

<<锐风行技法3ds Max/After>>

图书基本信息

书名：<<锐风行技法3ds Max/After Effects电视品牌形象包装完全解码>>

13位ISBN编号：9787115229502

10位ISBN编号：7115229503

出版时间：2010-8

出版时间：人民邮电出版社

作者：雷荣祖,孙春星

页数：438

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>

前言

中国的电视包装从发轫到现在，已经走过了十几年的时间，无论是理论还是形式都发生了翻天覆地的变化。

截至目前，中国有将近3000家电视台，不仅每家电视台都在扩充频道，有线电视和交通电视也是方兴未艾。

中国电视媒体的迅猛发展带来电视包装市场的快速成长，实现了电视包装“人才”供不应求的局面。

请注意，电视包装行业不缺“人”，但缺“人才”。

随着技术的发展，越来越多的人投入了这个行业，尤其是熟练掌握PC和三维软件技术的人，率先加入了这个行业。

再到后来，什么职业的人出现在电视包装圈里面都不稀奇，因为电视包装拥有着独特的艺术魅力和强大的吸引力。

遗憾的是，并不是每个进来的人都能做好电视包装。

造成这种现象的原因是多方面的，一方面是因为缺乏完整而系统的电视包装教学体系，导致理论与实践相脱离，缺乏中间的过渡与衔接；另一方面是缺乏必要的行业分析与就业指导，有的人认为做完书上的案例即可轻松胜任电视包装工作。

笔者在招聘过程中经常见到拿着书上的案例当作品来面试的人；还有一方面是因为电视包装教育未能注重沟通能力的培养。

有鉴于此，锐风行在2008年伊始就筹划编写一本系统性好、针对性强、亲和性佳的教材，力图把公司十年来总结的流程与经验介绍给读者。

经历了近两年的写作，才将此书呈献在读者面前。

本书中的“锐风行电视频道整体包装流程图”和“锐风行电视包装方案执行流程图”是锐风行多年来总结的精华所在，在本书中首次公布，以期对读者有所裨益，同时精选了锐风行制作的真实案例供读者研习参考。

本书在写作期间得到了锐风行CEO丁颖女士及市场部总经理丁毅先生的首肯，锐风行艺术总监肖艺先生对本书的写作倍加重视，为本书的顺利完成提供了强有力的支持与帮助。

本书的第1章—第4章（策划理论部分）由孙春星撰写，第5章（前期拍摄部分）由肖艺撰写，第6章—第15章（案例部分）由李永武、肖一波、薛卫杰、张愿等撰写，李永武和雷荣祖录制了一些案例的教学录像。

闫鹏整理了本书的精美插图，杨博为本书封面的设计贡献了才华。

本书由孙春星统稿并进行初步审校。

本书得以出版还有赖于成都时代印象文化传播有限公司的编辑孔祥翔，没有他的督促和指导，本书难以准时付梓。

此外周亚茹对创意阐述部分付出了劳动，锐风行数字艺术教育总监雷荣祖贡献了《面对面》的工程文件，在此一并致谢。

本书的重要案例均配有相应的视频教程，通过视频教程学习可以极大地提高学习效率。

但是，我们仍然建议读者不要脱离书本，因为书中会介绍很多相关的操作技巧与创意思想。

不少初学者往往满足于对案例的简单模仿而不关心案例的产生过程，这是一种十分有害的学习方法。

内容概要

这是一本从理论到实践的电视品牌形象包装指导教程，是一本真正讲电视包装的实践性教程。

首先，本书从“电视品牌形象包装”的理论高度出发，告诉读者什么是真正的电视包装，指出当前部分从业者对电视包装的认识误区，从思想上引导读者正确理解何谓电视包装。

其次，本书详细介绍了电视频道整体包装流程、电视包装方案执行流程、电视品牌形象包装的营销策略、电视包装的前期拍摄等重点内容，这些理论体系乃是电视包装之根本。

最后，本书提供了数十个实践性的包装案例供读者学习参考，完成从理论到实践的过渡，让读者不仅树立正确的电视包装理念，同时掌握电视包装制作的相关技术。

本书附两张DVD光盘，包含本书案例工程文件、视频教学录像、相关素材文件，以及北京锐风行文化传播有限公司的商业作品展示文件。

本书适合有一定理论和软件基础的电视包装从业者选用，也可供相关专业的学生参考。

作者简介

肖艺，毕业于中央工艺美术学院，现任锐风行公司艺术总监、导演。

“锐风行数字艺术教育机构”高级顾问；“锐客”概念的创始人和倡导者。

极具前瞻性的影视策划专家、电视品牌塑造专家。

十余年的从业经验，长期服务于CCTV、BTV以及省级卫视等各大电视媒体。

拥有丰富的影视制作以及电视品牌核心概念研发经验。

策划并领导执行了国内众多电视台的重大包装项目及多部影视广告作品的摄制。

孙春星，“锐风行数字艺术教育机构”教育总监。

“锐风行”策划人；“锐客论坛”站长。

从业六年来。

致力于传播锐风行先进的影视制作经验和优秀作品。

拥有丰富的品牌核心概念研发、品牌塑造与维护经验，长期服务于CCTV、BTV以及省级卫视等各大电视媒体。

近年来致力于研究如何将电视包装理论与实践相结合，探寻初学者入门困难的解决方案。

同时热衷于影视软件的功能探索与教材开发。

个人博客《电视包装论语》在业内有一定知名度，深受网友喜爱。

雷荣祖，“锐风行数字艺术教育机构”教育总监。

中国数字艺术设计工程师资格认证委员会专家。

中国数字影像行业人才培养工程专家讲师。

在国内专业电视包装公司从业多年。

拥有丰富的电视品牌战略策划、三维动画制作和后期合成经验。

曾服务过的客户有CCTV-1、CCTV-2、CCTV-新闻、BTV-9、河南卫视、新疆卫视等。

书籍目录

第1章 电视包装概论及流程 1.1 中国电视包装进化史 1.1.1 电视包装内容演变 1.1.2 电视包装风格演变 1.2 对电视包装的十大认识误区 1.2.1 做电视包装就是做“片头” 1.2.2 做电视包装就是做“栏包” 1.2.3 做电视包装就是做“动画” 1.2.4 客户很土很傻 1.2.5 只要漂亮就行 1.2.6 落版最后再做 1.2.7 前景比背景重要 1.2.8 做三维的不能画创意 1.2.9 那需要编程 1.2.10 这是我做的 1.3 频道整体包装流程 1.3.1 锐风行电视频道整体包装流程图 1.3.2 新流程创立的必要性 1.4 电视包装方案执行流程第2章 概念系统与构成系统第3章 呼号及片头系统第4章 宣传推广与离播包装第5章 电视包装前期拍摄第6章 CCTV-2——U型篇第7章 河南电视台——TOP6遥控器篇第8章 CCTV-12——钟表篇第9章 CCTV-E——新闻第10章 河南电视台——晨光剧场第11章 黑龙江电视台法制频道——警讯第12章 河南卫视——卡通剧场第13章 CCTV-新闻频道——面对面第14章 陕西体育健康频道——颠球篇第15章 河南电视台精品博览频道——TOP6层次篇第16章 电视包装编播与行业展望

章节摘录

插图：“你是做什么工作的？”

”“我是做片头的。”

”在亲朋好友的询问声中，电视包装从业者的回答很多时候都是“做片头的”，这是一种无奈之举。如果说“做电视的”，那么别人会问“你是做哪个牌子的电视”，说自己是“做电视包装的”，别人会问“电视包装是什么”。

和别人交流，说“做片头的”尚可理解。

但是作为真正的电视包装从业者，依然认为自己是做片头的就很危险了。

因为即使一个最简单的节目包装也会有片头、片尾、角标、版式和字幕条。

更何况是频道的整体包装呢？

当一个老师只教你照抄片头、样片的时候，这个老师就很值得怀疑了。

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，你很快就会被淘汰。

“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”，即使现在也不绝于耳，时有耳闻。

“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。

个人工作室可以完成“栏包”，但无法完成“整包”。

当个职业自由人确实让自己多了些自由时间，但很可惜的是丢掉了承接大项目的机会。

作为专业的电视包装从业者，张口闭口“栏包”，我们可以有足够的理由怀疑你不懂得“整包”，不了解电视包装的基本流程。

“栏包”喧宾夺主的阶段已成昨日黄花。

媒体关注与评论

锐风行公司电视包装方面的业绩在影视行业内是有目共睹的。

他们创作了很多耳熟能详的电视包装产品。

很高兴这样一个实践经验丰富的公司愿与业内人士分享他们多年的心得和经验。

这样一本结合实例而非笼统的教材，相信会对您学习电视包装提供一些帮助。

——山东电视台 许静 成功作品的背后离不开好的创意。

好的创意离不开过硬的技术去实现，过硬的技术更是离不开灵活巧妙的使用方法。

与锐风行合作4年，学到了很多解决问题的方法，受益匪浅。

河南电视频道包装主管程城 分享的知识最有力量。

该书出自电视包装界的知识分子代表“锐客”之手，易读、实用而专业，使哪怕之前对包装设计了解程度不深的读者也可以更便捷、更深入地树立整体感。

——江苏电视台综艺频道 汪洋 电视包装设计师都应该是一个合格的导演，因为他们不仅要懂得一些具体的三维、合成等技术，更要深刻地理解片子的主题、结构与节奏，要会“讲故事”。

本书作者是出色的电视包装设计师。

——北京大禾宝华公司导演 宋媚

编辑推荐

《锐风行技法3ds Max/After Effects电视品牌形象包装完全解码》：北京锐风行文化传播有限公司珍贵内部资料倾情奉献。

2DVD包含书中所有案例的源文件、视频教学录像、案例成片的展示等。

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>