

<<After Effects/3ds Max>>

图书基本信息

书名：<<After Effects/3ds Max电视包装完全学习手册>>

13位ISBN编号：9787113143442

10位ISBN编号：711314344X

出版时间：2012-5

出版时间：中国铁道出版社

作者：孙春星

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<After Effects/3ds Max>>

内容概要

《AfterEffects/3ds Max电视包装完全学习手册（第2版）》是作者五年来在日记中写下的创意经验和制作经验的大总结。

不仅有全面的理论和经验总结，还有完整的制作案例，是一本面向初、中级读者的全面的电视包装教材。

与市面上的同类书籍相比具有很大的独创性和区隔性。

《AfterEffects/3ds Max电视包装完全学习手册（第2版）》从概念上大力推广“电视包装”的概念，让读者真正认识“电视包装”而不是“栏目包装”。

消除“栏目包装”概念多年来对从业者的负面影响。

因为“电视包装”面向全局而“栏目包装”关注局部。

《AfterEffects/3ds Max电视包装完全学习手册（第2版）》旨在帮助那些想进入电视包装行业的初学者和精通软件但进步缓慢的初、中级制作人员。

为他们从概念、创意、眼界、流程、沟通、经验、设计、技能等方面提出完整的电视包装解决方案。

《AfterEffects/3ds Max电视包装完全学习手册（第2版）》每个案例都配有完整的视频教学录像，可以极大地提高读者的学习效率和学习效果，这在同类书籍中是不多见的。

《AfterEffects/3ds Max电视包装完全学习手册（第2版）》选用国内使用率最高的电视包装制作软件Photoshop、CorelDRAW、3ds MAX和After Effects作为主要软件进行讲解和制作，能够覆盖更多的受众群体。

书籍目录

第1章 电视包装综论 1.1 重新认识电视包装 1.1.1 对电视包装的十大认识误区 1.1.2 重新认识电视包装制作 1.1.3 辨别一个人的电视包装作品好坏的秘籍 1.2 怎样进入电视包装行业 1.2.1 切入角度 1.2.2 怎样应聘 第2章 工作习惯与包装流程 2.1 养成良好的工作习惯 2.1.1 专业项目文件结构模板 2.1.2 三维软件的项目目录 2.1.3 软件的自动保存功能 2.1.4 软件的打包功能 2.1.5 熟练掌握几个常用的软件 2.1.6 建立自己的常用素材库 2.2 频道整体包装流程 2.2.1 电视频道整体包装流程图 2.2.2 新流程创立的必要性 2.3 电视包装方案执行流程 2.4 本章小结 第3章 电视包装创意思维 3.1 创意思维全攻略 3.1.1 电视包装创意思维需要哪些能力 3.1.2 创意的核心 3.1.3 创意三要素 3.2 认识样片 3.2.1 按照制作手法分 3.2.2 其他分类 3.3 文案创作 3.3.1 什么是文案 3.3.2 文案套路 3.3.3 电视包装文案的要求 3.4 创意表现 3.4.1 借镜脚本 3.4.2 手绘脚本 3.4.3 合成脚本 3.5 创意方案整合 3.5.1 排版 3.5.2 用Keynote制作演示文稿 3.6 提案 3.6.1 提案是什么 3.6.2 提案的类型 3.6.3 怎样做好提案 3.7 本章小结 第4章 电视包装设计专题 4.1 标识设计 4.1.1 概念简述 4.1.2 电视包装标识的几个要素 4.1.3 标识设计方法 4.1.4 如何评估你的LOGO设计 4.2 辅助图形 4.3 色彩设计 4.3.1 色彩运用失当案例解析 4.3.2 是“色调”而不是“色彩” 4.3.3 常用的配色方案 4.4 字体设计 4.4.1 字体设计总述 4.4.2 重新认识字体 4.4.3 电视包装字体设计的原则 4.4.4 字体设计方法 4.4.5 字体设计套路 4.5 版式设计 4.5.1 导视系统基础知识 4.5.2 导视系统的重要性 4.5.3 频道导视系统常规条目 4.6 电视包装构图 4.6.1 对称与均衡 4.6.2 对比 4.6.3 视觉中心 4.7 本章小结 第5章 电视包装技术专题 5.1 位图矢量化 5.1.1 利用Photoshop钢笔工具描图 5.1.2 利用3ds Max曲线工具描图 5.1.3 利用Illustrator自动描图 5.1.4 快速描绘书法字 5.1.5 解决CorelDRAW导出AI曲线的乱线问题 5.2 光效制作揭秘 5.2.1 利用3ds Max制作光效 5.2.2 利用After Effects制作光效 5.2.3 利用particleIllusion制作光效 5.3 质感必杀技 5.3.1 黄金质感 5.3.2 白银质感 5.3.3 玻璃质感 5.3.4 天光质感 5.3.5 高反光质感 5.3.6 卡通质感 5.4 电视包装运动 5.4.1 电视包装运动特点 5.4.2 运动情绪 5.5 本章小结 第6章 ID类包装——MTV频道 6.1 项目简介 6.2 基本设置与建模 6.2.1 设置工作目录 6.2.2 模型制作 6.3 材质制作 6.3.1 制作MTV的绿色材质 6.3.2 制作“音乐频道”的黑色材质 6.3.3 制作MUSIC TELEVISION STATION的蓝色材质 6.4 动画制作 6.4.1 镜头01制作 6.4.2 镜头02制作 6.4.3 镜头03制作 6.4.4 镜头04制作 6.4.5 镜头05(落版镜头)制作 6.5 渲染镜头 6.5.1 渲染镜头01 6.5.2 渲染落版镜头02~镜头04 6.5.3 渲染落版镜头05 6.6 合成所有镜头 6.6.1 组接所有镜头 6.6.2 调整背景 6.6.3 调整镜头01~镜头04 6.6.4 调整落版镜头 6.7 渲染输出 6.8 本章小结 第7章 新闻类包装——CCTV《商务时间》 7.1 项目简介 7.1.1 创意简述 7.1.2 栏目简介 7.2 镜头1制作 7.2.1 设置工作目录 第8章 生活类包装——BTV《周周好生活》 第9章 综艺类包装——江苏综艺频道《字谜篇》 第10章 法制类包装——BTV《警法目录》 第11章 影视类包装——CCTV《中国武侠电影人物志》 第12章 晚会类包装——BTV《草根榜样》 第13章 导视类包装——BTV《晚间气象》 第14章 专题片与宣传片包装 附录 A 视频格式与压缩编码

章节摘录

版权页：插图：1.1 重新认识电视机包装 “电视包装”这四个字在国内出现也不过十年左右的时间，是一个外来的概念。

没有人能给这四个字下一个准确的定义，因为不同的人对电视包装的理解也不同，有很多人在电视包装行业工作了四五年，仍然不能清楚地说出电视包装到底是什么。

在本书中，有必要在概念上重新认识电视包装。

“电视包装”从电视节目诞生的那一天开始就产生了，而电视媒体的“品牌形象包装”则是伴随着电视传媒机构市场化的浪潮而出现的。

工作中为了沟通方便，人们都把“电视媒体品牌形象包装”简称为“电视包装”。

“电视包装”让电视屏幕异彩纷呈，同样也在屏幕下遍地开花。

因为“电视营销”不仅要关注屏幕上的画面，还要关注屏幕下的宣传。

“电视包装”不仅仅是提供一套美丽的图形识别体系与声音识别体系，而是要激发受众对频道品牌的所有联想，是一个全方位的期待体系。

当然，毋庸讳言的是，“电视包装”不能解决电视媒体所面临的所有问题，“电视包装”是“电视媒体品牌塑造与营销”架构下的一个重要环节而不是全部。

1.1.1 对电视装的十大认识误区 社会大众很少有人知道电视包装，尽管他们天天在消费着电视包装。

电视包装圈内人知道电视包装，却又流传着很多谬误的论调。

下文针对这些认识误区做一些分析。

1. 做电视包装就是做片头 片头只是电视包装中的一小部分，片头无法承载频道的整体包装。

如果你甘心成为一个“做片头的”人，很快就会被淘汰。

2. 做电视包装就是做栏包 “栏包”这个词在业内并不陌生，甚至在一段时期代表了“电视包装”。

即使在今天仍然不绝于耳，时有听闻。

“栏包”强调的是对栏目的包装。

随着频道整体包装体系的发展与完善，“栏包”的时代已经终结，“整包”成为电视包装的主流。

“电视包装”是“媒体形象包装”的一个分支。

“媒体形象包装”是从媒体自身特点出发，运用“品牌塑造理论”对媒体进行品牌塑造的过程。

3. 做电视包装就是做动画 动画（Animation）是个统称，有时候动画片就代表动画电影。

在这里使用的是动画的狭义概念。

其实，电视包装作品更像影片（Movie）。

作为影片来讲，就要有场景、演员、灯光、道具等。

我们可以找一些很好的电视包装作品当做电影来看，应该很快就能理解什么是Animation，什么是Movie。

“电视包装”作品最忌讳做得像动画演示。

只会做呆板的动画演示的人，如果不转变思想，永远也做不了“电视包装”。

4. 客户很土很傻 这句话恐怕是电视包装从业者经常挂在嘴边的话。

真是这样吗？

反思一下。

要想别人尊敬自己，自己先要尊敬别人。

不要总是嘲笑客户眼光土，先看看自己的片子是否满足了客户的主要需求。

5. 只要漂亮就行 常听人说“电视包装就是一张皮，只要漂亮就行”。

毋庸置疑，“漂亮”确实是衡量电视包装的主要标准之一，但是对频道来说，功能不好的东西再漂亮也没用。

把电视频道看做商品，电视包装就是商品的外包装。

包装先要保护商品，还要引起别人注意，在众多商品中脱颖而出。

进而让人产生购买冲动，最终完成购买行为。

<<After Effects/3ds Ma>>

只有漂亮是不能完成这一过程的。

对于电视媒体的品牌塑造（电视包装），媒体形象包装公司会按步骤启动策划部、创意部、制作部等共同协作。

好用又好看，能生长延伸的包装才是真正的好包装。

编辑推荐

《After Effects/3ds Max电视包装完全学习手册(第2版)》是作者5年来创意和制作经验的总结,不仅有全面的理论和经验总结,还有完整的制作案例,是一本面向初、中级读者的全面的电视包装教材。

《After Effects/3ds Max电视包装完全学习手册(第2版)》旨在帮助那些想进入电视包装行业的初学者和精通软件但进步缓慢的初、中级制作人员,为他们从概念、创意、眼界、流程、沟通、经验、设计、技能等方面提出完整的电视包装解决方案。

《After Effects/3ds Max电视包装完全学习手册(第2版)》不仅适合掌握3ds Max和After Effects的初、中级用户使用,同样适合电视包装、影视后期行业制作人员阅读,尤其是那些已经掌握了制作方法但进步缓慢、迫切需要提升设计能力和创意能力的人员。

《After Effects/3ds Max电视包装完全学习手册(第2版)》同样可以作为大、中专院校相关专业的教学参考书。

<<After Effects/3ds Ma>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>