

全彩印刷



# 广告片头制作精粹

## 第1辑

北京希望电子出版社 总策划  
北京色维空间数码动画制作有限公司 编著

- 最新国际商业短片动态资料
- 资深影视制作人详尽解析
- 三维、后期软件组合应用
- 双CD多媒体精彩影视资讯

Maya

AfterEffects

combustion\*

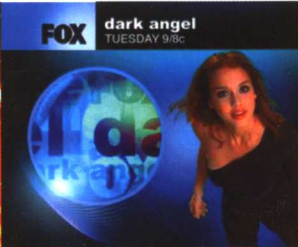
inferno\*



flint\*



smoke\*



Houdini



中国物资出版社



北京希望电子出版社  
Beijing Hope Electronic Press  
www.bhp.com.cn

**图书在版编目 (CIP) 数据**

广告片头制作精粹 / 北京色维空间数码动画制作有限公司

编著. —北京: 中国物资出版社, 2004.8

ISBN 7-5047-2165-4

I. 广... II. 北... III. 广告—计算机辅助设计 IV. J524.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 044220 号

责任编辑 王 莉 郑 荃

责任印制 方鹏远

责任校对 王 莉

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.clph.cn>

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010) 68589540 邮编: 100834

全国新华书店经销

北京广益印刷有限公司印刷

开本: 787×1092mm 1/16 印张: 14 字数: 305 千字 全彩印刷

2004 年 8 月第 1 版 2004 年 8 月第 1 次印刷

书号: ISBN 7-5047-2165-4/J·0045

印数: 0001—5000 册

定价: 38.00 元 (含 2CD)

(图书出现印装质量问题, 本社负责调换)

## 内 容 简 介

本书精选顶级广告、片头制作范例 140 余篇,包括 NBC、探索频道、ABC 等国际知名企业的最新商业短片,由资深影视制作人专业点评和分类。本书分为广告篇和片头篇,其中广告篇由综合和汽车两部分构成,片头篇由科技、生活、娱乐、体育、资讯五部分构成。

本书是国内第一次对当今国际上先进 CG 制作技术进行全面专业介绍的书籍。从平面软件的设计、前期拍摄、跟踪软件的追踪计算、三维软件的元素制作到后期合成软件的抠像、调色和整体合成等。书中列举范例都说明了其应用的软件,包括 Photoshop、Illustrator、Boujou、3ds max、Maya、LightWave、Softimage|XSI、Houdini、Cinema 4D、After Effects、inferno\*、flame\*、smoke\*、flint\*、combustion\*等,均为目前国际专业的制作软件。

本书是专业影视制作人员的必备参考资料,同时也是初学者开阔眼界,引路入门的良师益友。对于广大相关专业的在校师生和社会培训班亦是不可多得优秀教材。

本书配套光盘内容为书中部分的影视短片资讯以及大型纪录片《郑和》的特技制作。

## 前言

《广告片头制作精粹》精选顶级广告、片头制作范例140余篇,包括**NBC、探索频道、ABC**等国际知名企业的最新商业短片,并由资深影视制作人专业点评和分类。全书分为广告篇和片头篇两部分,其中广告篇由综合和汽车两部分构成;片头篇由科技、生活、娱乐、体育、资讯五部分构成。无论是憧憬CG行业的初学者还是专业高手,《广告片头制作精粹》能够满足**开阔眼界,把握国际最新制作理念技术的前沿**和作为**制作参考**的要求。



《广告片头制作精粹》不仅是精彩商业短片的集锦,更是专业制作人士对作品的理解创意、素材选择、技术测试、三维制作、后期合成全过程的阐述,尤其是整体策划把握和先进的技术理念对于国内的制作同仁而言非常宝贵。

**对优秀的作品进行认真学习是最快的提高途径**,学习不是简单的抄袭模仿,“知其然,知其所以然”,简单的模仿只是进行技术学习,但一个优秀商业短片的诞生,技术只是其中的实现手段,整体把握、与客户交流、各技术部门的协作等等都不可或缺,即使作为一个制作人员,如果仅仅醉心于制作技术,而没有整体意识,那么他对整个短片的控制能力是有限的,当你经历过技术上的突进阶段后,会有相当时期的停滞,这说明需要其他方面的积累,这一过程将是长期的。在进一步完善技术的同时,学习优秀的作品,尤其是作者的创意理念和风格,包括色彩的应用、镜头的剪辑、对动势和音乐节奏的体会等。

《广告片头制作精粹》是国内第一次对当今国际上先进CG制作技术进行全面专业介绍的丛书。从平面软件的设计、前期拍摄、跟踪软件的追踪计算、三维软件的元素制作以及后期合成软件的抠像、调色和整体合成等。书中列举范例都说明了其应用的软件,包括**Photoshop、Illustrator、Boujou、3ds max、Maya、LightWave、SoftimageXSI、Houdini、Cinema4D、After Effects、inferno\*、flame\*、smoke\*、flint\*、combustion\***等,均为目前国际专业的制作软件。

优秀的片头要能够充分反映出所展示栏目的主旨和特征,同时要有可扩展性和连续性,片头就像是杂志的封面,其他的如间场、角标、字幕板等与片头都是一体的设计。衡量作品的

标准不仅是制作的精良和技术的先进，制作人员应该从观众和用户的角度来审视，如 *EyeballNYC* 为 *Comedy Central* 完成的新片头中，为了表现节目的时尚和动感，使用了对比强烈、设计简约的动漫风格，突出了栏目的个性特征。

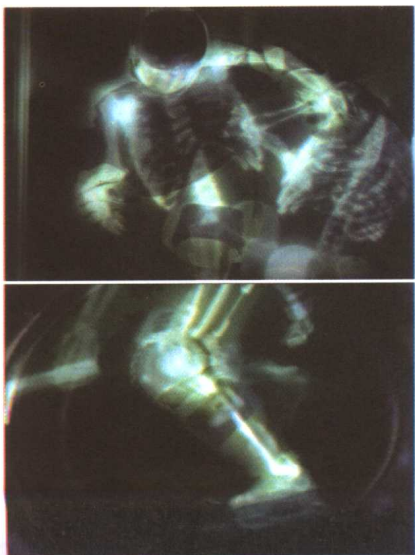
一个优秀商业短片的诞生由以下步骤完成：

1. 在广告片头的制作中，**首先要了解客户栏目或产品的内容特征**，认真倾听客户的想法和意见，在交流的同时也应为客户提供专业的

参考样本和见解，赢得客户的信任，建立畅通的沟通渠道，树立团队的信心和创作激情是关键的第一步。

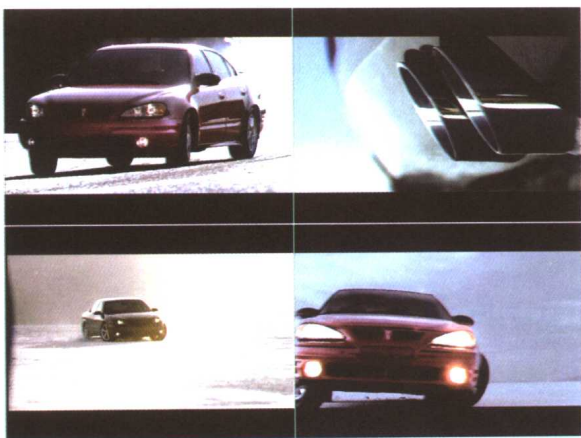
2. **根据了解的客户信息开始资料的收集和创意**。相关资料包括与设计主题关联的图片、设计、音乐、影像等，收集资料的过程也是一个将设计感觉逐步形象化的过程，如果平时注重对资料的收集和整理，多揣摩各类短片的特征，可以大大缩减这一过程，大量的**视觉积累**和**创作理念**的归纳是每一个专业制作人的必修课。

3. 创意的产生要考虑以下几点：**第一，与客户探讨交流**。通过故事板和动态样稿，或是参考样本，让客户正确理解创意的含义，同时要注意客户的意见，没有谁能比客户更了解其产品的价值；**第二，考虑技术上的可行性**。技术是实现创意的保证，实现同一个创意的途径不是惟一的，结合自身的技术优势，CG 技术并非无所不能，恰恰相反，有很大的局限性，比如，有些特技用 3D 技术完成会费时费力，效果也不突出，不如直接在合成软件中完成。而有些看似简单的特效要涉及大量的前期准备工作，如果在创意阶段综合考虑表现主题和



技术要求，可以加强对整体项目的可控性。在制作过程中，对新特效的视觉效果进行测试，以不影响整个制作周期为前提。在每个项目中尝试一些新技术和效果可以激发制作团队的创造激情，更有成就感；**第三，考虑项目预算和制作周期**。在实际的工作中，预算和周期是两项非常重要的因素，根据两者来安排制作量和技术，如 *Rhinoceros Visual Effects and Design* 为全美曲棍球联合会制作的网络短片中，由于预算和时间的限制，不可能通过 3D 和动作捕捉技术来完成表现骨骼的 X 光效果，而是完全凭借后期合成软件 *inferno\** 创造了完美的透视特效。

CG 特效并不代表全部，趋利避害，制作者要充分利用自己已有的成熟技术，找到创意和效果之间最佳的结合点，才能完成精彩的 CG 商业短片。

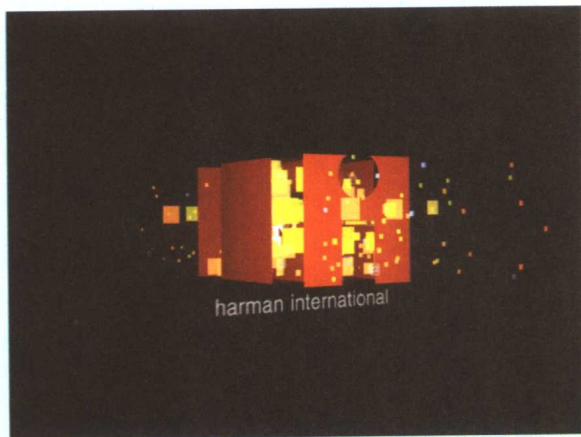


有时仅仅通过娴熟的剪辑技巧，就可以使短片力透屏幕，如A52公司为Pontiac汽车完成的宣传片就是通过对剪辑节奏的张弛控制来表现汽车的速度和可控性，仿佛一段金属的拉丁热舞，堪称经典。

4. 在CG技术的制作过程中，技术的整合与制作管理是核心。首先，一个作品的完成需要至少两种以上的软件应用，各个软件间整合的好坏直接影响最终的效果，充分发挥每种软件的优势。此外，软件的应用次序不一定是线性的，即先拍摄，再三维，最后合成，有时合成的内容要作为

三维的贴图重新应用于3D环境，如果进行实拍融合，则在拍摄现场时，就应设置好跟踪点，以便后期合成匹配，对制作技术的整合需要全方位的安排考虑。其次，大型项目往往是由多人协作完成，实拍、3D和后期部分由专人处理，各部门技术人员的配合应由制作总监统筹负责，制作前要制定技术解决方案和视觉标准，并对工作量、周期进行更严格的量化，技术人员保持沟通交流，同时在数据的传递和处理上执行统一标准。

一个作品有时要用到四、五种软件，从平面软件的设计、前期拍摄、跟踪软件的追踪计算、三维软件的元素制作以及后期合成软件的抠像、调色和整体合成，没有对整个项目的技术协作是不可能的，如设计工作室Humunculus为Harman International Industries制作的广告片。也有许多作品仅仅使用平面和后期软件也可以完成非常优美的画面，如Belief公司为美国广播公司设计的短片中，仅使用了After Effects、Illustrator、Photoshop等软件。



在目前的制作中，一般使用多个软件结合来完成制作，单凭三维或合成软件独立完成的较少，实拍与虚拟空间的结合应用愈来愈多，跟踪技术和虚拟像机已经成为制作中重要的应用技术。而且，三维与后期合成软件的匹配更加紧密，如3ds max可以以rla格式输出带有景深变化、贴图坐标、材质ID号的图形文件，然后在合成软件combustion\*中对景深、图案进行更换，不但提高了工作效率，更强化了画面效果；也可以利用三维软件对摄像机进行精确复杂的动作控制，然后在合成软件中调用摄像机动作，直接完成具有三维空间变化的动画效果。随着CG技术的不断发展，学习先进的制作技术，掌握先进的制作理念是每个制作人必须自我完善的过程。

# 广告片头

## 制作精粹

### 好创意是技术进步的原动力

诗的工夫在诗外，优秀的CG作品源自优秀的设计，在掌握数字影像技术的同时，其他相关的美学专业也是制作人汲取养分的沃土，如电影、绘画、摄影、音乐，尤其是影视表现的各种技巧，同时乐感的培养有助于对节奏的把握。

在《广告片头制作精粹》一书中，对上述的制作心得都有详细的注解，每一篇作品都是优秀的学习范本，既是难得的参考资料，又是先进技术理念的总结，相信它将是每一个制作人手中必备的宝典。

在本书的学习过程中，如有任何问题、意见或建议，请登录网址 [zhangtuo.nease.net](http://zhangtuo.nease.net) 或发电子邮件至 [swkj@vip.163.com](mailto:swkj@vip.163.com)。

# 目 录

## 广告篇 · 综合

	AXN 委托设计公司 Belief 设计视觉图像系统 .....	2
	UVPFACTORY 为 Bravo 频道制作“教父”宣传片 .....	4
	Guava 为 Nicotrol 淘汰瘾君子 .....	5
	Uncle 公司为 SBC 完成电视宣传短片 .....	7
	Curious Pictures 公司为 Lugz 制作宣传短片 .....	9
	Framestore—CFC 荣获 BTAA Craft 奖 .....	10
	Caskey Ebeling 为 UBI 牛仔裤捕获“猎血” .....	12
	Method Studios 为 Mountain Dew 鲸鱼创造的效果 .....	13
	mOcean 为 Delivers AXN On—Air 做的整体包装 .....	15
	Viewpoint 为 DIRECTV 的 Major League Baseball 开发整体包装 .....	16
	FLUX 为麦当劳设计拉丁美洲电影节的动画 .....	18
	红十字协会与 The Syndicate 联合宣传“我们共同准备” .....	19
	PS 260 为士力架制作的新广告 .....	20
	Rhinoceros 瞄准喜欢甜食的人 .....	21
	PS 260 为美国芭蕾剧院制作优雅的广告片 .....	23
	Moving Picture Company 为 Traktor 设计的千人一面 .....	24
	Chel White 为林业的可持续发展初衷拍摄的 Forest Art .....	26






	Click 3X 为 Champion 制作广告 .....	27
	Cuppa 为 Telus 制作的咖啡广告 .....	29
	rhinofx 为 Baskin Robbins 创作的三个美味的广告片 .....	30
	Eyeball NYC 问：“你真的会爱一个银行吗？” .....	31
	AICP Show Opener 的新片头 .....	32
	Union Editorial 为星光儿童基金会量身定做的“传染” .....	34
	PS 260 为 Panasonic 移动电话制作的两个高清广告片 .....	35
	Click 3X 与 Wells Fargo 分享舞台 .....	36
	Moo Studios 为 Chex Mix 设计的 Early People .....	38
	可口可乐的水果世界 .....	38
	One Six Eight 设计团队创作“厨房革新” .....	39
	Blind 为电影短片“电话机”设计片头 .....	40
	A52 为耐克制作“满月”特效 .....	42
	Curious Pictures 完成“骇客”时间凝固效果 .....	44
	Framestore-CFC 为“牛熊”之争完成特技制作 .....	45
	The Syndicate and Animal 为加州乳业制作特效 .....	46
	Humunculus 为客户提供全新的视听觉内容 .....	47
	yU+co 公司为健康护理中心设计电视广告 .....	48

## 广告篇 · 汽车

- |                                                                                     |                                    |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|----|
|    | Mill 公司为奔驰汽车公司带来宣传片“运动” .....      | 52 |
|    | Janimation 制作了 30 秒的电视广告片 .....    | 53 |
|    | A52 为固特异轮胎完成“螺丝钉”广告片 .....         | 54 |
|    | 福特 Streetka 日不落 .....              | 55 |
|    | The Syndicate 为尼桑完成“我”的三个短片 .....  | 56 |
|    | Framestore—CFC 与牛共舞 .....          | 57 |
|    | A52 掀起机械与动感狂飙 .....                | 59 |
|    | A52 为 RSA USA 提供视觉效果和 CGI 作品 ..... | 60 |
|  | The Syndicate 为切诺基完成 30 秒新广告 ..... | 62 |
|  | 雪佛兰大自然之田园颂诗般的短片 .....              | 64 |
|  | 新甲壳虫汽车和苹果的 iPod .....              | 65 |
|  | 沃尔沃 S60 轿车的篮球赛 .....               | 66 |
|  | 极富节奏的 Nissan's SE—R 汽车广告 .....     | 69 |

## 片头篇 · 资讯









- |                                                                                     |                                      |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|----|
|  | PMcD Design 为 PBS 设计新企业形象的电视广告 ..... | 72 |
|  | Razorfish 和 CBC 展示最新的视觉整体包装 .....    | 73 |
|  | MK12 制作 AXN 的品牌宣传短片 .....            | 75 |

	The Saline Project公司获得了艾美奖图像及艺术设计奖 .....	76
	mOcean 为 RCN 电视重新包装 .....	77
	Troika Design Group ABC 2002-2003 黄金时间 ID 运动 .....	78
	GOODSPOT 生产, 设计, 完成 DIRECTV 片段 .....	80
	The Studio Upstairs 为体育新闻节目完成整体广播包装 .....	81
	Atlantic Motion Pictures 为 Chris Matthews 制作宣传片 .....	83
	PRoGRESS 包裹 Cinemax 多重复的频道 .....	84
	Click 3X 为 Oxygen Media 设计和制作广告系列片 .....	85
	Blur Studio 为推广 NBCi.COM 网站设计新形象 .....	86
	Kieran Walsh 设计指导数字电视宣传片 .....	87
	Trollbäck & Company 为 2002 RESFEST 国际数码电影节制作品牌包装 ..	89
	Belief 为 ABC 设计网络标志 .....	90
	Activateyourimage 重新设计传记频道 .....	91
	Click 3X 创造热烈的 Comcast 运动 .....	92
	Content Project 为 TechTV 国际广播网设计视觉识别系统 .....	93
	Pittard Sullivan 创造 TVI 广播整体包装 .....	95
	HI-WIRE 与 DragonflyTV 一起飞行 .....	95
	iXL Digital Video 为 Queer.Sho.Com 的平面二维世界带来生气 .....	97
	Picture Mill 为新运动重新设计 HBO 标识语 .....	97











	Pyburn 开发新 CNBC 广播身份 .....	99
	REZN8 包裹 CBS 秋季运动 .....	103
	Upstairs 创造 Televen 广播身份 .....	104
	Troika 和 Wall/Everett 为 ABC 完成 2001-2002 黄金时段包装设计 .....	105
	Northern Lights 为 Bravo 的 Larry Sanders 制作宣传片 .....	107

## 片头篇 · 生活

	Click 3X 为 Showtime 的 Queer as Folk 节目制作的预告片 .....	110
	One Six Eight 为 “John Walsh 脱口秀” 制作片头 .....	111
	Blind 为 Dogtown 和 Z-boys 制作的宣传片 .....	112
	jacobsrahileno 制作 Tonight Show 节目片头 .....	113
	Troika 与美食烹饪艺术 .....	114
	ZONA 为 IFC (独立电影频道) 的 GirlFlicks 节目制作短片 .....	116
	UVPFACTORY 为 “女性与电影” 制作宣传片 .....	117
	TZ 为 “幸存者 3” 设计开播宣传包装 .....	118
	ZONA 为 Bravo 的 “戛纳周末” 制作宣传片 .....	119
	Click 3X 制作的 AICP 片头唤醒城市生活的灵魂 .....	120
	EyeballNYC 为 MTV 频道 “梦想成真” 制作宣传片 .....	121
	ZONA Design 为 HGTV 提供整体电视包装 .....	122
	Hornet 发行制作 NFL Kickoff Live 2003 宣传片 .....	123

	BL:ND 为“狗咬狗”节目包装 .....	124
	Studio Upstairs 释放 KOOL 商战 .....	125
	The Meccanica 设计 UPN 2002—2003 电视宣传片 .....	126
	class-key chew-po 制作第二季度的 Osbournes 品牌包装 .....	128
	EyeballNYC 包装 IFC Fridays on Bravo .....	129
	FreestyleCollective 为 USA Action Wednesday 做宣传 .....	131
	FUEL 以 Radium, Wayne Isham 与 Target 撞出火花 .....	132
	Crash & Sue's 为 Target 活动制作新短片 .....	134

## 片头篇 · 娱乐

	Perception 为 HBO 制作新的商业短片 .....	136
	Belief 为 MTV 的 Ultimate SPIN 制作电视包装 .....	137
	Easy Riders, Raging Bulls 纪录片的宣传设计 .....	137
	Click 3X 为 Food Network 的新节目制作宣传片 .....	139
	UVPFACTORY 为 VH1 完成的新节目设计 .....	140
	Troika 重新树立乡村音乐电视品牌 .....	141
	twothousandstrong 为戛纳电影节制作宣传短片 .....	142
	“绝望的失明” 的电影片头 .....	143
	Diecks Group 完成 CMT 全新的宣传短片 .....	144
	EyeballNYC 为 Comedy Central 完成新的片头 .....	146

	GOODSPOT 完成新的假日宣传短片 .....	147
	Belief 为 Movie House 节目制作商业短片 .....	148
	Sundance Channel 与 Artichoke 完成 2002 电影节的宣传短片 .....	149
	Pittard Sullivan 为 FX 完成网络品牌识别 .....	150
	Meccanica 为 MSG 设计新的品牌形象 .....	152
	Montgomery/Cobb 公司为 HBO 完成新片头 .....	153
	UVPHACTORY 为 MTV 制作宣传短片 .....	154
	EyeballINNYC 为 MTV's Free Ride 制作短片 .....	155
	Verb 完成 Maxtime 的宣传短片 .....	156
	ZONA Design 为 Tough Guys 节目制作片头 .....	157

## 片头篇 · 科技

	One Six Eight 为“史前巨鳄”制作节目包装 .....	160
	TBS 完成“致命病毒” .....	161
	One Six Eight Design Group 为国家地理频道包装 Surviving Everest 节目 .....	162
	Sideshow 为 Unexplained Mysteries (不解之谜) 制作栏目包装 .....	164
	Viewpoint Studios 为探索频道的 Nefertiti Resurrected 制作宣传片 .....	165
	Montgomery & Co. Creative 为探索频道制作 Shark Week (鲨鱼周) 宣传片 .....	166
	EyeballINNYC 探索 Mystic Aquarium Spot (神秘的水族世界) .....	167

	设计工作室 Humunculus 为 Harman International Industries 制作广告片 .. 168
	Viewpoint Studios 为 Discovery Networks International 的 World Animal Day 节目制作片头 ..... 172
	LDG Grafts 的暑期 SCI 广告片 ..... 173
	Trollbäck Deconstructs Creative 为 TED 2003 Open 制作片头 ..... 174
	世界动物日《动物星球》的 Viewpoint 展示 ..... 176

## 片头篇 · 体育

	GOODSPOT 为 DIRECTV 制作系列广告 ..... 180
	Perception 为 NEW YORK YANKEES 棒球队的百年庆典节目制作宣传片 . 181
	V12 为 NBA 设计商标形象和系列宣传片 ..... 182
	GOODSPOT 设计公司为 Superstation WGN 推广 Major League Baseball 的节目提供创意 ..... 183
	V12 包装令人刺激的 X GAMES ..... 185
	GOODSPOT 正在完成一个关于 FOX Sports 2002 NFL (美国国家 足球联盟) 推广包装设计 ..... 185
	Atmosphere13 包装泰森 VS 李维斯的拳击争霸赛 ..... 187
	Rhinoceros 为 FOX Sports 在 inferno* 中创造 3D 动画效果 ..... 188
	Cuppa Coffee 为 WTSN, NHL Network 进行包装 ..... 189
	twothousandstrong 完成“体育百年：年度回顾”宣传片 ..... 190
	相关软件技术介绍 ..... 193
	附录 ..... 202

# 广告篇·综合

AD & SPOT VISION STORM

## 本章提示



“香烟人”的实景镜头是在绿幕前拍摄的，然后与文字动画合成在一起。使用 *inferno\** 和 *flame\** 完成所有的特效制作。吊索的清除、烟灰亮度的强化、烟雾效果的增加以及那个令人难以置信的超现实角色——“香烟人”的处理都超出了预想。

—— *Guava*为 *Nicotro* 淘汰瘾君子



短片用 *3ds max* 程序建模并渲染，并用 *After Effects* (后期效果) 程序处理光效。为了让光效更好，用 *3D* 模型创建基本场景，再用 *Photoshop* 进行平面处理，并手绘光线设计。使用 *Photoshop* 设计光效可以立刻看到效果。

—— *Curious Pictures* 公司为 *Lugz* 制作宣传短片



莎士比亚在28行诗“男人的七个阶段”的独白中生动地描绘了人身旅程。制作组挑选了七个不同年龄段的演员。通过 *Morph* (变形) 功能产生年龄变化效果，将人生旅程精彩地浓缩在30秒广告中。

—— *Framestore-CFC* 诠释“生命短暂，及时游戏”



整个广告片宛若天成，自然流畅，没有人会意识到剪辑的存在。芭蕾舞的优美、力量和典雅被剪辑师充分地捕捉到了，保持了广告主题的纯洁和古典。

—— *PS 260* 为美国芭蕾剧院完成的广告片



“电话机”不寻常之处在于主题的安排与影片的叙述方式非常一致。设计者在主题的表现上更多地使用戏剧化的手法。镜头以略显冷酷的幽默结束：电话的拨号盘被转换成左轮手枪的弹膛。拨号盘弹回的动作就像快门的闪动，成为推进镜头发展的内在动力。

—— *Blind* 为电影短片“电话机”设计片头

## 广告·片头

制作精粹



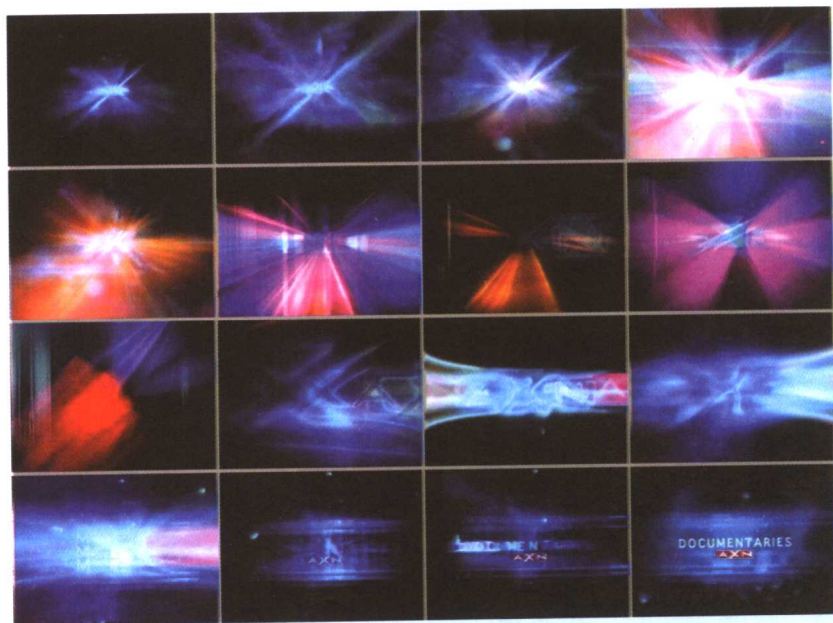


### AXN 委托设计公司 Belief 设计视觉图像系统 Belief Redesigns AXN Network

客户: *Columbia Tri-Star International*

设计: *Belief*

应用软件: *3ds max After Effects Illustrator Photoshop*



国际行动网络 **AXN** 委托设计公司 **Belief** 设计一个适用于全球范围使用的综合视觉图像系统。这个计划是 **Belief** 公司对国际市场的初步构想, 包括其复杂程度各不相同。**Belief** 将在一年半内设计四套完整的图像设计, 使 **AXN** 的各个分部能够保持频道品牌的一致性。在每套图像设计中, **Belief** 公司必须创造灵活的设计, 使它可以适应 **AXN** 用户的特定需要。

**Belief** 的执行制片 **Steve Kazanjian** 解释说: “**AXN** 在不同的国家有相应不同的内容。**AXN** 的创作队伍希望创造出一个可以汇集众多频道图像的框架, 一切从基础开始, 并在一年半的时间内构建完成。**Belief** 正在为 **AXN** 设计四个网络图像设计系统以促进这个转变。图像设计系统都是在原有基础上逐渐完成结构和风格的改良。在转变的末期, 所有安装了 **AXN** 的国家将被同一个外观和商标联系在一起。我们已经完成了第一个图像设计包装, **AXN** 计划让其在7月份面世。”

“**AXN** 最终选择了我们。那时我们与其他三家工作室竞争。” **Kazanjian** 又说: “他们给了我们一份两页的人口统计, 概略地说明了这个频道将发送到什么样的国家, 编制程序的障碍是什么, 以及他们的人口状况。他们想要最好的, 叫我们将设计做得尽善尽美。**AXN** 有各式各样的节目——体育、动作、动画, 都与各自的主题紧密相连。我们认识到在不同的国家里, 观众对‘动作’的理解有不同的概念, 所以我们调查在那些国家会被认为是具有攻击性的形象。我们