

《动画生产营销与管理》

图书基本信息

书名：《动画生产营销与管理》

13位ISBN编号：9787811138108

10位ISBN编号：7811138107

出版时间：2010-12

出版社：李铁 湖南大学出版社 (2010-12出版)

作者：李铁 编

页数：168

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《动画生产营销与管理》

内容概要

动画在发展成为具有复杂制作体系的制片工业和文化产业后,就有赖于动画生产管理与营销来应对市场激烈的竞争。《动画生产营销与管理》首先讲述了动画生产管理与营销的主要任务,以及如何搭建管理与营销团队,如何进行动画项目前期的策划;然后深入剖析了三维动画和二维动画的制作流程与项目化生产管理的模式;最后从文化创意产业的高度,详细分析了动画作品的营销方式及动画产业链的构成。

《动画生产营销与管理》注重理论与实践相结合、动画艺术与技术相结合,并结合动画创作的具体实例进行深入分析。可作为动画、游戏及数字媒体专业教材,也可作为相关领域专业人士的参考书籍。

《动画生产营销与管理》

书籍目录

01 动画生产概述1.1 动画的含义1.2 动画的分类1.3 制片人中心制1.4 动画生产营销与管理的任务1.5 动画生产营销与管理团队02 动画前期策划2.1 市场调研2.2 动画剧本2.3 商业策划2.4 动画项目申报03 二维动画的生产管理3.1 二维动画生产流程3.2 二维动画造型设计3.3 分镜头与故事板3.4 动画设计稿3.5 原画3.6 动画04 三维动画的生产管理4.1 三维动画制作流程4.2 三维动画造型设计4.3 三维动画建模4.4 三维动作编辑4.5 三维灯光4.6 三维特效合成4.7 三维动画渲染05 动画后期项目管理5.1 动画后期数字合成5.2 动画后期非线性编辑5.3 动画声音5.4 动画审查06 动画作品营销6.1 整合化营销策略6.2 动画电影票房营销6.3 电视动画片播映营销07 动画产业链7.1 产业链概述7.2 动画产业链的构成7.3 角色形象授权7.4 动画产业链现状7.5 主题公园后记

章节摘录

版权页：插图：定格动画的创作又呈现出欣欣向荣的景象。如图1-12所示，是获得过奥斯卡最佳动画长片奖的《人兔的诅咒》剧照，由英国的阿德曼工作室制作。（4）复合制作方式的动画复合制作方式的动画片指采用不同的动画生产技术进行动画的创作，其表现形式有以下6类： 三维动画与二维动画相结合例如《人猿泰山》《埃及王子》《勇闯黄金城》等动画影片，采用了二维方式制作角色的动画，采用三维方式制作场景的动画，最后两者无缝地合成在一起（图1-13）。 二维动画与定格动画相结合动画短片系列《功夫兔》采用了二维动画与定格动画结合的技术，如图1-14所示，角色动画依据二维动画制作模式，场景与道具则利用了定格动画方式进行拍摄。 三维动画与定格动画相结合在定格动画电影《鬼妈妈》的创作过程中，创作者就使用到了三维动画技术和先进的数字快速成型喷塑技术。首先将制作好的黏土角色模型使用三维扫描仪导入到三维动画软件Maya中，原始黏土角色模型的每一个细节和不完美的地方都被原样复制到三维动画场景中，在Maya中制作角色的三维表情动画，然后再将三维动画表情的关键模型逐一利用数字快速成型喷塑设备制作出硅胶模型，这样就可以利用定格动画拍摄技术制作出非常生动的角色表情动画。如图1-15所示是《鬼妈妈》的拍摄过程。

三维动画与实拍相结合例如电影《精灵鼠小弟》《鬼马小精灵》《鼠来宝》。 二维动画与实拍相结合。例如电影《谁陷害了兔子罗杰》《空中大灌篮》。 定格动画与实拍相结合例如简·史云梅耶、诺尔曼·麦克拉伦制作的真人定格动画片。如图1-16所示，简·史云梅耶制作的动画片《食物》，讲述两个饥饿的人享用“食物”的过程。

《动画生产营销与管理》

编辑推荐

《动画生产营销与管理》：动漫与数字媒体专业“十二五”规划教材是由中国动漫与数字媒体设计教育界与产业界双师合作编写。该系列教材理论与实践相结合，强调实战技能，符合教学客观规律，体现了当前动漫教育改革的互动式、启发式、指导式、研究式、合作式等先进理念，旨在培养动漫与数字媒体专业应用型人才。教学的适用性、内容的先进性、方案的完整性、形式的灵活性是该套教材的主要特点。

《动画生产营销与管理》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com