

- ◆ 用艺术点亮生命，用创意改变人生。
- ◆ 深刻剖析3ds Max与After Effects电视包装特效演绎，结合经典实例，再现数码艺术传奇。
- ◆ 用手去触摸，用心去感悟，用耳去聆听，感受非凡艺术。



3ds Max / After Effects 电视包装经典特效演绎

宋继中 王晓亮 郭志红 王豪 编著



清华大学出版社

1. 3ds Max 7.0 安装与卸载
2. 3ds Max 7.0 界面与基本操作
3. 3ds Max 7.0 建模基础
4. 3ds Max 7.0 材质与渲染基础



3ds Max 7.0 入门教程

电视包装经典特效制作

作者：张三 编著



中国美术学院美术考级教材



宋继中 王晓亮 郭志红 王 豪



3ds Max / After Effects 电视包装经典特效演绎

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书是一本介绍如何利用3ds Max和After Effects完成电视包装设计的三维和后期合成制作的实例类图书。全书共分8章, 主要内容包括多种电视包装特效的制作方法和技巧, 步骤详细, 重点明确。书中介绍的制作实例包括“电视剧频道LOGO演绎”、《科普时间》栏目片头、《第一剧场》栏目片头、《感动河南》颁奖典礼片头、《中国往事》栏目片头及影视频道片头等。

本书的编写完全从实际出发, 所介绍的特效制作方法都来自于作者多年设计工作的经验积累, 实用价值很高。书中部分案例的制作方法不拘泥于形式, 富有创意。

本书适合于对3ds Max和After Effects软件有一定操作基础, 对电视包装技术有所了解并希望进一步提高的读者阅读。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签, 无标签者不得销售。

版权所有, 侵权必究。侵权举报电话: 010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

3ds Max /After Effects电视包装经典特效演绎/宋继中, 王晓亮, 郭志红, 王豪编著. --北京: 清华大学出版社, 2010.11

ISBN 978-7-302-23693-1

I. ①3… II. ①宋…②王…③郭…④王… III. ①三维—动画—图形软件, 3DS MAX、After Effects IV. ①TP391.41

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第165119号

责任编辑: 邹 杰 郑期彤

封面设计: 杨玉兰

责任校对: 周剑云

责任印制: 何 芊

出版发行: 清华大学出版社

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175

邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者: 北京嘉实印刷有限公司

装 订 者: 三河市兴旺装订有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 203×260 印 张: 26 字 数: 579 千字

版 次: 2010 年 11 月第 1 版 印 次: 2010 年 11 月第 1 次印刷

印 数: 1~4000

定 价: 73.00 元

产品编号: 034957-01

前言

包装是电视媒体自身发展的需要，是电视节目、栏目、频道成熟的一个标志。在电视包装中，片头制作占据了主要的位置，是集科技、文化、艺术于一体的专业传播艺术。本书将通过3ds Max和After Effects等软件的应用来讲解电视片头的制作技巧和方法。从制作技术角度来说，电视片头大致经历了五个发展阶段，即原始手工制作、字幕机制作、三维动画制作、三维及非线性编合成和三维及胶片制作。在每一个发展阶段，电视片头在表现形式、观众认同度和信息承载量这三种因素上都有很大的差别，并且，这三种因素也直接影响到电视片头的艺术水准和生命周期。

在电视片头制作当中，2/3D动画软件和后期合成软件具有极其重要的地位。在本书中，作者结合多年的实际工作经验，对软件使用的各个知识点进行分析和讲解。作者还制作了大量精彩实例，使读者能够在实践中逐步掌握各个软件的应用。本书适合对3ds Max和After Effects软件有一定操作基础，对电视包装技术有所了解并希望进一步提高的读者阅读。

本书共有8章，内容概括如下。

第1章：介绍电视包装基础知识，主要涉及电视包装概述、电视包装要素、电视包装形式、电视包装常用后期合成软件及3D软件、片头制作流程及技巧等内容。

第2章：主要介绍“电视剧频道LOGO演绎”制作实例，重点在于把握三维和后期的结合，学习如何通过后期的质感调整来弥补三维中材质不到位的情况，从而加深对后期重要性的认识。

第3章：主要介绍科技栏目《科普时间》的片头制作实例，重点是精确把握常见的金属材质和玻璃材质的应用方法。该实例在制作上分为3ds Max制作素材部分和After Effects最后合成部分。

前言

第4章：主要介绍《第一剧场》栏目片头制作实例，重点介绍如何在3ds Max中灵活应用摄像机来得到一些富有冲击力的镜头效果。

第5章：主要介绍《感动河南》颁奖典礼片头制作实例，重点讲解主题元素的制作方法和玻璃材质的表现形式。

第6章：主要介绍科普历史类栏目《中国往事》片头制作实例，重点是练习After Effects中三维层的应用方法。

第7章：主要介绍《影视频道——粒子篇》片头制作实例，重点讲解片头中常用的粒子特效的制作技巧。

第8章：主要介绍《影视频道——太极篇》片头制作实例，重点讲解剪影形式的视觉效果的制作方法以及三维层混合三维动画素材的合成技巧。

本书中所有文件的素材源文件可在清华大学出版社网站上 (www.tup.com.cn) 下载得到。

由于作者水平有限，加上时间仓促，书中疏漏之处在所难免，恳请广大读者批评指正，以便修订时使之更加完美，意见和建议可发送电子邮件至：skyxuli888@sina.com。

编 者

目 录

第1章 电视包装基础知识 1

- 1.1 电视包装概述 2
- 1.2 电视包装要素 6
- 1.3 电视包装形式 7
- 1.4 电视包装制作常用后期合成软件及
3D软件简介 11
 - 1.4.1 After Effects 11
 - 1.4.2 Flame 12
 - 1.4.3 Combustion 12
 - 1.4.4 Digital Fusion 13
 - 1.4.5 3ds Max 14
- 1.5 片头制作流程简介 15
- 1.6 片头制作技巧简介 16

第2章 “电视剧频道LOGO演绎” 制作实例 19

- 2.1 三维场景动画的制作 20
 - 2.1.1 镜头一的制作 20
 - 2.1.2 镜头二的制作 26
 - 2.1.3 镜头三和镜头四的制作 29
 - 2.1.4 镜头五的制作 30
 - 2.1.5 片尾LOGO的制作 33
- 2.2 After Effects部分的制作 36
 - 2.2.1 After Effects的设置 36
 - 2.2.2 导入素材 37

2.2.3 合成制作 38

第3章 《科普时间》栏目片头 制作实例 49

- 3.1 3ds Max部分的制作 50
 - 3.1.1 制作分镜场景的模型 50
 - 3.1.2 制作分镜场景的动画 79
- 3.2 After Effects部分的制作 101
 - 3.2.1 导入素材 101
 - 3.2.2 合成制作 102

第4章 《第一剧场》栏目片头 制作实例 115

- 4.1 三维部分的制作 116
 - 4.1.1 镜头一的制作 116
 - 4.1.2 镜头二的制作 135
 - 4.1.3 镜头三的制作 146
 - 4.1.4 镜头四的制作 149
- 4.2 After Effects部分的制作 150
 - 4.2.1 导入素材 150
 - 4.2.2 合成制作 152

第5章 《感动河南》颁奖典礼 片头制作实例 177

- 5.1 三维元素的制作 178
 - 5.1.1 奖杯的制作 178

目 录

5.1.2	奖杯材质的制作.....	192
5.1.3	奖杯动画的制作.....	197
5.1.4	定版金属字动画的制作....	206
5.2	后期合成制作.....	216
5.2.1	导入素材	216
5.2.2	第一组镜头的制作.....	218
5.2.3	第二组镜头的制作	224

第6章 《中国往事》栏目片头

制作实例..... 231

6.1	3ds Max部分的制作.....	232
6.1.1	制作场景的模型.....	232
6.1.2	模型材质	239
6.1.3	灯光设置	242
6.1.4	摄像机动画.....	243
6.2	After Effects部分的制作.....	246
6.2.1	导入素材	246
6.2.2	合成制作	247

第7章 《影视频道——粒子篇》

片头制作实例..... 285

7.1	三维部分的制作	286
7.1.1	制作模型	286
7.1.2	设置物件材质	298
7.1.3	设置摄像机.....	303

7.1.4	设置局部动画	309
7.1.5	创建环境灯光	311
7.1.6	调节材质	312
7.1.7	六棱体飞入镜头的动画 制作.....	316
7.1.8	顶板动画的制作.....	321
7.2	After Effects部分的制作.....	330
7.2.1	导入素材	330
7.2.2	增加特效	331

第8章 《影视频道——太极篇》

片头制作实例..... 353

8.1	三维部分的制作	354
8.1.1	镜头一的制作	354
8.1.2	镜头二的制作	371
8.2	After Effects部分的制作.....	374
8.2.1	导入素材	374
8.2.2	合成制作	376

1

电视包装基础知识

本章学习重点

打开电视，我们总会被一些色彩绚丽、设计精致的短片所吸引，这些短小精悍的短片就是平时俗称的片头，确切地说应当称它们为电视频道整体包装。第一个在我的心中留下深刻印象的栏目片头是《动物世界》的片头，传统的手段配上激进的音乐，现在回想起来还历历在目。现在电视媒体已经成为了大众广泛接受的形式之一，频道和栏目众多，如果不进行醒目的整体策划包装，很难体现各自的频道特征，容易被淹没在电视节目的海洋中。

什么是电视包装呢？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，电视频道的整体包装是指包括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。简单说，在播包装是在电视节目当中对频道内容的包装；离播包装是指在电视媒体外的宣传，是传统VI的非电视应用。

随着电脑技术的发展，一系列动画和后期合成软件相继涌现，使得电视制作手段得到了丰富。现在，电视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，制作出绚丽多姿的视频效果。

本章重点在于了解电视包装基础知识，主要包括电视包装概述、电视包装要素、电视包装形式、电视包装常用后期合成软件及3D软件，以及片头制作流程及制作技巧等。



1.1 电视包装概述

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,似乎人人都知道它的意思,但电视包装的定义,它的内涵和外延,以及它的作用又是什么呢?其实,包装是借用的词,一般意义的包装是指对产品进行包装。之所以把包装这个词拿过来用到电视上,是因为产品的包装和电视的包装有共同之处。电视包装是对电视节目、栏目、频道甚至是电视台的整体形象进行的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,如图1-1和图1-2所示。



图1-1



图1-2

电视节目、栏目、频道的包装可以起到如下作用:突出节目、栏目、频道的个性特征和特点,确立并增强观众对节目、栏目、频道的识别能力,确立节目、栏目、频道的品牌地位等。电视包装应能使其形式和节目、栏目、频道的内容融为一体。好的电视包装本身就是精美的艺术品,让人赏心悦目,如图1-3和图1-4所示。



图1-3

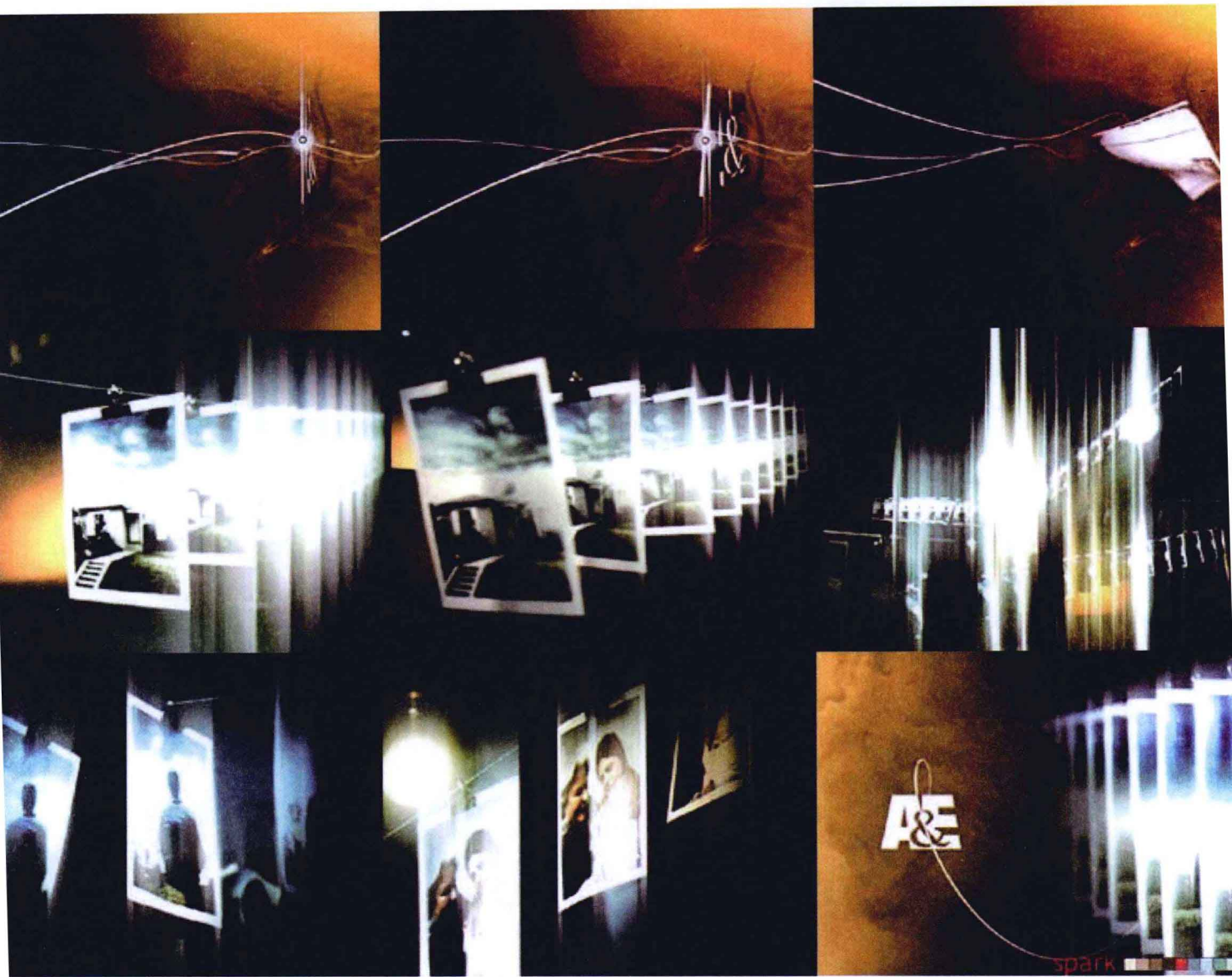


图1-4

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。如今的电视观众每天要面对几十个电视台和电视频道，以及几十种类型的节目和栏目。各台、各频道、各栏目之间都存在着非常激烈的竞争。观众既有主动选择权，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介是商家们的必要策略，电视节目、栏目、频道的包装也应该和商品的包装有一定的相通之处。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就是让观众了解你，而电视包装恰恰是能够让观众了解你的最直接的手段，如图1-5所示。

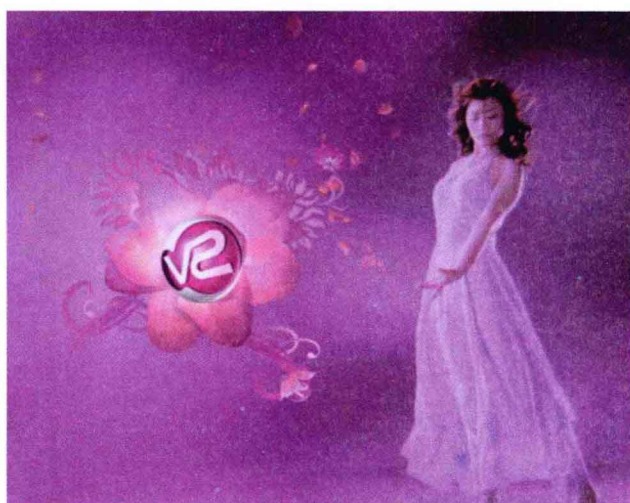
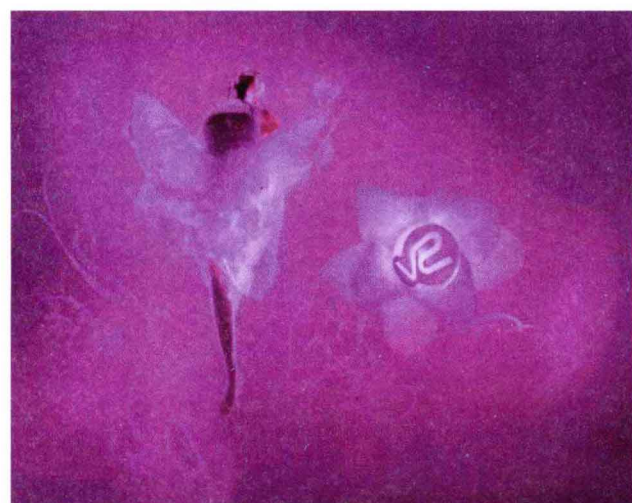


图1-5

1.2 电视包装要素

电视包装要素分为形象标志、颜色和声音。

1. 形象标志

电视节目、栏目、频道都有CI形象设计，也就是最基本的形象标志，这是构成包装的要素。形象标志最常被置于电视屏幕左上角，同时也经常出现在滚动播放的频道包装宣传片中。对于任何一个电视台来说，形象标志都是播出频率最高，影响最大，最具冲击力和影响力的。形象标志能起到推广和强化频道的作用，它一方面能增强节目或栏目的段落感和节奏感，同时也能使不相关的节目或栏目融汇在统一的标志下，增强频道的整体性。好的形象标志设计能深入人心，使人过目不忘。它能使观众快速判断出自己看的是什么节目、什么频道、什么台，便于观众一下子就捕捉到想要看的节目。所以，形象标志设计对于电视包装是非常重要的。形象标志设计的基本要求是醒目、简洁、特点突出、有时代感，地方台或专业频道的形象标志如果能体现出一些地方特色或专业特色就更好，如图1-6所示。



图1-6

2. 颜色

包装的主色调应根据频道、栏目、节目的定位来确定，可以是单色，也可以是复合色。比如，中央台一套是以新闻为主的综合频道，所以其主色调为蓝色，凸显一种冷静、客观的形象；CNN基本也是蓝色基调；文艺性的频道和栏目在一般情况下多采用暖色调，色彩相对艳丽一些；凤凰卫视是以艳丽黄为自己的主色调；北京有线台最近推出的生活频道是以淡蓝、淡黄为主的基调，推崇纯净、时尚，立足于城市观众和青年观众。颜色设计是电视包装的基本要素之一。它的基本要求应该是颜色协调、鲜明，抢眼但不刺眼，能与整个节目、栏目或频道的基调及风格相一致或给予有效的补充。

3. 声音

声音包括语言、音乐、音响、音效等诸元素。声音在电视包装中起着非常突出的作用。在好的电视包装中，声音应和形象设计、色彩搭配有机地成为一个整体，使观众无需看到画面，就能判断出是什么频道和什么栏目。电视包装的声音设计要让观众一听就有亲切感，感到是自己的亲密朋友在呼唤自己。

要做到这一点,一是在设计时要符合频道或栏目定位,力求达到高质量;二是要保持相对的长久和稳定,因为时间能培养观众,能最终塑造声音的形象品牌。好的电视栏目、频道的声音形象,还应注意突出地域、民族、人文特色,注意汲取多年流传的音乐精华,尤其要注意使声音的节奏与节目、频道的风格和节奏相统一,旋律应尽可能简洁,力争过耳不忘,常听常新。

1.3 电视包装形式

电视包装的形式并没有明确的分类,但总的来说包括以下一些形式。

1. 电视频道ID

(1) ID是英文单词“identification”的缩写,意思是“标识符”。

电视频道ID是频道表明身份的宣传品,它是建立和维持频道品牌识别的重要手段。作为频道整体包装中的重要组成部分,频道ID的意义在于建立频道与观众之间的沟通,直接表达频道的风格理念。电视频道ID简洁明快,能够在短时间内直接明确地提醒观众正在收看的是什么频道,并向观众传递该频道的个性、内容、风格等相关信息。

(2) 电视频道ID是频道的身份象征,其首当其冲的功能是告诉观众自己的姓名(即我是什么频道)。台标呼号片即是完成该功能的一种电视频道ID。

台标呼号片一般为5~8秒,它所利用的频道信息元素包括频道标识、频道名称字标及频道主题音效等,并且常常伴随着“你现在收看的是某某频道”的人声呼号。

频道标识是电视频道的有效品牌资产,对建立电视频道形象识别,塑造频道品牌起着举足轻重的作用。

台标呼号片的表现形式多为三维动画,强调对频道标识的分解和演绎;它重视背景音效的设计,力求在视觉和听觉上产生共同的品牌识别。如图1-7和图1-8所示。

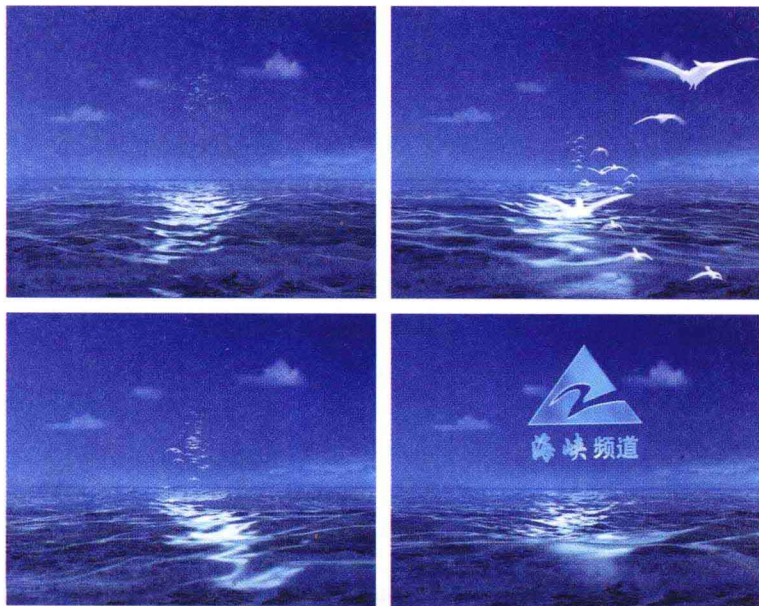


图1-7



图1-8

2. 电视频道的形象宣传片

形象宣传片又可分为以下几类。

(1) 抽象的频道宣传片。如中央电视台现在播出的“相信品牌的力量”宣传片，用中国传统的元素水墨把北京各大名胜建筑表现出来，体现出一种文化内涵和视觉形象，从而产生了品牌的力量，如图1-9所示。再如旅游卫视的“身未动，心已远”等宣传片，这种看似没有具体台名的宣传，却确定了电视台的传播理念和电视台的无形形象。

(2) 具体的形象宣传片。这类形象宣传片可以包括三个方面的内容：一是具体的频道和电视台的呼号宣传片，如“您现在收看的是中国中央电视台”，以及以音乐、画面、声音为支撑的“中央电视台真诚为您服务”等；二是自己台的主持人、名牌栏目片头等构成的频道宣传片；三是由报道内容、画面组接起来形成的宣传片，如有的新闻频道将自己报道世界新闻的最经典画面组合在一起，作为频道宣传片。



图1-9

3. 电视频道中的节目导视片

通常我们把这种节目导视片叫做收视指南，它也是包装形式之一。由于收视指南播出频率高，能起到引导观众收视的作用，同时也能通过收视指南中反复出现的频道宣传片来强化频道和电视台形象的宣传。如图1-10和图1-11为中央电视台2套的一系列导视片。