商业摄影成功宝典

周明 林路 著

福建科学技术出版社

J412.9/10

商业摄影成功宝典

周明 林路 著

目录

关于本书 1
第一章　掀开商业摄影的内幕 1
一、创造超凡影像的秘密 1
1. 极致的清晰和细腻 1
2. 炫目的光影和色彩 4
3. 绝妙的透视效果 6
4. 精心设计的画面 9
5. 时尚是商业摄影的生命 11
二、商业摄影是一种运作 14
1. 专业拍摄的流程 14
2. 展示与沟通 17
3. 策划和构思 19
4. 报价的技巧 21
5. 签约的重要性 23
三、商业照片的投入与代价 25
1. 设备与规模 25
2. 投入与创收 27
3. 体力与精力 32
4. 时间与质量 34
5. 主动与被动 36
6. 技术与艺术 37
四、商业摄影的基本标准 38
1. 技术的标准 38
2. 行业的标准 40
3. 艺术的标准 41
4. 风格的标准 43

目录

46 五、商业摄影师是怎样的人
46 1. 商业摄影师的职业性
50 2. 商业摄影师的多面性
52 3. 构筑广泛的人际关系
55 4. 摄影师的个人形象
59 第二章 专业设备及其使用
59 一、摄影设备
59 1. 相机的特点与选择
62 2. 座机的基本操作
68 3. 座机的移轴斜摄
77 4. 摄影镜头
83 5. 测光表与测光
86 6. 滤光镜
95 7. 支架、遮光罩和对焦放大镜
97 二、照明设备与布光
97 1. 常规灯具
103 2. 光线属性
105 3. 布光的技巧
109 4. 光与色的关系
111 三、感光胶片与特性
111 1. 彩色胶片
114 2. 黑白胶片
116 3. 感光度、宽容度和胶片差异
118 4. 胶片的购置和保存
119 第三章 商业摄影的实际操作
119 一、工作场所及作业方式

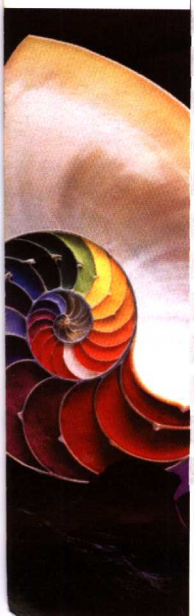
目录

1. 摄影棚的规划 119
2. 摄影棚内的拍摄 121
3. 外出现场拍摄 123
4. 实地跟拍 126
二、几种常规的拍摄方式 128
1. 抠底照片的拍摄 128
2. 细小物件近摄和大件物品拍摄 130
3. 透光体与反光体的拍摄 135
4. 商业组照的拍摄 138
三、数码设备及电脑处理 141
1. 商业摄影的大趋势 141
2. 数码处理的主要因素 142
3. 数码创意的分类 145
第四章 商业摄影分类详析 149
一、食物饮料的拍摄 149
1. 酒类与玻璃器皿的拍摄 149
2. 饮料的灵活处理 152
3. 展现菜肴的新鲜感 153
4. 水果的表现技法 156
5. 其他特殊的技法 158
二、生活用品的拍摄 161
1. 化妆品特性的控制 161
2. 珠宝的质感与魅力 163
3. 钟表的光泽与细节 165
4. 服饰面料的质感表现 167
5. 鞋帽的拍摄技巧 169
6. 家具的空间展现 172

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

目录

177 三、家用电器的拍摄
177 1. 家用电器的分类特征
178 2. 家用电器的构图用光
181 3. 电子计算器和电脑的拍摄
182 4. 收录机和音响的拍摄
185 四、交通工具的拍摄
185 1. 交通工具的拍摄手法
187 2. 交通工具的拍摄过程
190 五、商业建筑的内、外景拍摄
190 1. 特大空间的内景拍摄
195 2. 商业建筑的外景拍摄
197 六、工商人像的拍摄
197 1. 商业人像的基本要求
200 2. 工商人像的拍摄方式
203 3. 工商人像的姿势设计
206 4. 工商人像的背景安排
208 七、时装人像的拍摄
208 1. 时装人像的造型控制
212 2. 户外时装人像的魅力
216 3. 时装的特殊类型——内衣
220 八、广告人体的定位与拍摄
220 1. 人体在广告摄影中的可行性
223 2. 人体在广告中的诱导作用
228 3. 人体在广告中的表现手法
231 九、女性与儿童的拍摄
231 1. 女性摄影的强调媚态
238 2. 儿童摄影的天真情趣



第一章 掀开商业摄影的内幕

一、创造超凡影像的秘密

1. 极致的清晰和细腻

所谓极致的清晰，是指商业照片中的被摄体所有可能的细节都被清晰地展现在画面中，让观众能够领略每一处局部的细节，详细了解被摄体的特征，从而达到推销商品的作用，或者满足顾客的唯美追求。在极致的清晰的同时，也包括了所有层次和影调的细腻过渡，这也是保证被摄体的真实感和立体感能够得到良好还原的保证。因此，商业摄影作品对画质的要求是格外挑剔的。

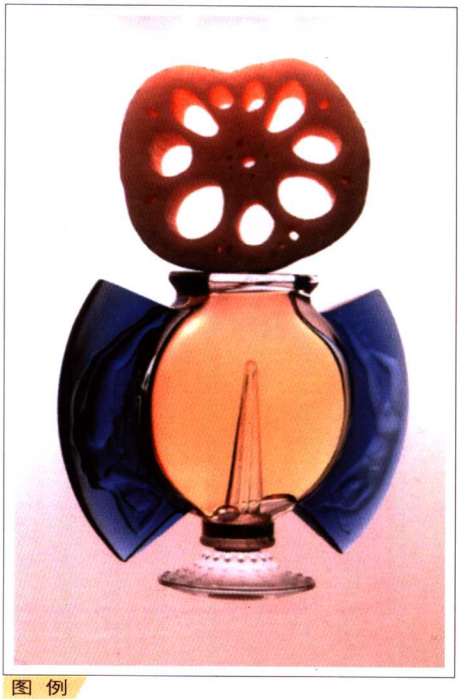


图 例

由于商品广告主要是为了起到推销的作用，因此在画面的质感层次上的细腻追求，也是摄影师所注重的。只有精益求精的形态展现，才可能在宣传上取胜。刘美硕 摄

大底片相机与清晰度

为了最大限度地保证被摄对象的清晰度以及影像的细腻程度，摄影师会根据实际的需要选择相匹配的感光胶片——人们一致倾向于使用具有极细银盐颗粒的高清

晰度专业感光胶片，而且在商业摄影活动中普遍运用较大或很大片幅的胶片。即使是拍摄普通的照片，起码也使用120中画幅相机，而普通的135小型相机并不常用。事实上在以产品广告和工

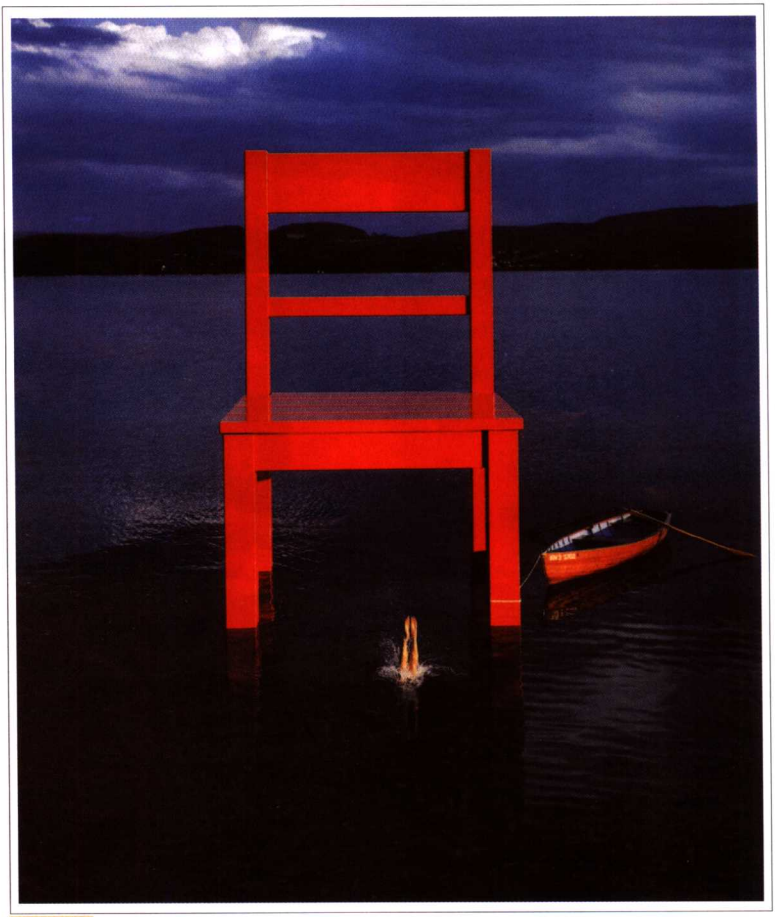


图 例

这幅题为《跳水》的广告作品在1988年柯达月历摄影大赛中以其构思独特、意念新颖、摄影技术完美而一举夺得金奖。这本月历是由专门生产大型专业相机的瑞士仙娜公司和迪尔迪克椅子公司联合制作的，既为仙娜公司的相机做了广告，又为这把高8.3米、重1.5吨的红色巨椅做了形象宣传。画面也足以证明仙娜大底片相机令人信服的清晰度。奥托·卡斯帕 摄

商宣传为主体的商业摄影工作中，绝大多数情况下摄影师都会毫不犹豫地选择中画幅以上的大底片相机——理由非常简单：为了通过优质的、大面积的材料确保照片的清晰程度以及影调的细腻和丰富。

相机画幅与放大倍率

换一个角度考虑，商业摄影作品在实际使用时往往被制作成精美的印刷品，有时以尺寸很大的招贴画形式出现，甚至可能成为巨大的户外招牌，当照片的底片尺寸较大时就相应地降低了实际使用时的放大倍率。比如：将135相机拍摄的底片（24厘米×35厘米）放大到200厘米×250厘米（8英寸×10英寸）时，需把底片放大约60倍；而如果使用稍大一些的

在追求极致的清晰和细腻过程中，即便是拍摄较小的物体，为了最终的画面需要，商业摄影师也会毫不犹豫选择了大画幅座机，以保证画面的完美程度。就像这幅鞋类广告，将鞋子和自然氛围巧妙地结合在一起，通过细腻的刻画，达到了相当精彩的境地（附布光示意图）。丹羽纯一郎 摄

图 例

120 相机（片幅 60 厘米×60 厘米，60 厘米×70 厘米）拍摄，放大成相同的尺寸，分别需放大 12~19 倍。假如再进一步提高底片的面积，使用 100 厘米×125 厘米（4 英寸×5 英寸）底片的话，只需放大 4 倍左右；如果使用 200 厘米×250 厘米（8 英寸×10 英寸）的相机拍摄，那么底片就不需要放大了，只要通过印相就能得到影像损失最小、品质最佳的照片。所以，从某种意义上讲，商业摄影作品影像上的精致和完美是使用大底片拍摄的直接效果。

2. 炫目的光影和色彩

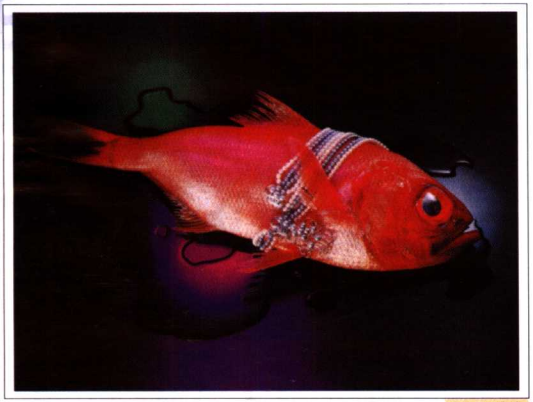
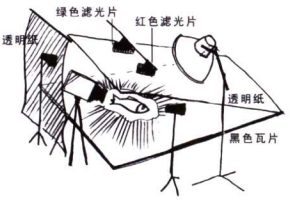


图 例

绚丽的光影和华丽的色彩，会给观众留下深刻的印象，这也是商业摄影师梦寐以求的目标。在表现珠宝过程中，摄影师所选择的色光，正是这一追求的集中体现（附布光示意图）。林宏树 摄



光影效果

人们经常将摄影比喻为“光的艺术”。这种评价用在商业摄影作品身上是最为典型了。为了充分反映被摄物的各项特征，如形状、色彩、质感等等，商业摄影必须利用可能的自然条件，或调动一切人工手段，营造出形形色色的光线。在商业摄影活动中，即使被摄物很平凡，摄影师也会为了光线的运用煞费苦心。任何一幅出色的商业摄影作品，都是摄影师驾驭光线的一次成功运作。

为了方便有效地运用光线，商业摄影中大量使用灯具，它们名目繁多，功能各异。近年来，随着闪光灯生产技术的进步，各种各样的闪光灯开始发挥出巨大的作用，成为商业摄影的得力帮手。

在这幅为卡尔文·克莱恩发胶和香波拍摄的广告画面中，选择了华丽而简洁的表现手法，以纯净的意境为生活用品注入了全新的魅力。作品让人想像出优秀的女性卓尔不群的亭亭玉立姿态，尤其是画面的光影感十分出色，柔软的毛巾，光洁的容器，闪动着银色光芒的品牌标志，以及背景中隐隐约约的电吹风的暗示形象，都对产品的推销起到了推波助澜的作用。瓦尔特·柯莱 摄

图 例

色彩要求

商业摄影对色彩方面的考究主要表现在两个方面：在通常的情况下必须绝对还原被摄物的真实色彩，不允许出现色彩的偏差；不但颜色的不纯正不能被接受，即使是深浅的不合意（主要取决于曝光）也是不合格的。例如在拍摄人像作品时对人物肤色表现的计较，或是拍摄纯白等单色物体时对中性色彩还原的讲究等等。

为了绝对真实地还原被摄物的色彩，不仅对摄影器材的要求较高，而且对感光材料的选用也极其严格。即便这样，仍然可能因为光线的缘故导致色彩的偏差，所以摄影师还必须认真地研究光线，细心地矫正偏色，然后是精确地曝光，最后对胶片的加工处理也不敢马虎，只有经过严格把关，才可能拍出一张具有真实

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

意义的彩色照片。不过，也有的时候，摄影师会根据自己的主观愿望让被摄物染上与其现实状况不相符合的色彩，这时的色彩则成为创意的需求、渲染的手段、情绪化的象征。为了达到这种目的，摄影师可以通过选择胶片、运用光线及滤光色片使被摄物带上各种各样或主观或离奇的色彩效果。

图 例

依靠华丽的色彩吸引观众的注意力，也是广告摄影中非常重要的组成部分。只有在赏心悦目的视觉传递过程中，让观众多看一眼，再多看一眼，信息的传递才可能达到最大的效应。

3. 绝妙的透视效果

特殊的透视效果

在许多商业广告和建筑摄影作品中，我们可以看到一般相机所完全不可能拍出的独到的透视效果，既赏心悦目，又令人感到不可思议。这类效果的获得，多数是用座机拍摄的结果。座机虽然相貌古怪，并不时髦，操作起来也决不方便，但因为具有斜摄功能，因而也被称之为技术相机。座机最大的优势是可以有意打破镜头主光轴与胶片中心点垂直关系进行拍摄，通过相机上安装镜头的前框架部分或者是接插胶片的后框架部分作上下移动、左右摇摆、前后倾斜，以便拍摄出视觉感受更自然或更新奇的照片。某些普通相机(135 或 120 相机)也可以通过专门的移轴镜头做到这一点，但移轴的程度和操作的便利方面所受的限制较座机大得多。

这是几种典型的大底片座机的外形，它的最大优势就是可以打破镜头主光轴与胶片中心垂直关系进行拍摄。

图 例

图 例

通过座机的使用，可以在仰视的角度，依然将高大的建筑保持完美的透视线条，没有任何变形的不舒服感。这对于小型的35毫米相机来说，几乎是难以想像的。周抗 摄

斜摄功能

座机独特的斜摄功能究竟有哪些实际的用途呢？

拍摄垂直线条时纠正变形：这种技术手段在拍摄建筑物时被大量采用，可以在仰视或俯视的情况下依旧把建筑物拍得挺拔笔直。

调节画面的聚焦范围：较多地用于产品广告摄影，座机通过移轴斜摄不但能够拍出仅有局部焦点因而景深极浅的照片，也擅长拍摄普通相机镜头无法制造的超大景深。这在静物摄影时有极大的实用价值。

调整拍摄视角：拍摄照片必然要选择机位，使用普通相机的摄影师为了拍到正面的、没有变形的、毫无阻挡的被摄物体肯定得认真寻找惟一的理想机位，但是有了移轴斜摄的帮助，摄影师就能够创造奇迹，他可以在不动被摄物一根毫毛的情况下将它在取景框里搬来搬去，有时甚至可以不到正中位置而拍到标准的正面形象，轻而易举地将画面上讨厌的前景移开，从而为营造理想的画面提供行之有效的技术保证。

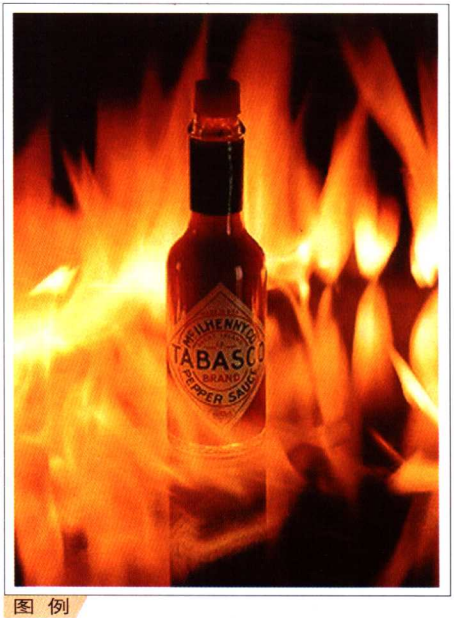


图 例

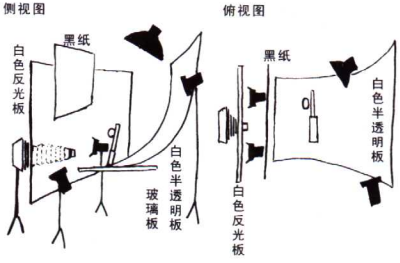
通过精心设计的画面，不仅能够很好地传递商品的信息，同时也可以留下想像的空间。像这幅酒瓶四周烈焰环绕的构思，给人带来烈酒的强烈刺激感。塔巴斯克 摄

4. 精心设计的画面

刻意规划的构图

商业摄影作品一定要用摄影语言准确表达自己的意念，因此讲求形象的生动凝练以及画面构成的和谐完美就至关重要。任何一幅商业摄影作品，它的构图都是精心刻画的，其目的是突出产品，吸引观众的目光，从而将拍摄的目的——推销产品，表露无遗，体现出一图胜千言的实际功效。具有优异构图的照片归功于受过严格训练的形象思维，当广大观众面对一幅赏心悦目的摄影作品时，往往会不由自主地心悦诚服，这无疑是对作者创造性劳动最好的奖赏。但他们未必了解这样一幅作品诞生的背后，往往隐藏着三言两语难以尽述的经验与技巧，也只有内行们才能道出要熟练掌握这种本领所必须花费的代价。其实，优异的构图能力来自于严格的专业学习，以及长期的艺术熏陶和艰苦的工作磨炼。

图 例



在这幅看似简单的画面中，包含着摄影师精心设计的各个环节。首先网球拍是平面型的，所以在角度的选择上，尽量将球拍框上部外侧的球线孔露出来，表达立体感。同时将网球粘和在球拍上，产生现场的气氛感（附布光示意图）。小出信一 摄

图 例

被摄主体是造型极其一般的酒瓶和酒杯，为了扬长避短，有意选取了被摄物的部分，重点表现其曲线的美，但是光靠杯瓶的线条还不足以丰富画面，于是又通过特殊手段将木头的纹理覆到杯瓶之上，最终使作品的主体突出。

突出主体

拍摄静态产品大多是在摄影棚里，所以应该仔细认真地进行摆布，即使是在工厂或商场之类的场所拍摄，也没有理由仓促行事。摆布静态产品时，一定要突出主体，产品上的商标或文字应当正面表现，为了反映被摄物的最靓丽之处，必须深入观察，寻找最佳角度；当被摄体的周围摆放有其他陪衬物品的时候，要以简洁生动为原则，通过焦点、透视、色彩、光线等一切手段，让主体成为画面中的视觉重心。当然，对画面的构成还有其他要求，比如背景的处理、色彩的整体倾向、拍摄的风格、气氛的呈现等方面均应保持统一和谐。

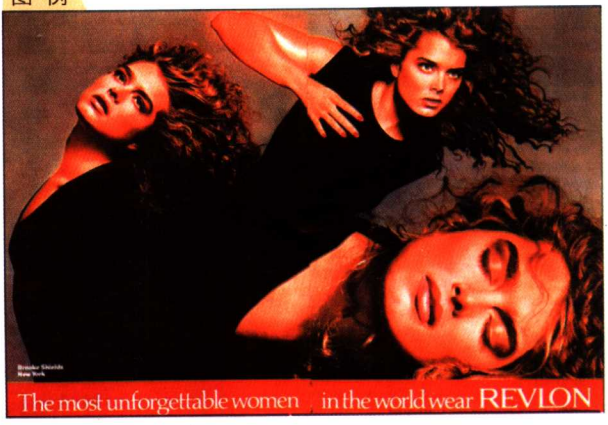
5. 时尚是商业摄影的生命

时尚是商业摄影的生命，可以从下面几个方面去理解。

引起注意

不管使用在什么场合，一张商业摄影照片要想引人注意，就必须具有新颖的时尚特征，要具有摄影元素的独创性，从画面构图到色彩设计都要给人以新鲜的感觉。从审美心理上看，“喜新厌旧”是人们的一种本性，新的事物和现象容易引起人们的注意和兴趣，旧的事物和现象重复出现会使人习以为常，难以留下印

图 例



我们所看到的这组广告作品，是不振的美国“你勿忘”化妆品公司特邀阿威顿进行宣传广告的画面，并且以此让企业再次迎来了黄金时期。阿威顿通过全世界最令人难忘的女性都爱用“你勿忘”为主题，选择当红女明星组合拍摄，不断推出的超级明星印刷广告、电视广告使宣传活动一举成名，引起轰动。结果“你勿忘”公司恢复了9个传统产品，销售量直线上升，写下了时尚在销售史上的奇迹。理查德·阿威顿 摄

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com