

□ 数字媒体应用技术专业

# 《应用动画技术》

杨建强、王玄玄

# 目录



## 讲课提纲

1

互联网广告基础

2

传统补间动画

3

传统补间动画属性设置

4

案例实践

# 教学目标

## 知识 目标

- 1、理解补间的概念；
- 2、掌握传统补间动画的创作与删除方法；
- 3、掌握传统补间动画的相关属性设置。

## 技能 目标

- 1、具备使用传统运动补间制作出入场动画能力
- 2、能够为元件添加滤镜，制作模糊效果
- 3、能够为元件添加色彩效果实现不同的色调和透明度

# 教学目标

## 素质 目标

- 1、培养学生分析、解决问题的能力，提高学生的职业技能和专业素质；
- 2、培育职业认同感、提升职业素养、树立职业自信心；
- 3、培养学生沟通能力，敢于表达、善于沟通。

## 思政 目标

- 1、引导学生认真钻研，不畏艰苦，开拓创新精神；
- 2、引导学生对民族和文化的归属感、认同感、尊严感与荣誉感；
- 3、引导学生勇敢的面对自己的责任；
- 4、引导学生树立远大的理想信念，并为之努力拼搏，实现自己的人生价值；

# 一、互联网广告基础

## 1. 网络广告概念

在互联网平台上投放的广告，利用网址上的广告横幅、文本链接、多媒体等载体，刊登或发布广告，通过互联网进行传播的一种广告运作方式。

# 一、互联网广告基础

## 2. 网络广告的特点:

- 覆盖面广

互联网可全天候、不受地域、时间限制传播

- 自主性强

用户可按需浏览广告内容，节约消费者时间

- 统计准确性高

网络广告可精确统计消费者查阅广告的时间和地域，有助调整 广告投放

# 一、互联网广告基础

## 2. 网络广告的特点:

- 实时性强

按需及时修改广告内容，及时调整广告策略

- 交互性和感官体验强

通过点击广告进一步进入内容页面查看广告信息或消费，实现人机交互

# 一、互联网广告基础

## 3. 网络广告的风格:

### ➤ 功能型

广告内容以产品实物为主体，由主体物展开动画，逐一介绍其功能

### ➤ 人物型

以模特为宣传形象，通过人为形象魅力，强化品牌形象

### ➤ 文字型

以文字为主，辅以图形、声音、视频等的广告方式

### ➤ 动画型

# 一、互联网广告基础

## 4. 移动网络广告的分类:

移动网络广告定位精准、推送及时，让消费者确实感受到移动网络广告带来的强大信息。

### ➤ App 广告

APP 广告是移动设备第三方应用程序中的内置广告，在 APP 启动时植入广告，随着智能手机和移动设备发展，移动网络广告越来越受到商家重视。

### ➤ Wap 广告

Wap 广告指的是无线广告，无线广告是以推广企业产品或服务为目的，通过手机发布广告。

分众、定向、及时和互动是无线广告核心优势所在

缺点：可能会打断原有的操作和认知，弹窗广告在短时间内将广告

内容强制发送消费者，一定程度上迫使消费者阅读和点击，造成一定负面影

# 一、互联网广告基础

## 5. 移动网络广告形式:

### ➤ 移动网络 **Banner** 广告

Banner 广告是指横幅广告，是最普遍的移动网络广告形式之一

;

移动网络 **Banner** 广告一般出现在 **APP** 界面的顶部或底部

;

**Banner** 广告分为静态横幅、动画横幅和互动式横幅;

缺点: 可能遮挡正在看的内容, 造成消费者反感;

### ➤ 公告广告

通常出现在电商类或社区类 **APP** 首页, 通过消息广播的形式给用户

户传递相关信息, 优点是直观简洁、不占用内容页; 缺点不能直观

诱

# 一、互联网广告基础

## 5. 移动网络广告形式:

### ➤ 插屏广告

在游戏类或视频类 APP 较为常见，推送精准，视觉冲击力更强，

广告效果好，缺点是中断当前的操作行为；

### ➤ 全屏广告

打开 app 或网站时，以全屏方式展示 3-5 秒的广告，可以是静态页

面或动态 an 动画。对于广告而言，全屏广告是效果最大化的广告形式，

曝光性较高；

# 一、互联网广告基础

## 5. 移动网络广告形式:

### ➤ 积分墙

常见于游戏类 APP 中，通过给玩家免费的游戏币，来刺激玩家去

下载注册游戏 APP，主要通过下载注册赢取积分或优惠，积分墙厂家

的信誉很重要；

### ➤ 信息流广告

微博、微信、推特上的信息流广告和正常信息混淆在一起，不容

易被辨认；

# 一、互联网广告基础

## 6. 移动网络广告的要求：

- 常用的移动设备有手机和平板电脑，移动网络广告尺寸比个人计算机端的广告尺寸要小很多；
- 通常的移动设备尺寸有：  
800\*480、480\*320、320\*240、960\*640；
- 设计移动端广告注意不要超过普通移动设备的尺寸；
- 保证创意与产品的契合度；
- 让创意更加贴近原生性；
- 创意的视觉冲击力要强；

## 二、传统补间动画

1. **传统补间动画：**可以制作出对象的位移、变形、旋转、透明度、滤镜及色彩变化等动画效果。

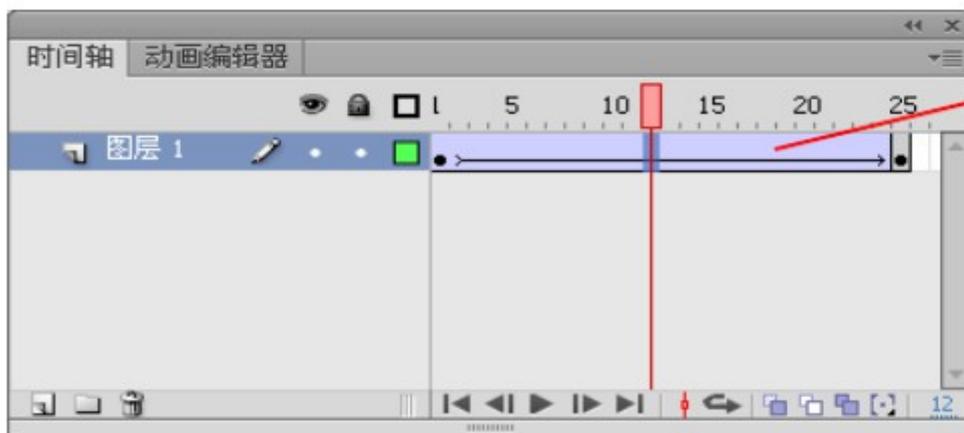
使用传统补间创建动画时，只要将两个关键帧中的对象复制出来即可。在两个关键帧之间的过渡帧由自动创建，并且只有关键帧时可以进行编辑的，而过渡帧可以查看，但不能直接编辑。

2. **构成传统补间动画需要满足的条件：**

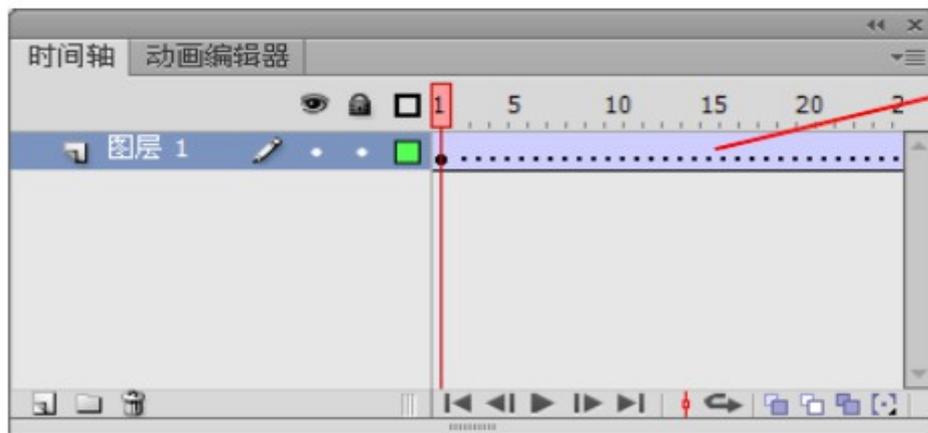
- 在一个动画补间动作中至少要有两个关键帧；
- 两个关键帧中的对象必须是同一个对象；
- 两个关键帧中的对象必须有一些变化；

## 二、传统补间动画

### 3. 传统补间动画在时间轴面板上的表现



有浅紫色背景填充的实线箭表示。



如果补间动画出错，则会变化成虚线。

## 二、传统补间动画

### 4. 制作传统补间动画的步骤：

- 选择某一帧作为动画的开始帧，如果它还不是一个关键帧，则把它转变为一个关键帧（按 F6 键）；
- 绘制或导入要制作动画的图像。制作传统补间动画的对象只能是组、元件或实例；
- 在时间轴上给想作为动画结束帧的位置插入一个关键帧；

## 二、传统补间动画

- 将开始帧和结束关键帧上想要进行补间的元件进行移动、缩放、旋转或修改色彩、透明度或亮度；
- 在开始关键帧和结束帧之间创建传统补间动画，创建后在动画的起始帧和结束帧之间的区域将出现一个紫色的填充和一个箭头；
- 可以选择“控制 - 播放”

## 二、传统补间动画

### 5. 创建传统补间动画的方法：

- 单击开始关键帧和结束关键帧间的任何一帧，在“属性”面板中设置；
- 右键单击开始关键帧和结束关键帧间的任何一帧，在弹出的快捷菜单中单击“创建传统补间”菜单项；
- 单击开始关键帧和结束关键帧间的任何一帧，选择“插入 - 传统补间”菜单项；

## 二、传统补间动画

### 6. 传统补间动画的删除：

- 在补间区域右击，选择“删除补间”即可；

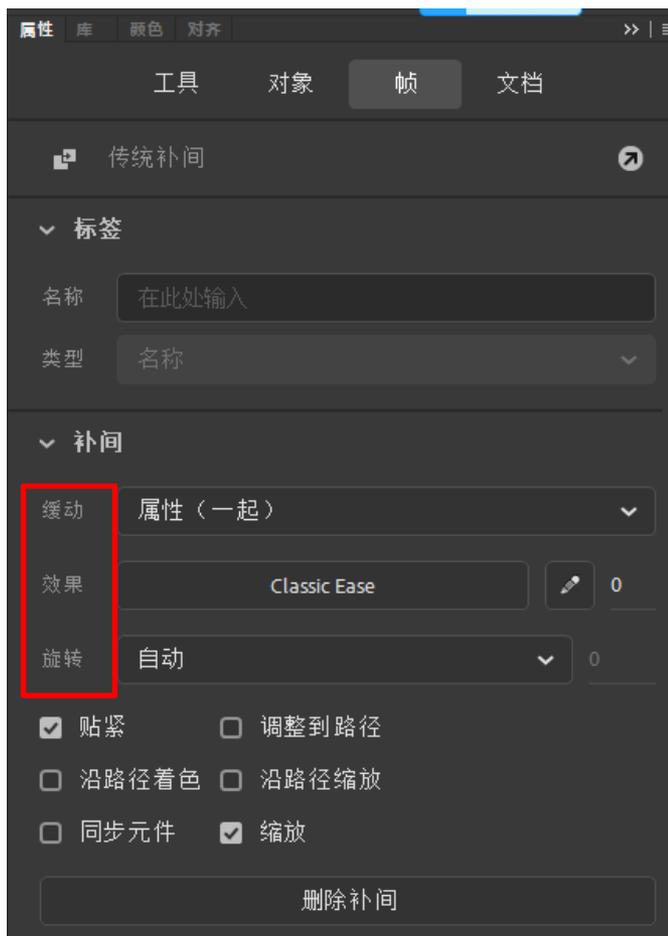
### 7. 传统补间的补间对象：

- 散件、文本、元件

注意：散件和文本只能进行位置补间；

而元件能进行位置、旋转、缩放、倾斜、色彩、滤镜补间。

# 三、传统补间动画属性的设置



# 三、传统补间动画属性的设置

## 1. 设置旋转的运动动画效果：

- 旋转的运动动画效果是使实例在运动的同时旋转。
- 设置方法：在起始关键帧和结束关键帧之间设置好了运动补间动画后，再通过“属性”面板设置。其中“旋转”项用于设置旋转的方式，后面的“次”项用于设置从运动补间动画开始到结束元件旋转的次数

# 三、传统补间动画属性的设置

## 2. 设置运动快慢的动画效果：

- 缓动：用于设置变形运动的加速或减速，正数表示变形为减速运动，负数表示变形为加速运动，0表示动作匀速变化；
- 还可利用自定义缓出面板，可以对缓动动画效果进行更多控制；
- 贴紧：勾选该复选框，能够使动画自动吸附到路径上移动；
- 同步：勾选该复选框，使图形元件的实例动画和主时间轴同步；
- 调整到路径：用于引导层动画，勾选该复选框，可以使对象紧贴路径来移动；
- 缩放：勾选该复选框，可以改变对象大小。

## 四、案例实践：4G 网络广告

### 设计方案：

本案例是某网络运营商的 4G 网络广告。采用偏暗红色背景与白色的字体相对应，形成强烈的对比，让人一眼就能看到广告所要表达的信息，整个内容简洁明了。

动画灵活生动。软件图标在卡通小人手上来回运动，增加了广告的趣味性。手机的展示和文字动画相结合，更加能将 4G 网络方便快捷的特点直接体现出来。

最后设计的白色背景和彩色文字，点明了广告的主题。

## 四、案例实践： 4G 网络广告

### 动画制作方法：

1. 收集素材
2. 制作灵活动画，让软件图标在人物手上旋转跳动，体现网络的方便快捷灵活多样特点
3. 设置暗红和白色字体突出展示要传递的信息
4. 展示供应商信息，点明主题

## 四、案例实践： 4G 网络广告

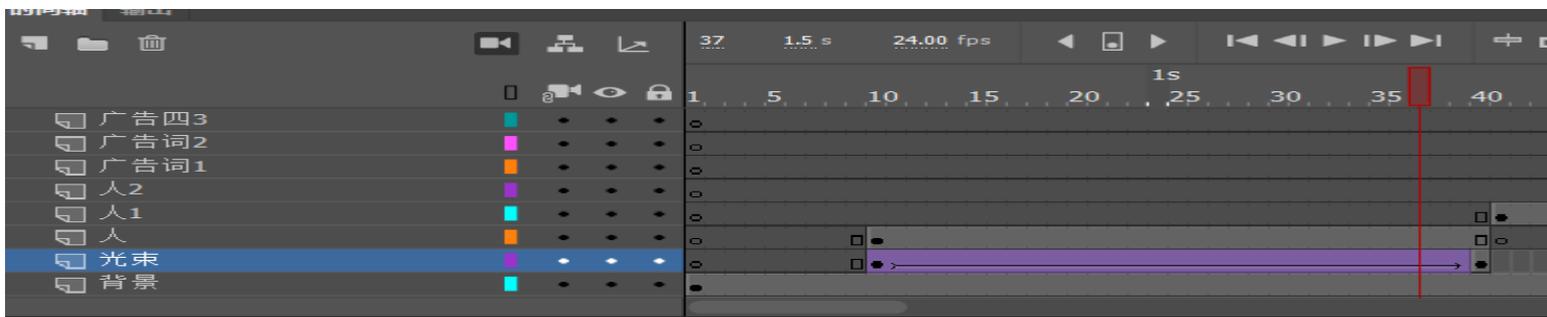
### 操作步骤：

1. 打开项目文件 4G 网络广告素材 .fla ；
2. 拖入帘幕到图层 1， 图层 1 命名为“背景”。选择帘幕，转换为影片剪辑元件，命名为“背景”，在“背景”元件中新建图层 2，拖入地板到帘幕层下方，最上方新建图层 3，绘制一个矩形，覆盖帘幕和地板，填充透明到黑色的“径向渐变”，将矩形转化为图形元件，调整不透明度为 70% 左右，调整元件大小，背景图层时间延长至 285 帧；
3. 新建影片剪辑元件“人”，将人物 .png 拖入到其中；
4. 新建影片剪辑元件“光束”，绘制一个光束和光影；



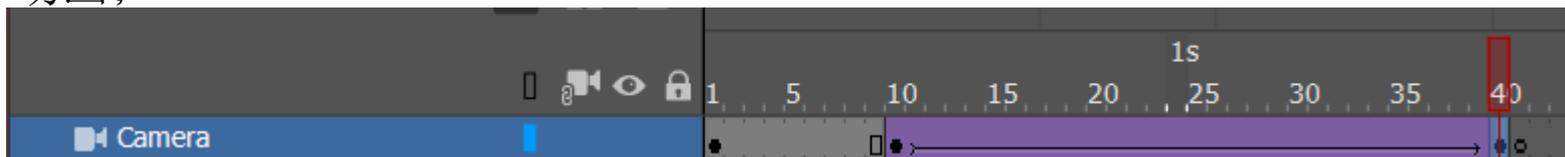
## 四、案例实践：4G 网络广告

5. 回到场景中，新建图层 2，命名为“光束”，在第 10 帧插入关键帧，拖入光束元件到舞台，在第 40 帧插入关键帧，设置元件的 alpha 值为 10%，创建 10-40 帧之间的传统补间动画；
6. 新建图层 3，命名为人，在第 10 帧插入关键帧拖入人元件到舞台，延长到 40 帧结束；



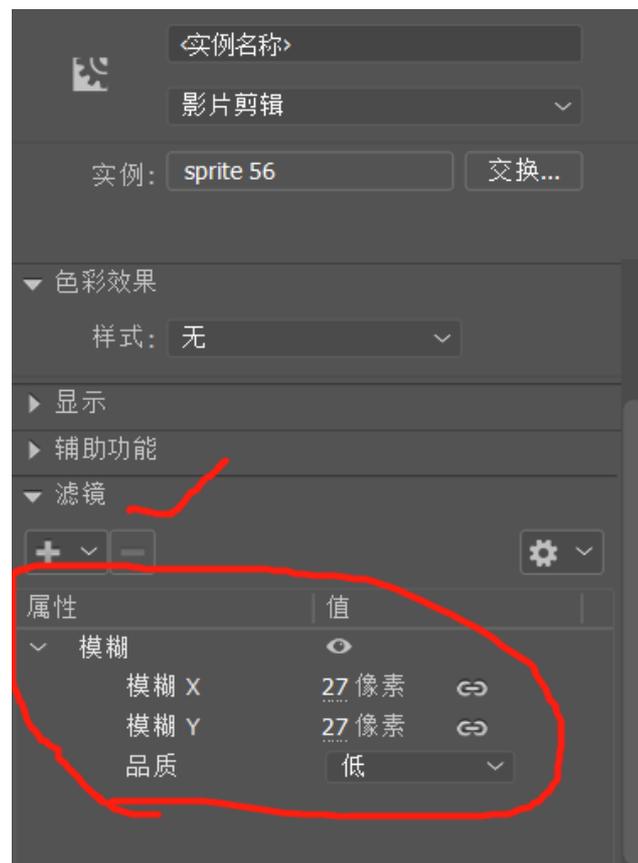
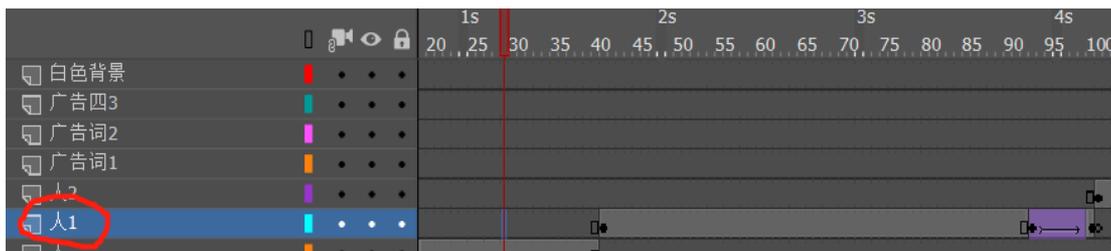
## 四、案例实践：4G 网络广告

7. 新建**摄像机**图层，将第 1 帧摄像机属性，调整色调属性（亮度为 -100，饱和度为 -100，其他参数也可以适当调整），在第 10、40 帧插入关键帧，设置第 40 帧的属性调整缩放为 105%，色调属性（亮度为 0，饱和度为 0），在 41 帧按 F7 插入空白关键帧，创建 10-40 帧的传统补间动画；



## 四、案例实践：4G 网络广告

8. 新建图层，命名为人 1，在 41 帧处插入关键帧，将“人 1”影片剪辑元件拖入到舞台原来“人”元件的位置，到 100 帧结束。在 93、100 帧处插入关键帧，设置 100 帧处的实例滤镜属性如右图示；



## 四、案例实践：4G 网络广告

9. 新建图层，命名为人 2，在 101 帧插入关键帧，在原来人 1 的位置拖入人 2，在 244、253 帧按 F6 添加关键帧，在 253 帧设置实例的 alpha 值为 0；
10. 制作“广告词 1”影片剪辑元件，内容为“传输高质量视频图像和数据”。在场景新建图层，命名为广告词 1，在 120-135 帧，制作从右上飞入舞台上的效果，在 220-245 帧制作从舞台淡出飞出效果；
11. 同样制作“广告词 2”影片剪辑元件，内容为“抢先体验 4G 生活”。在场景新建图层，命名为广告词 2，在 125-140 帧，制作从右上飞入舞台上的效果，在 220-245 帧制作从舞台淡出效果；

## 四、案例实践：4G 网络广告

12. 同样制作“广告词 3”影片剪辑元件，内容为“让一切自由连接”。在场景新建图层，命名为广告词 3，在 254-257 帧，制作在舞台中央上淡入效果，在 285 帧结束；
13. 新建图层，命名为白色背景，在 286 帧插入关键帧，绘制大于舞台尺寸的白色矩形，转换为影片剪辑元件，设置 286 到 291 传统补间动画，设置 286 帧的元件实例属性亮度为 -50%，延长至 360 帧；
14. 新建图层，命名为 4G，在 290 帧插入关键帧，拖入 4G 影片剪辑，缩小元件实例，在 325 帧插入关键帧，放大元件实例合适大小；

## 四、案例实践：4G 网络广告

15. 新建图层，命名为“商家图标”，拖入移动影片剪辑，在 330-340 帧制作淡入效果，延长至 360 帧；
16. 保存测试动画，生成 15 秒动画。

**谢谢大家！**