

本科答辩

基于AI技术构建的奢侈品平面广告生成 workflow

A WORKFLOW FOR GENERATING HIGH-END LUXURY PRINT
ADVERTISEMENTS BASED ON AI TECHNOLOGY

 答辩学生：欧瀚杰  指导老师：龙思薇 吴浚诚

中国传媒大学毕业设计

目录

01 选题的背景意义

Background significance of the topic

02 研究方法与过程

Research method and process

03 研究成果与展示

Research results and presentation

04 论文总结与致谢

Paper summary and acknowledgments

01

选题的背景意义

“大部分杂志的广告都是以一目了然的图片为主题，以简洁的文字信息解释配合，既清晰明了又给予读者自我想象的空间，达到将广告做成资讯的效果，不知不觉中接受了广告信息”

Background significance of the topic

选题的背景意义

Background significance of the topic

奢侈品牌线上广告需求增加



据麦肯锡《2024全球奢侈品报告》，2025年奢侈品线上销售占比将达30%。奢侈品品牌在线上投放广告的比重也将逐步增加，其广告形态也从大版面、大尺寸的印刷图片转向更适合手机、pc等终端的电子图片广告。同时，奢侈品品牌在微博、知乎等线上平台发布内容的增加，也使得品牌方需要使用更多的图片素材。

奢侈品图片难以巨量产出



传统的奢侈品宣传图制作周期长、成本高（“单组照片平均1.5万-2万美元，耗时2-3周”），难以满足大量个性化的图片需求。诸如香奈儿等大公司大品牌拥有雄厚的资源积累，即便能够用传统的摄影方式解决这一需求，也并不是可供其他新兴奢侈品公司能够参考的方法。

需要新方法提升奢侈品图片的产出



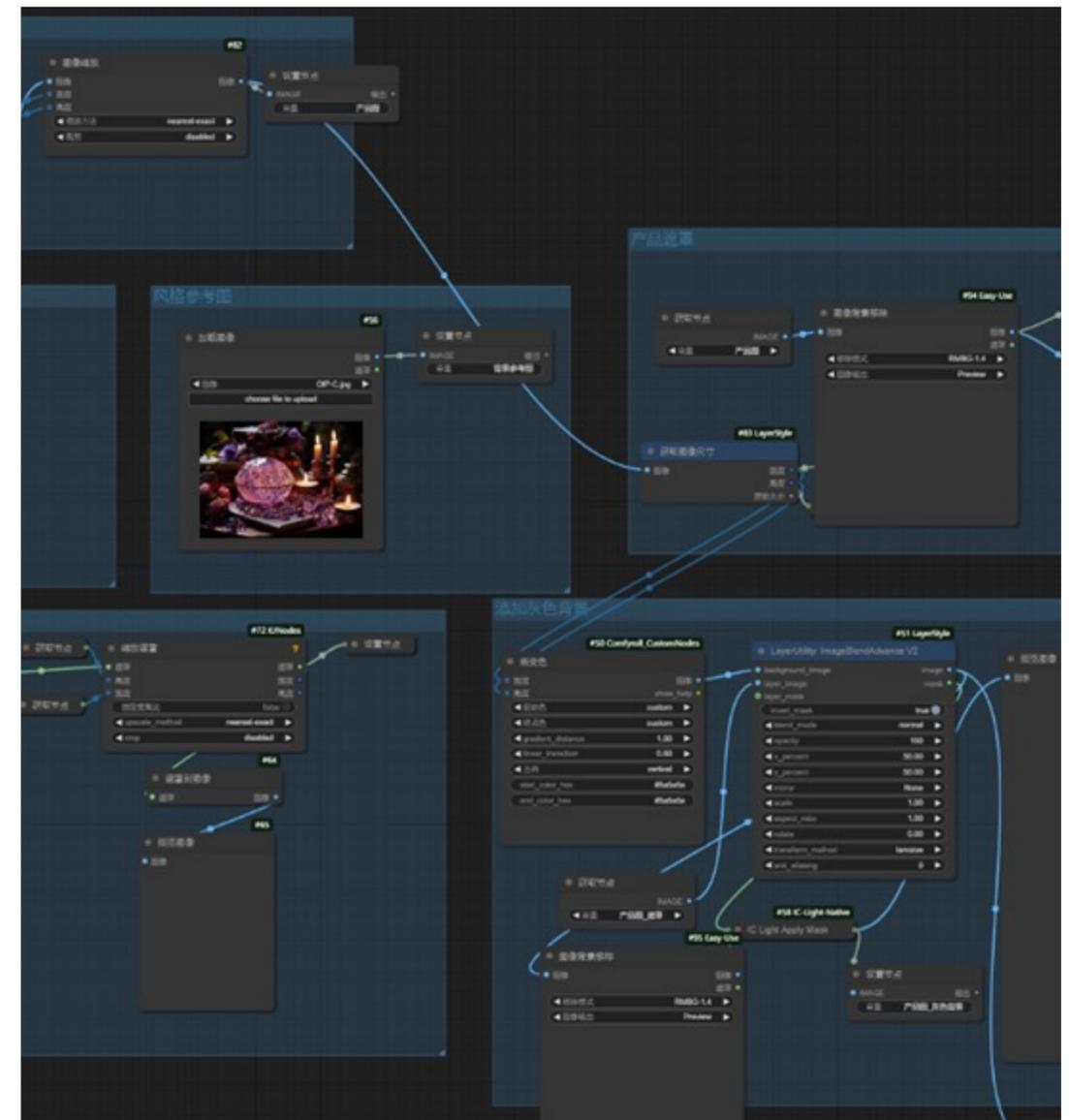
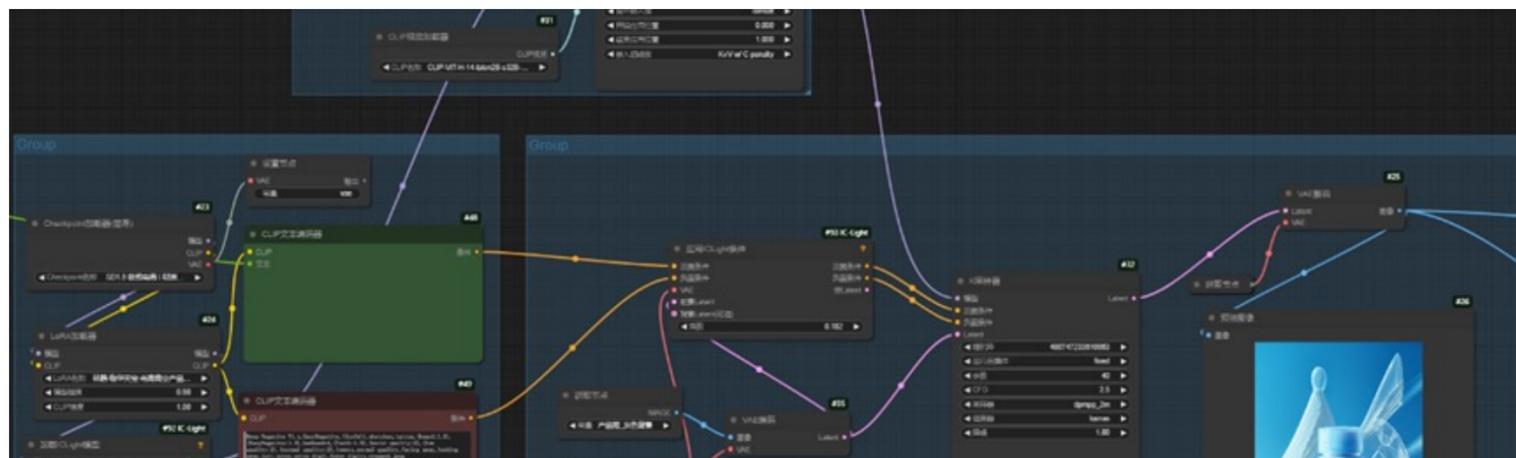
本文试图基于AI技术，制作一套能够解决这一问题、实现高质量平面广告量产的工作流程。

选题的背景意义

Background significance of the topic

研究问题

针对奢侈品线上平面广告的繁琐拍摄流程与时间周期，本研究利用Flux模型与ComfyUI等生成工具，采用AI图片生成技术与其中的IPAdapter、ICLight等细分技术，找到一种能够高效生成质量水准与设计风格上可商用的奢侈品平面广告图片的工作流程和方法。通过该方法，能够解决奢侈品线上平面广告需求大、成本相对高的问题。

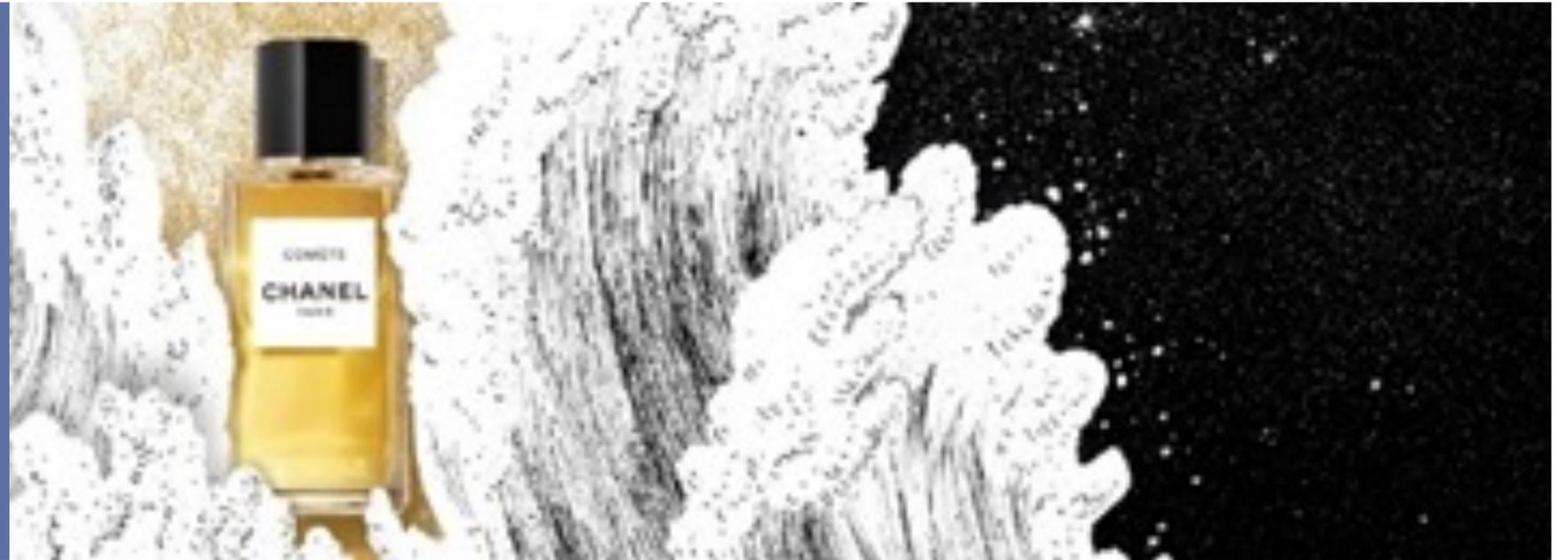


选题的背景意义

Background significance of the topic

行业相关技术应用状况

在流媒体广告、媒体平台运营等广告场景中，AI生成图像已经有了较为广泛的应用。亦有品牌推出以“AI设计”、“AI训练”为核心卖点的虚拟产品和虚拟IP（数字人等）。某音乐软件的年终听歌总结报告中，使用了AI生成的图像进行配文，实现了良好的氛围感；AI生成的图片能够广泛见于各类流媒体广告当中。



奢侈品行业情况

在奢侈品领域，基于大多数奢侈品所具有的高端品牌调性，以及目前AI技术应用在以下沉市场为主的较差评价，尚未出现较为普遍和广为人知的应用案例。

02

研究方法与过程

本工具集将从传统摄影的角度出发，从图片整体的氛围与主题、图片的实际内容两方面建立主要的训练工作、 workflow 搭建流程。

Research method and process

研究方法过程

Research method and process



整体思路

从传统摄影的角度出发，从**图片整体的氛围与主题、图片的实际内容**两方面建立主要的训练工作、 workflow 搭建流程。



训练数据收集

工作中使用的自训练 lora 的训练图集主要来自香奈儿、雅诗兰黛和路易威登奢侈品牌。



workflow 搭建

利用线上平台构建完善的 ComfyUI workflow。



在实际情况中应用

根据实际情况调整 workflow 的使用方式。

研究方法与过程

Research method and process

01 存在问题一

直接生成的图片存在商标、产品不统一的问题

02 存在问题二

如何保证生成确定的风格、光源和构图

03 存在问题三

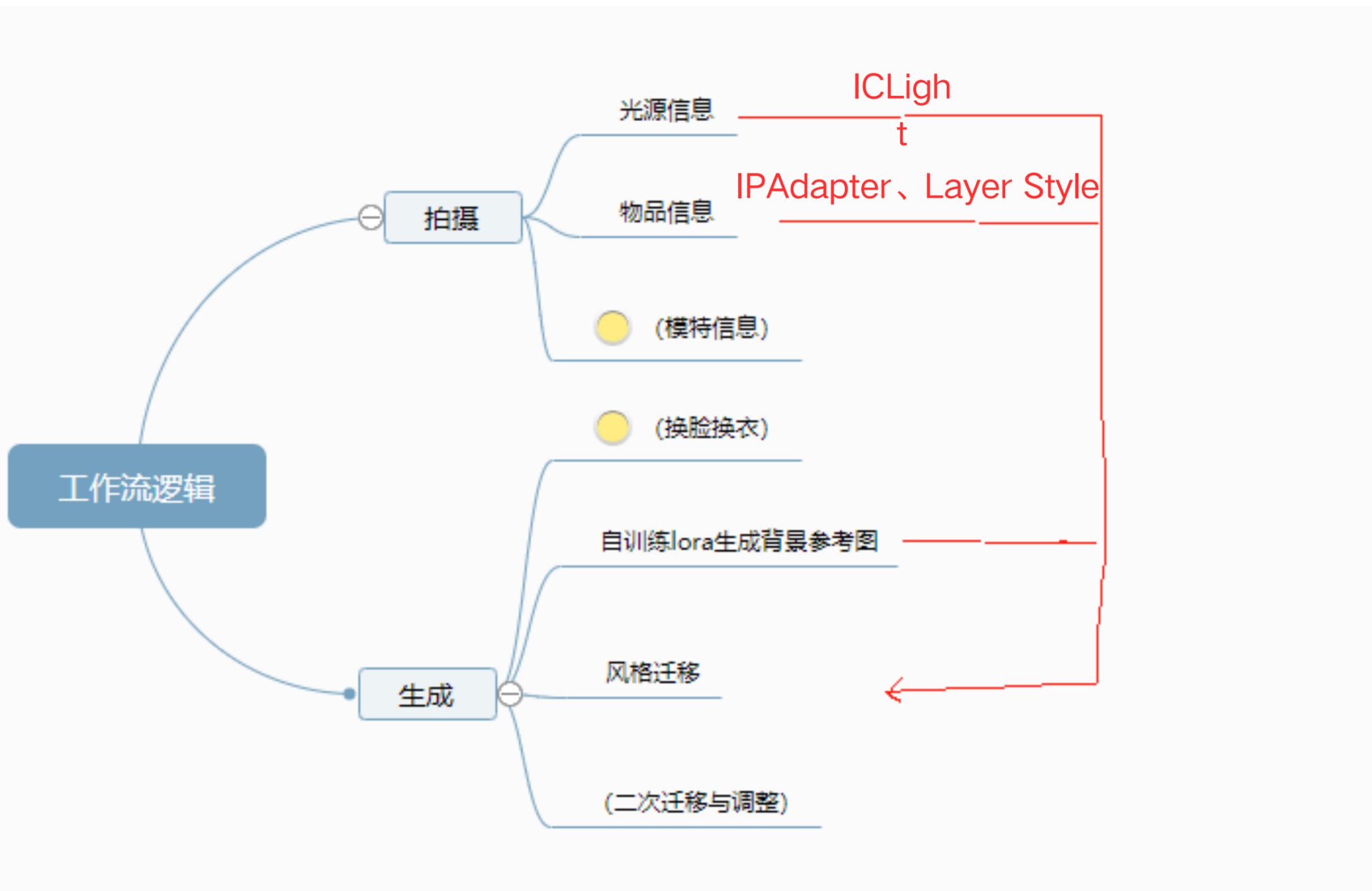
如何就现有的图片去改变其风格

研究方法过程

Research method and process

利用ComfyUI进行可视化工作流的构建，将生成部分、用户可操作的训练部分并入在工具集当中，本工作流的搭建将基于国内AI工具平台LibLib。

最终工作流逻辑



研究方法与过程

Research method and process

关键词标注

Graceful 优雅的 背景漂亮且雅致

Clear 干净的 背景干净简洁

GemBrilliants 宝石般璀璨 具有类似宝石般的放射效果

StarsNight 星空般的 具有星空的效果

GlassTexture 玻璃质感的 具有玻璃透明质感的效果

CourtyardStyle 庭院式的

GeometricSegmentation 几何分割式的

Magnificent 华丽的

PureBackground 纯净背景

BeautifulBackground 好看的背景 触发词

绕开打光和色调等容易产生过多标签且效率低的标注方式
，转而寻找艺术方向的标注

03

研究成果与展示

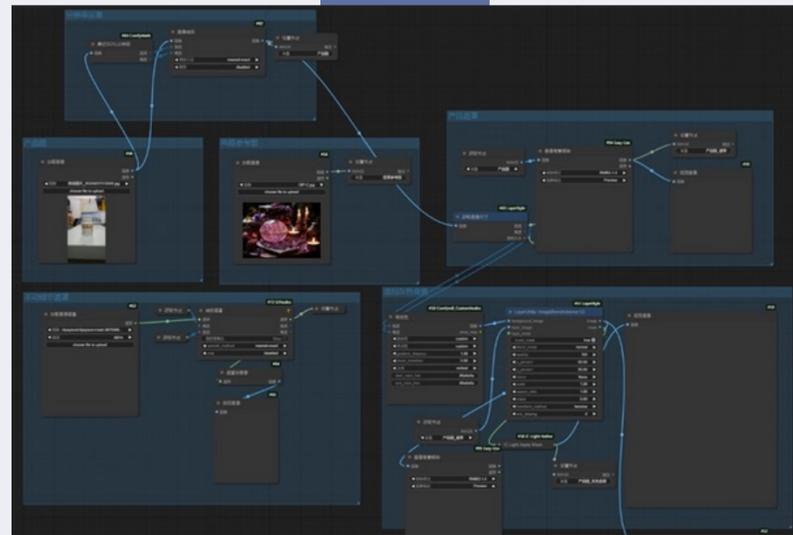
演示文稿是一种实用的工具，可以是演示，演讲，报告等。大部分时间，它们都是在为观众服务
演示文稿是一种实用的工具，可以是演示，演讲，报告等。

Research results and presentation

研究成果与展示

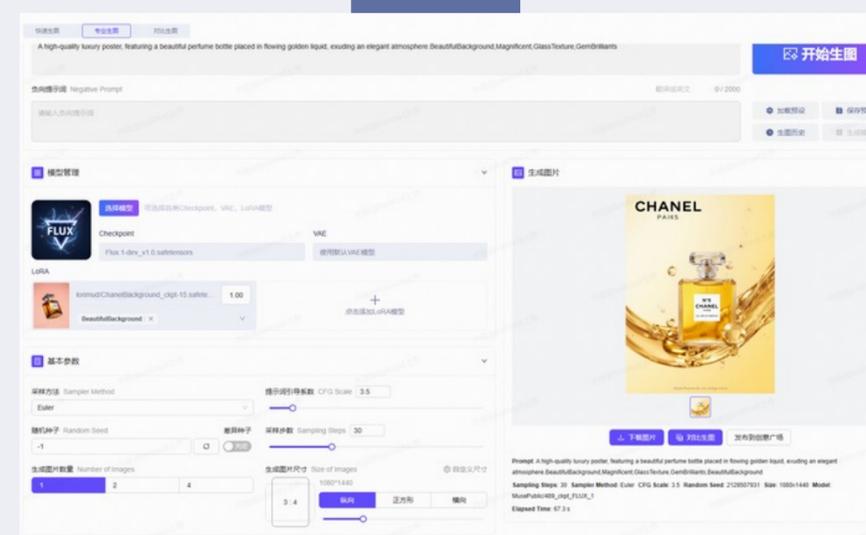
Research results and presentation

01



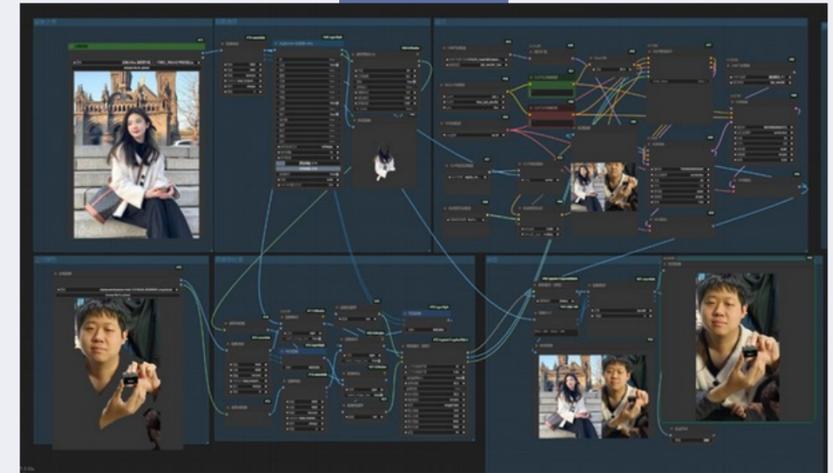
主要的风格迁移组件

02



背景生成Lora

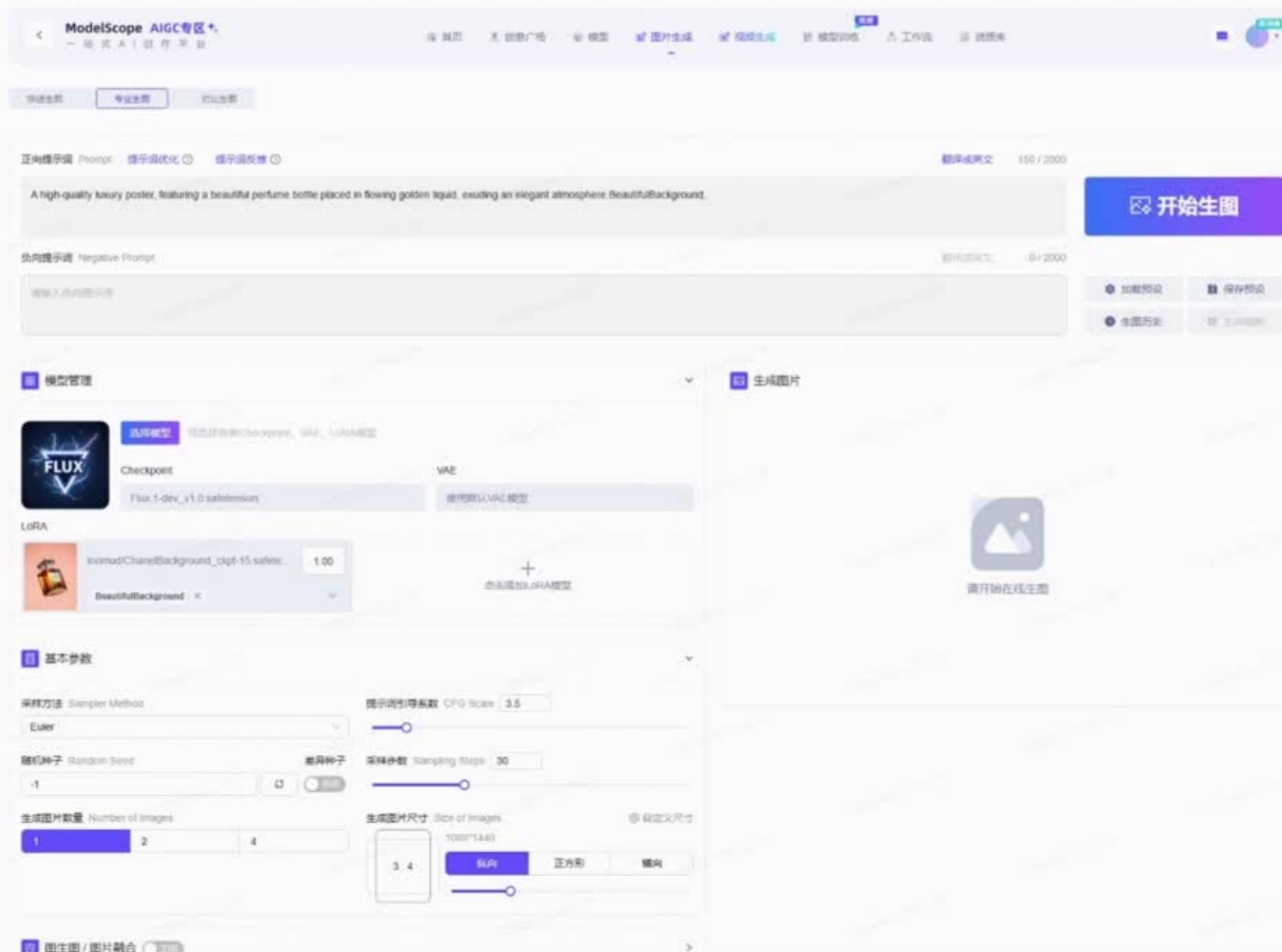
03



换脸换装组件

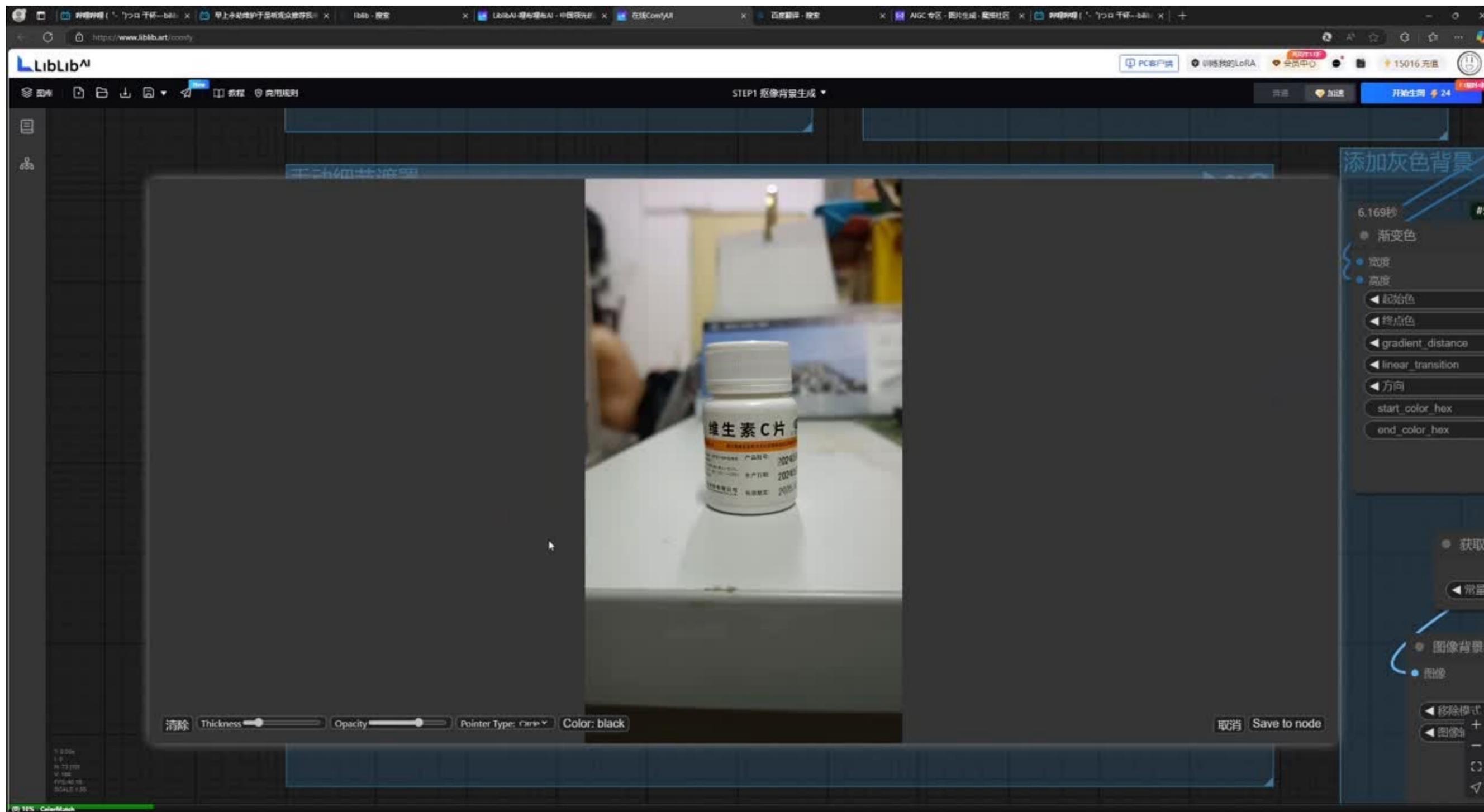
研究成果与展示

Research results and presentation



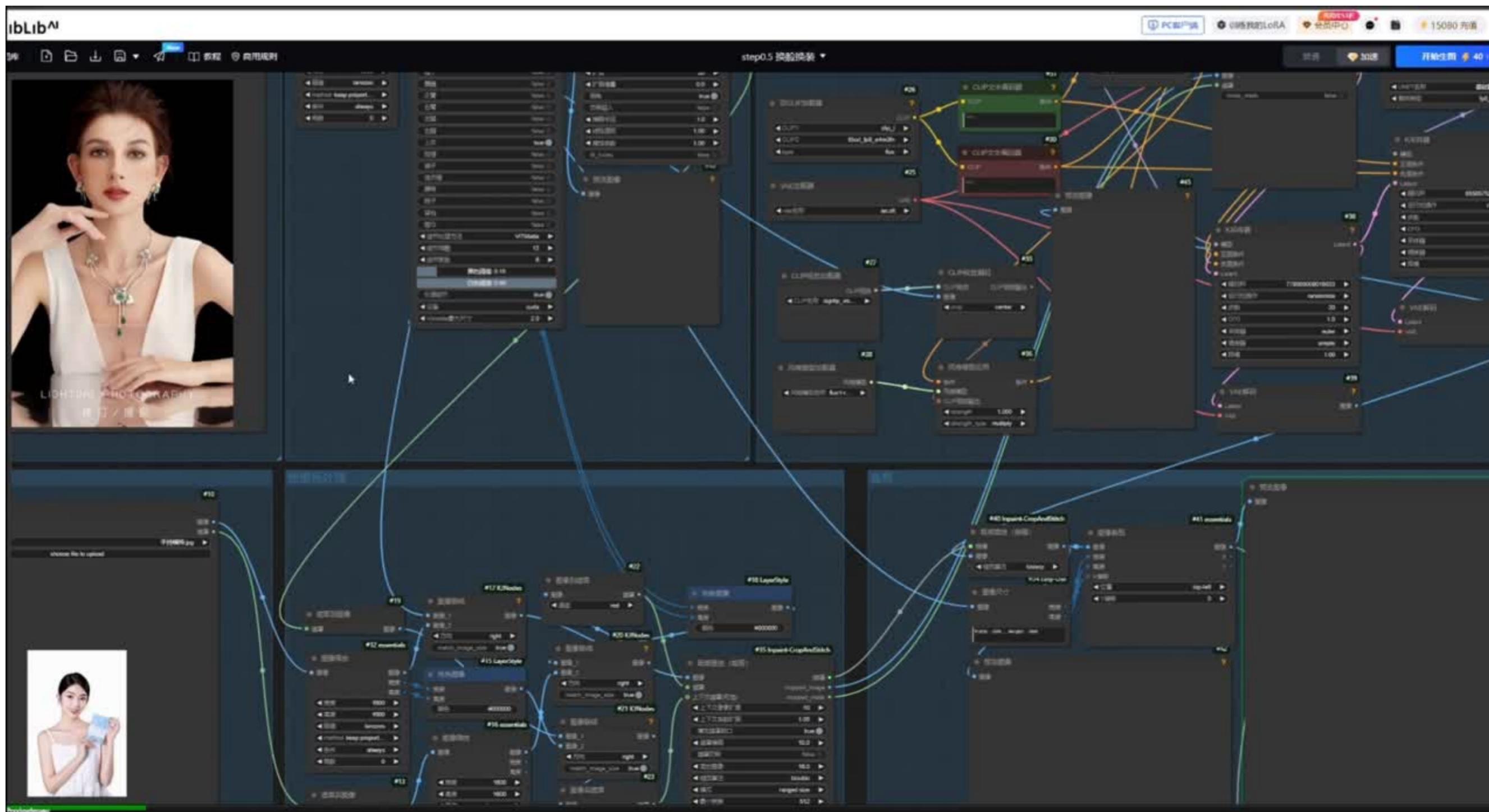
研究成果与展示

Research results and presentation



研究成果与展示

Research results and presentation



论文总结与致谢

演示文稿是一种实用的工具，可以是演示，演讲，报告等。大部分时间，它们都是在为观众服务
演示文稿是一种实用的工具，可以是演示，演讲，报告等。

Paper summary and acknowledgments

论文总结与致谢

Paper summary and acknowledgments

结论

- 一、AI生图 workflow 商用在操作上可行
- 二、本 workflow 能够一定程度上规避 AI 生成宣传图的部分难点，如上表保留、物品细节、风格锁定等。

不足

- 一、Lora 仅使用部分知名品牌图片，覆盖面不够广
- 二、生成的图片审美水准有待商榷
- 三、AI 生图版权问题
- 四、未整合自行训练部分



论文总结与致谢

Paper summary and acknowledgments

论文总结

根据奢侈品制作宣传图的思路而言，现在的AI生成图片较少有主攻真实场景叙事、营造画面氛围方面的模型。本文中所制作的ComfyUI workflow绕开了直接生成宣传图的难点，使用了背景替换与风格迁移的方法，绕开现有模型在奢侈品宣传图氛围方面的空缺，使保留产品本身细节的同时，能够生成具有奢侈品高端氛围的成图，验证了AI生成可商用奢侈品平面广告的可能性，从而得出结论：在明确了设计方向与工作流程后，AI图像生成工具能够完成奢侈品线上平面广告的生成，并且能够很好地模仿已有的广告风格，从而部分地替代人的工作，节省人力资源成本。

本 workflow 集成大部分在制作宣传图中所需要的功能，构建了在商业上具有可使用性的工作流程。

致谢

本文成文过程中，受两位指导老师——尤其是龙思薇老师的帮助颇多，在其指导下陆陆续续修改了数版，才最终改成了现今的版本，中间过程曲折，使我收益良多。龙思薇老师是一位非常有耐心的老师，对于我的愚笨与文章中出现的许多问题，都给予了耐心且详细的回复，令我尤为感激。如果没有龙思薇老师，那么就不会有这一篇论文，也不会有我完整的大学生涯。在此特别感谢两位指导老师，与给予我诸多帮助的同组同学们，以及大学四年来给予我知识的所有老师们，真心地诚挚感谢。

毕业答辩

恳请各位老师批评指正

THANK YOU FOR WATCHING



答辩学生：欧瀚杰



指导老师：龙思薇 吴浚诚