

婚纱摄影

摄影经营系列

顾云兴 著



浙江摄影出版社

责任编辑：赵爱萍

封面设计：孔祥先

装帧设计：崇 蓉

责任校对：程翠华

图书在版编目(CIP)数据

婚纱摄影/顾云兴编著. —杭州:浙江摄影出版社,

1998.9(2000.8重印)

(摄影经营系列)

ISBN 7-80536-544-X

I. 婚… II. 顾… III. 人像摄影, 婚纱-摄影艺术

IV. J413

中国版本图书馆CIP数据核字(1999)第54836号

摄影经营系列

婚纱摄影

顾云兴 著

浙江摄影出版社出版、发行

(杭州市葛岭路1号 邮编:310007)

经销:全国新华书店

制版:深圳彩视电分有限公司

印刷:浙江印刷集团公司

开本:787×1092 1/16

印张:6

印数:5001—7000

1998年9月第1版

2000年8月第3次印刷

ISBN 7-80536-544-X/J·292

定价:50.00元

(如有印、装质量问题,请寄本社出版室调换)

J413
22

摄影经营系列

婚纱摄影

浙江摄影出版社

前言

婚纱影楼的经营与管理

- 6 投资预算
- 7 宣传及营销
- 10 影楼的管理

婚纱影楼的布局与设计

- 14 总体布局的注意要点
- 14 具体安排设计

婚纱摄影化妆

- 32 美容
- 36 美发

婚礼服饰

- 40 服装
- 44 饰品、捧花

婚纱摄影拍摄技法

- 54 选择最佳视点
- 58 造型变化多端
- 62 捕捉精美瞬间
- 64 用光技巧
- 70 创意构图
- 74 户外摄影
- 78 合成摄影

后期加工

- 90 制作
- 92 整修
- 92 局部着色和浮雕效果
- 92 照片装裱

目 录

前言

结婚是人生中的一个重要的里程碑,它标志着一对新人同创新生活的开始,是值得纪念和庆贺的一件大事。拍摄婚纱照,是这件大事中重要的一环。放大的婚纱照片,不但给新房增添了喜气和温馨,而且还形象地起到了见证作用。在现代生活中,婚纱摄影已演变成成为流行文化中的一种,伉俪结合而不拍些谱写人生新曲的婚纱照片,大概是为数极少的了。

当前,在摄影经营中,全国各地纷纷开设了婚纱影楼,以满足新婚伉俪的需要。本书欲从经营的角度就婚纱影楼的投资与管理、设计与布局、化妆与服饰、拍摄技法以及后期加工等方面,进行详细地介绍,相信会对广大的婚纱影楼投资者及摄影爱好者有一定的借鉴作用。书中所载照片除署名的 5 幅之外均由上海复兴中路 532 号皇家摄影艺术沙龙有限公司提供,大都为公司总经理、上海市华侨摄影协会主席唐震安先生创作,在此谨向唐震安先生及皇家影楼等表示谢忱。行文仓促,不当之处,敬乞读者指正。

顾云兴于上海

1998 年 3 月 15 日二稿

Y
S
S
H



投资婚纱影楼,必须对影楼的经营管理和布局设计等有一个总体的规划和详尽周密的考虑。在影楼开业前后很长一段时间里要对市场进行认真的调查研究,做到心中有数,这样才能作出正确的判断和决策。

首先,要对当地的婚纱摄影市场及居民人数甚至每年结婚登记的人数作一番认真的调查,并以此来筹划影楼创设的地点和规模大小;其次,针对当地已有影楼的业务量、照片质量来确定自己的婚纱影楼的拍摄特色和风格;再次,安排影楼的总体

婚纱影楼的经营与管理

布局、装潢及门面、橱窗等精细之处的布置、配置器材、服饰、员工等;最后,策划宣传企业形象的最佳方案,制定营销战略和周到的服务措施,并考虑人事、业务、技术、财务等各项管理工作。

无论是创设前的准备工作,还是开业后的日常管理都非常重要,不能掉以轻心,尤其是日常的管理工作,因为影楼的营销发展、业务兴旺、增效节支等都是全面严格的管理所产生的结果。

投资预算

规模预算

婚纱影楼规模的大小,主要按自己的经济实力及当地的实际来决定。创设单开间店面的小型影楼,装潢费用约需 10 万元,两开间店面的中型影楼装潢费用约需 25 万元。婚纱影楼的选址一定要注意,最好是在闹市或城镇的主要街道及其转角近处的支路上,千万不可因房价便宜而选址在偏僻之处。

必备的摄影器材、服饰、道具等投资,主要包括照相机 1—2 台、附加镜若干、经济型或专业型影室灯 4 只、背景架 1 支、背景 3—4 幅、各种女装 15 套、男装 5 套、道具等,再加上一个月的员工工资、宣传费用等约需 15—20 万元。

投资预算总计:小型婚纱影楼约需 25 万元,中型影楼约需 45 万元。当然,房屋自建或租赁费用除外。

摄影器材的购置

婚纱摄影所需的器材,主要有照相机、影室闪光灯、附加镜等。

照相机 由于婚纱照片都要放大成 24 英寸或更大的照片,因此一般使用 120 照相机拍摄。如购置价格在

2 万元左右、带标准镜头的玛米亚 RB67 照相机,并加配 180 毫米长焦镜头。其实小型影楼选购国产神龙 II 型 6×8 照相机最为合适,既顶用,价格也实惠。此外,135 照相机也可用于婚纱摄影。因为现在的胶片品种丰富,质量也有很大提高,如 ISO25 等低感光度胶片,用 135 底片放制 24 英寸或 40 英寸照片,其质量与 120 底片相比,差距并不太大,所以 135 照相机同样适应婚纱摄影的需要。海鸥 DF—300X 照相机连标准镜头为 1200 元,海鸥 DF—2 照相机连标准镜头为 500 元,海鸥 70 毫米—210 毫米变焦镜头为 600 元,小型婚纱影楼大可不必花大投资在 120 照相机上。

影室闪光灯 影室闪光灯品种繁多,进口和国产,价格相差很大。欧洲产的比港台产的价格高 2 倍多,港台产的又比内地产的高 1 倍多。目前,不少内地产品已达到进口产品的水平,中小影楼完全没有必要购买进口灯。如上海产永江牌影室闪光灯,采用进口灯管,充电时间在 4 秒以内,设有 4 挡造型灯同步和色温稳定的调光,同步线为对人体和照相机均安全的低压触发,主副光灯架具有气垫防震功能,并有较全的配套附件,包括多种尺寸的柔光箱、各色涤



俏丽的新娘,手举绿叶缠绕的鸟笼,一派休闲轻松的模样。

纶薄膜片(简称色片)、挡光板、蜂巢罩、灯架、发灯吊臂架、低位地灯架等。中小影楼配置经济型 YJ—200C、YJ—300C 影室灯各 2 只、灯架 4 只、柔光箱 2 只、蜂巢罩 1 只、挡光板 1 只即可,全套共计 7000 元左右。

附加镜 附加镜是加在摄影机镜头前面的镜片。婚纱摄影常用的附加镜有:

(1) 柔光镜 也叫柔焦镜。它是一块无色透明的不平整光学玻璃,镜面上凸起的小圆点或下凹的不规则图案能起到柔化影像的作用,使人物的脸面、颈臂等部位表现得更加细腻匀净、柔美滋润,也有助于营造画面温馨浪漫的气氛。它的柔化效果强弱对比如下:尼康 2 号比 1 号柔化效果强;装在焦距长的镜头上比装在焦距短的镜头上柔化效果强;拍摄物距远的比物距近的柔化效果强;光圈大的比光圈小的柔化效果强。

(2) 动感镜 它能使影像产生局部虚幻流动的效果。这是因为在无色透明光学玻璃的某一部分刻有均匀的平行横线条,光线通过这一部分便因折射而产生流动线条。所刻线条深且密的比浅且疏的动感效果强;被摄者服装色彩浅的比深的动感效果强;光圈大的比光圈小的动感效果强;光线明暗对比强的比对比弱的动感效果



真清流露的瞬间,是摄影师抓拍的关键。

强。

(3) 中空镜 由红、黄、蓝等有色光学玻璃制成,中央加工出一个圆形或椭圆形的孔。它可以使人物周围形成色彩渐变的效果,如在红色背景前拍摄时加上红色中空镜,会在人物身体周围形成由浅到深的渐变红色,与背景色融为一体,但又保持中间人物主要部位的原有颜色。圆孔大的比圆孔小的效果明显,光圈大的比光圈小的效果明显。

除了附加镜外,还可在镜头前加黄、红、绿等滤光片,以改变画面色调,增添照片情趣。

感光胶片 婚纱摄影常用的感光胶片有彩色负片和黑白负片,有些影楼还使用彩色反转片。彩色反转片用彩色负片的显影液如 C—41 配方,冲后可印成一种特别的黄色调的婚纱照片。各种常用感光胶片的特性如下表。

宣传及营销

婚纱影楼投资者都希望影楼兴旺发达,这就要千方百计通过宣传来促销。

宣传

影楼的宣传就是把企业形象、风格特色、照片质量、

片类	感光度(ISO)	基本特性	适合婚纱照的类型
彩色负片	400	曝光宽容度大,反差小,颗粒较粗。	运用于加网纹的婚纱照。
	160	曝光宽容度大,柔调,颗粒细腻。	婚纱摄影标准底片。
	100	曝光宽容度适中,色彩饱和。	适用于反差较大的婚纱照片。
黑白负片	400	曝光宽容度大,反差较平,柔调。	适用于黑白或单色调婚纱照。
	100	曝光宽容度适中,反差正常。	适用于黑白或单色调婚纱照。
彩色反转片	200	曝光宽容度略大。	适用于负冲类型婚纱照。
	100	曝光宽容度较窄,色彩饱和。	适用于负冲类型婚纱照。
	64	曝光宽容度极窄,色彩极易饱和。	适用于负冲类型婚纱照,曝光不易控制。

周到的服务等广而告之。要让人们,尤其是未婚青年,对影楼留下深刻印象。怎样开展宣传?可以有下述一些途径:

企业形象本身就是最好的广告 设计优雅、装潢新潮、灯光明亮的影楼门面、橱窗和大堂以及陈列的大幅婚纱照等,常可使行人驻足观赏,这些本身就是无声的宣传。组套中有加摄录像带或VCD项目的,要在录像带或VCD的片头上录上本影楼的名称或标志,以及店面形象等。这些都是不必另外支付费用的宣传,而且是长期有效的。

拉横幅 在闹市的十字路口,拉上大红横幅,写上言

黄色的百合花永远属于幸福
恩爱的伉俪。



简意赅的广告语以及影楼名称、地址、电话。还可在路边竖立图文并茂的广告牌。当然,这样做得经过有关管理部门的允许。

橱窗陈列 陈列婚纱照,不必局限于自家影楼的橱窗。可制作适当大小的夹板,贴上影楼靓丽的婚纱照片并写上广告语,联系其他商店(可适当付费),放在他们的橱窗里或其他醒目的地方以扩大宣传。

报刊广告 在报纸上登广告,宜登晚报或摄影报;在刊物上则宜登在以青年为读者的期刊上。登报刊,要有一个连续性,不能登一次就算了,那样收不到效果。

电台、电视台广告 在

电台、电视台播发广告,费用较高,但效果很好。

做广告必须要舍得投入,大胆投入,才会有优厚的回报。如江苏常熟市新开的“钟爱一生”婚纱影楼,店面装潢花去10万元,在开张前后各半个月里,各项宣传也花去10万元。影楼开张后生意兴隆,3个月里就把宣传费用赚回。这个例子说明现代企业不可不注意企业形象的大力宣传。

营 销

除了做好宣传以外,还要实行“七多”的营销方法。

样本多 大堂内接待顾客的每只小圆台或小方台上,至少要置备2册样照簿,供顾客翻阅或让营业员介绍本影楼婚纱照片的特色和质量。

组套多 样照簿内的婚纱照,宜按组套分贴。组套内容主要是有几款7英寸的照片,几张放大照片,压膜(各种膜面)和镜框,再加化妆和换穿几套服装等。组套内容不同,价格也各异。一般要设计出四五个组套供顾客挑选。营业员还要分别介绍各组套的原价和现价,说明其优惠之处,如组套越大越便宜等。

服饰多 影楼接待员介绍了样照簿,就要带领顾客

装满向日葵的大花瓶旁——
对情深的新人相依相偎。



至礼服橱前,介绍本影楼提供的各式各样的服装和饰品,说明式样的新潮,用料的高档,做工的考究,色彩的多变,尺寸的齐备,挑选余地极大等等。

接待员多 大堂里接待员不能太少,尽可能做到一对一服务,即一对顾客进门,就有一位接待员接待。

拍片多 摄影师为新人拍摄某一组套时,宜加倍地多拍片子。多拍片子,一可供顾客挑选,二可供接待员卖片。

卖片多 顾客按组套规定的张数挑定后,接待员就要介绍多余片子的优点,如这张毛片(样片)的服饰是最新型的,那张毛片的表情多么生动自然,另一张毛片的光线、色彩或陪衬是多么别致等。卖片的多少直接影响营销利润。

附销多 在组套内容以外,除了卖多余的片子,还要推销其他配套商品,如压膜,有冷压、热压、细膜、粗膜、水晶膜、闪光膜等;镜框,有水晶框、金属框、木雕框、深色框、淡色框、金色框、银色框、凹凸花框、水果花框等;美工卡有单张的和做成杂志型的、月历卡型的;相簿有皮面、木板面、雕花面、缕空面等。接待员要按婚纱照片的色泽的深淡、尺寸的大小、竖幅横幅等,宣传各项附销商品。而且在宣传时,要晓之以

情,动之以理。如促销相簿,要对新娘说单张婚纱照常会被同学或好友讨去,贴在相簿里人家便不好意思扯下来;对新郎则说应贴一本小型的相簿,称为“娘家册”,送给岳母留作永恒的纪念。

“七多”营销方法,实质上也是促销方法,其效果便是扩展婚纱影楼的业务。

影楼的管理

影楼的管理,主要包括人事、业务、财务和技术等四个方面的管理。它们环环相扣,都十分重要,某一方面管理不善,就会影响整个影楼的发展。

人事管理

创业者可自任经理,并聘一位有能力者为经理助理或顾问。营业部门的服务时间在12小时左右,接待员宜实行串班制,保持不少于两人当班。摄影师可迟上班晚下班,化妆师及后期加工人员则可早上班早下班,均为8小时工作制。员工主要有经理助理、接待员、摄影师、化妆师(兼服饰师)、后期加工者、收银员等必需的员工。至于清洁工、厨工、司机等,则按实际需要而定。员工休息采用轮休制,上下班要签到签退。接待员要记录所做业务的营业额,摄影师记录



黑白照片,进行局部水彩着色,使新娘既朴实含蓄,又艳丽动人。

拍摄的片量,化妆师要记录化妆的人次,经理对员工的服务态度、技术发挥以及有否失误等更应全面掌握并作好记录,这些记录可作为计算月度奖的依据。员工的工资与奖金的数额,宜按当地一般水平和本店业务状况来确定。

业务管理

为了实现增效节支必须做到以下几点。第一,要抓好店容店貌,保持美观和整洁。第二,要设立预约登记簿。预约的拍照日期要安排合理,要和顾客商量尽量把日期分排得均匀,以免双休日太忙而影响服务质量。第三,要不断改进服务态度。顾客进店,接待员要站立迎接并说“欢迎光临”,请顾客坐下后才能坐下;要推行微笑服务,绝不允许顶撞顾客;顾客未决定预约,离店时仍要站立相送。第四,要做好广告宣传。如做路牌广告、登报刊、上电视等;影楼如有自备轿车要醒目地标出店名和地址电话,照片、美工卡、相簿也均要标上店名。第五,业务淡季要实行优惠举措以利促销。第六,要目标明确、观念更新、信心坚定,注意市场动态和潮流动向。第七,最重要的是要千方百计提高照片质量,并在卖片时以一定的折扣优惠来吸引顾客。



载着新人的敞篷跑车慢慢地驶上花园大道，在一棵叶茂枝粗的大树旁边停了下来。摄影师就以此车此景拍下了这张婚纱照片。红车绿叶的相映，使自然景色别具美感。

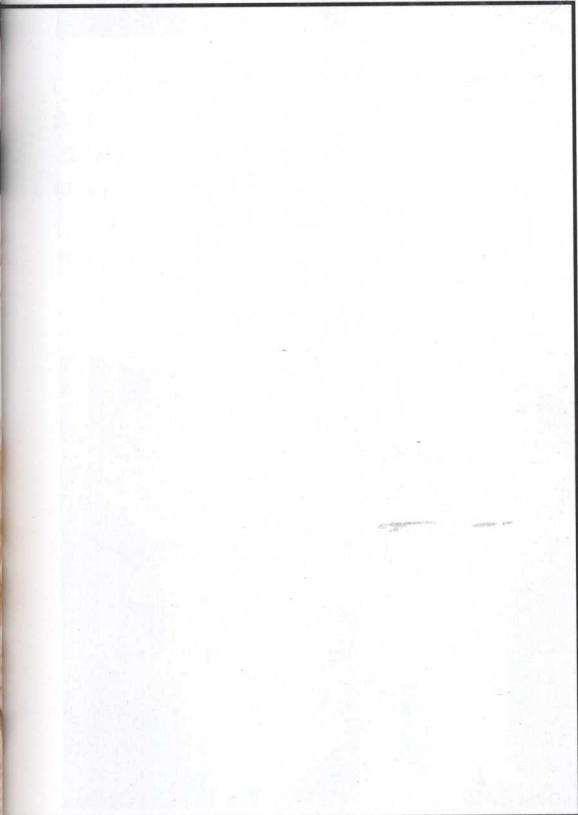
技术管理

技术管理是提高质量的关键。接待员要懂得照片的优缺点，向顾客娓娓道出其优点，对缺点则指出可以通过整修或印放进行补救；要督促接待员相互学习，互补短长，练好口才，以获得顾客信任，提高卖片额。对化妆师要采用请进来走出去的方法来提高技能，请著名的高级化妆师来店指导，让本店化妆师走出去听课，获悉新潮化妆的最新动态。对摄影师要设法提供大都市及国外新潮影册作借鉴，要让他们参加摄影演示或交流等活动，还要不时请模特来拍些创新作品。对店里的婚纱服、晚礼服以及饰品等除了要不断地更新，保持款式的新潮之外，还要注意它们的整洁。

财务管理

实施接待员开票、收银员收款的制度，除备用金外每天收入均送存银行。督促收银员按财会制度记好账，收入必有存根号码，支出必有单据和经手人、经理的背书，单位财产均有登记并编号，月终年终均有财务报表，请会计事务所派员前来定期审查账目，并做到依法纳税，绝不拖欠。





婚纱影楼的 布局与设计

创设婚纱影楼,无论规模大小,首先都要进行布局、设计。本章以几家影楼门面的照片为例,对布局、设计的注意要点以及具体安排进行介绍,供各类影楼的经营者参考。

总体布局的 注意要点

在进行婚纱影楼的总体布局时,要注意下述要点。

有利于业务发展 设计门面、大堂、橱窗时,要注意对路人有吸引力。门面装潢要设计得新潮独特,大堂要优雅明亮,使路人一眼就能看到内部的陈设而想进来参观。

便利顾客 大堂宜装玻璃门,一推便开。不开冷暖空调的季节,宜敞开大门便于进入。还可以在门外置一小台,放上样照簿,让路人不进店也可翻阅。

美观整洁 婚纱影楼是奉献美给予新婚伉俪的服务性企业,不仅要拍出美的婚纱照片,而且要有整洁美观的服务场地使新人感到身心愉悦,这样才能吸引顾客。

体现特色 每家影楼拍的婚纱照,摄影质量和风格特色都不相同。布局时还要进行精心设计,注意本影楼风格特色的阐发和展示,使顾客认识并喜爱。这样,影楼才能够在激烈的市场竞争中得到进一步的发展。

具体安排设计

门面与橱窗设计

婚纱影楼的门面与橱



这是家小型婚纱影楼的门面,门边右下角放一本样照簿,供行人随意翻阅,中间放一个有新娘照片的灯箱,左右是大玻璃的门和窗,店名长招牌内装灯光。大堂里陈列众多婚纱照片,并设置化妆台、接待或候拍台椅、开票台等,充分利用大堂空间。



这张照片展示了整个店面和四只橱窗。黄昏时分,店内灯火通明,橱窗中每张大照片都由各自的射灯照亮,明亮醒目,又不影响其余设置。照片旁绿色植物的衬托,使宣传效果更佳。

这家影楼整个店面为白色,结构与众不同。大门设在中间,可供轿车进入;上面拱梁只装了4个立体金字“皇家摄影”和店标,简洁醒目,气派非凡。橱窗右一左三,不对称而有变化。

(15页)

