

GOTOP



让商品畅销的 产品摄影之道

殺 著

进阶摄影知识与技能，挑战高质感商品摄影！



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



让商品畅销的 产品摄影之道

许毅 著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (CIP) 数据

让商品畅销的产品摄影之道 / 许毅著. — 北京 :
人民邮电出版社, 2015.10
ISBN 978-7-115-40158-8

I. ①让… II. ①许… III. ①广告摄影—摄影艺术
IV. ①J412.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第200550号

版权声明

商品价值再进化© 许毅 著/碁峰资讯有限公司 (GOTOP Information Inc.) 出版

中文简体字版©2015由人民邮电出版社发行

本书经碁峰资讯有限公司授权, 同意由人民邮电出版社出版简体字版本。未经书面同意, 不得以任何形式任意重制、转载。本书不得在中国香港、澳门特别行政区及台湾地区发行及销售。

内 容 提 要

本书是知名摄影师及畅销书作家许毅从事商品摄影创作及教学工作多年的经验结晶。作者在书中全面介绍了商品摄影的方方面面, 从处理每一件商品时所需要留意的摆放方式、布光手法、风格选择, 到素背景拍摄与去底、情景拍摄布置等无不细致讲解。除了商品的拍摄技巧, 书中还介绍了商业摄影师常用的, 简单、高效的后期处理方法。

本书讲解细致、图文并茂, 全面阐释了如何把商品拍出质感, 使商品价值得到进一步提升。对于商品摄影初学者, 阅读本书将能显著提升摄影水平, 而对于有一定摄影技术, 想要进一步在商品摄影领域有所发展的摄影师, 也将从本书中获益良多。

◆ 著 许 毅
责任编辑 张 贞
责任印制 周昇亮

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京顺诚彩色印刷有限公司印刷

◆ 开本: 700×1000 1/16
印张: 10.5 2015 年 10 月第 1 版
字数: 235 千字 2015 年 10 月北京第 1 次印刷

著作权合同登记号 图字: 01-2014-7528 号

定价: 49.00 元

读者服务热线: (010)81055296 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号



第一篇

一招半式拍商品

8

第一章 单灯也能立大功

10

1.1 澳洲手工回力镖（器材：长型无影罩单灯）	11
1.2 茶壶（器材：雷达罩 + 描图纸）	12
1.3 玉佩（器材：雷达罩 + 描图纸）	14
1.4 小提琴（器材：标准罩 + 描图纸 + 银色反光板）	16
1.5 茶具组 1（器材：雷达罩 + 描图纸 + 银色反光板）	18

第二章 足以应付多种商品的超实用简单灯法

20

2.1 Nikka 武将威士忌（器材：顶光无影罩 + 两侧银色反光板）	21
2.2 睫毛膏（器材：顶光无影罩 + 两侧银色反光板）	23
2.3 茶具组大集合	24
2.4 粉饼盒 & 粉底液（器材：顶光无影罩 + 两片银色反光板）	26
2.5 高尔夫球杆（器材：顶光无影罩 + 两侧银色反光板）	28

第三章 万变不离其宗的采光布局

30

3.1 Dior 美体乳液（器材：顶光无影罩 + 左侧无影罩 + 右侧银色反光板）	31
3.2 玉佩（器材：顶光雷达蜂巢罩 + 两侧标准罩 + 薄珍珠板）	32
3.3 玉饰（器材：雷达罩 + 描图纸 + 两侧标准罩 + 薄珍珠板）	33
3.4 口红（器材：顶光雷达蜂巢罩 + 左侧无影罩 + 右侧银色反光板）	34
3.5 茶具组 2（器材：顶光雷达罩 + 描图纸 + 逆光标准罩 + 控光幕 + 两侧银色反光板）	36

第二篇

光线硬柔决定质感

38

第四章 柔光与硬光的差异

40

4.1 眼影盒

41

4.2 法蓝瓷

44

4.3 微单相机

47

第五章 视商品材质选用适合的光质

50

5.1 武士刀

51

5.2 汉剑

52

5.3 战国玉器（器材：玉立人）

54

5.4 仿真人型公仔

56

5.5 计算机键盘

58



第三篇

精准灯位决定成败

62

第六章 灯位的精准度非常重要

64

6.1 灯位对于商品质感的重要性

64

6.2 灯位对光滑面商品立体感带来的影响

67

6.3 补光与主光位置同样重要

68

6.4 边光的精准度

73

6.5 边光与逆光

74

6.6 光与影的融合

76

6.7 光影的设计与铺陈

78

6.8 用光线让视觉聚焦在商品上

80



6.9 透光的技法	82
-----------	----

第四篇

素材运用的拍摄技巧 85

第七章 运用素材为商品加分	86
---------------	----

7.1 女用香水	87
----------	----

7.2 柔肤水	89
---------	----

7.3 XO 白兰地	90
------------	----

7.4 香水	95
--------	----

第八章 商品摄影其他常用素材	100
----------------	-----

8.1 水	101
-------	-----

8.2 假冰块	103
---------	-----

8.3 烟雾	105
--------	-----

8.4 如何拍出满天星斗的商品情境照?	106
---------------------	-----

第五篇

高、低色调拍摄技法 108

第九章 高色调商品范例	110
-------------	-----

9.1 让虚拟画面进到你的脑袋	111
-----------------	-----

9.2 白背景拍摄透明玻璃商品	113
-----------------	-----

9.3 消除高亮度商品上难看的黑影反光	116
---------------------	-----

9.4 解决画面亮部曝光过度的问题	118
-------------------	-----

9.5 需要完全透光的琉璃	120
---------------	-----

9.6 用小技巧节省后期修图的时间	122
-------------------	-----





第十章 低色调商品范例	124
10.1 会拍之前先学会模仿	125
10.2 商品的变形控制	128
10.3 适合营造沉稳氛围的低色调	131
10.4 用光线决定要让观赏者看什么?	133
10.5 光的衔接	134
10.6 国际名牌精品	137

第六篇

情境商品拍摄技法 140

第十一章 极具吸引力的商品情境拍摄技巧 142

11.1 与水共舞	142
11.2 不用后期软件也能拍出惊人的特效	144
11.3 “借位”技巧又一例	146
11.4 激发创意的练习	149
11.5 重复曝光的技巧	150
11.6 手机与抽象光影	152
11.7 鱼儿鱼儿水中游	155
11.8 用亮和暗的分布凸显商品	157
11.9 做好规划、准备周全，就能百发百中	158
11.10 水波搭配保养品	160
11.11 透心凉的冰啤酒	162
11.12 招蜂引蝶	165





许毅 著

人民邮电出版社
北京



作者序

2010年6月我出版了第一本商品摄影的书《拍出价值感——商品写真力向上法则》，三年多来有一些读者、我的学生、网友经常会问我：什么时候再出第二本？让大家等了这么久，真是抱歉！在 first 本商品摄影书中，因应数码摄影时代的变革，我尝试将正统的大型相机商业摄影术做了一些调整，让无法使用大型相机拍摄商品的读者，也能一窥正统商品拍摄的奥秘。让他们能运用这些知识，从事自己需要的商品拍摄。也许只需要花费极少的材料费用，用简单的黑卡纸、描图纸或自己动手制作的控光器具，通过书中详尽的解说，就能拍出够水平的商品摄影作品。

这一本“续集”，我省略了基础拍摄技巧、摄影棚灯的介绍，将重点完全放在处理每一件不同的商品时所需要留意的重要事项、摆设的方式、采光技法的探讨、拍摄上表现方式的选择等，可以说是上一本书的进阶版。本书涵盖了素背景拍摄、去背商品拍摄、商品情境拍摄，范例中某些简单的素材，也能创造迷人的效果；较为复杂的布光，我甚至用打一盏灯拍一张照片的方式，让读者清楚地看到每一盏灯在该案例的用意是什么？聪明的读者看了本书的范例后，再通过自己的巧妙构思，也许能触类旁通，拍出比范例照片更好的作品。

本书中所用到的范例照片，也许并不一定是当下最广泛的商品类别，如果您想按图索骥来学习某种商品的拍摄方法，也许不一定能达到目的，但是我运用拍摄范例，在字里行间解说很多摄影的原理，这对大家日后拍摄商品可能更有帮助。

也许很多人都知道，我拍商品摄影不做后期，多年来早已习惯底片直接交件，在这本书中我做了调整，试着介绍一些简单的后期合成。在数码摄影时代，“时效性”比以前显得更加重要，商业行为必须随着时间成本调整拍摄方式，只是有个前提：不要过度依赖后期。可以在拍摄时运用摄影知识，花少许时间就能解决的问题，绝不留到后期再处理。还有影响影像质量的后期绝对不做，这样才能兼顾数码摄影“快速”的特性，并保有一定程度的影像质量。试想，如果您买机皇、大三元之前，斤斤计较它的质感表现是否细腻？买回来使用之后，做的全都是破坏质感的事，那不如省一点钱，把钱花在别的地方岂不更好？

我常说：商品摄影是所有摄影领域中最难的，因为它必须是您所有摄影知识、经验值总和的具体实践，才能把商品的质感发挥到极致，它很费时间，有时候枯燥又乏味，偶尔会困难到让您想放弃，如果您无法忍受以上这些，我建议您还是拍人像就好。相反的，如果您想精进摄影知识与技能，想挑战创造高质感，如果您有忍受孤独、享受寂寞的高度情操，欢迎您和我一起体会商摄高挑战性、有趣又迷人的地方！



本书所有作品均用数码单反拍摄，照片中4×5大型相机是形象照中的拍摄道具。

許毅



第一篇

一招半式拍商品

8

第一章 单灯也能立大功

10

1.1 澳洲手工回力镖（器材：长型无影罩单灯）	11
1.2 茶壶（器材：雷达罩 + 描图纸）	12
1.3 玉佩（器材：雷达罩 + 描图纸）	14
1.4 小提琴（器材：标准罩→描图纸 + 银色反光板）	16
1.5 茶具组 1（器材：雷达罩→描图纸 + 银色反光板）	18

第二章 足以应付多种商品的超实用简单灯法

20

2.1 Nikka 武将威士忌（器材：顶光无影罩 + 两侧银色反光板）	21
2.2 睫毛膏（器材：顶光无影罩 + 两侧银色反光板）	23
2.3 茶具组大集合	24
2.4 粉饼盒&粉底液（器材：顶光无影罩 + 两片银色反光板）	26
2.5 高尔夫球杆（器材：顶光无影罩 + 两侧银色反光板）	28

第三章 万变不离其宗的采光布局

30

3.1 Dior 美体乳液（器材：顶光无影罩 + 左侧无影罩 + 右侧银色反光板）	31
3.2 玉佩（器材：顶光雷达蜂巢罩 + 两侧标准罩→薄珍珠板）	32
3.3 玉饰（器材：雷达罩→描图纸 + 两侧标准罩→薄珍珠板）	33
3.4 口红（器材：顶光雷达蜂巢罩 + 左侧无影罩 + 右侧银色反光板）	34
3.5 茶具组 2（器材：顶光雷达罩→描图纸 + 逆光标准罩→控光幕 + 两侧银色反光板）	36

第二篇

光线硬柔决定质感

38

第四章 柔光与硬光的差异

40

4.1 眼影盒

41

4.2 法蓝瓷

44

4.3 微单相机

47

第五章 视商品材质选用适合的光质

50

5.1 武士刀

51

5.2 汉剑

52

5.3 战国玉器（器材：玉立人）

54

5.4 仿真人型公仔

56

5.5 计算机键盘

58



第三篇

精准灯位决定成败

62

第六章 灯位的精准度非常重要

64

6.1 灯位对于商品质感的重要性

64

6.2 灯位对光滑面商品立体感带来的影响

67

6.3 补光与主光位置同样重要

68

6.4 边光的精准度

73

6.5 边光与逆光

74

6.6 光与影的融合

76

6.7 光影的设计与铺陈

78

6.8 用光线让视觉聚焦在商品上

80



6.9 透光的技法	82
-----------	----

第四篇

素材运用的拍摄技巧 85

第七章 运用素材为商品加分	86
---------------	----

7.1 女用香水	87
----------	----

7.2 柔肤水	89
---------	----

7.3 XO 白兰地	90
------------	----

7.4 香水	95
--------	----

第八章 商品摄影其他常用素材	100
----------------	-----

8.1 水	101
-------	-----

8.2 假冰块	103
---------	-----

8.3 烟雾	105
--------	-----

8.4 如何拍出满天星斗的商品情境照?	106
---------------------	-----

第五篇

高、低色调拍摄技法 108

第九章 高色调商品范例	110
-------------	-----

9.1 让虚拟画面进到你的脑袋	111
-----------------	-----

9.2 白背景拍摄透明玻璃商品	113
-----------------	-----

9.3 消除高亮度商品上难看的黑影反光	116
---------------------	-----

9.4 解决画面亮部曝光过度的问题	118
-------------------	-----

9.5 需要完全透光的琉璃	120
---------------	-----

9.6 用小技巧节省后期修图的时间	122
-------------------	-----





第十章 低色调商品范例 124

10.1 会拍之前先学会模仿	125
10.2 商品的变形控制	128
10.3 适合营造沉稳氛围的低色调	131
10.4 用光线决定要让观赏者看什么?	133
10.5 光的衔接	134
10.6 国际名牌精品	137

第六篇

情境商品拍摄技法 140

第十一章 极具吸引力的商品情境拍摄技巧 142

11.1 与水共舞	142
11.2 不用后期软件也能拍出惊人的特效	144
11.3 “借位”技巧又一例	146
11.4 激发创意的练习	149
11.5 重复曝光的技巧	150
11.6 手机与抽象光影	152
11.7 鱼儿鱼儿水中游	155
11.8 用亮和暗的分布凸显商品	157
11.9 做好规划、准备周全,就能百发百中	158
11.10 水波搭配保养品	160
11.11 透心凉的冰啤酒	162
11.12 招蜂引蝶	165



第一篇

一招半式拍商品





第一章

单灯也能立大功

在商品摄影中，经常需要多灯来强调外观各部的线条与质感，这是毋庸置疑的。但是，有些商品只要单灯或是很简单的打灯方法，就能达成商品摄影中必要的任务，把商品的功能、外观形状、颜色，商品的质感等清楚明白地表露无遗。某些商品，若是打了多余的灯，反而破坏了商品本身的质感。如何设计该商品最成功的布光配置？什么样的状况灯光打多了，反而画蛇添足？什么样的情况之下需要多灯拍摄？在商品拍摄前关于打灯光的一个很重要的决定就是：打出商品各部分该有的表现。

