

主管：国家新闻出版广电总局

影视制作

Audio & Video Production

09 月号
2018
VOL. 24



影视摄录 · 视频编辑 · 包装·策划 · 特效·合成 · 三维·动画 · 虚拟·演播 · 存储·网络 · 音频制作 · 灯光舞美



剪辑是场修行： 因戏剧而生，应势而变

剪辑就是不断为影片加分

——访知名剪辑师 **朱琳**

真人秀节目拍摄的2.0升级

——再访知名真人秀拍摄团队冷泉团队

五星体育传媒2018俄罗斯世界杯宣传设计与包装概述

虚拟场景制作中的设计思维

——以2018湖南卫视春晚节目《若不是那次夜空》为例

ISSN 1673-5218
9 771673 521093
邮发代号：2-547 (月刊)



本期特别推荐

P16

**剪辑是场修行：
因戏剧而生，应势而变**

前苏联电影导演理论家普多夫金说：“剪辑是观众的心理导师。”剪辑对于电影、电视，或者是综艺、纪录片都有着非常重要的作用，剪辑的好坏直接影响影像效果的最终表达。剪辑师的重要性也越来越被行业甚至是普通观众认可。8月22日，中国影视数码剪辑大赛的特别活动——“影像创作论坛”如期在BIRTV2018拉开帷幕。中国影视数码剪辑大赛是迄今为止国内剪辑行业最大的专业赛事，自2003年举办以来，一直深受行业专业人士的推崇和支持。大赛由中国电影剪辑学会、国家广播电视总局广播电视规划院和BIRTV组委会联合主办，《影视制作》杂志承办。在本次年度剪辑盛宴上，国内一线剪辑师及顶尖制作公司与大家分享当下最热门的电影、综艺等节目的后期制作秘籍。

2018年 | No.09 | Vol.24

主管：国家新闻出版广电总局
 主办：国家新闻出版广电总局广播电视规划院
 协办：国家新闻出版广电总局科技委电视专业委员会
 出版：国家新闻出版广电总局广播电视规划院信息研究所

办刊宗旨

- 介绍先进的影视制作技术及设备
- 促进制作技术与艺术的完美结合
- 普及基础知识,交流制作经验
- 推动影视业整体发展

声明

·本刊已加入《中国学术期刊(光盘版)》和“中国期刊网”,作者著作权使用费与本刊稿酬一次性给付。作者不同意将文章输入该数据库,请在来稿中声明,本刊将作适当处理。

·文章观点不代表本刊立场。

·凡在本刊刊登,并由本刊支付稿酬之作品,均视为该作者已将该作品之全部权利转让给本刊,且允许本刊以任何形式(包括但不限于平面传媒、网络传媒、光盘等介质)使用、编辑、修改;本刊有权对该作品再次使用,并可授权给第三方而无需另行支付稿酬。

·未经本刊书面许可,任何单位和个人都不得以任何形式使用(包括但不限于通过纸媒体、网络、光盘等介质转载、张贴、结集、出版)该作品。

自助投稿系统:tougao.lieku.tv

Contents 目录

主编视角 | View Of Chief Editor

- 【08】 县级融媒体中心建设要紧扣“县级”做文章 李新民

观潮 | Focus

- 【16】 剪辑是场修行：
因戏剧而生，应势而变 陈晨 李丹

名人访 | People

- 【25】 剪辑就是不断为影片加分
——访知名剪辑师朱琳 李丹

行业报道 | Industry

- 【30】 “2018三维声制作大赛”最终奖项揭晓 本刊编辑部
- 【33】 希捷科技携最新存储产品及解决方案亮相BIRTV2018 本刊编辑部

P10

微观点 | Viewpoint

P11

微精选 | Digest
数字 | Figure

P12

新闻 | News

P25

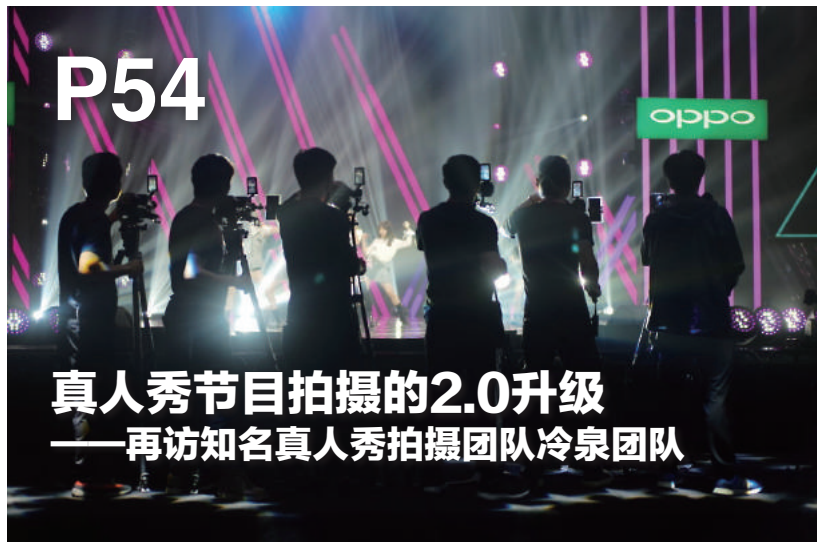
剪辑就是 不断为影片加分

——访知名剪辑师朱琳



P54

真人秀节目拍摄的2.0升级 ——再访知名真人秀拍摄团队冷泉团队



高级顾问:黄升民
Senior Advisor: Huang Shengmin

主编:李新民
Chief Editor: Li Xinmin

执行主编:何剑辉
Executive Chief Editor: He Jianhui

副主编:孙琳
Deputy Chief Editor :Sun Lin

责任编辑:陈晨
Managing Editor: Chen Chen

编辑:李丹
Editor: Li Dan

发行:张晓莉
Publish: Zhang Xiaoli

美编:郑欣
Art Desinger: Zheng Xin

联系电话: 010-86092463
010-86092517
010-86093475

自助投稿系统:tougao.lieku.tv
联系邮箱:yszz@abp2003.cn
发行热线:010-86092062
广告经营许可证:京西工商广字第0029号

刊号 ISSN1673-5218
CN11-5863/TN

国内发行:北京报刊发行局
订购处:全国各地邮局
邮发代号:2-547
定价:每本20元



中国邮政
微信订阅

Contents 目录

行业报道 | Industry

- 【34】 索尼引领节目制作技术向更高清晰度进发 本刊编辑部
- 【36】 “百年松下·影像未来”
——松下BIRTV2018展圆满落幕 本刊编辑部
- 【38】 ARRI@BIRTV2018:
顶尖产品星光闪耀 百年企业砥砺前行 本刊编辑部
- 【42】 Blackmagic Design BIRTV2018新品解读 本刊编辑部
- 【44】 索贝@BIRTV2018:展示超高清全流程方案
引领行业前沿领域探索 本刊编辑部
- 【46】 杜比技术加持《天盛长歌》
电影般质感开启追剧新体验 本刊编辑部

摄录地带 | Video Graphy

- 【48】 解析影视航拍中常用的无人机飞行操控技术 庞峻
- 【54】 真人秀节目拍摄的2.0升级
——再访知名真人秀拍摄团队冷泉团队 本刊编辑部
- 【59】 HBO系列剧《巴里》摄影指导
宝拉·维多夫罗掌控全局 ARRI

音画制作 | Post Production

- 【61】 当“虚拟”照进“现实”
——增强现实(AR)技术在气象节目中的应用 崔佳
- 【66】 让旅游节目中的地图“活”起来 赵刚

P85

五星体育传媒2018俄罗斯世界杯 宣传设计与包装概述

P90

虚拟场景制作中的设计思维 ——以2018湖南卫视春晚节目 《若不是那次夜空》为例

编委会

主任:何宗就

副主任:高少君

编委:(以姓氏笔划为序)

丁文华	丁立	丁诚	卫锋	王长生	田方
刘戈三	刘建宏	陈甲振	李锋	范晓琳	孙苏川
张军	张建平	张红	范创奇	周新霞	周锡福
郑福双	赵子忠	姚平	姚威	贾占林	凌华生
徐国银	曹建军	黄辉泽	黄培建	傅峰春	童世和
谢九如	谢家谊	雷振宇			

支持单位:(排名不分先后)

中央电视台	上海广播电视台
北京电视台	天津电视台
江苏省广播电视总台	广东电视台
广西电视台	浙江广播电视集团
辽宁广播电视台	陕西电视台
福建省广播影视集团	贵州广播电视台
江西广播电视台	甘肃省广播电影电视总台
山东电视台	云南电视台
山西广播电视台	黑龙江电视台
内蒙古电视台	吉林电视台
湖南广播影视集团	湖北省广播电视总台
河北电视台	河南电视台
安徽电视台	海南广播电视台
重庆广播电视集团	四川广播电视台
南京广播电视集团	广州电视台
深圳广电集团	宁波电视台
国家中影数字制作基地	
.....	

Contents 目录

系统网络 | System Network

- 【74】电视台简易流媒体直播平台的搭建和测试 李海彬
- 【79】地方广播电视台全媒体互联网生产系统的设计分析 李宇

数字艺术 | Digital Arts

- 【85】五星体育传媒2018俄罗斯世界杯宣传设计与包装概述 张伟
- 【90】虚拟场景制作中的设计思维——以2018湖南卫视春晚节目《若不是那次夜空》为例 李艳

产品信息 | Products Information

- 【94】BMD发布DaVinci Resolve 15正式版
- 【94】索尼在中国发布SRX-R608小型4K激光电影放映机
- 【95】索尼发布新款手持式摄录一体机HXR-NX200
- 【95】松下发布免费VariCam LUT库

【96】看点 | Highlight

广告索引

封二 索尼	P05 BMD
封三 BIRTV2019	P07 CCBN2019
封底《影视制作》征订	P09 广电认证
P01 松下	P41 广电猎酷
P03《广播与电视技术》宣传	



李新民 本刊主编

县级融媒体中心建设 要紧扣“县级”做文章

县级融媒体中心建设，是在媒体融合发展的背景下，加强县级公共媒体建设的重大举措，也是县级广播电视台转型升级的天赐良机。如何将良机转化为胜机，真正将好事办好，需要在热运行中保持冷思考，关键在于紧扣“县级”二字做文章。

一是定位不能太宽。县级媒体的主要职能，是当好县委县政府喉舌，为县域内老百姓提供所需的即时信息服务。想他们所想，传他们所需，重点将本县的事说清楚，讲明白，占领本地舆论的制高点，在讲好本土故事的基础上，体现媒体社会存在的价值。

二是品位不可太低。县级融媒体中心是公共媒体，要有责任，有担当，有品位。虽然讲的是身边人身边事，也要有选择，有提炼，有观点，不能鸡零狗碎、有闻必录，要有高度、深度、角度和温度。越是基层媒体，越要精耕细作，苦练内功，才能提升服务品质，得到群众和领导的认可。

三是规模不宜太大。县级各种资源有限，既没有太多的大新闻好新闻，也没有太广的收视收听群体，更缺少支撑大媒体的经济和社会条件。县级融媒体中心建设规模要量体裁衣，人员、设备、设施够用就行。百十来人的小媒体也没必要去弄什么中央大厨房，只要“厨艺”到家，小锅小灶，一样能做出美味佳肴。

四是运管必须创新。县级融媒体中心是新老媒体的融合，也是传统媒体向新媒体的转型。新媒体不仅是新技术、新渠道，更是新观念、新体制、新机制，没有一系列改革创新，只有物理整合，没有化学反应，不能脱胎换骨，只是新瓶装老酒，新组建的融媒体中心仍然不会有生机与活力。

五是地方不能不管。县级融媒体中心是传达党委政府声音的喉舌，是反映社情民意的耳目，是对外扩大影响的窗口。在重大自然灾害和紧急情况下，是不可缺少的应急工具。在信息时代，办好县级融媒体中心，既可推动地方发展，也能促进地方稳定。受县域媒体市场规模的影响，我国多数县级原有媒体生存困难，县级融媒体中心主要职能是宣传，应坚持财政供养为主，市场经营为辅的原则。县级党委政府应将融媒体中心建设纳入社会经济发展总体规划，与整个社会协调发展。

六是上级不可不问。上级行业主管部门应加强对县级融媒体中心建设的管理和指导，及时总结和推广好的经验，尽快制定出县级融媒体中心建设的指导性文件。笔者在地方广电工作时，曾主持制定了某省县级广播电视台办台标准，根据不同县人口、经济总量等状况，将县级台分为三类，分别提出了自制节目、日播出量和相应的人员、经费、设备、设施等匹配要求，对县级台资质的评定和绩效考核，以及政府编制、经费审核有较大的帮助。

七是主次不能不分。目前多数县虽有官办的网站、微博、微信、移动客户端、内部报刊等，但真正经批准的正式媒体只是县广播电视台。县级广播电视台，不仅有独立的机构，有频道、频率资源，还有职业化的采编播队伍，有健全的规章制度，有一定的设施、设备等条件。因此县级融媒体中心建设应以县级广播电视台为主体，整合吸纳其他媒体，按照融合传播的模式整合运行。

八是推进不应太急。我国有3000多个县，县与县之间情况千差万别，广播、电视、报刊、网站等各种不同介质媒体也各有特点。从国内外的经验看，机构的融合有成功也有失败，关键是能否提高传播效益，即：提高传播力、引导力、影响力、公信力和经营能力，因此全国县级融媒体中心建设，应以省为单位，通过先试点，再总结推广的方式，积极慎重地推进，确保改革的成功，切忌齐步走，一刀切。