# 设计家

# 广告摄影技巧

浙江人民美术出版社

# 广告摄影技巧

陈达瑜

浙江人民美术出版社

# 广告摄影技巧

陈达瑜

## 广告公司的概念

在产品商业化和竞争日趋激烈的社会发展形势下，广告作为一种促销手段来说已成为十分有效的工具。尽量利用各种物体作为开拓宣传的媒介，就形成了五花八门的广告手法。

这一发展，开始是以极简单与粗陋的方式进行的，尔后逐渐地趋于复杂而具相当的规模，现在则已极其专业化了。

先进的广告业务是精细的分工与专业的组合，广告公司就是由几个具备专门人才的部门所构成，共同担负起客户委托的责任。

广告公司在先进社会中的真正定义是广告服务代理公司。其业务是专门为客户代理一切有关推广、销售产品的业务，同时包含研究、调查、统计、定位、设计、公关以及广告品的计划与制作进程等工作。

广告公司在代理工作中所得的报酬是以佣金计算的。在国际上，佣金标准的制定是以所有设计制作与广告进行的消费额的17.65%作计算，作为应得的酬金。当然有的广告公司为能争取更多客户而压低佣金为15%或10%的，但这并不合乎国际准则，同时很可能会损及公司收支的长远利益。要知道：广告公司真正意义就是广告“服务”代理，主要在于服务的成效，客户往往不在乎多花2%—7%的佣金。最主要还应倚仗你的专业表现能力与说服力来取悦于客户。

具有国际水准的广告公司组成部分是：

客户服务部（CLIENT SERVICE）

直接与客户接头联络的服务作业。

市场调查研究统计部（MARKETING RESEACH）

对产品市场进行调查、统计、研究以及分析客户委托的同类产品销售概况，而且还有对质量优劣条件情况调查的服务，从而作出整体广告进行的定位。

创意制作部（CREATIVE PRODUCTION）

这里边包括创意构思、文字撰写、美术设计等，主要对产品广告、促销媒介品的制作负责。这是一个重要部门，对整个系列广告，如海报、报纸、杂志、户外、电视等等的设计及广告品的完成具有直接责任。也就是说，这一部门与广告摄影有着密切关系。

上述的这几个部门就是目前广告公司所不能缺少的，也可说是一个广告公司的心脏。

# 广告摄影的作用、意义与发展

广告事业的不断发展，可以说有赖于摄影技术的发达。摄影技术的表现比美工更能体现其真实感，给予人们更亲切的感觉，因此就取代了纯美工的地位。把摄影艺术技巧与新的创意有机地结合起来，制成有效的广告媒介品，很能达到促销的效用。在这不断的发展中，广告与摄影就再也分不开了。

首先，广告摄影应该赋予一般产品形态以充分的表现。把产品完整地拍摄下来，以配合各种美工画面，使人增加对产品的真实感，尤其在制作样本时更非美工所能及。在摄影家的光和影的美妙运用中，制作出各种组合画面与特殊效果的创新表现，在广告事业界撒布了形形式式的瑰丽花果；摄影技术的尽情运用，还可以美化社会生活，使其表现得多姿多彩，就一般先进国家来讲，广告摄影就占据了人生的很大部分。

在此举个例子：美国人一早起来，打开电视，首先看到的就是电视广告；出了门，触目的便是大牌子的饮料广告；到超级市场，橱窗里尽是日用品海报。小巷中贴满音乐会、电影节目、书籍出版等招贴。办公厅里，翻开杂志是时装广告；打开报纸，厚厚一叠的是百货商场的物品减价广告。这许许多多的媒介广告品，可说百分之百都是摄影的制作，就此可见广告摄影在现代社会中的地位了。

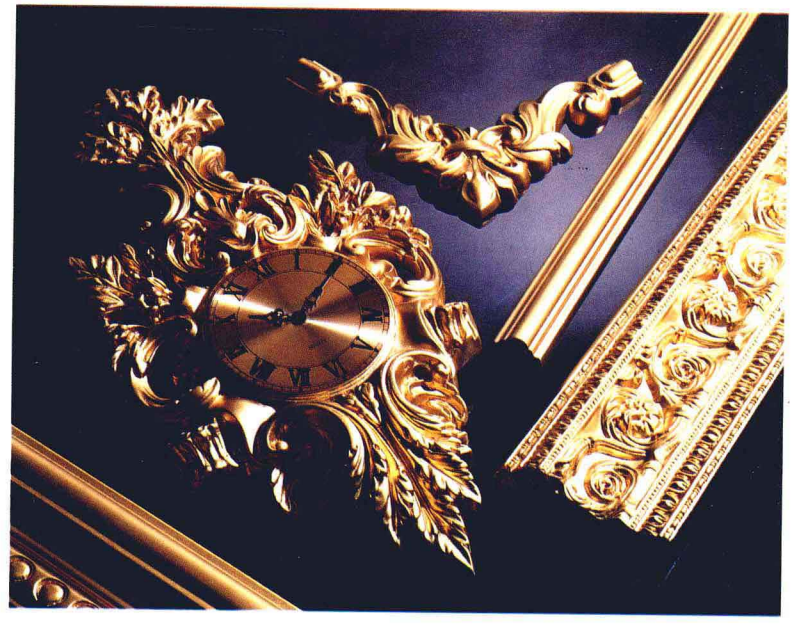
广告摄影是与人类生活息息相关的，以前是卖不出去的产品才做广告，现在销路越好的产品越要做广告；以前有价值的东西要做广告，现在是几毛钱的糖果也都要做广告。

如上所说，广告摄影在社会生活中的地位就可见一斑了。

# 静片摄影与动片摄影

广告摄影目前可分为两大类，一是静片（STILL PICTURE），即是静态的照片摄影；一是动片（MOVING PICTURE），即是动态的电影摄影或录像摄影。

在先进的社会中，广告摄影是一项非常专门的业务。在静片广告摄影与动片广告摄影中，还可分得更加精细些。如有专拍玻璃品的、工业的、空中



的、海底的、时装的、饮料的、珠宝的等，这就形成了许多专门不同类的制作公司（PRODUCTION HOUSE）与摄影室（STUDIO），来承担由广告公司所委托的各种不同性质的产品摄影工作。

从大体而言，广告公司只拥有对客户公关服务的纪录摄影师，至于各种专门广告摄影家是不可能甘愿隶属于某一广告公司的；广告公司也不可能具备雇用几位不同专门摄影家的能力。因此创作指导（CREATIVE DIRECTOR）或艺术指导（ART DIRECTOR）也就乐意在决定稿件后，灵活地从市场上选择适当的能胜任的制作公司或某一摄影室来承担任务。

但是，在发展中的国家里，客户往往没有很足够的预算，广告制作的各项工作也没什么精细的分工。这样摄影制作公司或摄影室就需要有更大的能力，甚至要具有全能的本领，使广告公司或客户交给你的任何产品，都能胜任地去完成它。

在发展中的国家里，把静片与动片工作分开来，有时是不适合的。譬如说，一个广告是需要运用几种媒介体的系列展示来促进销售的，为求宣传的统一，对画面主题的表现，只需要以同样或近似的方法，就能使观者留下相同效果的印象；如果分开来制作，广告摄影就要由几个摄影室或制作公司的不同的几批人，分不同的时空，来完成相同的东西，那就很费力、费时与费预算了。

所以，创意指导或艺术指导会很乐意交由有能力的同一制作公司或摄影室来承担静片与动片的一系列摄影工作。

这样，就可在动片的录像或电影拍摄后，留下灯光、布景、人物化妆等等再拍摄静片。当然也可作一些适合于两种不同胶片或工具需要的调整。这样的安排，差错与不统一是不大会出现的。同时，在时间与预算上也可省俭一些，即使需要分天拍摄，也不需要两次都从头做起。

我总以为作为一个摄影家，如能认真追求，掌握把静片与动片技术融于一体的技术是很适应社会的需要和有长远前途的。

制作动片的基础从静片而来，在光与镜头景深关系、滤镜与特别效果的认识、构图构思等等方面都属同源。

再加上对电影机（录像机）运转的了解、格数的认识、镜头推动摇摆的研究、速度的控制等，是不难把动、静片摄影集于一体的。

我自己就有这样的经验，把制作静片的知识运用于动片拍摄工作上，起了很大作用。其实在好莱坞中的很多名摄影师，都是从静片摄影师进身动片的。

1984年柯达公司在泰国举办的一次电影制作进修班上，请来了美国好莱坞名摄影指导（FRANK STANLEY，A. S. C）。他是一位从事静片摄影的摄影师，后来才进身于动片方面的摄影，取得了很可观的成就，成为好莱坞很有名的摄影指

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

导(DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY),拍了不少成功的电影故事片。

还有一位已故华侨黄宗霑,在好莱坞以静片摄影出名,进而成为在动片上也获得成功的电影摄影师,连外国人都佩服他。那还是在黑白片时期呢。

在泰国就有不少这种集动静片摄影于一体的制作公司,其他地区也有不少,他们的工作效率是非常显著的。

当然,在很发达的国家里,各种专业就分得非常精细了,他们并不为预算困扰,更有足够的时间与精密的设计。他们的摄影师甚至不需要负担灯光的摆设、机器的装置等工作。我到日本东京去做一些电视广告特殊制作时,有机会与日本同行在一起。当谈及光的运用时,他们总说这是灯光师的职责。对他们来说,每拍一个镜头,非有整套人马是不行的,而且还需要导演。又如摄影师与灯光师都配有助手。所以他们每一个广告片镜头的开销就要等于我们一部广告片的开销了。

# 广告摄影所需要具备的基本条件

我们已认识到广告摄影主要是为广告公司服务的,直接关联的是创意设计部门。由创意指导或艺术指导制定的稿件,乃是让广告摄影家依循创意设计需要去完成制品的指导性提纲。——当然在那些发展中国家里常常会碰到由厂商直接交来的业务,那么摄影家有时也就要身兼创意设计工作了。在这过程中,对创意指导或艺术指导的意图要作了解,还要对制作过程中的技术运用有所把握,才能为制品提供更高境界的完善表现。同时,要以客观的立场敢于对错觉或不完善处作必要的修改,更要能对创意者有较充分的说服力,使摄影制品能完美地完成,这样才能使彼此处于融洽合作关系之中。这就是作为一位创意摄影家(CREATIVE PHOTOGRAPHER)的基本条件。

在广告摄影事业圈里,我们常听到的名称有摄影师、摄影家,但在先进国家中有创意摄影家这个名词。在广告摄影业中,创意摄影家占有很重要的地位,这是因为他们拥有较高的专业水平而受到的尊重。

广告摄影是专业的,创意指导或艺术指导所制定的稿件往往是思考设计的一个形态,他们选择广告摄影家时,往往希望他能把预计的形态,甚至内心的想法也能在摄影中完整地表现无遗。然而内心的想法又往往难以用语言文字来表达,这种情况下就要求摄影家自己去了解与推敲了。所以摄影家也就得有创意的能力,要有天赋的审美的眼光、思考

敏锐的头脑与心理学的知识，而且更要有多种灵活的表现手法，这样才能应付客户所交与的工作。

在这里我们所谈及的就是这类有创意能力的摄影家，一般性的摄影师在广告摄影专业圈里就不会受到重任。所以，有前途的专业摄影工作者，就要向这方面去追求，尽量地注意经验的吸收、能力的培养，创造作为一个创意摄影家的条件。

## 广告摄影的构思与设计

一个成功的广告摄影，要能吸引观者的欣赏，能把广告里的东西灌注到观者的脑海里，留存在记忆中。当观者需要时，这件东西的影子就立刻会重现出来，而自然地去选择并购买广告里所介绍的商品。

如何去完成这样一个广告摄影呢？我们就得去构思好一个画面，利用光影、色彩把产品的动向、平衡、变化……尽量充分地表现出艺术的气氛来。有了若干的工作经验，便能制作出富有吸引力的、易为人们所接受的艺术性广告。假如一个产品拍摄出来，虽然看得清清楚楚，却只是平平地用光，那就不如经过光影明暗的艺术处理，从而体现出产品的深度所具有的魅力那么大了。

广告摄影拍摄得富有艺术趣味是令人陶醉的，那么你就领悟到了广告的作用和意义了。

广告摄影的构思与设计，往往也要由产品的级别来决定，为体现艺术气氛，对其浓淡程度就要作适当制定。假如拍摄的是一件高级的音乐产品，你应尽量以富于艺术性的手法来设计；如果产品是大众化的，就要顾及到人们的不同文化水准和生活方式等等，再把不同文化层次的多种心理需求，归纳出一个最接近的共同点，去设计出吸引消费者的广告摄影制作，才能满足客户所委托的愿望。

也就是说，要深刻地去了解广告对象的心理、生活动向，再分析研究，才能做出适当的构思与设计，这样的广告摄影才能达到预期的目的。

## 广告摄影的主要工具

影室的主要工具当然是摄影机器。广告摄影室与广告摄影制作公司，工作的范围是各种不同的产品、各种客户所指定的照片和画面，承担这许多的不同工作面，就必须拥有大、中、小三种不同规格型号的相机，才能满足全面工作的需求。

4×5吋专业相机，有风琴箱式的对焦器，可任意拉长，具有与镜头和后箱一起上下左右摇摆的功能，在近拍或矫正变形等等运动时都能达到要求。其效果是中小型相机所不能做到的。尤其是手动快门开启，多次曝光的特殊应用也比一般相机来得方便，对组合画面更能运用自如，所以它在广告摄影工作中是决不可少的工具。

中型相机，即是使用6×6、6×7或6×9cm等胶片的相机，它在时装或人物动作的拍摄上是较为方便的，因而为一般摄影家所乐于使用。尤其加上连动马达，能在瞬间捕摄到美妙的动作镜头。

小型相机，即35mm相机。它在广告摄影中用途很广，在目前印刷分色技术已具有相当水准的情况下，35mm尺寸的反转片已能制出高水准的印刷图片。这种相机携带方便，运用灵活，对外景记录以及一些不需要放得极大的制作，小型机颇为摄影家乐于使用，尤其在制作宣传幻灯片上是非它莫属了。

上面所讲的是拍静片方面的器材工具，让我在此补充关于拍动片所需要的摄影器具：

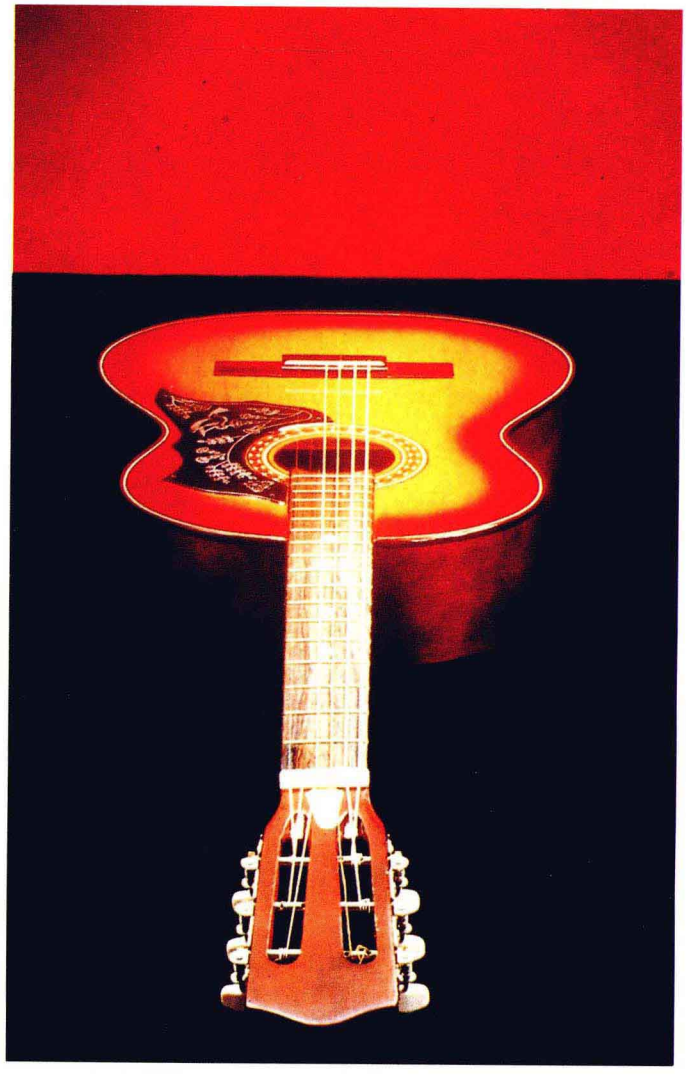
35mm电影拍摄机。这是拍动片广告的重要工具；16mm电影摄影机也是动片广告制作公司需要使用的工具。在很多场合中，如要拍摄灵活快速的镜头时，这种较小型的电影机轻便适用，很利于单人操作。

录像机。现代生活的发展使录像机在广告市场上占了很大比重，除电视媒介外，很多的广告宣传都需要它，如发布会的展示等都需要录像制作。虽然它尚未能全部代替电影，但是录像的后期制作比电影来得快速简便，所以在广告的多方面需求中，电影与录像依然得以并存与分工合作，从而使动片广告摄影制作尽善尽美地得到表现。

镜头。对于静片与动片广告摄影，镜头也是主要工具，每一不同焦距的镜头，都有其不同功能。如能拥有更多不同功能的镜头，在应用上就更加广泛、方便。而一个10倍的变焦镜头是无论如何少不了的。在动片方面，镜头的动作对画面的生动性起很大的作用。当然在静片上广告摄影就很少需要变焦镜头了，定焦镜头就可靠得多了。

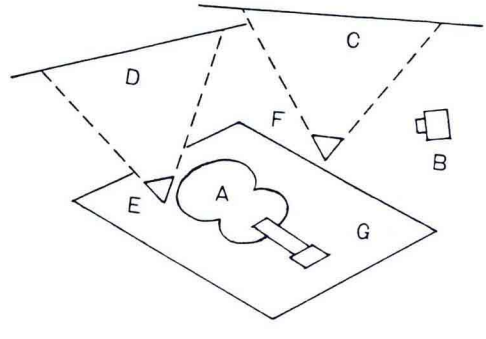
# 广告摄影制作

广告摄影制作的构思、摆布、用光、合成等等的工作程序，最好还是到工作室（WORKSHOP）去领略体会。现在，用一些实例来说明，这样我们才会有更实际的了解。



# 热情的吉他

作为一幅音乐器材的广告照片，需要把这种乐器的形态介绍给消费者，同时又要有吸引力。利用广角镜让物体稍微变形，用黑色背景衬托，采用平光使吉他的白线条突出，这样整个画面就出现富有音乐节奏的回旋感觉。上边留下红色空位，可作文字的安排。整体画面令人感到充满了热情。



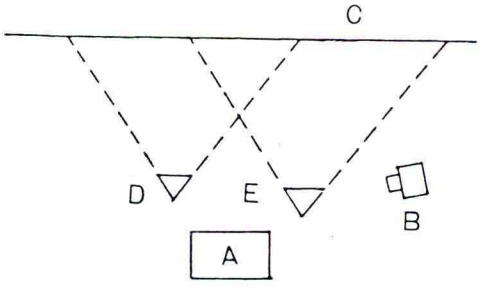

A. 灯光向上由柔板反射照明主体
B. 摄影机
C. 白色的柔板
D. 红色的背景
E. F. 灯光
G. 黑色背景

# 文具

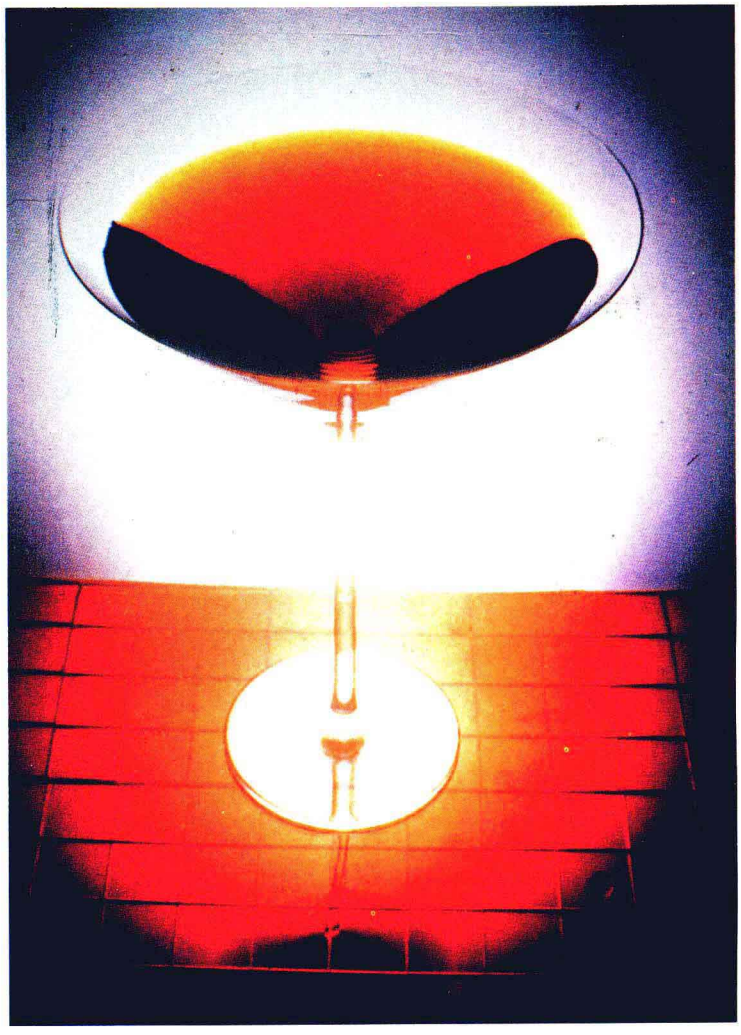
构图设计时特地在下面留出一半空位，以便把一些文字说明加上，使人感到图文并茂。

构图恰当的画面上主要表现产品的形态，在众多的文具品中加上花束、眼镜，使其更富于美感。

光源是利用顶上反光，使文具没有阴影。造成的柔光平衡了整个画面，清晰地表现了物体的线条与色彩。

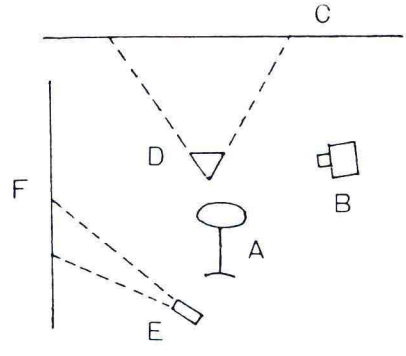



A. 文具等
B. 摄影机
C. 反光板（白色的布框）
D. E. 灯光



# 美酒

酒予人以强烈的吸引力，在画面上以红色物体作为下边背景，同时利用其光线的反射，使主体呈现出美丽的颜色。由于在白背景上加上一盏聚光灯，就使四边呈现暗色，从而把视线压缩到主体上。这样，美酒的形象单纯而强烈地吸引了你，忍不住期望举杯痛饮！




A. 主体
B. 摄影机
C. 白色反光板（白布框）
D. 灯光
E. 聚光灯
F. 白背景

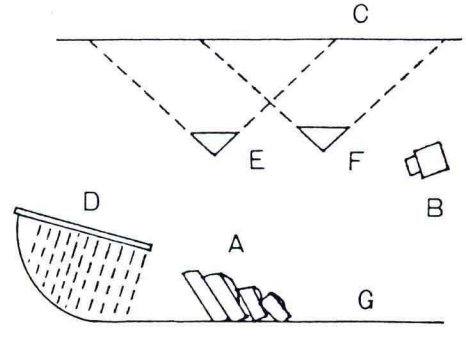


此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

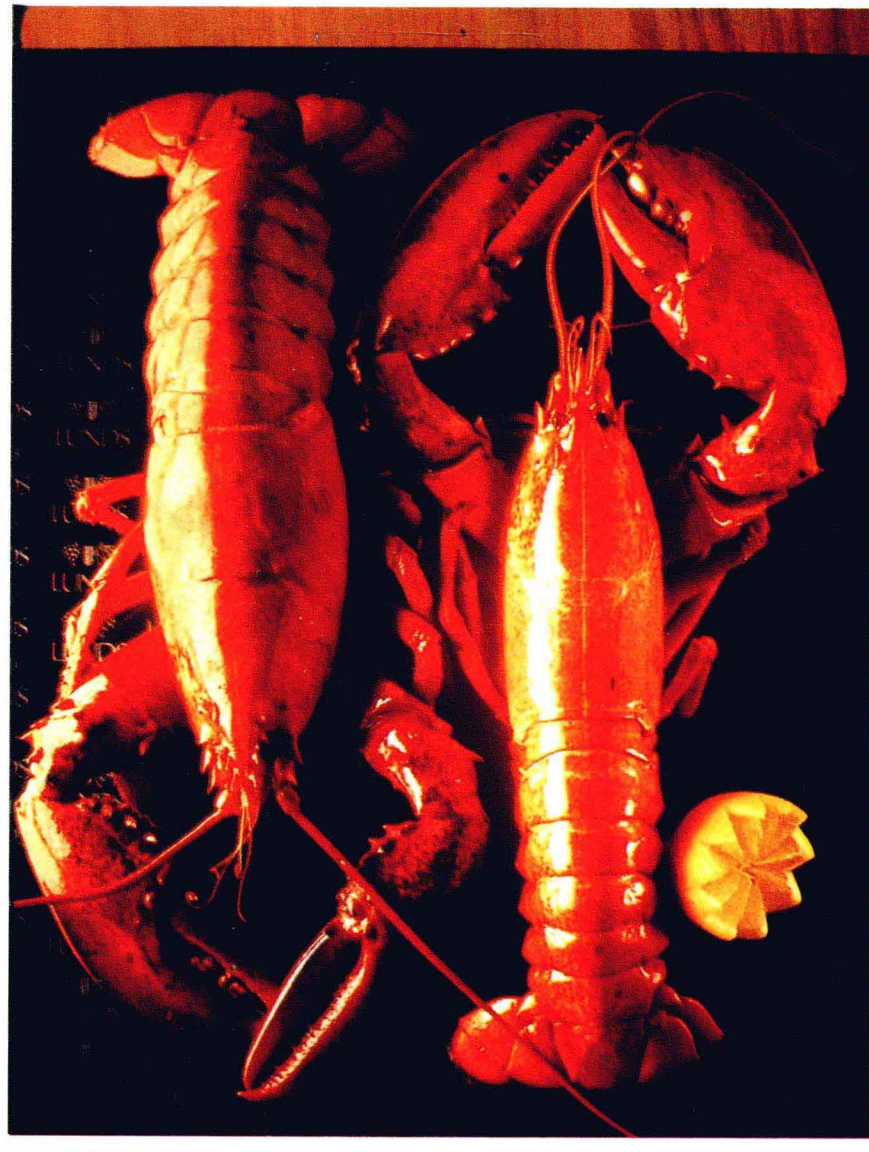
# 皮包

在画面上，尽量以简洁的背景衬托画面，突出皮包这个主体。产品本身的美好设计，自然会引起消费者的拥有欲，比复杂的画面来得更有效果。

这张作为杂志广告和样本封面的摄影制作，在左上角暗位处加上产品商标，再加上简单的文字说明，就已是一幅完整的广告了。



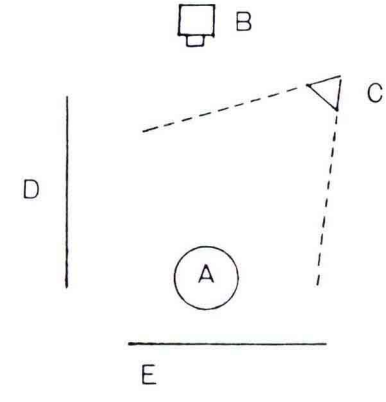

A. 主体
B. 摄影机
C. 白布框作为反光板
D. 挡光板（使之产生阴影）
E. F. 灯光
G. 白色背景纸



# 丰盛的晚餐

餐厅的海报与杂志广告一样，应有新鲜的表现和强烈的诱惑感，使观者的食欲受到刺激，这样就完成了广告促销的任务。

拍摄时强光由右边照明，左边以红色反光把那龙虾表现得新鲜诱人，旁边仅放一片柠檬，使画面显得简洁而不孤单。

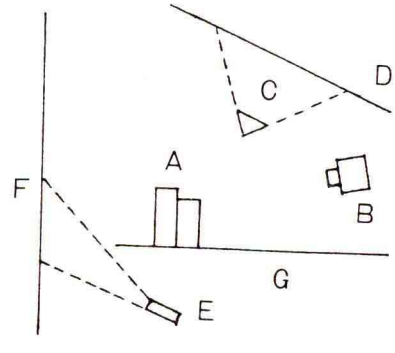



A. 主体
B. 摄影机
C. 灯光
D. 红色反光板
E. 黑色板

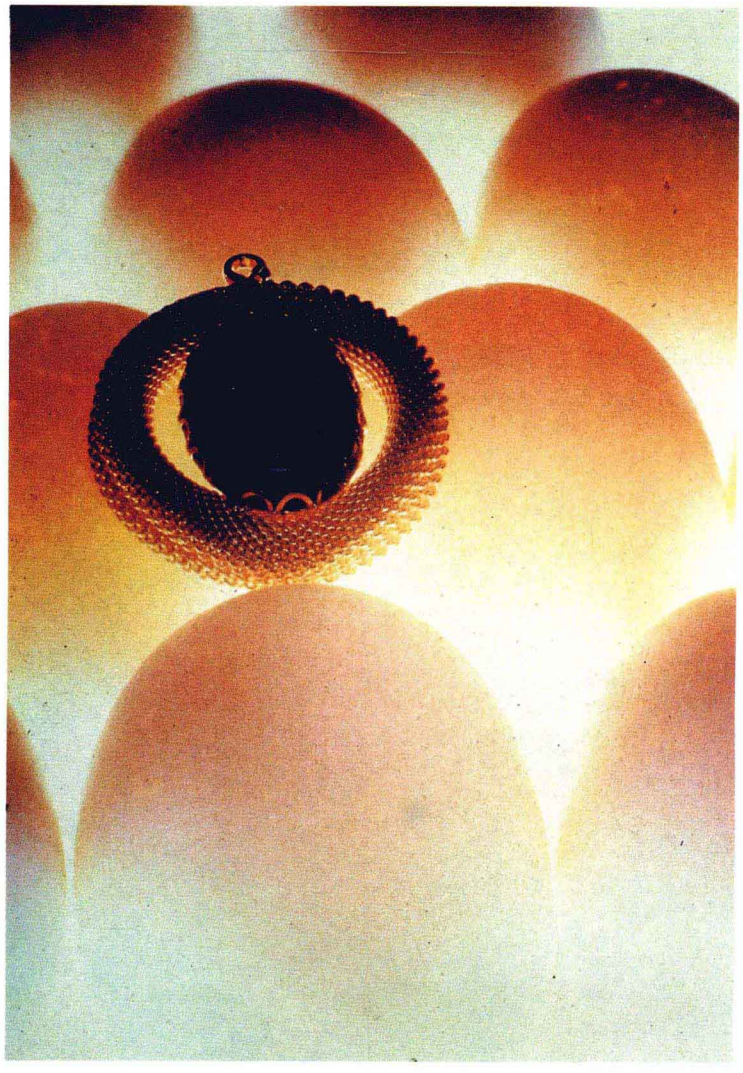
# 蓝色录音带

录音带的牌子与封面设计应有优美的线条感，才显得雅致整洁。这个画面设计就追求配合一致的格局，下面以黑色背景衬托白色的封面，后面衬以由上而下淡化的深蓝色背景，录音带的形态就鲜明地表露出来了。

在录音带的前上方是一盏柔光灯，使整个画面呈现一种幽美的柔情。




A. 主体
B. 摄影机
C. 灯光
D. 黑色反光板
E. 聚光灯
F. 白布框反光板
G. 黑色塑胶板

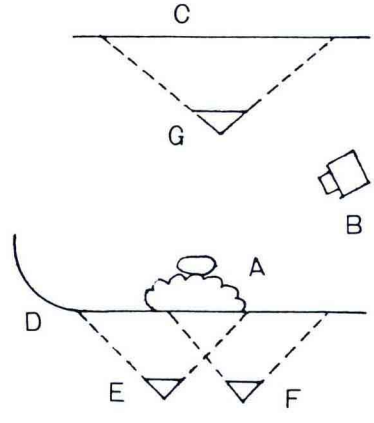


# 迷人的蓝宝石

为了与蓝宝石的形状相配合，同时也有寓意作用，选择了鸡蛋作为衬托——

鸡蛋因易于破碎，是需要小心呵护的物体，蓝宝石与其一样，更需要加以保护和珍惜。两件东西一淡一浓，主体鲜明突出，是一幅极有创意之作。

拍摄时强光从下面向上照明，经过白色塑胶片的背景滤过，光线变得既强而柔；上面反射下来的是较弱柔光，这幅广告制作就表现出雅致的效果。



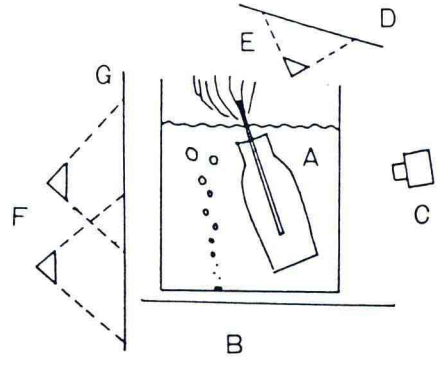

A. 主体
B. 摄影机
C. 白布框反光板
D. 乳白色透明塑胶板
E. F. G. 灯光

# 奶瓶

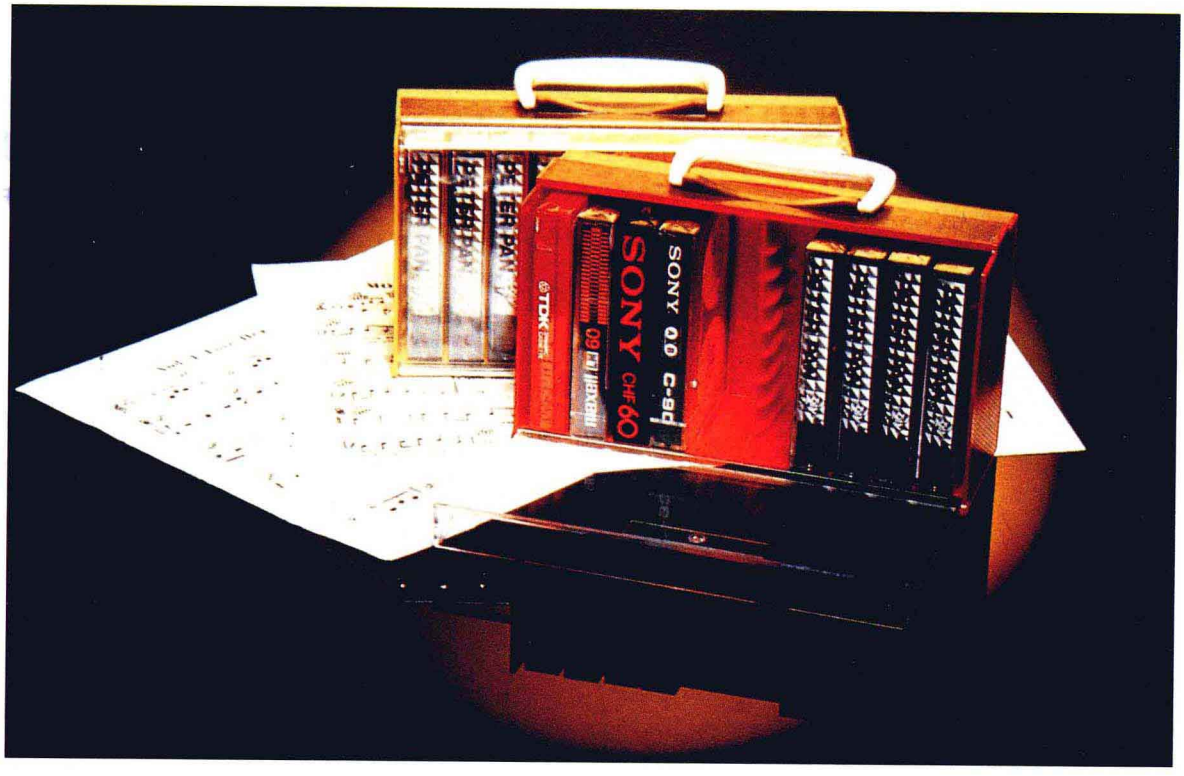
奶瓶促销的关键是卫生清洁第一，表现在商品设计上就要考虑用户的这一心理，从这一点出发，就可在广告摄影中给予充分的发挥。

纯净的清水，玲珑的泡沫，奶瓶是多么的洁白可爱。做父母的是多么愿意去拥有它，这正是崇高爱心的选择。

画面背光较强，使白背景更显得洁白。左上边的主光是使泡沫起显现作用的光源，泡沫则是以养金鱼用的氧气机制造出来的效果。



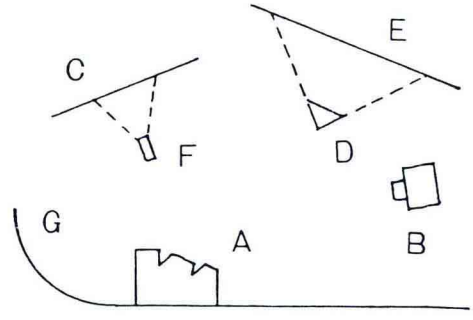

A. 玻璃橱
B. 氧气机
C. 摄影机
D. 白布框反光板
E. F. 灯光
G. 白色透明蜡纸




# 录音带盒子

要把商品的形态既不单调，又有美感地展示出来，画面的设计就要在黑色背景上放白纸黑字的乐谱，黄色的圆光衬托在下面，这样画面就不会感到单调了，美感就体现出来了！

黄色圆光是由后上边黑色反光板反射下来的，这是为画面的需要而设计的。




A. 主体
B. 摄影机
C. 黑色塑胶板
D. 灯光
E. 白布框反光板
F. 聚光灯
G. 黑色塑胶板



此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com