

动漫创意设计

编著 王 慧 王盛国 苏少岩 高维春



内附光盘



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com

Leader
灵创

灵创职业教育 · 数字媒体创意系列教材

2018.7
33-1

附光盘

动漫创意设计

编著 王 慧 王盛国 苏少岩 高维春

北京邮电大学出版社
· 北 京 ·

内 容 简 介

本教材按照教学的进度编写,符合职业教育的特点与规律。主要阐述了动漫创意设计的基本原理与规律、方法与流程。以实用性、系统性为原则,大量采用案例教学的方式,每章后面都设有练习题,配套光盘中收录了电子教案和教材中所用案例的高清图片,方便教师教学和学生学习。本书可以作为职业院校动漫及美术设计相关专业的教材,也可作为动漫爱好者和专业人士的参考书籍。

图书在版编目(CIP)数据

动漫创意设计/王慧等编著. —北京:北京邮电大学出版社, 2008
ISBN 978-7-5635-1889-0

I. 动… II. 王… III. 动画—技术(美术) IV. J218.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 140545 号

书 名: 动漫创意设计

作 者: 王 慧 王盛国 苏少岩 高维春

责任编辑: 崔 珞

出版发行: 北京邮电大学出版社

社 址: 北京市海淀区西土城路 10 号(邮编: 100876)

发 行 部: 电话: 010-62282185 传真: 010-62283578

E-mail: publish@bupt.edu.cn

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京鑫丰华彩印有限公司

开 本: 787 mm×1 092 mm 1/16

印 张: 16

字 数: 341 千字

印 数: 1—3 000 册

版 次: 2009 年 2 月第 1 版 2009 年 2 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5635-1889-0

定 价: 39.80 元

• 如有印装质量问题, 请与北京邮电大学出版社发行部联系 •

灵创职业教育·数字媒体创意系列教材

编委会

名誉主任 方滨兴 院士

主 任 杨义先

委 员 (排名不分先后)

董 飞 李鹏飞 李学明 王文宏

杨 成 姚景平 刘书昌 陈雷霆

马兆丰 蔡常军 徐晓展 耿 壮

徐秋枫 李宝安 赵金满 刘海云

李同芳 李根京

序

目前我国“职业教育”正值春天。在党和国家大力支持和积极推动下，全社会对职业教育的关注空前高涨，职业教育蓬勃发展。值此大好时机，每个教育工作者都应认真贯彻落实科学发展观，坚持以服务为宗旨、以就业为导向、以提高质量为重点，进一步解放思想、开拓进取、扎实有力地推进我国职业教育又好又快地发展，办好人民满意的职业教育。但由于历史原因，目前我国职业教育体系很不健全，职教专业、职教教材“本科简化型”现象比较普遍，真正“重实践、重应用、与职业技能培养紧密结合”的高质量精品教材非常紧缺。

鉴于上述情况，为促进我国职业教育规范发展，特别是为了满足当前各级各类职业教育教师、学生对适配自身教育和实践教材的迫切需要，北京邮电大学出版社、灵创团队北京邮电大学信息安全中心、灵创团队北京邮电大学数字内容研究中心、绵阳灵创电子信息学校 and 北京市重点交叉学科“数字内容传媒学”的专家、领导，决定共同合作，团结全国相关领域专家，策划、撰写、出版多套覆盖“网络与信息安全”和“数字媒体创意”等领域的“灵创职业教育”系列教材。

在“灵创职业教育·数字媒体创意”系列教材策划过程中，我们组织数字媒体和职教专家对国内目前“数字媒体创意”职教层次人才需求进行了全面调研分析。通过研究发现，当前社会对“数字媒体创意”领域的职教层次的人才需求集中在“游戏创意设计”、“动漫创意设计”两个方面。下表显示了对这些岗位职业技能要求和学习领域进行研究分析的结果。

职业目标	岗位主要职责	职业技能要求	学习领域	
			知识	整合课程
游戏创意设计	游戏产品创意设计	设计游戏故事情节、角色和场景、游戏规则及游戏平衡、游戏关卡、游戏声音	玩家需求分析 构思与创意设计方法 游戏故事情节设计 游戏角色和场景设计 游戏规则及平衡设计 游戏关卡设计 游戏声音设计	游戏创意设计
	游戏设计	简单游戏设计实现	流行游戏设计软件，如torque 的操作	游戏设计技巧
	游戏产品营销	游戏产品营销策划 游戏产品营销文案制作 游戏产品展示 游戏产品售后服务	游戏产品种类基础知识 软件产品技术支持	游戏服务与产品营销技巧
动漫创意设计	动漫产品创意设计	角色设计 动作设计 道具器物设计 场景设计 镜头设计 光线设计	创意设计方法 创意设计流程 创意设计表现	动漫创意设计
	二维动漫设计	二维动漫制作	Flash 软件使用	动漫设计技巧
	三维动漫设计	使用3D软件（建模、材质、灯光、渲染等）	Maya 或 3DS MAX 等3D 软件使用	Maya 动漫设计
	动漫后期制作	动漫合成及特效制作	After Effects 或 Premiere 等软件动漫合成及特效制作操作	视频特技与非线性编辑
	动漫产品服务与营销	动漫产品营销策划 动漫产品营销文案制作 动漫产品展示 动漫产品售后服务	动漫产品种类基础知识 软件产品技术支持	动漫服务与产品营销技巧

基于以上分析，根据数字媒体创意学科体系的特点，在注重学生的“动手实践和技能专业化”职教原则的指导下，我们选定了《动漫创意设计》、《动漫设计技巧》、《动漫服务与产品营销技巧》、《游戏创意设计》、《游戏设计技巧》、《游戏服务与产品营销技巧》等多本教材为“灵创职业教育·数字媒体创意”系列教材的首批丛书，并计划跟进《多媒体网页开发及应用》和《视频特技与非线性编辑》等教材作为补充，逐步完善整个数字媒体创意教材体系。

从学科体系角度来看, 这些教材构成了如下数字媒体创意职业教育体系的主体:

文化与法规	脚本创意	安全与版权
	媒体制作	
	各类处理	
	数字传输	
	内容营销	
	再创意	

下表是我们针对以上课程的学分建议:

专业课程名称	学分	学分分配	
		讲课	课内实验
动漫创意设计	4	3	1
动漫设计技巧	4	2	2
动漫服务与产品营销技巧	4	2	2
游戏创意设计	4	2	2
游戏设计技巧	4	2	2
游戏服务与产品营销技巧	4	2	2
多媒体网页开发及应用	5	2	3
视频特技与非线性编辑	4	2	2

为了确保该套教材的质量, 我们组成了以国内著名数字内容传媒学专家为主的教材编委会。针对每本教材, 我们也尽力邀请经验丰富的职业教育专家执笔。本套丛书主要定位为开设数字媒体创意类专业的职业院校的教材、相应领域的社会培训教材、从业技术人员的自学教材。教材既可适用于全国职业教育数字媒体创意类专业学生, 又可适用于各类成人自考学生。

本套教材受到了国家 973 项目 (2007CB311203, 2007CB310704)、教育部高等学校博士学科点专项科研基金资助课题 (20070013007, 20070013005)、国家自然科学基金与香港研究资助局联合科研基金项目 (No. 60731160626) 和高等学校学科创新引智计划 (No. B08004) 的资助, 北京市重点交叉学科“数字内容传媒学”的专家们也做出了突出贡献, 在此特表感谢。

杨义先

教授、博导、长江学者特聘教授

2008 年 2 月

前 言

动漫产业被誉为 21 世纪最富有活力的朝阳产业，具有广阔的市场潜力。而创意是动漫的灵魂与核心，因此培养优秀的具备良好创意设计能力的动漫专业人才显得尤为重要。然而，目前市面上所见专门讲授动漫创意设计的教材基本为零，因此，本书的出版从一定意义上可以说填补了这一空白。

从培养学生的创意设计能力的目的出发，本教材分为两部分。第一部分基础篇，主要介绍动漫创意设计的基本理论与知识。第 1 章动漫创意设计原理，从动漫的概念、领域入手，对动漫的特点、分类与创意设计等进行了详尽的分析，让学生对动漫创意设计的原理与趋势有一个比较清晰的认识。第 2 章动漫艺术设计分析，使学生能够更好地把握动漫艺术设计中重要的空间元素与造型元素。第 3 章动漫技术应用，从创意设计与技术应用相结合的角度，主要介绍了现代计算机动画的发展与应用，几门常用的动画软件以及动漫声音的处理，对学生进行动漫创意设计起到重要的指导性作用。第二部分实例篇，按照动漫的分类为线索，分 6 个章节，结合大量实例，对各种门类的动漫作品的创意设计手法、流程进行了详细的讲解与分析，切合学生的实际能力和需求，做到了内容翔实、实例丰富、图文并茂、深入浅出。整部教材结构合理，将动漫创意设计的基础理论知识与实际方法流程相结合，使教学的系统性得到了较为全面的展现。

本教材作者均为多年从事动漫专业教学的高校一线教师，各章节编写分工如下：第 1 章，第 2 章，第 3 章的 3.1 节、3.2 节和 3.4 节由王慧编写；第 3 章 3.3 节由高维春编写；第 4 章、第 5 章、第 6 章由王盛国编写；第 7 章、第 8 章、第 9 章由苏少岩编写；附录原创动漫作品欣赏由王慧提供，以辅助教师教学和学生学学习。

编 者

目 录

第一部分 基础篇

第1章 动漫创意设计原理

1.1 动漫的概念·····	(3)
1.1.1 动画的概念和特点·····	(3)
1.1.2 动画概念的扩展·····	(6)
1.1.3 漫画的概念·····	(7)
1.1.4 动漫的融合·····	(8)
1.1.5 动漫的产业化发展·····	(9)
1.2 动画的原理·····	(10)
1.2.1 动画基本原理·····	(10)
1.2.2 关键帧·····	(10)
1.3 动漫的分类·····	(11)
1.3.1 影视动画片·····	(11)
1.3.2 动画短片·····	(13)
1.3.3 动漫广告·····	(14)
1.3.4 手机动漫·····	(15)
1.3.5 动漫贺卡·····	(15)
1.3.6 动漫游戏·····	(16)
1.3.7 动漫MV·····	(17)
1.4 动漫的创意设计原理·····	(19)
1.4.1 动漫受众的心理需求·····	(19)
1.4.2 动漫的创意设计原则·····	(20)
1.5 动漫创意设计发展趋势·····	(27)
1.5.1 在受众定位方面更加多元化·····	(27)
1.5.2 在创意取材方面趋于全球化·····	(28)

1.5.3 在风格创意方面更加多样化	(30)
1.5.4 艺术与技术的结合更为紧密	(31)
本章小结	(33)
练习题	(33)

第2章 动漫艺术设计分析

2.1 构图	(34)
2.1.1 构图类型	(34)
2.1.2 构图原则	(36)
2.2 光	(37)
2.2.1 光的质量	(37)
2.2.2 光的方向	(38)
2.2.3 光的亮度	(39)
2.2.4 光调	(39)
2.3 色彩	(39)
2.3.1 色彩的配置	(40)
2.3.2 色彩的变化	(40)
2.3.3 色调	(40)
2.3.4 色彩运用的原则	(41)
2.4 角色造型设计	(42)
2.4.1 角色造型设计的风格	(42)
2.4.2 角色造型设计的创意思维方法	(44)
2.5 动作设计	(47)
2.5.1 动作设计依据的因素	(47)
2.5.2 动作设计类型分析	(48)
2.6 道具器物设计	(52)
2.7 场景设计	(53)
2.7.1 场景设计的风格	(54)
2.7.2 透视的空间表现	(56)
2.7.3 景物处理设计	(58)
2.8 分镜头画面设计	(58)
2.8.1 分镜头画面设计的要求与依据	(59)
2.8.2 分镜头画面设计的节奏把握	(59)
本章小结	(63)
练习题	(63)

第3章 动漫技术应用

3.1 传统动画片的生产过程	(64)
----------------------	------

3.2 计算机动画的概念、发展和应用	(65)
3.2.1 计算机动画	(65)
3.2.2 计算机动画的发展	(66)
3.2.3 计算机动画的特点	(67)
3.2.4 计算机动画的应用	(67)
3.3 常用动画软件介绍	(71)
3.3.1 CorelDraw	(71)
3.3.2 Photoshop	(73)
3.3.3 Flash	(77)
3.3.4 3DS MAX	(79)
3.3.5 Maya	(83)
3.4 动漫声音的处理	(87)
3.4.1 声音的构成与作用	(87)
3.4.2 声音的录制	(88)
3.4.3 声音的编辑与合成	(89)
本章小结	(90)
练习题	(91)

第二部分 实例篇

第4章 动漫广告创意设计

4.1 动漫广告的概念	(95)
4.2 动漫广告的特点	(96)
4.2.1 Flash 中制作动漫广告的特点	(96)
4.2.2 动漫广告的优势	(96)
4.3 动漫广告的分类	(97)
4.4 动漫广告的创意手法及设计流程	(97)
4.4.1 动漫广告的创意手法	(97)
4.4.2 案例1:《小破孩系列之碰到火灾》创意流程	(100)
4.4.3 案例2:《赛欧 SRV1.6 汽车广告》创意流程	(103)
4.4.4 案例3:《海飞丝洗发水》创意流程	(106)
4.4.5 案例4:《垃圾箱都急了》创意流程	(109)
4.4.6 案例5:《艳遇》创意流程	(112)
本章小结	(119)
练习题	(119)

第5章 动画短片创意设计

5.1 动画短片的概念	(120)
5.2 动画短片的特点	(121)
5.3 动画短片的分类	(121)
5.4 动画短片的创意手法及设计流程	(122)
5.4.1 动画短片的创意手法	(122)
5.4.2 案例1:《失落的梦境》创意流程	(123)
5.4.3 案例2:《年的传说》创意流程	(133)
本章小结	(138)
练习题	(138)

第6章 手机动漫创意设计

6.1 手机动漫的概念	(139)
6.2 手机动漫的特点	(140)
6.2.1 手机动漫的特点	(140)
6.2.2 手机动漫的优势	(140)
6.2.3 手机动漫与普通的动态图片的区别	(140)
6.3 手机动漫的分类	(141)
6.4 手机动漫的创意手法及设计流程	(144)
6.4.1 手机动漫的创意手法	(144)
6.4.2 案例1:《买驴》创意流程	(145)
6.4.3 案例2:《杂交水稻之父》创意流程	(148)
6.4.4 案例3:《守株待兔》创意流程	(152)
本章小结	(155)
练习题	(156)

第7章 动漫贺卡创意设计

7.1 动漫贺卡的概念	(158)
7.2 动漫贺卡的特点	(158)
7.3 动漫贺卡的分类	(158)
7.4 动漫贺卡的创意手法及设计流程	(159)
7.4.1 动漫贺卡的创意手法	(159)
7.4.2 动漫贺卡的设计要求	(160)
7.4.3 案例1:《六一儿童节快乐》创意流程	(161)
7.4.4 案例2:《圣诞节贺卡》创意流程	(163)
7.4.5 案例3:《但愿你过得比我好》创意流程	(168)

本章小结	(171)
练习题	(171)
第 8 章 动漫 MV 创意设计	
8.1 动漫 MV 的概念	(173)
8.2 动漫 MV 的特点	(173)
8.3 动漫 MV 的分类	(174)
8.4 动漫 MV 的创意手法及设计流程	(174)
8.4.1 动漫 MV 的创意手法	(174)
8.4.2 动漫 MV 的设计要求	(176)
8.4.3 案例 1:《猫》创意流程	(177)
8.4.4 案例 2:《歌唱二小放牛郎》创意流程	(191)
本章小结	(199)
练习题	(199)
第 9 章 动漫游戏创意设计	
9.1 动漫游戏的概念	(200)
9.2 动漫游戏的特点	(201)
9.3 动漫游戏的分类	(201)
9.4 动漫游戏的创意手法及设计流程	(203)
9.4.1 案例 1:《贪吃蛇》创意流程	(205)
9.4.2 案例 2:《青蛙打蜻蜓》创意流程	(209)
9.4.3 案例 3:《小小人战斗》创意流程	(215)
本章小结	(222)
练习题	(223)
附录	(224)
后记	(237)

动漫创意设计



第一部分 基础篇

第1章 动漫创意设计原理

本章学习要点：

1. 掌握动漫的概念和分类；
2. 了解动画的原理和动漫的创意设计原理；
3. 了解动漫创意设计的发展趋势。

1.1 动漫的概念

动漫，是我们再熟悉不过的一种艺术形式。

打开电视，我们会看到形形色色的动画片和动漫广告；走进影院，我们可以欣赏到迪斯尼、梦工厂出品的激动人心的动画电影；各种计算机游戏离不开动漫；登录互联网，映入眼帘的是各个网页上大大小小的 GIF 动画和 Flash 动画；甚至当我们打开手机，接收目前最流行的多媒体短信时，我们发现，其主要内容还是动漫。

动漫真的是无处不在。那么，究竟什么是动漫呢？或者说，动漫的本质是什么？我们有必要从其基本概念、基本领域开始作一个了解，这对于我们进行动漫创意设计具有重要的指导意义。

动漫概念和其名称一样，处在一个动态发展的过程之中，就其最初的意思和字面意义来看，是动画和漫画的合称。两者之间存在密切的联系，中文里一般把两者合在一起称为动漫。而随着动漫产业的发展，动漫可以说是一门综合艺术工程，集成了绘画、音乐、平面设计、三维技术、运动规律、灯光、摄影、后期合成等诸多门类。下面从动画的概念和特点、动画概念的扩展、漫画的概念、动漫的融合、动漫的产业化发展几个方面对其进行较为详尽的阐述。

1.1.1 动画的概念和特点

动画（Animation）一词，是由拉丁语的动词 Animate（赋予生命）演变而来

的。在中文里面，“动画”顾名思义就是“会动的画”。虽然这个解释不很严谨，但的确很容易让人理解。它包含了动画的两个极为重要的方面：“动”和“画”。动画不但要画，而且要会动，这是它与纯绘画的最大不同。在“画”这一方面，艺术性的东西要求多一点；而让画面动起来，则在经验和技术方面有了比较高的要求。

动画的形式有很多，但原理基本上都是一样的，无论其静止画面是由计算机制作还是手绘，或者只是黏土模型每次轻微的改变，然后再拍摄，当所拍摄或绘制的单帧画面串连在一起，并且以 16 帧/秒或以上的速度去播放的时候，眼睛就会对连续的动作产生错觉，动画即利用人类眼睛的“视觉暂留”现象形成连续的画面。

通常许多动画作品都是由大量密集和乏味的劳动产生的，就算在计算机动画科技得到长足进步和发展的今天也是如此。而动画所需的庞大工作量和较长的工作周期决定了动画片的每一帧不能像纯绘画那样精雕细琢，事实上，随着动漫形式的拓展，特别是许多网络上流传的各种形式的动漫，由于速度和成本的限制，传统的 24 帧/秒的播放速度其实是没有必要的，而如果把这些静止的帧连续起来播放的话，其“活动的画面”所传递的信息将远远超越单幅画面所蕴含的意义。国内近几年非常流行的 Flash 动画《小小系列》是一个很好的例子，单就每一帧来看，场景、人物造型简单，并没有什么值得品味的地方，而当一帧一帧的小人连续播放的时候，人们立刻被它流畅自然、生动有趣的动作所深深吸引（图 1-1 至图 1-4）。

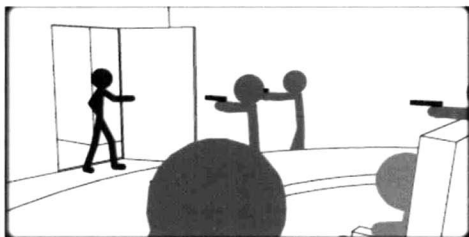


图 1-1

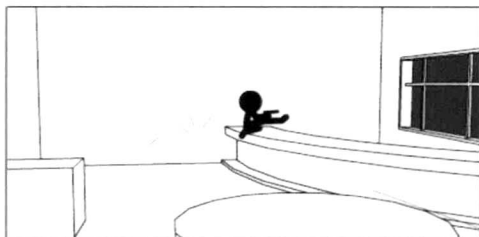


图 1-2

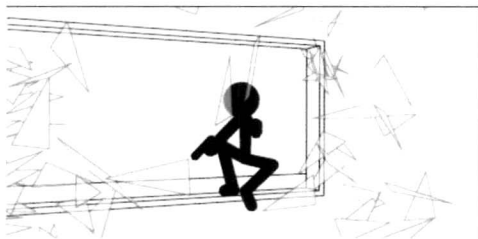


图 1-3

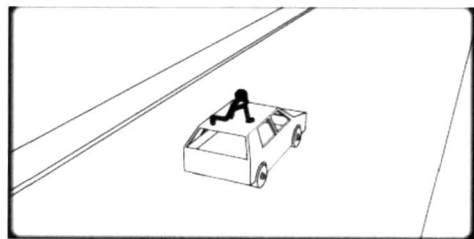


图 1-4

强调了“动”的重要性，并不是说“画”不重要。事实上，画的风格是观众对动画的第一印象，在很大程度上决定了动画的艺术价值。很多动画片模仿了传统绘