Service Science and Management 服务科学和管理, 2026, 15(6), 1065-1071
Published Online November 2026 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ssem
https://doi.org/10.12677/ssem.2026.156125

Hans汉斯

新媒体视觉设计在档案资源推广与管理中的应用探析

许　昊

长春市军队离休退休干部同光路休养所，吉林 长春

收稿日期：2026年10月4日；录用日期：2026年10月26日；发布日期：2026年11月9日

摘　要

新媒体环境下，视觉设计已成为推动档案资源推广与管理创新的重要手段。本文以馆藏数字档案资源为核心研究对象，依托视觉传达、共情传播、媒介逻辑与数字叙事四种理论，系统分析了档案新媒体视觉设计的应用现状与突出问题，构建了涵盖海报设计、图文排版、信息可视化、短视频包装及平台界面设计等形式的应用体系。研究发现，当前档案新媒体视觉设计主要面临两层困境：一是内容表达层面，视觉风格单一且通俗性与专业性失衡；二是支撑保障层面，创作思路与传播模式固化，加之管理流程不规范、复合型人才短缺。针对这两层问题，本文提出分层应对策略：在内容表达层面，以创新设计理念突破风格固化，平衡专业性与通俗性；在支撑保障层面，以打造多元传播模式、规范运营管理制度、培育复合型人才三项举措协同发力，旨在通过视觉设计助力档案资源的高效推广与规范化管理。

关键词

新媒体视觉设计，档案资源推广，档案管理

Analysis of New Media Visual Design Application in Archival Resource Promotion and Management

Hao Xu

Changchun Military Retired Cadres Tongguang Road Sanatorium, Changchun Jilin

Received: October 4, 2026; accepted: October 26, 2026; published: November 9, 2026

Abstract

In the new media environment, visual design has become an important means to promote innovation

文章引用: 许昊. 新媒体视觉设计在档案资源推广与管理中的应用探析[J]. 服务科学和管理, 2026, 15(6): 1065-1071.
DOI: 10.12677/ssem.2026.156125

in archival resource promotion and management. Taking digital archival resources in collections as the core research object, and relying on four theories: visual communication, empathic communication, media logic and digital narrative, this paper systematically analyzes the application status and prominent problems of visual design for archival new media, and constructs an application system encompassing poster design, graphic layout, information visualization, short video packaging and platform interface design. The study finds that current archival new media visual design mainly faces two levels of difficulties: first, at the content expression level, visual styles are monotonous and the balance between popularity and professionalism is disrupted; second, at the support and guarantee level, creative approaches and communication models are rigid, compounded by irregular management processes and a shortage of interdisciplinary talents. In response to these two layers of problems, this paper proposes stratified countermeasures: at the content expression level, break through style rigidity with innovative design concepts and balance professionalism with popularity; at the support and guarantee level, coordinate three measures: developing diversified communication models, standardizing operational management systems, and cultivating interdisciplinary talents, so as to facilitate the efficient promotion and standardized management of archival resources through visual design.

Keywords

New Media Visual Design, Archival Resource Promotion, Archives Management

Copyright © 2026 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. 绪论

1.1. 研究背景及意义

在数字中国、智慧社会等战略推动下，档案工作加速向数字化、智能化转型。新媒体的交互性、时效性与多点扩散特征，深刻改变了信息传播格局与公众阅读习惯。据统计，截至 2024 年 12 月，我国短视频用户规模已达 10.40 亿人，占网民整体的 93.8% [1]。档案作为国家与民族历史记忆的重要载体，兼具学术价值与公共文化认同功能，如何借助新媒体实现档案资源的有效推广与规范管理，已成为档案领域的重要议题。

视觉传播时代下，信息获取方式发生显著转变。视觉设计通过色彩、形态、空间等元素的组合，将抽象概念转化为具象视觉形式，引发受众感知与情感共鸣。将视觉设计融入档案推广与管理，有助于提升传播效果、塑造机构现代化形象、增强公众文化认同。

然而，当前档案领域在新媒体视觉设计应用方面仍存在两个层面的突出问题。一方面，视觉设计风格单一且缺乏机构特色，在历史文献档案、老旧声像档案的传播中难以平衡通俗性与专业性，导致传播吸引力与信息准确性难以兼得。另一方面，创作思路较为固化，传播模式缺乏多元化布局，加之运营管理制度尚不规范、复合型专业人才储备不足，制约了档案新媒体视觉设计的长效发展。因此，系统探讨新媒体视觉设计在档案资源推广与管理中的应用策略，具有重要的理论价值与实践意义。

1.2. 研究思路与研究方法

本文遵循“理论梳理–现状分析–问题诊断–对策构建”的研究逻辑，综合运用文献分析法、案例分析法与跨学科分析法。研究首先从新媒体、视觉设计、档案数字化管理三个领域入手，通过系统梳理

相关文献，界定核心概念并构建研究的理论基础[2] [3]。在此基础上，选取国家档案局、中国第一历史档案馆及部分省级档案馆(如甘肃省档案馆)的新媒体账号作为案例样本，对其 2025 年度发布内容进行跟踪观察与内容分析，剖析当前档案机构在新媒体平台的视觉设计应用状况及存在的主要问题[4]。进一步地，本研究将视觉传达理论、共情传播理论与媒介逻辑理论相融合，探讨视觉设计在档案工作中的具体应用形式及其作用机制[5]。最后，基于档案新媒体视觉设计两层困境，从创作思路、传播模式、管理制度与人才培养四个维度提出针对性的优化对策[6]。

2. 相关概念与理论基础

2.1. 核心概念界定

新媒体是依托数字技术、网络通信技术，以手机、电脑等终端为载体，向用户提供信息与文娱服务的新型传播形态。其核心特征在于交互性、即时性与多点扩散性，能够实现信息的双向流动与多级扩散传播[7] [8]。

视觉设计是一种借助可视化符号完成信息传递与意义构建的活动。它通过对颜色、造型、空间布局等要素的调配与组合，将原本抽象的想法或情感转化为直观可见的视觉语言。从结构上看，视觉设计包含所传信息、呈现方式、传递渠道三个基本层面，其最终目的是让信息更易于理解并实现广泛传播，从而提升受众的信息获取效率与认知深度。

档案新媒体管理，是指档案机构借助新媒体平台开展资源开发、服务传播的系统性工作，具体包括内容策划、视觉呈现、平台运营、用户互动等环节。这表明，档案工作的重心正在发生转移——不再将保存作为唯一目标，而是更加侧重开发利用，围绕公众的真实需要来组织和提供相关服务。

2.2. 基础相关理论

视觉传达理论是视觉设计领域的核心理论框架，关注信息的组织与呈现，强调视觉内容的连贯性与节奏感。该理论包含信息、形式、媒介三大要素，三者共同构成视觉传达的完整过程。在数字时代背景下，视觉传达呈现出多元化、立体化、交互化等新特征[9]，为档案数字展览、短视频传播等实践提供了理论指导。

共情传播理论强调通过触动用户情感、促成价值认同与行为接纳来增强传播效果。该理论通过对信息的有效传递与深度共享，使公众产生情绪感染与情感共鸣[10]，为档案短视频创作中情感元素的挖掘与表达提供了方法论支撑。

媒介逻辑理论认为，媒介按照自身逻辑和标准参与社会事务，是凭借正式与非正式的规则分配物质性和符号性资源的独特方式[11]。引入该理论有助于档案工作者正视新媒体环境下的传播规则变迁，主动适应并把握媒介逻辑，以实现档案数字化传播的高质量发展。

数字叙事理论强调通过有序话语构建事件序列，将档案资源转化为可感知、可体验、可交互的叙事内容。该理论是叙事学理论与档案学交叉融合的产物，突破了传统档案利用以信息检索和史料展示为主的单一模式，为档案资源的创意开发提供了新的理论视野[12] [13]。

2.3. 视觉设计融入档案工作的必要性

从实践应用层面来看，将视觉设计引入档案领域具有三方面重要价值。

第一，帮助公众更轻松地理解档案内容。档案资料本身通常带有较强的专业属性，语言表述也相对正式、抽象，普通用户在面对这些材料时往往感到不易进入。借助视觉化手段，将原本复杂的文字信息转化为图形、色彩、结构等更直观的呈现方式，能够有效降低阅读与理解过程中的障碍，使更多不具备

专业背景的人也能顺畅地获取档案所传递的知识与信息。

第二，增强档案内容对受众的情感吸引力。相较于单纯的文字叙述，视觉形式天然具备更强的表现力和感染力，能够更快地调动人的注意力与情绪反应。通过合理的视觉设计，原本静态、严肃的历史记录可以被赋予更多温度，使公众在观看过程中产生心理上的贴近感与认同感，从而完成从“知道”到“感受”的转变。

第三，助推档案机构塑造良好的社会形象。一套标准统一、风格鲜明且易于识别的视觉系统，有助于档案馆在公众心中建立稳定、专业的印象认知。长期以来，档案工作给人的印象偏于保守和内敛，而视觉设计的系统化应用，恰好可以成为推动其走向开放、增强社会互动的重要抓手，逐步提升档案机构在公共文化服务体系中的可见度与影响力。

3. 当前应用现状及现存问题

3.1. 新媒体下档案资源推广发展现状与视觉设计应用情况

截至 2025 年底，档案新媒体平台布局呈现以下特征。据陆阳、葛泽钰(2024)基于清博大数据平台的统计，经官方机构认证的档案微信公众号共 596 个，可概括为总量约 600 个[11]。其中“甘肃档案”微信公众号年度阅读量达 37.3 万次，该数据源自甘肃省档案馆 2025 年度公开述职报告[14]。微信视频号成为档案新媒体布局的新增长点，国家档案局视频号全年推送视频 121 条，中国第一历史档案馆“皇史宬”视频号自 2024 年 10 月开通至 2025 年 8 月已发布 19 条视频，其中 8 条单条播放量破万[8]。

从内容形态看，档案传播正从静态图文转向动态视频化。如中央档案馆《红色档案》微纪录片、苏州中国丝绸档案馆数字叙事探索，均体现了这一趋势。但整体传播影响力仍有限。陆阳、葛泽钰(2024)通过 WCI 指数、BCI 指数及短视频影响力评价体系考察后指出，我国档案社交媒体整体影响力不高，档案信息传播范围有限；档案微信公众号在横向竞争中表现堪忧，竞争力不足；档案短视频这类新媒介实践表现更是不容乐观[11]。

在视觉设计应用方面，主要体现在馆藏声像档案、历史文献档案、数字化电子档案的数字展览、图文呈现、短视频包装、文创设计四个方向。总体来看，视觉设计应用仍处于初级阶段。苗云芳、唐思慧(2022)指出，档案部门在新媒体宣传布局上具有碎片化特征，宣传形式上同一化程度较高；罗宝勇、吴一诺(2020)也指出，档案文创产品推广多停留在传统线下宣传，相关信息未能有效投放到公众社交平台[5] [6]。

3.2. 现存主要问题

3.2.1. 视觉设计风格单一，通俗性与专业性失衡

当前档案文创产品的开发内容同质化倾向较重，宣传形式上同一化程度较高[5]，既缺乏适配馆藏档案资源的鲜明品牌特色，也难以在通俗性与专业性之间找到有效平衡。具体而言，部分机构沿用传统的公文格式化视觉呈现，难以适配大众尤其是吸引年轻群体对历史文献、老旧声像档案的认知和阅读需求；另一些则盲目模仿商业账号的视觉形式，忽视了档案文化应有的严肃性与权威性。在档案数字展览方面，同样存在展陈形式单一、审美表达浅表化的问题。

进一步分析可知，从媒介逻辑理论视角来看，这种公文格式化的视觉呈现遵循的是行政系统的正式规则，而社交媒体平台则遵循非正式、互动性、情感化的传播逻辑，两者之间存在根本性冲突[11]。在内容处理上，一些机构为追求“接地气”而过度简化档案信息，造成内容失真或档案信息的完整呈现受到影响；另一些则过于强调专业表述，使视觉呈现枯燥乏味，难以引发公众兴趣。本文认为，这种失衡状态反映出档案工作者在视觉内容创作中对“度”的把握尚不成熟，缺乏系统的理论指导与实践经

验支撑。

3.2.2. 管理流程不规范，专业人才储备不足

当前档案新媒体管理主要存在两方面突出问题。在管理流程层面，部分档案机构缺乏规范的视觉内容审核机制，对图片版权、字体使用等法律风险的管控明显不足，网络空间传播的监管失衡也使档案信息面临信息污染[9]。同时，由于缺少统一的视觉设计标准，不同平台、不同时期发布的内容风格参差不齐，难以形成稳定的品牌形象[5]。此外，用户评论与反馈的响应机制尚不健全，互动效果整体欠佳，存在互动功能不足、回应不及时等问题[4]。

在人才储备层面，档案工作者多具备扎实的文献与史料素养，但在艺术表达与媒介运营方面相对薄弱；艺术创作者虽具表现与审美能力，却对档案学规范与文化内涵把握不足[15]。这种“通档案业务者不善视觉表达，擅视觉设计者不懂档案规范”的专业割裂状态，在一定程度上影响了视觉设计与档案内容的有效融合。从人才机制来看，档案机构在引进、培养与激励方面的制度建设尚不完善，难以吸引和留住复合型专业人才[15]。

4. 新媒体视觉设计在档案工作中的应用形式与作用

4.1. 主流视觉设计应用形式

海报设计是馆藏档案资源新媒体宣传的常用形式之一。通过图形、色彩、文字的有机组合，海报能够在短时间内传递核心信息并吸引公众注意。优秀的海报注重档案元素的符号化提炼，可借鉴文创领域的视觉营销经验，将档案特征转化为具有冲击力的图形语言[5]。

推送内容的版式设计与头图制作是档案新媒体运营的基础。合理的版式需关注字形字号、行间距、图文配比，以构建清晰的阅读层次；头图采用图文叠加并植入关键词，可提升视觉吸引力。数据可视化能将复杂档案信息转换为图表、时序图，便于受众把握时间线索与空间分布。视频短片的视觉包装涉及开场结尾、文字呈现、转场节奏及色调选择，统一包装可增强作品辨识度。各类数字平台的界面设计应贯彻用户中心理念，注重导航明确性、操作流畅度及视觉舒适感，在线上展览中还需将界面布局与空间叙事相融合，营造沉浸式氛围。

4.2. 视觉设计对档案资源推广与新媒体管理的双重作用

视觉设计对档案资源推广的积极作用体现在四个方面。第一，提升信息吸引力，使档案内容从海量资讯中脱颖而出。第二，增强内容可理解性，通过视觉化呈现减轻受众认知负担，留下更持久的印象。第三，触发情感反应，推动用户主动点赞、评论、转发，实现多级扩散传播。从共情传播理论来看，视觉元素中的色调、构图等能够有效激发用户的情感共鸣[10]。第四，助力机构形象建设，以统一规范的视觉风格强化公众辨识度，扩大社会影响力。

视觉设计对档案新媒体管理同样具有助推作用。在标准化方面，制定封面、排版、视频包装等规范可降低内容生产的随意性，提高质量一致性[6]。系统化方面，统一的视觉识别系统能确保多平台内容风格一致，形成传播合力[7]。数据化方面，对不同视觉方案的效果数据进行对比分析，可识别用户偏好并指导设计优化。制度化方面，规范图片使用、字体授权等制度有助于降低法律风险，保障运营合规性。

5. 优化应用与完善管理的具体对策

5.1. 创新创作思路，打造多元推广传播模式

针对视觉设计风格单一的问题，本文提出档案类新媒体视觉设计可从三个方面加以提升——“内容

保真、叙事有魂、形式趋新”。视觉设计应在准确传递档案原始信息的前提下，注重从档案中提炼人物、事件等叙事要素，构建富有情感张力的故事框架。在表现手法上，应与当下审美趋势相契合，针对不同平台特征实施差异化设计：微信公众号适合深度图文编排，短视频平台则适合快节奏、强视觉冲击力的内容。同时，建立视觉设计“素材资源库”与“模板工具库”，提升内容生产的规范性与效率。

针对通俗性与专业性失衡的问题，应从单一平台运营转向多平台矩阵化布局，构建“平台协同、内容分层”的传播体系。在传播策略上，应强化情感叙事与用户参与的融合，通过个体视角、细节再现等方式增强代入感与共鸣度，并积极推动用户参与内容共创。此外，可探索跨机构协作机制，整合博物馆、图书馆等公共文化机构资源，形成传播合力，实现档案视觉内容的有效覆盖与个性化服务。

5.2. 规范运营管理制度，培育复合型专业人才

针对管理流程不规范的问题，笔者认为应从三个方面健全运营管理制度。第一，建立视觉设计标准体系。建议档案机构构建包含 Logo 规范、标准色与辅助色、专用字体、版式网格系统、图片使用指南等在内的“档案机构视觉识别系统(VI)基础框架”，并明确其在海报设计和公众号推文中的具体应用参数，如头图尺寸、标题字号、图文间距等。第二，完善内容审核与发布流程，构建从“选题构思、视觉呈现、合规审查、内容推送、效果追踪”的闭环管理机制。审核环节除常规的版权、字体授权检查外，还应特别关注档案信息的解密审核、个人隐私保护及历史表述准确性等问题，建议建立由档案业务人员与新媒体运营人员共同参与的联合审核机制。第三，建立数据驱动的效果评估与反馈机制，定期分析阅读量、互动率等指标，将数据洞察转化为设计优化依据，同时重视用户反馈，建立响应机制以增强用户参与感。

为应对专业人才储备不足的问题，应从引进、培养、激励三个维度协同发力。在人才引进方面，突破专业壁垒，积极吸纳视觉传达、数字媒体等专业背景人才，可通过项目聘用、柔性引才等方式注入外部专业力量。在人才培养方面，建立“内培外训”相结合的能力提升机制，对内开展视觉设计、新媒体运营等专题培训，对外与高校合作开展系统学习。可借鉴“项目制”培养模式，由档案业务人员与视觉设计人员组成临时项目组，在具体的海报设计、短视频制作任务中实现知识互补。在人才激励方面，建立以传播效果为导向的绩效考核机制，将用户增长量、互动率等纳入考核体系，营造鼓励创新的团队文化。

6. 结论与展望

6.1. 研究总结

本文聚焦馆藏声像档案、历史文献档案、数字化电子档案，以新媒体视觉设计赋能档案资源推广与规范化管理为核心研究主题，梳理了视觉传达、共情传播、媒介逻辑及数字叙事四种理论的核心观点，结合行业调研现状，系统剖析了档案新媒体视觉设计的应用状况与两层核心突出问题，并探讨了海报设计、图文排版、信息可视化、短视频包装、界面设计等适配三类档案的主流视觉应用形式及其双重价值，最后针对现有问题从创作思路、传播模式、管理制度、人才培养四个维度构建了完整的优化对策体系。

研究发现，视觉设计在档案资源推广方面的价值主要体现在提升信息吸引力、增强内容可理解性、触发用户情感共鸣、助力机构品牌建设四个方面。在档案新媒体管理层面，视觉设计的标准化、系统化、数据化、制度化，有助于规范内容生产流程、实现多平台协同运作、优化运营决策效率、强化法律风险管控。当前面临的主要问题包括：视觉风格单一且缺乏特色、通俗性与专业性失衡、运营管理流程不够规范、复合型专业人才储备不足等。

本文的理论贡献有以下三点。一是将视觉传达、共情传播与媒介逻辑理论引入档案新媒体研究，拓

展了学科理论视野；二是构建了涵盖多种视觉形式的档案视觉设计应用体系；三是提出了从创作、传播、管理到人才的系统性优化路径，为档案新媒体视觉设计实践提供了参考框架。

6.2. 行业未来发展展望

随着人工智能、虚拟现实等技术的持续成熟，档案新媒体视觉设计迎来了更广阔的发展空间。一方面，智能生成技术将辅助完成素材处理、脚本撰写等基础工作，使档案人员更专注于创意策划与价值把关。另一方面，沉浸式技术将推动档案传播从视觉接收逐步过渡为沉浸感知，虚拟展厅、互动叙事等新形态将不断涌现。在数字叙事方面，未来视觉设计将更加注重用户参与和协同创作，依据用户偏好的定向推送、基于交互行为的动态内容生成等智能服务将成为可能。档案机构也将从被动的信息提供者，逐步转变为主动的知识服务者，为用户带来更精准、更具温度的文化体验。

在管理层面，档案新媒体视觉设计将向规则统一化、流程标准化、手段智慧化方向持续迈进。通过建立行业统一的视觉设计标准与效果评估体系，推动运营模式由人工经验主导逐步过渡到数据依据支撑。同时，跨机构、跨行业的协同合作将更加紧密，逐步形成档案文化传播的生态共同体。总体来看，视觉设计将在档案事业数字化转型进程中发挥日益重要的作用，成为连接档案与社会公众的核心媒介。档案工作者应主动顺应这一趋势，持续提升自身的设计能力与新媒体素养，推动档案文化在数字时代得到更好的传承与弘扬。

参考文献

[1] 中国互联网络信息中心. 第 55 次中国互联网络发展状况统计报告[R]. 北京: 中国互联网络信息中心, 2025.
[2] 王兰成, 刘晓亮, 黄永勤. 论互联网新媒体档案信息资源的建设与服务[J]. 档案与建设, 2014(1): 18-22+68.
[3] 王兰成. 新媒体环境下数字档案管理新技术发展与应用[J]. 中国档案, 2017(1): 64-66.
[4] 官彬. 动画视频档案管理及传播研究[J]. 档案管理, 2021(2): 42-43.
[5] 苗云芳, 唐思慧. 基于 4I 理论视角的档案文创产品新媒体宣传推广策略研究[J]. 北京档案, 2022(12): 29-31.
[6] 罗宝勇, 吴一诺. 基于 5W 传播模式的档案文创产品社交媒体推广策略研究[J]. 北京档案, 2020(1): 15-19.
[7] 郭晓玲. 新媒体环境下档案文化资源的创意开发与传播研究[J]. 山西档案, 2026(1): 104-106+110.
[8] 赵伟. 新媒体环境下档案文化传播的创新路径研究[J]. 参花, 2025(36): 117-119.
[9] 高芮. 视觉传播语境下数字档案信息传播研究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 南昌大学, 2021.
[10] 赵建国. 论共情传播[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2021, 43(6): 47-52.
[11] 陆阳, 葛泽钰. 媒介逻辑视角下档案数字化传播的困境审思与发展进路[J]. 北京档案, 2024(7): 10-15.
[12] 黄建. 数字叙事理论在档案文化传播中的创新应用[J]. 山西档案, 2026(1): 83-85.
[13] 王娜. 档案数字叙事的基本逻辑与运行模式[J]. 山西档案, 2025(12): 30-32.
[14] 甘肃省档案馆. 8 岁兰台“显眼包” 2025 年度述职[EB/OL]. 2026-02-06. https://www.cngsda.net/gjdt/49415.jhtml, 2026-07-02.
[15] 罗蓉. 美学视域下档案文化传播路径的时代探赜[J]. 鞍山师范学院学报, 2025, 27(6): 107-112.