

高等学校艺术设计传媒类丛书

TV Program Package ▶▶

Foundation
and example

电视栏目包装 实例教程

劳光辉 陈颢文 编著



中南大学出版社
www.csupress.com.cn



电视节目包装
TV Programme Packaging

电视栏目包装

实例教程

（第2版）



高等学校艺术设计传媒类丛书

TV Program Package ▶▶

Foundation
and example

电视栏目包装 实例教程

劳光辉 陈颢文 编著



中南大学出版社
www.csupress.com.cn



图书在版编目(CIP)数据

电视栏目包装实例教程/劳光辉,陈颢文编著.

—长沙:中南大学出版社,2013.9

ISBN 978 - 7 - 5487 - 0899 - 5

I. 电... II. 劳... III. 电视节目制作 IV. G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 108962 号

电视栏目包装实例教程

劳光辉 陈颢文 编著

☐责任编辑 谢贵良

☐责任印制 文桂武

☐出版发行 中南大学出版社

社址:长沙市麓山南路

邮编:410083

发行科电话:0731-88876770

传真:0731-88710482

☐印 装 湖南媲美彩色印务有限公司

☐开 本 889 × 1194 1/16 ☐印张 11 ☐字数 344 千字

☐版 次 2013 年 9 月第 1 版 ☐2013 年 9 月第 1 次印刷

☐书 号 ISBN 978 - 7 - 5487 - 0899 - 5

☐定 价 60.00 元

图书出现印装问题,请与经销商调换

前言



世界进入多媒体时代,电视不再是人们获取资讯、丰富生活的主要渠道。如何保持和提高电视栏目的收视率,留住观众,电视包装和栏目内容遭遇到前所未有的挑战。面临强大压力的电视制作人开始对包装提出更高的要求,不仅是大气、美观、有视觉冲击力,还必须要有个性,能够形成统一鲜明的频道特色。

随着电脑CG (Computer Graphics的缩写) 技术的迅猛发展,电视节目后期包装制作也进入了一个快速发展的阶段。电脑硬件和软件的不断进步,为电视后期制作的人员的创作提供了一个更宽阔的展现才华的平台。

目前,中国的电视行业经过几十年的发展,已经由初级阶段进入到了今天的数字化、跨国界、多频道竞争的新传播时代。各家上星卫视台为了在竞争中求得生存和发展,煞费苦心,从节目改版到频道推广再到落地覆盖,所做的一切无不为了一个终极目标:使频道成为最好的产品,让更多的观众接受和认可。正因为电视产品的这种商业属性得到业内人士的共识,电视包装也越来越为人们所重视,经过几年来的努力,频道包装的基本行业格局已经形成。面对行业对人才的大量需求,电视包装产业已成为继动漫之后又一新的经济增长点。近几年电视台的频道改版由几年一次发展到每年一次,甚至一年多次的微调改版。行业对专项人才的就业需求日益增加,就业前景更加宽广。

整合电视包装现有的成果,我们编写了本书,目的是分享一线后期制作人员在多年工作中所积累的丰富工作经验和一线教师在教学中的实践经验,让初学者和更多的影视爱好者能较快地熟悉并进入影视后期包装制作的行业中。本书将电视台真实的包装制作案例融入其中,让读者不仅可以学到先进的包装合成技术,还能了解先进的创意制作流程。以真实制作的项目为依托,从实例出发对项目进行详细解读,不仅有详细的步骤,还将项目制作中的技术难点、注意事项、经验技巧完全展示给学生。通过对实例的剖析,启发学生的想象力,将基本工具融会贯通,提高学生对包装制作的理解以及Adobe After Effect制作软件的综合使用技巧。

本书由4个模块组成,内容包括电视包装的一些基本概念、软件的基本操作、动画关键帧的使用、滤镜组的综合使用、三维摄像机灯光的使用、抠像技术和色彩调整技术等电视包装后期制作的关键知识点,详细介绍了这些知识点在真实项目制作中的应用方法与技巧。除模块01之外,其余每个模块都分为两部分:第一部分为模拟制作任务,通过详细的实例操作过程介绍项目重点技术;第二部分为知识扩展点,从理论和经验的角度对模拟制作任务的知识点进行阐述并补充。

本书可作为应用型本科、高职高专院校数字艺术、影视包装、多媒体等相关专业AfterEffect课程的教材,也可供有意从事影视包装制作的人员自学使用,还可作为培训班的培训教材。本书主要针对有一定后期制作基础的学生,对刚进入影视包装制作行业的学生来说,案例分析中涉及了很多基础知识,所以也可供初学者参考使用。

本书由劳光辉、陈颢文、申剑飞、张去非编写,全书由劳光辉教授审稿。书中概念部分来自网络收集整理,版权归原作者所有;所有的案例项目都来自于媒体一线制作的真实作品(需要案例素材文件的,可与中南大学出版社联系)。在此感谢编导教研室各位同事给予的大力支持与帮助。

编者水平有限,书中难免出现疏漏之处,敬请广大读者批评指正。

目 录



模块1 电视栏目包装概述

1.1 何为电视栏目包装	1
1.2 频道整体设计	3
1.3 栏目包装设计	18
1.4 电视频道VI包装	28
1.5 电视频道离播包装	31

模块2 电视栏目片花

2.1 模拟制作任务——如何用基本工具制作水墨片花	40
2.2 知识拓展点	49

模块3 电视栏目片尾

3.1 模拟制作任务——如何用基本工具制作相框元素片花	61
3.2 模拟制作任务——如何制作绚丽的片尾背景画面片花	65
3.3 模拟制作任务——如何用文字工具完成背景元素的制作	75
3.4 模拟制作任务——如何用抠像工具完成相框蓝屏抠像	80
3.5 模拟制作任务——独立完成字幕部分的制作	84
3.6 知识拓展点	85

模块4 电视栏目片头

4.1 模拟制作任务——《藏地密码》场景一：梅里雪山镜头
.....96

4.2 模拟制作任务——《藏地密码》场景二：神像佛塔镜头
..... 104

4.3 模拟制作任务——《藏地密码》场景三：罗盘镜头
..... 117

4.4 模拟制作任务——《藏地密码》场景四：经幡图腾镜头
..... 132

4.5 模拟制作任务——《藏地密码》场景五：定版镜头
..... 141

4.6 模拟制作任务——《藏地密码》场景总合成
..... 151

4.7 知识拓展点 159

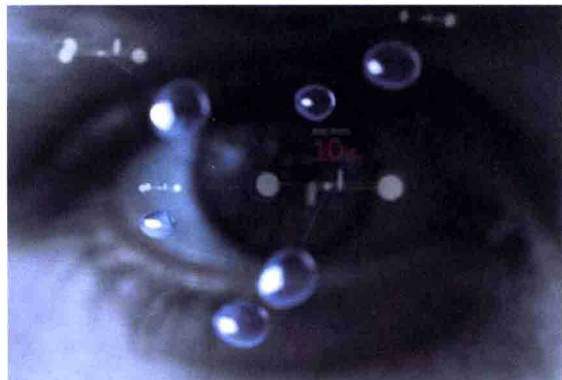
模块1 电视栏目包装概述

1.1 何为电视栏目包装

电视包装目前已成为电视台和各电视节目公司、广告公司最常用的概念之一。说到包装,似乎都知道它的意思,但对电视包装的定义、对它的内涵和外延、对它的作用却很少有人做过更深入的研究和探讨。

包装,一般意义的包装是指对产品进行包装而言的。包装被拿过来用到电视上,是因为电视的包装和产品的包装有共同之处。其定义是对电视节目、栏目、频道甚至是电视台的整体形象进行一种外在形式要素的规范和强化。这些外在的形式要素包括声音(语言、音响、音乐、音效等)、图像(固定画面、活动画面、动画)、颜色等诸要素。

确切地说,电视栏目包装的全称应为“电视品牌形象设计与策划”,它包括视觉形象设计和电视媒体资深的品牌建设策略营销等方面,小到电视栏目品牌,大到电视频道品牌,甚至电视传媒集团的整体品牌,都是电视包装要解决的问题。



此外,随着计算机技术的发展,涌现出了一系列动画和后期合成软件,电视包装的制作途径大大增多。现在,电视包装设计师可以运用先进的图形图像软件对视频和图形进行编辑和设计,制作出绚丽多彩的视频效果。

1.1.1 电视包装的定义

何为电视包装呢?

按照国际广播联合会和国际电视宣传与营销联合会的定义,做如下解释:

- 电视频道的整体包装:是指电视频道的全面包装设计,其中包括在播包装和离播包装两个部分。
- 在播包装:是指电视节目当中对频道内容的包装。
- 离播包装:是指电视媒体外的宣传,也可以看作是传统VI的非电视应用。

1.1.2 电视包装的作用

包装是电视媒体自身发展的需要,是电视节目、栏目、频道成熟稳定的一个标志。如今电视观众每天要面对的是几十个电视台和电视频道,有几十种类型的节目和栏目。各台、各频道、各栏目之间存在着非常激烈的竞争。观众既有主动的选择权,又有非常大的盲目性。在这种情况下,包装所起的作用是不言自明的。重视商品的包装和广告推荐是商家们的必要策略,电视节目、栏目、频道的包装应该和商品的发展有一定的相通之处。作为同时播出的几十个频道来说,电视观众选择了你,是你的成功;而没有选择你,你的一切辛苦和投入就等于零。要观众选择你的重要条件是了解你,包装则是了解你的最直接的手段。电视包装,如同其他产品的包装一样,其目的是为了受众在享受美的同时了解电视产品和电视品牌。它虽然位于辅助地位,却不可或缺。

电视节目、栏目、频道的包装的作用基本有以下几点:

- 突出自己节目、栏目、频道个性特征和特点。
- 确立并增强观众对自己节目、栏目、频道的识别能力。
- 确立自己节目、栏目、频道的品牌地位。
- 使包装的形式和节目、栏目、频道融为有机的组成部分。

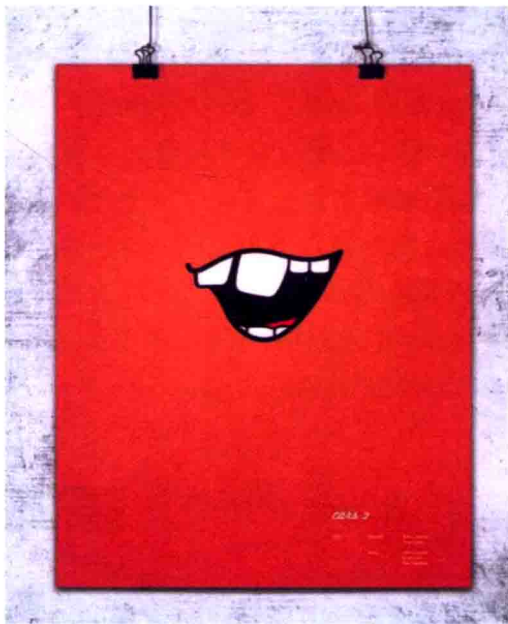
1.1.3 电视包装的误区

误区1: 做电视包装就是做“片头”

“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。若说“做电视的”别人会问“你是做哪个牌子的电视”;若说“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。因为即使是一个最简单的节目的包装也会有片头、片尾、角标、版式和字幕条。更何况是频道的整体包装呢?

片头只是我们电视包装中的一小部分,片头无法承载频道的整体包装。



误区2: 做电视包装就是做“栏包”

“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”。“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。

1.2 频道整体设计

频道的整体设计要从频道整体出发,建立并完善频道的ID、形象宣传、导视系统、广告语体系、字幕系统以及虚拟演播室等。打两个形象的比喻,好比盖楼房时先搭建好整体框架,或者是一个人的外表衣着。它是频道整体运行的一个基本保障。

1.2.1 电视频道ID

ID是英文单词Identification的缩写,意为身份证、标识符。电视频道ID是频道表明身份的宣传品,它是建立和维护频道品牌识别的重要手段。

频道ID作为频道整体包装中的重要组成部分,它的意义在于建立频道与观众之间的沟通,直接表达频道的立场诉求,直接表达频道风格理念。

频道ID的设计必须保持一个简洁明快的风格,这样才能在观众中形成一个明确的认识,它同时还向观众传递频道的风格、个性等,让观众留下更加深刻的印象。

标准的频道ID一般时间较短,约为5秒,而情节演绎型的ID则相对长一些,且长度不等。电视频道ID具有灵活的播出机制。它可以每隔半小时或者一小时在节目与节目之间播出,力求将频道的品牌信息在全天各个时段均匀覆盖,传递给观众一种品牌的整体感觉。

根据表达内容和功能的不同,电视频道ID可分为呼号型ID和情节演绎型ID两种类型。

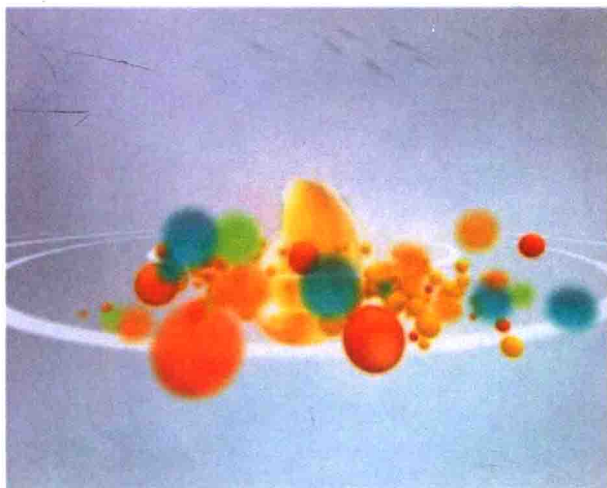
① 台标呼号型ID片

电视频道的ID作为频道的身份证,其首要的功能便是告诉观众“我是什么频道”,由此就产生了台标呼号型ID片。

台标呼号片的长度一般都在5秒左右,它利用的频道信息元素包括频道标识、频道名称字标、频道主题音效,并且常常伴随着“您现在收看的是某某频道”等常见的形式。频道标识对建设电视频道形象识别、塑造频道品牌起着举足轻重的作用。因此,台标呼号片的创意制作常以频道标识为体现主体。

案例1

湖南卫视国际频道台标呼号部分截图



案例2

浙江卫视台标呼号片部分截图



案例3

河南卫视台标呼号片部分截图



② 情节演绎型ID片

电视频道的ID作为频道的标识符号,除了要向观众进行“身份介绍”,还需要传递一些其他的信息,如频道的自身风格、理念、内容、个性等。台标呼号片并不能够承载和表达这些信息,因此必须设计出第二种类型的频道ID,用情节演绎的方式进行表现。这种类型的ID片时长长短不一,一般情况下还是控制在15秒左右。

情节演绎型ID片能够很好地在较短的时间内明确宣告频道的个性风格,强化与其他频道之间的差异,是频道理念的一种有效表达方式。

情节演绎型ID片一般采取与频道主题相关的元素、色彩、画面、音乐及运动方式来呈现频道独特的内容、个性和审美标准。下面是一些案例截图。

案例1

美国PBS情节演绎型ID部分截图



1.2.2 电视频道形象宣传片

电视频道形象宣传片是指以树立频道和品牌形象为目的,向观众表达频道倡导之理念、频道主张之风格、频道认同之价值观念等信息的广告推介片。

电视频道形象宣传片的长度一般在15秒到60秒不等,根据具体的情况来定。综合归纳,电视频道的形象宣传片主要有以下四种创作类型。

① 大气磅礴型

这种类型的电视频道形象宣传片在过去一段时间成为了各大频道形象片的主流。不少电视频道的形象宣传片多以“高、大、远”为基调,“立意要高”、力求达到“高山流水、大气磅礴”的效果,以此来表达频道的传媒姿态。事实上,在电视媒体市场化、多元化的今天,这种类型频道宣传片的有效性依然值得辩证思量。

案例1

中央电视台《相信品牌的力量》宣传片



案件1: 中央电视台《相信品牌的力量》宣传片部分截图。它以水墨手法演绎从微观的群鱼戏水到现代摩登大厦,展现出频道独特的文化底蕴和强大的品牌实力。

案例2

中央电视台经济频道宣传片



案件2: 中央电视台经济频道的宣传片部分截图。它以田野到都市的宏观视角,展现出各地不同生活风貌,以三维技术制作的红色小球寓意经济生活将人们的生活紧密连接在一起。

② 突显地域特色型

这种类型的电视频道形象宣传片时常以体现不同的地域个性特色为着力点。一般来说这种类型具有共同的特点是独具特色的自然风光和令人骄傲的历史文化遗产。

案例1

安徽卫视经视的频道形象宣传片



案件1: 安徽卫视经视的频道形象宣传片部分截图。影片展现了黄山迎客松挺拔向上的姿态, 同时又突出了安徽卫视经视频道热爱生活, 勇攀高峰的信念。

案例2

河北卫视的频道形象宣传片



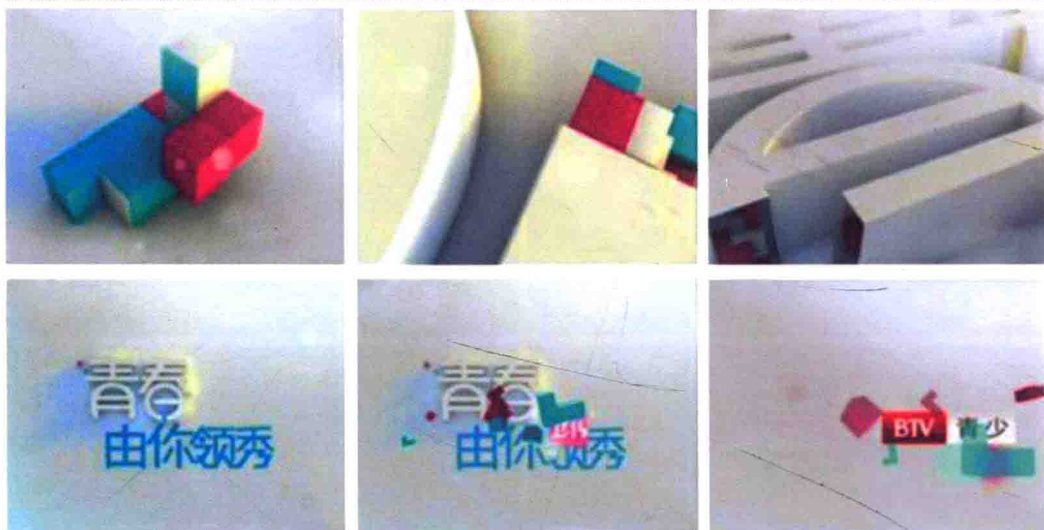
案件2: 河北卫视的频道形象宣传片部分截图。长城作为河北精神的旗帜, 在这里得到很好体现。

③ 突显频道理念品格特性型

随着中国电视包装的不断向前发展,越来越多的频道走上了专业化发展道路,许多频道着力打造自己独特的“卖点”,纷纷树立自己的频道理念,喊出独有的口号,如北京卫视青少年频道的“由你领秀”,以及浙江卫视的“中国蓝”、湖南卫视的“快乐中国”等。

案例1

北京卫视青少年频道的频道形象宣传片



案件1: 为北京卫视青少年频道推出的频道形象宣传片部分截图。这个宣传片围绕“青春”为核心理念,以三维技术展示了频道理念的演绎,很好地树立了频道的整体形象。

案例2

浙江卫视的频道形象宣传片



案件2: 浙江卫视的频道形象宣传片部分截图。以“中国蓝”作为核心理念,主要注重实拍,并适当结合三维技术展示了浙江的场景画面,体现了浙江独有的人文情怀。

案例3

湖南卫视的频道形象宣传片



案件3: 湖南卫视的频道形象宣传片部分截图。这个宣传片以“快乐中国”作为核心理念, 主要注重实拍, 并适当结合三维技术展示了都市人快乐生活的场景画面, 很好地体现了频道形象。

④ 代言人物塑造频道形象型

随着中国电视媒体不断向前发展, 电视频道形象代言人从以频道的主持人为主, 发展到现在代言人物的范围越来越广, 并不局限于频道自身的主持人而是一些社会名人、演艺明星以及其他与频道有着紧密关联并具有影响力的人物。先来看一下以主持人为代言的这类频道形象宣传片。

主持人不仅是频道传递信息、情感的主要成分之一, 更是频道与观众直接沟通的纽带。让主持人出现在频道宣传片中, 可以给观众带来亲切感, 在为频道宣传的同时又强化了主持人自身在观众中的印象, 可以说是一举两得。随着电视媒体市场竞争加剧, 目前兴起的代言人物方法, 也就是我们上面提到的社会名人、演艺明星等, 突破了以前单一的主持人形式。

案例1

中央电视台西班牙频道主持人宣传片



案例2

湖南卫视主持人宣传片

