

5DS⁺

5DS⁺公司 编著

大像无开

5DS⁺影视包装卫视典藏版 (上)

2DVD

全彩印刷

涉及软件:

Photoshop、Maya、After Effects

案例概述:

卫视整体包装策划思路
卫视整体包装logo演绎
卫视整体包装节日ID
卫视整体各栏目精品包装

学习重点:

电视台整体包装整体策划
整体连贯性栏目设计风格把握
新软件技巧创作中的研发使用

光盘内容:

内含章节工程文件
精选视频教程学习更轻松
配精品素材提供助学练习



内赠 书签可置换5DS实训相应课程, 详情咨询 QQ:4008189229



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

大像无形——5DS⁺ 影视包装 卫视典藏版(上)

5DS⁺ 公司 编著



机械工业出版社

本书采用 SDS⁺ 近年完成的北京卫视整包项目为案例,普及整体包装创作思路及技巧,精选 10 个完整的独立案例,通过上、下册各 5 个案例的方式,对软件技术、创作思路等进行详细的讲解,并通过每本书 2 张 DVD 光盘的大量资源及素材,帮助读者更好地学习创作。本书涉及的软件包括 Photoshop、Maya、After Effects,适合有一些 Maya 和 After Effects 相关软件基础,并对后期、电视包装、媒体后期行业感兴趣的读者学习。SDS⁺ 系列影视包装案例图书,已被各大学收藏,并作为部分教学指导用书。

图书在版编目(CIP)数据

大像无形: SDS⁺ 影视包装卫视典藏版. 上 / SDS⁺ 公司编著.

—北京: 机械工业出版社, 2012.6

ISBN 978-7-111-38470-0

I. ① 大… II. ① 5… III. ① 三维动画软件

IV. ① TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 105320 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑: 丁 诚 尚 晨 责任编辑: 丁 诚

责任印制: 乔 宇

北京汇林印务有限公司印刷

2012 年 7 月第 1 版·第 1 次印刷

203mm × 260mm · 29 印张 · 4 插页 · 727 千字

0001—5000 册

标准书号: ISBN 978-7-111-38470-0

ISBN 978-7-89433-528-9 (光盘)

定价: 129.00 元 (含 2DVD)

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服 务 中 心: (010) 88361066

门户网: <http://www.cmpbook.com>

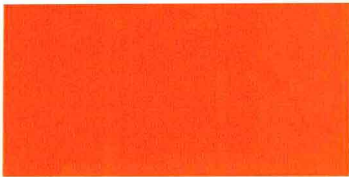
销 售 一 部: (010) 68326294

教材网: <http://www.cmpedu.com>

销 售 二 部: (010) 88379649

读者购书热线: (010) 88379203

封面无防伪标均为盗版



序

2012，这本书终于跟广大读者见面了，在这个注定不寻常的年代里留下了扎实的印记，这本书分为上、下两册，说来很巧，面对不惑之年的我，人生也正是在今年分成了上、下半场。

过去的10年，我们传统电视媒体人经历了几个阶段，从强调美感忽略内涵的电视包装1.0时代，到重视定位品牌整合的电视包装2.0时代，走到今天我们似乎已经不能再用类似3.0这样简单的模式描述它了，电视包装行业已经和战略规划、品牌管理、网络营销、移动应用、用户体验等等众多领域交织在一起，加之社交媒体、互联网视频媒体、移动客户端媒体等渠道的不断拓展，增强现实技术、电视数据库技术、二维码应用技术、LBS技术等众多新兴应用工具的融合，原来的电视包装概念就显得太狭小了。

好吧，为了能够在拐点做个承前启后的转折，我们给他一个新的定义——媒体包装。

我常形容这个行业的从业者是一群“充满激情的受虐狂”，热爱设计、痴迷创意几近癫狂，长年累月虐待自己的身体，用熬夜代替休闲娱乐的一群疯子，也正是我们这些人，用我们的青春，创造了这个时代的视觉感受，为生活在这个时代的人们，留下了视觉记忆。

其实，也许我们作为个体，并没有那么多想法，仅仅是满足自己的点点成就感罢了，但在不经意间，正是我们这群充满激情的受虐狂们，集合在一起的集体创作，真正描绘了整个世界。

继续走下去，会是什么样的风景？没有人知道答案，我们都只是刚刚开始……

作为“前辈”（老人的代名词），非常希望能用自己的亲身体会，指导一下年轻人的思想，不过，这其实在我看来，又是一种不切实际的想法，按照前人走过的路走，对么？不对，这本身就是件没有创意的事，况且，人生的轨迹不可能重复，也不可能复制，每个人都是在经历了之后，才会有体验，这就是“经验”二字所传递给我们的概念。

每个人的人生都是独一无二的，对于我们这群喜欢创新，每天生活在创意之中的人们，对于自己的人生，你是否也像给客户的提案一样，认真地收集资讯，细致地分析脉络，异想天开地创意并缜密地梳理过呢？对于我们的项目和客户，把我们的才能和睿智发挥得淋漓尽致

致时的快乐，得到客户高度评价和充分认可后的欣喜若狂，是不是也应该用我们自己的人生去体验呢？

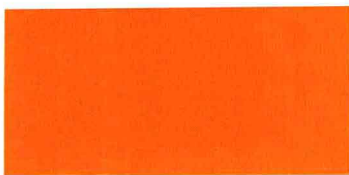
记得和我的同行们聊天时，经常会被问到“你经营 5DS⁺ 最大的收获是什么？”我总会说：“经营 5DS⁺ 最大的收获，不是我们取得了什么样的成绩，而是这么多年一路走来所经历的这么多失败和犯下的这么多的错误！”。

的确，这个理念已经从最早思想当中表面上的“自我鼓励”，逐渐转变成现如今心底里真真切切的感受。每每回头望去，都会感谢那些过往发生在身边的大大小小的失败和打击，是失败给了我判断的经验，是诋毁让我学会了隐忍，是打击让我变得更坚强，是这些不可能再重复的逆商课程，让我面对新的困难和挑战时变得从容。感谢那些对我说不的人，正是因为你们，我靠自己做到了。

这个行业是充满刺激与挑战的行业，他会在你不知不觉中渗透到你每天生活的方方面面，每个角落，如果你正面对他，你将会获得满盈的成就感，当然，有时也会遍体鳞伤，不过只要你坚持不懈，成功终将是属于你的。其实，成功就是爬起来比跌倒多一次！

那么还顾虑什么呢，来，让我们继续吧！

一觉



前言

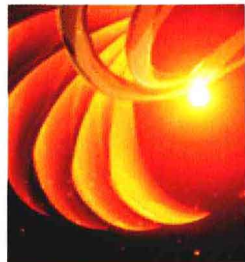
本书凝结了来自 5DS⁺ 的设计师们的创作感悟与经验汇总。多年在制作一线打拼的我们，制作了大量的项目，每个项目都有其独特性，而北京卫视整体包装项目是这些项目中最精彩、最时尚的体现。本书将主要讲解 10 个大家喜闻乐见的北京卫视的包装项目，为读者带来视听盛宴的同时，也为大家重现项目创作的全过程，希望读者能从中获得收益。

本书从创意入手，将客户意见与实用性结合找准主题；再到通过各种制作技巧，帮助读者掌握具体制作技巧。本书最主要的价值在于帮助读者从项目实战中领悟商业制作的流程及项目的执行标准。每次的项目都是不断在创新。我们也希望读者可以在此基础上举一反三地拓展思路。5DS⁺ 会不断为大家带来更新的项目作品。我们的激情不断，我们的创作永不停止。

本书分为上、下两册，每册介绍 5 个北京卫视的栏目包装案例，读者可以根据自己的需要和兴趣选择学习相关的内容。

参加本书编写的包括杨晶、牛琳琳、纪娇、王军丽、关瑞敏、丁睿、陈恒、于浩、张龙、成明、潘和、郝艳朋、佟瑶、张立勋、胡秀静、李宝圆、刘国才、梁宏霞、马可欣、杨中琼、贾妮、杨帅、王上楠、刘波、高智、邢涛、黄玲玲、齐跃海、张婉、张陈志、宋聚兵、张昱、夏国珩、刘睿明、郭翔、周登鹏、李文龙、文治、孙兵、唐中春、袁维雅、何伟斌、施旌、王嘉利、朱庆娟、苏展、谢孝先、刘笑天、韩新媛、陈鹏、吕宁、郭强、刘璐、曹野、李泉洲、刘刚刚、李志、王卫红、高振刚、燕君、赵琦、于晓雯、姜羽、张唯唯、牛闯、秦梦梦、郭明旭、李雪等。

编者



序 前言

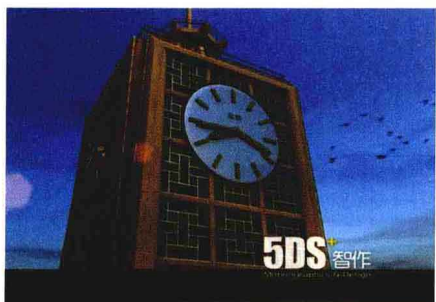
第 1 章 北京卫视整体包装策划思路



整体包装策划思路

- 1.1 项目思路分析2
- 1.2 创意解析5

第 2 章 北京卫视整体包装之 ID 呼号流光篇



呼号流光篇

- 2.1 整体包装之 ID 呼号演绎的概念20
- 2.2 创意思路21
- 2.3 创意分镜头的制作22
- 2.4 镜头模型的制作39
 - 2.4.1 创建工程目录及模型制作前的预设39
 - 2.4.2 钟表模型的制作40
- 2.5 流光合成篇60
 - 2.5.1 镜头四合成60
 - 2.5.2 定版镜头合成73

第 3 章 北京卫视整体包装之 ID 端午篇

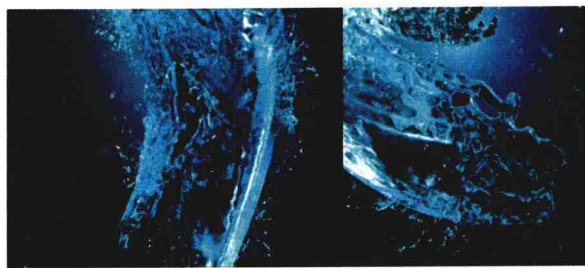


端午篇

- 3.1 整体包装之 ID 演绎的概念86
- 3.2 创意思路86
- 3.3 创意分镜头的制作87
 - 3.3.1 “BTV 北京” Logo 质感的绘制87
 - 3.3.2 创意稿合成95
 - 3.3.3 在 AE 中合成镜头104

第 4 章 北京卫视整体包装栏目篇之午茶剧场

- 4.1 整体包装之栏目包装的概念133
 - 4.1.1 频道品牌形象体系组成及传播133
 - 4.1.2 栏目包装是频道包装中重要组成部分133
- 4.2 创意思路分析135
- 4.3 创意分镜头的制作135



午茶剧场

4.4	模型的制作	149
4.4.1	创建工程目录	149
4.4.2	咖啡杯模型的制作	150
4.4.3	银杏叶模型的制作	164
4.4.4	玉兰花模型的制作	171
4.5	材质的制作	182
4.5.1	第一个镜头银杏叶材质的制作	182
4.5.2	第二个镜头玉兰花特写材质的制作	186
4.5.3	第三个镜头带杆玉兰花材质的制作	201
4.6	在 Maya 中完成动画的制作	219
4.6.1	镜头一银杏叶动画变形及动画	219
4.6.2	镜头二玉兰花动画	222
4.6.3	镜头三中玉兰花的花开动画	226
4.7	午茶剧场 AE 总合成	229
4.7.1	镜头一合成	229
4.7.2	镜头二合成	258

第 5 章 北京卫视整体包装栏目篇之焦点秀



焦点秀

5.1	创意思路	267
5.2	创意分镜头的制作	269
5.3	在 Maya 中完成模型的制作	287
5.3.1	镜头一中雷达模型的制作	287
5.3.2	镜头二中楼群模型的制作	335
5.3.3	镜头四中 Logo 模型的制作	341
5.4	在 Maya 中完成动画的制作	344
5.4.1	镜头一粒子动画的制作	344
5.4.2	镜头动画的制作	353
5.5	在 Maya 中完成材质灯光的制作	359
5.5.1	雷达材质及灯光的制作	359
5.5.2	环境背景材质的制作	370
5.5.3	粒子材质及灯光的制作	375
5.5.4	射灯材质的制作	379
5.5.5	楼群材质及灯光气氛的制作	385
5.5.6	定版 Logo 材质及灯光的制作	403
5.6	在 After Effects 中完成镜头合成	412
5.6.1	第一镜头合成详解	412
5.6.2	第二镜头合成详解	434

第 1 章 北京卫视整体包装策划思路

本案例的重点和特点

- 从分析客户需求入手，掌握创意定位思路
- 北京卫视整体包装前期的创意流程
- 北京卫视核心理念分析
- 北京卫视音乐识别元素分析
- 北京卫视频道宣传片创意分析
- 北京卫视频道 ID 创意分析
- 北京卫视 Logo 演绎创意分析
- 北京卫视各栏目创意分析



5DS+ 智作 1.1 项目思路分析

在 2010 年年底，5DS+ 智作正式开始启动北京卫视项目，如图 1-1-1 所示。本书将从理念到创意再到成片的制作部分进行了深入剖析。对于一套电视台的频道整套包装，我们要从健康体检、品牌形象、定位理念、视觉基因、包装制作、节目形态创新编排、日常维护、宣传推广等几个方面入手。包装制作又细分为导视系统、音识别、演播室、环境引导等。



图 1-1-1

对于健康体检，要进行竞争对手的分析、频道收视率的分析、排名分析等，找到北京卫视的优势与劣势。北京卫视形象 Logo 的改变从复杂改为简约。在 2009 年频道以群标志为标准统一了北京地区的频道 Logo，如图 1-1-2 所示。经过统一的调整后，我们先后为北京科教频道、北京青少频道也做过整套包装，这



图 1-1-2

一系列的频道都有各自的节目定位及频道特色,属于专业频道类型,在频道的定位点上比较专一。北京卫视属省级卫视,而省级卫视之间的较量非常残酷,从各频道的节目中可以看到,这么多电视台重金去打造自己的“王牌节目”,花了很多的心思。浙江卫视、江苏卫视等电视台的每个频道都在拼节目优势,从节目形态来看,主要有6种:综合节目还是焦点,婚恋类节目持续走热,创意类节目成创新蓝海,健康类节目形态实现新突破,创新节目呈现季播化趋向,卫视创新节目将成为常态。这些频道在整合好节目的同时也在重新包装自己。

客户要求提出北京卫视的定位,口号要体现思想深度,又要突出北京的特点。北京卫视频道的核心理念一定是与全国政治、文化地位相匹配的,并且具有不可替代的独有文化气质。那么,什么是北京这座城市所独有,也被全球华人所共知,并且又是唯一的文化标识呢?在创作者众多的创意点中有以文化地标为元素的,比如“故宫”等皇家园林为重点的,有以新北京大都市为重点的,但都在讨论会上被一一否决,这是个痛苦与艰难的思路创新的过程。在大家的共同努力下,最终找到:“北京时间”这个元素,如图1-1-3所示。



图 1-1-3

“北京时间”是全国报时的统一标准,唯一性不言而喻。同时,“时间”又带有“时光”、“生命(时间就是生命)”、“价值(一寸光阴一寸金)”、“传承”等多种引申含义。以北京时间作为核心理念,真正体现了文化品位与大家风范并举,可以说在全国卫视市场中,北京卫视独树一帜。

对于频道核心理念进行提炼,得出北京卫视的宣传语为:“北京卫视 天涯共此时”如图1-1-4所示。



图 1-1-4

“天涯共此时”一语双关,既表达全球华人共同关注北京卫视,又进一步点出了北京卫视的核心理念“北京时间”是全球华人共有的文化标识。这一句宣传语蕴含了“文化”、“包容”、“和谐”、“汇聚”、“传

承”，“美好”等多重含义，这样的定位完全有别于湖南卫视为代表的单一诉求的卫视群体，体现了北京卫视的文化高度与视野，如图 1-1-5 所示。



图 1-1-5

频道主旋律及音乐风格定位如下。

音乐识别元素——5231

全部旋律为：| 1325 | 1231 | 3125 | 5231 |

主音旋律采用人们最熟悉的电报大楼、北京西站报时大钟的报时旋律最后一节。这个旋律伴随着一代又一代的北京人的成长，至今仍然是北京标志性的声音之一，具有非常浓厚的北京特色，如图 1-1-6 所示。

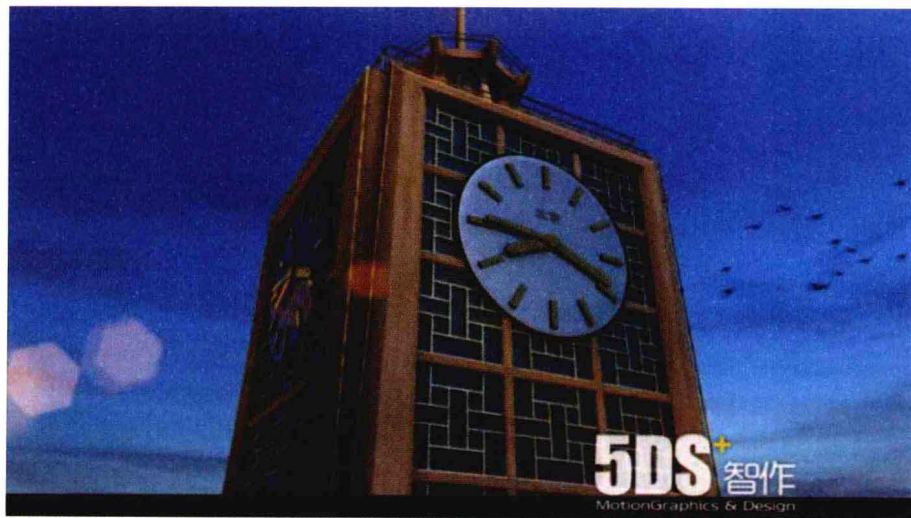


图 1-1-6

频道视觉基因提取,在“天涯共此时”这句口号的引领下,时间的元素视觉化体现在画面中。时间是变化的、流逝的,北京卫视的“时间”以钟表为标志元素,再配合粒子金沙的飘动,演绎着文化在时光的变迁中不断被后人传承,如图1-1-7所示。



图 1-1-7

频道的 Logo 在继承原统一标准的基础上加入了频道的文化传承的特点。改变圆角形态,并在 Logo 中加入传统图腾元素,如图1-1-8所示。



图 1-1-8

5DS+ 智作 1.2 创意解析

确定北京卫视的核心定位后,创作人员开始创意部分的制作。具体的创意制作方法将会在后面章节中分别讲解关键知识点。

晨曲的创意以朝阳升起,四季万物在初生的太阳照耀下苏醒为演绎内容。画面中优美的自然景观随时间的变化而静静地演绎。此片用延时的拍摄手法表达时间的概念,如图1-1-9所示。



图 1-1-9

频道形象宣传片以树立频道品牌形象为目的，向观众表达频道倡导的理念、频道的定位、频道的风格。原则上可以按照企业形象广告的创作方法。本次北京卫视创意点也是紧紧围绕核心理念“天涯共此时”，记录北京一天的变化。北京卫视用老百姓的视角去观察每一天：画面中安静的北京渐渐活跃，北京卫视一路相陪，带给每一个观众一天的精彩；古老的建筑静静地矗立，它传承了上下五千年的历程；都市中热闹街道，那是繁忙的人们必经之路，经过一天的喧嚣城市渐渐进入灯火阑珊，那里有梦幻般的故事，北京卫视跟你共同分享；夜越来越静，北京卫视陪你入眠，如图 1-1-10 所示。



图 1-1-10

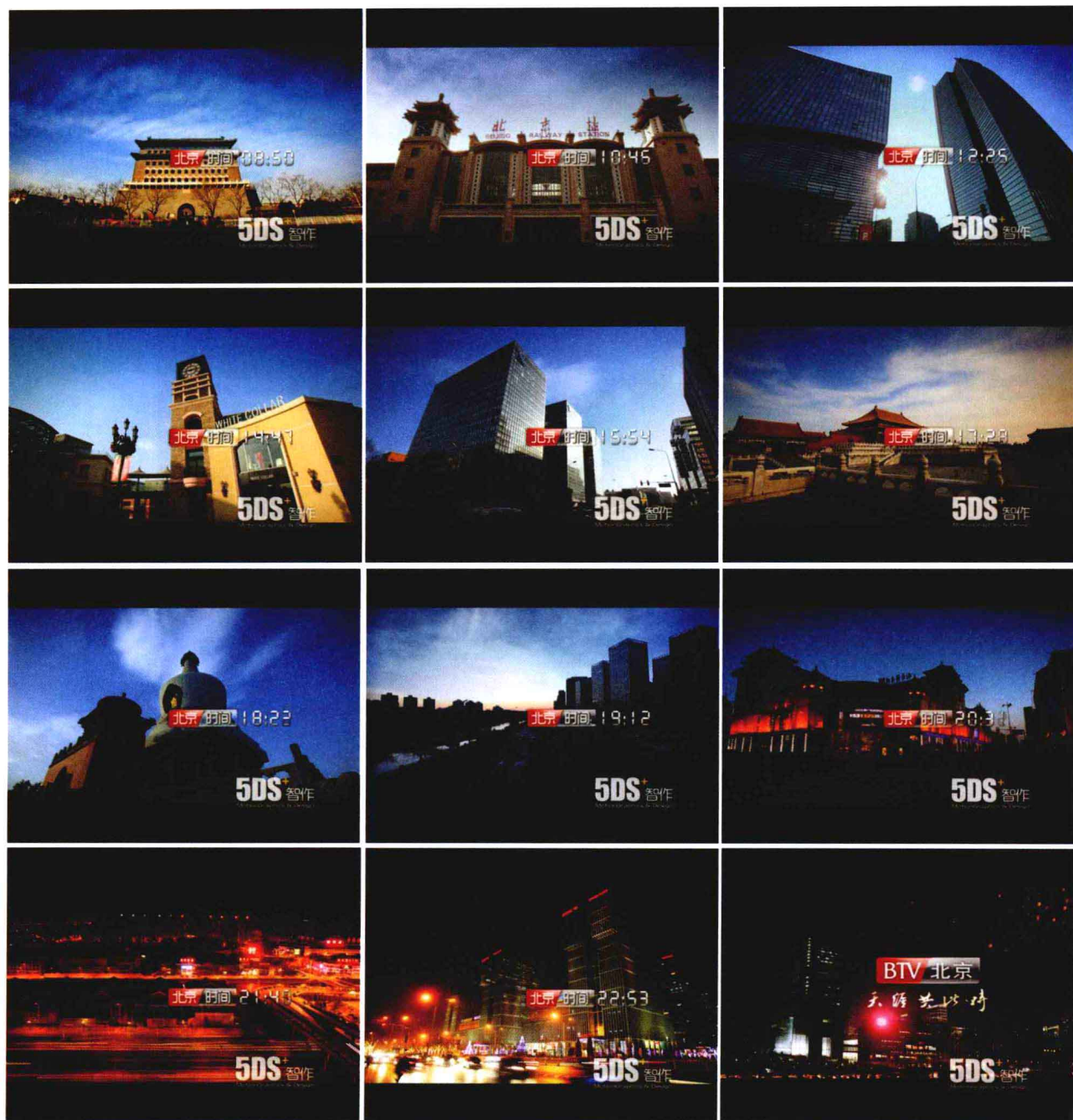


图 1-1-10 (续)

频道呼号片的播出频次非常高，随时会在频道节目的间隔时段播出。频道呼号片突出了频道的形象。

频道ID呼号之城市之光篇：在城市中随着电报大楼的钟声想起，“北京时间”的概念融入其中。粒子光晕时而飞散，在时间的长河中不断变换。粒子光晕时而汇聚，在画面中形成北京卫视的Logo，如图1-1-11所示。



图 1-1-11

频道 ID 呼号之流光篇：创意点是围绕时光飞逝金光闪烁的粒子推动时间一点点地变化，最终叩响“天涯共此时”，如图 1-1-12 所示。

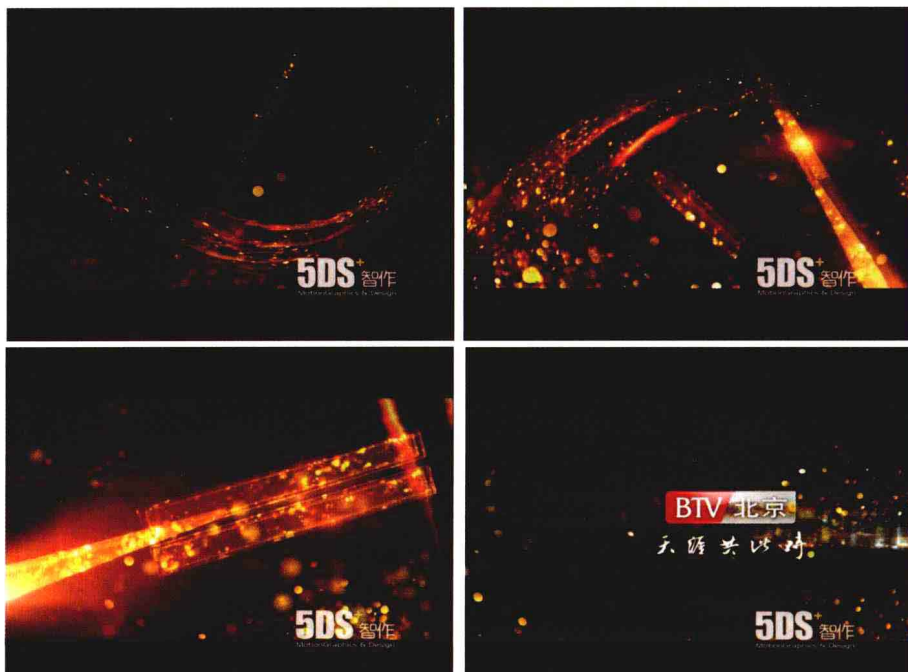


图 1-1-12

频道ID 演绎即频道形象片花，频道ID 是播出频率最高的视觉作品。在国外，进入成熟期的电视频道，一般每小时要播6次左右，如果是新开频道，为打知名度，播出频率会更高。

北京卫视ID 音乐之美篇：创意点“传承”表现北京卫视的文化定位，音乐的灵感传承于前人的经验，这一系列ID 以实拍的方式演绎，如图1-1-13所示。



图 1-1-13

北京卫视ID 心悦无界篇：创意点来源于心情愉悦身体才会健康，花式足球使人愉悦，娱乐也传承于五千年的文化，如图1-1-14所示。



图 1-1-14