

黄今 编著

商业动画

编剧创意与写作

Creativity and Writing for
Commercial Animation



诚意推荐

夏霓

动漫公司 CEO

宋洋

新锐艺术家

颜开

著名漫画家

冯戈

著名漫画家

学会以动画和漫画的形式讲好故事
为自己的创意世界打开一扇自由呼吸的大门

龍門書局

黄今 编著

商业动画

编剧创意与写作

Creativity and Writing for
Commercial Animation



龍門書局
北京

内 容 简 介

本书是一本有关动画、漫画编剧的图书,以翔实的资料、充沛的案例对当代商业动画电影、电视剧中采取的编剧手法进行分析与分类。

全书共分为15章,第1章介绍动画的起源与创意思维的训练方法;第2章对艺术动画片与商业动画片的概念予以区分;第3章对影视和动画的创作语言进行分析;第4章是较为核心的内容,即商业动画剧作类型分类,读者通过这一章的内容学习,会对目前市场上流行的商业动画剧作有更为全面的了解,同时为编写一个好的动画剧本打下良好基础;第5~14章依次为创作者的素质要求、创作题材的选择与价值判断、素材的积累与选择、商业动画片剧本创作技巧、动画人物设计、动画片中的戏剧冲突、情节组织、动画片结构以及创作规律总结等相关写作技巧的经验分享;第15章则以实际案例修改为主,对两个动画剧本进行赏析与修改,相信经过系统、完整的学习,读者能得到足够的有关动画编剧的知识,为自己的创意世界打开一扇自由呼吸的大门,动画世界的奇幻之旅正在向你召唤。

本书内容丰富,结构合理,图文并茂,适合有志于从事动画编剧工作以及对动漫文化有兴趣的读者选用。

图书在版编目(CIP)数据

商业动画编剧创意与写作/黄今编著. —北京:
龙门书局, 2014. 5
ISBN 978-7-5088-4217-2
I. ①商… II. ①黄… III. ①动画片—电影编剧 ②动
画片—剧本—创作方法 IV. ①I053.5
中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第056238号

责任编辑:周晓娟 刘薇 吴俊华 / 责任校对:杨慧芳
责任印刷:华程 / 封面设计:张世杰

龍 門 書 局 出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

北京市集惠印刷有限公司印刷

中国科技出版传媒股份有限公司新世纪书局发行 各地新华书店经销

*

2016年2月第 一 版

开本:787×1092 1/16

2016年2月第一次印刷

印张:20

字数:486 000

定价:69.00元

(如有印装质量问题,我社负责调换)

前言



在我国，动画、漫画和文化创意产业的发展等已经成为最热门的话题。而随着经济的不断发展，各行业的不断深化、细化，对行业知识结构的调整也正在悄然发生。

笔者从2005年开始正式成为动画编剧，此间参与创作了多部在央视播出的动画电视剧，目前正在进行一部动画电影的筹备与创作，可以说是全程参与我国文化创意产业发展的从业者之一。

在此过程当中，笔者一向本着要创作出令受众快乐的作品而进行着自己的职业之旅，所以无论是书中的案例，还是自己所参与的项目，乃至原创作品，都遵循着这一原则——带给受众愉快、振奋的心情——这也是笔者希望本书读者能感受到的心情。

相信本书的读者，大多数都观赏过许多来自国内外的优秀动画作品，尤其是动画电影。想来有为数不少的动画电影爱好者都萌生过这样一个念头：由我来当动画编剧，一定可以编创出最有创意、最能满足观众观赏需求的作品！这本书，就是为有这样一个梦想的朋友们准备的。

如果你喜欢写作，如果你喜欢与团队合作改编故事，或者哪怕你仅仅是喜爱欣赏动画本身、喜爱其中由动画师创造出来的精美画面……本书都不失为一个不错的选择。

本书从基本的动画理念开始阐述，深入浅出地剖析一个动画编剧应该具备的素质与学习能力。在最为核心的部分笔者首创性地将动画电影类型进行了详细、系统的分类，

并提供大量相应的案例进行分析，每一类型中对应的动画电影案例都是大家耳熟能详的名作，这是笔者以最大诚意开创的商业动画剧作分析模式，希望学习动画编剧的朋友都能够从中受益。当然，限于笔者水平，肯定分析过程中有所不足，希望与大家互动交流、讨论。

此外，本书还引用大量笔者本人参与创作的商业动画案例或完全原创的项目，提供出来给大家参考。比较遗憾的是，因成书时间较早，还未能收录近两年在大银幕上涌现出来的大量动画电影新作。

说句题外话，笔者一直深深认为：编剧是一个趣味盎然的职业，动画编剧尤其如此。

比如，在我们的生活中，经常会说出类似的话：“哇，他/她的性格好夸张，好像活生生的动画人物走到生活里面来了！”这种奇妙的愉快感受是从事其他行业的人很难体会的，也因为这样，动画编剧常常会拥有极其强大的心理素质去应对生活中的各种局面。简言之，是一种强大的乐观主义精神。这种乐观主义会带给拥有者神奇的力量，打破僵局的能力。

在这个职业当中，最需要的就是想象力。相信很多朋友都对自己的想象力与文字能力充满了自信，这也正是从事这份职业的基础。

在这里，祝愿每一位打开本书的朋友都获得愉快的阅读体验，也在此感谢诸位提供了巨大帮助的朋友们，感谢你们。

本书由黄今（黄金的笔名）执笔，参与编创的还有于嵘、刘德龙、孙燕、刘丽华、王珏、陈琛然、魏忠、高媛媛、张玲、牛僮菲、吴海涛、杜东彬、宁晓鹏、屈瑞琛、武雪等，感谢参与本书编创的所有朋友和同事，是他们的辛勤付出才有了本书的顺利出版。

此外，还要感谢的家人与朋友（以下排名不分先后）有：黄吟笙、陶瑞英、黄仙咏、黄沐、赵秀琴、黄河、苏晓虹、陈德明、颜开、冯戈、宋洋、夏霓、刘峰、金城、黄烨、苗海燕、陈雨、胡蓉。

在阅读过程中，如果有任何疑问，欢迎与笔者交流，联系邮箱：1942930707@qq.com。

黄今

2015年11月

○ 目录



第1章 商业动画剧本创作概论

1.1 何为动画 / 004

1.1.1 动画片的艺术属性 / 004

1.1.2 动画片的商业属性 / 005

1.2 商业动画的创意起源 / 006

1.2.1 一切的缘起——想象力 / 006

1.2.2 创意的基石 / 006

1.2.3 创意的驱动力 / 007

1.3 商业动画片创意——戴着镣铐的舞蹈 / 007

1.3.1 何为有价值的创意 / 008

1.3.2 创意思维的训练 / 009



第2章 商业动画片的艺术特色

2.1 商业动画片的概念界定 / 016

2.1.1 商业动画片与艺术动画片 / 016

2.1.2 商业动画片与电视剧 / 019

2.1.3 其他艺术形式 / 019

2.2 商业动画片剧作的特性 / 019

2.2.1 动画剧本与小说的区别 / 020

2.2.2 动画片剧本与真人影视剧本的区别 / 020

2.3 商业动画剧作模式的流派 / 021

2.3.1 迪士尼剧作模式 / 021

2.3.2 日本动漫剧作特点 / 022

2.4 商业动画剧作通用的编剧要素 / 024

2.5 案例分析 / 027



第3章 动画片的语言

3.1 影视语言的词汇 / 034

3.1.1 镜头中的画面 / 034

3.1.2 镜头中的声音 / 037

3.2 影视语言的特性 / 038

3.3 动画语言的词汇 / 038

3.4 动画语言的特性 / 040

3.5 案例分析 / 041



第4章 商业动画片类型研究

4.1 励志喜剧 / 054

4.2 科幻剧 / 057

4.2.1 科幻剧代表作《蒸汽男孩》 / 057

4.2.2 机器人动画代表作《机器人历险记》 / 059

4.3 魔幻冒险剧 / 061

4.4 言情剧 / 062

4.4.1 日本言情剧代表作《他与她的事情》 / 062

4.4.2 国内言情剧代表作《梁山伯与祝英台》 / 063

4.5 神话剧 / 064

4.6 武侠剧 / 067

4.7 竞技剧 / 069

4.8 侦探剧 / 072

4.9 悬疑剧 / 074

4.10 生活剧 / 075

4.11 另类剧 / 077

4.11.1 代表作《圣诞夜惊魂》 / 078

4.11.2 代表作《僵尸新娘》 / 080

4.12 综合剧 / 082

4.13 其他剧 / 087

4.13.1 诗化动画代表作《银河铁道之夜》 / 087

4.13.2 讽刺动画代表作《辛普森一家》与《南方公园》 / 089



第5章 创作者的素质要求

5.1 创作者的心理素质 / 096

5.1.1 童心 / 096

5.1.2 爱心 / 097

5.1.3 想象力 / 098

5.1.4 案例分析 / 100

5.2 动画剧作创作者的必备能力 / 105

5.2.1 美术鉴赏能力 / 105

5.2.2 文字图形化的能力 / 106

5.2.3 沟通能力 / 106

5.2.4 案例分析 / 107

第6章 创作题材的选择与价值判断

6.1 题材的分类 / 114

6.2 价值判断的标准 / 115

6.2.1 以文学名著或知名作品为基础的改编题材 / 115

6.2.2 动画化后的可视性 / 116

6.2.3 符合动画作品的特定叙事结构 / 116

6.3 商业动画片剧本的价值判断 / 116

6.3.1 社会价值 / 116

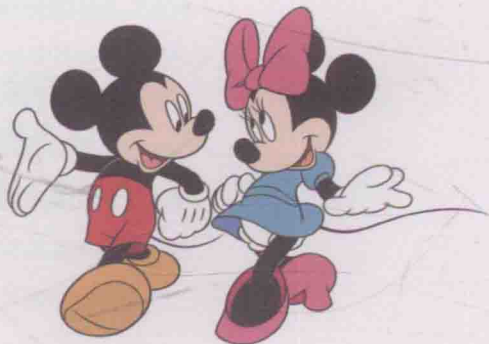
6.3.2 商业价值 / 117

6.3.3 艺术价值 / 117

6.4 案例分析 / 117

6.4.1 分析《名犬学校》剧情 / 117

6.4.2 分析《名犬学校》剧本价值 / 124



第7章 素材的积累与选择

7.1 积累童心、童趣 / 128

7.2 积累感动 / 128

7.3 裁剪素材的技巧 / 129

7.3.1 改造 / 130

7.3.2 嫁接 / 130

7.4 案例分析 / 131



第8章 商业动画片剧本创作技巧

8.1 剧本写作的几个阶段 / 142

8.1.1 故事提要 / 142

8.1.2 详细剧情梗概 / 143

8.1.3 完整动画剧本 / 144

8.2 剧本格式及写作要领 / 144

8.3 文字剧本与分镜头剧本的衔接 / 145

8.3.1 分场景 / 146

8.3.2 去掉不必要的文学描写 / 146



第9章 剧本中的人物设计

9.1 没有人物就没有剧本 / 154

9.2 围绕人物性格安排情节 / 155

9.2.1 主人公设定 / 156

9.2.2 主人公对手设定 / 156

9.2.3 辅助人物设定 / 157

9.2.4 任务设定 / 159

9.2.5 角色设定案例分析 / 160

9.3 动画片类型人物的特定表现程式 / 162

9.4 案例分析 / 164



第10章 动画片中的戏剧冲突

10.1 戏剧冲突的形成 / 168

10.2 动画片特有的戏剧冲突 / 169

10.2.1 不可能完成的任务 / 169

10.2.2 奇观化的戏剧冲突解决方式 / 169

10.2.3 超典型人物的性格矛盾 / 170

10.2.4 特殊化的内部矛盾 / 171

10.3 案例分析1 / 171

10.4 人物个性造就戏剧冲突 / 174

10.5 戏剧冲突的形态 / 176

10.5.1 强化冲突与淡化冲突 / 177

10.5.2 外在冲突与内在冲突 / 178

10.5.3 显形冲突与潜形冲突 / 178

10.5.4 情节小冲突与剧情大冲突 / 179

10.6 案例分析2 / 181



第11章 设置戏剧冲突的技巧

11.1 悬念 / 186

11.2 巧合 / 187

11.3 困境 / 188

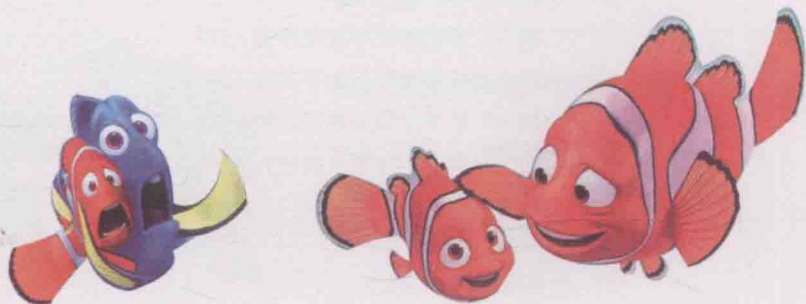
11.4 案例分析1 / 189

11.5 主场戏与过场戏 / 195

11.6 铺垫 / 196

11.7 细节 / 197

11.8 案例分析2 / 199



第12章 动画片情节的组织

12.1 超越现实的构架基础 / 204

12.2 故事情节组织与动画片类型的对应 / 205

12.2.1 序幕 / 206

12.2.2 开端 / 206

12.2.3 发展 / 206

12.2.4 高潮 / 207

12.2.5 结局 / 208

12.2.6 尾声 / 208

12.3 不同故事情节对叙事风格的影响 / 209

12.3.1 情节要构成新奇的故事 / 209

12.3.2 处理好情节的偶然性和必然性 / 209

12.3.3 运用悬念构成引人入胜的故事 / 210

12.4 案例分析 / 210

12.4.1 动画电影《圣诞夜惊魂》的故事情节组织及分析 / 210

12.4.2 动画电影《花木兰》的故事情节组织及分析 / 216

12.4.3 动画电影《穿靴子的猫》的故事情节组织及分析 / 220

第13章 商业动画片的结构

13.1 商业动画片结构的产生 / 226

13.1.1 结构的定义 / 226

13.1.2 结构的作用 / 227

13.1.3 结构的技巧 / 228

13.1.4 结构的分类 / 228

13.2 影响动画电影结构的要素 / 233

13.3 案例分析 / 234



第14章 商业动画片创作规律总结

14.1 商业动画片剧本的几大要素 / 240

14.2 商业动画片剧本价值评估 / 240

14.3 商业动画片剧本赏析 / 242

14.3.1 《阿拉丁》剧本欣赏 / 242

14.3.2 《花木兰》剧本欣赏 / 250

14.3.3 《花木兰》动画剧本商业性及艺术性分析 / 258



第15章 动画片剧本修改方案

15.1 《天使迷途》剧本修改 / 262

15.1.1 《天使迷途》文学本欣赏 / 262

15.1.2 《天使迷途》修改建议 / 272

15.2 《乒乓小子》剧本修改 / 273

15.2.1 《乒乓小子》剧本欣赏 / 273

15.2.2 《乒乓小子》剧本修改建议 / 282

附录 几位著名动画导演的主要作品介绍





- 动画，为生命赋予灵魂。
- 创意，编织动画作品的经线与纬线。
- 商业动画片的创意，犹如在各种坚硬规则下所形成的综合体中寻找出口的“光源”。



■ 应用现代影像技术的《变形金刚》



■ 《变形金刚 2》

在商业活动日趋活跃的现代社会，剧本这种特定的文学创作形式，有着其独特性。有越来越多的所谓大片做起了植入式广告的载体，比如冯小刚的《非诚勿扰》、湖南卫视的《一起去看流星雨》等，越来越多的商业元素充斥着观众的感官。这些，都是在剧本筹备初期就留好“商业接口”的作品。

美国的科幻影片《变形金刚》，则干脆是为孩之宝公司量身打造的宣传片。再往远追溯，自然是动画片时期的《变形金刚》。这部在20世纪80年代红极一时的TV动画片，其出发点同样是纯粹的商业目的。在其播映过程中，动画片本身累计产生的价值难以估量，投资商受其影响，深信继续开发仍能持续赢利，这才有了之后的真人电影版《变形金刚》，而此后的赢利状况果然没有令他们失望。

据统计，大家耳熟能详的迪士尼这个著名的以动画起家的大型企业，2008年其品牌价值高达292.51亿美元，占据世界500强企业中的第9名。

值得一提的是，在当年“金融危机”爆发的背景下，《变形金刚》系列宣传的另一主体——通用汽车公司陷入了重重危机，想要走出泥潭非常不容易。但《变形金刚》却仍席卷世界各地的票房，让被称为“现代工业支柱产业”的汽车工业竟然也在创造经济收益方面落了