设计方案以及关键词指令(见表 5 和表 6)之后，输入 Midjourney 关键词，生成了两组 IP 设计图，经过调整(见图 15 和图 18)，并最终获取了四张完成度较高的包装设计，分别为 IP A、B、C、D (见图 16、图 17、图 19、图 20)。

Table 5. IP design proposal
表 5. IP 设计方案

IP 设计方案	方案一	方案二
IP 元素	科技、婴儿	医生、婴儿
IP 配色	蓝色、绿色、黄色	白色、浅蓝色
IP 性格	聪明机智，关注宝宝的每一个细节	可爱、天真、温暖、专业
IP 风格	未来科技感、俏皮	极简、清新、可爱
品牌联系	为宝宝肌肤提供科技呵护，让宝宝拥有健康美丽的肌肤	突出品牌对宝宝肌肤的呵护和保护，传递品牌对宝宝肌肤的关爱和专业性

Table 6. Key keywords for IP design
表 6. IP 设计关键词

IP 设计方案 关键词	方案一	方案二
关键词	cute baby IP design for baby product, full body, big cute sparkling watery eyes, smiling, futuristic, adorable sci-tech body, C4D minimalist, metallic accessories, a gradient of sky blue and yellow, witty, smart, clear white background, blender renderer, super high detail, exquisite 3d effect, soft light, super high precision, perfect lighting, 8K, super clear, super noise reduction --ar 3:4 --q 2 --niji 5 --s 300 --style expressive --style expressive --style expressive --s 750 --niji 5 --style expressive	cute minimalist baby doctor IP design for baby product, full body, geometric shapes, C4D minimalist, big cute sparkling watery eyes, smiling, C4D minimalist, a gradient of sky blue and yellow, clear white background, blender renderer, super high detail, exquisite 3d effect, soft light, super high precision, perfect lighting, 8K, super clear, super noise reduction --ar 3:4 --q 2 --niji 5 --s 300 --style expressive --style expressive --style expressive --style expressive



Figure 15. Adjustment of IP design for proposal 1
图 15. IP 设计方案一调整



Figure 16. IP A
图 16. IP A



Figure 17. IP B
图 17. IP B

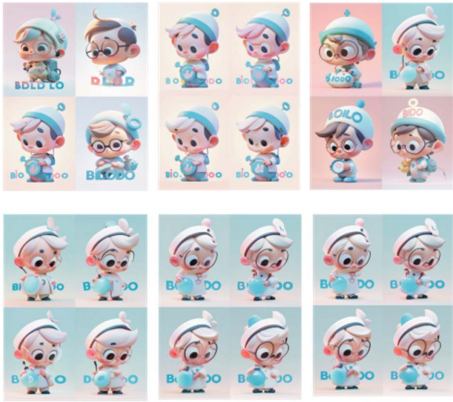


Figure 18. Adjustment of IP design for proposal 2
图 18. IP 设计方案二调整



Figure 19. IPC
图 19. IP C

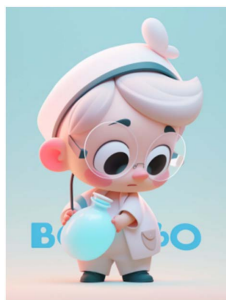


Figure 20. IPD
图 20. IP D

5.3. 分析和评估不同设计方案的优缺点

5.3.1. 标志设计方案分析

本研究通过 ChatGPT 和 Midjourney 等 AI 设计工具的协同作用,生成了四个标志设计方案,即 logo A、B、C、D。这些方案在传达品牌定位和特点方面存在差异。

Logo A 和 B 方案采用婴儿侧脸作为主要视觉元素,以此来传达品牌的核心定位,即婴幼儿用品或为儿童服务。婴儿侧脸具有较强的情感吸引力,有助于引起消费者的情感共鸣,促使他们与品牌建立情感联系。然而,这两个方案在传达品牌信息方面可能存在局限性,因为它们的视觉元素与品牌名称之间缺乏直接的联系。

Logo C 和 D 方案为字母“N”的变体,这个元素与品牌名称“Neochild”有很好的对应关系,能够很好地传达品牌的信息和特点。此外,这两个方案的设计简洁明了,易于识别和记忆。但科技感较强,较难让人联想到婴幼儿护肤品牌。

5.3.2. 包装设计方案分析

本研究借助 ChatGPT 和 Midjourney 等 AI 设计工具,生成了六个包装设计方案,即包装 A、B、C、D、E、F。这些方案在表现品牌特点和满足消费者审美需求方面表现不一。

包装 A 采用绘本插画风格,以婴儿为主形象,并加入花草树木等自然元素。这种设计风格表现出温馨、有趣且生动可爱的特点,有助于传达品牌的天然、健康属性。然而,这一风格可能过于低幼化,不完全符合成年人的审美需求。

包装 B 至 F 方案均采用极简风格,整体配色简洁干净,包装造型圆润。这些方案的设计简洁、干净,较好地符合成年人的审美需求。然而,这种极简风格可能使产品显得过于严肃、无趣,缺乏趣味性。

5.3.3. IP 设计方案分析

本研究通过 ChatGPT 和 Midjourney 等 AI 设计工具的协同作用,生成了四个 IP 形象设计方案,即 IP A、B、C、D。这些方案在传达品牌形象和吸引目标消费者方面具有各自的特点。

IP A 和 B 方案加入科技元素,形象简洁可爱,颜色鲜艳明亮,充满活力。这种现代化设计风格适合面向年轻父母的市场,容易吸引年轻父母的注意力。

IP C 和 D 方案则加入医生的元素,以医生形象呈现婴儿,使形象更具专业性、可信度。这种设计可以让消费者感到产品更加安全、可靠,增强产品的竞争力。

6. 基于 AI 技术的品牌设计优势与局限

AI 技术在品牌设计中具有提高设计效率、降低设计成本、创新性与个性化等优势。它可以大幅加快

创意生成和设计方案选取, 无需重复学习, 降低设计成本。通过大数据分析和生成式设计, AI 能够满足个性化需求。然而, AI 设计也面临协作问题、法律与伦理问题以及技术局限性等挑战。目前, AI 与人类设计师的协同创作尚需进一步发展, 且面临知识产权、数据隐私和算法歧视等问题。技术上, AI 缺乏对品牌精髓和设计意图的深刻理解, 设计方案表面化, 难以达到人类设计师的美感和艺术性水准, 对新奇创意响应不敏锐, 创新性有待提高, 且无法处理设计中的矛盾与不确定因素, 结果存在不可控性。此外, AI 系统存在“黑箱”问题, 设计过程不透明。综上, 虽然 AI 在品牌设计中展现出广阔前景, 但其与人类设计师的有效结合才能发挥最大效果。人类设计师需学习与 AI 协同合作, AI 系统则需在算法开放性、结果可解释性和系统可靠性方面不断提高。

7. 结论

本文通过纽强品牌视觉设计案例分析了 AI 技术在品牌设计中的具体应用与作用, 发现 AI 技术提高了设计效率和创新性, 降低了设计成本, 但也面临协作问题及法律与伦理问题等挑战。总体而言, 人工智能是品牌设计发展的重要动力, 但其与人类设计师的结合才能实现最佳效果。未来, AI 将在更高级的创意设计与语义理解上取得突破, 推动品牌设计全球化与个性化并行, 呈现丰富多元的发展态势。研究具有一定的局限性, 未来可扩大案例研究范围, 结合专家访谈, 分析 AI 与人类设计师协同设计的最佳模式, 并关注不同领域的 AI 应用, 获取更全面的研究结论。

注 释

文中所有图片均为作者自摄。

参考文献

- [1] Ruskov, M. (2023) Grimm in Wonderland: Prompt Engineering with Midjourney to Illustrate Fairytales. arXiv preprint, arXiv: 2302.08961.
- [2] Borji, A. (2022) Generated Faces in the Wild: Quantitative Comparison of Stable Diffusion, Midjourney and DALL-E2.
- [3] 濮子涵, 杨滨. 人工智能辅助技术在包装设计中的应用研究[J]. 包装工程, 2023, 44(12): 273-281.
- [4] 钟子薇, 吕祯. 人工智能技术在智能包装设计中的应用现状和未来发展趋势研究[J]. 上海包装, 2023(9): 22-24.
- [5] 朱家卉, 乔木. 人工智能辅助绘图(AIGC)在美妆产品包装设计中的应用[J]. 百花, 2024(2): 16-18.
- [6] 吴绍霞, 孙倩. AI 绘画在品牌视觉形象设计中的创意生成与实践研究[J]. 大众文艺, 2024(8): 31-33.
- [7] 苏晓梅. AI 绘画工具 Midjourney 对智能产品设计的影响[J]. 科技创新与应用, 2024, 14(13): 116-119.
- [8] 刘艳红. 生成式人工智能的三大安全风险及法律规制——以 ChatGPT 为例[J]. 东方法学, 2023(4): 29-43.
- [9] 严驰. GPT4 发展中的若干问题及其规制方案[J]. 信息安全研究, 2023, 9(6): 510-517.