

商业摄影 实拍案例

美食摄影一本通

拒绝空谈
注重实践

刘君武 编著

资深商业摄影团队倾力打造，技术全面实用，极具代表性

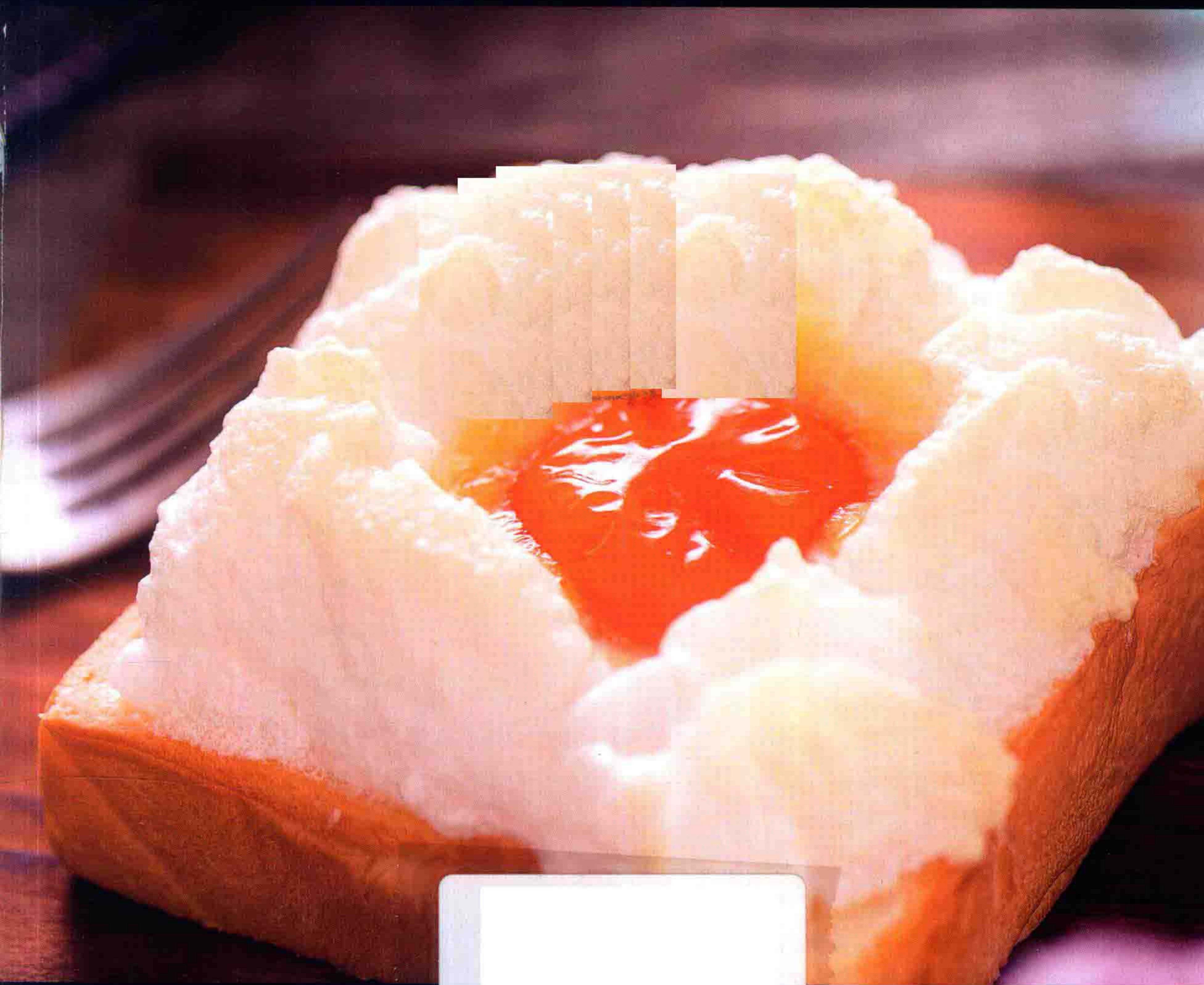
涵盖美食拍摄实务、现场光位、拍摄花絮，如身临拍摄现场，轻松掌握拍摄技术



商业摄影 实拍案例

美食摄影一本通

刘君武 编著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

每个人都在用手机拍美食，
无数人用单反相机拍摄他们的早 / 午餐，
数不清的人用专业闪光灯或利用美妙的自然光线，
拍摄他们的餐具产品、他们的美食探险风光之旅，
还有数量众多的专业美食摄影师，在拍摄餐厅画册的高端图片。
然后，无数的美食图片通过朋友圈、公众号闪跳出朋友们的手机画面
……

但是，有多少人想过，一张让人垂涎欲滴的美食照背后，
有没有一种快速的技法？

本书正是一本揭示这种技法的宝典。

作者在本书里同时演示了生活美食的拍摄和商业美食摄影师的拍摄技术，
让每位吃货们在享受美餐的同时，

了解到诱惑的图片背后的秘诀，

并且能够利用身边现有资源，亲身实践，拍摄出令朋友圈赞叹的美食照。

在本书最后的修图部分，吃货们更能学到专业摄影师的图片处理技巧，而这，已不
仅仅是美食……

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究。

图书在版编目 (CIP) 数据

商业摄影实拍案例. 美食摄影一本通 / 刘君武编著. -- 北京: 电子工业出版社, 2017.6
ISBN 978-7-121-31372-1

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 078263 号

责任编辑: 姜 伟

文字编辑: 赵英华

印 刷: 天津市银博印刷集团有限公司

装 订: 天津市银博印刷集团有限公司

出版发行: 电子工业出版社

地 址: 北京市海淀区万寿路 173 信箱 (邮编: 100036)

开 本: 787×1092 1/16 印 张: 19.25 字 数: 492.8 千字

版 次: 2017 年 6 月第 1 版

印 次: 2017 年 6 月第 1 次印刷

定 价: 99.00 元

参与本书编写的人员有: 陈声明、高旭、李洋、刘君武、王明爵、杨恒、杨凯新、罗富平、邓华军、付莽、甘慧、洪伟展、洪文楚、李宇光、邹美平。

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至 zltts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88254161 ~ 88254167 转 1897。

美食摄影不仅仅大多数专业摄影师感兴趣，在一般人眼里，也是一个充满诱惑的摄影类别。不要说拥有相机的人，就是拿着手机的人，在一道精美的菜式摆上桌时，有谁不想拍下来去朋友圈分享？

美食驱使着人体内原始的饕餮本能，让人无法忽视。作为专业摄影师，更要用自己的技巧和人文思想去表现美食的创意和美感，让美食图片刺激观者的味蕾，勾起生活的回忆。

时至今日，随着自媒体，特别是微信朋友圈、微信公众号、微博、QQ空间、网站平台博客的扩展，我们对美食图片的要求十分多样，传统的菜谱拍法已显得单调、枯燥，我们需要更多创意性的画面，充满可以触摸的生活气息。

几年前，在我写作《商业摄影实拍案例》的时候，我以闪光灯拍摄的传统方式，写了三节食品拍摄的布光拍摄和修图技术。

然而仅仅过了三四年，大屏幕手机的普及和呈井喷式发展的微信圈、微信公众平台、微商，以及各种美团、美食APP，让我深切体会到：传统的拍摄手法已经无法应付各种店家实际的拍摄需求。

毕竟，传统的布光拍摄主要用于画册菜牌和广告创意摄影。但现在，这两方面所占的比例，在整个美食拍摄实务中越来越少。

举例来说，我的很多酒店客户，他们每周的微信公众号都要推送图文，其中至少两周一次推送餐饮美食。比如，每年的中秋节推自产的月饼礼品、每年的广交会推出相应的团体食宿会议配套服务，这些都需要大量的餐饮照片。

正规大型酒店是这样，更不用说各家美食店和酒楼，以及与食品有关的数不清的微店了。

因此在今天，我们的美食拍摄技术、拍摄思路就要做相应的调整。

我们的美食拍摄应该超越商业摄影。直白地说，就是拍摄菜谱的层面，达到画面创作，甚至是生活艺术的阶段。

（传统的拍摄菜谱的公司，其业务方式，拍摄只是一个途径，真正目的是菜谱设计和印刷，这才是利润所在。）

这样一来，拍摄技术就复杂起来了，你要应对的就不仅仅是布灯、测光、拍摄、出片这么单一的流程了。

从我开始摄影的10多年来，我就发现了这个现象：摄影爱好者更关心的，是美丽的图片背后所使用的技术；所有摄影人的梦想，就是不但能搞“艺术”创作，而且能够赚钱。

因此从我写第一本书开始，我就贯彻了这样一个思想：我写的书一定要实用，既要

实用又要有意思。实用的最直接体现就是能够让你学到摄影技术，然后用技术去赚钱。所谓有意思，就是我不会故作高深把专业摄影弄成高不可攀的样子，我要讲出专业技术背后的有趣做法。

本书同样如此。

因此，这本书包含了两种技术：一种是可以接单的商业拍摄技术（菜牌、广告创意）；一种是生活美食拍摄技术。

商业美食拍摄主要是菜式，前面已有叙述。

简单说几句近年来呈现普及化的生活美食拍摄。

生活美食图片的最大特点是：叙事。

因此，你会发现拍摄单张图片，不如拍摄组图。只有组图，才能表现出美食现场的氛围感。

同样地，在展示时，最好能以组图展示，就像用图片引导读者进行一次美食之旅一样。

很多人认为图片只能选用一张“最佳”的代表作，这是受到传统杂志媒体的影响。以前的纸质媒体（或者食品画册）受印刷页数所限，只能精挑细选刊登一张最佳图片。单张图片实在揭示不出美食全部的秘密时，还需要加上长短不一的文字进行辅助说明。

然而，在今天这种自媒体平台、屏幕阅读已经普及的时代，不存在页数限制，所以给我们极大的自由去展示图片故事，同时读者也享受着诱人美食的方方面面。

本书从美食摄影的几个主要概念切入，帮你理清思维，归纳技术。

特别感谢

假如没有广泛的朋友资源支持，不知道这本书什么时候才能面世。

在此，特别感谢以下各位朋友：

成功的酒店 / 旅游业精英 Truman 先生

老牌五星级金海湾大酒店的朋友们

“二月影像”摄影师刘建新先生

美女厨师米小、王越姐妹组合

美女烘焙师胡子小姐

电子工业出版社策划编辑孔德喜老师、斑马书店郭丹老师

摄影师好友陈声明、家群、红辉、陈海蔚

修图师阿展、阿民

以及永远支持我的姐姐

和其他亲朋好友们

谢谢你们的支持！

目录

Part 1

认识美食摄影

- 1.1 美食摄影的风格类型.....003
- 1.2 相机设置和镜头的选择..... 012
- 1.3 摄影助理和美食造型师.....020
- 1.4 餐具、道具的选取原则.....029
- 1.5 美食摄影如何入手.....037

Part 2

美食造型与构图

- 2.1 构图出发点：单元素和多元素.....045
- 2.2 角度和画面裁切.....052
- 2.3 经典的三角形构图.....058
- 2.4 对角线、星状和色彩构图.....065
- 2.5 让画面诱人的其他方法.....069

Part 3

拍摄美食的光线

- 3.1 强烈的直射阳光.....077
- 3.2 饱满的室外散光.....078

3.3 阴天的光线	084
3.4 窗户光	087
3.5 室内灯光	090
3.6 影棚闪光	094
3.7 美食摄影的用光秘诀	096

Part 4

商业菜谱

4.1 外拍设备	109
4.2 意粉	117
4.3 牛扒	124
4.4 烘焙项目	128
4.5 不同背景和底	132
4.6 简洁大平光	136
4.7 酒水饮料	141
4.8 黑底倒影效果	145
4.9 牛角包	152
4.10 美食、人物与建筑空间	158

Part 5

生活美食

5.1 红枣	167
--------------	-----

5.2 蛇腿瓜	170
5.3 鸡蛋	178
5.4 苹果	181
5.5 辣椒酱	188
5.6 大米	193
5.7 阳光蜂蜜	196
5.8 花生糖	199
5.9 DIY背景板	201

Part 6

美食报道

6.1 手撕猪手	209
6.2 西红柿	212
6.3 菜面	216
6.4 花式蒸馍	229
6.5 美食Party	236

Part 7

美食的后期修图

7.1 用RAW格式拍摄	249
7.2 后期处理专业流程	252
7.3 精确地修正局部色彩	265
7.4 黑底倒影、背影效果	275
7.5 热蒸气效果	282
7.6 同一画面的色彩合成	293

Part 1

认识美食摄影

美食摄影应该拍摄美食的哪些方面？美食摄影应该表现什么？

一种美食总有一种最佳方式去展现。

有时候，拍摄食材比拍摄已经做熟的食品更诱人。

有时候，拍摄食品的局部特写要比搭配很多道具创造复杂背景更有展示效果。

专业摄影师必须考虑“美食应该如何表现”这个问题。

它是我们拍摄工作的切入点，也直接关系到我们制定什么样的拍摄方案，并进而影响拍摄工作的报价预算。

——比如，确定了拍摄我们能估算出工作量，报价应该怎样报，是分开报价还是打包价……

对美食的表现方式，第一类是表现其食材原料，第二类是表现其做好的食品本身，第三类是设置一个环境意境去进行拍摄。

当一位客户提出一个概念，比如要拍“一道炖汤”时，你脑子里可以这样想：一，可以拍摄做好的炖汤，有食欲，但是看不出所用的珍贵材料；二，可以把食材全部摆在炖盅的杯口来拍，重点拍摄用水焯过的食材；三，可以请形象气质很好的厨师手托炖盅。

——从这三种表现方式出发，你就可以找到拍摄突破口了。

现在，让我们进入正题，认识美食摄影的现实境况。

1.1 美食摄影的风格类型

美食摄影的图片千千万万，为什么要区分它们的风格类型呢？

因为，总结出美食摄影的风格类型，有利于初学者掌握其拍摄套路（套路是个褒义词，如果你想打破套路，得先熟悉套路），确定自己的努力方向；另一方面，划分了风格类型，想成为专业摄影师的读者朋友们也能更加方便地对比和提高技能。

从认知心理学方面来说，作为社会性的人，人类的思维特点就是归类、命名，然后才能学习，并进而创造性地去发挥。

那么，美食摄影图片的风格类型有哪些呢？

我们从图片功能上，将美食摄影分为三种风格，并归为两大类。

三种风格：生活风格（即生活美食摄影）、菜谱/菜牌风格、广告创意风格（即产品形象）。

两大类即菜谱美食和广告创意美食，又都同属于商业类拍摄。一般拍摄菜谱的摄影师，会同时为客户拍摄广告创意的美食照。

让我们再往下梳理三种风格的特点。

当你走进一家餐厅坐下，第一件事就是拿起菜单浏览菜式。

为了方便你点菜，菜单里的图片，拍摄得都十分清晰，色彩十分准确，除了封面，也不会加入多余的后期效果，只是在写真照片旁边，标上菜名和价格。

菜谱风格的图片注重前期拍摄，即使是很复杂的画面，也是用道具、光效等手法完成80%~90%，后期修图就是调调色、去除瑕疵、校正一下变形而已。

而广告创意风格的美食照片，画面充满了创意内涵，传达某种特定的情感或者概念。我们在地铁站里的灯箱广告上看到的曲奇饼干、中秋月饼、丝滑巧克力等，就属于此类。

在广告创意风格的图片里，食品看上去是超越自然的完美，但是并没有人幻想食品实际上真的是那样。人们知道自己是“被骗”的，但不影响购买。

当然，一般的制作流程是前期只拍摄素材，后期再进行精确的修图、替换。大量的工作是由修图师来完成的。

菜谱和广告创意风格都要求本真的色彩，精准的光线，强烈的质感。所以，基本上无法像生活风格那样在自然光下拍摄。

第三类是生活类（以及纪实风格）的美食图片，称为生活美食摄影更确切。这类图片中，我们看到的是“现实中”出现的食品。这类图片在拍摄的过程中，也会出现食品的特意摆放、道具搭配，以及模特和人物，但是它们给我们的感觉是真实的，我们知道

自己在生活中能看到这样的美食、这样的场景。

生活美食类图片一个典型的例子就是烹饪书。烹饪书上的图片比较写实，它们的用意是：你也可以做出书里面的菜肴！

还有一个例子那就是微信公众平台上使用的图片。公众平台里使用的美食图片，也更接近于我们的真实生活。

当然啦，无论是创意拍摄还是纪实图片，都有高低档次之分。高档餐厅和精品杂志上出现的图片，与超市购物宣传册所用的同类照片，会有很大的差别。

商业风格和生活美食风格在使用场合上就没有严格划分了。我们这里归纳分类的依据，是从拍摄技术和创意的角度，而不是图片的使用场合。

无论我们拍摄什么类型的美食图片，有一点是永远不会变的，那就是食品的质感。食品的质感最能勾起观者的食欲。

所以，有一个新问题必须提出来：当你掌握了美食的用光和造型等拍摄方法后，是为了完美的质感而使用相机去拍摄，还是图便利，直接用手机去拍摄？



我们走进一家餐厅，首先是通过菜牌了解这家店的美食。推销是美食摄影的第一用途。



一般来说，菜牌上的美食拍摄，主要强调菜式的质感，画面不必传达其他多余的概念。如果带有更复杂的背景，也是在拍摄阶段就解决。



菜牌美食照片也可以拍得比较生活化，看你想怎么去表达。风格分类不存在绝对的界线。



这是为酒店拍摄的菜牌图片。把美食从原先的盘子里拿出来单独拍摄，菜谱/菜牌里的美食不一定非要使用原来的器具盛放。这并不会引起用餐食客的误解。



菜谱美食要不要连同餐具一起拍进画面，主要看你想传达的是多还是少。

即使是稍微复杂的配饰，也要在前期拍摄时完成，后期没有必要、也没有时间去更换背景。

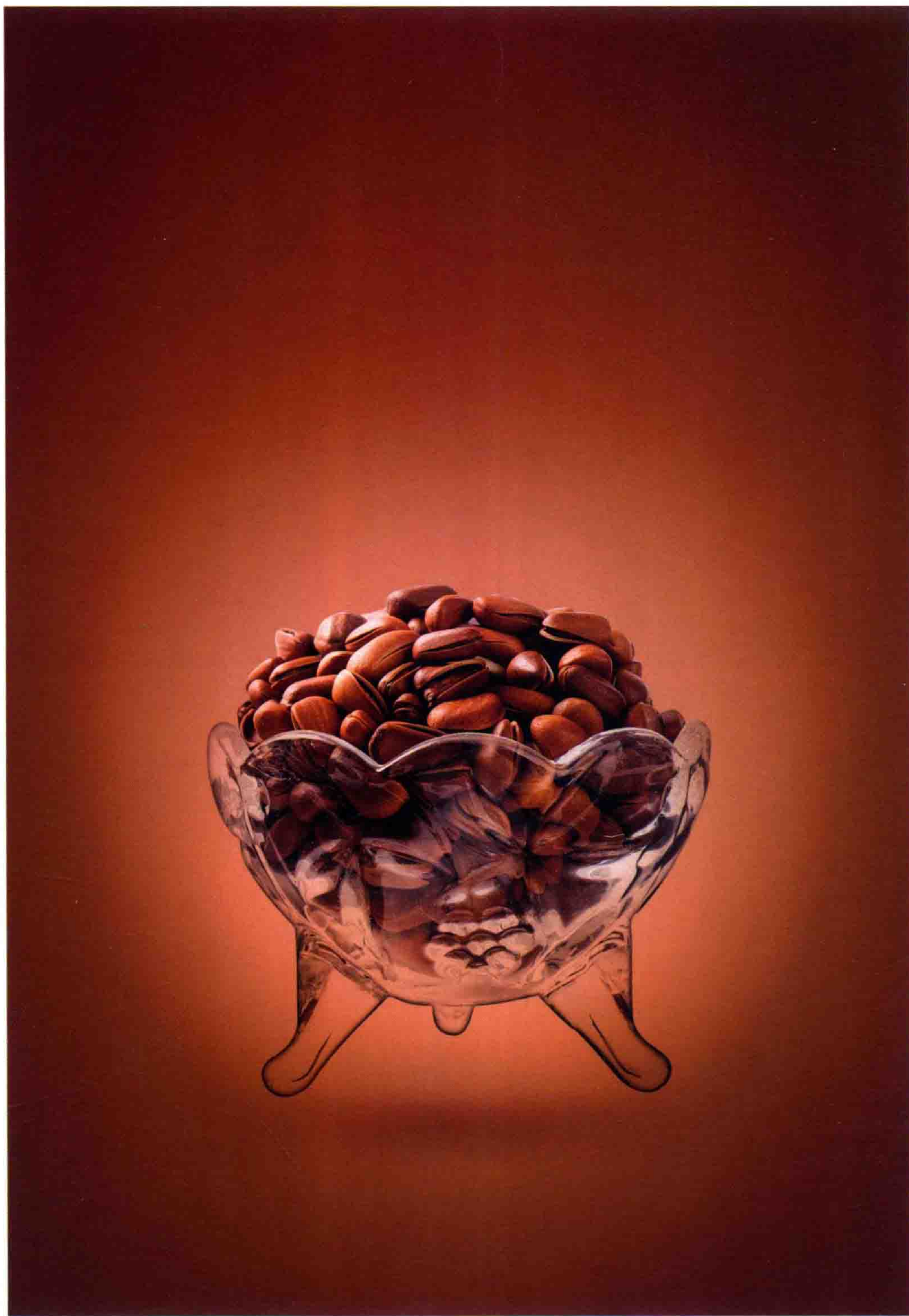
对于这道西餐而言，没有必要增加多余的道具，在摆盘造型阶段已经形成了很漂亮的构图。我们只需要提供很干净的背景，让美食自己去展现。



这张水晶点心是广告创意图。真实场景里它是三个一组放在小竹笼里的。



这张就是灯箱广告用的美食图。现实生活中它们是不会以这样唯美的方式呈现给人们的。



看到了吧，像这张精细的用光和背景合成图片，就是一幅纯正的广告创意型美食照。