

<<数字游戏视觉设计>>

图书基本信息

书名：<<数字游戏视觉设计>>

13位ISBN编号：9787531449225

10位ISBN编号：7531449226

出版时间：邵兵、梁凤婷 辽宁美术出版社 (2011-08出版)

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>

<<数字游戏视觉设计>>

书籍目录

序 前言 第一章数字游戏发展综述 第二章数字游戏设计与东方艺术形式融合的可能性 第三章游戏角色的服饰设计 第一节 游戏角色服饰的作用 / 024 第二节 游戏角色服饰设计的特点 / 024 第三节 游戏角色服饰设计构思 / 025 第四节 游戏角色服饰设计方法 / 027 第四章游戏原画设计 第一节 圣灵骑士二维原画设计过程 / 031 第二节 Flash游戏设计 / 036 第五章三维游戏角色制作 第一节 三维游戏制作综述 / 045 第二节 三维角色模型原画设计 / 046 第六章制作字体变形动画 第七章三维游戏贴图发展综述 第八章游戏的音乐与音效 第九章游戏动画CG模型制作步骤 第一节 概述 / 071 第二节 角色模型的制作 / 073 第三节 游戏角色CG制作 / 082 第四节 游戏中骨骼与动作制作过程 / 101 第十章游戏角色制作的基础知识与制作规范 第一节 游戏角色建模过程 / 119 第二节 次世代游戏模型制作(提高篇) / 128 常用网络游戏术语的中英文对照 / 133 作品欣赏 / 138 参考文献 / 151 后记 / 152

章节摘录

版权页：插图：三、中国本土电子游戏产业的现状（一）中国本土电子游戏产业的分析 中国本土的电子游戏产业经过多年应对盗版等不健康消费环境的抗争过程后，能够使玩家直接面对运营商进行消费的网络游戏占据了我国电子游戏市场中的主要地位。

中国本土网络游戏产业刚刚完成由代理引进占据市场份额较大向自主研发占据市场主流转变的过程。经过中国特色游戏市场大环境的检验和洗牌，目前我国自主研发的本土主流游戏类型以多人在线角色扮演游戏和多人在线休闲互动游戏为主。

《2009年中国游戏产业报告》相关数据显示：2009年中国网络游戏实际销售收入为256.2亿元，比2008年增长了39.4%，为相关产业带来的直接收入达555亿元。

中国自主研发的民族网络游戏实际销售收入为165.25亿元，比2008年增长了50.1%，占我国网络游戏实际销售收入的64.5%。

2009年，共有29家中国企业自主研发的64款网络游戏进入海外40多个国家和地区，实现销售收入1.09亿美元，比2008年增长了53.9%。

（二）国内政策环境 / 人文环境对于游戏制作运营的限制因素 近年来国产网游发展迅猛，主要原因是政策环境、舆论环境相比较之前有所转好。

但是总体来说，与明确扶持游戏业的韩国政府相比，中国政府对于网络游戏的扶持力度还远远不够。很遗憾的是，中国政府决策部门至今对于网络游戏没有一个明确的界定。

在不出事时对网络游戏放任自流，一旦出事又矫枉过正。

对于投资见效迅速的游戏代理这算不了什么，但对于需要不断积累经验的游戏开发商来说，产业政策的不确定明显制约了其发展。

产业政策不明确的态度导致的网络游戏管理权力的分化，很容易造成相关监管部门在具体操作过程中的相互冲突，不利于网络游戏的良性发展。

（三）中国电子游戏的用户群体研究 中国的电子游戏总体用户群体覆盖全年龄层，早期8位电视游戏受众群体直至今日仍是一个庞大的数目，老年人中也有一定数量以此为娱乐消遣的活动。

街机用户以青少年和青年为主，运动及音乐类游戏框体吸引大量此年龄段本对电子游戏没有消费习惯的群体。

家用机用户以消费能力高和有自主私人空间的青年人及中年人为购买主力，而掌上游戏机则偏向于低龄化和女性化，中年人购买掌上游戏机较少以游戏为目的。

<<数字游戏视觉设计>>

编辑推荐

<<数字游戏视觉设计>>

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>