

# 宣传片拍摄操作方案

## 目 录

<b>第一节 拍摄方式、要求及视频处理</b> .....	2
一、常用的拍摄方式.....	2
二、拍摄要求.....	6
三、视频处理.....	7
<b>第二节 宣传片拍摄技巧</b> .....	9
一、符合生活思维逻辑.....	9
二、采用循序渐进方法.....	10
三、镜头组接中的拍摄方向，轴线规律.....	10
四、镜头遵循“动从动”、“静接静”的规律.....	10
五、镜头组接的时间长度.....	11
<b>第三节 企业宣传片的电视摄像技巧</b> .....	11
一、企业宣传片拍摄前的准备.....	11
二、拍摄宣传片的各种技巧.....	12
三、拍摄中的编导意识.....	14
<b>第四节 企业宣传片画面切换技巧</b> .....	17
一、企业宣传片中画面切换技巧的作用分析.....	18
二、提升企业宣传片中画面切换技巧策略分析.....	18
<b>第三节 宣传片拍摄计划</b> .....	23
<b>第四节 企业宣传片拍摄要点</b> .....	26
一、摄像机拍摄技巧.....	26
二、拍摄灯光的使用.....	29
三、企业宣传片后期剪辑技巧.....	30

第五节 视频后期剪辑处理与设计 .....	36
一、视频后期剪辑中镜头时长控制的重要性 .....	36
二、决定视频后期剪辑中镜头时长的要素 .....	37
三、视频后期剪辑中镜头时长的处理与设计 .....	39

## 第一节 拍摄方式、要求及视频处理

宣传片拍摄需要注意的事项非常多，拍摄方式和角度直接影响画面展现的效果，那么如何选择拍摄方式呢？

拍摄角度大致分为三种：平摄、仰摄、俯摄；平摄即水平方向拍摄，一部片子是以平摄为主，偶尔需要变换一下拍摄的角度，由下往上的拍摄或由上往下的拍摄，即仰摄与俯摄。这样影片不会单调乏味，观感能够增色不少。

拍摄手法实在是太多，罗列部分吧：试拍、实拍、偷拍、补拍、重拍、顺拍、跳拍、连拍，这是从拍摄角度讲。单机拍摄、多机拍摄，这是从机器角度讲。跟焦点、对焦点、转移调焦、分别聚焦、量光、测光，这是从机器拍摄方法上讲。其它还有构图、透视、景别选择、拍摄角度（俯拍、仰拍、平拍）、色调、布光、特技摄影（如高速摄影、慢速摄影、显微摄影、停机再拍、多次曝光等）以及后期的模型接景、模型合成等等。

### 一、常用的拍摄方式

#### 摄影、摄像机的运动（拍摄方式）

1. 推：即推拍、推镜头，指被摄体不动，由拍摄机器作向前的运动拍摄，取景范围由大变小，分快推、慢推、猛推，与变焦距推拍存在本质的区别。

2. 拉：被摄体不动，由拍摄机器作向后的拉摄运动，取景范围由小变大，也可分为慢拉、快拉、猛拉。

3. 摇：指摄影、摄像机位置不动，机身依托于三角架上的底盘作上下、左右、旋转等运动，使观众如同站在原地环顾、打量周围的人或事物。

4. 移：又称移动拍摄。从广义说，运动拍摄的各种方式都为移动拍摄。但在通常的意义上，移动拍摄专指把摄影、摄像机安放在运载工具上，沿水平面在移动中拍摄对象。移拍与摇拍结合可以形成摇移拍摄方式。

5. 跟：指跟踪拍摄。跟移是一种，还有跟摇、跟推、跟拉、跟升、跟降等，即将跟摄与拉、摇、移、升、降等 20 多种拍摄方法结合在一起，同时进行。总之，跟拍的手法灵活多样，它使观众的眼睛始终盯牢在被跟摄人体、物体上。

6. 升：上升摄影、摄像。

7. 降：下降摄影、摄像。

8. 平摄

在企业宣传片拍摄过程中，摄像者的身体站直，把摄录像机放在胸部到头部之间的高度拍摄，是最正确的做法，也是握着录像机最舒适的位置，要使摄像机与被摄者始终保持在同一水平线上。

9. 仰摄

一半多用于表现拍摄物的宏伟高大，仰摄时可以根据想要的效果来调节角度，若想目标拍出来略显高大，则拍摄角度倾斜某个角度向上拍摄，用这种方式拍摄可以强化被拍摄主体。这种拍摄方式多用于拍摄人物近距离特写画面，采用仰摄一定要注意拍摄角度，角度不同所表达的效果就会有很大差距，它使用可以渲染气氛，增强影片的视觉效果，若是用法不当或是过多则会适得其反。

#### 10. 俯摄

这种拍摄方式大多用于拍摄超远画面，拍摄大场面的全景，如场景、赛事等，俯摄的画面效果有层次感、纵深感，可以给人以辽阔宽广的感觉，若想使画面更具立体感，需要采用高机位，以大俯视角度进行拍摄，这样拍出来的宣传片效果会更加大气壮观。但是近距离拍摄人物却不太适合使用俯摄的手法，这样拍出来的效果会与仰摄拍出来的效果恰恰相反，首先从外形来看会使人物变矮变胖，其实人物的气势也会大大降低，非但起不了强调作用，反而使被拍人物有种被藐视的感觉，气场大大减弱。因此拍摄方式使用要恰当，否则表现出来的效果差强人意。与平摄方法结合，站在一座高楼大厦前，先用平摄的方法拍摄楼的底座，再由下往上慢慢移动镜头直至高楼的顶端，小小的一组镜头把整座楼的景观纳入视线，使得高楼更显雄伟壮观。

11. 甩：甩镜头，也即扫摇镜头，指从一个被摄体甩向另一个被摄体，表现急剧的变化，作为场景变换的手段时不露剪辑的痕迹。

12. 悬：悬空拍摄，有时还包括空中拍摄。它有广阔的表现力。

13. 空：亦称空镜头、景物镜头，指没有剧中角色（不管是人还是相关动物）的纯景物镜头。

14. 切：转换镜头的统称。任何一个镜头的剪接，都是一次“切”。

15. 综：指综合拍摄，又称综合镜头。它是将推、拉、摇、移、跟、升、降、俯、仰、旋、甩、悬、空等拍摄方法中的几种结合在一个镜头里进行拍摄。

16. 短：指短镜头。电影一般指 30 秒（每秒 24 格）、约合胶片 15 米以下的镜头；电视 30 秒（每秒 25 帧）、约合 750 帧以下的连续画面。

17. 长：指长镜头。影视都可以界定在 30 秒以上的连续画面。

对于长、短镜头的区分，世界上尚无公认的“尺度”，上述标准系一般而言。世界上有希区柯克《绳索》中耗时 10 分钟、长到一本（指一个铁盒装的拷贝）的长镜头，也有短到只有两格、描绘火光炮影的战争片短镜头。

18. 反打：指摄影机、摄像机在拍摄二人场景时的异向拍摄。例如拍摄男女二人对坐交谈，先从一边拍男，再从另一边拍女（近景、特写、半身均可），最后交叉剪辑构成一个完整的片段。

19. 变焦拍摄：摄影、摄像机不动，通过镜头焦距的变化，使远方的人或物清晰可见，或使近景从清晰到虚化。

20. 主观拍摄：又称主观镜头，即表现剧中人的主观视线、视觉的镜头，常有可视化的心理描写的作用。

## 二、拍摄要求

### 1. 平

拍摄时，首先将身体面对摇镜头的终止方向上，使摄像机稳定，朝向摇摄的最后一点，然后身体转向摇镜头的开始方向并开始拍摄。身体慢慢地、均匀地向终止方向转动，直到完成整个摇摄过程。摇摄时要注意构图平衡，目标的行走空间要大于其多余空间。要想结束拍摄，可停止摇动追踪目标，镜头不动停止两三秒钟，让目标慢慢从画面上消失。拍摄这样一组镜头要提前策划，在拍摄前要有一个准备的过程。要准备好姿势，等目标出现，而不能等目标进入要摇摄起始点了才抓起机器就拍，这样匆忙拉拴，不会有好的结果。所以说必须打一个提前量。

### 2. 稳

运镜时，一定要平稳的移动摄像机的镜头。最好使用三脚架，这样有利于拍摄出稳定的画面。如果用手持机，其基本姿势是：首先将两脚分开约 50 公分站立，脚尖稍微朝外成八字型，再摇动腰部。这样可以使得摇摄的动作进行的更为平稳。不管是上下摇摄还是左右摇摄，动作应该做得平稳滑顺，画面流畅，中间无停顿，更不能忽快忽慢。要注意不要过分移动镜头，也不要没有需要的情况下移动镜头。摇摄的起点和终点一定要把握得恰到好处，技巧运用得有分有寸。也要避免摇来摇去。摇摄过去就不要再摇摄回来，只能做一次左右或上下的全景拍摄。

### 3. 匀



恰当的摇摄速度摇摄的时间不宜过长或过短。根据以往的经验，用摇摄的方法拍摄一组镜头约 10 秒左右为宜，过短播放时画面看起来像在飞，过长看是又会觉得拖泥带水。一组摇摄的镜头应该有明确的开始与结束，要在起幅和落幅的画面上要稳定停留一段时间，一般来说三秒左右就够了，这样的镜头让人看起来稳定自然，这点很重要。落幅无停留，摇镜头将会给人没有结束和不完整的感觉。当然根据艺术的需要进行不同的处理也是常见的：如果想让画面增添一些紧张的气氛，就可稍微加快一点移拍的速度，这样就能够达到预期的效果，这样的画面。

#### 4. 准

拍摄前做好充分准备，根据稿本抓住主要意思，对所选备拍物体及周边情况提前熟悉，尽量不要出现在摇移过程中出现的偏离主体等问题。

### 三、视频处理

#### 1. 字幕的运用

恰当的字幕可以突出纲目、可以标注数据、可以美化画面、可以缓解视觉疲劳。字幕的版式设计，字号、字体、字色的选择，出字的方式、方法、方向、速度运用，都是电视生动形象的最佳表现形式。另外，文字是谋篇布局的重要手段，是清晰分配篇目、章节、专栏和条款的重要标识。利用字幕标识可使整个片子的条理清楚明瞭。

#### 2. 图表的运用

有的宣传片是总结汇报片，必然要涉及到统计数字和增长速度方面的内容。如果用解说来罗列和用文字来堆砌这些数据，不但枯燥乏味，而且很难说明问题。因此必须恰当使用方柱体、圆柱体、金字塔体和圆饼色块比例分割体来标识所占百分比数值或年份增长速度。这些图表可以将许多文字都表达不清的内容，用简单明瞭、形象直观的图形表达出来。图表的又一功能是可以将一些拍不到的镜头和抽象的内容用图表形象地表现出来。这样，既说明了问题，又美化了屏面，还可以提高后期制作的档次。

### 3. 特技的运用

总结汇报片是三维动画的用武之地；特技是包装、美化电视节目的重要手段。恰当的特技运用，可以提高节目的艺术性、观赏性，可以使节目增辉、增色，可以提高节目的水准。

### 4. 平面地图的运用

在企业宣传片的制作中，经常会涉及到一个单位、一个企业的地理位置图和距离周边企业及交通枢纽的方位里程，以及某区、某项目的规划方位。这时可以非常有效地用平面地图来完成。这种形式直观清楚、色彩丰富、美观大方，有利于活跃屏面。当然，有时也可以用效果图，沙堆、雕塑来完成。

### 5. 配音的运用

在有的宣传片中，有没有配音可能会直接影响一部片子的质量。配音的运用，可以在字幕的基础上对宣传内容加以解说，并且，抑扬顿挫的解说还会使观众感到身临其境，让人更多了解宣传内容。

## 第二节 宣传片拍摄技巧

随着宣传片在我们生活工作中的作用逐步凸显，越来越多的企业开始关注并使用宣传片实现自身企业发展的需求，宣传片是当下企业发展所必须的因素之一，合理的制作与运用企业宣传片是企业发展的最佳选择，宣传片的拍摄是需要技巧的好，运用好企业宣传片拍摄技巧是一部成功的企业宣传片的必然。到底企业宣传片拍摄有哪些技巧呢？

### 一、符合生活思维逻辑

宣传片镜头的组接必须符合观众的思想方式和影视表现规律镜头的组接要符合生活的逻辑、思维的逻辑。不符合逻辑的宣传片观众就看不懂。做影视节目要表达的主题与中心思想一定要明确，在这个基础上我们才能确定根据观众的心理要求，即思维逻辑选用哪些镜头，怎么样将它们组合在一起。

## 二、采用循序渐进方法

景别的变化要采用“循序渐进”的方法一般来说，拍摄一个企业场面的时候，“景”的发展不宜过分剧烈，否则就不容易连接起来。相反，“景”的变化不大，同时拍摄角度变换亦不大，拍出的镜头也不容易组接。由于以上的原因我们在拍摄的时候“景”的发展变化需要采取循序渐进的方法。循序渐进地变换不同视觉距离的镜头，可以造成顺畅的连接，形成了各种蒙太奇句型。

### 三、镜头组接中的拍摄方向，轴线规律

主体物在进出画面时，我们拍摄需要注意拍摄总方向，从轴线一侧拍，否则两个画面接在一起主体物在拍摄的时候主体物就要“撞车”，所谓的“轴线规律”是指拍摄的画面是否有“跳轴”景象。在拍摄过程中，如果拍摄机的位置始终在主体运动轴线的同一侧，那么构成画面的运动方向、放置方向都是一致的，否则应是“跳轴”跳轴的画面除了特殊的需要以外是无法组接的。

### 四、镜头遵循“动从动”、“静接静”的规律

镜头组接要遵循“动从动”、“静接静”的规律，如果画面中同一主题或不同主体的动作是连贯的，可以动作接动作，达到顺畅，简洁过渡的目的，我们简称为“动接机”。

### 五、镜头组接的时间长度

我们在拍摄影视节目的时候,每个镜头的停滞时间长短,首先是根据要表达的内容难易程度,观众的接受能力来决定的,其次还要考虑到画面构图等因素。

如由于画面选择景物不同,包含在画面的内容也不同。远景中景等镜头大的画面包含的内容较多,观众需要看清楚这些画面上的内容,所需要的时间就相对长些,而对于近景,特写等镜头小的画面,所包含的内容较少,观众只需要短时间即可看清,所以画面停留时间可短些。

### 第三节 企业宣传片的电视摄像技巧

电视画面是最为直接和最为真实的一种表现语言,电视画面拍摄的成功与否直接影响到整个节目是否出色。电视镜头的拍摄不仅体现出了编导和策划的努力,同时也是电视摄像师在拍摄过程中的艺术创作。因此,电视摄像师的基本功、镜头处理能力、艺术创作能力,直接关系到整个电视节目的效果。

#### 一、企业宣传片拍摄前的准备

宣传片脚本是创意的文字表达，体现出企业宣传片的主体、塑造企业的广告形象、传播信息内容的文字说明，是宣传片构思的具体表现，是拍摄的基础和蓝图。宣传片脚本的内容是编剧按照企业主的意图，所要传达的企业信息、产品、服务、人文历史等信息，以及创作者对这些信息的认识或主观的评价。这些信息的表达构成了企业宣传片的核心素材和主题。在创作文学脚本要明确宣传片的定位和主题。运用蒙太奇思维，用镜头进行叙事。时时刻刻考虑时间的限制，每个画面的叙述都要有时间的观念。

## 二、拍摄宣传片的各种技巧

（一）空镜头的使用“空镜头是指影片中作自然景物或者场面描写而不出现人物的镜头”。常常用在对环境背景的介绍、交代时间空间、抒发人物情绪、推进故事情节、表达作者态度等作用，具有说明、隐喻、暗示、象征等功能，在影片中可以产生情景交融、烘托气氛、借物欲情、见景生情、引起联想等艺术效果，在银幕的时空装换和调节影片节奏等方面也有很好的作用，空镜头也有写景和写物之分，前者通称风景镜头，往往用全景或远景表现，后者又称“细节描写”，一般采用近景特写，空镜头的运用，不只是单纯的描写景物，而成为影片创作者将抒情手法与叙事手法相结合，加强影片艺术表现力的重要手段。接下来我将介绍空镜头在企业宣传片中的各种应用：

1.交代企业的区位环境。《萧山大王椰木业》的片子在

一开始就出现了一连串的空镜头，萧山区政府场景，仰拍的萧山区的高楼大厦，空中航拍的萧山城区等这些空镜头就直接给了人们一个印象：在杭州这样一个经济文化大市，新兴的经济新区萧山。在这样的背景下，大王椰木业就诞生在这里，并且在这里蓬勃发展带动着萧山经济的腾飞。这样空镜头的运用让人们直观地了解了这家企业的区位优势。

2.



承接、转换的手段。在《萧山大王椰木业》的宣传片中出现过这样一组镜头，在介绍完大王椰木业在萧山区的各种软硬件设施之后，要介绍这家企业的一个非常重要的生产基地位于嘉善的一个木业生产工厂。在宣传片中就使用了两个空镜头作为转接。第一个镜头：萧山区的风景点湘湖，镜头以湘湖边的柳树为前景，以楼阁、小桥、湖光山色为背景，然后镜头往下压，慢慢的移动到水面，水中闪烁着远处景观的倒影。第二个镜头：一条小河的水面，在水中隐约出现一些景物的倒影，然后镜头上抬，一幅江南水乡的场景，窄窄的河面，两旁的瓦房和一座石拱桥，桥下一只乌篷船正慢慢的驶来。这两个空镜头非常自然的把萧山转为了嘉善。

3.增加诗意表达意境。在贵州省贵阳市拍摄的浙商在贵州创办的贵州龙翔能源集团的宣传片中，加入了一系列镜头来表现贵州省的独特的自然环境和人文景观的镜头。飞泻的黄果树瀑布，从山谷中流过的小河。山上的梯田种满了大片大片的油菜花，一个坐落在半山腰上的布依族小村寨等。这样的画面的运用大大的增加了整个宣传片的诗情画意。

（二）把“招牌”拍得更好看“招牌”是一个门店，一个企业的名片。消费者来购物来到门面的第一眼就会把目光聚集在大大的招牌上。企业主对于招牌的拍摄往往要求的十分高，用新闻中普遍使用的推移镜头已经无法满足企业主的高要求。所以为了达到一定的视觉效果，往往会创造一些视觉奇观的效果。比如使用摇臂对招牌进行拍摄。

（三）运动镜头的使用在宣传片中为了加强视觉效果往往会使用到大量的运用镜头，运动镜头的使用不仅仅是增加了画面的视觉冲击，同时还会出现有利于后期剪辑的画面节奏。德裔美国美学家苏珊·朗格(SusanneK. Langer)告诉我们：“节奏的本质是紧随着前一事件完成的新事件的准备。……节奏是在旧紧张解除之际新紧张的建立。”同种运动镜头的连续使用产生的画面节奏带动观众潜意识的参与其中。运动镜头在视觉表现上有着特别的表现魅力。一般说来运动镜头能够创造视觉空间立体感的幻觉，造成观众介入影片事件、冲突的视觉感；表现现场和规模；突出表现影片中的关键元素等。

（四）特写的运用特写是画面中视距最近的镜头，因其取景范围小，画面内容单一，可使表现对象从周围环境中突现出来，造成清晰的视觉形象，得到强调的效果。特写镜头能表现人物细微的情绪变化，揭示人物心灵瞬间的动向，使观众在视觉和心理上受到强烈的感染。特写镜头与其他特写镜头结合运用能通过镜头长短、远近、强弱的变化，造成一种特殊的蒙太奇节奏效果。

### 三、拍摄中的编导意识

（一）镜头连贯电视企业宣传片画面是一种连续的、具有造型性的视觉艺术，在宣传片摄影创作中重要的内容之一就是完成广告画面叙述环节的同时，要邮寄的运用摄影造型元素，保持所有镜头画面的视觉连贯。摄影师对单一画面、单一镜头要保证其相对的独立性，使其具有视觉可看性，同时要使具有视觉独立性画面与画面之间有一种继承关系和延续关系，摄像师在创作设计、画面构成、造型元素运用以及手段组合上保持镜头画面的这种连贯性，其目的是要使具有单独视觉意义、叙事意义的单一镜头画面排列在一起时，即不产生视觉阻断，同时又能产生出整体的视觉含义来。

（二）画面人物位置的连贯人物是画面拍摄的主题。镜头画面中的人物应占据画面的主要位置，并成为人们视觉关注的重点。一个镜头，一个画面中的人物应该处于怎么样的位置，而在于上下镜头和若干镜头画面中，人物既要保持相应的位置，又要使每一个画面构图好看二连贯，是观众在观看时不因人物位置的任意布局而产生人物错位感和视觉阻断。这就要求摄像师在拍摄每一个镜头时，应分清楚其所要完成的每一个镜头画面的作用、位置和效果，以保证广告画面叙事、造型、协议和风格表达的统一。人物位置，是指人物在画幅空间中占据的点，同时也是听面上点的构成与边缘关系。拍摄时，每一个镜头应该将被摄主体在上下镜头画面中保持在相应的区域上，以保证人物在镜头切换中的视觉流畅。镜头画面正是因为这种位置的连贯而构成视觉顺畅关系，否则将会产生笨拙的视觉跳跃。

（三）画面动作的连贯镜头画面中被摄主体的动作是构成画面叙事概念表达与视觉的核心。就单一镜头而言，动作记录与表达并没有什么困难，只要表现清楚就可以了、但是，如果分别记录两个动作的两个镜头，当姐姐并置时，这两个镜头之间的动作就会有以个协调问题。作为一个摄影师，在完成导演的每一个分镜头时，都要明确这个镜头的动作与上一个镜头的什么动作相接以及将要被吓以个镜头中的什么动作所使用。只有明确这点，才能在拍摄中估计动作的匹配连贯问题。

在镜头画面动作的连贯中，有两点值得注意：

1.动作幅度要连贯。“同样一个动作，在两个不同景别的镜头中，会体现出不同的幅度关系。”全景中的动作会显得慢一些，而近景中的动作会显得快一些，这时画幅范围对人的视觉造成的效果。这样，摄像师在拍摄时，要根据画面不同景别的要求，调整上下镜头有关的动作幅度，以与近景相配合，或者将近景中的动作的幅度略为减小，速度略为放慢。

2.动作点要连贯。这个对于摄像师来讲比较简单，只要是在两个不同的方向、距离、景别上讲准备切换镜头的动作拍摄下来就算完成任务。当然，这其中也有动作幅度、速度的控制问题。动作点要连贯，更多的应该考虑镜头的剪辑问题。人类一个比较简单的动作大约可以在一秒钟之内完成，例如在广告中常常出现的“扶眼镜、坐下、跳跃、挥手”等，这些基本动作往往是我们剪辑利用的点。

摄像一门科学也是一门艺术，宣传片的拍摄是摄像这门艺术的一个综合的表现。它有着自己的基本理论和表现规律，这时每时每刻摄像师所不能忽视的。企业宣传片的拍摄方法越来越先进，摄影技巧越来越多这不仅仅满足了客户的要求，还要观众在观看时受到了良好的视觉享受。而提高摄像师的素质、摄像机的各种运用技巧、摄像师的各种意识和艺术修养艺术灵感，都是为了能够更好的让观众欣赏到更加出色的电视作品和做出让企业主更为满意的作品。同时也是在近年来激烈的民间宣传片拍摄市场中保持胜利的一种基本的手段，为了能够适应时代的潮流，为了能够满足观众日益提高的收视水准，为了能做到企业主提出的越来越高的要求，摄像师就必须时时刻刻的学习新的拍摄技巧，创新原有的拍摄手段，同时在日常生活中积累知识和艺术修养，增加人生的阅历。

#### 第四节 企业宣传片画面切换技巧

企业文化是企业生存与发展的灵魂，是构建企业核心竞争力的重要内容。企业文化建设的阵地有传统的板报、简报、橱窗、内部报刊、电视等，近年来，有迅速发展壮大的网络媒体。其中，电视宣传以其声像兼备的传播优势，对企业文化建设和宣传起着重要作用，因为它如实地记录了企业的发展历程，集中展示了企业的精神，营造了健康向上的文化氛围。画面切换是企业宣传片中一个十分重要的组成部分，如

何做好画面切换技巧，是企业宣传片作品水平提升的关键所在。

### 一、企业宣传片中画面切换技巧的作用分析

在电视宣传片摄影技术之中,合适的画面切换技巧使用,不仅可为观众提供优质的视觉画面,还可全面提升作品的画面效果。摄影技术中画面的切换技巧运用,可从以下几个方面分析。首先,可满足观众观看的实际需求。画面切换技巧存在的根本目的,就是为了更好地为观众服务,为电视观众提供更高品质的视觉感受,所以宣传片摄影技术中画面切换技巧的运用,要始终以观众实际需求为根本,通过正确恰当地运用画面切换技巧,满足观众的视觉体验。其次,在电视宣传片摄像时,画面切换和处理方式有很多种,宣传片中画面切换技巧的运用,能让观众有效感知电视节目要传达的精神和情感,还能够丰富叙事内容。所以,画面的切换能够让内容更加丰富、多元化地呈现出来,满足广大观众的实际需求。最后,恰当的画面切换,还能够适当调节观众的视觉节奏,画面之间的切换能够带动整个电视画面的节奏感,还能缓解观众的视觉疲劳。

## 二、提升企业宣传片中画面切换技巧策略分析

### 1.

以上内容仅为本文档的试下载部分,为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文,请访问:

<https://d.book118.com/855244242311011132>