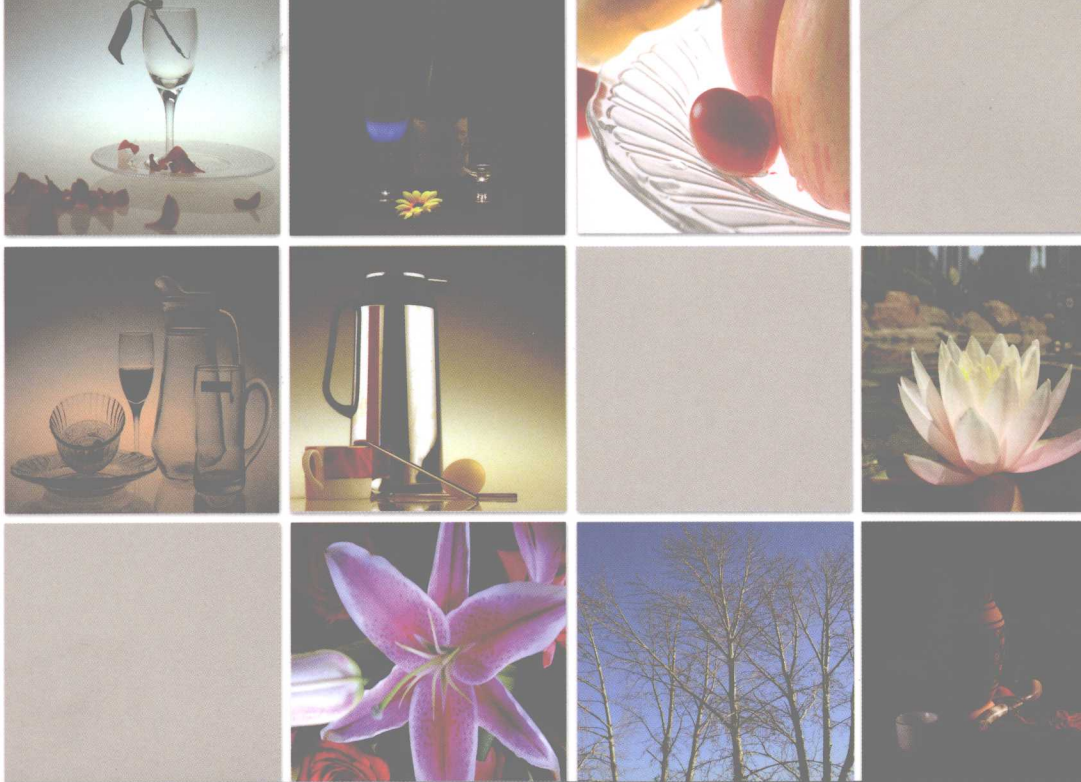


设计理论  
设计基础  
专业设计



高等学校高职高专艺术设计类专业教学  
规划教材

# 商业摄影与实训

曾绍玮等 编著



东方出版中心

21世纪高职高专艺术设计规划教材  
高等学校高职高专艺术设计类专业规划教材

# 商业摄影与实训

曾绍玮等 编著

东方出版中心

## 图书在版编目 (CIP) 数据

商业摄影与实训/曾绍玮等 编著. -上海: 东方出版中心,  
2008. 6

ISBN 978-7-80186-843-5

I. 商… II. 曾… III. 商业广告-摄影艺术-高等学校:  
技术学校-教材 IV. J412. 9

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第079381号

## 商业摄影与实训

---

出版发行: 东方出版中心

地 址: 上海市仙霞路345号

订购电话: 021-51699208 54085567

邮政编码: 200336

经 销: 新华书店

印 刷: 上海锦佳装璜印刷发展公司

开 本: 787×1092毫米 1/16

印 张: 9

印 次: 2008年6月第1版第1次印刷

ISBN 978-7-80186-843-5

定 价: 45.00元

---

版权所有, 侵权必究。

21世纪高职高专艺术设计规划教材

## 商业摄影与实训

主 编 曾绍玮

副主编 梁 彤 刘宏毅 朱云岳  
柳国伟 吕耀华

编委会 汪 芳 周继光 张燕丽 周弘宇 沈 蕊  
罗 雄 郭弟强 丁 伟 冯 凯 朱 霖  
尹 媛

## 21世纪高职高专艺术设计规划教材 学术委员会

成员名单：（按姓氏笔画排序）

于晓芸	于振丹	丰明高	从云飞	区茵
尹春洁	文红	毛根廷	王石礞	王希鸿
王建良	王明道	王德聚	邓军	冯凯
卢国新	史志锴	叶苗	叶国丰	任明
刘畅	刘彦	刘永福	刘岌杉	刘晓东
吕美立	孙超红	成勇	江广城	余克敏
余思慧	吴天麟	吴金	应志红	张跃
张斌	张跃华	李克	李俭	李涵
李超	李纪斌	李茂虎	李桂付	杨晚丽
沈勇	肖利才	邵辉	邵永红	陆天奕
陈正俊	陈石萍	陈华钢	陈伯群	陈国清
陈晓莉	易林	林勇	欧阳刚	罗雄
金德山	段林杰	胡巍	胡亚雄	胡明宝
胡美香	赵方欣	赵永军	赵志君	赵家富
赵德全	唐琦斯	徐南	徐慧卿	翁志承
崔午阳	康强	曹莉	曹永智	曹学莉
脱忠伟	黄涛	黄春波	龚东庆	曾祥远
程宇红	蒋文亮	雄风	鲁力	漆杰峰
蔡炳芸	蔡恭亦	颜克勇	薛福平	戴荭
戴丕昌	戴学映			

# 《商业摄影与实训》课程 / 课时安排

共 96 课时 (4 课时 × 4 天 × 6 周)

章节	课程内容		课时	
第一章 理论篇 (4 课时)	商业摄影——经济领域的艺术	1. 从光学到数码——技术发展的必然	4	4
		2. 从专业到普及——创作理念的更新		
		3. 从理论到实践——教学方法的创新		
第二章 方法篇 (88 课时)	基础训练	1. 相机基本构造	4	12
		2. 曝光与测光	4	
		3. 镜头——焦距、视角与景深的关系	4	
	进阶训练	1. 构图	8	20
		2. 影调、色调、色温与白平衡	4	
		3. 数码暗房——图片魔术师	8	
	布光训练	1. 商业摄影实训室	4	12
		2. 布光和控光技巧	8	
		3. 光位图的绘制		
	创意训练	1. 吸光体拍摄训练	4	44
		2. 反光体拍摄训练	4	
		3. 透光体拍摄训练	4	
		4. 复合商品拍摄训练	4	
		5. 室外人像拍摄训练	8	
		6. 室内人像拍摄训练	8	
7. 建筑拍摄训练		8		
8. 微距拍摄训练		4		
第三章 应用篇 (4 课时)	商业摄影欣赏	1. 俄罗斯风光摄影——淡淡的那一丝忧郁	4	4
		2. 建筑摄影——穿越都市的光与影		
		3. 汽车摄影——力与美的结合		
		4. 创意摄影——灵感的触动		
		5. 另类商业摄影——个性的张扬		

# 序言

艺术设计对于整个国民经济的发展具有举足轻重的作用，它使产品的自身价值得到了提升，其附加值也会不可估量。因此，如果没有这个概念和意识，我们的产品将失去应有的经济价值，甚至浪费宝贵的物质资源。

我国的高职高专教育面广量多，其教学质量的好坏会直接影响国家基础产业的发展。在我国1200多所综合性的高职高专院校中，就有700余所开设了艺术设计类专业，它已成为继计算机、经济管理类专业后的第三大类型专业。因办学历史短，缺乏经验和基础条件，目前该专业在教学理念、师资队伍建设、课程建设和教材建设等方面，都存在着很多明显的问题。教材的改革将会引导教学观念、教学内容、教学质量的改进。这次中国出版集团东方出版中心出版艺术设计系列规划教材，也是教学改革工程的具体体现。本系列教材由设计理论、设计基础、专业设计三部分组成，在编写原则上，要求符合高职高专教学的特点；在教材内容方面，强调在应用型教学的基础上，用创造性教学的观念统领教材编写的全过程，并注意做到各章、节具有可操作性和可执行性，淡化传统美术院校讲究的“美术技能功底”即单纯技术和美学观念，建立起一个艺术类和非艺术类专业学生的艺术教育共享平台，使教材得以更大层面地被应用和推广。

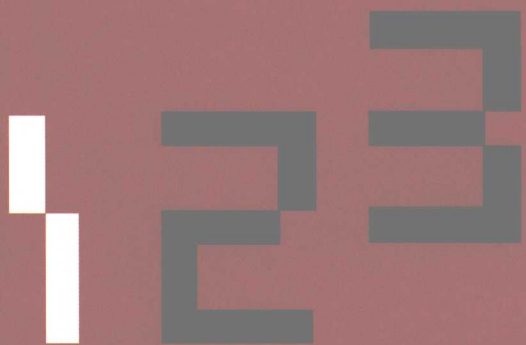
为了确保本教材的权威性，我们邀请了国内外具有影响力的专家、教授、一线设计师和具有实践经验的教师作为本系列教材的顾问和编写成员。相信以他们所具备的国际化教育视野和对中国艺术设计教育的社会责任感，以及他们的专业和实践水平，本套教材将引导21世纪的中国高等学校高职高专艺术设计类专业的教育，达到真正意义上的教学改革和调整。

21世纪高职高专艺术设计规划教材编写委员会  
2008年5月1日于上海

# 目 录

序 言	5
<b>第一章 理论篇</b>	8
商业摄影——经济领域的艺术	9
1. 从光学到数码——技术发展的必然	10
2. 从专业到普及——创作理念的更新	12
3. 从理论到实践——教学方法的创新	15
<b>第二章 方法篇</b>	16
基础训练	17
1. 相机基本构造	17
2. 曝光与测光	21
3. 镜头——焦距、视角与景深的关系	28
进阶训练	31
1. 构图	31
2. 影调、色调、色温与白平衡	34
3. 数码暗房——图片魔术师	38
布光训练	72
1. 商业摄影实训室	72
2. 布光和控光技巧	74
3. 光位图的绘制	87
创意训练	88
1. 吸光体拍摄训练	88
2. 反光体拍摄训练	92
3. 透光体拍摄训练	96
4. 复合商品拍摄训练	100
5. 室外人像拍摄训练	102
6. 室内人像拍摄训练	109
7. 建筑拍摄训练	114
8. 微距拍摄训练	120
<b>第三章 应用篇</b>	124
商业摄影欣赏	125
1. 俄罗斯风光摄影——淡淡的那一丝忧郁	125
2. 建筑摄影——穿越都市的光与影	128
3. 汽车摄影——力与美的结合	134
4. 创意摄影——灵感的触动	137
5. 另类商业摄影——个性的张扬	141
写在后面	144





## 理论篇

### 商业摄影——经济领域的艺术

从光学到数码——技术发展的必然

从专业到普及——创作理念的更新

从理论到实践——教学方法的创新

## 商业摄影——经济领域的艺术

商业摄影 (Commercial Photography) 泛指一切可以用于商业活动的摄影作品。

摄影术的发明，实际上是寻找一种理想的记录影像的方法的过程。它是由16世纪以来画家写生使用的暗箱的技术发展出来的。图1-1就是当年画家使用的桌形暗箱。

法国人达盖尔发明了摄影术。1839年一个偶然的机，他发现水银可以显影曝光后的溴化银，再通过普通食盐定影，就得到了一个金属负像，而且图像十分清晰，可以永久保存，于是摄影术就诞生了。

摄影术自发明之日起，它的商业价值就得到了人们的认可。早在1841年3月，世界上第一家人像照相馆在英国伦敦开业，但由于技术条件的限制，照一张相需要大约20到30分钟的时间。由于曝光时间过长，当时拍摄人像时，被拍摄者需要坐在安装有头部支撑架的特制座椅上。尽管如此，人们依然趋之若鹜，拍摄人物肖像照片，成为一时之时尚。

在巨大利益的驱使下，商业照相馆如同雨后春笋一般，在欧洲、美洲迅速普及、发展。

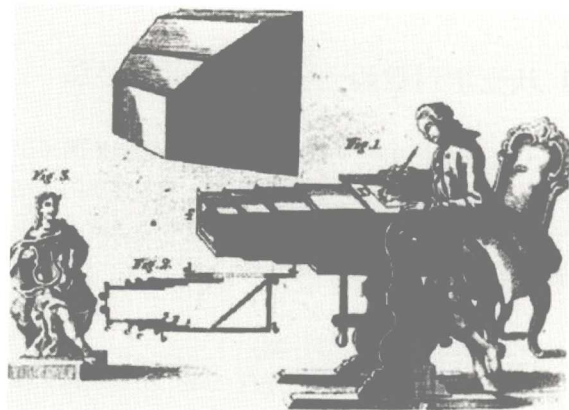


图 1-1 桌形暗箱(资料图片)

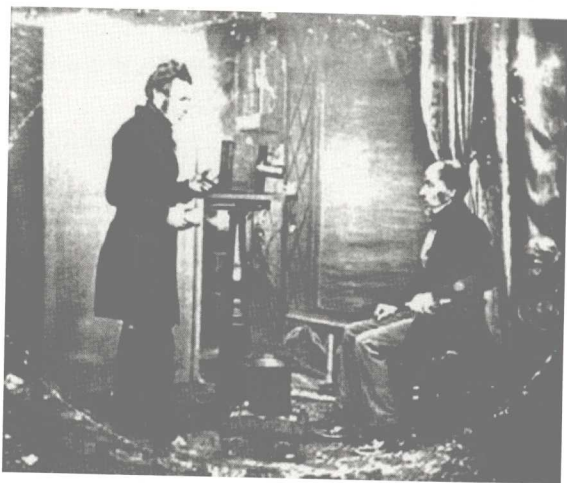


图 1-2 安装有头部支撑架的特制座椅/达盖尔



图 1-3 达盖尔的银版肖像(达盖尔)

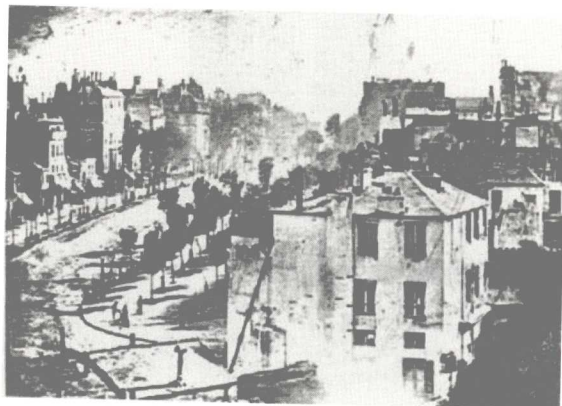


图 1-4 巴黎街景/达盖尔

## 1. 从光学到数码——技术发展的必然

20世纪初,胶印机的发明使高质量的摄影图片出现在印刷品中。它在平面广告招贴、书籍插图的印制中的大量运用,从而使摄影术在商业领域中的运用得到了进一步拓展。

### (1) 传统相机 (按画幅分类)

**A. 小型相机** 1923年,随着135相机在德国的大量生产,“莱卡”等品牌相机逐渐流行于世。这种小型相机使用35mm胶片,主要用于拍摄动态物体,简便快捷,它的推广和使用,促成了萨洛蒙·尤金·史密斯、亚当斯等著名摄影家的出现,使摄影的审美价值得到了充分体现,促进了人类艺术的发展。

**B. 中型相机** 广告业与摄影技术的不断融合,使得一门全新的边缘学科——商业摄影产生了。技术的进步成为商业摄影不断发展的推动力量,特别是单镜头反光相机的诞生,使照相机的产品结构得到了进一步的完善,中画幅相机采用120胶卷,其照片适合制作巨幅照片灯箱广告等较大的印刷品。“玛米亚”、“哈苏”等品牌中画幅单镜头反光相机的出现,为商业摄影提供了强有力的装备保障。

**C. 大型相机** 指能使用 $9 \times 12\text{cm}$ 、 $13 \times 18\text{cm}$ 、 $18 \times 24\text{cm}$ 胶片的相机,分为单轨和双轨两种,代表性品牌为仙娜、星座(单轨)以及林哈夫、骑士(双轨)。大型机拍照影像锐利,能方便地对透视和景深进行控制,适用于静物、人像、建筑、风景的拍摄。但大型机也有操作繁琐、无法自由移动、不能连续拍摄等缺点,且使用时对摄影师的要求极高。



图 1-5 1923年产的小型莱卡相机 (资料图片)



图 1-6 哈苏 201F (资料图片)

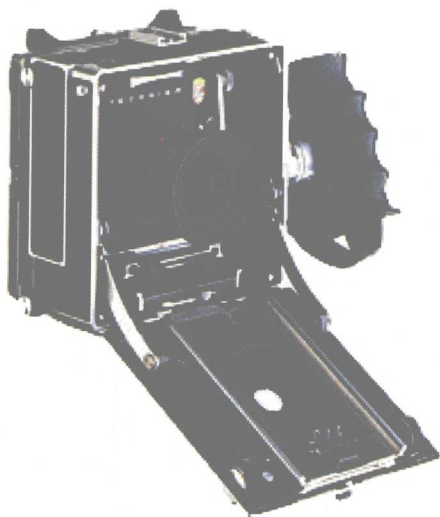


图 1-7 林哈夫相机 (资料图片)

## (2) 数码相机

20世纪80年代以来,随着电子技术的飞速发展、计算机信息技术的逐渐普及,摄影技术也出现了革命性的飞跃——数字摄影技术产生了,它改变了传统的影像记录方式,图像信息的存储、处理和传播变得更加方便快捷,商业图像的生产过程得到极大的简化,大范围的推广、传播成为现实。

数码相机用光电器件代替了胶片,采用数字存储器保存拍摄的图像,能方便地完成图像的存储、传输和处理。

计算机图形图像处理软件的发展,更为商业摄影提供了广阔的创作空间。摄影师或专业图像处理专家可以方便地使用计算机图形图像处理软件,对数码摄影作品进行处理、再创作,使在传统的光学摄影领域中无法实现或对技术要求极高的效果变成了容易达成的目标。

互联网(Internet)为数码摄影提供了一个展示艺术魅力的靓丽舞台。它跨越了时空的限制,将全球各地连接起来,最大程度地实现了信息资源的共享。而在互联网络信息传递元素中,数码图片占据了极大的比例,特别是商业广告照片,具有极强的表现力,能够真实、形象地再现产品的特点,成为众多商家和网络广告商乐于使用的宣传载体。

曾经在摄影界沸沸扬扬的与传统摄影孰优孰劣的争论,早已偃旗息鼓。数码摄影以不可阻挡的发展趋势,逐渐成为摄影的主流。



图 1-8 尼康D3数码单反(资料图片)

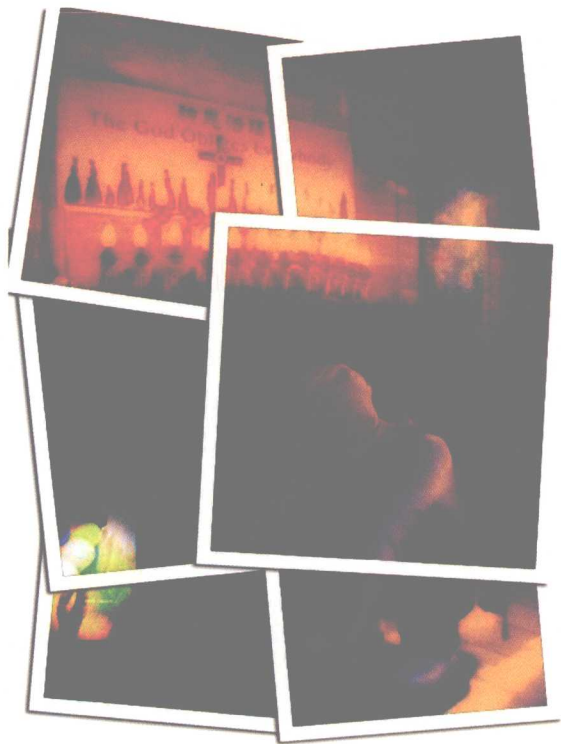


图 1-9 忏悔/崔豪(指导老师:曾绍玮)

## 2. 从专业到普及——创作理念的更新

2003年，笔者向一位从事摄影30多年，长期使用哈苏、玛米亚、林哈夫等专业相机、有着众多优秀摄影作品的摄影家提出了一个问题：“你是怎么看待数码摄影的？”他却感叹道：“数码摄影是好东西，但对我来说是个很高的坎……”

数码摄影是新生事物，运用电脑软件对数码照片进行加工处理、艺术再创作，可以实现许多在传统光学摄影中无法达到、甚至无法想象的效果。

数码相机的出现是摄影创作工具的变化，体现了技术的发展与进步，也意味着创作理念的更新。

### (1) 传统商业摄影的专业化

商业摄影在它产生并发展的很长一段时期里，都有着极强的专业化特征，这种特征体现在从事商业摄影的人员专业化、使用的设备专业化、冲印设备的专业化等方面。

传统商业摄影大多使用中画幅或大型相机，根据拍摄对象或环境情况配以相应的镜头，采用不同种类的胶卷进行拍摄。它要求摄影师有丰富的实际拍摄经验，因为一个小小的失误，都可能造成拍摄的失败，并且由于冲印过程较长，无法及时发现问题并予以补救，容易造成无法挽回的损失。另外，一般摄影作品并非摄影师亲自冲洗，所以会产生冲洗过程不可控的问题。这些问题的存在，使得商业摄影对专业化的要求也较高。这限制了很多不能参与到商业摄影中来，展现其创作天赋。



图 1-10 仙娜 P3 相机 (资料图片)



图 1-11 罗敦斯德镜头 (资料图片)

## (2) 数码商业摄影的普及

1995年，以生产传统相机和拥有强大胶片生产能力为优势的柯达（Kodak）公司向市场发布了其研制成熟的民用消费型数码相机DC40，这通常被视为数码相机市场成型的开端。但由于技术的限制，其分辨率仅有38万像素，只能支持生成756×504的图像。这使得当时的数码相机只能是“高档玩具”。

随着数字技术的飞速发展，数码相机的分辨率和存储能力得到了很大的提高，目前已经形成高、中、低档产品完整的生产线，而主流的消费级数码相机也已进入800万像素级，基本能满足绝大多数摄影应用的需求。此外一般消费级的相机价格普遍在2000~4000元的范围内，已能为大多数消费者所接受。数码相机已不是极少数人才能使用的奢侈品，它的普及为广大的摄影爱好者提供了参与创作的可能。

除了一些有特殊要求的商业摄影项目，普通的商业摄影都可以用数码摄影来完成。与传统专业相机相比，数码相机的价格要便宜得多，且不需使用胶卷，也无需冲洗的工序，在相机或计算机上就可以立刻看到拍摄效果。

此外，图像处理软件的功能更加强大、便利，使得相片的后期处理和制作更加便捷，能够实现在传统冲印技术下难以实现的效果，且可以节省大量的制作时间。



图 1-12 柯达DC40（资料图片）

从商业的角度来看，数码摄影可以有效降低制作成本，这意味着商业摄影门槛的降低，从而有了更大的市场空间。更多的人进入商业摄影领域，给商业摄影带来新的繁荣。

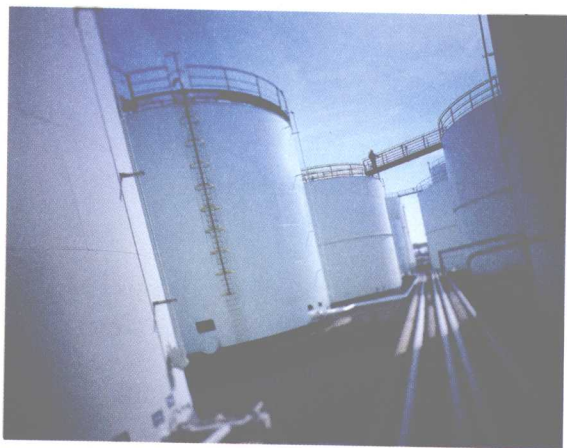


图 1-13 作品/汪丹丹



图 1-14 照片用于画册设计/汪丹丹

### (3) 创作理念的更新

曾几何时，提到商业摄影，人们往往想到的就是专业的摄影师、一流的装备、高档的相机、精美的图片。人们甚至认为没有这些就不能称之为商业摄影。其实，这是一个很严重的认识误区。

商业摄影是指一切应用于商业的摄影。现在被各行各业使用的摄影图片，大部分都是并非出自专业摄影师之手的数码照片。

普及数码摄影已成为了现代商业摄影的主流。这主要体现在以下3个方面：

#### A. 现代商业摄影的大众化

商业摄影活动不再局限于小的群体，有更多的人有机会使用非高端相机、利用数码技术，参与到商业摄影创作中来，从而使得商业摄影的发展具有了更为广泛的群众基础。

#### B. 制作工作大众化

传统摄影的后期制作是在暗室中完成的，要以熟练的暗房操作技术作为基础。这就意味着需要专门的



图 1-15 阳光/蒋智(指导教师:曾绍玮)



图 1-16 个人相册设计/崔豪(指导教师:曾绍玮)

场地和仪器设备，而且还需要经过专门的学习才能掌握。而数码摄影后期处理只需要电脑和图像处理软件就可以了。另外，数码摄影允许失误，只要留有原始的图片，就不用担心处理过程出现的差错，这让每个数码摄影者都可以拥有自己的“个人工作室”，从而使制作工作大众化。同时，由于不再需要暗室，也便于“群体创作”。

#### C. 创作高度个性化

从某种意义上来说，每个人都有属于自己的创作能力，所以在商业摄影创作中，对于同样的主题，由于创作者自身的原因（文化素养、世界观、情感变化等），创作结果会有很大的不同。

这种个性化创作让摄影风格具有了多样性，从而丰富了摄影文化。

### 3. 从理论到实践——教学方法的创新

在商业摄影课程中，要注重基础理论的学习和应用能力培养。在这个过程中，有针对性地培养高技能人才，应特别注重以下3个方面：

#### (1) 再现能力、表现能力、创造能力的培养

摄影首先是对拍摄对象的再现，掌握好拍摄的基本技巧、准确再现拍摄对象，是最基础的能力；表现力是指对拍摄对象特性的表现，是更深层次的技能；而创造力是发展和进步的源泉，没有创造力，就没有生命力。

#### (2) 基础教学与专业教学的融合

商业摄影是专业技能课程，要以让学生学习的基础理论适量、够用为原则，注重对学生商业摄影专业技能的培养。

#### (3) 教学内容与实际应用的结合

在真实或模拟的工作过程中，习得相关的知识和技能，也就是说这种学习是一种“基于工作过程的学习”，以解决工作过程中的问题为学习的任务，真正实现教学内容和实际应用的结合。



图 1-17 个性人像/王梦雪 (指导教师: 曾绍玮)

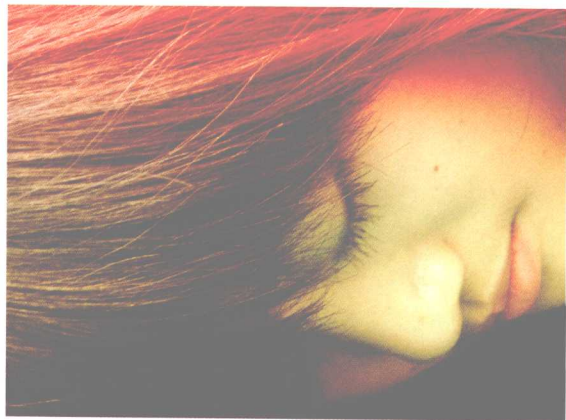
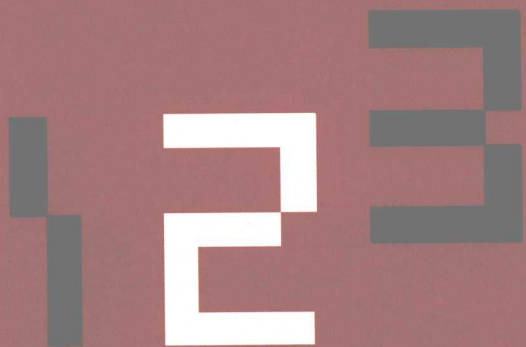


图 1-18 梦/束海棠 (指导教师: 曾绍玮)



图 1-19 正午/谭丽 (指导教师: 曾绍玮)





## 方法篇

### 基础训练

相机基本构造

曝光与测光

镜头——焦距、视角与景深的关系

### 进阶训练

构图

影调、色调、色温与白平衡

数码暗房——图片魔术师

### 布光训练

商业摄影实训室

布光和控光技巧

光位图的绘制

### 创意训练

吸光体拍摄训练

反光体拍摄训练

透光体拍摄训练

复合商品拍摄训练

室外人像拍摄训练

室内人像拍摄训练

建筑拍摄训练

微距拍摄训练