

<<凌厉视觉>>

图书基本信息

书名：<<凌厉视觉>>

13位ISBN编号：9787302217985

10位ISBN编号：730221798X

出版时间：2010-1

出版时间：清华大学出版社

作者：郑红

页数：305

字数：560000

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>

## &lt;&lt;凌厉视觉&gt;&gt;

## 前言

建议读者在阅读本书前认真阅读此部分，很多本书的重要说明与信息都将在此呈现。

目前，很多刚毕业的学生在找工作时，都面临着理论有余而实战不足这一问题，更有些人以为只要在社会培训中心学习一段时间，就能立刻胜任自己喜欢的动漫、建筑、包装等设计工作，可事实是他们在培训机构学到的多是些使用软件的技能，让他们自己去创作一部片子就会很茫然、不知道该如何下手。

本书的创作初衷就是将大学所学的理论与合作机构的软件技能相结合，但是它与市面上海量的软件技术精粹类型的图书不同，因为本书的核心是在创作技巧讲解的基础之上，完成一种概念的传递；同时它又与乏味的理论课本不同，在倡导创新与构思意识的同时，结合整套的包装制作步骤详解，迅速有效地提升读者的创作意识与执行能力。

对于有经验的设计师更是一种设计的升华和技巧的强化。

本书融入了大量技术之外的行业操作，如项目策划、创意分镜、场景氛围塑造、角色形象设定、软件技能运用等知识，并配合不同层次读者将书中的章节按难易程度排序。

另外，本书讲解所用到的实例，都是笔者从业多年来的一些典型的商业作品，是国内电视视频包装最顶级的实例作品，请翻看本书侧面的视频小样，以及本书插页中的视频分镜图片。

总之，本书的解密会使得广大读者朋友们对设计一词有新的认识，那些看似复杂的漂亮画面，不过就是些移动、旋转、复制操作而已，以上皆是此书的有力看点。

适合读者 本书针对电视媒体行业，但影视特效、工业造型、建筑动画、动漫角色、平面广告等行业的设计师们皆可在此书中有所收获。

所以说本书面向的读者群应该是更广泛的所有设计爱好者。

## &lt;&lt;凌厉视觉&gt;&gt;

## 内容概要

本书结合国内顶级设计团队的案例，详细深入地从初期的项目分析、分镜头设计再到场景设定和成片的制作，没有经验的读者经过系统的学习后，会对视频项目设计的流程有一个基本概念，对于有经验的设计师也是一种设计的升华和技巧的强化，更为设计界的资深设计师提供一个交流平台，同时也能让部分群体对设计有一个新的认识。

本书的核心是在创作技巧讲解的基础之上，完成一种概念的传递。

同时它又与乏味的理论课本不同，在倡导创新与构思意识的同时，结合整套的包装制作步骤详解，能够迅速、有效地提升读者的创作意识与执行能力。

本书融入了大量技术之外的行业内幕，如项目策划、创意分镜、场景氛围塑造、角色形象设定等知识，并配合不同层次读者将书中的章节按难易程度排序。

本书的特别之处就在于，在很多人眼里看似复杂的绚丽画面，不过是些移动、旋转、复制的操作而已，关键在于如何驾驭这些效果并将其融会贯通于设计作品中，也就是——设计思维！

这些都是本书的有力看点。

本书赠送双DVD光盘，附带本书实例所需的素材、小样和源文件，另外还有部分实例的操作视频以及拓展操作视频。

本书不应仅局限于电视媒体行业，对于影视特效、工业造型、建筑动画、动漫角色、平面广告等行业的设计师来说，皆可在此书中有所收获。

所以说本书面向的读者群应该是更广泛的所有设计爱好者。

<<凌厉视觉>>

作者简介

郑红，2005年CCTV-1套人民子弟兵栏目组负责栏目包装。  
2006年至今，香港阳光卫视负责频道形象策划。

## &lt;&lt;凌厉视觉&gt;&gt;

## 书籍目录

- 第1章 电视包装概述 1.1 电视包装的概念与内容分类 1.2 频道包装 1.2.1 频道标识 1.2.2 频道ID 1.2.3 频道形象宣传片 1.2.4 频道导视系统 1.2.5 频道字幕系统 1.3 栏目包装 1.3.1 栏目概念宣传片 1.3.2 栏目片头 1.3.3 栏目片花 1.3.4 栏目角标 1.3.5 栏目人名与字幕条 1.3.6 栏目演播室 1.3.7 栏目导视 1.4 电视包装的其他内容 1.4.1 声音 1.4.2 电视VI系统 1.5 电视包装的制作流程 1.5.1 定位与策划阶段 1.5.2 基础设计阶段 1.5.3 方案整合阶段 1.5.4 实施维护阶段 1.6 电视包装的原则 1.6.1 统一原则 1.6.2 发展原则 1.6.3 超前原则 1.6.4 特色原则 1.7 视频设计师之必知必会软件 1.7.1 Photoshop 1.7.2 After Effects 1.7.3 FinalRender 1.7.4 Brazil r/s 1.7.5 RealFlow 1.7.6 ds Max 1.8 小结 第2章 AE写意导视 2.1 导视概述 2.2 案例分析 2.2.1 确认案例整体风格 2.2.2 筛选分镜头 2.3 分镜头制作 2.4 正式制作前的准备 2.4.1 改变系统帧数 2.4.2 为方便操作的其他初始化设置 2.5 完成分镜头动画制作 2.5.1 将制作完成的分镜头导入AE 2.5.2 制作主元素动画 2.6 结合摄影机制作开场动画 2.6.1 修改摄影机的相关设置 2.6.2 制作有空间感的竹林动画 2.6.3 运用摄影机完善开场动画 2.6.4 运用元素动画增强画面的空间感 2.7 制作水波纹动画 2.8 渲染输出设置 2.8.1 成片大样输出 2.8.2 日常小样输出 2.9 小结 第3章 频道过年ID创作 3.1 制作背景 3.2 设计思路 3.2.1 案例分析 3.2.2 套用标准衡量片子 3.3 分镜的设定过程 3.3.1 总结分镜制作的流程 3.3.2 搜集元素 3.3.3 在PS软件中处理场景贴图 3.3.4 在Max中创建分镜模型 3.3.5 搭建分镜场景 3.4 阐述分镜 3.5 整体架构 3.5.1 启场部分 3.5.2 福、牛部分 3.5.3 花海部分 3.5.4 落板部分 3.5.5 综合部分 3.6 完成场景动画 3.6.1 启场的模型创建和动画制作 3.6.2 福、牛场景的元素动画制作 3.6.3 鲜花场景的模型创建和元素动画制作 3.6.4 创建场景灯光 3.6.5 场景落板前三维收场部分的模型创建及动画制作 3.6.6 第二条摄影机长镜头的制作 3.7 长镜头三维部分的渲染输出 3.8 后期合成 3.8.1 镜头一的合成制作 3.8.2 镜头二的合成制作 3.8.3 后期渲染大样 3.9 小结 第4章 《星夜名人堂》栏目片花与字幕条 4.1 案例分析 4.1.1 确定整体风格 4.1.2 确定分镜头 4.2 三维场景的创建 4.2.1 小人儿场景的制作 4.2.2 落板的场景搭建 4.2.3 渲染部分的特殊处理 4.3 后期合成 4.3.1 在AE中创建场景需要的小素材动画 4.3.2 合成镜头 4.4 栏目包装附属品设计 4.4.1 人名条的创建 4.4.2 字幕条的创建 4.4.3 角标的创建 4.5 小结 第5章 RealFlow使用详解及案例制作 5.1 RealFlow在片头中的应用 5.2 RealFlow速成 5.3 案例1——片头中的水流 5.3.1 在RealFlow中的制作部分 5.3.2 Max与RealFlow的结合与材质灯光动画的设置 5.4 案例2——B字在Max中的特殊处理和RF的衔接 5.4.1 在RF中制作液体填充动画 5.4.2 Max与RF的结合 5.5 国电案例讲解 第6章 概念宣传片的创作 6.1 宣传片的传统分类 6.2 案例分析 6.2.1 案例风格的确定 6.2.2 案例分镜头的确定 6.3 镜头的分组制作 6.3.1 钱币场景的制作 6.3.2 思想罗盘的制作 6.3.3 思想罗盘的合成处理 6.3.4 与思想者的结合 6.3.5 幕布揭开广告词动画制作 6.4 小结 第7章 TVS盛典——大型活动现场片头打造 7.1 案例分析 7.1.1 设计思维 7.1.2 确认分镜头 7.2 三维中制作四组镜头 7.2.1 镜头1 7.2.2 镜头2 7.2.3 镜头3 7.2.4 镜头4 7.3 后期合成 7.3.1 制作片头中需要创建的元素动画 7.3.2 合成镜头 7.4 粒子片头 7.4.1 Particle Flow粒子流速成 7.4.2 粒子制作 7.5 小结 第8章 卡通风格片头的创作概要 8.1 案例分析 8.1.1 案例设计思路 8.1.2 场景设定过程 8.2 三维场景制作 8.2.1 天空场景 8.2.2 海洋场景创建概要 8.2.3 落板场景 8.3 后期合成 8.4 小结 第9章 霓虹灯与视觉张力的表现 9.1 案例设计思路 9.2 三维长镜头的制作 9.2.1 长镜头的模型和动画创建 9.2.2 霓虹灯场景的灯光布局 9.3 霓虹灯最后的效果处理 9.4 小结 第10章 FinalRender天光渲染 10.1 FR天光场景和材质设定 10.1.1 Max渲染器的更换 10.1.2 场景材质设置 10.2 FR天光及渲染设置 10.2.1 FR渲染设置 10.2.2 FR天光设置 10.3 小结

## &lt;&lt;凌厉视觉&gt;&gt;

## 章节摘录

1, 1 电视包装的概念与内容分类 电视包装是媒体自身发展的需要,也是频道文化品位的体现,它一方面协调频道的各个栏目,使之有机地融会在一个整体中,另一方面要借助频道整体形象的设计,传达出频道的核心理念。

一个频道的包装与个别栏目的包装不同,它需要有明确的战略思想和高瞻远瞩的定位。频道的定位首先有赖于进行全面的调查研究,考察电视台的现状,对频道覆盖范围内的观众进行深入研究,了解观众的基本构成、特点、社会分布、生活形态、收看电视节目的兴趣等。

同时,还要分析竞争者的优势和劣势。在此基础上,找出与定位有关的元素——角色、性质、功能、内容、载体、文化特色,风格、品位、经营、辐射区域等。这些元素中的大多数都有许多共性,真正不同的主要是文化特色、风格、品位,所以一个频道要在包装上做出自己的特色,必须定位准确,才会引起观众的兴趣。

电视包装是外在的表现形式,它包括企业商标( LOGO )的定位形象、定位色彩、定位字体等。作为电视媒体,可以在台标、频道包装等电视作品中形象地体现,包括频道标识、频道ID、频道形象宣传片、频道导视系统、频道字幕系统、频道中各个栏目的包装、声音以及传统的电视VI系统等。

下面作者就结合3年前做的一套频道整包装,对电视包装的具体内容进行简单介绍。

1, 2 频道包装 频道包装包含频道标识、频道ID、频道形象宣传片、频道导视系统和频道字幕系统等几个构成部分。

1, 2, 1 频道标识 频道的标识由频道的LOGO、字标构成。平时我们经常看电视画面的左上角或右上角看到标志图形,这些就是一个频道的标识,它用来提醒观众正在收看的是哪个频道。

在实际的设计中,许多电视台的标识都是以图形或结合中英文名的缩写组合起来的。但众多的频道使标识设计容易混淆,因此各频道在标识的设计过程中,更多地注重自身特点。找到最适合的信息表达方式,结合地方特色才能在众多的标识中醒目、突出。

一个频道的呼号,要做到仅是用只言片语就能阐述清楚频道的理念,这实在是件不容易的事,要知道一个频道的价值取向,就算是众多学家用到鸿儒巨制也未必能够尽其详。

因此,不应在学术迷津地带徒废心机,而是要以简单的关键词表明频道立场,能让受众感受到这是一个具有鲜明态度和先进理念的新媒体,感受到频道对和谐社会所作出的努力,这样频道呼号的目的也就达成了。

## <<凌厉视觉>>

### 编辑推荐

本书的特别之处就在于，在很多人眼里看似复杂的绚丽画面，不过是些移动、旋转、复制的操作而已，关键在于如何驾驭这些效果并将其融会贯通于设计作品中，也就是——设计思维！这些都是本书的有力看点。

本书赠送双DVD光盘，附带本书实例所需的素材、小样和源文件，另外还有部分实例的操作视频以及拓展操作视频。

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>