

# 京东物流AI大片：赏东方非遗美学

- **品牌名称：**京东物流
- **所属行业：**物流
- **执行时间：**2025.12.01-2026.02.14
- **参选类别：**AI内容创意类

# 案例视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

[https://j7y2rftk61.feishu.cn/wiki/OHnHwAMMMiWB9okXSpkcaRoAnnf?from=from\\_copylink](https://j7y2rftk61.feishu.cn/wiki/OHnHwAMMMiWB9okXSpkcaRoAnnf?from=from_copylink)

# 让中国的更快成为世界的

## 营销背景

2026年马年新春，京东物流锚定年货节核心传播窗口，洞察到非遗文化年轻化传播与新春情感全球化表达的双重机遇。在物流行业全面迈向AI化的当下，品牌以“让中国的更快成为世界的”为核心，深度融合国家级非遗技艺，打造首支纯AI制作的视频。

## 营销目标

构建京东物流与C端核心用户的文化情感连接，完成品牌角色从“全球物流履约者”向“中华非遗文化守护者”“中外情感连接者”的升级；探索“AIGC+非遗+艺术IP”的年轻化、高端化品牌传播方法论，让品牌科技实力以更具温度的方式被感知。

## 传播目标

借力非遗IP与马年新春情感，打造“让中国的更快成为世界的”核心社会化传播主题；树立行业内纯AI品牌视频的标杆，传递“科技赋能文化传承”的先进理念，引导用户自发传播，实现多圈层裂变，强化品牌在全球视野下的文化质感与创新形象。

## 商业目标

强化京东物流国际业务能力，提升品牌的可识别度、好感度与信赖度；借助文化赋能与科技背书，带动年货节期间的转化，延伸品牌服务的全球认知。

132w 1.5w 3.8w 1.5w  
播放量 点赞量 转发量 收藏量



## 行业背景及思考

在物流行业已全面迈向“数字化、智能化、AI化”的今天，技术逐渐成为物流服务的核心引擎，却也成为品牌与消费者之间一道透明的认知壁垒。

如何让隐形的算法、庞大的智能网络、精准的履约系统，被生动感知、被温情理解？

京东物流此次CNY项目，正是对这一命题的一次战略性回应——我们选择以AI技术作为“翻译器”，诠释京东物流的科技属性与温度内核。

## 项目目标

以马年CNY为契机，打造一场**文化&技术&情绪的“通感”式体验**，让消费者在视觉奇旅中感知京东物流的科技底气与全球化能力

- **在认知层：**引发消费者对“京东物流国际化+科技力”的关注与讨论
- **在情感层：**通过东方传统文化的非遗美学与新年祝福传递，建立品牌温度与文化认同
- **在行动层：**强化“全球织网计划”认知，提升京东物流国际业务的影响力

## 解题思路

### 以AI为“翻译器”：

将京东物流的科技实力具象化为东方美学视觉呈现，当物流的经纬编织东方的红运——这不仅是一次品牌创意的突破，更是一场关于“抵达”的当代叙事。

### 打造“红运看东方”创意主题：

诠释了“好运”既是祝福，也是京东物流的承诺；将新年好运的祝福，好好地运到世界各地；当然，在画面意向上更是从马年的“马”出发，延展出“驰骋→运输→抵达→信任”的品牌隐喻。

### 将东方非遗美学通过AI技术融于视觉脉络：

画面中流动的，既是东方文化意象，亦是京东物流覆盖全球的底气；骏马所驰骋的，既是瑰丽长卷，更是“让中国的更快成为世界的”品牌道路。

## 执行挑战

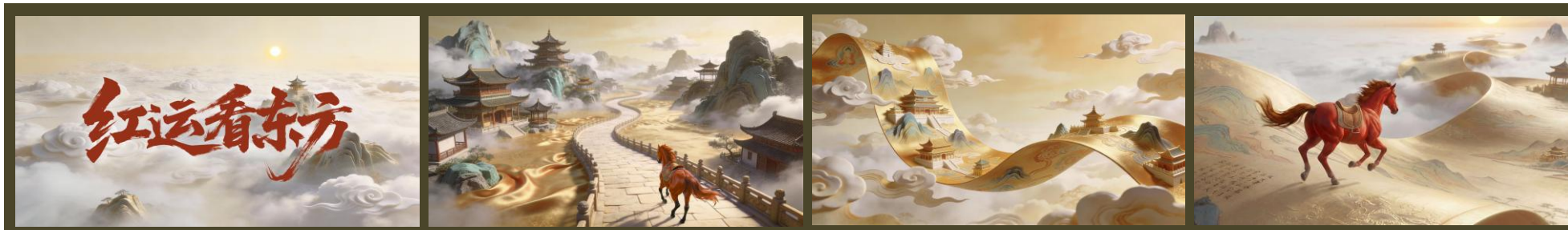
项目制作于2025年12月，彼时视频生成模型对复杂动态转场的精准控制仍处瓶颈，面对视频生成模型在**复杂逻辑控制、材质语义理解、长时序一致性**三大维度的能力天花板，我们并未退让创意标准。

通过动态镜头与静态视觉的双线攻坚，在模型约束中重构非遗美学的数字表达，让技术隐于无形，让文化直抵人心。我们未止步于单一模型“抽卡”，而是通过多模型交叉验证与精细化提示词迭代，在技术约束中探索出可控的AIGC创作路径，将非遗美学转化为可落地的视觉语言。

## 执行亮点

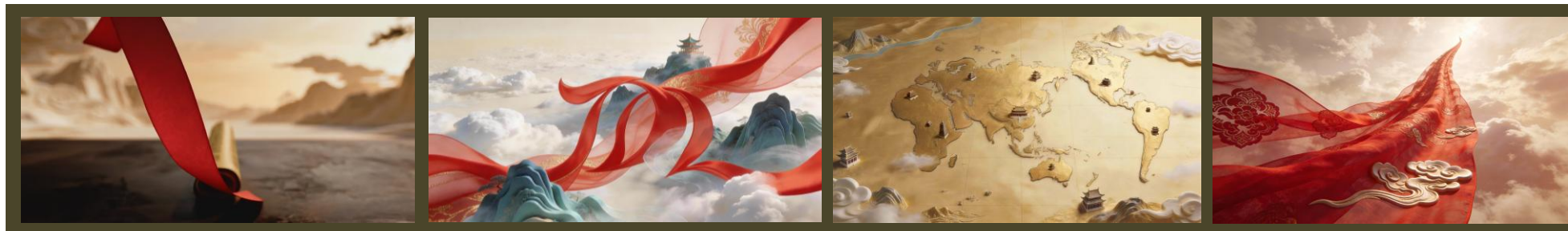
### 第一阶段：需求解码与意象构建

从“马年”出发，深度挖掘“马”与物流的精神关联，确立“全球织网+东方美学”的创意内核。



### 第二阶段：主题锚定与内容发想

确立“红运看东方”为核心主题，构建从“一缕红”到“全球经纬”的视觉叙事逻辑，骏马穿越非遗纹样与全球地标，象征业务能力的全球化与本地化融合。



## 执行亮点

### 第三阶段：AI+创意的美术执行

- 素材深研：建立五大非遗（青花瓷、蜀绣、汝瓷、景泰蓝、皮影）风格的标准化素材库
- 风格定调：确立“CG立体写意+扁平写意相融”的专属视觉语言
- 镜头攻坚：攻克博物馆开场、青花瓷转场、汝瓷色调、世界地图构图、结尾群马等五大难点



项目亮点

科技  
品牌文化  
中国非遗文化



## 项目成果

京东物流马年CNY项目「红运看东方」以“马”为意象载体、非遗为美学土壤、AI为视觉翻译官将全球织网计划、海外仓布局等业务内核转化为可感知的视觉叙事，实现品牌表达与节日情感的双重共振。

最终成片不仅是视觉作品，更是一次“技术+文化”的深度融合，验证了AI在品牌传播中的真正价值不是炫技，而是成为文化表达与业务理解的“桥梁”。

项目视频全网播放量达132万次

引发用户深度互动——点赞1.5万、转发3.8万（转发率高达2.8%）、收藏1.5万。

