# 摄影纪录片分析范文(合集16篇)

来源：网络 作者：紫竹清香 更新时间：2025-04-13

*摄影纪录片分析范文1研万物之变，创先致远;察海纳之势，睿智求索。海信集团，感悟天地，文化立世。以豪迈气概，信达八方，终立于行业之巅。忆往昔峥嵘岁月稠或沧桑嬗变二十载。◆ 国际生态别墅社区，数万亩生态园林，生态湖环抱，千余种植物同生共息，尊贵...*

**摄影纪录片分析范文1**

研万物之变，创先致远;察海纳之势，睿智求索。海信集团，感悟天地，文化立世。以豪迈气概，信达八方，终立于行业之巅。忆往昔峥嵘岁月稠或沧桑嬗变二十载。

◆ 国际生态别墅社区，数万亩生态园林，生态湖环抱，千余种植物同生共息，尊贵与健康同步。

◆ 超大型湖畔豪华会所、宏城超市、海尔专卖店、商业街、幼儿园等优裕生活配套，提供别墅豪宅社区高品质幸福生活。

◆ 尊享长隆夜间动物世界、香江野生动物世界、万博商业中心、森美娱乐城、丽江明珠歌剧院，香江大酒店等别墅生活圈配套。

◆ 中外富豪、政商名流养生官邸

◆ 依水而户户私家湖岸线

◆ 社区内50多万株珍稀植物同生共息

◆ 名贵原生石材铺就5公里私家路

◆ 比邻长隆、香江动物世界、丽江明珠歌剧院、万博商业中心、香江大酒店

◆ 双车库双重私家庭园

◆ 随原生地貌掩映500多公顷山水森林之间

◆ 国际级名师设计，建筑风格彰显个性

在21世纪世界经济一体化得后工业时代，在中国这样一个朝气蓬勃、飞速发展得国度，居住文明不断进步，豪宅已成为新时代精英阶层体现财富价值和居住尊严得生活形态。在遭遇世界范围内疾病的深远影响下，对生态环境和居住健康得关注改变了豪宅的标准，使生态豪宅居住时代即将来临。

国际化生态社区锦绣香江花园以先驱者的实践精神，秉承“居住与世界同步”的开发理念，在和谐、宁静、欢乐、无限的大自然环境中，在“超过所有的美”的别墅生活圈里，打造一座革命的绿洲和生活的天堂，国际级生态豪宅――山水园森林城堡，以创新的生态豪宅开发理念和自然、健康、欢乐的生活方式全面提升居住品质，成就新时代精英阶层自然与生活无界、尊贵与健康同步的生活空间，缔造新居住时代诗意居住的梦想家园。

**摄影纪录片分析范文2**

1、解说词：是一种配合实物或图片、录像、声音、幻灯等形象来说明、解释人物或事物的一种应用性的文体。 2、分类：风景名胜解说词、实物图片展览解说词、影视新闻记录片解说词 3、写作格式及写作要求： 标题：《好山好水出奇石》（某奇石艺术展解说词）、 《^v^山风景解说词》 前言：介绍事物的名称、价值、意义等。常有表示欢迎的内容。（总说） 主体：做具体解说。抓住事物的本质特征，运用多种表达方式，将知识性与趣味性相结合。（分说） 结语：总的感受，归纳主题。常有表示祝福、感谢的内容。 4,第一行居中写题目-----另起一行顶格写解说对象------在另起一行空两行写解说词。 结束后在正文下面右下角空两行写你

**摄影纪录片分析范文3**

[摘要]企业类电视宣传片既要反映企业经营状况，展示企业发展的精神面貌，同时也要具备一定的艺术水准和审美情趣，企业类电视宣传片的创作流程包括策划、竞标、配音、拍摄、剪辑、包装、审查等环节，制作周期约为15个工作日。本文以导演阐述为切入点，涵盖创作环节、步骤以及项目的具体操作流程和管理，拟为企业类电视宣传片的制作提供相应的实践经验，供同行业参考。

[关键词]企业类电视宣传片 创作流程 工作环节

企业类电视宣传片的创作目的是为企业的企业形象进行塑造，增强企业的凝聚力和向心力，将企业的实际情况与艺术的再度创造相结合，达到对企业宣传的目的。

在策划伊始首先要根据企业的情况，对宣传片的核心思想进行梳理，这也是前期策划会最为重要的一项工作任务，针对企业提供的企业资料，研究其发展历程以及发展过程中的重大事件要素，综合导演的创作思路，完成对宣传片架构的决策。

导演创作思想为整片的思想引导，本部宣传片的创作目的是为了在企业年会上对该企业多年以来所取得的丰硕的成果进行梳理，对一路走来为企业默默付出的企业参与者增添一份企业荣誉感，所以在导演构思的过程中，选择将企业的跨越作为关键词，围绕跨越进行对企业发展的描绘。

在确定导演思路之后，策划组文案人员需要根据导演构思将导演对于片子脉络的设计进行整合，制作标书，并参与竞标。在完成竞标唱标环节之后，策划组需要召开第二次策划会议，针对宣传片创作过程中的具体问题进行商议及研究，为后续的拍摄打下良好的基础。

企业类宣传片策划前期要根据片长以及制作要求，撰写同期解说词，拟定设备及人员清单，该宣传片预计时长为6分钟，解说词长度应为900～1150字，在解说词初稿完成之后送资方验审，并签订定稿协议，因为解说词的内容将涉及到分镜头脚本的制作、配音的录制以及拍摄中镜头的取舍，所以策划前期对解说词的定稿及修改需要做到严谨，减少后续创作过程中造成不必要的麻烦。

根据本片的片长和该企业的实际情况，建议拍摄过程安排四名摄像、两台设备，包括：一架摇臂、两台高清摄像机，机型全面，能满足高水平拍摄需要。拍摄现场设有一名现场导演、一名跟组编导、一名场记、一名剧务、一名现场拾音。在拍摄现场需要注意器材的保管和人员的管理，减少器材损耗，每场拍摄结束之后清点设备，设备使用填写，设备使用单。

拍摄主要分为三个阶段层面，分别是外景拍摄、室内拍摄和补拍。

外景主要指摄影棚以外的场景。包括自然环境、生活环境等实景，体现公司真实、自然的工作环境，有利于表现本企业特色。外景由导演和策划根据影片情节的需要事先选定，并可按照出资方的意图和导演的构思对实景作一定的加工，使之具有典型特征和时代气息。

外景拍摄主要摄录公司全貌、各厂房外观、行业操作过程，需要一些事先设计好的人物摆拍。

室内拍摄部分主要拍摄室内的空间布局和工作人员日常工作的画面，其中需要摆拍多个场景，届时将会有相关人员进行沟通。

拍摄工作画面，各个车间工作画面，还有设计拍摄公司外合作人员与本公司人员交涉合作的场景等等。

基本拍摄完毕后，将素材导出，如果有不足、缺失或因天气状况影响未能拍摄或者拍摄效果欠缺的，则进行补拍。

在结束拍摄，完成对素材的整合汇总之后将要进行后期的剪辑与包装工作。

结束片子创作阶段的策划、拍摄、剪辑及制作流程之后将成品送于资方验审。

通过初审、二审、再审和终审四边审核，将后期制作完成的片子精心修改，其中再审和终审是需要出资方进行审查，提出修改意见。

需要注意和强调的是，一旦策划方案确定，则不得在制作过程中变动，特别是在后期制作过程中。策划方案将会让出资方进行确认，一旦确认视为生效。在制作工程中的随意修改会造成制作不便，延误工期。但是策划案修改和片子内容的修改是两个不同的范畴，在报送审核之前需要在合同中有详细的说明。

企业类电视宣传片将利用制作电视、电影的表现手法对企业内部的各个层面有重点、有针对、有秩序地进行塑造再现，以达到声色并茂地突显企业独特的风格面貌、彰显企业实力，让社会不同层面的人士对企业产生正面、良好的印象，从而建立对该企业的好感和信任度，并信赖公司的产品或服务。通过约6分钟的宣传片以期达到树立企业宏伟形象，宣传企业独特优势，散播企业先进思想的目的。对内可起到统一思想、落实企业精神和产生强大企业荣誉感的作用。

**摄影纪录片分析范文4**

影像化的“诗情画意”

——纪录片《腊梅花儿开》评析

电视纪录片《腊梅花儿开》讲述的是拥军模范周大妈几十年如一日拥军爱兵如子、乐为军人牵红线、当红娘的感人故事。整个片子在内容的表述上，也侧重将镜头对准物像“腊梅”，影片标题一语双关地借此暗喻周大妈牵媒的“硕果”。此处“梅”与“媒”既是一个谐音，似乎也将巧合和喻意融汇其中??

本片以纪实的手法跟踪纪录了红娘周大妈为海军士官周连明和女青年彭清芳的婚事牵线搭桥为主线，并辅以纪录了热心大妈为其他军人们的婚事而四处奔走??从而形成了复式结构为特征的纪录模式。编导巧妙把镜头对准平凡生活中人物的心灵深处，影像化地诠释了军爱民、民拥军的军民鱼水深情，让观众在视听形象中见证了一个真实、质朴、执著、锲而不舍、乐于助人、光彩夺目的拥军大妈的人物形象??

除了在选材角度有独到创新之外，在视听的表现手法上，该片也带来了许多值得我们借鉴和学习的地方。

首先本片没有完全依赖解说词，而是较多地运用镜头的调度和剪辑进行故事化的讲述。如：影片开头就采用一组无解说词的循序渐进式的画面语言，利用富有可视性语言画面进行叙述，全景、中景、近景、特写样样具备，推、拉、摇、移、跟镜头各司其职，短短一组画面既介绍了环境，又交待了人物，“诗情画意”的影视手法带出故事的温情。

**摄影纪录片分析范文5**

在20世纪90年代末的国内平面媒体上，专题摄影曾经红火了一时,然而，这一黄金期只持续了大约3年左右。进入新世纪后，国内纸媒体更加向市场化的方向发展，广告版面的空前膨胀和报纸信息量的激增，严重打压了摄影专版的生存空间，专题摄影从此进入了“寒冬”。

虽然读图时代并没有结束，甚至读者读图的时间总量还在增加，但持续读图的时间却已大大减少。在某种程度上，图片在纸媒体上的功能被简单地看做是为了刺激感官和调剂视觉（美化版面）。纸媒体在商业利益驱动下的跳跃式发展，使我们极为遗憾地错过了一次培育中国读者视觉文化的良机，也使平面媒体把^v^抓眼球^v^的重任和机遇拱手让给了电视媒体，使其相对於电子媒体的弱势和困境更加凸显。

因此，我们有必要重新审视专题摄影这一报道形式的本质、功能、价值、时代意义与现实意义，从市场的丛林中为专题摄影找到一条生存发展的出路。

一、专题摄影的本质特征

专题摄影的本质特征不是稿件的表现形式，而是拍摄手法、文化内涵和故事性。专题的拍摄手法尤其讲究形象生动，对典型细节的捕捉起著画龙点睛的作用，几乎每幅画面都具有情节性（故事性）。对於优秀的专题摄影作品而言，构成专题的各个画面既具有内在结构性——需要置於整体的结构中加以理解，又具有相对独立的鉴赏价值，每幅画面均能够传递较为丰富完整的信息。因此，从专题中抽出任何一张图片都不会成为难以使用的“废片”，每一张图片都具有独立使用并且反复利用的价值,这就是优秀专题摄影的最高境界。

二、专题摄影的人文价值、传播价值和市场价值

由於专题摄影具有文化内涵，文化在社会发展中具有相对的稳定性，因而无论是其报道形式还是报道内容的生命力都是长久的，不会因时代的变迁而失去意义。

专题摄影采用讲故事的手法进行报道，因而在传播，特别是在跨文化传播中具有明显的易受性。它帮助读者用一种生动而深刻的方式和共通的情感来理解生活、理解世界、理解其他文化。新闻图片或消息报道满足的是人类知道的欲望，是生存的基本需要，而专题摄影满足的则是理解的欲望和关怀的欲望，是高质量精神生活的组成元素。

专题摄影既然具有广泛的人文价值和传播价值，那麼必然具有市场价值。从目前来看，专题摄影的市场主要在海外，主要在杂志，虽然这一市场也度过了其最辉煌的时期，但这是一个成熟、稳定并且有著较高回报率的市场，市场需求是中长期的。即便是在高度商业化的西方社会，专题摄影仍然在图片市场上占据著一定份额，超过了新闻摄影。相比之下，中国的专题摄影市场现在并不景气，这主要是由国内媒体的发展道路和特点决定的。大部分国内报纸取消或压缩了摄影专版，报纸的“同质化”趋势仍在加剧，有特色的报纸并不多。因而，专题摄影稿件的国内市场需求极为有限。

另外，由於国内图片市场不成熟、不规范，这类稿件的市场价格与其实际价值产生了严重背离，往往难以体现摄影师的劳动价值和稿件的社会价值。因而，许多有一定实力的专题摄影师都选择了“走出去”的策略，直接为海外的杂志或图片社工作。这在一定程度上使得国内的专题摄影市场更加疲软，展现在中国读者眼前的优秀作品越来越少。这些摄影师确实拍摄了一批专题，但在国内的报刊上却很难“露脸”，这不能不说是个遗憾。

商业社会对摄影的人文价值和传播价值的侵蚀——在某种意义上可以称之为颠覆——从20世纪90年代中期以后日益严重。从世界眼光来看，商业图片占据了图片市场60%至70%的份额，一些并非从事广告摄影的摄影师也从自己的作品中去发现商业价值，一些原本不是为了商业目的而拍摄的图片越来越多地用於产品、服务或企业的形象宣传。从国内纸媒体的情况来看，新闻摄影与专题摄影的社会功能日益商业化，对图片的使用并非完全出於报道的需要，而是服务於版面的阅读率，服务於视线停留时间的长短，服务於广告。摄影作为独立的表达方式（传播方式）的地位在表象上似乎得到了空前的张扬，实际上却受到了削弱和支配。 三、专题摄影的时代意义和现实意义

新闻摄影是精彩与简约的结合，是一种视觉审美活动；专题摄影则在精彩、简约之外又增添了情节，满足了人们的好奇心理和情感需求。摄影为人类理解世界提供了一种简洁、生动而美丽的方式。连续的电子图像造成的视觉轰炸引发了观众的视觉疲劳，也产生了大量的视觉垃圾。语言学家和社会学家对图像霸权的出现爱恨交加，褒贬不一。然而，不管我们怎麼看待它，我们都无法对这个事实视而不见或置身世外。

当代社会有两种并存的发展趋势，即“麦当劳化”和个性化。前者将会让人变得机械、简单而趋同，丧失了丰富多彩的生活所带来的乐趣，后者则会让人变得孤立而另类，丧失了同情与合作。这两种社会趋势将会严重削弱专题摄影所倚靠的社会心理基础：温情主义被暴力所替代，精雕细刻被简约所替代，含蓄细腻被裸露直白所代替，群体价值被个体价值所替代。专题摄影遭遇了前所未有的价值挑战。所以，当代西方专题摄影的一大课题和难题就是“求新”、“求变”，读者要求有新意，摄影者的报道观念和价值选择也必然要发生转变。传统的报道手法、题材和思路，已不适合当代受众的阅读和心理需要，自然也不适应市场的需要。

然而，不管怎麼变，只要人类还有基本的情感需求，每个人还需要外界的理解和关心，专题摄影就有它的生存空间。可以这样断言，当情感成为社会的稀缺资源时，专题摄影的社会价值就要回归。

**摄影纪录片分析范文6**

1.（中景）一般用于展现景物的重点部分和成年人膝盖以上的部分。

2.（近景）着重表现人物的面部表情，传达人物的内心世界，是刻画人物性格最有力的景别。

3.电影理论家（贝拉·巴拉兹）认为，特写镜头不仅是人脸空间上和我们距离缩短了，而且它可以超越空间，进入另一个领域，即 精神领域或叫心灵领域，它作用于我们的心灵，而不是我们的眼睛。

4.合理而巧妙地组织各种造型元素，既突出主体形象，又处理好主体与配体、背景、环境的关系，上述内容属于摄影构图基本要求中的中心突出，层次分明（正确）。

5.避免因内容繁杂、繁复而分散、干扰视听，上述内容属于摄影构图基本要求中的形意并重，营造美感（错误）。

**摄影纪录片分析范文7**

《诗人的抉择》

一、选题背景

诗人A出生于河北省邢台市的一个农村家庭，自幼便表现出与常人迥然不同的性格，一直生活在“斗争”当中。用一个字概括，那就是“痴”。他痴迷于自我内心世界的斗争，痴迷于与世俗观念的斗争，也痴迷于同这个外在世界的斗争。

为什么要和自己斗?因为他爱所有人，但拒绝把它贡献给一个人独享。他发誓会孑然一身，不是因为他找不到一个志同道合的红粉知己，实际上是儿时父母长时间的斗争给他内心造成了难以磨灭的创伤，他怀疑自己根本没有爱的能力。

为什么要和世俗观念斗?A的亲兄弟是一位成功的企业家，而且对方多次邀请弟弟共谋共享成功，但均遭到A的拒绝，因为他相信那不是他最需要的。对他来说，一个安静的屋子和满屋子的书就够了。为了逃避家人的说服，他离家出走，寻找李白、杜甫的足迹来到了成都。

为什么要同这个世界斗争?因为他爱这个世界。

A用来斗争的武器是电影和诗。一开始他在电影中找到了存在的价值，但电影之路太艰辛，北京三年的地下室生活彻底摧毁了他的武器。他沉沦两年终于找到新的存在途径——诗人。

诗，意味着有情趣的生活，一个想要有情趣的活着的人却四处碰壁。影片以此为背景，通过对一个斗士的塑造，呼吁“慢”生活。

二、诗人代表作品

《少年游》

参横斗转 波拍云怒 河海胸中走

虚空寥廓 孤光自冷 弦挥广陵手

忧愤来 疏狂未肯 亦未付与酒

雪里挥弦 寒风几度 吹折冰池柳

《蝉》

怎能只求宁静 如果有那么多不平 ?

怎能久住黑暗 就不呼唤光明 ?

怎能因露重难飞 声音微小 就不为自由放声?

纵然 有秋冷 有寒冬

来夏还是要呐喊声声 !

《夏日的忧郁是那么漫长》

夏日的忧郁是那么漫长

午睡醒来天还未黑

在梦里我是个漂泊者

醒来，也不外如是

蝉噪着

鸟雀叫喳喳

风，熏蒸着大地

黄昏、不必来临

夜晚、不必来临

《我是宇宙里的王者》

巍峨的高山匍匐在我的脚下

高翔的雄鹰盘桓蓝天只为将我亲近

太阳和月亮争做我王冠上的饰品

奔腾的江河因我的咳嗽而屏息凝神

春天朝拜时打扮的花枝招展

夏季娇媚的舞弄风情

秋天以沉甸甸的果实向我进贡，

还有因我的震怒而战栗的寒冬

啊 ，我是宇宙里的王者

却是你最忠诚的仆从

三、内容策划

(一)纪录片名称：《诗人的抉择》

(二)纪录片片长：15分钟

(三)纪录片主题：像一个斗士一样去生活，并在生活中寻找诗意。

(四)纪录片的主要人物：A

(五)影片基调：本片不会像诗人一般针砭时弊，而是通过对一个追梦人的跟踪记录，找回人们生活的激情和浪漫。

(六)叙事起点：诗人到成都找到了一位昔日的朋友，经朋友的帮助得到了一份“伺候书，不伺候人”的工作。方所书店工作了三个月，他才发现，即使在书店工作也并不可能只伺候书而不伺候人。因为台湾女老板禁止诗人读书，诗人写了一首讽刺诗激怒了老板，于被开。那么接下来，他的选择会是生存还是毁灭?他的朋友刚刚得到消息，成都有一家经营艺术品的公司，他会受到艺术商人的亲睐吗?

(七)一个人：A是一个绝对的怪咖，他像一个逆生长的人一样，生下来就老了，而越长越爱斗争。

(八)一双手：这是一双诗意的手，也是一双追求梦想的手。

(九)一件事：影片着重跟踪记录的是A接下来如何生存的事。

(十)一种精神：A可以成为一个富一代，但他却选择了自我放逐。他不是傻子，他之所以选择这么活着，是为了他的追求。

**摄影纪录片分析范文8**

无限地逼近, 我们会发现一座由 16 层方型主楼地标性建筑群, 这就是承几千年舜耕之文化, 融曹娥江之商业文明的大酒店! 立足绿色花园型酒店, 位处长株潭叁大城市圈核心地段,毗邻市政府,接轨湘江北大桥,直面二 环线高速公路出入口,极大地缩短与各大都市的距离,给商务洽谈,旅游观光等八方来 宾带来极大的交通便利. 绿色小象的灵动可喜,大

理石的沉稳厚实,热熔玻璃的通透自如,玛雅壁饰的美仑美奂,花 团锦簇, 名曲悠扬, 牵引着我们进入一次时空隧道中的奇幻之旅, 领略一场目不暇接的 视 觉盛宴 . 走进气度非凡,梯格回旋,南国琴韵的酒店大堂,仪态大方的总台接待将提供 100 间不同级 别的客房任您挑选,总统套房彰显尊荣地位,标准房如居家般随兴,行政房里瞬息在握全球 风云......

是家的感觉,又胜过家的感觉,远离尘嚣,同样在此为您倾尽全力,真诚提供 顶级服务. 四大别具风情的主题餐厅与包厢可同时容纳 1000 多位客户就餐,豪华厅优雅的用餐情 调,令人心旷神怡.厅熠熠生辉,恢宏从容,风味美食街采撷各地的名菜佳肴,荟萃各 国的别样风味,让您在觥筹交错间回味无穷.

大酒店所属的业内首屈一指多功能大型会议中心,是举办接见会晤,新闻发布,国 际沙龙等大型交流活动的首选绝佳场所. 室内恒温游泳池,健身房的律动,玛雅主题异域风致的娱乐中心里康乐项目一应俱全,给工 作与休闲寻找最佳的天平. 灯火阑珊时的大酒店, 移步换景, 目眩神迷中儒雅不凡, 雾景灯中仿佛有一个个精灵在圣洁的天堂中游荡, 难怪这里会被喻为都市菁英情迷的精神家 园.

在大酒店,缘何让人产生梦之邸般安心的归属感觉?这里有问候,礼让,微笑 贯彻始终的全程服务所营造的人居环境!这里名人荟萃,高朋满座.国家,省,市领导亲 临指导,国际友人到此下榻.在大酒店,名仕们消费的不仅仅是星级的极致服务, 享受的更是大酒店所着力缔造的独具个性的酒店文化.

酒店不但致力于打造钻石级闪耀的服务品质,更加重视营造一支钻石级闪耀的服务团 队. 他们在世界级知名酒店考察总结,他们在联欢汇演激情飞扬,他们在演讲比赛中慷慨激发, 通过酒店参与响应店事店务, 英语培训, 消防安全知识座谈------他们拥有各种渠道与机遇去 追逐信仰,光荣,梦想,实现人生理想征程. 在,员工的幸福与自豪感也随着酒店的历炼成熟而与日俱增.宿舍的温馨浪漫,日 常生活中的嘘寒问暖,处处着想到员工心坎上.

**摄影纪录片分析范文9**

改革开放四十年来，纪录片不断呈现新的表现形式。八十年代，不乏轰动一时、万人空巷的时政片。这些纪录片从历史或文化反思的角度切入，涉及改革开放等宏大主题，关注当下政治，其叙述方式多是叙述加议论，亦不时邀请重量级访谈嘉宾指点江山，议论纵横，再配以相关图片或画面。

从“文图学”倡导的“文本-图像互动”呈现形式来看，纪录片《中国》第二季的表现形式一脉相承。该纪录片不用访谈嘉宾，偶有外景，画面多具舞美性质，涉及相关历史人物则用“情景再现”形式，人物之间不设对话，而辅之动作或表情、配以画外之音推动叙事，这一形式或可称之为“原址重建”，这是较之以前的政论片或纪录片的推陈出新的地方。

从吸引受众的角度考虑，文化类纪录片要从观赏性入手来吸引更广泛的观众人群，文图互动、原址重现正是这个时代的“新宠”，以沉浸式、剧情式、反思式的纪录片叙事完成这一魅力的赋予。纪录片《中国》第二季色调近似油画，画面之唯美，大大超出以往任何以杜甫为题材乃至其他绝大多数的常规纪录片。

李白、杜甫的同台亮相，布置于《中国》第二季的开篇，实则有多重文化意义。二人是中国文学史上最具传统文化精神的“双子星座”，更是世界文学史上最具中国古典特色的典范代表，他们在美学上呈现出不同风格，在个性上也各有其鲜明特征。

在中国现代学术话语中，李、杜是分领浪漫主义和现实主义的伟大诗人，而置于全球文化语境中，二人也是英语世界译介最充分的中国古代作家代表。以此来彰显中国古代史、文学史、文化史、美学史上的多向光芒，《中国》第二季的“选角”可谓精准。

>相关热词搜索：

**摄影纪录片分析范文10**

片长： 10分钟

诉求：向潜在客户展示公司的实力与形象、产品与服务，以及招商

制作：素材、三维动画、图片、视频;合成

音乐：具现代感、节奏感、金属质感、整体连贯(视具体内容组合)

语言：中文配音

结构：开篇;实力与形象展示;产品展示;展望 ;招商

要求：设计同一的转场效果一、开篇

片头场景

美丽的深圳湾及其上的公、铁路桥、立交桥，繁忙的蛇口港，飞驰的列车、行驶在高速公路的汽车，深圳现代化的标志性建筑，初生的朝阳、影射着生机勃勃的金立基实业。 慢切到深圳市金立基实业有限公司大门，前台。

忙碌的车间场景

现代化、高效的办公环境

专业的研发实验室环境

专业的服务团队

(快速切入播放，展示高效繁荣的景象)

(60秒)

画面慢慢转为格调柔和

黑色的布满星星夜空，金立基logo的第一个字母像一颗流星划过，重重的落在屏幕上，连成金立基的logo，以及金立基的名字。(10秒)

字幕 ：

深圳市金立基实业有限公司(快速进入，重型冲击，停留10秒)

印后包装胶粘专家

二、实力与形象展示篇

场景1：(20秒)

由夜空转入，一个太阳初起的早晨，在阳光普照的金立基公司前面，脚步匆匆的金立基员工。办公室内埋头苦干的金立基员工;

会议室内正在开会;

车间内忙忙碌碌的身影

实验室内科研人员在不断试验

解说词 深圳市金立基实业有限责任公司坐落在美丽的现代化都市深圳，公司创建于1996年，专业生产印后包装粘胶剂，是集科研、开发、生产、销售和服务为一体的民营科技企业。

场景2 (60秒)

场景 ：实验室场景，金立基科研人，不断进取

科研院校合作开发的场景

品质部检测场景

服务团队服务场景

客户交流握手场面

解说词 金立基人秉承“创新为源泉，品质为生命，服务为保障，诚信为基石”的企业理念，通过十多年不懈地努力，坚持走现代化民营企业发展之路，逐步建立和完善现代化管理体系，拥有高效的管理核心团队，稳步做强，与客户、员工、社会共进步。

场景3 (60秒)

设置总经理手捧证书场景

“深圳市知名商标”

“中国著名品牌”

美国实验室合作证书

ISO 9001：20\_

315客户满意证书

解说词

金立基人以市场需求为导向，坚持自主创新和品牌营销战略，拥有多项项国家专利，赢得了政府的鼓励和扶持。荣获：“深圳市知名商标”，“中国著名品牌”称号。我们的研发团队与美国科研院所建立了战略联盟合作关系，走科技创新之路。 金立基人始终坚持将最严格的选择，最苛刻的检验贯穿于原材料的选购、半成品生产、研发、生产和产品包装出厂的每一环节，与供应商建立了稳固的业务合作关系，获得了ISO 9001：20\_ 国际质量管理体系的正式认证。

场景4：实力展示(60秒)

场景：

公司厂房、营销中心、科研中心、专卖店

广告资料

展会资料视频

解说词：金立基拥有强大的实力，

(1) 独立拥有10000多平方米的现代厂房，创造强大的生产能力。

(2) 1000多平方米，现代化营销中心，形象店，科研中心等一应俱全。

(3) 拥有强大的品牌知名度，每年在全国各大媒体上发布广告，参加全国各类展会，

(4) 拥有强大的科研技术团队

(5) 拥有强大的服务团队

(6) 拥有强大的管理团队

场景5 (60秒)

场景：

广东铭丰包装，喜运来，九星，logo，前台图片

供应商logo前台图片，

南方略logo，前台图，

一台快速奔跑在铁轨上的列车

解说词 金立基人致力于不断地为客户提供更专业、更实用、更安全的印刷包装粘剂，以优良的产品品质、专业周到的服务与国内外不同规模的印刷包装制造厂家建立了互促并进共谋发展的长久合作关系。并与国内顶尖营销咨询机构合作，制定企业长久发展战略，使企业快速发展，驶上快速发展的轨道。

三、 产品展示篇

场景1 金立基车间生产场景，胶水的从上倒下，流动性的

各类产品图片

客户企业使用场景

解说词 我们的系列产品具有高效、环保、方便、安全等诸多优点，广泛适用于各印刷包装企业，专业为印后加工(表面腹膜、糊盒、封边等)，提供专业的粘接方案。

场景2 828系列包装效果图片

(逐一呈现)

解说词：针对中国多数同类产品操作复杂，不耐温、易开口、易污染等缺点，我公司设计研发了828系列水性糊盒类胶水，解决了上述问题。828系列产品，采用水性技术，经过反应程序讲化学原料中的有毒成分中和，生产出不含毒性的纯水性胶水。

场景3 6930系列包装效果图片

(逐一呈现)

解说词：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

场景4 水性腹膜胶系列包装效果图片

(逐一呈现)

解说词：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

四、展望篇

场景1、总经理寄语

场景2、供应商评价寄语

场景3、客户评价寄语

场景4、合作伙伴评价寄语

五、招商片

场景一脚本：

1、 豪华的餐厅里贵宾满座，宾客们温文尔雅各自品尝佳肴

2、 众人讨论

A(有点闲钱的小老板)：最近股票跌得很厉害啊。

B(做胶水的老板)：嗯?(寻思)

A：嗯!股票在跌，房地产又不敢投，这年头啊，有钱想做点生意都不知道选什么好? B：(悠然自得的表情，稳坐钓鱼台)

3、 A露出惊讶的申请，突出画面大“?”号。

4、 B看看四周围，目光到处看，像害怕人家知道的表情

5、 四周围的人都忍不住的往B这边看

6、 B悄悄的表情往A的耳朵靠，说出一个字-------“金”

7、 众人的眼光更加疑惑，嘴里不断唠叨“金”?

8、 C(餐厅里的某个人)正准备拨打110，镜头聚焦到电话屏幕

9、 B还在不断的提醒A，不断在A的耳边说“金”，而且越来越大声

10、 警察悄悄的突然出现在AB的桌边，突然问：“金，哪里来的?”

11、 B愕然的抬起头,说“金立基”(淡出)

12、 众人(淡入)：“金从金立基来的”

13、 C突然觉醒过来，拿出一份招商手册，大喊“我知道了，金立基正火爆招商中啊，”

14、 众人纷纷掏出自己的手机，匆匆忙忙，一边拨号码，一边大喊“我要掘金去”

15、 镜头淡出，屏幕上字幕“掘金中国，建立基业------金立基”

场景二：

1、 金立基杂志广告，路牌广告，产品图片，强势震撼切入。

2、 字幕配音“金立基----

印后加工胶黏专家

诚招全国经销商

3、地址、电话等

**摄影纪录片分析范文11**

纪录片《艺考生》策划书

`20\_040606李劲松

类型定位：人文纪录片

创作理念：

以高三艺术生自己的视角来反映高三的生活、爱情、梦想。艺考作为一代高三学生考上大学的主要捷径之一，是广大家长和老师关注的重要对象。对高三艺术生群体的纪录是一个反映当今社会发展轨迹、追寻社会发展走向的重要线索。

基本风格：

观摩国产纪录片《^v^》、《待业青年》、《高三》等，国外纪录片《中国》，尽可能以平视的视角，从细微的生活素材中，全面表现高三艺术生的日常学习生活中的点点滴滴。尽量不使用旁白和画外音。

拍摄对象：

>1、艺考的高三学生x / y / z 为主

>2、x、y、z周围的其余学生老师为辅

拍摄目的：

通过对艺术考试高三学习生活的拍摄和纪录，来向艺术考试之外的人展示其最真实的一面，消除原本存在的好奇和误解。展示部分

当代艺考生的学习生活的普遍现状，诠释出当代艺术生在面对未来，梦想的人生抉择时的酸甜苦辣喜怒哀乐，透视高等教育现状、启发人们思考日益紧迫的教育体制改革问题、反映90一代面对社会剧烈转型的苦闷和彷徨。

具体流程（概况）：

>1、9月份分阶段跟拍高三艺术生的学习生活，例如上专业课，、备考、考试。

>2、全面长时间纪录某一天内发生的点点滴滴。

>3、对x、y、z的学习生活进行拍摄，并有少量的社会交往和其他

生活镜头。

>4、对x、y、z及其部分同学进行采访，录制约半小时的可用素材。

>5、对x、y、z的老师、家长进行采访。

>6、拍摄一些反映季节变化的空镜头。

>7、10月份将所有素材进行整合，采访穿插着学习生活的素材，

进行后期剪辑。

>8、11月1号——11月20号：听取各方意见修改

>9、11月20号——12月10号：加字幕、配音、加音乐

>10、12月10号———12月20号：最后合成、上交

技术保障

参考资料：

《高三》 周浩

《幼儿园》张以庆

《中国》Michelangelo Antonioni

《待业青年》张内咸

《纪录片概论》欧阳宏生 编

《中国独立纪录片档案》朱靖江 梅冰

**摄影纪录片分析范文12**

解说词，即口头解释说明的词。它通过对事物的准确描述、词语的渲染，来感染观众或听众，使其了解事物的来龙去脉和意义，收到宣传的效果。

解说词有补充视觉和听觉的作用。电影解说词，文物古迹解说词，专题展览解说词等，可帮助观众观看实物和形象的过程中，让其在发挥视觉作用的同时，也发挥听觉的作用。

解说词是供群众听的，是通过语言的表达来宣传和教育群众的，为此要求读起来上口、听起来顺耳。另外，解说词是对实物和形象的解说，以实物和形象为写作依据，它起着启承和转合的作用。全篇结构不苟求严谨，段落之间不苟求紧扣。这种文体不是干巴巴的说明和说教，而是通过形象的语言对实物和形象进行描绘，文艺\*很强。从某种角度上看，它是说明和诗词的结合。一篇好的解说词，就是一首感人的诗词。

解说词是配合实物或图画的文字说明，它既要便于讲解，又要便于观众一目了然。这就必须三言两语，用不多的文字把实物介绍给观众，使观众在观看实物或图画时，借助于简明的文字介绍，对实物或图画获得深刻的认识。

解说词是按照实物陈列的顺序或画面推移的顺序编写的。陈列的各实物或各画面有相对的\*\*，反映在解说词里，应该节段分明，每一件实物或一个画面有一节或一段文字说明。在书面形式上，或用标题标明，或用空行表示。

解说词是解说客观事物的，而客观事物是复杂的，只有仔细

**摄影纪录片分析范文13**

人文纪录片《时尚》总体策划

07广电本一班邓强70914024

>一、目的意义

如今，时尚一词已经被大众所熟悉。每天接触的事物，无一不是在诠释着时尚。可时尚究竟是什么呢？80后、90后这些被冠以“新人类”的群体，在他们的心目中时尚又是什么呢？时尚涉及生活的各个方面，如衣着打扮、饮食、行为、居住、消费、甚至情感表达与思考方式等。追求时尚是一门“艺术”。模仿、从众只是“初级阶段”，而它的至臻境界应该是从一拨一拨的时尚潮流中抽丝剥茧，萃取出它的本质和真义，来丰富自己的审美与品位，来打造专属自己的美丽“模板”。

每个人心中，有自己的时尚。战争年代的时尚是军人与武器，和平年代的时尚是体育与女性。80后、90后们，真实生活中又怎样获得属于自己的时尚？为此我们特地选取了两个人群，一个是以女生小陈为代表的某艺校男女同学，一个是以男生小张为代表的去往贵州支教的一个大学生。本片不参杂任何感情色彩，完全以一种真实的记录去表现80后、90后的时尚定义，感受他们在新时期下的成长与蜕变。因此本片的时尚并不仅仅停留在表面，而是通过细节（生活理念、方式等）来表现一个精神层面的“时尚”。

>二、内容策划

本片属于人文类纪录片，在风格上主要走“直接电影式”，强调拍摄者绝不参与主体的活动。也不设解说和采访。拍摄上采用“交友拍摄”，即先期我们深入到被拍摄者的生活中，与他们成为熟人乃至朋友，力求让他们在拍摄时自然、生动。

本片时间不能确定，根据最后素材而定。暂定是40分钟到1个小时。 内容上从生活中的每个细节入手，力图展示他们生活中具体涉及到的细节。选取现实生活中的一个场景或者一段活动，集中反映出他们内心深处的“时尚”。要求不能停留在流水账记录上，要以小见大，以情动人，平实的记述中展现他们的精神风貌。

主要参考《幼儿园》等片子的手法。融思想于娓娓道来的故事中。

>三、节目形式

《时尚》是一部人文纪录片，风格真实、自然。片长设立40分钟到1个小时（随后期素材变化）。音乐选取上只在片头和片尾，中间主要内容只有音响语言。音乐风格轻松之中不失思想，格调舒缓、紧张交错自然。

>四、组织实施

>1、组织机构：由四名同学组成拍摄小组，负责策划与拍摄。其中男生、女生各两名。

>2、实施程序：

1）第一阶段：支教群体。时间，一个月。前期10天主要是与他们一起生活，帮助他们做一些事。同时观察需要拍摄的内容。后20天主要是跟踪拍摄。因为拍摄条件限制，故在此停留时间稍长。

2）第二阶段：艺校学生。时间，20天左右。前期10天也主要是与他们一起生活，了解情况。后10天主要是跟踪拍摄。时间可以延长。

3）第三阶段：后期剪辑与补拍。前期拍摄估计两个月左右，后期利用一个月时间完成一些补拍镜头和成片制作。

>五、经费预算

向学校机构申请一部分，向一些组织和企业申请一部分，剩余自己筹措。 主要支出：交通费、食宿费，器械耗材费。

>六、效果预测

片子制作完成后，主要供学校内部观看。有适当的机会可以送至一些比赛，以扩大影响力。

**摄影纪录片分析范文14**

选修课《电视纪录片》期末课程论文选题

一、论文要求：

1.题目自拟，找相关资料，给出自己的观点，确定论点，围绕论点进行阐述、总结，得出结论。论文必须是手写，请大家统一使用横格稿纸，字数不少于2500字。

2. 期末论文请注明课程名称、学院、姓名、学号，请附上本门课程论文的封面（附件1），谢谢。

3. 论文最后定稿截止日期为20xx年12月16日星期三上课全部交给我，如果当日无法直接交给我，请各位同学务必12月30日之前将定稿论文按统一的格式（附件

2）要求打印并上交给我（电话13995213240），以备我批改并将成绩报送教务处。

二、论文选题：

01《北方的纳努克》：人类纪录片的开山之作

02《复兴之路》：纪录片观后感

03《圆明园》：历史的天空

04《细细的蓝线》：不同的讲述方式

05《夏日记事》：无处不在的采访

**摄影纪录片分析范文15**

>一、选材背景

现今社会，传媒作为“第四权力”，在社会中起着举足轻重的作用，对传媒人员素质也有严苛的要求。广播电视新闻学是随着社会经济的发展以及市场的需求而兴起的一个新兴专业，为培养大量媒体高级人才而不懈努力。

>二、目的意义

>三、内容策划

>（二）片长：15分钟左右

>（四）纪录片的主要人物：

杂志社是事件的发展的最初的环境，也是事件之所以发展的诱因。小A是全篇的中心人物，是整个事件的推动者，他与杂志社其他人员有很深切的联系。而被采访对象是冲突的交锋点，小A对采访对象的寻找和采访，全篇的核心轴。在寻找采访对象过程中所遇到人员也对故事发展起到推波助澜的作用。

>（五）纪录片的基调：

影片主要呈现欢快向上的思想情绪，在快乐的音乐（如《菊^v^之夏》或欢快的音效设置）的映衬下和轻松明快的图景中展现一种朝气蓬勃、勇于克服自我、直面困难的精神面貌。但在小A处于自我矛盾和外在矛盾交锋中时也应该侧重突出其抉择与耐心，配以沉重与激昂的音乐（如《蓝色多瑙河》），提高感染力。又如在以小A的工作状态的画面的基础上，画外音进行内心独白的时刻，配上抒情音乐（如《Give me your hands》）。

>（六）纪录片的形式与风格：

本记录片属于人文社会纪录片，关注现实世界、身边的生活场景，在平稳的叙事中，强调叙事纪实，并能够在解说词的烘托中体现主题。本纪录片的解说词将以第一人称的口吻娓娓道来，在讲述故事、补充画面内容的同时，也使得主人公的思想和观众之间有一个交流的空间。

>（七）纪录片的冲突：

>（八）纪录片的表现方式：

本纪录片采用故事化的形态的手法来表现纪录片的真实内容、悬念、细节、铺垫、重复、冲突、高潮和情景再现法对曾经的故事情节代替语言的讲述。例如，在故事叙述时，我们可以通过对主人公或其“同事”的摄像机采访来插叙其中来推动事件的发展。

>（九）纪录片的结构：

在影片的最后是将成果的一个展现，如杂志的展卖活动或发送的画面以及画外音中主人公对此次出版活动的感想的表达，最后将画面切入被采访的主人公，最终定格在主人公拿着杂志微笑的中景镜头上。

>四、拍摄场地

传媒新声杂志社办公室、石大校园采景、其他根据被采访对象的情况进行安排

>五、受众分析

显性受众：广播电视新闻学专业师生；从事广播电视行业的工作人员；学校报社及杂志社团；与广电相关行业的人员，出版行业等

>六、实施可行性分析及可能遇到的困难

被拍摄对象均在石河子大学这一个整体环境中：人员相对固定，并且时间的有效性较长，整体流程中有一定的可控性，需要的资费较少，设备较为简单，场地选择相对容易、基本不用设置特定的布景来进行主观意愿的表达。有相关老师的指导，可以在理论上有一定保障。我们还可以看到，在拍摄纪录片的时候，还可以在被拍摄对象的指导下对策划和实施进行不断校正和完善。

>七、效果预测

>2、以画面为基础语言，配以解说词与音乐，把握节奏和印象的造型美感；

>3、提高受众的人文精神与审美价值与品味，开阔视野，由多种文化的交流最终达到情感交流的目的；

>4、以形象性和客观实录精神满足人们求知渴望和精神探索需求，作为审视社会和人类自审的工具；

>八、拍摄设备

摄像机一台；三脚架；录像带若干；服装道具等

**摄影纪录片分析范文16**

一、 活动背景

经济的发展使得城市周边也发展成为城市，他们因此的丢失土地本省安身立命的东西，开始融入城市的生活，但是低文化水平的他们可选的工作少之又少，为了生存他们只得出卖苦力，还有一些远离城市的乡村，他们为了改善落后的生活，居家迁居到城市里，他们同样没文化，也只能出卖自己的劳力。经济在快速的发展之中，但是社会存在的贫富差距却越来越大，这群底层人民的生活越来越艰难。因此我们将视角投在他们之中，拍摄以他们的工作以及居住环境为拍摄内容，拍摄地点选在遵义市，方便小组成员进行拍摄。我们本次选择拍摄的内容是记录他们这群农民工进城后的生存状态。

二、 活动的目的及意义

活动的目的就是拍摄出优秀的纪录片，让整个社会的人们看到农民工的辛劳与艰辛，携手共同的关爱他们，让他们在这个城市生活得更加有尊严，更加幸福、快乐。同时，望有关部门能够加快采取措施或改善他们的条件。另一方面，这一次团队的协作，也能够让同学之间互相交流、合作，增加团队协作的意识。

三、 资源需要

在设备充足的条件下，只需两套摄像机就可以了，这样成员分成两部分进行，一部分拍穷人，另一部分拍富人，分工协作，最终一起剪辑。这样既能够提高工作效率，并且不会出现资源浪费。

四、 活动开展

穷人，这是我们要反映的主题，首先是远景拍摄(绕凤凰山而居的贫民窟)，近景再去拍摄他们一天的生活工作，从早到晚，可以从早早的清洁工、大汗淋漓的背背篓人，到烈日下工地上的建筑工人。注意镜头的特写(如，皱巴巴的脸、黄黄的牙、青色的鞋等)，主要是反映他们的朴素、善良的心，但又贫困潦倒的外在形象。其次是他们的生活居住环境(比如，脏兮兮的斑驳脱落的墙壁、黑漆漆的室内条件、邻里之间的拥挤、吵架，错综复杂的电线等等)，主要体现脏、乱、差、挤等。

富人，这是我们要进行对比的另一个素材，我们可以选择在百盛、国贸等这些高档的大商场，琳琅满目的商品，高贵奢华的装饰，大街上的豪车等。这一切都与那些穷人们形成鲜明的对比，我想以此更能够震撼人心。

光的应用，根据主题而来，所有的外在环境都是为了体现总的主题服务，夕阳穿过梧桐树照射着，辛劳一天的人们回家来了。城市的每一角，华灯初上，灯红酒绿的生活才刚刚开始，这到底是谁的凄凉，同时从一个小小的角落也想人们传递着真、善、美的生活。

五、 内容策划

(一) 纪录片名称：《城市的天空下——活着》

(二) 片长：5~10分钟

六、 纪录片的基调

影片主要是呈现较为低沉且快速的基调，音乐一定要配合画面快，快节奏的生活。一方面，快速且有震撼力的音乐，这样才能够提高人们的注意力且对心灵具有冲击力。另一方面，也只有在快速的节奏才能在短短的几分钟内反映我们要表达的主题与内容，说明这同时也是一个刻不容缓的问题。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！