

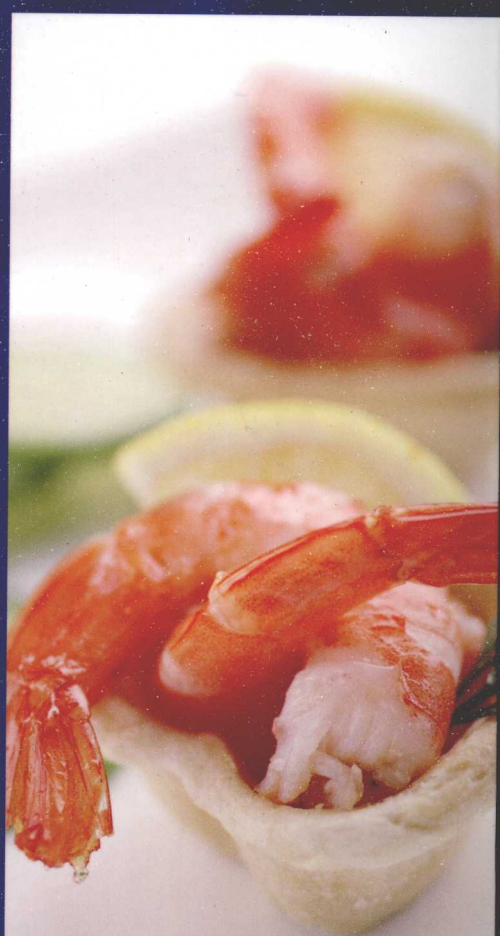


摄影专题技法

# 商业摄影

光合网 编著

掌握商业摄影基础性  
拍摄知识  
小商品的**摆放与构图**  
学习高技巧的  
**光线运用**  
不同物品的  
**拍摄技巧**



浙江摄影出版社

责任编辑 郑幼幼  
文字编辑 姚成丽  
装帧设计 新知互动  
美术统筹 任惠安  
责任校对 程翠华

### 图书在版编目(CIP)数据

商业摄影 / 光合网编著. -- 杭州 : 浙江摄影出版社, 2012.1  
ISBN 978-7-5514-0011-4

I. ①商… II. ①光… III. ①商业摄影-摄影技术  
IV. ①J412.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第190453号

---

摄影专题技法

## 商业摄影

光合网 编著

浙江摄影出版社出版发行  
(杭州市体育场路347号 邮编: 310006)

电话 0571-85151350

网址 <http://www.photo.zjcb.com>

制版 杭州美虹电脑设计有限公司

印刷 浙江海虹彩色印务有限公司

开本 710×1000 1/16

印张 11

2012年1月第1版 2012年1月第1次印刷

ISBN 978-7-5514-0011-4

定价 28.00元



北航

C1631397



013022729

摄影专题技法

# 商业摄影

光合网 编著

J412.9  
08



J419.9  
08

浙江摄影出版社





## 前言

Preface

商业摄影是传递商品信息、促进商品流通的重要手段。它广泛应用于商业活动的各个领域，由小的珠宝物件到大的居家车品，林林总总，都囊括其中。另外，它拥有相对独立的技术和专业特征，与其他摄影门类最显著的区别就是它兼具商业和文化的双重属性。

商业摄影更注重视觉上的美感、光线的营造、商品所包含的品牌内涵以及文化底蕴。一张成功的商业摄影作品必定给人以美的享受，它首先在视觉上吸引观众的眼球，然后逐层递进，便于勾起买家的购买欲。

商业摄影以传达广告信息、服务于商业行为为目的。随着读图时代的发展，消费者也越来越重视图片所带来的信息量，而网络时代的精进与腾飞更进一步促进了商业摄影的发展，大大小小的网上店铺，更使得商业摄影这个曾经高高在上的摄影门类与大众有了更多的接触。那么，怎样抓住商品的特点？怎样拍好我们手中的商品？怎样使拍摄的商品独具特色？怎样才能让它更具有吸引力？本书都将为你一一解答。

本书以深入浅出的语言文字讲解了关于商业摄影的一般流程以及拍摄技巧，结合各种拍摄案例、图片参考，让面对商品一筹莫展的你迅速踏上商业摄影之路。

本书重点介绍了以下环节：

1. 商业摄影的流程。
2. 如何与客户签订商业摄影合约以及合约的相关细则。
3. 拍摄工作的事前准备，包括从摄影器材到影室灯以及相关道具。
4. 拍摄期间如何运作，人手的调配以及器材使用情况的介绍。
5. 拍摄工作结束后，产品照片的后期处理。

# 目录

## Contents

### PART 1

#### 商业摄影的基础知识

什么是商业摄影	012
商业摄影可以自己做	013
数码相机拍摄商品照片的优势	015
商业摄影要如何起步	016
商业摄影后期处理的重要性	019



### PART 2

#### 商业摄影前的器材准备

数码相机及镜头的选择	022
数码便携式相机	022
数码单反相机	022
数码单反相机的镜头	024
认识拍摄台	028
熟识各种可用的灯光	029
各种背景的功能	031
支撑背景的方法	031
必须用到的反光板	032
固定反光板的方法	033
柔光箱的应用	034
反光伞的作用	036
各种必备的小工具	037

### PART 3

#### 商业摄影的照明知识

光线的种类	040
自然光	041
人工光源	042
不同角度的照明	044
灵活变通照明方式	046
简单的商业摄影布光法	048
拍摄案例：香水的拍摄	050



## PART 4

### 商业摄影的基础拍摄技术

数码相机的设定	054
像素设定	054
存储格式设定	054
白平衡设定	056
ISO感光度设定	059
色彩饱和度设定	060
正确的对焦	061
自动对焦	061
手动对焦	063
对焦区域的选择	063
选择正确的测光模式	064
评价测光	064
中央重点测光	064
点测光	064
局部测光	065
掌握光圈与快门的配合	065

光圈与快门的关系	065
光圈与景深	066
商业影棚光圈的选择	067
商业影棚快门的选择	069

### 商业摄影的正确曝光

运用直方图判断曝光情况	070
让相机决定曝光	071
让照片呈现多样的色调	072

### 拍摄案例：商业摄影的构图

## PART 5

### 吸光商品的拍摄技巧

裤子的拍摄技巧	079
裤子的平面拍摄	079
裤子的立体拍摄	080
深色裤子的巧妙布光	081
大衣的拍摄技巧	081
室内布光拍摄	081
利用自然光拍摄	083
羊毛衫的拍摄技巧	086
失败作品原因分析	087
使用卤素灯拍摄	088
使用闪光灯拍摄	089
玩具的拍摄技巧	090
失败作品原因分析	092
使用卤素灯拍摄	092
使用闪光灯拍摄	093
后期处理	094
拍摄案例：如何拍好羊毛衫	098



## PART 6

## 表面光滑商品的拍摄技巧 ■

皮衣的拍摄技巧·····	102
失败作品原因分析·····	102
使用卤素灯拍摄·····	102
使用闪光灯拍摄·····	104
皮鞋的拍摄技巧·····	105
失败作品原因分析·····	105
使用卤素灯拍摄·····	106
使用闪光灯拍摄·····	108
运动鞋的拍摄技巧·····	109
失败作品原因分析·····	110
使用卤素灯拍摄·····	111
使用闪光灯拍摄·····	112
皮包的拍摄技巧·····	113
失败作品原因分析·····	114
使用卤素灯拍摄·····	115
使用闪光灯拍摄·····	115
家具的拍摄技巧·····	117
失败作品原因分析·····	118
利用自然光拍摄·····	119
使用闪光灯拍摄·····	120
后期处理·····	121
拍摄案例：如何表现皮鞋的光泽·····	124



## PART 7

## 反光商品的拍摄技巧 ■

项链的拍摄技巧·····	129
失败作品原因分析·····	129
使用卤素灯拍摄·····	130
使用闪光灯拍摄·····	131
钟表的拍摄技巧·····	132
失败作品原因分析·····	133
使用卤素灯拍摄·····	134
使用闪光灯拍摄·····	135
太阳镜的拍摄技巧·····	136
失败作品原因分析·····	137
使用卤素灯拍摄·····	138
使用闪光灯拍摄·····	139
化妆品的拍摄技巧·····	140
失败作品原因分析·····	141
使用卤素灯拍摄·····	142
使用闪光灯拍摄·····	143
香水的拍摄技巧·····	144
失败作品原因分析·····	145
使用卤素灯拍摄·····	146
使用闪光灯拍摄·····	146
后期处理·····	148
拍摄案例：如何拍好珍珠项链·····	150





使用卤素灯拍摄 .....	159
使用闪光灯拍摄 .....	160
<b>点心的拍摄技巧 .....</b>	<b>161</b>
失败作品原因分析 .....	161
使用卤素灯拍摄 .....	162
使用闪光灯拍摄 .....	164
<b>塑料包装食物的拍摄技巧 .....</b>	<b>164</b>
失败作品原因分析 .....	164
使用卤素灯拍摄 .....	165
使用闪光灯拍摄 .....	166
<b>干货类食品的拍摄技巧 .....</b>	<b>167</b>
失败作品原因分析 .....	167
使用卤素灯拍摄 .....	168
使用闪光灯拍摄 .....	169
<b>保健类食品的拍摄技巧 .....</b>	<b>170</b>
使用卤素灯拍摄 .....	170
使用闪光灯拍摄 .....	171
<b>拍摄案例：利用自然光拍摄食物 .....</b>	<b>172</b>

## PART 8

### 美味食品的拍摄技巧

<b>比萨的拍摄技巧 .....</b>	<b>154</b>
失败作品原因分析 .....	155
使用卤素灯拍摄 .....	156
使用闪光灯拍摄 .....	156
<b>水果的拍摄技巧 .....</b>	<b>158</b>
失败作品原因分析 .....	158







商业摄影

# PART 1 商业摄影的 基础知识

商业摄影是指作为商业用途而开展的摄影活动。在这一章，我们主要讲解一下商业摄影的基础知识。





## 什么是商业摄影

商业摄影，顾名思义是指作为商业用途而开展的摄影活动。从广义上讲，它包括一切用于出售商品、撰写事件或介绍书籍的图像的生产；而狭义上的商业摄影人们通常认为是广告摄影，这不仅因为广告摄影在其中占有举足轻重的地位，而且在于广告摄影本身所具有的天然而浓厚的商业色彩。商业摄影又被称作委托摄影，最初的年代，它遭受了人们轻蔑的待遇，然而对于整个摄影历史而言，它作为应用摄影的中坚力量，一直鼓舞着开拓者们为发展新技术、拓宽艺术领域而不懈地努力。

商业摄影所包含的范围非常广泛，可以说包括在各行各业中，其中明显具有商业性质的是产品摄影、广告摄影、人像摄影、影楼摄影及其他需要花钱来购买的具有商业价值的摄影图片。

既然我们知道了商业摄影所包含的范围，就应了解它们之间存在着不同之处，并掌握这些特点。产品摄影的特性，主要表现在是以产品为主要题材的摄影，其照片用于广告、商品、目录、产品说明书、小册子以及类似出版物，它们也用于招贴、展销资料说明书内容的包装装潢，用于包装袋、包装盒等。介绍产品的照片必须清楚明快，直截了当，而且还必须再现产品的颜色、形状、材质和结构。用于推销的照片通常美化产品，能给人一种暗示，使人联想到有形和无形的好处，这种好处一般是通过形象来展示的。

产品摄影大多数是在摄影室内进行，因为摄影室的灯光条件完全可以控制，有些表现产品的照片是现场拍摄，如需要某种环境和大型产品不易搬动。摄影师事先做好设计，然后再按设计艺术指导来进行，有时这种设计可能是草图，也可能是精彩的图片，再就是综合说明图稿，应当说产品摄影对产品本身来说，不过是一种静物摄影。产品摄影中可能使用各种光源，可以不断地试看效果，至于拍摄的好与坏、成功与否完全取决于摄影师的水准。



玩具摩托产品商业摄影

光圈:  $f/5.6$  快门速度:  $1/125$ 秒 感光度: ISO100  
焦距: 100mm



浅显地讲，商业摄影就是能够使人们对拍摄内容产生某种强烈的“需求渴望”的摄影。

广告摄影是一门以传达信息为目的，主要用于商业性的摄影，它和主题、文稿、口号一起构成了宣传广告整体。广告摄影主要是在20世纪发展起来的，20世纪初黑白照片开始在广告中出现，20世纪20年代黑白摄影被广泛应用；其特点是一目了然地表现、使用产品并以此来推销

产品。广告摄影主要在于设计风格和巧妙的构思，可以运用多种手段以达到高质量的效果，既满足雇主的需要又满足客户的需要。由于广告的范围很广，种类太多，而摄影师趋向于在某些方面具有专长，如专拍食品、时装、汽车方面的摄影，还有专门拍摄情调、情节的照片，往往摄影师都和艺术指导结合，共同研究拍摄方案。现在大多数的广告照片是彩色的，彩色照片的拍摄及效果运用全在于摄影师的素质。

人像摄影是最古老的摄影艺术形式之一。不论哪一类人像，从表现手法来看，不外乎为两类：一类是创意性人像摄影，以摆拍为主，重写意，用光刻意，多为人造光照明；另一类是纪实性人像摄影，多在生活中抓拍或抢拍，重写实，手法自然朴实，画面内容较具体，用光多采用自然光或现场光。



广告商业摄影



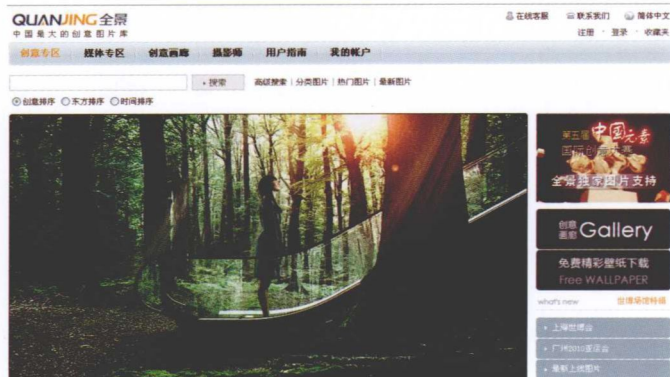
广告商业摄影

影楼摄影，摄影发明后作为商业运营的照相馆就出现了，以拍摄人像为主，现代照相馆业为了适应社会发展的需要推出多种形式的经营项目，如婚纱摄影、人物艺术摄影、儿童艺术摄影等，但大体上离不开美化人物的摄影宗旨。

其他是把图片作为商品对外出售，一般是首先收购可以作为商品的图片，然后有目的地销售给需要的对象，这一般都由图片代理机构来经营，大多数都是从自由摄影师处购买。现代科学技术的发展，特别是近来数码相机的出现及电脑技术的高速发展，人像拍摄数字化已成为可能，商业摄影中运用数字技术达到了前所未有的效果，给人们带来了新的视觉享受。

## 商业摄影可以自己做

现代商业摄影与商业图片库的合作是比较常见的模式，图片库委托摄影师进行一定主题的摄影创作或是商业摄影师主动上传自己的摄影作品，委托图片库进行代理并把图片卖给需要的人。随着科学技术的进步和生活水平的提高，摄影知识越来越普及，摄影设备也越来越平民化。商业摄影已不再仅仅是专业人士才能涉及的领域。由专业摄影人或摄影爱好者接受社会组织或个人的委托，来完成商业拍摄的行为也已普遍存在。



全景图片库主站首页

随着图片时代的到来，商业摄影的作用正越来越突出，国内也出现了许多商业摄影的代理图片社，如全景图片库、蝉视觉摄影、东方IC、IC创意、8单元图片网、图为媒等。其中全景图片库较为知名，自2005年创建起始终专注于视觉价值的提升。从传统的图片代理成功转型为“图片搜索+图片电子商务”新型互联网模式，全景不断打造广告/传媒人视觉工作的新平台。全景独家代理世界范围内100多家著名图片品牌，自有5支摄影团队，为用户提供400多万张高品质图片，从创意图片、编辑图片、东方元素图片、图片版权服务等各方面满足用户的需求。它也是业内唯一实现中文关键字搜索的图片公司，为国内的摄影人提供更加优质的服务。



Flickr是目前世界上最好的线上相片管理和分享应用图库网站。在Flickr内，相片上传者可选择使用是否开放创作共享授权，让公开的照片可以被合理使用，使用者也能自行设定该照片的著作权授权细节，Flickr同时也提供使用者搜寻其他能被合理使用的照片。

Flickr并不是一个永久存放档案的网站。免费账号的使用者若连续超过90天未登入Flickr，账号下的照片将会被删除。



iStockphoto是世界卓越的精品图片库，以全球最优惠的价格提供由会员制作的免版权税图片作品。许多摄影师、设计师都使用iStockphoto来完成创意。在业界首先提出了微利概念，使购买者可以用最少的钱购买到最好的图片，它的图片都是免版权税的，所以可以超低价出售。iStockphoto以其简单易用、图片价格便宜受到广大用户的青睐。



PIXTA是日本的一个高品质摄影素材买卖网，非常注重保护著作权和肖像权，通过该网站可以付费购买一些版权的图片，网站使用的人数很多，照片的质量非常好。即使不买，去那里看看也是一种欣赏。注册绑定日本一些银行账户就可以在这里卖自己的照片。

随着网络购物的发展，越来越多的人习惯了网上购物这一消费模式。对于成千上万的网上商品，怎样才能吸引消费者的眼球呢？一张成功的商品照片，绝对能影响消费者对物品本身的印象，从而影响购买。



淘宝网主页及网站产品展示页截图



## 数码相机拍摄商品照片的优势

数码相机有什么优点呢？简单总结主要有以下几点：

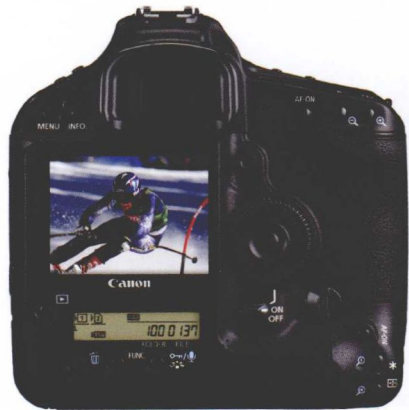
1. 数码照片可以随拍即看。传统照片需要经过冲洗才能观看，在实时反馈上有极大的差距。数码照片不管你有什么疑问，只要按下快门，马上就可以经由数码相机本身的小型LCD屏幕来预览拍摄成果。这有许多好处，以人像摄影来说，人物表情是否自然，有没有闭眼睛，姿态好不好看，都能利用这个功能来沟通。

另外，在风景或夜景摄影中，画面的影调如何，是不是捕捉到我们想要的效果等，都能马上查看，而不会等回家后发现没拍好而懊恼。这种随拍即看的功能，不仅能增加摄影的乐趣，还能用来提升摄影学习的效率，真是一举多得。

2. 使用Live View模式拍摄。传统单反相机受制于反光镜位置的设计，所以一般都需要观景器才能取景，但现在的DSLR在结构上突破了这项设计限制，通过设置，在机身上方专为实时取景而设计CCD感应器，或是弹起反光镜直接使用图像传感器，DSLR的用户能通过机背上的LCD屏来尽享取景，可更精确地对焦拍摄而且实时预览景深。

3. 大量拍摄。如果不用输出，基本上没有耗材，省下可观费用，因此可毫不犹豫地按下快门。以前用胶片相机拍照，非常吝惜按快门，因为按一下，意味着最少要花费一元钱，数码相机不用胶片，不用冲晒，只要存储卡够大，就可以狂拍！高兴时一天可以照一千张，不怕荷包问题，只怕你手指抽筋！

4. 随时记录拍摄参数，方便快捷的后期处理，功能强大的后期软件支持。以往黑白摄影的后期制作主要是对照片的影调进行控制，使低于或高于正常反差的物体最终在照片上表现出影纹丰富、反差中等的效果。彩色摄影的后期制作内容更多，还得考虑色彩的平衡，有很大的难度。后来，随着彩色胶片的普及，大的胶片生产商对显影和扩印的工艺进行了标准化，后期制作的工序就拱手让给彩扩店的印片师傅，这时的摄影其实就只剩下拍摄这一方面。不过随着数码相机和电脑的普及，摄影爱好者又可重新享受后期制作所带来的乐趣。现在所有的数码相机，拍摄每一张照片，都会自动记录每一张照片的详细参数，包括拍摄日期、时间、光圈、快门速度等信息，有利于总结提高。而且数字暗房（微机+图像处理软件）比传统暗房有更多的优势，比如不用花太多时间准备，没有化学药剂的难闻味道，数码暗房能让你有更多的自由想象空间以改进原始照片等。锐化就是数码暗房的一个特点，可在某



佳能 EOS 1Ds Mark III 专业数码单反相机