

18 周年年中大促视觉设计 内容及其他延伸分享

- 稿定设计使用分享
- 提示词权重分享



稿定设计使用分享



为什么选择稿定？

同样的提示词再ChatGPT和即梦生成的内容，并不符合要求，调整提示词及多抽卡也不可以。

稿定相对可以统一风格，并且准确。



ChatGPT

落地页

<https://www.seeedstudio.com/mid-year-mega-sale-2026>

按照图片一 515d9488-7225-4c9c-adf6 所示数字18的形状和摆放方式，数字18做成高速路或传送带，绿色渐变描边，有厚度，3D效果，背景是深圳城市的线条图，数字旁边有一些堆积的礼物、礼品盒，表示这是18周年回馈用户的banner图，横向16:9尺寸，整体是深蓝黑色背景及绿色发光主体，不要任何其他字，效果充满未来感和科技感，周围加一些动感颗粒等，颜色及样式参考图二



即梦

步骤一：添加参考图，描述主视觉画面

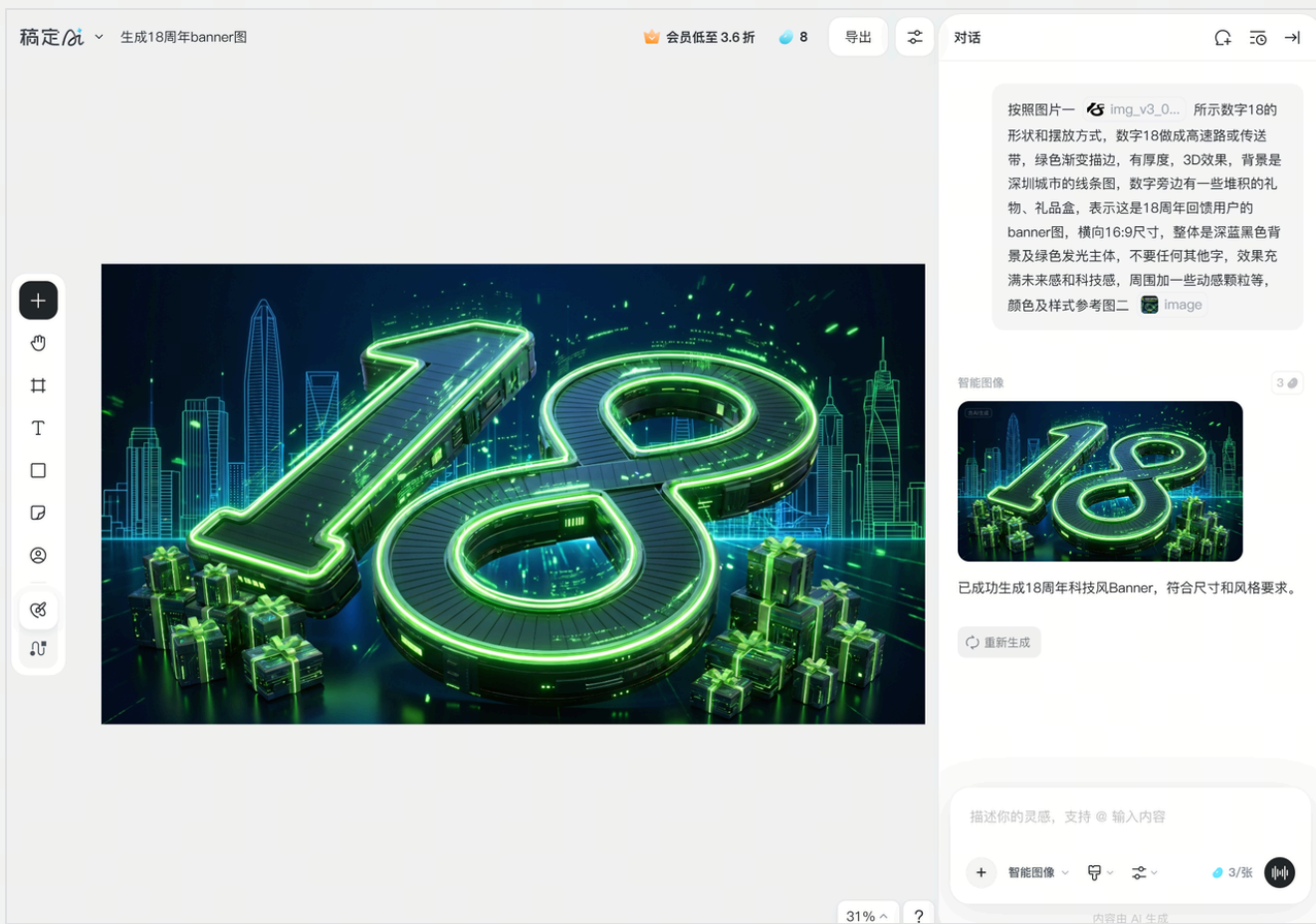
参考图片：



用ps做的数字18，参考形状和摆放方式



需求方给的参考图，参考颜色及风格样式



步骤二：修改部分内容

将这部分改成传送带，去掉背景的线条城市

生成 (2.0)



步骤三：增加细节及手搓部分

左下角的部分、多种产品的添加，AI并不能处理好，多次生成效果并不理想，所以剩下部分用PS调整



1.修正传送带



2.添加产品、修改颜色



3.添加对应文字内容



4.添加飞溅元素、高光、彩带等营造氛围



根据主视觉风格生成其他元素

在根据主视觉延展其他插画时，依旧选择稿定，它在效果制作上更统一，风格更轻快

在输入自然语言及模拟画风方面，稿定更具优势。



以标牌大赛的延展来看，ChatGPT并不能模仿并统一画风，而稿定改色即可应用



18周年庆视觉延展上，ChatGPT画风偏成熟及暗黑系，不太符合庆祝欢快的感觉，稿定相对表现较好



参考主视觉画面，直接把要做的文字复制生图即可，无需更多限定提示词即可。强调多图在一个画面中，可以节省费用。



image 根据图片，生成相应风格、颜色、类型的8个icon或小插画，4个一行，共两行，以下是内容：1.Tiered Savings & Mega Deals Unlock bigger savings as you shop and enjoy exclusive add-ons at unbeatable prices.
2.Share & Earn Create your link and earn commission when friends order.
3.Free Shipping Deals Free shipping on select items (CN: \$150+ / US & DE: \$100+).
4.Flash Sale Grab our flagship hardware at ultra-low prices before the timer runs out.
5.New & Review Rewards Exclusive perks for first orders and product reviews.
6.Spin to Win Subscribe to spin and win prizes instantly.
7.Loyalty Exclusives Up to \$100 off for loyal customers based on your history.
8.Real Voices, Real Impact Discover how our global community integrates AI into their daily lives. Real experiences from long-term users.

智能生成

3



描述你的灵感，支持 @ 输入内容

+

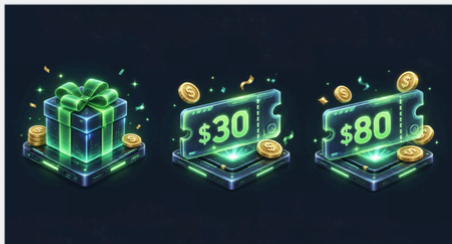
智能生成

🔍

🔍

3/张

🔍



按照之前的参考，生成24 Hours，和48 Hours，两个图标，要求复杂一些，带时钟、快速线条等等，表示时间紧迫

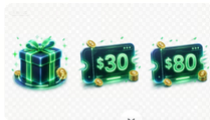
智能生成 3



已成功生成两个带有时钟和动感线条的科技风限时图标。

参考之前的参考，生成礼盒、30优惠券、80优惠券，三个图标，加一些细节小元素，比如金币、礼花碎屑等等，透明背景

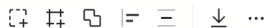
智能生成 3



描述你的灵感，支持 @ 输入内容

稿定设计其他功能-图片混合

🔄 图片混合



用图1商品替换掉图2商品，并对商品进行商业级精修，使图1匹配图2中正确的光影和透视关系。

生成 (2 🍌)

#1



#2



亮度调高10%

生成 (2 🍌)



稿定设计其他功能-多语言多尺寸

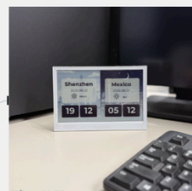
上传原图，设置 workflow，可以一键生图，更改尺寸及内容。

复杂内容需要仔细核对。

上传原图



1:1比例-英语



3:4比例



3:4比例-泰文



4:3比例-日语



16:9比例-1px



16:9比例-俄文



16:9比例-韩文



上传原图 把尺寸改成16:9比例，翻译成韩语

+ 全能图像 2.0 1张·2K·16:9

3/张



提示词权重



对话

高端写电子产品商业广告摄影，导演级暖金岩洞日出大片，竖版品牌主视觉，（产品 ● 1 唯一主体:1.95），（主体超清锁焦:1.9），（黑色火山岩英雄基座:1.8），（沉浸式岩洞峡谷:1.85），（左后方低位日出与体积光:1.9），（国际高端电子品牌KV质感:1.8）。

单个产品 ● 1 垂直稳立于画面中央偏下的黑色火山岩高点；巨大岩层从上方与两侧形成洞口框景，左后方低位日出穿过岩缝、薄雾和浮尘，暖金体积光扫过产品与岩石。忽略额外文字、界面、水印和排版，仅保留原包装信息与真实岩洞光影。

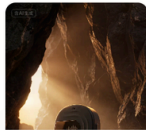
严格保持原有方圆型造型、宽高比例、圆润肩部、连接位置、屏幕位置、屏幕显示的内容。不得改色、变形、倾斜、悬浮、压扁、拉长、重设计或增加第二件产品。产品上部带窄幅暖金高光；具有真实厚度、边缘折射、内部反射与蜂蜜棕、焦糖金、暖橙透光层次。

火山岩基座粗砺厚重，具有断层、裂纹、矿物颗粒、层状纹理、湿润高光 and 真实接触阴影。岩洞表面带炭黑矿物纹理与焦糖棕反射，前景岩石引导视线但不遮挡产品。产品清晰，岩石边缘带暖金擦边光，暗部不死黑，日出不过曝。

空气中仅加入少量暖金浮尘、岩尘、薄雾与细砂缓慢移动，产品始终静止、垂直、稳定、绝对清晰，不做沙暴、熔岩或岩石爆炸。采用70-100mm商业产品镜头，略低机位英雄视角，焦点锁定瓶盖、标签、透明罐壁、膏体和瓶底接触区域。整体以炭黑、深岩棕、焦糖棕、琥珀橙、蜂蜜金和暖金为主，超写实、8K超清、电影级岩洞光影，呈现深层滋养、矿物修护、珍贵、坚韧与奢华质感。

负面限制：不要改变产品形状、比例、颜色、屏幕及屏幕显示内容；不要第二件产品、人物、手、倾斜、悬浮、陷入岩石、标签乱码、岩石遮挡产品、洞顶压住主体、人工展台、熔岩、火焰、沙暴、爆炸、过多微粒、主体模糊、廉价CG、卡通、插画、过曝、死黑、灰脏和低清晰度。

智能图像 3



描述你的灵感，支持 @ 输入内容

+ Agent

100%

一、什么是提示词权重？

提示词权重，可以理解成提示词里的“重要程度排序”。

一张图里不可能所有信息都一样重要。

比如做一张运动眼镜广告图：

产品结构最重要。镜片颜色很重要。佩戴关系很重要。人物动作重要。光影和场景是辅助。背景元素不能抢主体。

如果这些信息在提示词里没有主次，AI 就会自由发挥。

它可能把背景做得很漂亮，但产品变形了。它可能把人物做得很好看，但镜片颜色错了。它可能把光影做得很强，但主体细节糊了。

所以提示词权重的核心不是“某个词更大声”，而是建立一套生成优先级。

可以简单理解为：

高权重 = 必须保证。中权重 = 需要表现。低权重 = 辅助氛围。负面权重 = 尽量避免。

不同工具对权重的支持不一样。

有些工具支持数字权重。有些工具支持括号权重。有些工具支持局部强化。有些工具不支持明显的权重语法。

有些工具更依赖提示词顺序、参考图和结构控制。

不要把某一种写法当成所有平台通用规则。

真正通用的不是符号，而是权重思维。

二、具体的权重内容

位置权重

重要内容放前面，辅助内容放后面。

比如你想生成产品广告图，不要一开头就写：
雪山、冰裂、冷雾、碎冰、大片、震撼、光影、
运动鞋。
这样 AI 可能先理解成“冰雪场景图”，产品反而被削弱。

更好的顺序是：
高端写实运动鞋商业产品广告，主体是一只完整清晰的运动鞋，位于画面视觉中心，产品结构和比例必须保持稳定。场景为极寒冰雪环境，冰裂、碎冰、冷雾围绕产品展开。

这里先锁定：
画面类型主体产品产品位置产品稳定性
再写场景和动态。

描述密度权重

写得越具体，AI 越容易理解它重要。

比如只写：
眼镜产品。
这很弱。

如果写：
黑色运动眼镜，宽幅一体式镜片，红橙渐变镀膜，
厚实机能镜框，镜腿结构完整，鼻托位置准确，镜片不透明，不改变原始颜色。

不要只写“镜片重要”。
要写“镜片颜色、镀膜、反射、透明度、边缘厚度、镜框连接关系都要保持准确”。
这就是描述密度带来的权重。

模块权重

当你把“产品锁定”单独成段时，它本身就会形成更强权重。

更稳定的方式是模块化：
画面类型、主体产品、产品锁定、构图位置、场景关系、光影材质、动态效果、负面限制

比如：【产品锁定】
严格保持产品外轮廓、比例、厚度、颜色、材质分区、功能区域、开孔位置、连接结构和关键设计语言不变，不得变形，不得重设计，不得增加或删除部件。

这一段的权重就比散落在句子里更强。
因为它清楚告诉 AI：
这一部分是核心规则，不是普通描述。

二、具体的权重内容

重复强调权重

重复可以增加权重，但不能乱重复。

错误写法：

产品不变，产品不变，产品不变，产品不要变形，千万不要变形，必须不变形。

这种写法容易显得混乱，也不够专业。

更好的重复，是换角度强调同一个规则。

比如：

严格保持产品原始结构。产品外轮廓、比例、厚度和关键功能区域不得改变。不得重新设计产品，不得增加或删除任何部件。场景和光影必须服务产品展示，不能遮挡主体结构。

这几句话都是在强调产品稳定，但每一句负责不同方向：

结构不变。比例不变。部件不变。场景不能干扰。

这种重复才是有效权重。

负面权重

负面词不是凑字数，而是降低返工率。

很多人只知道加强想要的东西，却忘了排除不想要的东西。

AI 经常犯固定错误：

产品变形。主体模糊。多出文字。自动加 logo。材质像塑料。光影不统一。人物手部错误。

比如做眼镜图，可以写：

禁止镜片变色、镜片过度透明、镜片出现人物倒影、镜片内部出现镜腿、镜框变形、镜腿缺失、鼻托错位、产品比例错误、背景元素遮挡产品。

这就是负面权重。

它告诉 AI：

哪些东西不要出现。

哪些错误必须避免。

哪些地方不能自由发挥。

参考图权重

参考图锁形，提示词锁规则，负面词锁错误。

尤其是产品结构复杂的时候。

比如：眼镜、腕表、手机壳、运动鞋、家电、耳机、背包、美妆瓶。这些产品都有明确结构。AI 如果只靠文字，很容易重新设计。

产品白底图负责锁外观。

多视角图负责锁结构。

局部特写负责锁材质。

线稿图负责锁构图。

场景参考图负责锁氛围和空间。

文字提示词负责告诉 AI：

参考图里哪些必须保留。场景里哪些可以变化。

产品和环境如何融合。哪些结构绝对不能改。

三、商业生图里的权重排序、权重提示词的通用写法

可以按这个优先级来分配

第一优先级：产品准确性

第二优先级：主体清晰度

第三优先级：构图位置

第四优先级：产品与场景关系

第五优先级：光影和材质

第六优先级：色彩和氛围

第七优先级：背景和辅助元素

第八优先级：动态和特效

【核心主体】

主体为【产品名称】，位于画面【位置】，占画面【比例】，作为第一视觉焦点，必须完整、清晰、锐利。

【高权重产品锁定】

严格保持产品原始外轮廓、比例、厚度、颜色、材质分区、功能区域、连接结构和关键设计细节不变，不得变形，不得重设计，不得增加或删除部件。

【中权重场景关系】

场景为【具体场景】，场景必须服务产品卖点。产品与场景之间具有真实接触阴影、统一受光方向、环境反射和空间融合关系，不能像贴图。

【中权重光影材质】

主光从【方向】照射，打亮产品关键结构，暗部保留层次，材质呈现真实纹理、反射、高光和受光反馈。

【低权重背景氛围】

背景保持干净、有层次，前景和背景可以适度虚化，用于增强空间感，但不能抢主体。

【负面限制】

禁止产品变形、比例错误、结构缺失、材质改变、主体模糊、文字乱码、错误 logo、水印、多余人物、多余道具、背景杂乱、光影混乱和低清晰度。

四、提示词权重公式

提示词权重 = 信息顺序 + 描述密度 + 模块分层 + 反复强调 + 负面限制 + 参考图控制

再简单一点：

重要的放前面。重要的写具体。重要的单独成段。重要的换角度强调。容易出错的写进负面词。复杂结构用参考图锁住。

这就是最实用的权重方法。

高端写电子产品商业广告摄影，导演级暖金岩洞日出大片，竖版品牌主视觉，(产品1.jpg唯一主体:1.95)，(主体超清锁焦:1.9)，(黑色火山岩英雄基座:1.8)，(沉浸式岩洞峡谷:1.85)，(左后方低位日出与体积光:1.9)，(国际高端电子产品品牌KV质感:1.8)。

单个产品1.jpg垂直稳立于画面中央偏下的黑色火山岩高点；巨大岩层从上方与两侧形成洞口框景，左后方低位日出穿过岩缝、薄雾和浮尘，暖金体积光扫过产品与岩石。忽略额外文字、界面、水印和排版，仅保留原包装信息与真实岩洞光影。严格保持原有方圆型造型、宽高比例、圆润肩部、连接位置、屏幕位置、屏幕显示的内容。不得改色、变形、倾斜、悬浮、压扁、拉长、重设计或增加第二件产品。产品上部带窄幅暖金高光；具有真实厚度、边缘折射、内部反射与蜂蜜棕、焦糖金、暖橙透光层次。

火山岩基座粗粝厚重，具有断层、裂纹、矿物颗粒、层状纹理、湿润高光和真实接触阴影。岩洞表面带炭黑矿物纹理与焦糖棕反射，前景岩石引导视线但不遮挡产品。产品清晰，岩石边缘带暖金擦边光，暗部不死黑，日出不过曝。

空气中仅加入少量暖金浮尘、岩尘、薄雾与细砂缓慢移动，产品始终静止、垂直、稳定、绝对清晰，不做沙暴、熔岩或岩石爆炸。采用70-100mm商业产品镜头，略低机位英雄视角，焦点锁定瓶盖、标签、透明罐壁、膏体和瓶底接触区域。整体以炭黑、深岩棕、焦糖棕、琥珀橙、蜂蜜金和暖金为主，超写实、8K超清、电影级岩洞光影，呈现深层滋养、矿物修护、珍贵、坚韧与奢华质感。

负面限制：不要改变产品形状、比例、颜色、屏幕及屏幕显示内容；不要第二件产品、人物、手、倾斜、悬浮、陷入岩石、标签乱码、岩石遮挡产品、洞顶压住主体、人工展台、熔岩、火焰、沙暴、爆炸、过多微粒、主体模糊、廉价CG、卡通、插画、过曝、死黑、灰脏和低清晰度。



谢谢大家