第一图书网, tushu007.com

<<CG电视包装制作揭秘>>

图书基本信息

书名：<<CG电视包装制作揭秘>>

13位ISBN编号：9787115267283

10位ISBN编号：7115267286

出版时间：2012-1

出版时间：人民邮电出版社

作者：徐琦

页数：293

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书是火星时代为CG新人独家打造的！
通过学习《CG电视包装制作揭秘》的内容，可以了解电视栏目包装行业的相关知识，包括电视栏目包装行业的概述，目前发展状况和发展趋势，电视栏包的设计方法、设计原则及设计分类，电视栏包应用的基础技术及艺术技能，电视栏包的操作流程等。

这是一本“学校教程”+“领军人物或公司的案例操作流程”+“典型的技能技巧”的综合图书，具有很高的学习价值。
作为电视栏目包装行业的入门指导，《CG电视包装制作揭秘》适合大中专院校作为辅导教材使用，也适合CG动画培训机构作为指导教材使用。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

徐琦，蓝影魂视觉工作室主创，火星时代论坛电视包装版版主。
曾编著《After Effects 7.0影视特效与电视包装实例精讲》、《Autodesk Maya影视动画设计师标准培训教材》。

书籍目录

第1课　电视包装行业概述
1.1　什么是电视包装
1.2　电视包装的发展史
1.2.1　质感时代
1.2.2　设计时代
1.2.3　整合时代
1.3　电视包装的未来发展趋势
1.3.1　电视包装趋于“简约而不简单”
1.3.2　电视包装趋于“整合营销”
1.3.3　电视包装趋于“服务的持续性”
第2课　电视频道形象包装设计概述
2.1　形象包装设计原则
2.1.1　USP原则
2.1.2　唯一性原则
2.1.3　观众利益原则
2.1.4　统一性原则
2.1.5　开放式、可持续原则
2.2　道整体设计
2.2.1　频道ID
1.呼号型ID
2.情节演绎型ID
2.2.2　频道形象宣传片
1.大气磅礴型
2.突显地域特色型
3.突出频道风格理念型
4.代言人物塑造频道形象型
2.2.3　频道导视系统
1.节目预告版式
2.节目宣传片版式
3.广告版式
2.2.4　频道广告语系统
1.频道的广告语
2.栏目的广告语
2.2.5　频道字幕系统
2.2.6　频道演播室设计
1.栏目播报型
2.访谈型
3.互动节目型
4.大型晚会型
2.3　栏目包装设计
2.3.1　栏目片头、片花和片尾
1.栏目片头
2.栏目片花
3.栏目片尾
2.3.2　栏目形象宣传片

2.3.3　栏目字幕导视系统
1.人名、标题等字幕条
2.角标
3.转场
4.栏目导视、字幕版式
第3课　电视包装的设计风格分类
3.1　按照制作手法分类
3.1.1　平面类
1.纯平面类
〖1〗通过点、线、面等简单元素构成的片子
〖2〗镜头转场感强的片子
〖3〗使用平面元素表达意境、情感等类型的片子
〖4〗通过矢量或分层等平面素材搭建分镜头类型的片子
2.超平面类
〖1〗突出物体剪影（动或静）类的片子
〖2〗三维制作的场景，以色块方式着色元素的片子
〖3〗二维绘画风格的片子
〖4〗逐帧动画风格的片子
〖5〗街头涂鸦风格的片子
3.合成平面类
3.1.2　三维类
1.大三维类
〖1〗以突出物体质感为主的片子
〖2〗突出三维镜头、空间感的片子
〖3〗以突出光效、粒子等特效为主的片子
〖4〗以表现LOGO体量感和镜头感的片子
〖5〗模拟真实环境的三维片子
〖6〗以三维角色动画为主的片子
2.三维演示类
3.1.3　实拍类
1.实景拍摄+后期特效的频道宣传片
2.纯实拍的频道宣传片
3.以实拍人物代言的宣传片等
4.以实拍为主的广告片
3.2　按照不同色调分类
3.2.1　红色调
3.2.2　橙色和黄色调
3.2.3　蓝色调
3.2.4　绿色调
3.2.5　黑白灰色调
3.3　按照元素不同分类
3.3.1　圆
3.3.2　立方体和方片
3.3.3　文字
3.3.4　箭头和条带
3.4　按照不同特效分类
3.4.1　光效

3.4.2　粒子
3.4.3　流体
3.4.4　火焰
3.4.5　水墨
3.4.6　天光渲染
3.4.7　其他特效
3.5　按照不同风格分类
3.5.1　新闻类
3.5.2　经济类
3.5.3　法制类
3.5.4　娱乐、生活、时尚类
3.5.5　音乐和影视类
3.5.6　歌舞晚会类
3.5.7　体育类
3.5.8　教育类
3.5.9　中国风
3.5.10　网络版式
第4课　电视包装制作技能解密
4.1　常用风格的技术和特效表现
4.2　常用质感材质表现
4.3　天光渲染总结及应用
4.3.1　3ds Max默认渲染器的天光表现
4.3.2　3ds Max中mental ray渲染器的天光表现
4.3.3　3ds Max中VRay渲染器的天光表现
4.3.4　3ds Max中finalRender渲染器的天光表现
4.3.5　Maya中mental ray渲染器的天光表现
4.4　光效总结及应用
4.4.1　使用笔触线条（Stroke、Vegas、3D Stroke等）实现
4.4.2　使用分形噪波实现
4.4.3　使用其他特效过渡实现
4.4.4　Shine光芒
4.4.5　Light Factory光工厂
4.4.6　3ds Max中的 ” 神秘 “ 光效
4.5　粒子特效技术总结及应用
4.5.1　3ds Max自带的基本粒子技术
4.5.2　PF粒子系统
4.5.3　思维粒子
4.6　流体特效技术总结
4.7　水墨特效技术总结
4.8　实用艺术元素应用技法
4.8.1　视觉传达设计与电视包装
1.点、线、面
2.方、圆、角
3.横、竖、S
4.色彩构成
5.版式与字体
4.8.2　电视包装设计的形式美感

1.统一与变化
2.整体与局部
3.对比与调和
4.重心与稳定
5.对称与平衡
6.比例与尺度
7.条理与反复
8.节奏与韵律
9.呼应与连贯
10.落版画面设计形式
第5课　电视包装制作流程详解
5.1　单一片头和宣传片的制作流程
5.1.1　常规栏目片头制作流程
1.确定要服务的目标
2.前期的创意构思（包装的整体风格、色彩节奏等）
3.设计分镜头脚本
4.与客户沟通并确定最终制作方案
5.执行设计好的制作过程
6.最终合成为成片并输出
5.1.2　常规宣传片的类别和制作流程
1.素材剪辑类
2.非素材剪辑构图成片型
5.1.3　片头和宣传片的制作技巧
1.音乐小样
2.预先考虑裁减需要
3.预先准备所需元素以提高制作效率
4.注重学习和分析
5.2　频道整体包装的制作流程
5.2.1　定位策划阶段
1.分析确定频道的风格定位
2.建立频道品牌标识
3.频道品牌风格定位和标识建立实例
5.2.2　基础设计阶段
5.3　整合实施
5.4　后期维护
第6课　行业精英访谈
大气?服务?品质
　　访北京中视北方影像技术有限责任公司
活力创意
　　访卡酷卫视PBD工作室
非一般的工场
　　访世纪工场
提炼，所以高效
　　访上海大藏
水城里的视觉先锋
　　访杭州布雷克广告设计有限公司
研与学的第一线

访中国传媒大学副教授郭蔓蔓
做电视体的“ 品牌管家 ”
访资深电视包装人余丁

章节摘录

版权页： 插图： “KISS（Keep It Simple and Stupid）”是电视包装设计中的一个重要原则。
中文翻译为保持简单和愚蠢，但实际其要求设计得简约化及更加直接明了，这样观众在收看某频道时就会对该频道的信息传递有着清晰的记忆。
与此同时，简约的设计也会使包装作品更具有视觉识别性。
今后，电视包装的风格将越来越简约，这样，观众就能一目了然地抓住频道甚至是某个栏目的特点，牢记它们的特色，而电视包装作品也将呈现出现代感和时尚感，在这个基础之上，同时我们也要注意让电视包装既要走在时尚前列，又要在文化上有其独特的归属感，也就是说它要切实符合本频道的定位和特色，否则，一味追求时尚前列的风格又有何用？
电视媒体包装的技术与概念正在飞速发展，对于整个行业而言，革命性的变化就在眼前。
如果说提升频道形象是电视整体包装的直接目的的话，那么提升电视产品营销力是电视包装的最终目的，而营销力恰恰体现在广告收益上。
从目前国内整体情况来说，电视包装的营销力从总体上看还是有所不足，这有两个方面的原因：一是受众割裂，频道包装是放给观众看的，而电视台广告的直接客户却是企业，企业投放广告的最主要参考因素是权威调查机构的收视率调查及覆盖范围等；二是目前电视台所习惯的包装结构中，具有直接营销力的只有广告部分，显得力量单薄。
所以电视台除了做一套好的包装以外，也要做一些平面广告、海报等，还要搞路演等推广活动。
但由于是在缺乏统一协调的情况下来完成这些工作的，使得最终的品牌传播效果大打折扣，因此我们要实行整合营销传播。
整合营销传播就是要求每一个传播主体必须在任何时间、任何地点都要传达协调的、一致的品牌最强音，而这正是目前国内各电视台在自我营销推广活动中最欠缺的。
如果电视媒体上升到整合营销传播层次，势必对现有的市场产生极大的冲击。
从视觉范围来看，电视包装越来越流行于一种追踪服务的趋势。
现在电视台一般多与包装公司合作做媒体包装，这种合作有一个鉴别、磨合的过程。
电视频道选择包装公司首先要对其进行考察，看它是否有实力推进你的整体经营，包装思想是否符合思路，尤其是对本土文化特质的理解是否到位。
一经合作还需要不断地沟通和磨合，因为这种包装理念的逐渐形成和渗透，成为频道内一个重要的运营过程，这个过程不是一时能完成的，而要把它作为一项长期的工程。
电视频道的节目会随着观众的需求而改版，但是频道包装作为媒介品牌却应保持相对的稳定性，在此前提下进行局部的调整、补充和完善，只有进行这种周期性的有生长阶段的包装改变，才能真正起到推动媒体整体经营的作用。
总之，在各类数字媒体艺术人才不断涌现，电视媒体对品牌整体概念不断提升的趋势下，电视包装作为一个技术与艺术高度结合的新兴行业将大有前途。
中国的电视包装必将在不断的探索发展中与国际化接轨，迎接自己美好而广阔的前景。

编辑推荐

为CG人士独家打造，内涵行业领军人物案例和典型技巧，是电视包装行业最好的指导书。

第一图书网, tushu007.com

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