

卡丽亚×羡慕：杜鹃用AIGC打开家居生活新场景

- ◆ 品牌名称：卡丽亚×羡慕
- ◆ 所属行业：家居
- ◆ 执行时间：2025.03上线
- ◆ 参选类别：AIGC 视频





背景&目标

在家居行业同质化竞争加剧的当下，传统广告多聚焦产品功能展示，难以在情感层面与消费者建立深度连接。慕思集团旗下的卡丽亚&羡慕品牌亟需突破传统营销框架，**既要传递品牌高端、精致的家居美学，又要让消费者感知到“时尚与舒适”**。恰逢双品牌战略升级节点，品牌希望通过官宣代言人的契机，强化品牌的差异化定位，**通过内容引发消费者对理想家居生活的情感共鸣。**





洞察&创意

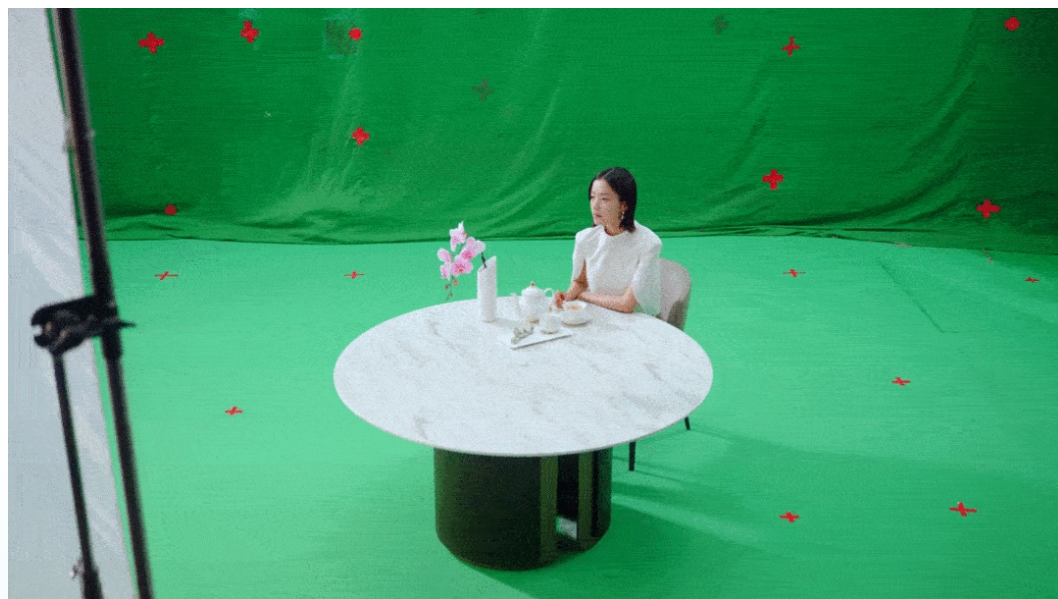
洞察发现，当代消费者对家的需求已从“物理空间”升级为“**情感载体**”——人们不仅追求家居产品的功能与美观，更渴望家能成为与自我契合的舒适场域，向往松弛的家居生活体验。**而传统的家具广告往往聚焦于产品特写**，把家简化成了家具的堆砌场，却忽略了人们内心深处对“家”的想象。





洞察&创意

因此，我们区别于传统家居广告的拍摄手法，**创新性采用实景拍摄+AIGC技术的方式**，融人、物、景于一体，打破现实边界，将家居场景从室内延伸至自然，使观众能够身临其境地代入其中，强化**“所见即所感”**的代入感。



实景拍摄

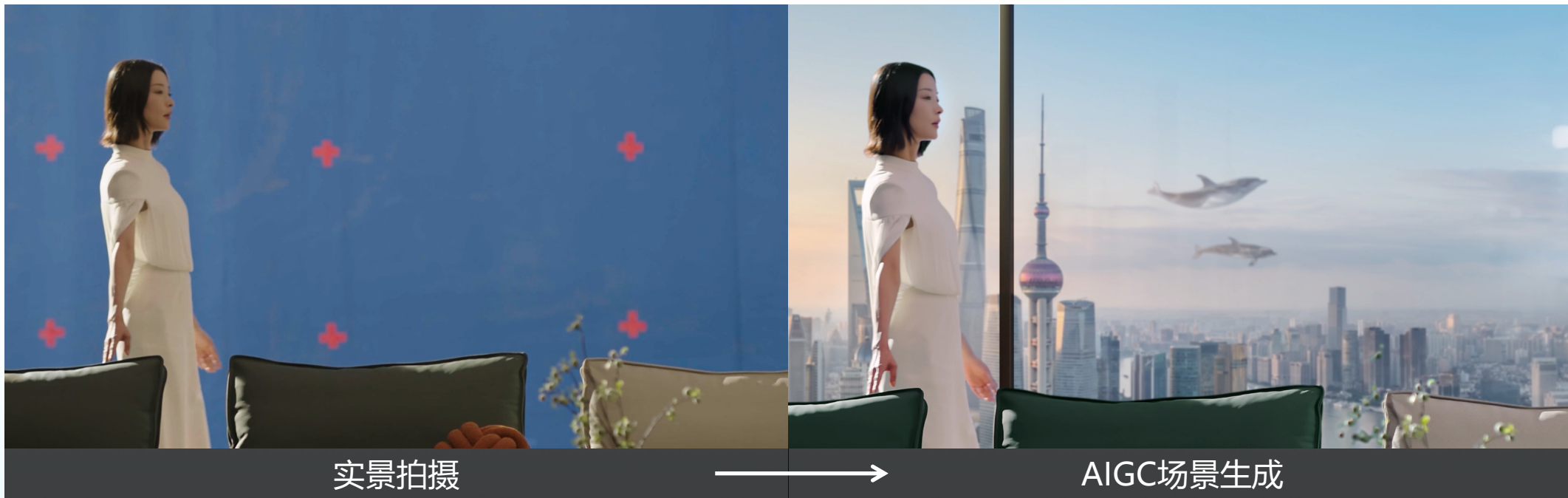


AIGC场景生成



创作过程

本作品的创作核心围绕**AIGC场景生成技术展开**，结合家居行业的视觉表达需求，选用了适配“人物实景+虚拟场景融合”的专业AIGC场景创作工具。在AIGC技术的辅助下，我们把家安放于广阔的天地自然当中，**代言人杜鹃以松弛而充满张力的状态穿梭于AI场景当中**，突破了代言人在家居广告中“产品硬植入”的传统模式。





创作过程

在创作过程中，我们首先**借助 Midjourney 生成场景调性参考**，随后**通过 Stable Diffusion 完成人物骨架绑定与深度图制作**。为精准契合中文语境下的画面表达，我们**引入即梦工具**——例如影片中杜鹃“坐于群山之间”的场景，即梦能生成更贴合中国山水意蕴的画面；而对于杜鹃“在海上徜徉”的画面，则通过**海螺AI**营造出了真实细腻的海浪氛围。最后**借助 ComfyUI 自建工作流**，对成品图进行修复与高清化处理，确保最终画面的精致质感。





创作过程

在创作流程中，**AI工具主要用于前期调性风格定位与后期背景合成的工作**，人工创作则围绕关键环节深度参与：一方面协同搭建前期调性方向，为风格定位提供核心思路；另一方面基于AI生成的素材，开展二次整合与精细化合成处理，确保内容呈现更贴合需求。AI工具与人工在创作中的内容**占比约为 5:5**，而整个流程的核心，在于搭建适配项目需求的**专属 Prompt 体系**，以此确保输出画面的调性统一，进而提升创作效率与内容准确性。



实景拍摄

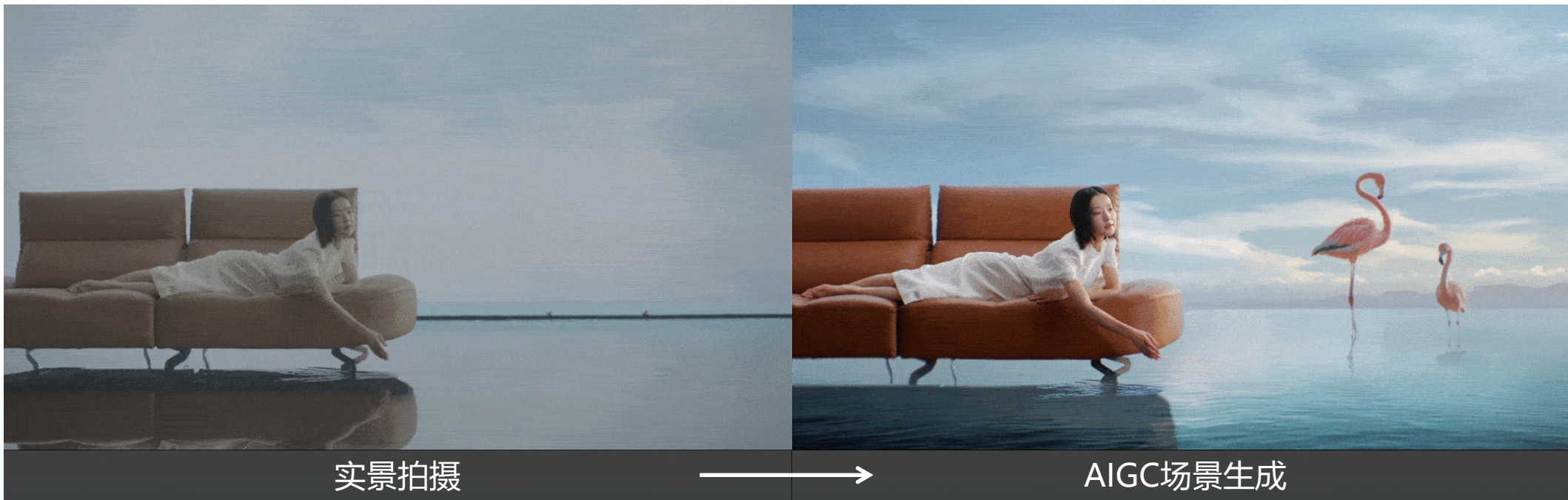


AIGC场景生成



创作过程

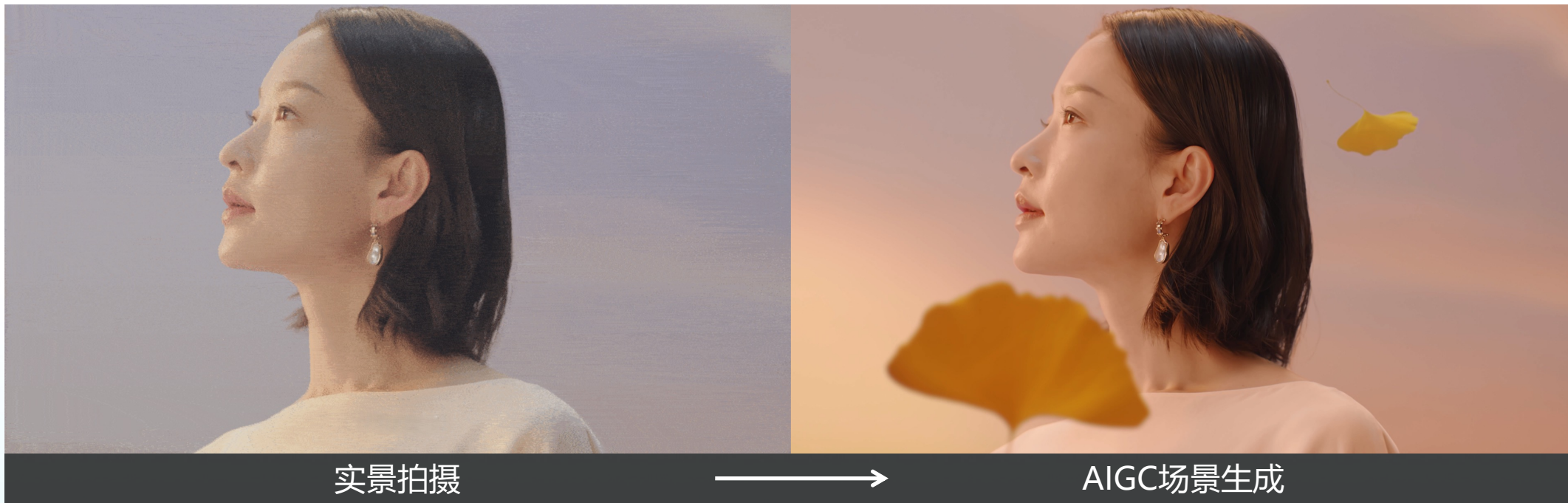
创意点01: 创新性地使用**实景拍摄+AIGC**的方式, 让代言人杜鹃在虚拟自然场景中的互动呈现“虚实无界”的流畅感, 突破了家居广告中“产品硬植入”的传统模式, **用AIGC赋予内容和观众更强的沉浸感。**





创作过程

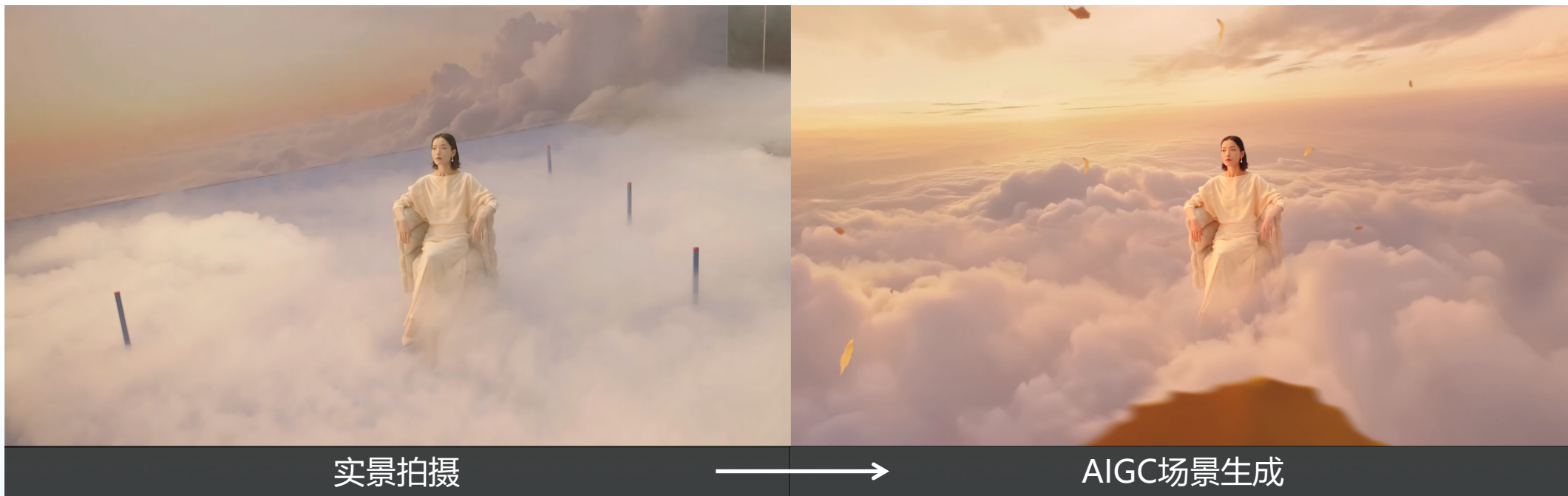
创意点02：把家搬到广阔的自然想象空间里，丰富“舒适”的场景表达。当代消费者对“家”的需求已从“物理空间”升级为“情感载体”，向往松弛的家居生活体验。在AIGC技术的辅助下，我们把家安放于广阔的天地自然当中，让技术服务于“家的完整想象”，**给观众打造了一场身临其境的视觉体验。**





创作过程

创意点03: 以杜鹃“清冷时尚气场+松弛生活态度”为纽带，将AIGC生成的场景与品牌理念、代言人特质形成**三维联动**，使品牌信息的传递从单向灌输变为**情感渗透**，既保留了AIGC技术的新鲜感，又强化了内容的记忆点与说服力。





案例视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://v.qq.com/x/page/m30932k29hb.html?url_from=share

效果&反馈

项目通过线上线下多渠道发布后，取得显著成效。品牌“321陪伴计划”**全域总曝光8500万+**，**全域总互动400万+**，并在**微博、抖音、小红书、视频号**等各大APP花式刷屏出圈。**抖音平台相关话题浏览量7300万+**，引爆社交热潮，吸引用户广泛关注，使品牌曝光度和口碑双双提升。



抖音霸屏官宣，高位热搜引爆出圈