

商业摄影入门

An Introduction to Commercial Photography

王一珉 编著

实践+理论

普通器材，从零开始，实现专业品质



化学工业出版社

商业摄影入门

An Introduction to Commercial Photography

王一珉 编著

实践+理论

普通器材。从零开始，实现专业品质



化学工业出版社

· 北京 ·

本书介绍了商业摄影的基础知识与技术,内容包括光线、用光、曝光的基本知识,相机和镜头的选择与使用,影棚的光源及其他设备,商业静物摄影布光,透明体、反光体、吸光体的拍摄,影棚人像摄影技术等。

本书可供产品设计、广告、摄影专业人员学习使用,小微电商企业经营者也能通过本书提供的基础训练,用普通器材拍出理想的商品照片。

图书在版编目(CIP)数据

商业摄影入门/王一珉编著. —北京:化学工业出版社, 2017.6

ISBN 978-7-122-29558-3

I. ①商… II. ①王… III. ①商业摄影-摄影艺术 IV. ①J412.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第088854号

责任编辑:李玉晖
责任校对:王素芹

装帧设计:侯心羽 韩 飞

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 装:中煤(北京)印务有限公司
710mm×1000mm 1/16 印张7¼ 字数111千字 2017年7月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899
网 址: <http://www.cip.com.cn>
凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:49.00元

版权所有 违者必究



近些年来，随着摄影艺术和技术的蓬勃发展，也随着商业领域对商品广告、产品展示的需求以及人们日常生活中丰富多样的文化艺术活动的需求增加，“商业摄影”迅速发展成为一个专门的摄影门类。

目前，我国高等院校的广告设计、产品设计等视觉传达设计类专业及相关专业普遍开设了“商业摄影”课程。进行该课程的学习，对相关专业的学生来说对实现设计创意必不可少。一方面由于网络图片使用版权的限制，作为设计师，绝大多数设计素材必须要靠设计者自己进行拍摄。设计素材的拍摄与普通摄影爱好者的随意拍摄不同，必须是高质量的、有较高要求的摄影作品。另一方面，产品设计、工业设计等设计师不仅需要把自己的设计思想和设计作品通过实物展现出来，同时也需要通过摄影作品完美地展现出来并广泛传播出去。此外，许多商家如餐饮、服装、珠宝等商品的实体店或网店在商品的销售和推广过程中，请专业摄影师拍摄商品广告成本较高，迫切需要自己能够掌握商品广告的摄影方法。人们在日常生活中对具有创意的人像摄影（如婚纱摄影、儿童摄影、生活写真等）也有广泛的需求。学习商业摄影也是培养审美能力、观察力和创造性思维的很好的途径。优秀的有创意的商业摄影作品的拍摄必须经过专门的学习和大量实践才能够掌握。

当然，商业摄影并不是高不可攀的学问，一旦了解了它的基本知识和方法，一般人都能够拍出理想的作品。甚至在普通环境中，用价格低廉的普通设备和相机，也能满足许多商业摄影的需要。这也是本书编写的目的。

本书的编著者在为高等院校产品设计专业学生讲授《商业摄影》课程中积累了大量教学经验和素材，教学方法受到学生的喜爱并取得了良好的教学效果。在此基础上编写了本书，不仅为了满足高等院校艺术设计类专业及相关专业学生的学习需要，而且力图帮助那些具有商业需求和日常生活需要的人们进行商业摄影的入门学习，快速掌握商业摄影的基础知识和实际操作技术。

本书的编写得到了在校学生和各界好友的支持和帮助，也受到了作者所在高校的资助，被列为学校的精品教材立项项目。在此一并表示衷心的感谢！

王一珉

2017年4月



第一章 商业摄影概述 / 1

第一节 商业摄影的概念 / 2

商业摄影目标是实现商家、企业、机构和个人的商业需求，满足宣传、经营的需求及审美的要求，从而获得经济利益或社会效益

商业摄影具有真实性、艺术性以及巧妙的创意与构思等特点，涉及静物、人像、建筑、室内、工业装备、旅游及风光等摄影门类

除了职业摄影师之外，小微电商企业经营者也能通过基础的训练，用普通的器材拍出理想的商品照片

第二节 学习商业摄影需具备的条件 / 5

学习和从事商业摄影需要掌握器材的使用，具备一定的审美水平，对光线、色彩、构图有一定的把握能力，并掌握照片后期处理的基本技能

专业商业摄影需要 120 数码相机、顶级 135 数码相机甚至大画幅相机等普通的器材同样可以发挥摄影技术，拍出高质量照片

第一节 学习商业摄影必备的摄影基础知识 / 10

摄影需要的曝光量由光圈、快门速度和感光度三个参数的组合确定。焦距的不同会改变被摄体与背景之间的空间透视关系，需要根据不同焦距镜头和不同焦段拍摄的特点来选择适当的器材。

单反相机的对焦模式有自动对焦和手动对焦，手动对焦在影棚摄影中经常用到。

测光的目的是获得正确的曝光，在内置自动测光不准时，使用手持式测光表。

第二节 光线与用光的基础知识 / 16

影棚摄影中需要学习布置和安排光源的位置、光线照射的角度以及调整光的强弱等。

不同色温的光线会使照片呈现不同的颜色偏向，选择正确的白平衡可以纠正颜色偏差，还原真实颜色。

光线按光质分为硬质光和软质光，不同光质照射下的拍摄呈现不同效果。

光位是摄影棚里摄影灯相对于被摄体和相机的位置，决定了对被摄体和相机来说光线投射的方向和角度，不同的光位对拍摄对象产生不同的造型效果。

光比是被摄体亮部与暗部的受光强度之比，也就是明暗反差，影棚摄影中常用到手持式测光表来精确计算光比。

第一节 相机及镜头的选择与使用 / 26

专业大画幅和中画幅相机成像可以记录更多感光信息，照片可以获得更多画面细节，大画幅相机还具有移轴功能

数码单反相机的智能化和越来越高的画质已经使得它能够胜任大多数商业摄影领域的工作

影棚摄影多借助闪光灯照明，不需要对相机曝光参数做过多调整，多采用 50 ~ 135 焦段镜头

第二节 影棚的光源及特性 / 30

摄影灯是影棚主要设备之一，影棚中常用闪光灯进行拍摄

摄影闪光灯用无线引闪器（发射器）和接收器控制，可以调整输出功率

第三节 摄影灯附件及光效 / 33

为了实现不同的光线照明效果，在摄影灯的灯头上往往需要附加各种不同的灯罩，如柔光罩、标准罩、蜂巢灯罩、雷达罩、束光筒等，来形成不同的光效

第四节 影棚其他设备 / 36

摄影棚常用设备还有静物台、反光板与反光伞和倒影板等

第五节 相机参数的设置 / 38

与自然光下靠调整相机曝光参数来控制曝光量不同，影棚内拍摄最主要的是靠打灯光来控制拍摄效果

采用闪光灯照明时，相机的快门速度应低于**闪光同步速度**

第四章 商业静物摄影的基本技术 / 45

第一节 商业静物摄影的分类 / 46

在摄影棚里，摄影师根据自己的构思和所需效果安排摄影灯的位置、方向、强度、数量等

商业静物按照受光照射时的不同表现可以分为透明体、反光体和吸光体

第二节 透明体的特点及拍摄用光 / 47

拍摄透明体布光的基本原则是使用逆光，技术难点是勾勒轮廓线，可以增加辅助光表现细节

第三节 反光体的特点及拍摄用光 / 51

反光体根据其表面反射光线的程度按照不同，可以分为全反光体和半反光体

拍摄反光体适宜用软质光，光线的方向可选择从前面、侧面、上面等角度布光

为防止全反光体将周围物品的图像反射进入镜头，需要遮挡隔离被摄体

第四节 吸光体的特点及拍摄用光 / 55

拍摄吸光体可以根据物体表面质感如粗细程度、软硬程度来确定用光的光质

第五节 影棚静物摄影的布光设计 / 56

在拍摄商品广告之前,摄影师根据商家的要求和自己的创意先进行拍摄材料的准备和布光设计,可先绘制出商品摆放和布光的草图

在拍摄静物布光时首先要确定主光,根据需要增加辅助光

第六节 商业静物摄影需注意的几个问题 / 62

在拍摄静物时不同的拍摄角度所带来的视觉效果会有较大差别,什么样的角度能拍出更好的视觉效果需要学习和实践

静物摄影形成合理的构图通常是通过静物的摆放实现的,体现了作者的审美和创作水平

第五章 影棚人像摄影的基本技术 / 67

第一节 人像摄影的用光 / 68

影棚中进行人像摄影的布光,以使用最少的灯为原则,避免光线过乱,常用到有主光、辅助光、背景光、轮廓光和修饰光

影棚人像摄影主光的经典布光方法有伦勃朗布光、环形布光、分割布光、蝴蝶光以及显宽光和显瘦光等。

第二节 人像摄影的影调和色调 / 76

人像摄影不仅需要摄影技术和布光技术，还要根据人物造型和创作的需要，把握作品影调和色调，赋予作品感情色彩

影调有高调、低调、中间调、软调和硬调之分

色调的营造需要运用色彩的相关知识，获得和谐的配色，除了在拍摄中进行设计外，还可以通过改变白平衡或通过软件后期处理来得到想要的色调

第三节 人像摄影需注意的几点问题 / 80

人像摄影需要摄影师、模特、摄影助手共同配合完成，摄影师在拍摄过程中起主导作用

应注意眼神光的表现，根据想要的效果适当选择灯罩和光源的位置，以营造合适的眼神光

摄影师在拍摄中必须随时检查拍摄效果，每拍一张照片都回放并放大查看，根据照片效果调整灯光设置

第六章 影棚摄影综合训练 / 89

摄影是一门实践的艺术，在商业摄影的教学中，了解了影棚摄影的布光知识及摄影技术后，最重要的就是在摄影棚中进行大量的实践和创作

附录 学生课堂作业 / 99



第一章 商业摄影概述

第一节 商业摄影的概念

一、商业摄影的特点

顾名思义，商业摄影是为商业用途而开展的摄影活动。它可以为出售商品的广告进行拍摄，为人们形象的展示进行拍摄，为人们的一切爱好、收藏等行为进行拍摄，也可以为各类活动、公益宣传等进行拍摄。这样的摄影活动通常是以摄影师的技术和艺术创意来实现商家、企业、机构和个人的商业需求，同时满足他们宣传、经营的需求及审美的要求，从而获得一定的经济利益或社会效益。

人们通俗地理解商业摄影就是广告摄影，这是因为商业摄影在广告中占有十分重要的作用，在商品广告、公益广告等广告形式中，摄影作品及摄影素材占据了很大比重。商业摄影作品与普通摄影师和摄影爱好者所拍摄的用于艺术欣赏、新闻报道或参加摄影比赛的摄影作品相比，有其共同之处，但也有较大的区别。商业摄影具有以下几方面的特点。

1. 真实性

商业摄影与其他摄影形式的共同之处在于还原被摄物的真实特征，这是摄影这种艺术形式区别于绘画的最本质特征。例如，商业摄影与新闻摄影的相似之处在于，新闻摄影必须真实地还原所记录的事件，商业摄影也必须真实地还原商品本身的特征。

商业摄影（特别是商品广告摄影）的首要目的是让消费者客观地了解商品的信息，无论是商品的材质、外形、色彩、商标都必须准确、真实、清晰地传递给消费者，使消费者对商品有真实、客观的认识，不允许有任何造假的行为而欺骗和误导顾客。

这是商业摄影的基本原则。达到这一要求看似简单，但在商业摄影的拍摄过程中不仅需要摄影师具有过硬的摄影技术，还需要开动脑筋，采用许多技巧和办法来还原和传递商品的真实信息。





2. 艺术性

商业摄影与新闻摄影除了具有真实性的共同点之外,又有较大的区别。它与艺术摄影有着共同之处,也要具有一定的艺术观赏价值。商业摄影要满足商家对商品促销的需要(如商业广告),或者满足顾客对摄影作品的审美要求(如婚纱摄影和摄影集),还必须满足大众的审美需要,有较高的艺术欣赏价值,使摄影作品赏心悦目,深受受众的喜爱。

目前好的商业摄影作品往往具有摄影师个人的个性与风格。例如:时尚商业摄影师陈漫将自己的人像摄影作品融入了诸多中国元素和东方视觉语言,形成了自己独立的风格,成为让世界认识中国的著名时尚摄影师。

商业摄影的布光设计就是一种创造性的工作,色调影调的营造也是一种艺术创造,同样一件商品,不同的摄影师在不同的布光设计和布景搭配下,会呈现出完全不同的视觉效果。

3. 巧妙的创意与构思

商业摄影作为广告的重要组成部分,商业摄影师不仅追求真实地还原被摄物本身的特征,忠实地向观赏者介绍和宣传被摄体的本来面貌,同时也追求视觉的冲击力和震撼效果。能吸引人们的视线以达到广告的效应,往往是由于巧妙的构思和创意。除了广告商和商家的创意以外,商业摄影作品往往带有摄影师的创意与设计。例如作品中的幽默造型、奇艺光效,都是吸引受众眼球并启发联想的创意和构思。

正是由于商业摄影作品真实性与艺术性并重的双重特点,以及富于创造性的工作特点,使得商业摄影具有较高的要求,同时也具有无穷的魅力。商业摄影已不仅仅是对摄影师摄影技术的考验,还要求摄影师对商家理念、商品的特点有较深入的认知,甚至还要对消费者心理、审美情趣以及消费文化具有较强的把握能力。

二、商业摄影的分类及领域

随着商业广告业的迅猛发展,以及人们日益增长的对文化艺术的需求,商业摄影随之发展起来,它所涉及的领域也越来越广泛。商业摄影的分类多种多样,并没有统一的标准,一般按照拍摄题材和拍摄对象来分类。商业摄



影包括以下几类。

商业静物摄影：这个题材涉及的范围十分广泛，可细分为玻璃器皿、金属制品、服装鞋帽、珠宝首饰、餐饮食品等生活领域的各类商品的拍摄。

商业人像摄影：这个题材涉及不同应用领域、不同年龄、不同风格造型的人物，如用于时装杂志、时尚杂志等的商业广告人像摄影、婚纱摄影、日常生活的人物写真集、儿童摄影、戏剧人物造型的摄影等，以及满足商业需求和普通人审美需求的人像摄影。

建筑摄影：包括现代建筑、古代建筑、商场、写字楼等，有的用于户外宣传广告，也有的用于网站、杂志或房地产业的售楼广告。建筑摄影既包括单体建筑也包括大型建筑群或社区环境。

室内摄影：包括室内装饰陈设、展览展厅摄影、工厂车间、实验室等的摄影；主要用于室内装饰装修行业、展览、教学等领域。

工业装备摄影：汽车类、飞机类、船舶类、大型机械类。

旅游及风光摄影：城市、旅游景点的风光、地貌、季节、气候等。

以上这些商业摄影的分类没有严格的划分，拍摄有时是单一的对象，有时是交叉组合的。商业静物和商业人像的拍摄经常结合在一起，例如，人物与服装的结合，可以是以服装配合人物造型的人像摄影，也可以是人物配合服装的服装广告，此外还有汽车展上的车模、人像与珠宝首饰的结合等。

现在的专业摄影师和摄影工作室越来越向专门的领域发展。例如，在商业静物摄影中，有些摄影师专门拍摄珠宝首饰，有些专门拍摄食品；在人像摄影中，有些影楼专门从事婚纱摄影，有些专门从事儿童摄影，还有些专门拍摄戏曲人物。

不同门类的商业摄影对拍摄场所和环境，以及对摄影器材的要求差别很大，对摄影技术和方法差别也很大。例如：建筑摄影是专门的一类，需要使用大型相机，并对摄影师的建筑知识有很高的要求；拍摄汽车需要有较大的摄影棚和大型灯光设施；为酒店拍摄食材需要便携可移动的摄影设备。因此商业摄影的分类越来越细，越来越走向专门化。

三、商业摄影的发展及趋势

商业摄影的发展历史并不长，是自20世纪末到21世纪初，随着数码技术和印刷技术的发展，从传统的艺术摄影中逐渐分离出来的。商业摄影在中



国的发展,最初是20世纪90年代以婚纱摄影为主的影楼的悄然兴起,近些年来随着广告业的迅猛发展,我国的商业摄影迅速发展为一门独立的摄影门类。

商业摄影的发展使得一批从事商业摄影的职业摄影师和商业摄影工作室或公司应运而生。职业摄影师所拍摄的摄影作品通常作为素材或成品用于制作产品的商业广告或公益广告等。

除了上述职业摄影师和摄影公司所从事的商业摄影活动外,进行商业摄影活动的还出现了另外一个群体。随着我国互联网的快速发展,网店和微店等经营形式也飞速发展起来,成为商家和个人非常有效和便利的经营手段,且经营领域遍布各行各业。网店和微店销售的商品遍布人们吃、穿、住、行、用等每个角落。商家或个人在网店和微店上仅依靠商品的图片广告进行宣传的低成本、高效的营销方式对实体店的经营已形成冲击。这些商家和个人所制作的广告从要求上与传统的大型广告相比也发生了变化,这种需求使得商业摄影从高不可及的技术变成了普通人通过学习也能掌握的技术。

网店或微店越来越依赖高质量的照片进行产品的宣传和营销,一些简单的、廉价商品的广告制作由于控制成本的需要,不可能完全靠聘请专业摄影师和摄影公司来完成。因此电商商家也可以学习商业摄影的知识,根据经营的需要自行拍出较高质量的照片用于制作广告,而不是用手机一类的设备拍出质量不高的图片就用,因此,学习商业摄影的需求日益增大。

这种市场的变化和日益增长的需求也是我们从事商业摄影教学和编写本书的目的。本书可用于培养相关专业学生掌握商业摄影的最基本的理论知识和实践技能,也为商家自学商业摄影提供指导。

第二节 学习商业摄影需具备的条件

一、学习和从事商业摄影者的基本素质要求

学习商业摄影可以是两类人,一类是要成为职业商业摄影师,接受商家的委托进行商业广告摄影;另一类是非职业商业摄影师,出于商业经营的需要对简单的商品进行拍摄,用于网店商业广告的制作。



虽然对上述两类人拍摄的作品有不同的要求，但是学习商业摄影的过程和基础是一样的。

要成为职业商业摄影师，无论对摄影器材还是自身的技术和审美水平都有较高的要求。相对于传统的纯艺术摄影来说，商业摄影不单纯是以审美为最终目的，商业摄影师必须通过商业摄影作品将强烈的视觉形象传递给消费者，满足消费者的审美心理和消费心理，从而达到商业宣传和促销的目的。因此不能像纯艺术摄影师那样完全按照自己的主观愿望和审美意识去自由地表现主题和思想，其创作空间受到一定的限制，必须按照商家和顾客的要求来进行创作。如果摄影师接受的是广告商的委托从事广告的拍摄，那么广告商会对图像质量提出苛刻的要求，从而对摄影器材和技术也有很高的要求。摄影图片不论是用于大型户外广告还是用于商业报刊，都要求极高的图像质量，以保证能够表现产品的细节。高品质的图片才能取得良好的广告效果，给受众留下深刻印象。

除了拍摄技术和设备，后期处理也是完成商业摄影的重要组成部分。一般来说，专业摄影公司会为摄影师配备一个或多个数码后期专业人员。而对商业摄影师来说，自己掌握影像后期处理技术，熟练地运用Photoshop等图像处理软件，充分发挥自己的拍摄创意水平，也是必备的基本功。

对于非专业摄影师来说，要满足上述所说的如此高的要求，学习者可能会望而却步。其实，非专业摄影师同样可以学习商业摄影。进行商业摄影基础阶段的学习以及拍摄简单的商业摄影并不需要任何苛刻的条件，也不需要昂贵的设备，只需要在学习了摄影的基本理论和基础知识，掌握了基本的摄影技术前提下就完全可以继续学习。

出于商业经营的需要学习商业摄影的非专业人士还应具备一定的审美，对光线、色彩、构图要有一定的把握能力。进行商业摄影绝不仅仅是给商品或人物拍个“证件照”那么简单，还要具备一定的综合素质。另外，学习商业摄影还需要掌握照片后期处理的基本技能，例如Photoshop、Lightroom等图片处理软件基本功能的使用。

二、学习商业摄影需具备的硬件条件

对于职业商业摄影师来说，如果缺乏基本的摄影技术或设备不能满足技术要求，有再好的创意都会成为无本之木。随着数码技术的发展和单反相