

# 商业摄影 实拍案例

拒绝空谈  
注重实践

刘君武 编著

——淘宝、广告摄影、专业摄影进阶通用

摄影师的生存法则：不仅仅依赖自己的技术和创意，关键要进行摄影商业化实践。



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

# 商业摄影实拍案例

——淘宝、广告摄影、专业摄影进阶通用

刘君武 编著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

## 内 容 简 介

本书是一本从基础入门技术出发、直指专业高度、揭示商业摄影专业技法的实用教材，涵盖服装、人像、珠宝、化妆品、五金、菜式、产品、建筑、风光等商业广告摄影类别，并介绍了小型影室（拍摄小产品）、专业影棚、外景拍摄，以及影视广告大型摄影棚的组建和技术运营。

考虑到当今时代，前期拍摄和后期Photoshop处理缺一不可的情形，作者除了讲解拍摄流程和专业技法，更详细介绍了后期Photoshop图片处理技术，让各位读者学到实用而全面的摄影技术。

本书适用于淘宝网店主、外贸公司产品摄影师、广告公司摄影人员以及想以摄影为职业的人士阅读。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书的部分或全部内容。  
版权所有，侵权必究。

### 图书在版编目（C I P）数据

商业摄影实拍案例：淘宝、广告摄影、专业摄影进阶通用 / 刘君武编著. —北京：电子工业出版社，2014.6

ISBN 978-7-121-23152-0

I. ①商… II. ①刘… 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（2014）第091878号

责任编辑：田 蕾

特约编辑：赵海红

印 刷：北京顺诚彩色印刷有限公司

装 订：北京顺诚彩色印刷有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编：100036

开 本：787×1092 1/16 印张：15.5 字数：397千字

版 次：2014年6月第1版

印 次：2014年9月第2次印刷

定 价：79.00元

广告经营许可证号：京海工商广字第0258号

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。

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）88258888。

如果你是淘宝网店、贸易公司的产品拍摄师，  
如果你是一名人像、服装摄影师，  
如果你是一名渴望成为广告摄影师的发烧友，  
或者，你仅仅是想拍摄出专业的家庭人像、旅游风光，  
以对得起你几千或者万元级别的数码相机，  
那么，《商业摄影实拍案例——淘宝、广告摄影、专业摄影进阶通用》将成为你不可多得的摄影指南。

本书从最基础的入门技术出发，  
直接为你揭示商业摄影这个行业里的专业技法，  
涵盖服装、人像、珠宝、化妆品、五金、菜式、产品、建筑、风光等商业广告摄影类别，  
并介绍了小型影室（拍摄小产品）、专业影棚、外景拍摄，  
以及影视广告大型摄影棚的组建和技术运营；  
更为可贵的是，  
考虑到当今时代前期拍摄和后期Photoshop处理缺一不可的情形，  
作者除了讲解拍摄流程和专业技法外，  
更详细介绍了后期Photoshop图片处理技术，  
让各位读者学到实用而全面的摄影技术。

本书最大的特点是：图文并茂、实用为主、通俗易懂、直奔主题。  
作者用图解的方式（很多是“深入现场”的内部图片），  
把平时令我们迷惑不解的技术过程用照片展示出来，  
并辅以文字说明，让你豁然开朗；  
技术讲解方面，作者不去故做高深、故弄玄虚，  
而是以直率、幽默的语言，化解专业术语和理论概念，  
并且启发你的思维，  
让你知道专业技术是如何操作的，  
以及为什么这样操作。

本书内容实用，直观易懂，  
在你看完后甚至可以直接上手进行拍摄实战。  
之所以如此，是因为本书作者立足市场实际需要，  
把商业摄影技术合理分类，  
并结合自己的摄影团队实际拍摄题材，  
以及长期以来他的商业摄影班学员最为关心的技术问题，  
从而写出了指导性和实用性十分鲜明的教材。



# 前言

## Preface

我 很早就想写一本给淘宝网店主、外贸公司产品摄影师、广告公司摄影人员及想以摄影为职业的人士阅读的摄影教材。在我几年来所做的摄影培训的工作中，以及所接拍的拍摄任务中，上述四种人群占了95%以上。

在淘宝还未如此广泛地改变商业模式之前，图片拍摄只是属于一部分摄影师的专业工作。而在今天，摄影已经进入平民化时代，每个人都可以轻易买到一部画质很不错的单反相机，一组专业的摄影灯。然而，正是因为摄影的普及，摄影的专业化反而成为广大商家的迫切需求。

这本《商业摄影实拍案例——淘宝、广告摄影、专业摄影进阶通用》就是以此为目的写成的。

在你正式阅读本书之前，我想就摄影方面一些概念性的内容做一些说明。

1. 本书所谈的是商业摄影，但并非什么类型的商业摄影都包括进来。

商业摄影是一个过于宽泛的概念，为淘宝店拍摄产品，是商业摄影，为广告公司完成拍摄项目，也是商业摄影。

但是本书较少涉及广告公司某种项目的摄影，因为一个广告摄影项目的完成，最重要的是广告公司的广告创意，技术操作上最重要的步骤可能是后期合成图片，摄影在整个过程中的地位，反倒很多时候并不是十分重要——这要看具体广告策划内容才能知道。请别误解，我丝毫没有贬低摄影的意思——只有摄影师们的专业操作才能完成广告公司的图片要求。举例来说，你在地铁广告上看到“像人一样奔跑的烤鸡”、“张牙舞爪的螃蟹”等画面，其主要素材可能是摄影师和助理们花了几小时的时间使用铁丝、鱼线、支撑架等器具拉出来的“形”，然后才拍摄出来作为素材，最后由广告公司的修图师后期合成。

本书所讲的商业摄影，重点则是非常具体的拍摄技术，即服装怎么拍，五金怎么拍，珠宝怎么拍，透明产品怎么拍，以及Photoshop的图片处理技术。你在目录上可以一目了然地看到技术分类。

事实上，我们主要解决淘宝店主、产品摄影师最经常面临的拍摄题材和问题。我们所讲的摄影技术的出发点，是实实在在为你的公司、你的网店带来实际效益，而不是故作高深、卖弄概念。

2. Photoshop图像处理部分渗透在各个章节之中。在摄影实际操作过程中，服装与五金、珠宝与透明产品，每一个门类所使用的Photoshop修图技术都大不相同。比如珠宝拍摄，Photoshop处理前后的照片对比，可以说“一个天上一个地下”，而其Photoshop后期处理的程序，会远超前期拍摄；在服装拍摄和菜式拍摄中，后期比重就没有这么大。所以，本书名为《商业摄影实拍案例——淘宝、广告摄影、专业摄影进阶通用》，实际在相关章节中却是“Photoshop操作案例”。

3. 在介绍实用技术的同时，我尽量把摄影师们在拍摄时的思维介绍给大家。我想让你了解“摄影师们是怎么想的”。我认为只有这样，才能让读者朋友们举一反三，甚至找到比此处摄影师们更出彩的摄影方法。

说到举一反三，还包括另一层意思，那就是：虽然我们面临的拍摄对象五花八门，但我们只要在其中找到“线头”，牵住了“线头”，其他类似的拍摄，只是在这些技术上进行程度不同的发挥——找到了线头，你就能掌握“线球”缠绕的规律！

4. 在讲述基本技术的同时，我会不时地插入创意性画面拍摄。甚至在本书的最后，我还引入影视广告拍摄内容。所有这些，都意在拓展你的思维，让你知道“哦，原来电视画面是那样制作出来的呀……看来真不容易哦……我还是把自己的产品拍摄得更漂亮，这才是正事吧。”——看，通过拓展资料的阅读，你是不是更加专注于自身技术？

5. 其实，加入更多的拓展资料，也是为了增加你的阅读趣味性。我平生最恨的一样东西就是枯燥的教科书，尤其是充满谎言的教科书。我认为教材应该写得像探险故事一样吸引人的注意力，让人在阅读的快感中学到很多新技术，受到很多启发，并产生很多新想法。嗯，我也很不喜欢故作高深和故弄玄虚。只有坦诚交流才能让我们的技艺同时提高。

我们很快就要开始一场摄影技术的探险之旅！在此之前，我得感谢参与本书编写的人员：陈声明、王明仕、林戈、冯观生、郭丹，以及数位对本书给予积极支持的朋友。

# 特别 感谢

首先，我要感谢我的好朋友李德珍。正是在他长期的无私帮助下，我们的摄影工作室才保证了正常运营，并使我能够分配足够的精力去完成本书的写作。在与他结识的这么多年中，我深深体会到“A friend in need is a friend indeed.（困境中施以援手的朋友，是真正的朋友）”这句话的含义。

接下来我要感谢好朋友Truman，作为一名成功的酒店网络营销公司CEO，他在人脉资源方面为我提供了极大的帮助（尤其是酒店和建筑摄影方面），他的成熟的商业理念也让我获益良多，其中一些宝贵的理念直接启发了这本摄影书的主旨和体例安排。感谢身边能有Truman这样的朋友！

我要感谢好朋友张彤导演和《羊城晚报》编辑刘云姐。在张导的帮助下，我参与和搜集到影视广告方面的资料；同时作为一位优秀的人像摄影师，他在拍摄歌手的现场，对我在人像、服装模特拍摄方面提供珍贵的指导意见；感谢刘云姐，在与她合作为报社写稿的一年时间里，我直接受到了这样一个启发：如何把科技性的东西写得饶有趣味——这直接决定本摄影技术教材的语言风格。感谢他们两位！

十分感谢无私分享摄影技术的摄影师们，他们是：广告摄影师陈声明，珠宝摄影师王明仕，建筑摄影师罗湘林，服装摄影师林戈，菜式摄影师冯观生。正是在大家的共同努力下，我们才看到本书中门类丰富的专业摄影技术操作流程。非常期待我们在下一本书中继续合作！

我还要感谢好朋友李少芬，美丽的巴西模特Cris，澳洲的服装客户Deborah Sterry，以及美丽的模特Lisa和美女张知秀同学。每一次和她们的合作都是一段美妙的时光。再次感谢她们的慷慨，允许使用她们的服装图片；祝她们永远年轻、美丽！





## 目录 Contents

<b>Part01 淘宝和商业摄影通用器材和设备</b>	<b>1</b>
第一节 相机和镜头	2
第二节 闪光灯	8
第三节 灯前装置	11
第四节 摄影区、摄影棚的组建和装修	16
<b>Part02 淘宝服装拍摄：万用布光法</b>	<b>19</b>
<b>Part03 带模特的服装拍摄</b>	<b>33</b>
第一节 纯白背景阳光效果拍摄	34
第二节 大平光拍摄	38
第三节 大平光拍摄的变体	42
第四节 外景拍摄	44
第五节 服装模特拍摄的修图	47
<b>Part04 产品拍摄——从淘宝摄影到广告摄影的进阶技术</b>	<b>57</b>
第一节 光位和光质入门	58
第二节 背景色彩和带道具拍摄	62
第三节 双柔光箱常规拍摄	66
第四节 实际拍摄时我的操作	70
第五节 背光效果	75
第六节 背光效果实例	84
第七节 广告摄影师抠底照拍摄法	86
<b>Part05 五金产品拍摄</b>	<b>89</b>
第一节 五金拍摄的原理：柔光和光带	90

## Contents 目录

第二节 Photoshop让产品照最终完美 92

### **Part06 手表和化妆品瓶 97**

第一节 手表拍摄：十字环形布光法 98

第二节 手表拍摄的道具创意照 101

第三节 透明化妆品瓶体拍摄 107

### **Part07 珠宝拍摄和修图 111**

第一节 大溪地珍珠拍摄 112

第二节 珍珠项链的白底拍摄和后期抠图 132

### **Part08 酒瓶和包装 145**

第一节 高反光酒瓶拍摄 146

第二节 透明酒瓶的拍摄 150

第三节 液态饮料动感拍摄 160

第四节 带色彩的饮料 163

### **Part09 菜式拍摄和修图 167**

第一节 菜式拍摄 168

第二节 菜式修图 172

第三节 为菜式添加热气效果 178

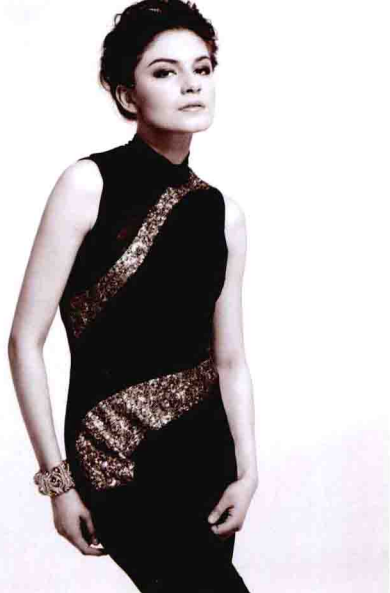
### **Part10 音响拍摄（现场和影棚拍摄） 189**

第一节 现场拍摄 190

第二节 影棚拍摄 194

### **Part11 酒店和建筑 197**





## 目录 Contents

### **Part12 商业摄影思维 205**

- 第一节 光线思维 206
- 第二节 几何构图思维 209
- 第三节 黑白或彩色思维 214
- 第四节 别忘记“质感” 218
- 第五节 导演思维 220

### **Part13 影视广告拍摄对商业摄影的借鉴 223**

- 第一节 地产影视广告实景观摩 224
- 第二节 影视广告的外景打光 232
- 第三节 影视广告与商业产品摄影通用布光方案 235





## Part 01

# 淘宝和商业摄影 通用器材和设备



为什么说“通用器材设备”？

本章所罗列的器材设备，在各大城市的摄影器材店都可以买到。

而所说的“通用”，是指本章所罗列的器材，无论你拍摄什么类型的产品或人物，基本都会用到；它们也是所有专业摄影棚的必备器具。

假如你是一个淘宝店主，或者你是一名摄影师，但只是拍摄某一种或几种产品，本章所罗列的部分设备，已经够你应对工作之需。你只需要其中几种，而不是全部。

但是请切记，如果要拍出“完美的”商业产品照片，很多关键的设备配置需要自己动手改进或者制作。比如说，反光板这一部分，摄影器材店现有的可能并不符合你所要求的形状、材质、大小和使用空间，这时你就要自己制作；你可以找到柔软的布料、泡沫板、KT板等适合的材料。这些东西在广告装潢市场、布料行可以很方便地买到。

又比如柔光材料，有些人喜欢用柔光伞，认为它光质均匀柔和；有的人喜欢用柔光屏，认为它方便收置，节省空间；也有人喜欢用柔光箱，认为其光线的方向性最好把握。当你认为拍摄酒瓶时使用柔光箱按道理应该是最理想的选择时，却发现部分不同材质的酒瓶使用了反光伞，光质却最理想。

于是，最后“完美的”器材设备，得靠你自己的积累了。几乎每位摄影师都有他独特的器材设备配备系统。

让我们从相机说起吧。

## 第一节 相机和镜头

相机和镜头想必是大家最热衷于谈论的话题，也是最愿意“烧钱”的部分。

然而相机和镜头，只是一个记录工具，决定照片质量最主要的因素还是相机背后摄影师的大脑。

本书中所列的镜头，不涉及品牌优劣，只提及必要的焦段。因此，当你使用不同品牌的相机时，请根据焦段对号入座。

我在本书中，主要介绍能启发你思维的摄影思想，而把摄影器材降到较为次要的地位。你在各大网站的摄影论坛里应该能够看到比我在这本书里更加五光十色的器材比拼、样片试拍、使用心得，以及数不清的专家观点。

本书中的样片，90%都是拿再普通不

过的单反相机加50mm或85mm的标准镜头拍摄的。实际拍摄中，我会使用数码后背加中幅相机；偶尔我也使用像手风琴的风腔一样的座机。

说到我们最常用的单反相机，我曾经有几年也非常喜欢相机和镜头。但到后来，发现在影棚里拍摄、可以自由控制光线时，普通镜头和红圈、金圈的“牛头”看不出差别；原来“牛头”是在一些比较极端的状态下会有更优异的表现——假使你在一间黑暗的屋子里拍摄一条黑狗，“牛头”一定十分给力！

好吧，让我们回到正题，谈谈相机。

我向你展示我在绝大多数情形下使用的相机：



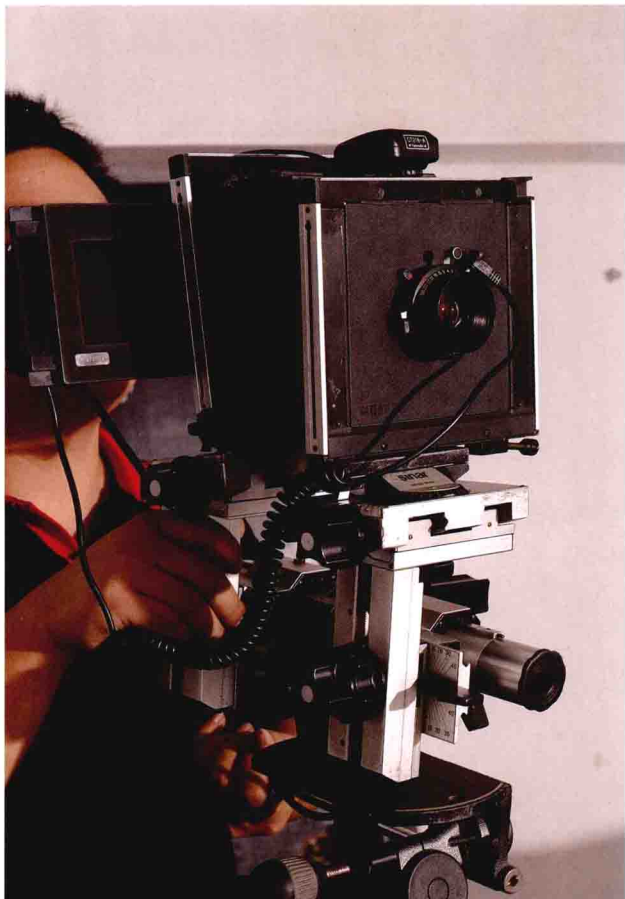
1.事实上我用的最多的还是定焦镜头。外景服装拍摄过程中，一支50mm标准镜头和一支85mm人像镜头，就拍完全程。

但摄影棚也有其他摄影师很喜欢的变焦镜头，取景方便。

无论你的选择是什么，最重要的是能熟练地操作手上的器材，让器材成为你的大脑的延伸部分。



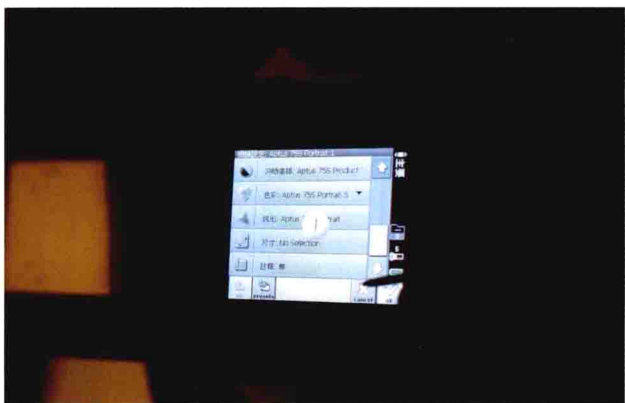
2.影棚内拍摄，遇到比较高端的客户（尤其是画质方面的要求），我就会使用中画幅的120相机加数码后背。



3.我的一位拍摄大型办公家具的朋友，使用的是座机加数码后背。由于座机灵活的移轴功能可以轻易达到全景深效果（从近到远都清晰），拍摄静态产品时十分理想。

如果你不理解座机，可以这样设想：座机的皮腔部分相当于普通单反相机的机身，但是这个机身是柔软的，即镜头部分和数码胶片部分可以相对移动和扭曲。这一特点使得它们在形成某个夹角时，摆脱镜头“光圈大小决定景深”的限制，拍出的照片从近到远都是清晰的。当你把上面的特质反过来使用时，又能调整出“想让哪里清晰就让哪里清晰”的效果。

座机拍摄出的画面，空间层次和色彩关系十分出色。



谈到镜头，如果我们只是拍摄产品、服装，或者其他广告摄影，则相机的标配变焦镜头或者两支（不超过三支）镜头已够用。至于你使用“牛头”还是中端镜头，要看你主要的拍摄环境，如果外景居多，则选择好“牛头”；如果你资金有限，中端镜头其实也够用。

我的朋友——MV导演张彤，同时也是一位优秀的摄影师。下面让我们看看他在拍摄外景人物时使用的镜头。



➤ 4. 拍摄外景人物，长焦变焦镜头（这里所用的是80~200mm，尼康的“大钢炮”）可以有效地进行画面构图，并把人物从背景中突出显示，而最大2.8的光圈也使背景虚化得非常柔和。



➤ 5. 近景拍摄，并且带一定的背景环境时，标准镜头十分合适。

标准镜头是最适合“讲故事”的镜头，不会让人把注意力转移到广角镜头的大视场或长焦镜头的前后景等压缩这些与画面故事主题无关的技术因素上去。大光圈的标准镜头同时可以把背景虚化处理，这让画面主体显得更加突出。



6.用中长焦的定焦镜头拍摄人像，合理控制人物各部分的变形和比例失真（你绝不会看到大大的狗鼻子或者鼻子耳朵被压缩到同一平面的现象）。



我在拍摄产品时，最喜欢用人像镜头。我看中的也是这种镜头的变形控制的优点。



这是张导在海边拍摄的一幅歌手肖像。  
焦距120mm，光圈4.5，快门1/400秒。

