

商业广告摄影

——分类项目攻略

主 编/李劲松



合肥工业大学出版社
HEFEI UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

“工学结合教材”系列

商业广告摄影

——分类项目攻略

主 编 李劲松

副主编 张 谦 赵 羽 李雪松

袁曾亭 张智铭 谢 戎



合肥工业大学出版社

HEFEI UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

商业广告摄影：分类项目攻略/李劲松主编. —合肥：合肥工业大学出版社，2015.5
ISBN 978-7-5650-2206-7

I. ①商… II. ①李… III. ①商业广告-摄影艺术-教材 IV. ①J412.9

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第096349号

商业广告摄影

——分类项目攻略

主 编 李劲松
责任编辑 朱移山
出 版 合肥工业大学出版社
地 址 合肥市屯溪路193号
邮 编 230009
网 址 www.hfutpress.com.cn
发 行 全国新华书店
印 刷 安徽联众印刷有限公司
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 7.5
字 数 168千字
版 次 2015年5月第1版
印 次 2015年6月第1次印刷
标准书号 ISBN 978-7-5650-2206-7
定 价 48.00元
市场营销中心 0551-62903163 62903188 62903198

前言

我们当今所处的社会进入了一个“视觉图形时代”，正如加拿大传播理论家马歇尔·麦克鲁安所言：“现今社会已由文字文化转为图形文化。”广告摄影是市场经济高度发达的产物，数码技术的应用发展对商业广告摄影更起到推波助澜的作用。摄影作为一种图形采集方式，已经渗透到广告设计制作的各个领域。

随着高职院校教学改革步伐的加快，“工学结合”已广泛深入人心，高等职业技术人才，必须坚持“理论够用、实践为重、科技创新、人格本位”。本着这一原则，人才培养需要以完成项目、锻炼实际操作能力为指导，以项目、案例为主线，突出强调“教学做”一体化。

广告摄影属于摄影门类中一个分支，但依据拍摄对象及商业发布标准，又可分成若干个小门类。广告摄影需要拍摄的对象通常包括人物、动物、静物、风光和建筑等。理顺了摄影各个科目之间的关系，也就意味着各摄影门类的具体评判标准的确立。科目自身特定的服务宗旨、操作规范和检验标准也就明朗了。正因如此，在组织教学项目时必须科学规划，俗语说得好，“术业有专攻”，这本身也符合“以学生为主体，以教师为主导”的原则。

“工学结合”的实质是让学生在在工作中学习，在什么样的工作中学习方能让最全面地掌握技术理应是设计任务的核心。本书把广告摄影拍摄概括分类三大项目，分别以静物产品广告、风光建筑广告及模特广告来规划若干任务：依据静物产品特点 and 拍摄技术的要求，设计透明体、反光体、吸光体三种自身材质不同产品拍摄任务；依据风光建筑在商业领域中的发布应用，设计旅游风光宣传片、房地产开发建筑外观和样板房室内设计等拍摄任务；而模特广告则从人像摄影用光的角度来划分，设计棚内影室灯光时尚人像、户外时装广告、室内环境现场光人像写真三大任务。这样的划分虽然是粗线条的，但起码是要有代表性的，用一个模拟的标准工作，根据广告摄影的创作流程来组织教学，能让学生明确他们未来可能面临的工作任务。

项目化教学、任务驱动模式并不是不讲理论，而是将知识点化解到具体任务中去，在完成的同时掌握理论知识。在不同的任务中，强调的技术理论会有所侧重，以模特广告摄影为例：比如，布光放在棚拍任务中，景深放在户外任务中，把服饰造型、环境道具、情绪姿态设计要素作为拍摄前的方案设计，而影调、色彩、构图等技术环节作为拍摄中的画面设计化解到拍摄工作任务中。

本书提供了一个有条理的学习方法，以一个摄影项目的工作为框架，培养学生的研究、策划以及系统地执行一个项目的的能力，让学生真正做到“工中学”，而非传统的“学后做”。这也是我们努力追寻的目标。

特别感谢北京电影学院宿志刚教授的指点和帮助！

李劲松
2015年5月

目录

项目一	静物广告摄影	-1-
任务一	吸光类静物拍摄	-1-
任务二	反光类静物拍摄	-19-
任务三	透明类静物拍摄	-27-
项目二	风光建筑广告摄影	-37-
任务一	旅游风光广告摄影	-38-
任务二	房地产建筑广告摄影	-57-
项目三	模特广告摄影	-71-
任务一	影室灯光人像	-72-
任务二	户外时装人像	-88-
任务三	室内环境人像	-106-
	参考书目	-116-

项目一 静物广告摄影

教学目标：

掌握常见静物摄影方法与构图创作方法。

掌握不同表面材质物体布光方法。

项目描述：

静物摄影，与人物摄影、景物摄影相对，是以无生命人为可移动物体为表现对象的摄影形式。多以商品、工艺品、箱包服饰、食品、花卉等为题材。在真实的基础上，经过组织安排，对构图、光线、影调、色彩等进行艺术处理，以准确地体现被摄物的质感和立体感。

静物摄影在选材方面有广阔的天地，在选择好素材之后，摄影师可以随意处理这些对象，因为被摄物是无生命的，可以任凭摄影师摆布，多角度移动以达到创作意图。

静物摄影允许摄影师对画面拥有绝对控制权——光线、情绪、构图。相对模特摄影，静物摄影完全不受被摄物情绪影响。

静物摄影分类：

由于物体结构质地和表面肌理各不相同，所以吸收光和反射光的能力也不同。因此，根据不同质感对光线不同的反映，我们大致可以把物体分为：吸光体、反光体、透明体。

这只是比较概括的分门别类，有些产品的质地介于吸光体、反光体、透明体其中两者之间，或是兼有吸光体、反光体、透明体三者组合而成的复合型产品。

只有对几种基本质地物体的布光表现加以探究，才能塑造好复杂的物体。我们根据不同静物产品的质感特点，探究出各类商品的典型布光和拍摄技法的共性和规律，并在此基础上举一反三，追求更加完美的视觉表现。

任务一 吸光类静物拍摄

一、任务描述

常见吸光体静物包括：毛皮、衣服、布料、食品、水果、粗陶、橡胶、亚光塑料等。它们的表面通常是不光滑的（相对反光体和透明体而言）。因此对光的反射比较稳定，即物体固有色比较稳定统一，而且这些产品通常本身的视觉层次比较丰富。为了再现吸光体表面的层次质

感，布光的灯位要以侧光、顺光、侧顺光为主，而且光比较小，这样使其层次和色彩表现得都更加丰富。

吸光物体的最大特点是在光线投射下会形成完整的明暗层次，其中，最亮的高光部分显示了光源的颜色；明亮部分显示了物体本身的颜色和光源颜色对其的影响；亮部和暗部的交界部分，最能显示物体的表面纹理和质感；暗部则几乎没什么显示。

静物摄影中，对吸光物体的布光较为灵活多样。表面粗糙的物体，如粗陶制品等，一般采用侧光照明来显示其表面质感（宜硬）。表面光滑的物体，宜用大面积光源来照明（宜软）。

食品是比较典型的吸光体。食品的质感表现总是和它的色、香、味等各种感觉联系起来，要让人们感受到食品的新鲜、口感、富于营养等，唤起人们的食欲。拍摄食物过程中，常在被摄体的上方和一侧加两盏柔光灯，使画面中所有的食物的质感表现得非常的细腻，且表面的层次也非常丰富。顺光的表现使食物表面颜色更加的鲜亮，食品表面细微皱感的肌理也能弱化呈现。

服装、箱包与鞋类是最为常见的吸光类静物，而近年来随着网络零售的发展，客户和商家在发布新款服饰时，更愿意通过网络媒体以照片形式进行新品展示，客户无论身处何方，都可以第一时间通过商家发布的照片了解商品特征特性。此类商品要求在视觉上能充分地呈现不同款式、面料、做工、风格和档次的区别，市场需求量大，学生接触机会多，是商业静物摄影的主要项目，所以，通过拍摄实训项目，来学习吸光类商品的拍摄方法。

标准工作：

当季时尚皮鞋、运动鞋数双，每件物品拍摄一套展示用照片。

要求：

潮流、品位和时尚感，有细节表现。

二、创作流程



图 1-1

（一）了解各种鞋类拍摄环境

常见的三种鞋类拍摄环境为棚内拍摄、室内布景和室外街景，而棚内拍摄又分为模特穿拍、摆拍这两种。模特穿拍部分内容，将在人像摄影项目中详细讲解，在项目一中我们主要集中讲解棚内摆拍鞋类产品的创作流程。

棚内拍摄是适用性最广的拍摄环境。根据不同款式鞋的颜色来更换相配色调的背景纸，可轻易营造不同的氛围。拍摄男鞋的时候可以尝试大胆地使用男人较喜欢的黑色、灰色等背景，只要与服装风格协调，拍出的画面就会显

得简洁而时尚，酷感十足。拍摄女鞋的时候则可以使用粉色等多种暖色背景。



| 图 1-2

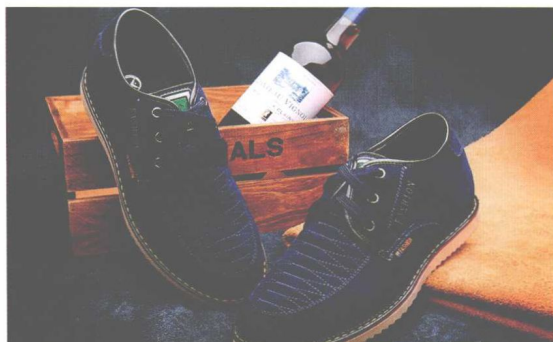


| 图 1-3

在室内搭建实景进行拍摄比摄影棚内的背景纸更具有立体感、现场感和真实感，对比也更加强烈，我们可以充分利用室内的每一个角落、每一件家具来布景，也可以放置一些自制的木板箱、小柜子、几何体和小装饰物等道具，图中就是采用了木制地板、硬壳装饰书、花瓶作为拍摄道具，但是这类布景必须充分考虑道具颜色与拍摄主体的协调性，而且不能喧宾夺主。



| 图 1-4



| 图 1-5



| 图 1-6



| 图 1-7

室外拍摄可以去公园里找一个人比较少的角落，这样就可以专注于拍摄，不被行人打扰，拍摄效果生活感强，适合运动与休闲鞋类题材拍摄。



图 1-8



图 1-9



图 1-10

商业气氛浓厚的闹市区或写字楼门前也非常适合拍摄鞋类，临街的商场、路灯和广告牌都是很好的布景，可以充分地加以利用；到一些人流量较少的酒吧街或者是欧美风格建筑物的一角去取景也是不错的选择，如果白天客人不多的话，还可以跟老板商量，争取进入酒吧、咖啡馆西餐厅里进行拍摄，这样的室内外场景可以很好地表现出鞋的潮流、品位和时尚感。



图 1-11



图 1-12



图 1-13



图 1-14

（二）拍摄前方案设计

根据鞋类结构特征与面料，制订布光与构图方案，棚内、室内拍摄时选择性加入一些装饰物可以使构图显得饱满、均衡、不单调。虽然我们也可以在图片的后期处理时给照片加上装饰素材、漂亮的边框和水印来进行美化，但是都没有在拍摄时添加小配景显得自然，操作上的灵活性也要相差很多。

用于拍摄构图的搭配装饰物选择余地很大，我们身边的各种生活用品都可以当作拍摄时的配景小装饰，如图1-15所示。当然，如果有搭配穿着的引导效果会更好，甚至可以根据这些搭配材料，来为每一次上新款设计一个表现主题，例如运动风格、休闲风格、知性风格等。

当采用摆拍方式的时候，可以在商品摆放和构图时适当添加一些与之搭配的装饰物，家里的鲜花、杂志、相框、玩具也都可以随手拿来使用，使商品照片显得更加生活化，如下图所示。有时，配景的使用还可以帮助我们调节构图和色彩对比。



图 1-15



图 1-16



图 1-18



图 1-17



图 1-19

利用白色的木梯和成串的干花，在模特身后形成了新的背景墙，产生虚实对比的效果；跪在地毯上的模特和满地的玩具很好地表现出了少女的青春活泼，而且这些小装饰物也可以使模特做出更多生活化的姿势和造型，画面风格清新自然；用木料或者纸盒做成一些积木式的配景也是很能体现专业感的做法，或者用木箱、落叶、马灯和旧报纸来衬托模特慵懒的坐姿和苏格兰风格的服饰，使画面上呈现出的田园风格与服装协调一致，很好地诠释了皮鞋的风格和内涵。



| 图 1-20



| 图 1-21



| 图 1-22

比如上图中模特在拍摄时使用了对角线的构图，打破了垂直构图的单调，通过木制高凳、干枝、白色砖墙、做旧皮箱、落叶等装饰物，将皮鞋低调完美知性的一面衬托出来。

静物摄影布光与色彩的关系：

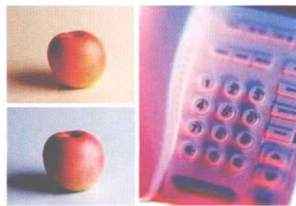
“光是色彩之源”，光对静物产品的色彩还原起着直接作用。有光才会有色彩，光的变化影响着色彩的变化。人只有在光线下才能感知到物体的颜色，如果是在黑暗中，再精美丰富的色彩也看不到。在静物广告摄影中，光对色彩的作用有两点：一是光的方向；二是光的色性。

光的方向，在影室布光中指的是不同光位的光线照射，如顺光、侧光、逆光等，这些不同的光位，使静物产生明暗不同的变化，使得色彩也各不相同。顺光指拍摄主体的受光面，基本上没有暗部，影调层次较平淡单调，反差小，但色彩细腻平和，色调明亮。

侧光使产品色彩在明暗度上产生明显的对比，从明到暗色彩变化自然而丰富。逆光对静物产品的亮部色彩表现比较差，而且色调较深沉。常运用逆光表现色彩的整体空间效果。

光的色性主要指的是光本身的色彩偏向和色温，对拍摄主题的色彩还原以及画面色彩表现有着巨大的影响。众所周知，在日光灯与白炽灯下，同一静物会呈现不同的色彩，这就是受到了不同色温影响的缘故。例如红色在白炽灯下呈橘红色，但在日光灯下却呈现出品红色或紫色。

在右方色温示意图中，于偏低的色温中拍摄的苹果，苹果的颜色就偏红、偏暖，而在偏高的色温中拍摄的苹果，颜色就偏蓝、偏冷。乳白色的电话在不同光色的纤维灯下则产生了紫红和蓝不同的色彩效果。



| 图 1-23 色温示意图

综上布光对静物产品表现的三个方面分析，我们可以了解布光是静物广告摄影的重要造型手段，选择光就是选择画面的形和色。布光能使作品的影调层次和色调层次更加丰富、主体形象更具变化，从而使静物产品更加生动，富有表现力。

作为摄影师，需要充分利用光影这一元素对静物产品进行视觉再创造，光影不仅可以对静物产品形象做客观记录，而且能使静物产品的视觉形象更加优美，让人印象深刻。静物产品布光的每一细小变化都会给作品带来不同的感受，因此，摄影者在构思和创作时，用画草图的方法来对产品的布光加以分析是非常必要的，这样才能预知作品的视觉效果，从而增强作品的艺术表现力，创作出经典的商业摄影作品。

静物摄影，是“光”与“影”的造型艺术。合理利用和发挥光在造型中一切不容替代的作用，通过作品进行视觉传递静物产品信息，对表达摄影师的思想情感有着不容忽视的作用。分析布光所表现出的不同视觉形象的艺术效果，能使静物摄影中的艺术形象更加鲜活，使消费者或观众对作品以及作品的主题印象更加深刻。

（三）拍摄工作条件

设备：相机、镜头、影室灯光系统、背景布、白色泡沫板、静物台。

相机：佳能 EOS-5D mark II

镜头：佳能EF24-105mm f/4L IS USM



图 1-24 拍摄工作图 1



图 1-25 拍摄工作图 2

（四）拍摄中的画面设计

鞋类拍摄对产品摆放与画面构图的要求很高，因为款式漂亮与否很大程度取决于造型的好坏，一般有摆拍和穿拍这两种方式，其中摆拍最需要技巧，因为鞋类在静置状态下造型比较单一，非常容易造成拍摄画面单调无趣，而且又无法借助模特的体态和面部表情等来为照片加分，在此情况下，要拍出漂亮的照片对摄影师能力而言是一大考验。

1. 摆拍画面设计

鞋类摆拍画面设计中，需要注意的是鞋摆放角度的变化，如下图所示，常见的鞋类摆放造型组合有很多种，我们可以根据厂商要求与鞋本身的结构造型决定采用哪种组合摆放方式，

但拍摄中，至少要拍摄单只鞋的鞋正侧、鞋后跟、鞋身内侧、鞋身外侧、鞋面、鞋底这六张基本角度照，这六张角度照能让顾客直观地通过图片了解鞋身细节。在拍完六张基本角度照后，我们就可以发挥各人想法与创意，用多种方式去组合摆放商品，可以单只摆放，也可以成双摆放，也可以把同款型但不同颜色的鞋依次排列摆放。

以下为鞋类最基本的几种拍摄角度：



图 1-26 角度图 1



图 1-27 角度图 2



图 1-28 角度图 3



图 1-29 角度图 4



图 1-30 角度图 5



图 1-31 角度图 6



图 1-32 角度图 7



图 1-33 角度图 8

以下为鞋类最常见的组合摆放方式：



图 1-34 组合图 1



图 1-35 组合图 2



图 1-36 组合图 3



图 1-37 组合图 4



图 1-38 组合图 5



图 1-39 组合图 6



图 1-40 组合图 7



图 1-41 组合图 8



图 1-42 组合图 9



图 1-43 组合图 10



图 1-44 组合图 11



图 1-45 组合图 12

2. 穿拍画面设计

鞋类穿拍与拍摄人像有类似之处，但重点有所不同，人像摄影重在表现模特本人形象气质，而鞋类穿拍重在表现鞋类本身材质结构特征，画面重心集中在鞋而不是模特相貌表情。在一定情况下，只拍摄模特腿脚局部而不拍摄模特头部都是允许的。

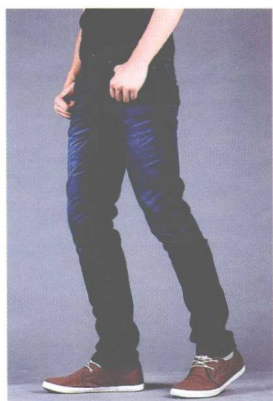


图 1-46



图 1-48



图 1-47

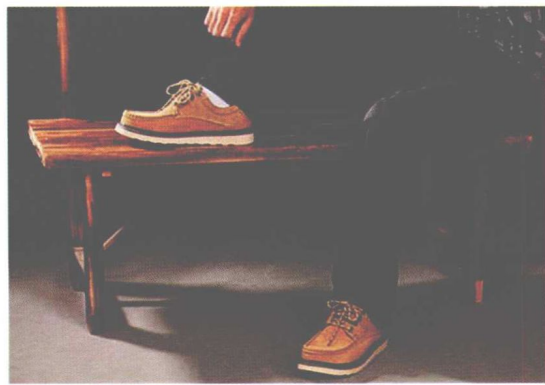


图 1-49

比起摆拍，穿拍更加直观地表现了各款鞋上身之后的效果，引发顾客代入感，从而产生购买欲。



图 1-50



图 1-51



图 1-52



图 1-53

鞋类穿拍画面设计重点在于模特腿部的动态表现，常见的腿部动态从站姿与坐姿有以下多种，同学们在拍摄时可适当作为参考。



图 1-54 腿部动作图 1



图 1-55 腿部动作图 2



图 1-56 腿部动作图 3



图 1-57 腿部动作图 4



图 1-58 腿部动作图 5



图 1-59 腿部动作图 6