



品类影像

影视广告技术与流程

齐虹 / 著

品类影像

影视广告技术与流程

齐虹 / 著



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

图书在版编目 (CIP) 数据

品类影像 : 影视广告创制与研究, 影视广告技术与流程 : 全2册 / 齐虹著. —北京 : 北京联合出版公司, 2017.1

ISBN 978-7-5502-9030-3

I . ①品… II . ①齐… III . ①影视广告—制作 IV . F713.851 ②J524.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第263147号

Copyright © 2016 Ginkgo (Beijing) Book Co., Ltd.

All rights reserved.

本书版权归属于银杏树下 (北京) 图书有限责任公司。

品类影像

著 者: 齐 虹

选题策划: 后浪出版公司

出版统筹: 吴兴元

编辑统筹: 陈草心

特约编辑: 赵 卓

责任编辑: 夏应鹏

封面设计: 陆 璐

营销推广: ONEBOOK

装帧制造: 墨白空间

北京联合出版公司出版

(北京市西城区德外大街83号楼9层 100088)

北京利丰雅高长城印刷有限公司印刷 新华书店经销

字数700千字 787毫米×1092毫米 1/16 44印张 插页12

2017年4月第1版 2017年4月第1次印刷

ISBN 978-7-5502-9030-3

定价: 198.00元

后浪出版咨询(北京)有限责任公司常年法律顾问: 北京大成律师事务所 周天晖 copyright@hinabook.com

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容

版权所有, 侵权必究

本书若有质量问题, 请与本公司图书销售中心联系调换。电话: 010-64010019

本成果系：北京市教委“人才强教深化计划——学术创新团队”

本专著系：北京市重点学科，“电影学”最终成果之一

本专著系：国家一级学科，“戏剧与影视学”重点学科培育项目最终
成果之一

目 录

第十三章 影视广告人物拍摄 385

- 13.1 序言 386
- 13.2 重点造型手段 387
 - 13.2.1 镜头 387
 - 13.2.2 光线 390
- 13.3 布光分析 396
- 13.4 结语 449

第十四章 影视广告静物拍摄 451

- 14.1 玻璃透光器皿的拍摄 452
 - 14.1.1 亮背景暗边缘的背景处理方式 452
 - 14.1.2 暗背景亮边缘的背景处理方式 454
 - 14.1.3 对标签的处理 458
 - 14.1.4 拍摄液体时的处理方法 468
 - 14.1.5 总结 473
- 14.2 金属的拍摄 473
 - 14.2.1 大面积柔光光源的运用 474
 - 14.2.2 直射光源的运用 475
 - 14.2.3 拍摄弧形金属时的光线压缩 478
 - 14.2.4 总结 481
- 14.3 器皿的运动拍摄方式 481
 - 14.3.1 转台 481
 - 14.3.2 摇光 482
- 14.4 对背景和环境的处理方式 483
 - 14.4.1 影响前景透明物体的背景处理 483
 - 14.4.2 虚化背景的处理方式 487

14.4.3 模拟现实的环境处理方式 490

14.5 其他静物器皿的拍摄 494

14.5.1 半透光型静物器皿的拍法 494

14.5.2 不透物品拍摄 496

14.6 总结 501

第十五章 高速摄影机拍摄 503

15.1 高速摄影机的发展 504

15.2 当今主流高速摄影机 506

15.3 高速摄影机的工作方式 509

第十六章 抠像制作 523

16.1 抠像制作的品类属性 524

16.2 抠像技术的历史演变 526

16.3 蓝绿屏抠像摄影的基本理念 529

16.4 蓝绿屏抠像摄影的技术细节 530

16.4.1 背景的颜色 530

16.4.2 背景的材料选择 542

16.4.3 背景的面积 545

16.5 曝光 549

第十七章 动作控制系统拍摄 555

17.1 认识 Motion Control 556

17.1.1 什么是 Motion Control 556

17.1.2 MoCo 的诞生 556

17.1.3 为什么要使用 MoCo 557

17.2 MoCo 创造的画面效果 560

17.2.1 空间变换过程中的真实感 560

17.2.2 影像视觉空间的虚拟化 562

17.3 MoCo 的使用特点 565

17.3.1 摄影师如何利用 MoCo 进行摄影创作 565

17.3.2 具体案例分析 570

第十八章 动作捕捉系统拍摄 575

18.1 动作捕捉技术的背景和历史 576

18.2 动作捕捉技术的分类 578

18.3 现阶段动作捕捉系统在影视广告中的应用环境和特点 580

18.3.1 广告内容的传播更简单与真实 580

18.3.2 使广告作品充满生机与活力 582

18.3.3 增强广告作品的视觉和艺术感染力 584

18.4 动作捕捉技术在广告制作中的具体操作 585

18.4.1 进行动作设计和准备工作 585

18.4.2 制订捕捉计划 586

18.4.3 骨架建立与标记点跟踪 586

18.4.4 空间坐标的三维重建 589

18.4.5 数据修正和重新捕捉 590

18.5 运动捕捉技术的未来 590

第十九章 逐格摄影拍摄 591

19.1 逐格摄影的历史 592

19.1.1 逐格摄影萌芽的出现 592

19.1.2 逐格摄影的发展 592

19.1.3 现代逐格摄影 592

19.2 逐格摄影的定义及其原理 593

19.3 各类逐格摄影的实现方法及应用 594

19.3.1 逐格摄影的快门控制方法 594

19.3.2 逐格摄影的相关辅助附件 595

19.3.3 逐格摄影的技术控制 598

19.3.4 部分拍摄环境经验参考 601

19.3.5 逐格摄影的种类及其运用 604

19.3.6 实例介绍 614

第二十章 影视广告制作流程分析 629

20.1 前期准备 630

20.2 拍摄 635

20.2.1 常规的拍摄顺序 636

20.3 后期制作 636

20.4 广告制作流程介绍全案 644

20.4.1 《达能高钙饼干广告：父女篇》 644

第二十一章 影视广告创制案例分析：《智联招聘网广告黄健翔篇》 创制全纪录 663

出版后记 681

第十三章

影视广告人物拍摄



13.1 序言

现今的绝大多数广告都将人物作为主角。当面对不同的内容和审美要求,我们该给人物赋予一种什么样的影调?如何处理这样的影像?会用到哪些手段?这是我们在广告拍摄中几乎无法回避的问题。

自从摄影技术问世以来,“人”就一直是最为重要的表现题材。19世纪中期的欧洲就开始流行一种渐渐取代肖像画的人物摄影,它沿用了肖像绘画的构图方式,但远为逼真写实的效果深深吸引着当时的人们。这种以商业为主要目的的人物摄影在当时被称为“名片摄影”(如图13-1)。

之后以人物为题材的摄影作品层出不穷,“肖像热”也一直持续直到现在。一百多年来,大量的创作也为人物摄影积累了很多宝贵的经验。

在早期人物摄影中,当实现的技术手段达到一定程度,摄影师不再为“真实的再现”感到满足后,他们开始尝试更多、更新颖的方式力图去表现被摄主体,开始希求通过作品中传递思考,希望观者从中体味到被摄人物的性格、情感、背景等更深层次的信息。

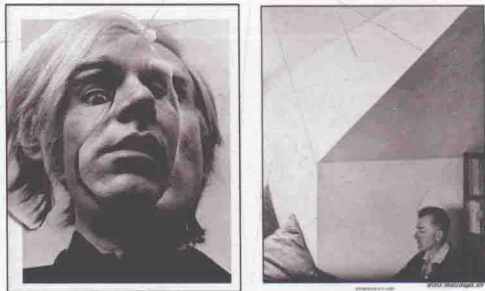
这些作品大胆的探索与夸张的手段给人们留下深刻的视觉印象,给予后人很多启示(如组图13-2)。

在现代广告的人物摄影中,为了达成视觉的冲击力,自然不乏如此强烈突出的造型表现,但少有机会把深层思考、人物性格作为主要目的,而更多是追求外化的视觉呈现。因为在广告中,人物虽然是主要元素之一,但大多都是为了某种产品或服务出现,所以其视觉目的是为了烘托产品,于是对人物的塑造也就不得不从广告诉求的角度出发,来考虑它的方式、手段。

广告中的人物往往需要造型感明确,视觉上鲜明突出。虽然广告的诉求各不相同,但大多都想在有限的时间内抓住观众,而富于极致美感和强烈冲击力的画面便会带来有效的吸引力,这也给摄影师带来挑战,以及对技术层面的深度掌控。而由于不同摄影师和导演视觉取向以及审美情趣的差异,再加上广告主的需求等诸多方面的因素,同种产品类型的广告可能也会具有迥异的视觉风



图13-1



组图13-2

格。所以我们就不能简单认为化妆、护肤品类的广告就一定要用某一种特定方法来塑造人物。例如大多数的此类广告虽然都选择了高调、低反差的方式来体现皮肤白皙水嫩的质感，然而也不乏有另类的、却同样打动人的人物塑造方式。



组图 13-3

组图 13-3 中的两种人物塑造方式和影调风格同属于日本护肤品牌“资生堂”的广告，相应的，它们有着共同的画面诉求：呈现女性之美。左图是大多数此类广告采用的人物打光方法：高调柔和低反差，人物健康活泼、亮丽光鲜；而右图中的影像则是高反差，整体影调偏冷、偏暗，人物显得冷峻硬朗，如此也塑造出一种独具个性魅力的画面风格。

所以广告中的人物光影结构、造型风格可以是多种多样的，既没有必然性，也没有唯一性。摄影师只有掌握了尽可能多的造型方法和光线营造手段后，才可以应付层出不穷且越来越高要求的影像制造需要。

13.2 重点造型手段

13.2.1 镜头

在条件允许的情况下，品质上乘的镜头能显著提升最终的画面效果。好的镜头在解像力、锐度、眩光和色彩还原等方面都表现良好。当然也不排除为了特别的效果需要，而专门使用工艺不是太好的镜头。例如创意需要影像粗糙的质感，因此制造工艺的瑕疵恰好成就我们需要的影像特征。但如今这些效果大多也都可以通过后来完成，而且更安全，调整空间更大。

从技术工艺上讲，定焦镜头的成像质量往往优于变焦镜头。它们镜片组搭配的不同导致光线折射的扭曲率、光损等方面存在着差异。变焦镜头各长短焦的畸变通常比定焦镜头要明显。但镜头工艺的不断进步完善正在缩小两者差距，而且很多摄影师越来越多选择使用变焦镜头的原因还在于它省去了现场不断更换镜头的时间，更加灵活，拍摄中可以随时变换景别。尤其短距变焦的手段可以让摄影师快速捕捉到演员最有表现魅力的瞬间和细节，由此带来生动活泼而富于特殊节奏感的镜头。

除此之外，我们要考虑不同的光学特点带来的造型特征。

长焦镜头

长焦（如组图13-4）是紧景别或特写比较常用的镜头。一方面，相对长的焦距造成的畸变较小（长焦枕形畸变的存在不如广角桶形畸变明显，而且不易丑化人物），适宜用来拍摄人物的脸部特写或呈现局部美感。另一方面，通过开大光孔可以使人物与后景拉开纵深，同时后景被长焦收聚，让人物成为绝对的视觉重心。在使用长焦镜头时，往往会同被摄对象拉开一定距离，减小其表演压力，使其更放松自然。而在和镜头互动表演时不会因为距离过近使演员瞳孔集中造成“对眼”。广告中还比较常见到追求平面构成效果的画面，这也是长焦的长项，用长焦拍全景平面构成感会很强烈。



组图13-4

短焦镜头、广角镜头

如组图13-5，这类镜头的特点是视角大、视野宽阔；深景深，可以表现出相当大的清晰范围；能强调画面的透视效果，善于夸张前景和表现景物的远近感，突出远近对比。这有利于增强画面的感染力。多数情况下，人们都认为广角拍人会造成明显的畸变，丑化人物。然而美本身便是难以定义的，把握好视觉整体，广角镜头强烈的造型感也能营造出特别的美感。而且在纵向跟踪的运动镜头中，广角的运用可以让画面非常有动感，较深的景深范围也不会给跟焦带来太大麻烦。此外，在一些需要表现人物喜剧感的广告中，广角贴近人物拍摄也能突出演员表演，放大情绪。



组图 13-5

在选择广角拍摄人物的镜头中，要特别注意构图的选择，所谓“差之毫厘，失之千里”，造型感和简练有目的的线条组织是分不开的。在后景控制方面，由于广角镜头的深景深和宽广的取景范围，相当多的后景被容纳进来，于是在主体为人物的镜头拍摄中，要尽量使后景简洁，以免过多杂乱的元素干扰到人物塑造。

标准镜头

如组图 13-6，它的焦距值取决于感光材料的尺寸，其原则是与画幅对角线的长度基本相等。它所摄得的影像在透视关系和视角范围上都比较接近人眼正常视觉感受，可以说是相对最没有畸变感的镜头。而且在同样的制造工艺标准下，标准镜头的成像质量最优。它的光圈一般都较大，在城市夜景中甚至可以不用额外的灯光辅助，也能得到充分的曝光。虽然不像长焦、广角那样个性明显、造型特点突出，但它朴实无华的再现能力却是追求自然写实的上佳选择，所以在传统的平面人像摄影和纪录式镜头拍摄中被广泛使用。

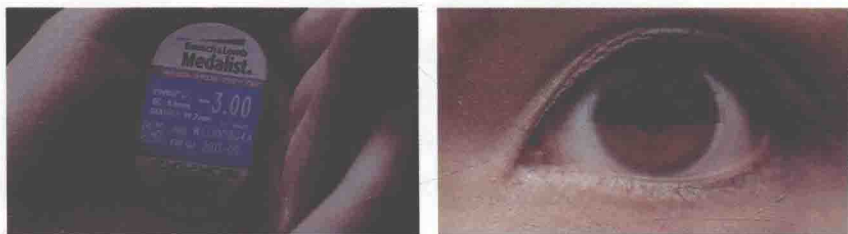


组图 13-6

微距镜头

如组图 13-7，在广告中微距镜头很常用，但在以人物为主要对象的拍摄中则不然。因为大多数的特写镜头都可以采用长焦完成，而长焦不会影响到演员的自然表演。微距在需要非常

大的特写，例如满画面的一只眼睛等极致要求的情况下才被采用。然而过于贴近演员，明显会限制他们的发挥。



组图 13-7

除了这些常规的镜头外，还有鱼眼、蛇腹等特殊镜头（如组图 13-8）。它们独特的光学特点可以塑造十分特异的画面效果。例如蛇腹镜头可以实现同一焦平面上的虚实变化，改变常规透视关系等。鱼镜头则可以得到夸张的透视效果，因为视角过于宽广而带来的强烈畸变通过合理运用成为很有造型价值的一大特征。摄影师可以根据自己对画面的特殊设计而选择使用。



组图 13-8

13.2.2 光线

光线是一切视觉表达的基础，是摄影师实现自我风格的重要手段。意大利著名电影摄影师斯托拉罗曾说过，如果作家的创作工具是笔，那么摄影师的笔就是光线。摄影（photography）一词来自西方，源于拉丁语 photo（光）和 graphy（描绘）两个词的重新组合，意思就是“用光来描绘”。由此可见，光线对于摄影师的重要性。对光的理解和运用，很大程度上决定了行内

对一个摄影师的评价。

在从技术角度考虑光线的时候,我们的头脑里会反复在这几个方面思考和衡量:

- (1) 光源的方向;
- (2) 光源的强弱;
- (3) 光源的质感;
- (4) 光线的反差。

在对灯光的设计布置等工作方法上,可能会因个人习惯、风格或特殊要求而有所差异,但通常情况下,对人物的打光一开始都需决定主光。主光被确定下来后,整体的光效气氛也建立起一定的格局。接下来我们只要根据这个气氛基础,就可分别确立副光、修饰光等其他辅助光。

在考虑主光怎么做之前,我们要先明确对画面的预期。它整体的基调是什么?可以是高调(以亮调为主)、低调(以暗调为主)或者是混合的(如组图13-9,从左至右分别为高调、混合调、低调)。高调和低调的氛围截然不同,它们体现的情绪也会有很大差别。高调明快轻松愉悦,低调沉重压抑,混合调则偏重于写实效果。



组图13-9

大多数广告用光都主观地以营造视觉美感为第一目标,在确定了主要人物的表演区域和摄影机的取景方向后,以此作为工作开始进行的起点。如果脚本的动作发生环境是基于一个写实的现实空间,而这个空间基础又是我们不愿意抛离的,那么光源方向可能就要考虑到环境基础的光线结构,从自然光角度出发,考虑从环境的合理来源位置进行布置(如组图13-10左图),例如窗户、门、天井、道具灯等。如果空间环境是抽象的,需要从中主观制造美感,那就根据所需要的画面效果或追求的风格直接入手(如组图13-10右图)。



组图13-10

从方向上分,光线可分为面光(顺光)、前侧光、侧光、侧逆光和逆光。不同方向的光都

能给人物带来不同的造型特点。例如面光能使面部受光均匀、阴影少、反差低。侧光、侧逆光的光感明确、造型感强，使面部层次分明，配合硬光高反差，能制造出硬朗而富有力度感的画面效果。逆光突出勾勒人物线条特征，营造特殊气氛。每个方向的光都可以作为主光来源，我们可根据具体需要和拍摄条件而作出相应选择。而且并不一定说主光只能有一个方向，例如在人物左侧和右侧假设都做出相同照度的光打到人脸上，这就形成了夹光，它也可以作为一种光线造型方式，也有自己独特的造型特点（如组图13-11）。



组图13-11

定下主光的方向和整体光线气氛的基调后，就得确定光照的强度，这一般基于我们拍摄时使用的孔径大小。在棚内拍摄时，孔径由摄影师综合考虑风格、景深、焦点跟踪、背景密度和成像质量等因素后决定。之后再根据孔径的大小来选择不同功率及数量的灯具来打主光，是需要它超出或低于订光点几挡，再结合肉眼观察和测光表测量进行调整。

主光的位置及强度大小都定下来之后，就可根据我们的需要来调整副光以及其余各种修饰光的位置大小了。具体要求不同，其调整内容也有所不同，但技术上同主光的设置方法很接近，需要对距离、灯具数量、照射角度等多方面进行反复地调试，才能最终达到我们所设想的效果。而主、辅光都存在后就必须考虑其中最为重要的因素——明暗反差。

反差既可以指画面的整体，也可以细化到某个局部。每一个被摄入画面的元素都会因为光照的存在而产生一定的明暗反差。反差从第一视觉印象上立即反映出观众对某画面的风格倾向判断。特别是在高反差的画面中，光源的方向、质感都会显得十分突出，整体视觉感受直接而有力。而低反差的画面则会显得柔美更富有亲和力。工作中，通常会用“光比”这个术语来形容光线反差的大小，它是由主、辅光的相互关系确立的。比如在某人物打光工作中，摄影师定下拍摄孔径T2.8，用测光表测量主光打到T4.0，辅光T2.0，这样主光上一挡，辅光下一挡，主辅光相差了两挡，光比为1:4，这也是比较中性但很常用的人物近景光比。它没有强烈的反差，

但明暗关系明确,造型清晰。而在表现女性和儿童的镜头里,光比控制会更小,常常是1:2甚至1:1,以此突出皮肤的柔润感,增强人物亲和度(如组图13-12)。



组图13-12

光质,是指光线投射到人物面部或身体某部位上所呈现出的光线质感,一般用“软”或“硬”来形容。这是打光过程中相对较具考验性的部分。因为严格来说,我们应对每盏灯产生的每一束光的光质提出要求。摄影师对光质、调性和反差的控制,基本决定了最终画面的质量和风格,是最直接的视觉印象。

某灯具产生的光质由光源的物理尺寸(而不是光强度)所决定。通常,光源范围越大、越散射,光质越柔和。在大多数广告中,针对人物的打光往往都需要做“软”光的处理。铺洒在人脸皮肤上的细腻光线质感从感官上超出了人眼平常的视觉经验,由此呈现出非同一般的美感,这种通过光线的营造而升华提炼的美被绝大多数的人认可并欣赏。这一点契合了一般广告的要求,所以我们经常需要面对制造柔软光线的课题。在处理这种柔和光线时,可以让光线通过柔光屏、柔光纸透射,或从银板、珍珠板、米波罗等反光材料的反射来实现,其原则是越需要“软”,就越得用各种手段放大光源的散射范围,反之则缩小。例如在灯具和被摄人物都不移动位置的前提下,中间的柔光屏越靠近人,光线越柔和,而离灯越近,则越“硬”。反光板的设置要综合考虑与人和灯具的距离关系,距人越远光质越“软”,距离近则相对“硬”。假如反光板和人位置不动,将光打在反光板上的灯具退远也可以软化光质。

在调整光质的同时,光线强度必然受到影响,所以要注意在条件有限的情况下平衡两者关系。如果光质需求是第一位的,那就得增加用灯量。

在追求柔光的同时,光的照度经常会受到影响而有所衰减。再因为光源等照度曲线(以光源位置为起点,光照的层次变化呈涟漪状,越远变化越小)的存在,多数时候都会采用大功率灯具加若干层柔屏贴着人物打透射的方式来实现。另外,利用反光材料进行大面积的反射也能取得不错的效果(如组图13-13)。