



广告摄影基础

沈小滨 裴肇瑞

著

上海书店出版社

J412.9
17

2005

广告摄影基础



沈小滨 裴肇瑞



上海书店出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

广告摄影基础 / 沈小滨, 裴肇瑞著. —上海: 上海书店出版社, 2005. 1

ISBN 7-80678-345-8

I. 广... II. ①沈... ②裴... III. 广告—摄影艺术—基本知识 IV. J412.9

中国版本图书馆CIP数据核字 (2004) 第127654号

广告摄影基础

著

沈小滨 裴肇瑞

责任编辑

那泽民

封面设计

润 泽

版式设计

赵天扬

技术编辑

吴 放

出版发行

世纪出版集团 上海书店出版社

地 址

200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc

制版印刷

上海精英彩色印务有限公司

开 本

889 × 1094mm 1/32

印 张

4

印 数

1—4000

版 次

2005 年 1 月第一版

印 次

2005 年 1 月第一次印刷

书 号

ISBN 7-80678-345-8/J · 182

定 价

25.00 元





序

在如火如荼的商业竞争中，商业广告摄影扮演着举足轻重的角色，所有的企业从来没有像今天这样重视广告图片的设计和拍摄。从企业形象的策划、产品型录、产品包装到各种广告媒体，广告图片在其中起着极其重要的作用，这印证了业界对广告图片的评价：没有图片，难成广告！

在现代社会里，广告无时不在我们的身边。不管我们是有意识还是无意识都在接受广告的引导和熏染，并在相当程度上支配着我们的消费倾向和购买动机，它对于一个国家的经济发展有着必不可少的支持作用。

在商品流通的市场上，广告摄影是生产企业、商人与消费者之间最直接的纽带，它是一种利用摄影造型手段来展现有关最新产品信息的传播媒介。它常用于商品宣传海报、产品包装、产品型录、大型图片展示。它属于广告媒介中的印刷类广告，可以被大量复制，具有广泛进入传播通道的功能。

目前，市场经济主宰了我们的市场。在这样令人激动的形势下，愈来愈多的摄影人纷纷加入到商业图片的拍摄中。设计公司、广告公司亦在人力资源的配置上特别重视对专业摄影师的配备，而同行之间同样对彼此之间的举手投足予以极大的关注。相比之下，我们的摄影师队伍却不能满足广告行业和企业的需求。具体表现在专业水平较低、设备不够精良、服务范围较窄等方面。尽管目前大城市、沿海经济活跃的地区在广告图片拍摄方面有了飞速的发展，但相当多的地区还处于较低的水准线上。

这本广告摄影基础是一套专业摄影丛书中的一本。编写本书的作者，从事广告摄影多年，在实践中积累了一些经验，也对实践中遇到的问题给予了解答。编写这本小书的目的非常明确：将自己多年从事广告摄影的经验介绍给大家，在与大家的交流中不断提高自己，为日益活跃的商品经济市场提供更好的商业广告图片。

本书中的条目、内容都是较典型的，你可以举一反三地处理相近的拍摄内容。虽然说这些都是经验之谈，但我们面对的是天天都有新产品出现的市场经济，有些产品虽说功能变化不大，但外形构造、材质都与以往不一样，你不能墨守成规地来拍摄它们。或许，你的探索和经验能使我们成为好朋友呢！

这本书，将使你走上一条全新的路。

这本书，但愿能在你的实际工作中助你一臂之力。

这本书，期望你记住它，特别是当你已经做得很好的时候。

你们的朋友 2003 年于哈尔滨

目 录

001 第一章 什么是广告摄影	模型与沙盘 074
002 第二章 广告摄影常用的器材	体育用品 076
010 第三章 感光胶片与滤光镜	第五章 外景及棚外摄影 077
010 感光胶片的感光度与其特性的关系	适用的器材 077
012 色温与滤光镜	建筑摄影 079
012 光线与色彩	办公环境与车间 086
013 彩色胶片的色彩平衡	医学与科研摄影 088
014 为什么会偏色	大型产品摄影 090
014 什么是互易律及互易律失效	航空摄影 092
014 黑白及彩色胶片所用的滤光镜	近距摄影 096
019 第四章 棚内摄影	时装摄影 101
019 玻璃器皿与透明物体	复制摄影 109
022 金属制品	第六章 经验与技巧 114
029 瓷器与陶器	控制光比 114
034 塑料制品与半透明物体	取景框 114
039 家具与木制品	快与慢 114
045 皮革制品	啤酒瓶上的水珠 115
045 五金工具	酒瓶的光效 116
047 机械设备	激光效果 116
052 电子零件	水平如镜 116
054 菜肴	正负 2.5EV 值曝光法 116
072 艺术品	“有限层次”的应用 116
073 纺织品	

第一章 什么是广告摄影

广告摄影与其他的摄影门类不同,它兼有商业和文化双重属性。利用摄影手段,可以准确、真实地将欲出售的商品的外形、结构、质地、色彩展现在消费者面前,并具有高度的可信性。广告照片拍摄的成功与否,要看它在销售的环节中所起的作用有多大。若以纯艺术的观点来看一幅广告照片,也许它不是成功的。但是,由于它在市场上将商品销售出去的这个环节中,起到了引导消费的作用,所以我们就认为它是成功的,或者说它是一幅好的广告摄影作品。

广告摄影最早进入的是印刷品这种广告媒介。在这种媒介中,摄影艺术有了广阔的创作领域,在推进商品销售的市场中迅速地发展壮大起来,并随着时代的进步越来越丰富了自己的表现手法,特别是计算机技术对广告摄影更是起到了巨大的推动作用,这幅“草莓牛奶”图就是利用计算机的控制技术来完成的。广告摄影在现代社会中广泛地融入了人们的生活,是与人们日常生活联系最紧密的摄影艺术。E.H.贡布里希在1972年《科学的美国人》信息交流专刊中对于图像有如下精辟的描述:

“我们的时代是一个视觉的时代,我们从早到晚都受到图片的侵

袭。在早餐读报时,我们看到新闻中有男人和女人的照片,从报纸上移开视线,我们又看到食物盒上的图片。邮件到了,我们开启一封封信,光滑的折叠信纸上要么是迷人的风景和日光浴中的姑娘,使我们很想去作一次假日旅游;要么是优美的男礼服,使我们禁不住想去定做一件。走出房间后,一路上的广告牌又竭力吸引我们的眼睛,试图挑动我们去抽上一支烟,喝上一口饮料或吃上点什么的欲望。上班之后更得去对付各种图片信息,如照片、草图、插图目录、蓝图、地图或者是图表。晚上回家休息时,我们坐在电视机这一新型世界之窗前,看着赏心悦目的或毛骨悚然的画面一幅幅闪过。即使在过去或在遥远的异国创造的图像,也能够比以往任何时候更快地接近公众——这些图像本来就是为公众而创造的。”

正是由于广告图片在市场上为推进销售并创造利润起到了极大的作用,所以广告主对广告摄影的创作资金投入往往是在所不惜。而广告摄影师也是最早地将最好的、最新的摄影器材应用在广告摄影的创作中,从而使人们看到了有别于其他摄影门类的、超凡脱俗的、化平淡为神奇的广告摄影作品。

第二章 广告摄影常用的器材

照相机

原则上任何画幅足够精密的照相机都可以用来拍摄广告照片。然而在实际的应用中，却决定了只有一部分照相机可以完美地完成广告图片的拍摄工作，这就是大画幅的单轨照相机。

大画幅的单轨照相机常用规格有：4×5英寸、5×7英寸、8×10英寸等。它们通常配有德国出品的罗敦斯德、施耐德的高品质、大像场镜头及近摄镜头，并且它们拥有丰富的系统配件。它们的很多功能是其其他中小画幅照相机无法完成的。例如如图。

当然，大画幅照相机及其附件的价格是很贵的，一般需要几万元以上人民币方可购入。若配置的镜头及附件较全，应该在十几万元或更多的投入。尽管价格很贵、整机重量大、操作复杂等情况限制了它在很多场合的应用，但由于其功能的

不可替代性，随着时代的进步，大画幅照相机已经发展到了数字化影像的新阶段。数码机替代了传统的感光胶片，计算机与Photoshop软件取代了暗房，较以往更加表现了无可比拟的杰出性能。

中画幅照相机也可以拍摄广告图片。特别是在拍摄运动中的题材时，大型机不便于取景与操作，而中型相机则有较大的优势。特别是中画幅自动聚焦机型的推出，使摄影师在拍摄运动中的主体时更能从容操作，将注意力集中在模特的表情上和构图上。

35毫米照相机拍摄后的画面较小（24×36毫米），难以制作大幅面广告印刷品和图片。但在制作画幅较小、对透视要求不是很严格的情况下也是可以的。特别是在有些连中画幅相机也不方便拍摄的场合，35毫米相机便是惟一的选择了。例如拍摄体育运动内容的广告图片时，





入射式测光表



测光表



反射式测光表

35 毫米小型相机就比较得心应手，几百毫米的带有陀螺图像稳定装置的长焦镜头更是最佳选择！至于摄影师要拍摄动态模糊的效果则是另一回事。

测光表

由于广告摄影基本是选择彩色反转片来拍摄，而彩色反转片的曝光宽容度很小，恰当的曝光范围很窄，所以测光表就成了必须使用的工具。另外，测光表的测光方式多样化也是保证准确测光的重要原因。

测光表按测光方式分为入射式测光表和反射式测光表两种。

入射式测光表：入射光式测光表是测量照明被摄体的光线照度，所以也称为照度测定法。

由于测光表是按反射率为 18% 的标准被摄体为条件设计的。因而这种测光方式最适合人工光源棚内拍摄，因为棚内拍摄时的布光，是按照设计好的布光方案进行的。灯光师和摄影师布光时通常是不会将光比的运用超过 5:1 的。当然，应用在阳光下的自然光照度测量也同样很好用。

这种测光方式测定值稳定，误差小，也比较简便。但是入射光式测光法不能准确测定画面内的高反射率的物体，画面内的发光物体也不能得出准确读数，如测定落日晚霞等内容。如何测定高反射率物体和发光物体的曝光值，我们将在“正负 2.5EV 值曝光法”一节里介绍。

反射式测光表：在相同的照度条件下，由于不同被摄体的反射系数不一样，同一只反射式测光表在测定白色物体和黑色物体时，所得到的读数值有很大的不同。在反射式测光表中，无论测定什么样反射系数的被摄体，其采样值均被转换成 18% 的中间灰加以计算而得出曝光数值。显然，要在各类的题材和各种拍摄条件下，熟练运用反射式测光表来读取并分析数值，是要具有一定的使用技巧和经验的。

反射式测光表比较适合于全部明亮或暗淡的被摄体的细节表现。这种测光表的测光范围是有一定角度的，通常有 30 度、20 度等。5 度至 1 度的反射式测光表，被称为点式测光表。在拍摄中，用点式测光表测量 18% 反

射率的标准灰板获取读数,其测光参数比较客观地反映被测面的光值。在用入射式测光表有困难的拍摄场合下,18%标准灰板与点式测光表的结合运用,使你对拍摄现场各部分的亮度值有了充分的掌握,效果较为理想。

照明器材

摄影离不开光源。适当照度的光源是拍摄成功的技术保证。不同的光质描绘不同的题材,表现生动的肌理和质感。光源的面积,光源的强度,光源的距离,光源的色温。这一切,影响着作品的成败。这就是为拍摄提供照明的灯具。

光源分为连续性光源和频闪光源两种。

连续性光源通常指白炽灯、日光灯等人造光源。

频闪光源是指以脉冲形式发光的电子闪光灯。

光源与反射器具的合理组合就是灯具。

灯具有两大类

聚光式:最显著的特点是光质很硬,照明效果明暗反差强烈,明暗交界部分过渡明显。适合硬调的布光和部分照明。

散光式:具有柔和的光质,可以得到适中的反差。被摄体明暗交界部分过渡柔和。

聚光式和散光式灯具的反光器具都有好多的样式,所发出的光质

亦有较丰富的变化,可以适应各种场合下的拍摄,也有很多的摄影师自己动手制作更加特殊的光源反射器具来达到自己的目的。



背景材料

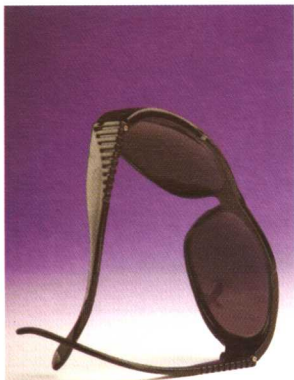
目前广泛使用的是背景纸,以卷筒的形式出售,规格有(2.7m × 11m、1.1m × 1.6m)等。

背景纸有各种颜色的和色彩渐变等式样，可以拍摄成如图所示的效果。如果你有了不落俗套的创意，大概背景很难选择成品来应用，也就得自己来解决。因为天晓得你

要什么样的背景材料，给你看看我的片子里的背景是什么东西吧。告诉你，只要符合设计与创意要求，大概什么东西都能成为你的背景材料。



利用特殊背景材料所拍摄的广告摄影作品



背景纸效果



背景纸效果

小工具

也许你觉得我们只与摄影器材打交道而与工具毫无相关吧？那你还是看看我介绍给你的工具好吗？

卷尺：可以用来测量相机的皮腔（像距）长度，从其读数来计算曝光的补偿系数。

牙科小镜：有时候相机位置较高，用它来反射镜头的光圈、速度参数。

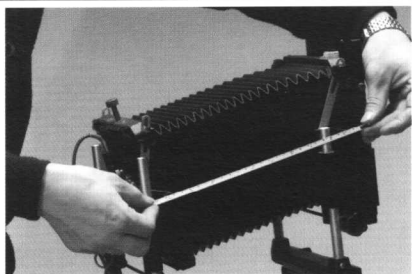
放大镜：可以用来调焦，还可以将相机的毛玻璃取下后，用它在焦平面仔细地观察被摄体的细部，你能看到被摄体上面很小的灰点和擦拭时留下的纤维物，挺管用。

气球与小毛刷：用放大镜看到的灰点和多余纤维物，是会影响拍片质量的。我们用气球吹一吹，小毛刷掸一下，效果非常好。当你将所摄底片扫描成了数字文件，那你在Photoshop中修图的时候可就轻松多了。

橡皮泥：这可是个好东西。当你布置一个圆球形或圆柱形的被摄体时，它们时常会很调皮的滚来滚去，是这样的吗？于是你捏一点点橡皮泥，放在你认为可以制止它们乱动的地方。还有，它可以帮你固定比较难以立起来放置的、细长的东西。

双面胶带：当拍摄贴有印刷品的产品时，你就要用双面胶带来粘贴那些标志和瓶标啦，这种胶带不会弄湿这些纸制品，还特别平展。

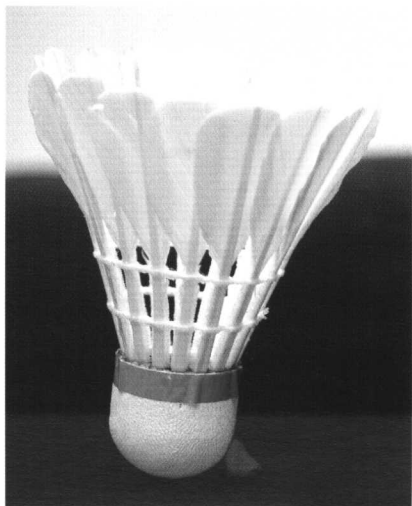
注射器：这可要选个头大一点的型号，我们用它来向酒杯、水杯里



用卷尺测量相机皮腔长度



用牙科小镜来反射镜头的光圈速度参数



橡皮泥的使用

面加入如酒类等液体。你若直接将杯子里倾倒时，非常可能弄得很糟糕，液体弄湿了杯子壁和背景，而这足以让你恼火。

手电筒：无论在棚内还是棚外，你总是会碰到因为黑暗的环境，看不到照相机镜头上面的各种数值、摄影包内的器材，无法在笔记本上记录你的资料这些蹩脚的情况。一个小小的手电筒，会让你每次拍摄的时候想起它来，特别是棚外拍摄夜景的时候。

激光指示笔：这是一个能发出很亮的红色光点的东西，经常在学术交流会、课堂上作指示重点、提醒大家注意使用。而我们则常用来在拍摄现场做指挥棒，它可以告诉模特的表演位置、灯具的位置等。在棚内拍摄中，它也是用红色光点来指示被摄物体相互之间的关系。因为它很亮，也常用它来做联络工具。

剪子：和普通的剪子没什么区别，它可以用来修剪纤维类产品上的多余线头，将白纸板剪制成用来

拍摄玻璃瓶装饮料类小型反光板。当然，你也可以用来剪其他的东西。总之，你一定得有它。

小夹子：在拍摄时装的时候，模特的体型未必与时装的规格相符。小夹子这个时候该出场了，比如你感到时装的腰部有点肥，那么你只要用小夹子在模特身后腰部多余的布料上夹上一点，也就免得动刀剪针线了。还有，小夹子在很多的地方都能用得上，只不过你要多预备几种大小不同的夹子罢了。

喷雾器：在饮料瓶上制造些水津津的效果，是很讨人喜欢的，无论是你的客户还是消费者。喷雾器干这个很在行，只不过你操作它的时候要动点脑筋，它离目标的远近、中心位置、力量(压力)都能形成不一样的水滴。你自己来试试吧。

竹镊子：好多小的产品用手来摆弄很不方便，而且还容易留下手垢。金属镊子质地太硬，有划伤产品的可能，不如竹制的好。



喷雾器及气泵



喷雾器的使用

道具

不同的拍摄题材和创意，需要能够烘托主题的各种道具(图1)。道具的收集需要生活经验的积累，几乎我们日常生活中的各种物品都是我们的道具。《救生刀》这幅片子，我

们从画面中可以看到：粗粗的麻绳、烧煤油的马灯、标有等高线的地图、玉米粒、图囊、还有通讯的手机等。若是手巧的人，更能动手制作拍摄中所需要的道具。

救生刀 哈苏相机柯达 ProBack 数码后背 慢速加闪光：1 秒+1/125 秒 f.16-22 1600 万像素



摄影台

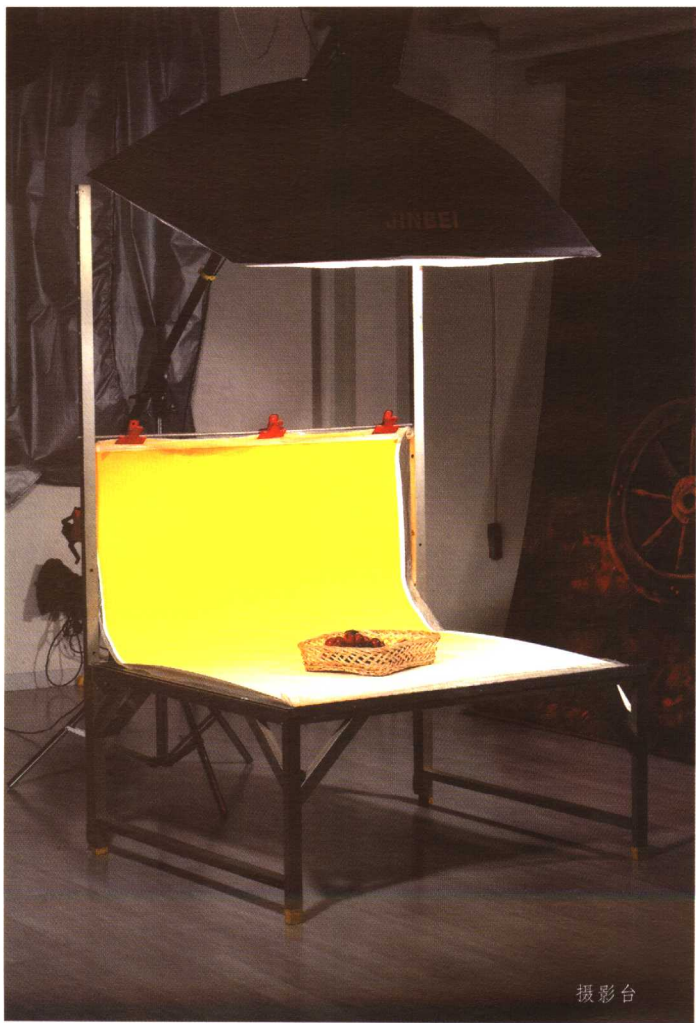
多数产品可以在摄影台上完成拍摄。静物摄影台有成品出售，惟价格较高。我的台子是自制的，用铝合金加工而成。有设计图可供参考(图)，你也可以按照自己经常拍摄的题材自行设计，或许更好用。

三脚架及支架

三脚架的选用，应以轻巧稳定、调节机构轻松有效、云台阻尼适中为选购时注意的要点。品牌有国际上的大牌如：曼富图、捷信等，但价格也较高。国产品牌的质量有了大幅度的提高，价格比较适中。你应该预备两只三脚架，一只较为重型点的，用来支撑大型相机。另一只选用轻便些的中型角架，用来支撑中画幅

相机和35毫米小相机。

各种支架在拍摄过程中，常用来悬挂背景和支撑反光板。你影棚中各种支架的多少从某种意义上讲，还是你的业务是否做大了的标志呢。



摄影台

第三章 感光胶片与滤光镜

感光胶片的感光度 与其特性的关系

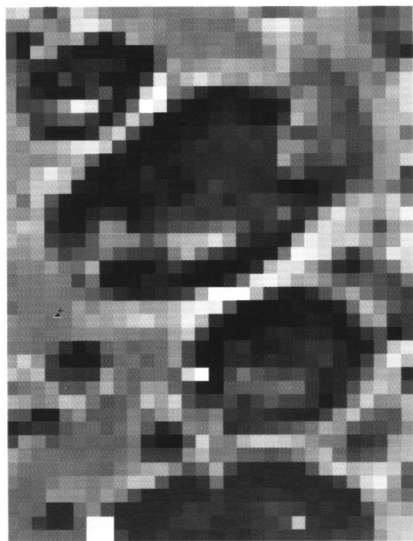
经济学中有一句令我备感正确的话：“你要想获得一些东西，你就得放弃另一些东西！”

感光胶片的特性也是这样，一般的来讲：广告摄影通常要求胶片的颗粒要非常细腻、层次足够丰富，粗颗粒的效果只是应用在某种对图像效果的刻意追求中，一般是从选择胶卷品种和调整冲洗工艺上来获得粗颗粒效果。

为了精细地描写所拍摄的内容，胶片的颗粒就要非常细。这个被我们称之为颗粒的小东西，在现代的数码影像里有了个新名字：像素。其意思是：它是组成一幅图像中的最小元素。显然，构成图像的像素愈多，表现图像细节和层次的能力就愈强。不过你若希望胶片的颗粒细一点，那么这种胶片的感光度就一定要低一些。这是因为较细的感光银盐颗粒，它们接受光线的面积也要小得多！在传统感光材料组成的影像里，胶片的固有颗粒还将在冲洗的过程中受到冲洗工艺的影响，非标准的冲洗工艺、粗劣的操作可能造成颗粒结团和颗粒结构的劣化。

为了保证胶片感光银盐能够获得足够的光化学反应所需的光线，

摄影师希望胶片有足够高的感光度。否则，布置人工光源是要耗费人力和物力的，除非你需要某种经过设计的、具有戏剧性效果的光线效果或特别在意胶片颗粒的细腻程度而一定要选用人工光源来照明。要知道，如果不是刻意追求图像的粗颗粒效果或某种动感模糊效果，摄影师一般是不会轻易选用高感光度胶片的！



像素图片