



+

海量资源 + 教学视频
制作如电影般流畅的创意大片

MG

动画实战

从入门到精通

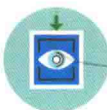


李雪妍 编著



工具多样

AE+C4D+PS+AI



热门领域

营销+动效+广告+自媒体



体系完整

构思→设计→成品→技术



立体教学

300+分钟多媒体视频

实用素材

600+独立图文素材

效果文件

全部案例设计文件



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

MG

动画实战

从入门到精通



李雪妍 编著

本书是一本MG动画制作的实操型手册。全书分为入门篇、基础动画篇和商业应用篇3篇,涉及9章内容。涵盖了MG动画的基础知识、制作MG动画常用的4款软件以及MG动画的5个商业实战应用项目,知识内容极具实用性。

本书通过扫码下载资源的方式为读者提供增值服务,这些资源包括全书所有实例的源文件、素材以及全书所有实例的高清视频教程,方便读者循序渐进地进行练习,并在学习过程中随时调用素材。

本书内容丰富、结构清晰、技术参考性强,讲解由浅入深且循序渐进,知识涵盖面广又不失细节,非常适合喜爱影视特效及动画制作的初、中级读者作为学习参考书。同时,本书也可以作为后期特效处理人员、影视动画制作作者的辅助工具手册,还可以供教育行业及培训机构相关专业的师生作为动画特效制作培训教程使用。

图书在版编目(CIP)数据

MG动画实战从入门到精通 / 李雪妍编著. —北京:机械工业出版社, 2019.5
ISBN 978-7-111-62674-9

I. ①M… II. ①李… III. ①动画制作软件 IV. ①TP391.414

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第086013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:丁伦 责任编辑:丁伦

责任印制:张博 责任校对:丁伦

2019年9月第1版第1次印刷

北京新华印刷有限公司印刷

185mm × 260mm · 16.5印张 · 409千字

标准书号:ISBN 978-7-111-62674-9

定价:79.90元

电话服务

网络服务

服务电话:010-88361066

机工官网:www.cmpbook.com

010-88379833

机工官博:weibo.com/cmp1952

010-68326294

金书网:www.golden-book.com

封底无防伪标均为盗版

机工教育服务网:www.cmpedu.com

前言 Preface

关于 MG 动画

在计算机技术普及并飞速发展的今天，MG 动画作为当下影像艺术中新兴的一种表现形式，在视觉上遵循的是平面设计的相关规则，在技术上使用的是动画制作的多种方法。随着各方面需求的提升和技术的发展，MG 动画的应用范围越来越广泛，其独特的表现形式深受广大设计爱好者的喜爱及追捧，成为主流的视频传播方式。

本书内容

本书是一本关于 MG 动画制作的教程，采用理论与案例相结合的方式，采用深入浅出的方法，全面细致地展示了 MG 动画从构思到设计，再到成品的整个制作流程和技术。

本书共分为 9 章，具体内容安排如下。

	章节安排	课程内容
入门篇	第 1 章 走进 MG 动画的世界	主要学习及了解 MG 动画的基础知识，为之后 MG 动画的制作打下基础
基础动画篇	第 2 章 通过 AE 制作动画	主要介绍了制作 MG 动画中最为重要的一款动画软件 AE，以及它的具体使用方法和相关案例
	第 3 章 通过 C4D 制作动画	主要介绍了制作三维 MG 动画常用的一款动效软件 C4D，以及它的具体使用方法和相关案例
	第 4 章 通过 PS 和 AI 制作动画	主要介绍了 PS 和 AI 这两款平面设计软件在 MG 动画制作上的具体应用方法和相关案例
商业应用篇	第 5 章 MG 风格开场动画	通过实例的形式、详细讲解了 MG 动画在短视频开场方面的具体应用
	第 6 章 MG 产品展示动画	通过实例的形式，详细讲解了 MG 动画在产品宣传短片上的具体应用
	第 7 章 趣味 LOGO 动画	通过实例的形式，详细讲解了 MG 动画在动效设计领域的具体应用
	第 8 章 旅游宣传广告制作	通过实例的形式，详细讲解了 MG 动画在广告宣传片上的具体应用
	第 9 章 快递运输 MG 动画	通过实例的形式，详细讲解了 MG 动画在营销推广上的具体应用

本书配套资源

本书附赠以下资源，通过扫描图书封底相关二维码即可获得网盘下载方式。

高清教学视频：读者可以像看电影一样通过教学视频轻松愉悦地学习本书内容，然后对照书本加以实践和练习，从而提高学习效率。

实例效果文件和设计素材：书中所有实例均提供了源文件和素材，读者可以使用相应的应用软件打开或访问。

本书作者

本书由淄博职业学院李雪妍负责编写，共约40.9万字。此外，还有多位从事动画设计、策划、制作、特效等工作的一线人员，以及UP主、播客等新媒体达人共同参与了内容审核和案例测试及相关工作。

限于作者水平，书中疏漏之处在所难免。感谢您选择本书，同时也希望您能够把对本书的意见和建议反馈给我们。

目 录 Contents

入 门 篇

第 1 章 走进 MG 动画的世界

1.1 什么是 MG 动画 |2|

1.1.1 MG 动画的历史 |2|

1.1.2 MG 动画的概念 |2|

1.2 MG 动画的优势 |3|

1.2.1 可加载的信息量大 |3|

1.2.2 成本低, 制作周期短 |4|

1.2.3 画面品质标准化 |4|

1.2.4 传播载体多样化 |5|

1.3 MG 动画的应用领域 |5|

1.3.1 生活实用类 |6|

1.3.2 消费场景类 |6|

1.3.3 教育引导类 |6|

1.3.4 节日宣传类 |6|

1.3.5 应用推广类 |7|

1.3.6 导视解读类 |7|

1.3.7 新品销售类 |7|

1.4 MG 动画设计要点 |7|

1.4.1 优秀的剧本 |8|

1.4.2 生动形象的视觉化传播 |10|

1.4.3 准确的分镜头设计 |12|

1.4.4 色彩构成要点 |13|

基础动画篇

第 2 章 通过 AE 制作动画

2.1 After Effects CC 2018 基础 |16|

2.1.1 初识 After Effects CC
2018 |16|

2.1.2 After Effects CC 2018
软件的新增特性 |17|

2.1.3 用户界面详解 |18|

2.2 After Effects 基本操作 |24|

2.2.1 新建项目 |24|

2.2.2 保存项目 |24|

2.2.3 新建合成 |24|

2.2.4 导入素材 |25|

2.2.5 渲染输出 |26|

2.3 制作 MG 风格游轮动画 |28|

2.3.1 船底部的绘制 |28|

2.3.2 船身的绘制 |30|

2.3.3 整体装饰绘制 |32|

2.3.4 天空背景元件的创建 |36|

2.3.5 制作关键帧动画 |39|

2.3.6 将动画制成 GIF 动图 |42|

2.4 本章小结 |46|

第3章

通过 C 4D 制作动画

3.1 初识 Cinema 4D |48|

3.2 用户界面详解 |49|

3.2.1 标题栏 |49|

3.2.2 菜单栏 |49|

3.2.3 工具栏 |50|

3.2.4 编辑模式工具栏 |54|

3.2.5 视图窗口 |56|

3.2.6 对象 / 场次 / 内容浏览器 /
构造面板 |57|

3.2.7 属性 / 层面板 |60|

3.2.8 动画编辑面板 |60|

3.2.9 材质面板 |60|

3.2.10 坐标面板 |61|

3.2.11 提示栏 |62|

3.3 创建扁平化小方块动效 |62|

3.4 本章小结 |68|

第4章

通过 PS 和 AI 制作动画

4.1 Photoshop CC 2018 的

基础操作 |70|

4.1.1 初识 Photoshop CC 2018 |70|

4.1.2 Photoshop CC 2018 软件的
新增特性 |71|

4.1.3 Photoshop CC 2018
界面详解 |72|

4.3 Illustrator CC 2018 的基础操作 |82|

4.3.1 初识 Illustrator CC 2018 |82|

4.3.2 Illustrator CC 2018 软件的
新增特性 |84|

4.3.3 Illustrator CC 2018
界面详解 |85|

4.4 制超萌小兔子图标动效 |86|

4.5 本章小结 |94|

4.2 Photoshop 导出 GIF 动态图 |79|

商业应用篇

第5章

MG 风格开场动画

5.1 动画分析 |96|

5.2 制作圆环动画 |97|

5.2.1 创建背景 |97|

5.2.2 绘制绿色圆环 |97|

5.2.3 制作绿色圆环动画 |99|

5.2.4 制作蓝色、红色圆环动画 |100|

- 5.2.5 制作圆环蒙版动画 |102|
- 5.2.6 制作圆环动画错落的层次效果 |104|
- 5.3 制作狮子动画 |106|**
 - 5.3.1 创建背景 |107|
 - 5.3.2 导入素材 |107|
 - 5.3.3 制作线动画 |109|
- 5.4 制作线条动画 |111|**
 - 5.4.1 创建背景 |111|
 - 5.4.2 制作线条动画 |112|
- 5.5 制作文字动画 |115|**
 - 5.5.1 创建背景 |115|
 - 5.5.2 制作文字动画 |116|
- 5.6 合成最终动画 |119|**
 - 5.6.1 创建背景 |119|
 - 5.6.2 添加声音 |119|
 - 5.6.3 合成动画 |120|

第6章 MG 产品展示动画

- 6.1 动画分析 |125|**
- 6.2 制作标题动画 |125|**
 - 6.2.1 创建背景 |125|
 - 6.2.2 制作标题方框动画 |126|
 - 6.2.3 制作标题方块动画 |128|
 - 6.2.4 制作文字动画 |130|
 - 6.2.5 制作方框遮罩动画 |132|
 - 6.2.6 制作背景效果 |133|
 - 6.2.7 添加圆形动画效果 |136|
 - 6.2.8 添加副标题动画效果 |138|
- 6.3 制作第 2 部分动画 |142|**
 - 6.3.1 调整图层 |142|
 - 6.3.2 制作产品展示边框动画 |144|
 - 6.3.3 导入并制作产品图片动画 |146|
 - 6.3.4 制作介绍文字动画 |149|
 - 6.3.5 添加广告文字 |153|
 - 6.3.6 添加条幅广告动画 |155|
- 6.4 制作第 3 部分动画 |157|**
 - 6.4.1 替换图片 |158|
 - 6.4.2 调整背景颜色 |159|
 - 6.4.3 调整动画 |160|
- 6.5 最终合成 |162|**
 - 6.5.1 镜头合成 |162|
 - 6.5.2 添加手势动画 |165|

第7章 趣味 LOGO 动画

- 7.1 动画分析 |168|**
- 7.2 制作飞舞纸片动画 |168|**
 - 7.2.1 创建纸片 |168|
 - 7.2.2 设置纸片 |169|
 - 7.2.3 制作纸片动画 |173|
 - 7.2.4 渲染输出 |175|
- 7.3 制作单个纸片动画 |176|**
 - 7.3.1 调整图层 |176|
 - 7.3.2 制作动画 |178|
- 7.4 后期动画制作 |181|**

7.4.1 导入并调整素材 |181|

7.4.2 制作 LOGO 动画 |183|

7.5.1 制作 LOGO 动画 |188|

7.5.2 制作文字动画 |193|

7.5 制作第 2 部分动画 |188|

第 8 章 旅游宣传广告制作

8.1 动画分析 |197|

8.2 素材整理 |198|

8.3 第 1 部分动画制作 |199|

8.3.1 创建背景 |199|

8.3.2 导入素材至软件 |199|

8.3.3 制作推镜头动画 |200|

8.3.4 制作文字动画 |203|

8.3.5 制作地图原点和三条道动画 |208|

8.3.6 制作圆环动画 |211|

8.3.7 制作橘子洲文字动画 |214|

8.4 制作第 2 部分动画 |219|

8.5 制作第 3 部分动画 |224|

8.6 制作第 4 部分动画 |226|

第 9 章 快递运输 MG 动画

9.1 动画分析 |229|

9.2 第 1 部分动画制作 |229|

9.2.1 创建背景 |229|

9.2.2 导入素材至软件 |230|

9.2.3 添加纯色背景 |230|

9.2.4 制作动画 |231|

9.3.1 制作汽车动画 |237|

9.3.2 制作商品动画 |241|

9.3.3 制作气泡动画 |242|

9.4 制作第 3 部分动画 |248|

9.4.1 制作转场动画 |248|

9.4.2 制作标题动画 |250|

9.3 第 2 部分动画制作 |237|

第1章 走进 MG 动画的世界

MG 动画是近年来兴起于互联网及移动互联网的一种新型动画形式。由于其强调信息的可视化，具有独特的创意风格，因此在网络上产生了极强的传播力，被广泛应用于产品推广、品牌宣传、流程演示以及影视片头等众多热门领域。

1.1 什么是 MG 动画

MG 动画作为当下影像艺术的一种新兴表现形式，在视觉表现上遵循了平面设计的相关规则，在技术上使用了动画制作的多种方法。MG 动画注重视觉的表现形式，同时具备一定的叙事性。随着各方面的需求和技术的发展，MG 动画的应用范围越来越广泛并成为当前的主流视频传播方式。

1.1.1 MG 动画的历史

一般在电影的片头或者片尾处会出现一些介绍性的字幕，这些字幕大多是通过剪辑直接插入画面的，看起来非常生硬，因此有些制片方将这些字幕做成了飞来飞去的动画，后来发展到干脆做个片头短片或者片尾短片，这就是 MG 动画最初的形式了。

动态图形是介于平面设计与动画片之间的一种产物。随着动态图形艺术的风靡，一些电视台开始在节目中应用这种技术，如制作节目开始处企业标志的展现效果。到了 20 世纪 80 年代，随着彩色电视和有线电视技术的兴起，越来越多的电视频道开始出现，为了展现自身的特色，后起的电视频道纷纷开始使用动态图形为自己制作独一无二的小动画，作为树立形象的宣传手段。

从 20 世纪 90 年代起，随着计算机技术的进步和众多工具软件的出现，很多计算机动画的工作任务从模拟工作站转向了数字计算机，在此期间出现了愈来愈多的独立设计师，快速地推动了计算机动画艺术的进步。随着数码影像技术不断地发展，更是将动态图形推到了一个新的高点。

如今，动态图形已经随处可见了。

1.1.2 MG 动画的概念

MG (Motion Graphic) 可直译为“动态图形”或“图形动画”，通常称之为“MG 动画”，可以理解作为一种表现风格。MG 动画把原本处于静态的平面图像和形状转变成动态的视觉效果，也可以把静态的文字转变成动态的文字动画，如图 1-1 所示。

MG 动画甚至可以创造出一个三维虚拟空间，将一些平面的设计元素立体化，赋予它们新的生命力及表现力。它与传统动画片的区别在于 MG 动画侧重于非叙述性、非具象化的视觉表现形式，而传统动画片则为故事情节服务。

MG 动画最根本的概念，其实是一个“动”字，即让静态的元素动态化，或者给予静态的图片新的生命，如图 1-2 所示。从广义上来讲，MG 动画是一种融合了动画电影与图形设计的语言，是基于时间流动而设计的视觉表现形式。



图 1-1 平面文字可以有动态表现



图 1-2 图形的动态化处理

1.2 MG 动画的优势

相比 Flash 动画（Flash 软件现今改名为 Animate，习惯上依旧称该软件创作的动画为 Flash 动画）、文字与平面设计等这些常见的表现形式，MG 动画是一种全新的叙事和表达方式，其丰富的画面和简洁流畅的动画效果可以为观众带来视觉上的享受。总体来说，MG 动画具有如下优势。

1.2.1 可加载的信息量大

MG 动画整体节奏较快，单位时间内可以承载更大的信息量。MG 动画通过其特有的动画形式对大量碎片化的信息进行整合，更容易让观众理解并产生兴趣。如传统的 Flash 动画，由于制作软件本身技术所限，画面较为粗糙且特效简单，如果制成时间较短的小动画，从观众角度来说观看体验并不会很好，因此 Flash 动画大多制成较长的故事类动画，并加入角色和一些诙谐、幽默的搞笑剧情，如图 1-3 所示。Flash 动画通过创作笑点或剧情的方式转移观众的注意力，弥补画面的不足。

而 MG 动画在画面上有飞跃般的进步，只凭画面就可以给予观众很好的观看体验。因此 MG 动画可以通过压缩、简化，只给观众保留最精简的核心部分（包括画面简洁、内容简单以及解说简化等），直击产品核心，省去多余的角色和剧情，力求在有限的时间内传达出更多的信息，如图 1-4 所示。



图 1-3 传统动画需要加入角色剧情弥补画面



图 1-4 MG 动画仅靠画面本身即可吸引观众

1.2.2 成本低，制作周期短

利用传统方法制作较为复杂的动画时比较麻烦，有时为了使人物动作流畅甚至需要逐帧绘制，并且细化很多细节。常见的逐帧动画，1s 镜头就要画 12 张（甚至更多），是一项非常耗时、耗力的工作，所以报价常常精确到秒。

Flash 动画矢量绘图也有一定的局限性。由于软件本身性能所限，动画过渡色生硬单一，很难画出丰富、柔和的图像，如图 1-5 所示。特别是有空间感的镜头（如酷炫的星空），利用软件本身表现起来就很吃力，如图 1-6 所示。

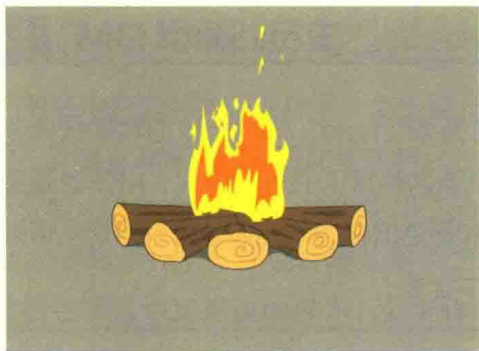


图 1-5 传统 Flash 动画稍显生硬



图 1-6 Flash 很难表现出具有空间感的画面

MG 动画的主流制作软件为 Adobe Illustrator（简称 AI）和 After Effects（简称 AE），一般的是在 AI 中绘制好矢量素材后，再导入 AE 进行动画制作。与实拍、三维等技术相比，MG 动画的制作周期相对较短，并且制作成本相对可控。AE 强大的后期功能也能让制作者设计出更为精致的画面，做出更为细腻的动态（如以往所难以表现的星空特效，如图 1-7 所示），这无疑会使观众觉得丰富和有趣。

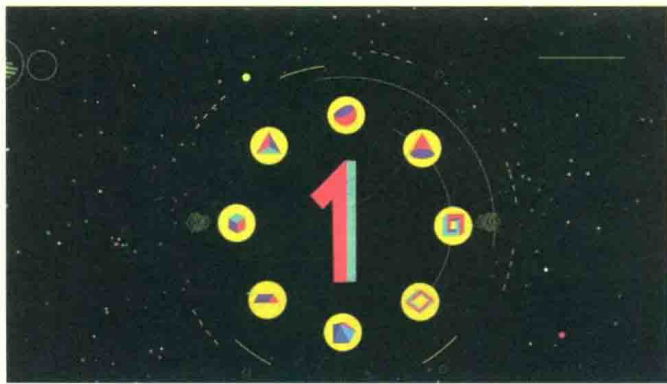


图 1-7 MG 动画中的星空表现

1.2.3 画面品质标准化

如果要用一个词来形容 MG 动画的画面特点，那无疑就是“扁平化”。扁平化是一种极简的设计方法，它提倡“少即是多”的美学理念，强调极简主义。通过简洁的图形、色彩、文字及合理的搭配直观地向用户展示有效信息。

因此 MG 动画主要通过简化、抽象化以及符号化的设计元素来表现。常用极简抽象的图形、

矩形色块和简洁的字体。一个简单的形状加没有景深的平面，版面简洁、整齐，画面简约、清爽、现代感十足，信息表达简单、直接，如图 1-8 所示。相比常见的拟物化设计，扁平化设计省略了一切仿真元素，弱化装饰因素对信息传达的干扰，使受众将注意力集中在信息本身，强化动画画面的传达功能。



图 1-8 扁平化的设计风格

提示

如果客户说“不要太偏扁平化的设计”，那设计师就应该理解为“增加一些立体感、更写实一点，或者更偏向手绘风格的设计”。

1.2.4 传播载体多样化

MG 动画时长相对较短，一般来说不超过 5min，有些甚至是只有几秒的 GIF 动态图。它扁平化的风格、节奏快以及信息量大这些特征，正好符合当下互联网的传播特点——从 PC 端转向移动端播放。

早在 2015 年，各家主流视频网站的年终报告上就已经写明网络视频向移动端视频变迁的速度极快。而时至今日，移动端视频播放量已全面超越 PC 端（占比已超 70%）。但移动端对 PC 端视频的播放侵蚀不会一直持续，最终会在某一个点达到动态平衡。

正是在这样的大背景下，MG 动画有了茁壮成长的空间。时间短、内容多，成本相对较低，格式也多为 MP4 和 GIF 这类便于上传和下载的格式，几乎在各大主流播放平台都可以播放。在移动端观看者越来越多的今天，这种快餐式的传播方式直接加速了 MG 动画的传播，同时以社交网站作为传播平台在一定程度上降低了传播成本，更容易引发关注和讨论，毕竟再精彩的内容，也抵不过流量和时间。

1.3 MG 动画的应用领域

MG 动画融合了平面设计、动画设计和电影语言，其表现形式丰富多样，具有极强的包容性，能和各种表现形式以及艺术风格混搭。近年来由于手机、便携智能设备和户外屏的大范围普及，加上 MG 动画本身能与商业广告结合产生不同的表现形式，运用 MG 动画进行宣传自然而然就流行起来了。同时，它通俗易懂，动态感十足，非常有利于在新媒体平台上传播。

1.3.1 生活实用类

将日常的生活场景动态化，在不断切换的过程中展示产品，如家具行业、电器行业都可以采取这种方式来宣传，短短几秒就能将品牌核心传达给消费者。MG 风格的智能家居产品宣传片，如图 1-9 所示。

1.3.2 消费场景类

将实体店的服务用 MG 动画呈现给消费者，一来可以让消费者迅速了解店铺特色，二来减少服务员的沟通成本。现如今许多咖啡厅或个性餐厅都会有类似的 MG 动画，如图 1-10 所示。



图 1-9 生活实用类 MG 动画宣传片



图 1-10 消费场景类 MG 动画宣传片

1.3.3 教育引导类

一些公共文明行为规范可以制作成 MG 动画，引导小朋友和成年人在公共场合要遵守秩序，不要影响到他人。例如，坐车不要大声喧哗、吵闹他人以及禁止吸烟等。摆脱呆板的说教式教育，用更加有趣的 MG 动画引导人们，如图 1-11 所示。

1.3.4 节日宣传类

商场根据不同节日制作不同特色的 MG 动画，并融入营销活动来达到促销、引流的目的。这种动态形式能更直观地展示节日活动，让顾客主动来商场度过一个有趣的节日，如图 1-12 所示。



图 1-11 教育引导类 MG 动画宣传片



图 1-12 节日宣传类 MG 动画宣传片

1.3.5 应用推广类

大量的 APP 应用层出不穷，了解它们的功能以及如何应用成为用户的又一道门槛，通过 MG 动画将流程梳理出来是一个非常高效的方式，如图 1-13 所示。

1.3.6 导视解读类

静态的导视图标经常会对人产生误导，加上每个人理解的偏差，有时会造成更加严重的误读。用 MG 动画将每个导视行为动态化，这样能直接让观看者意识到图标的实际作用，像酒店这种需要导视来沟通的地方就十分需要这类 MG 动画，如图 1-14 所示。



图 1-13 应用推广类 MG 动画宣传片



图 1-14 导视解读类 MG 动画宣传片

1.3.7 新品销售类

新的产品推出时，大众需要知道它是怎样一个产品，使用方式如何？与其他产品有何区别？MG 动画可以用拟人的方式解答这些疑惑，从而吸引潜在的消费者，如图 1-15 所示。



图 1-15 新品销售类 MG 动画宣传片

1.4 MG 动画设计要点

MG 动画的制作除了要熟悉常用的软件操作，更为重要的是如何设计出让人眼前一亮的优秀作品。好的作品不仅仅依靠设计师纯熟的软件操作，还需要设计师为作品融入优质的设计理念和风格特色，才能使最终的作品在更新迭代迅速的互联网中脱颖而出。那么想要设计出优质的 MG 动画，需要明确注意哪些设计要点呢？

1.4.1 优秀的剧本

对于不同的公司或设计师来说，MG 动画的创作过程和方法可能有所不同，但基本规律是一致的。任何动画产生的第一步都是创作剧本，不过对于 MG 动画来说，剧本通常是由客户方提供。剧本有可能是一套完整的方案，也有可能只是几张平面广告设计，更有可能是聊天记录中的互相沟通，如图 1-16 所示。



图 1-16 客户可能提供的各种剧本

但无论是何种形式，设计师都应该理清思路，将其转化为制作 MG 动画所需的剧本文案。剧本文案需要明确三个问题：写剧本文案的目的、对受众的影响以及怎样以最简洁明了的表达方式让观众理解并欣然接受，如图 1-17 所示。

1. 文案目的——为宣传对象而服务

在互联网平台上，经常流传着一些“最佳广告文案”这样的作品，查看后，确实会为那些奇思妙想的点子而惊叹，但是如果问观众这些台词出自哪个品牌、描述的是哪种产品，通常就很难回答上来。这便是 MG 动画写剧本文案时极容易犯的一个错误：创意大于产品。

许多设计师在创作剧本文案时喜欢先写一个看似与产品无关的引子，然后借助这个引子将主要的内容引申出来。这种方法简单有效，是目前比较流行的剧本创作方法。但是 MG 动画是极为重视视觉效果的动画，如果一个 MG 动画在前 10s 还没有进入主题，那观众便很难有兴趣继续看下去。10s 的画面留给文案的发挥空间通常也足够写下几句台词，如何利用这短短的几句台词勾起观众的兴趣，并引申出宣传对象便是设计的重点。

2014 年支付宝的“十年账单”在各大社交平台上“刷屏”，其相关的 MG 动画文案便颇值得借鉴。以“十年”为契机，动画在一开始便以“过去十年 我们共同经历了什么”作为第一句，然后依次列举了过去的各种变化，再引入“那我们自己的变化呢”，最后画面一转切入“支付宝十年账单里有答案”，如图 1-18 所示。整个前期过程刚好 10s，既以怀旧风勾起了大众的共同记忆，又在短短几句话之间说出了“十年账单”要表达的重点。