

# 郎守一 | 作品与制作说明

AI视频与广告制作。按招聘阅读顺序组织：产品定位 → 本人工作 → 制作手法 → 模型与制作。

## 推荐阅读

商业制作：怀旧生活广告及数据说明、日用收纳产品广告。

内容与镜头：怀旧家庭生活、年代街巷、校园生活、古风日常。

视觉表现：人物与建筑、神兽空间、琉璃材质、工笔人物、戏曲器物。

后期与流程：找物玩法、AE动效、风格化无限画布。

## 模型口径

主体AI视频按本人确认的主要工作方式标注GPT Image 2与Seedance 2.0。无限画布的成功运行存档也包含这两种模型。纯AE、摄影、早期剪辑和叙事项目不标为AI视频作品。产品广告未逐镜头确认生成模型。

联系方式：13906632987 1963204533@qq.com

完整网页：<https://langshouyi-portfolio.kelais.chatgpt.site>

# 怀旧生活类休闲游戏 | 广告成片与投放数据



产品定位：面向休闲游戏受众的效果广告，用生活情境引出游戏内容。

本人工作：素材创意策划、脚本与AI制作、视频剪辑

制作手法：生活情境开头 → AI镜头与游戏内容混剪 → 字幕及行动引导；通过镜头取舍和剪辑节奏衔接情绪与玩法。

使用模型：GPT Image 2（画面生成） / Seedance 2.0（视频生成）

后期：视频剪辑与后期

制作要点：广告创意、脚本组织、AI镜头制作、商业信息表达

累计投放消耗632,559.60元；展示4,736,093次；点击112,231次；点击率2.37%。截至2026-09-14，来源为创量历史数据。消耗体现使用规模，展示体现曝光，点击率体现点击表现。未提供转化和回报数据，不能推断盈利。

原项目：时光胡同。数据详见原案例说明。

# 日用收纳产品 | 使用情境广告



产品定位：药盒等日用收纳产品的电商广告，以产品及使用情境传达用途。

本人工作：产品广告视频制作；现有资料未逐项区分拍摄与素材生成归属

制作手法：将产品画面、使用情境和文字信息组织成15秒短片，压缩无关镜头，突出产品识别与信息节奏。

使用模型：未逐镜头确认，不以模型名称替代作品说明

后期：视频剪辑与后期

制作要点：产品信息提炼、短视频剪辑、情境化表达

展示日用收纳产品的用途和使用情境。

# 怀旧家庭生活 | 动画剧情短片



产品定位：以家庭生活情境吸引休闲内容受众，并衔接游戏广告。

本人工作：素材创意、AI画面制作与后期剪辑

制作手法：按起床、做饭、亲子相处组织镜头；先统一角色与年代环境，再以动作衔接和剪辑形成情境。

使用模型：GPT Image 2（画面生成） / Seedance 2.0（视频生成）

后期：视频剪辑与后期

制作要点：生活细节观察、镜头排序、人物与场景统一、叙事节奏

# 年代街巷生活 | 写实场景短片



产品定位：面向怀旧生活兴趣受众，使用熟悉场景建立内容入口。

本人工作：素材创意、AI画面制作与后期剪辑

制作手法：骑车、购物、街巷等片段采用一致年代质感；通过景别变化、色调与剪辑衔接不同活动。

使用模型：GPT Image 2（画面生成） / Seedance 2.0（视频生成）

后期：视频剪辑与后期

制作要点：写实风格控制、生活场景设计、镜头衔接

# 校园生活 | 系列情境短片



产品定位：围绕上学、课间和阅读构成的校园怀旧内容。

本人工作：素材创意、AI画面制作与后期剪辑

制作手法：将一天中的活动分成系列镜头，维持人物、服装、校园环境和暖色光影的一致性；用时间顺序组织节奏。

使用模型：GPT Image 2（画面生成） / Seedance 2.0（视频生成）

后期：视频剪辑与后期

制作要点：系列化场景制作、时间线组织、氛围与人物连续性

# 古风日常 | 室内到夜景



产品定位：以古风女性日常生活为主题的视觉内容。

本人工作：素材创意、AI画面制作与后期剪辑

制作手法：从室内到园林、从白天到夜景切换场景，以光源、色温和景别区分时段；剪辑保持情境连贯。

使用模型：GPT Image 2（画面生成） / Seedance 2.0（视频生成）

后期：视频剪辑与后期

制作要点：日夜光影设计、空间切换、情境叙事

# 国风题材 | 人物与建筑场景



产品定位：国风题材内容的竖屏广告，兼顾视觉吸引与活动信息。

本人工作：素材创意、AI画面制作与后期剪辑

制作手法：把门廊、楼阁、山水与人物分成前中后景；生成系列画面后筛选可用动态镜头，再叠加广告信息。

使用模型：GPT Image 2（画面生成） / Seedance 2.0（视频生成）

后期：视频剪辑与后期

制作要点：空间构图、国风风格控制、人物与环境关系

# 幻想题材 | 神兽与大尺度空间



产品定位：用幻想场景与神兽形象呈现题材特征的展示内容。

本人工作：素材创意、AI画面制作与后期剪辑

制作手法：利用神兽与建筑的比例建立尺度；云海和光影连接多镜头，并保持色彩与空间方向一致。

使用模型：GPT Image 2（画面生成） / Seedance 2.0（视频生成）

后期：视频剪辑与后期

制作要点：尺度设计、多镜头视觉统一、环境光影

## 装饰性视觉 | 琉璃与金属材质



产品定位：强调材质质感和装饰细节的横屏视觉展示。

本人工作：素材创意、AI画面制作与后期剪辑

制作手法：区分透明、反射与金属高光，组合人物、金饰和蓝绿色流体；筛选形体稳定的片段组织展示。

使用模型：GPT Image 2（画面生成） / Seedance 2.0（视频生成）

后期：视频剪辑与后期

制作要点：材质区分、色彩搭配、画面稳定性筛选

# 国风人物 | 工笔与飘带



产品定位：以人物、乐器和服饰细节呈现东方审美的系列内容。

本人工作：素材创意、AI画面制作与后期剪辑

制作手法：将工笔线条、浅色纹理与留白写入风格约束；用飘带和人物动作提供画面动势，剪辑保持风格统一。

使用模型：GPT Image 2（画面生成） / Seedance 2.0（视频生成）

后期：视频剪辑与后期

制作要点：风格拆解、人物构图、服饰动态、系列一致性

# 戏曲装饰 | 头饰与器物



产品定位：强调装饰细节与信息版式的横屏展示内容。

本人工作：素材创意、AI画面制作与后期剪辑

制作手法：控制头饰、配件、器物的排列与色彩关系，采用小幅动态保留细节，并组织文字与主体的层级。

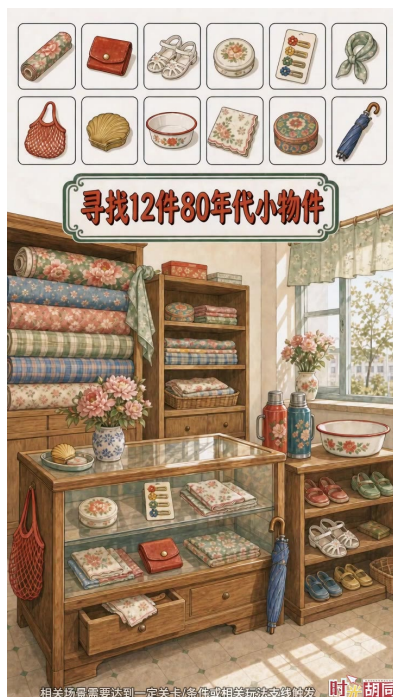
使用模型：GPT Image 2（画面生成） / Seedance 2.0（视频生成）

后期：视频剪辑与后期

制作要点：装饰细节、版式组织、静态画面动态化

本片动态幅度较小，重点看细节和版式。

# 找物休闲玩法 | 目标与场景引导



产品定位：需要观众快速理解“找什么、在哪里找”的找物玩法广告。

本人工作：素材创意、AI画面制作与后期剪辑

制作手法：把目标清单与杂货店场景配对；安排可识别的物品轮廓、信息层级与寻找顺序，再通过剪辑呈现玩法。

使用模型：GPT Image 2（画面生成） / Seedance 2.0（视频生成）

后期：视频剪辑与后期

制作要点：玩法拆解、目标可读性、复杂场景信息组织

# 圆环订单玩法 | AE动效与操作反馈



产品定位：面向休闲解谜用户的玩法广告，用订单要求与圆环操作解释目标和完成条件。

本人工作：玩法广告动效与后期剪辑；创量记录署名剪辑为郎守一

制作手法：把角色订单、圆环盘面、手部操作、飞入交付和金币反馈分层编排；控制出现顺序与停留时间，让需求、操作和结果连续可读。

使用模型：本段为AE玩法动效，不标注为AI视频生成

后期：After Effects及视频剪辑

制作要点：AE图层动画、动作时序、视觉引导、玩法信息组织与反馈节奏

展示圆环订单操作与反馈。开头包含对话引入；不以此片推断投放转化效果。