



商业插画师完全素质指导丛书

手绘广告分镜头

Handpainted Advertisement Storyboard

主编 罗寒蕾



中国计划出版社

作者简介



罗寒蕾

1973 年出生
1995 年毕业于广州美术学院国画系，获学士学位
1998 年毕业于广州美术学院国画系研究生班，获硕士学位
1998 年任教于华南师范大学美术系，现为讲师
广东省美术家协会会员
有多年的广告插画经验
曾出版《中国当代美术新锐——罗寒蕾》一书



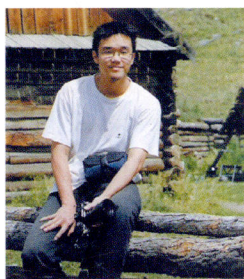
陈昀鹏 笔名:大鸟

1974 年 7 月出生于广东省广州市
1997 年毕业于广州美术学院
1998 年任职于广州电视台动画制作中心
1999 年于盛世长城任插画师
1999 年从事自由职业至今



赵乐琳

1970 年出生于湖南省湘潭市
自小酷爱美术
1993 年毕业于广州美术学院油画系
从 1993 年毕业起专门从事插画一职，为盛世长城、奥美、平成、灵智
大洋、前智威汤逊、省广、三人行星际等广告公司提供服
报纸插画——海尔冰箱获中国报纸广告银奖
现仍继续从事插画工作



杨力彬

2001 年毕业于华南师范大学美术系，获学士学位
2001 年任盛世长城插画师
2002 年任达美高插画师
2003 年开始自由职业生涯至今



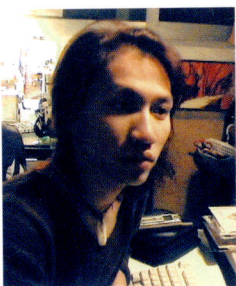
姚明伟

毕业于广州美术学院油画系，获文学学士学位
曾任珠江电影制片公司美术指导
广州美术学院油画系教师
广东南国国际广告公司总经理、导演兼创作总监
创立广州盛邦德广告有限公司，任总经理、导演兼创作总监
个人业绩刊录《中国专家名人辞典》
历届 IAI 中国广告优秀作品年鉴广告业界评委，获最有眼光评委奖
荣获“中国当代杰出广告人”称号，入选《广告人·中国》系列丛书
2005—2006 年度中国著名广告导演 30 强
2005—2006 年度中国最具影响力的创意总监 50 强



杜赫旋 英文名: Danky

1980年11月出生于广东省广州市
 职称: 天点CG(天点设计有限公司)创作总监
 强项: 平面设计、吉祥物设计、商业插画、漫画创作
 作品特点: 平面设计感强, 造型锐利明快, 风格繁多
 喜欢的漫画类型: 搞笑、街头、黑色幽默
 喜欢的设计风格: 中西合璧、张力够强
 喜欢的插画师: Jason Brooks (英国)
 喜欢的漫画家: 矢泽爱(日本)、滨冈贤次(日本)、门小雷(中国香港)
 喜欢的设计师: 陈幼坚(中国香港)
 座右铭: 设计决定价值



刘志泉 笔名: 傻泉

1980年出生于广东省广州市
 受家人影响, 自小喜欢画画
 1996年开始漫画创作
 1998年发表处女作
 2001年职中毕业后曾进入过多间广告公司任职插画师, 期间创作短篇漫画发表于《少男少女》杂志
 2002年加入广东黑马广告有限公司任插画师, 期间与同好创建同人志, 出版《广州画》



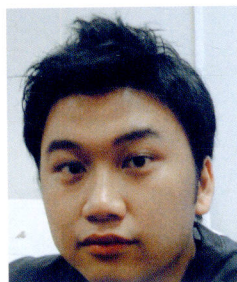
严健

1971年10月出生
 1995年毕业于广州美术学院国画系, 获学士学位
 1995—2001年从事平面包装及室内设计
 2001年开始从事专业广告插画及园林设计
 2003年任广州晴川环境艺术有限公司设计总监
 2003年7月出版严健作品之《手绘景园》一书
 2004年任广州方直环境艺术有限公司设计总监
 2004年为农业管理干部学院环境艺术系外聘教师



崔茹

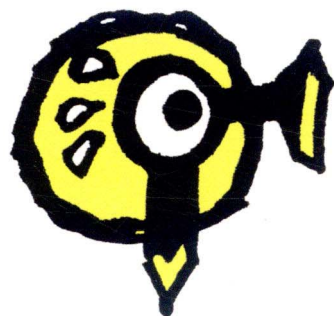
1997年毕业于华南师范大学美术系, 获学士学位
 1999年任职盛世长城国际广告有限公司插画师
 现自由人

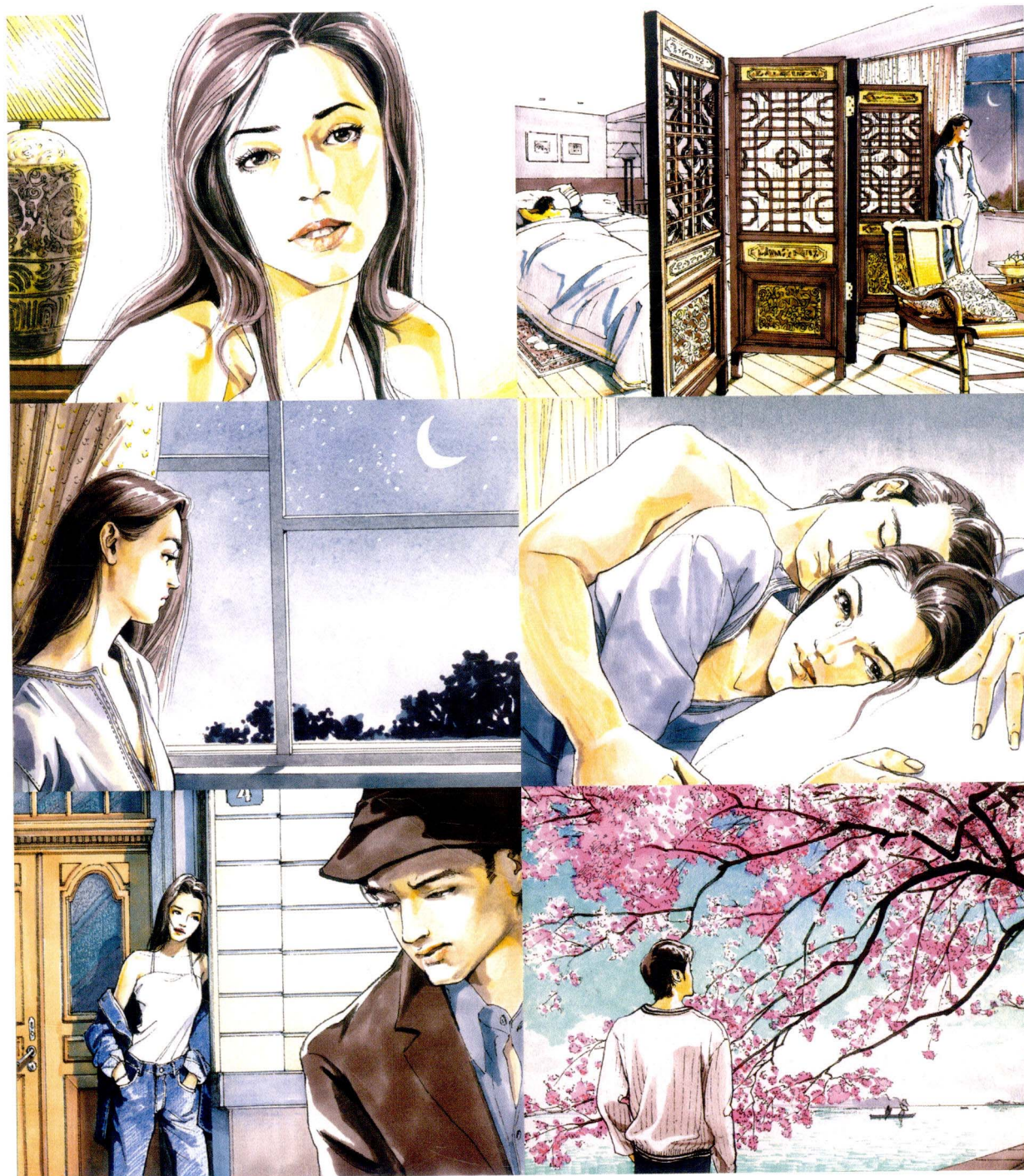


李麟立 英文名: Kevin Lee

1980年5月30日出生于广东省中山市
 毕业于广州私立华联学院经济信息管理专业
 先后在广州君之杰广告公司、广州奥美广告公司担任助理美术指导、美术指导
 期间服务于BP石油、中国安利、红塔山香烟、黄山香烟、七匹狼香烟、中国移动通信、健力宝集团、派斯油漆、广东发展银行等

手绘广告分镜头







商业插画师完全素质指导丛书

手绘广告分镜头

Handpainted Advertisement Storyboard

主编 罗寒蕾

编委 罗寒蕾 陈昀鹏 赵乐琳 杨力彬 姚明伟

杜赫旋 刘志泉 严 健 崔 茹 李麟立



图书在版编目(CIP)数据

手绘广告分镜头 / 罗寒蕾主编. —北京: 中国计划出版社, 2006. 8

(商业插画师完全素质指导丛书)

ISBN 7-80177-692-5

I. 手... II. 罗... III. ①电影—广告—设计②电视—广告—设计 IV. J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第058889号



手绘广告分镜头

商业插画师完全素质指导丛书

出版发行: 中国计划出版社

(北京市西城区木樨地北里甲11号

国宏大厦C座4层 邮编: 100038)

策划: 巴浓文化 彭春红

责任编辑: 幽兰

特约编辑: 曾勇新 华治农

经销: 各地新华书店

印刷: 深圳华新彩印制版有限公司

(深圳市八卦岭工业区615栋7~8层)

规格: 787mm × 1092mm 1/12

印张: 17

版次: 2006年8月第1版第1次印刷

ISBN 7-80177-692-5/J · 024

定价: 138.00元

目录 CONTENTS

前言 6



1

影视广告分镜头的概念与要求 8

第一节 影视广告分镜头的定义 9

第二节 影视广告分镜头的地位和作用 9

第三节 影视广告分镜头的要求 12



2

影视广告分镜头的构成元素 28

第一节 景别变化 29

第二节 拍摄角度 32

第三节 运动感与速度感 34



3

色彩的画面表现 38

第一节 专用形象色与惯用色的运用 39

第二节 联想色的运用 41



4

基础技法 44

第一节 工具材料 45

第二节 作画步骤 52

第三节 表现技巧 60



5

广告分镜头插画师的基本素质要求 78



6

范图 94

姚明伟 96

罗寒蕾 102

陈昀鹏 122

赵乐琳 148

杨力彬 168

刘志泉 188

杜赫旋 194

前言 FOREWORD

中国广告行业日趋庞大成熟，广告从业人员分工更细、更多元化。近年来，一种自由职业——广告分镜插画师成为有美术基础的年轻人的热门选择。广告分镜插画师的生活很难有规律，没有订单时，可以享有令上班族羡慕不已的长假；但遇到活儿来的时候，往往是几家公司排着队找人，那段时间的生活只能用“颠三倒四”来形容。所以，从实际工作时间来讲，这是一份轻松的工作，一个月的生活费，熬上四五个通宵也就差不多了；但从工作强度来讲，这又是一份极具挑战性的苦差事，要求插画师不但要有娴熟的技艺，当面对几近苛刻的要求时，更要有敬业精神和良好的体力。

广告分镜又称分镜头、故事板、storyboard。形象地说，分镜头的功能类似设计效果图，其服务对象一样是客户。一般情况下，插画师是在创意概念基本明确，文案已定或初定时参与工作，以连环画的形式模拟影视广告的拍摄效果。作为创意的有机组成部分，分镜头充当了影视广告创意的表现渠道和载体，分镜头的绘画水平直接影响到创意的传达。可以这样说，作为幕后的分镜头插画师，其水平的高低最终影响了影视广告作品的质量优劣。

以精细程度来看，分镜头很难与平面插画相比。现场、即兴是它的打造方式，漫画化是它的实施手段。因此，怎样的描绘方式是最有效率、最有表现力的，是本书探讨的首要内容。

本书收录了华南地区几位资深广告插画师的优秀分镜头作品，以翔实、易懂的语言讲述了广告分镜的基础技法，并附有插画师们的实战经验、切身体会，藉此为广告分镜插画业搭建一个对照、交流、切磋的平台，开启一个了解广州广告插画的窗口。

本书的编写出版，得到梁荣志先生、李振民先生、王江南先生、李达峰先生的大力支持，在此表示衷心的感谢！

罗寒蕾
于穗

1



1 影视广告分镜头的概念与要求

每当电视里的节目停下来，广告时间开始的时候，人们就会发现，在那短短的15秒、30秒，甚至一分钟的时间里，为能给观众留下深刻的印象，记下产品的品牌、特质或广告语，制作方使尽了浑身解数。那对比鲜明的颜色，华丽而浪漫的外景，俊美的男女主角，外加一个故事里人见人爱、惹人注目的产品，就像会使催眠术一样，让你在某种特定的时候，自然而然地联想起某个广告或某句广告语，这便是影视广告的魅力。

第一节 影视广告分镜头的定义

目前我国对广告最具有权威性的解释是：“广告，是指商品经营者或者服务提供者承担费用，通过一定媒介和形式，直接或间接地介绍自己所推销的商品或者所提供的服务的商业广告”。（《广告法》第一章总则第二条）

由此可见，广告包括了以下几个基本要素：1. 是一种大众传播的手段；2. 以营利为目的，有明显的经济效益性；3. 内容是推销商品、劳务和消费观念；4. 是通过一定的媒介和形式来完成的。

影视广告特指通过“电视”这一传播媒体来完成的广告宣传方式。

分镜头源于影视行业，是将构思好的摄影内容用连环画的表现方式预先取代摄影机的菲林，在纸上将影视作品的定格画面摹拟、设计出来。

分镜头实际上是影视作品的结构、表现内容、表现形式的设计图。服务于影视广告的影视广告分镜头是创意阶段的重要环节，插画师技巧的高低，关系着影视广告的成功。

第二节 影视广告分镜头的地位和作用

电视广告是视听一体的，其表现元素包括画面、音乐、音响、文字和语言，而画面是最基本的，是电视广告的结构和主干。一部广告片可以没有音乐、音响、文字和语言，却时刻不能没有画面，作为广告片画面设计方案构成主体的分镜头以简单、明了的画面向客户解释广告创意，引导、说服客户，使客户与广告公司定下统一的创作方向，才有下一步的真正拍摄工作。例如联系导演、摄影师，选场景、演员、道具等等。

产品：异乡人休闲服 神箭篇 崔茹 绘 李振民 创意、导演



1 一具有现代感的简约画廊里，身穿异乡人服装的坤坐在一旁喝着咖啡。



2 镜头拉近，坤望着前方，像被什么东西吸引住的样子。



3 在坤的正对面坐着一位漂亮的女郎，在向坤抛着媚眼。



4 女郎眼神特写。



5 坤目不转睛地向女郎的方向盯着。



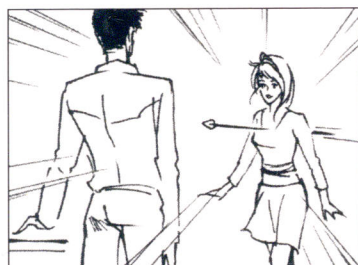
6 女郎站起身向坤走来。



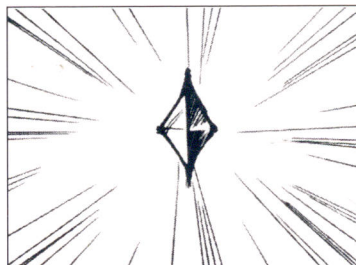
7 蔚从女郎背后站起来，搭箭拉弓，从女郎背后朝坤的方向射去。



8 女郎继续向坤的方向走过来。



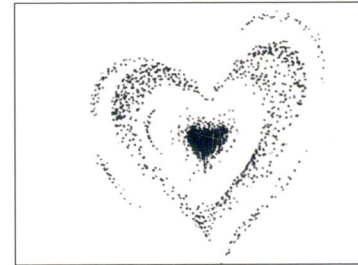
9 箭穿过女郎的身体，直飞向坤。



10 空气中热力四射的箭特写。



11 坤中箭，身体前倾，同时展现中箭位置附近清晰的“异乡人”标志（慢镜）。



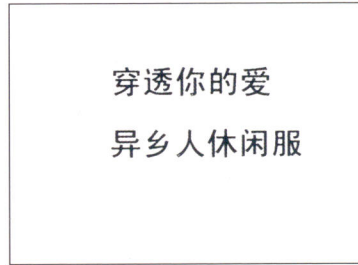
12 箭化成金光，形成了个心形。



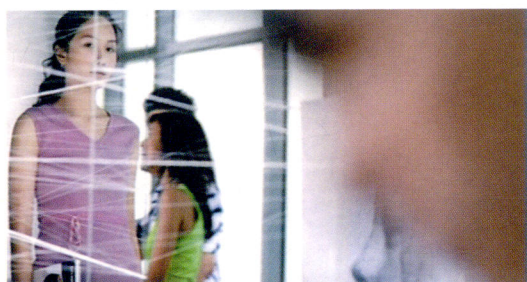
13 坤似是痛苦似是陶醉的样子。



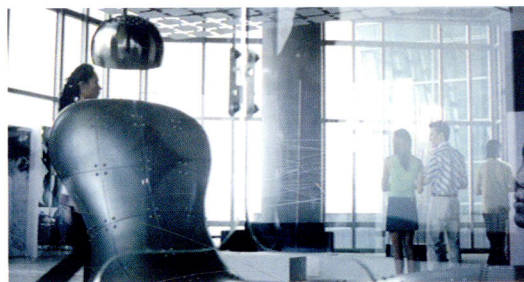
14 镜头转换，（叠）坤和蔚走近，俩人中间出现闪耀晶莹的心，背景渐虚。



15 弹出产品标版及广告语。



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11

许多影视作品与当初的分镜头差别很大，因为创意方向定下来以后，导演如何组织画面、如何讲述故事，这其中还有很大的发展空间。所以这里选取了几条创意与导演都由同一人担任的例子，从中可见影视作品与分镜头基本上是吻合的。

第三节 影视广告分镜头的要求

在从事影视分镜制作的时候,必须明确一个原则:对比起画面的美观,其实画面的有效性更为重要。许多刚开始从事分镜制作的朋友,只考虑到每个镜头的唯美与完整,而忽略了分镜头画面的特殊要求,导致每一格画面都像一幅单独的美术作品,令整条分镜头失去了重心。换言之,导演需要的是一份有效的分镜脚本,而不是美丽的单幅漫画。

1 突破画面的框架结构

电视屏幕的框架结构是分镜头画面的呈现方式,插画师不仅通过画面景别(全景、中景、近景、特写)和摄像角度(俯角、仰角、平角)的不断变化,使画面表现的背景空间不断变化,在一个镜头中出现对空间表现的多侧面、多层次画面,突破画面的框架结构局限,建立一个具有立体空间感的画面效果,使分镜头不再是一幅幅平面插画,而是与客观世界统一的现实。

2 表现画面的时间特性

分镜头不仅是呈现出一定的空间形态,同时,它还要占有一定的时间,呈现出一定的时间形态。电视画面以每秒25帧静态画面的速度连续不断地变换内容,客观世界时间流程的一去不复返的运动规律,决定影视广告在时间表现上的单向性和造型过程的连续性。

分镜头不仅要再现时间,而且要创造时间,对时间进行扩展和压缩,例如使用倒叙、穿插的跳跃叙述方式,改变叙述时间等,使分镜头在时空表现上具有无限的自由度。

3 时效性

广告分镜头是一种商业插画,有很鲜明的实用目的性,错过送交客户审查的时间,再好的分镜头也只是一张废纸。

一条广告片的方案设计是一个艰苦的创造性的思维过程。首先要收集设计所需的各种资料和参考数据,由广告公司美术指导(AD)主持召开由文案、撰文人员等主创人员参加的设计工作会议,产生最初的广告文案,然后才转入分镜头阶段。

通常,初步文案的产生会占用创意阶段的大部分时间,一天内要求完成三、四十格彩色分镜头是家常便饭,所以分镜头插画师必须具备很高的生产力。

罗寒蕾 绘 王江南 创意、导演 产品：儿童装江中牌健胃消食片



父母追着孩子喂饭。



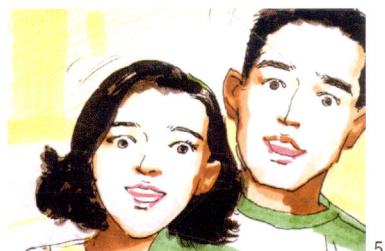
肥肥问：“孩子不吃饭？”



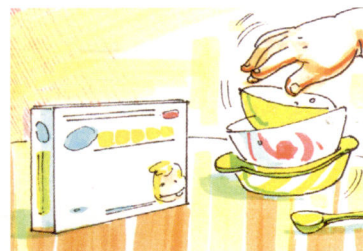
爸爸对肥肥说：“消化不好。”



肥肥拿出产品：“健胃是关键。”



父母惊喜的表情。



孩子把第三个碗放在桌上。



产品包装上的卡通形象弹出，舌头一舔。



1



消化不好！

2



健胃是关键！

3



快用儿童装江中牌健胃消食片

4



专给孩子用的！

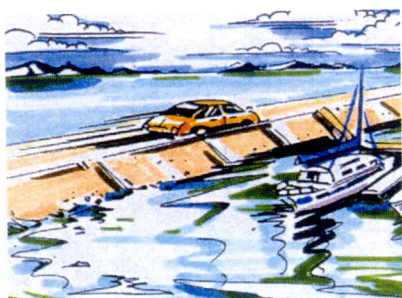
5



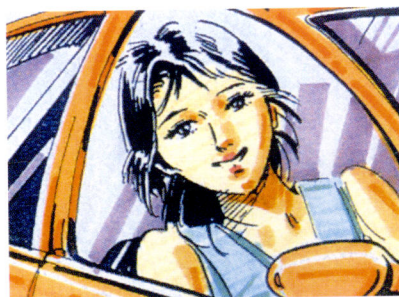
孩子胃口好，消化好，才能身体棒！

6

产品：茵佳妮服装 玩耍篇 李振民 创意、导演



1 远景。海堤上一辆车驶入镜头。



2 特写。其中一个女孩从车内探出头来，欢快的样子。



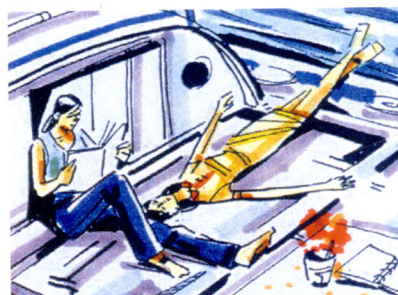
3 蓝天碧海为背景。两个女孩子兴奋地下车，激起一群飞鸟。



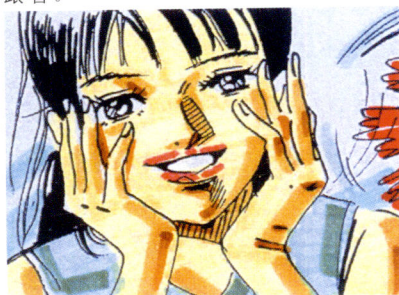
4 女孩子们看到了游艇俱乐部，其中一位高兴地冲了下去，另一个慢慢跟着。



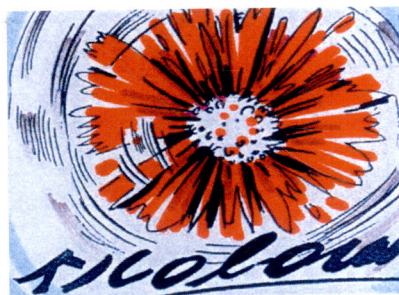
5 近景。男子扬帆起航。



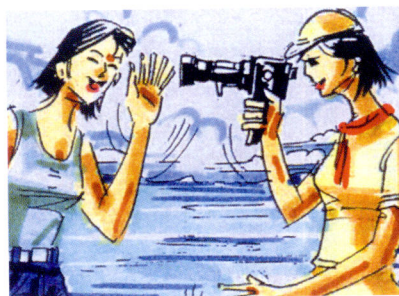
6 女孩子们在游艇上休憩。一位在看书，另一位躺着享受阳光。



7 特写其中一位女孩脸部可爱的表情。



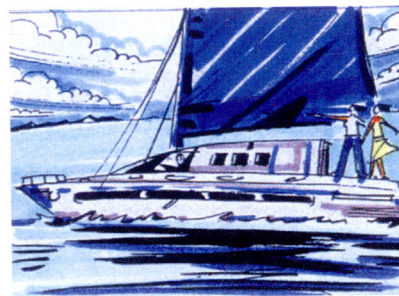
8 切换到花朵转动，标志浮现。



9 休憩片刻后，女孩们玩耍起来。其中一位拿着摄像机，拍录另一位活泼女孩的活动。



10 镜头交代男子在掌舵，他带着阳光般的开心笑容。



11 中景。帆船上活泼的身影。