

# 走进梵高和莫奈的后花园

- **品牌名称：**特仑苏
- **所属行业：**食品
- **执行时间：**2024.06.15-07.15
- **参选类别：**AI营销类

# 「走进」 梵高和莫奈的后花园

Meeting The Masterpieces



## 背景&目标:

2024国际性奥林匹克赛事热潮下，作为首个时隔百年再次举办奥运会的都市，巴黎的话题热度飙升。特仑苏与遇见博物馆联动，推出定制艺术瓶包装纯牛奶，希望借势巴黎时尚与浪漫的情调，传达“邂逅艺术，遇见更好”的品牌概念。

## 洞察&策略:

洞察发现，大众喜爱名画，除了欣赏其艺术性，也希望身临其境感受其中的自然和美好。因此，我们希望通过AIGC+三维CG的方式，还原梵高和莫奈著名画作的场景感和意境感，让名画“活”起来，带大家走进画家们写生时的真实自然场景，走进艺术家那一刻的梦幻感官里，沉浸式品味浪漫鲜活的艺术氛围，也品味特仑苏牛奶的天然与健康。

3亿+

视频总曝光量

72%

销售额环比增长

16%

销售额同比增长

## 结果&影响:

影片在全国各大树洞、机场户外大屏以及微信公众号、视频号、朋友圈、小程序、微博、小红书、抖音等线上线下多媒体矩阵发布，并以其艺术的美与创新，吸引了众多用户的点击和关注。视频总曝光量3亿+，销售额环比增长72%，同比增长16%，实现了口碑销量双丰收。

## 创意&执行:

我们创新性地通过AIGC+三维的形式，让原本可控性极低的AI生成图通过三维建模的稳定而得以形成流畅长镜头，以AI还原细腻质感，为艺术赋予丝滑动势，带领观众沉浸式感受百年前画家写生时真实又意境的审美盛宴。

创意点1: Stable Diffusion, Comfy UI, Topaz Studio 2, C4D等AI与技术工具密切联动，赋予二维名画以三维立体感，又通过AI+三维让名画独具动态质感，还原了艺术风格又保证了影片的还原性。

创意点2: 人类创意与人工智能默契配合，先以专业美术在模型、颜色、纹理上还原名画风格的50%，再由AI持续深化40%，最终经后期完成10%的光影润色，多方联合刻画细腻光影变化与生动艺术美感。

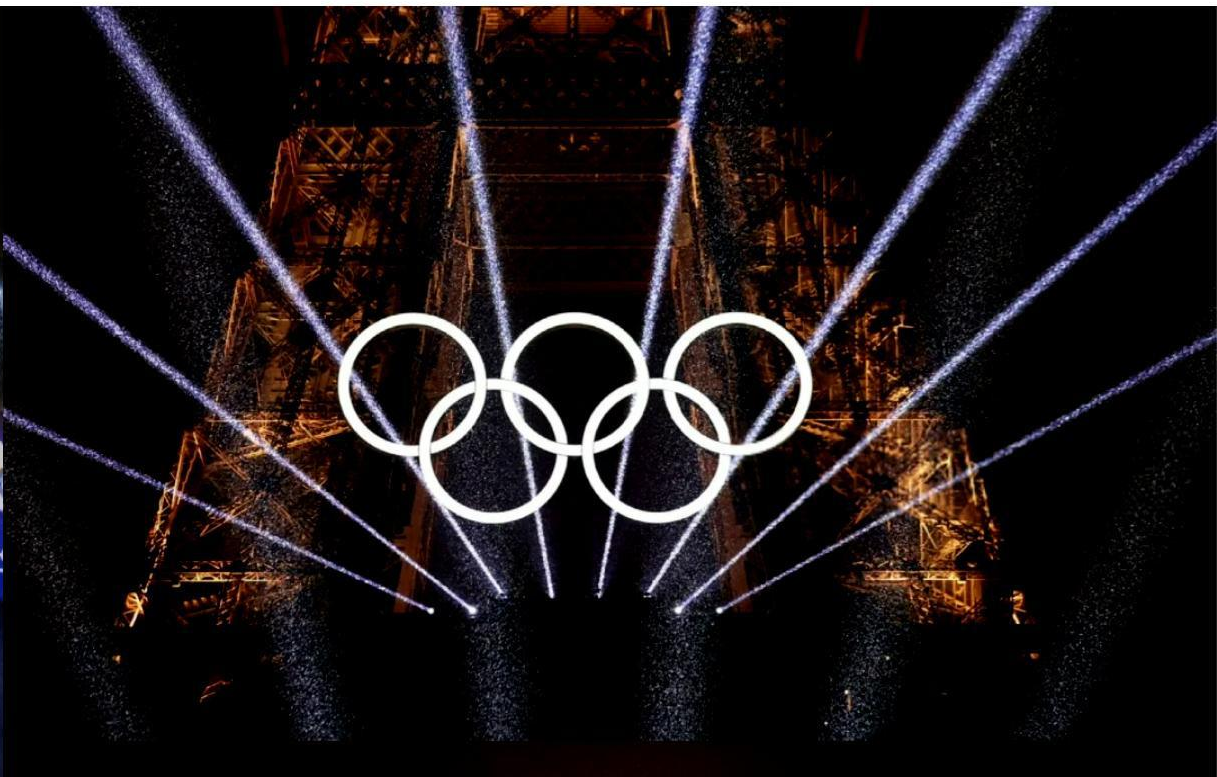
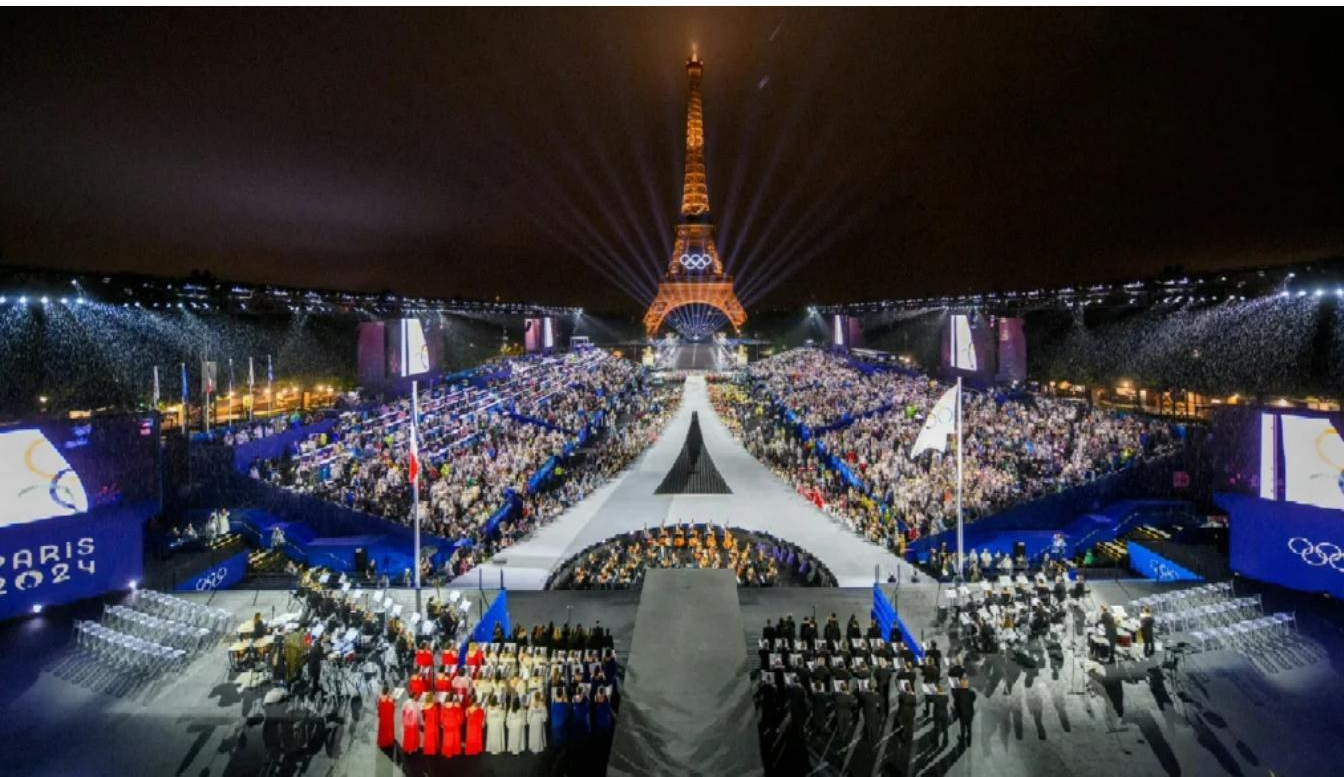
创意点3: 投放朋友圈时，以互动增强“邂逅艺术”的体验感。滑动屏幕后，我们让三维的牛奶瓶带着微放中的蜂蜜缓缓而出，带来仿佛3D视觉的艺术品鉴效果，为后续的产品延展铺设软性过渡。

作品视频链接: [https://v.qq.com/x/page/r3567ov0amb.html?url\\_from=share](https://v.qq.com/x/page/r3567ov0amb.html?url_from=share)

花絮视频链接: [https://v.qq.com/x/page/g3575wik2fd.html?url\\_from=share](https://v.qq.com/x/page/g3575wik2fd.html?url_from=share)

2024国际性奥林匹克赛事热潮下，作为首个时隔百年再次举办奥运会的城市，**巴黎的话题热度飙升**。

从埃菲尔铁塔下的开幕式倒计时，到塞纳河畔的奥运火炬传递，巴黎的辉煌与魅力吸引了世界各地的游客、体育迷和媒体的关注。



特仑苏与遇见博物馆联动，推出定制艺术版包装纯牛奶，以牛奶瓶上的博物馆，共同致敬艺术大师文森特·梵高&克劳德·莫奈，希望**借势巴黎时尚与浪漫的情怀，传达“邂逅艺术，遇见更好”的品牌概念。**



巴黎素有“**艺术之都**”的美称，在其艺术史上占据重要地位的**名画作品**，更是深受大家的喜爱。

因此，我们将特仑苏产品与名画深度结合，希望以“**牛奶瓶上的博物馆**”，在与巴黎建立强关联的同时，陪大家开启跨时空的艺术品鉴，开启更好生活。



同时我们洞察到，**大众喜爱名画，除了欣赏其中的艺术性，也希望身临其境感受其中的自然和美好。**

因此，我们想让名画“活”过来，带大家**走进画家们写生时的真实自然场景，走进艺术家那一刻的梦幻感官里**，沉浸式品味浪漫鲜活的艺术氛围，也品味特仑苏牛奶的天然与健康。





但莫奈和梵高的画作风格独特、笔触细腻而繁复

如何更自然地还原名画的**场景感**和**意境感**？

我们想到用**AIGC**来辅助风格上的还原

但众所周知，AI生图的可控性和稳定性，还无法形成长且流畅的镜头

怎么解决这个问题？我们用**三维**找到了**创新性的全新解决方案**

以AI**还原质感**

让艺术**赋予动势**

人类创意 + 人工智能辅助

静态平面 → 动态的名画大场景

我们通过AI技术把二维平面的传世名画，复刻进三维空间实现立体的光影变化。

在“向日葵”“睡莲”“梨花”等摇曳生姿的动态画面里，通过油彩丝带穿梭转换，将多维的镜头和风格化的艺术特征结合，达成**每一帧都保留各自艺术风格，但全片却有一致性连贯剧情的创新性效果。**



平面包装



立体名画

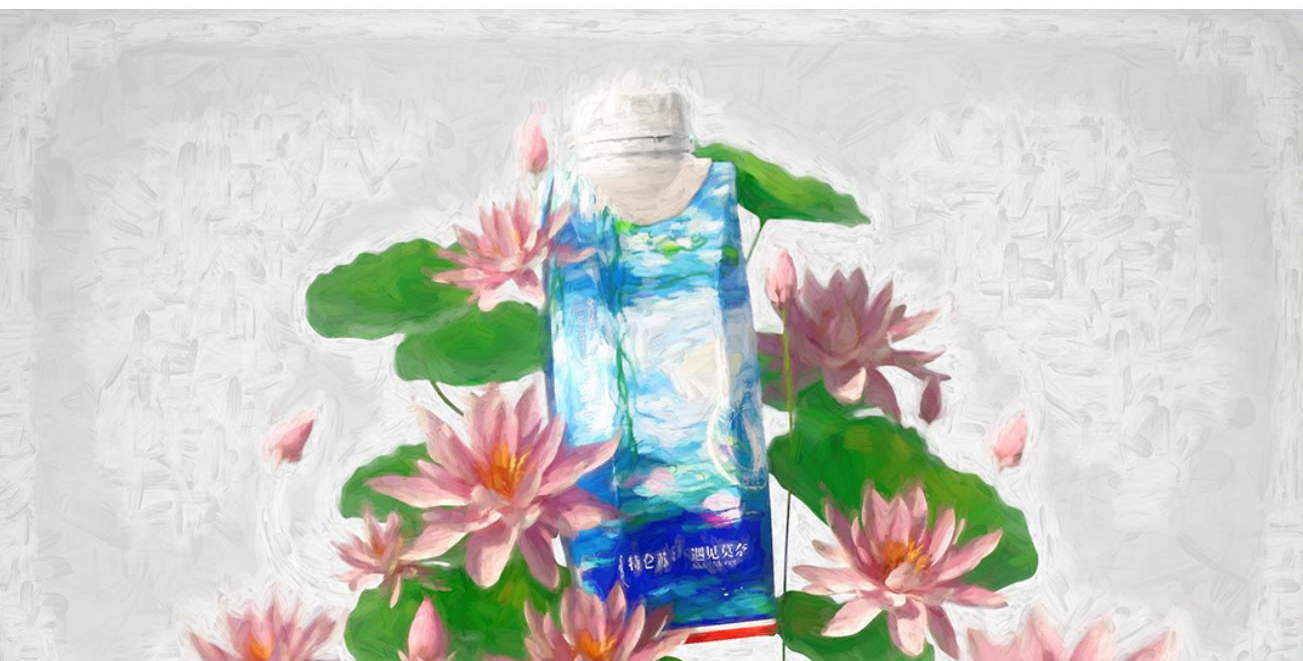


以颇具巴黎艺术特色的“拱门”为视觉符号，穿进镜头的油墨飘带像奥运的五色彩带，从凯旋门的拱门开始，到桥梁的拱洞结束，穿梭在一道道“艺术的大门”中探索巴黎的艺术之美。

在博物馆，邂逅梵高「花瓶里的十二朵向日葵」里的世界，成片的向日葵徐徐摇曳，穿进莫奈「盛开的梨花」院落，翻开屋中桌上梵高「玻璃杯中盛开的杏花枝和书」……**仿佛穿越回百年前名人作画的现场，那些光影闪烁着印象派的独特艺术品味**，也在与特仑苏牛奶交互中，吸引大家来品尝更好的营养美味。



我们创新性地通过**AIGC+三维**的形式，将Stable Diffusion、Comfy UI、Topaz Studio 2、C4D等AI与技术工具密切联动，由后期将AI风格化后的动画与渲染动画合成后，生成既有艺术风格化又有连贯性立体场景的动画成片。我们赋予二维平面三维的世界观，又让**三维影像独具二维名画手绘特色**，以双重艺术属性，带大家多维度感受百年前的写生盛宴。



AI辅助风格设定

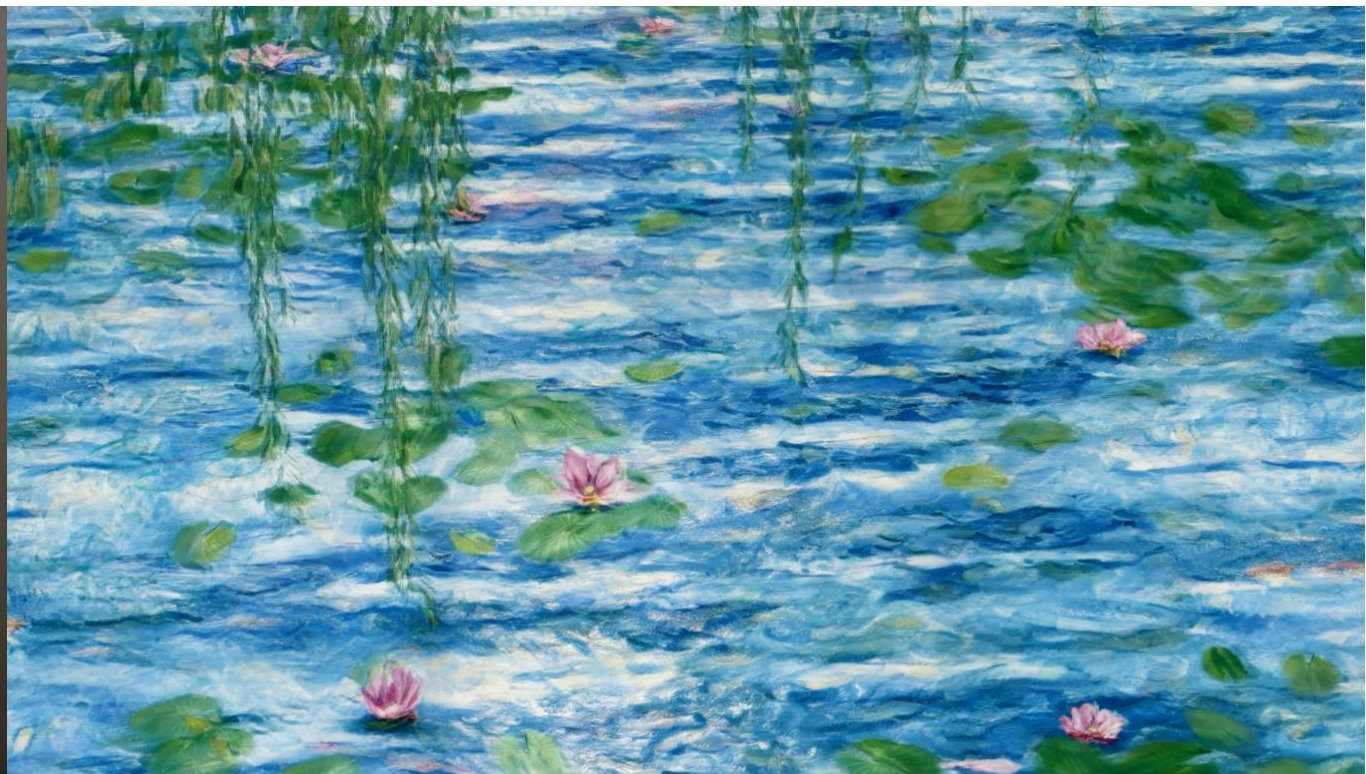
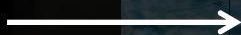


AI加持最终合成

**人类创意与人工智能默契配合**，先以三维渲染在模型、颜色、纹理上还原名画风格的50%，再由AI转绘深化40%，最终后期完成10%的光影调色，**多方联合刻画细腻光影变化与生动艺术质感**，以穿梭式第一视角，再现大师们作画时的所见所感。

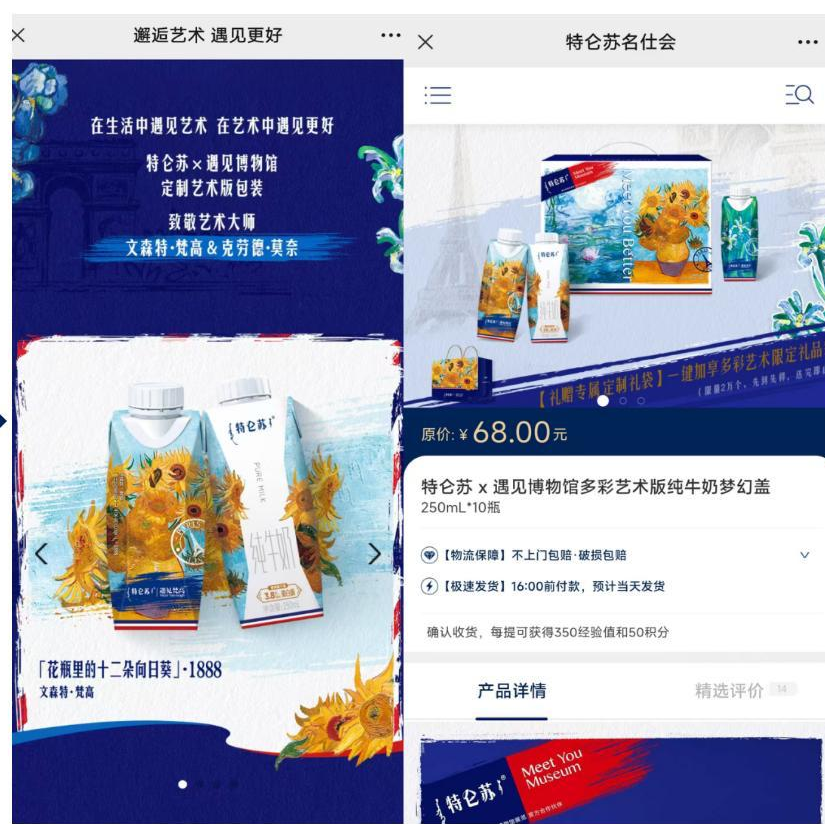


经典名画

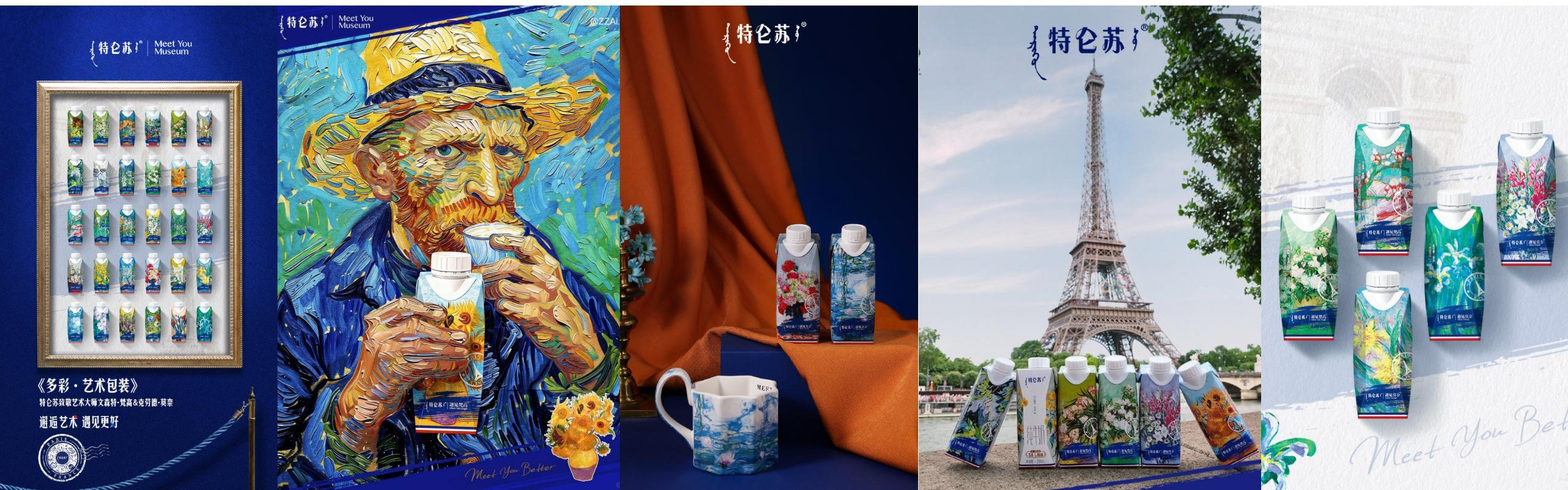


影片场景

为了增强“邂逅艺术”的体验感，滑动屏幕后，我们让三维的牛奶瓶带着睡莲在朋友圈**破界**而出，朵朵莲花随着转动盛开，带来仿佛**3D观赏的艺术品鉴效果**，为后续的产品链接跳转**软性过渡**。



同时，30幅欧洲名画不仅逼真地呈现在牛奶瓶包装上，而且与**水杯等日用品**碰撞出新的“艺术品”——【多彩艺术限定杯】，实现了“在掌中”也能与名作深入沟通。一系列**视频+实物**传播，让艺术焕新的同时，更加真实、自然地走进日常生活。



影片在全国各大**梯媒、机场户外大屏**以及**微信公众号、视频号、朋友圈、小程序、微博、小红书、抖音**等线上线下多媒体矩阵发布，并以其艺术的美与创新，吸引了众多用户的点击和关注。

视频总曝光量**3亿+**，销售额环比增长**72%**，同比增长**16%**，实现了口碑销量双丰收。



3 亿+

总曝光量

72%

销售额环比增长

16%

销售额同比增长

THANKS

