

通往  
独立  
之路

摄影师生存手册



# 通往独立之路

## 摄影师生存手册

赵嘉 爱摄影工社 | 编著  
Zhao Jia & Aisheying Studio

电子工业出版社  
Publishing House of Electronics Industry  
北京·BEIJING

## 内 容 简 介

摄影师是非常有魅力的行业，而恰恰因为摄影的魅力，所以摄影师的数量远远超过市场需求量。如何在竞争激烈的市场中生存下来，进而获得创作自由、财务自由，都是每个摄影师的梦想。这本书为有此愿望的摄影师提供了经济独立的技能和方法，包括各个摄影领域的规则、技巧、摄影师面临的法律和市场问题等。

本书适合职业摄影师、业余摄影师、摄影爱好者阅读，也适合有购买图片需求的企业客户阅读。

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

通往独立之路：摄影师生存手册/赵嘉编著.——北京：电子工业出版社，2013.6

ISBN 978-7-121-20237-7

I. ①通… II. ①赵… III. ①摄影技术—手册 IV. ①J41-62

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第084483号

责任编辑：田 蕾

文字编辑：许 恬

特邀编辑：邓扬帆

排版设计：晏 琳 李亚楠

印 刷：

北京利丰雅高长城印刷有限公司

装 订：

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：19 字数：547.2千字

印 次：2013年6月第1次印刷

印 数：7,000 册

定价：89.00 元

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zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。

# 鸣谢

感谢本书制作期间接受我们采访以及为本书提供建议的业内同仁，他们是：

Patrick Zachmann先生（马格南图片社摄影师）

王彤先生（《中国国家地理》杂志图片总监）

田彩霞女士（视觉中国集团产品总监）

刘晶女士（《中国国家地理》杂志内容总监）

那日松先生（798映艺术中心艺术总监）

任悦女士（中国人民大学新闻学院副教授，OFPIX摄影机构发起人）

李锋先生（报道摄影师）

李栓科先生（《中国国家地理》杂志社社长，总编辑）

陈仲元先生（《中国摄影》杂志主编）

张宏麟先生（视觉中国集团维版权合规部高级总监）

金鑫先生（视觉中国集团产品市场部高级总监）

郑亚忠先生（数字技术成像专家）

贺建华先生（珠宝摄影师）

柴继军先生（视觉中国集团执行董事，总编辑）

傅兴先生（建筑摄影师）

储璨璨先生（PRphoto创始人）

（以姓氏笔画为序排列）

# 爱摄影工社

## 图书路线图

爱摄影目前针对不同层次的摄影爱好者、业余摄影师和职业摄影师，正在构建比较完整的摄影图书创作体系，内容将覆盖摄影技术、流程后期、顶级摄影器材以及摄影文化图书等。

### 1. 基础书系列

针对普通摄影爱好者，如果你只是想单纯享受摄影为你带来的乐趣，特推荐我们的基础类图书，目前包括《一本摄影书》和《上帝之眼：旅行者的摄影书》，未来还有关于观察方式、构图、风光、人像、后期技术方面的书籍。

《一本摄影书》是我们最畅销的摄影入门书，这是一本真正从一线摄影师的角度向你传授数码摄影技术、解答摄影疑问、提炼关键知识点的摄影书。同时，书中遴选 300 多幅来自全球职业摄影师的高质量照片，将会极大开阔你的眼界，带来前所未有的视觉体验。

《上帝之眼：旅行者的摄影书》同样非常适合初学者，但被定位于更适合在旅途中学习摄影之用。不仅汇集了五位顶尖旅游摄影师的拍摄经验和作品，更几乎包括了关于旅行摄影的所有问题，是迄今为止中文市场上最优秀的关于旅行摄影的教程。

### 2. 系统书系列

我们的系统书系列是针对希望走上职业摄影师之路和有销售自己照片意图的摄影爱好者，目前包括《光的美学》、《摄影的骨头：高品质数码摄影流程》和《通往独立之路：摄影师生存手册》，未来计划中还会有相机镜头书、高级摄影流程、商业摄影（上下册）、人像摄影、报道和纪实摄影等方向的专著。

《光的美学》作为摄影的进阶书与《一本摄影书》、《上帝之眼：旅行者的摄影书》的用光部分互相指向，介绍了从用光到曝光的各个方面，教你如何更好地控制光线，从技术到艺术，涉及摄影的多个方面，用通俗易懂的方式来阐释摄影用光知识。同时它也为《摄影的骨头：高品质数码摄影流程》提供了重要的基础知识。

《摄影的骨头：高品质数码摄影流程》是我们第一本以数码后期技术为主的技术提高书，专门介绍如何搭建自己的工作流程，从前期拍摄、色彩管理、后期处理到作品呈现的完整步骤，以及获得高质量作品的各种重要经验。

《通往独立之路：摄影师生存手册》讲的是摄影师如何通过摄影作品获得更好的收益，包括他们需要面对的法律和市场问题。它的读者是职业摄影师、打算出售自己照片的爱好者和图片的采购者。

### 3. 顶级摄影器材系列

“顶级摄影器材”系列由来已久，它目前包括《顶级摄影器材：数码卷》、《顶级摄影器材：传统卷》、《EOS 王朝》、《佳能镜界》和《经典尼康》。

《顶级摄影器材》分数码卷和传统卷。顶级器材很多，但并不是所有的顶级器材都适合你的使用，重要的是你要明白什么是你需要的拍摄方向，然后才能谈到选取适合你的顶级器材。顶级摄影器材的价值多不在于器材本身，而在于它可以更轻松地记录更加优质的影像。而这套书将会带你找到最适合自己的顶级摄影器材。

《EOS 王朝》作为“顶级摄影器材”系列图书之一，是国内唯一一本详细介绍佳能 EOS 系列在产和停产摄影器材的图书，为职业摄影师和高级摄影爱好者选择佳能相机、镜头提供了翔实专业的资讯。

《佳能镜界》是“顶级摄影器材”系列《EOS 王朝》中关于镜头的部分。详细介绍了佳能 EOS 系列镜头配套的 EF 和 EF-S 系列镜头，包括超长焦镜头、移轴镜头、微距镜头等专业设备的评测和使用指南，涵盖佳能 EOS 系列全部在产和大部分已经停产的镜头型号。适合预算有限的摄影学生阅读。

《经典尼康》是“顶级摄影器材”系列中一本详细梳理、总结尼康世界重要相机和镜头品牌的著作。书中不仅详细介绍了尼康完整的历史，爱摄影团队通过试用、拍摄测评了大量的尼康相机和镜头，分享了对尼康相机和镜头的使用经验，也是对尼康历史和产品介绍最完整、最权威的中文著作。

### 4. 其他

另外，要提到我们出版的第一本摄影书《兵书十二卷》。这是一本影响了百万摄影爱好者的重要作品。虽然它的副标题是“摄影器材与技术”，其实它更多的是阐述和摄影观念相关的事情。我们每年都会对它进行内容的更新，使之更能解决读者当下对于摄影的困惑。

除此以外，从 2013 年起，我们会开始和专业的合作伙伴策划制作摄影文化相关的图书。

更多信息，希望大家关注我们的新浪微博：[@爱摄影公社](#)。

“爱摄影公社”所有的图书都会及时更新，使得里面的内容保持和图片以及摄影器材市场变化的一致性。

# 创作团队

邓扬帆：出生于20世纪80年代中后期的北京，毕业于中国传媒大学摄影系。热爱摄影多年，对技术的运用远大于对感官的追求，在画面色彩和构图的表现上有独特见解，崇尚自然与自由，是个标准的射手小青年。

杨磊：“爱摄影工社”老将，现为图书策划编辑、纪实摄影师，毕业于北京广播学院摄影专业，在新闻、出版行业工作多年，致力于摄影文化的推广工作，网名“最爱双反的二手摄影师”。

李亚楠：山西太原人，曾在南京生活学习四年。大学期间游走了南亚以及东南亚许多国家。喜爱美术、摄影、后期修图，也对宗教、摇滚、铁路有着浓厚兴趣，希望加入一些 NGO、NPO 组织。

吴穹：蜀中人士，自幼年顽皮，误以胶卷为玩物时起，便爱上相机，之后亦随之爱上拍照。拍照时日已久，通晓器材及技术，无所不拍，但仍未参透摄影精髓之所在。愿用一生去探索、去领悟摄影之真谛，望有朝一日能拍摄出感动世人、亦打动自己的作品。

# 图片编辑

徐岩冰：毕业于北京师范大学，六年职业体育摄影师经历，曾经采访 2005 年第十届全运会、2006 年德国世界杯、2008 年北京奥运会等多项国内外大型体育赛事。2009 年远渡英伦，2010 年于英国诺丁汉特伦特大学取得摄影硕士学位。坚信影像的力量可以改变世界。

# 美术指导

晏琳：@VK 林薇琪，知名宅女，资深 MAC 用户，美剧英剧爱好者。设计行业工作多年，先后就职于广告公司、平面媒体，2011 年进入互联网行业，对艺术和新媒体技术充满热情，对能改变生活的高科技产品充满兴趣。

# 序言

1 我小时候刚开始学摄影的时候，30多年前的中国，还没有这个独立的职业，还没有这个条件。想当摄影师，除了去照相馆，大概只能去群艺馆或者单位的宣传科，时不时在领导身边鞍前马后地伺候着，抓拍他们红光满面的各种45度角。

读大学，我学商科，同学都打工挣钱。自己最靠谱的本事就是拍照片，我想了想，到我们学校图书馆看杂志，那时候最普及的杂志基本就是各省的《XX老年》和《XX党建》之类的，我仔细研究了一下上面的摄影作品，认为比我拍得更差，就有了谋生的信心。

针对我的客户需求，我搜集整理了一些日常扫街拍的大爷大妈长城天安门天坛故宫花花草草街头舞蹈等等不一而足。在学校门口的图片社批量印成照片，8毛钱一张，每次给一个杂志寄10张。当时稿费通常是10~20块钱一张。

通过这个法子挣的钱确实让我没用家里的生活费便早早就用上了好相机，还能在假期到处旅行。用我妈的话说“改革开放救了你”。

这就是我最早试图进入摄影领域的经历，显然不是什么显赫的战绩，不过倒也印证了那句话：“独立二字的意思，说得浅些，就是财务上的自立。”

2 总体来讲，摄影师在当下中国是一个幸福的行业，你想想，这年头不用你父母有任何关系，也不用投太多钱就能让年轻人独立经营下去的职业还真是不多。摄影师投入10万元，甚至5万元就够买一套相机和电脑，然后凭自己的脑子和勤快就可以做个全能摄影师，开始工作、赚钱了。而且在中国，除了新闻摄影之外，摄影是一个可以相对充分竞争的领域，几乎没有什么垄断的壁垒。起步比较晚，题材又丰富，中国有太多可以被挖掘的拍摄题材或者领域，这都是中国摄影师的福音。

为什么还有很多人抱怨摄影这行不容易做呢？

原因很简单。

不仅仅在中国，在全世界，摄影师这个行业，同飞行员、作家、演员一样，都是非常有魅力的职业。摄影这个词很容易和艺术、探险、旅行、时尚

这样充满诱惑力的字眼联系在一起。因此有太多人怀揣着各种各样的目的，愿意挤进这个职业里来。

所以，很有趣的情况是，恰恰因为摄影的魅力，所以摄影师的数量远远超过市场需求量。所以要进入这样的行业，你就得生存得比别人更好更长久才行。这正是本书主要讲的事情。

出版这本书的目的不是教人如何靠拍照片成为一个千万富翁，而是基于一个理念：打算进入这个领域的职业摄影师或者业余摄影师，如果你真的爱摄影，你得先把摄影这个业务做得符合市场的需求，既而形成经营上的良性循环。

3 当我真正想做这本书之后，发现这件事情居然变得相当复杂。对于不同领域的一些摄影师来讲，现在面临的最困难的工作不是拍照片本身，而是如何出售照片。而从用户的角度，最大的困难是如何找到足够好的照片——而且是在预算有限的情况下。

我相信解决之道在实践者手中。为此我们采访了国内外大量从事摄影和影像消费领域的专业人士，包括摄影师、大牌杂志社的社长、图片编辑、顶尖图片库经营者、法务专家、摄影产品经理、广告公司经营者、顶级摄影器材的经销商等。他们每个人见到我都有一肚子经验要与我分享。他们的经验造就了这本书的主体内容。

这里面我尤其要感谢两个人。

一位是傅兴先生，我们写这本书，很早就开始作采访，但是一直犹豫要不要把它推向市场，是傅兴先生给了我们很多具体的意见，推动了这本书的出版。

另一位是柴继军先生，他和视觉中国团队为我们这本书提供了大量第一手的资讯，使得这本书可以以一个比较丰富的面貌呈现给大家。

4 想免于被外界奴役，就要主动寻找通往独立之路，愿这本书提供给有此愿望的摄影师经济独立的技能和方法。愿我们的人生得以自由。

赵嘉

2013年5月18日

# 目录

|                       |           |
|-----------------------|-----------|
| <b>第1章 摄影的分类</b>      | <b>2</b>  |
| <b>第2章 谋生</b>         | <b>12</b> |
| 营销                    | 12        |
| 成功的基础                 | 13        |
| 编辑个人作品集               | 15        |
| 制作属于自己的网站             | 29        |
| 花絮：做网站的三要素            | 30        |
| 委托拍摄                  | 34        |
| <b>第3章 数码技术</b>       | <b>38</b> |
| 数字技术的冲击               | 38        |
| 数字技术有什么用              | 38        |
| 什么规则                  | 40        |
| 结算数码权利                | 41        |
| 数码领域（数字领域）的使用许可       | 41        |
| 条款                    | 42        |
| EXIF数据                | 43        |
| 花絮：改编、占有、衍生作品和图片电子版权  | 48        |
| 数码工作流程以及收费            | 48        |
| 摄影师面对的数码产品            | 49        |
| 什么是后期制作               | 51        |
| 提交数码图片的守则             | 56        |
| <b>第4章 报道和编辑类图片摄影</b> | <b>60</b> |
| 现状                    | 60        |
| 花絮：编辑类图片摄影            | 61        |
| 公平的交易                 | 62        |
| 版权非常重要                | 63        |
| 最基本的法则：永远不要参与低价竞争     | 64        |
| 算出你的日工资               | 65        |

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 花絮：编辑类图片摄影师的收入            | 69  |
| 争取自己的权利不丢人                | 72  |
| 不同的编辑类图片市场                | 74  |
| 杂志                        | 79  |
| 关于公关摄影                    | 84  |
| 慈善团体                      | 85  |
| 数码                        | 85  |
| 委托拍摄                      | 87  |
| 委托拍摄的程序                   | 87  |
| 委托拍摄的版权                   | 87  |
| 图片编辑                      | 91  |
| 个人专题                      | 93  |
| 附录：关于1416教室               | 99  |
| 附录：采访《中国国家地理》杂志社社长、总编辑李栓科 | 102 |

## **第5章 图片库 104**

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 简介                        | 104 |
| 综述                        | 104 |
| 花絮：华盖创意签约摄影师如何获得报酬        | 108 |
| 什么是图片库                    | 109 |
| RM和RF                     | 114 |
| 互联网的兴起                    | 118 |
| 特别要注意的事情                  | 119 |
| 肖像权和物权                    | 119 |
| 花絮：华盖创意的肖像权、物权界定及法律要求     | 123 |
| 对于图片库的不满                  | 135 |
| 图片库摄影术语                   | 137 |
| 标题                        | 140 |
| 关键词                       | 140 |
| 花絮：关键词编辑谈关键词的重要性          | 141 |
| 概念，概念，概念                  | 147 |
| 为你的画面留出空间                 | 148 |
| 报酬和分成结构                   | 148 |
| 最后：建议总结                   | 148 |
| 花絮：2012年华盖创意100张销售排行的照片分析 | 149 |

|                |     |
|----------------|-----|
| 花絮：2012年华盖销售排行 | 152 |
| 花絮：华盖创意的图库工作标准 | 164 |

## **第6章 商业和广告摄影** **172**

|                  |     |
|------------------|-----|
| 商业和广告摄影师的工作      | 172 |
| 迈向成功的第一步         | 172 |
| 如果你是个新人          | 173 |
| 找到适合自己的定位        | 173 |
| 最好的敲门砖：给知名摄影师做助手 | 173 |
| 工作流程             | 174 |
| 设备               | 178 |
| 图片的处理            | 179 |
| 后期处理             | 181 |
| 如何权衡客户想法和自我理念的冲突 | 187 |
| 摄影师的角色           | 187 |

## **第7章 婚礼摄影** **190**

|            |     |
|------------|-----|
| 婚礼摄影       | 190 |
| 寻找市场       | 191 |
| 自我表达       | 194 |
| 找到属于你的风格   | 196 |
| 销售工具       | 197 |
| 拍摄流程       | 199 |
| 请相信你的婚礼摄影师 | 203 |

## **第8章 公关摄影** **208**

|                 |     |
|-----------------|-----|
| 简介              | 208 |
| 费用              | 208 |
| 直接与客户一起工作       | 209 |
| 成本              | 210 |
| 获取报酬            | 211 |
| 花絮：PRphoto和公关摄影 | 211 |

## **第9章 如何出版图书和画册** **220**

|      |     |
|------|-----|
| 基本概念 | 220 |
|------|-----|

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 开本                  | 221 |
| 纸张                  | 222 |
| 纸的种类                | 222 |
| 非涂布印刷纸              | 223 |
| 胶版纸                 | 223 |
| 轻型纸                 | 223 |
| 纯质纸                 | 223 |
| 涂布印刷纸               | 226 |
| 铜版纸                 | 226 |
| 轻涂纸                 | 226 |
| 码洋                  | 226 |
| 图书的装帧形式：精装和平装       | 227 |
| 骑马订                 | 227 |
| 散页装                 | 227 |
| 平装                  | 227 |
| 图书的印刷方式：平板、滚筒       | 228 |
| 完整书稿包括的内容           | 228 |
| 准备：文字、图片格式          | 229 |
| 版式设计                | 230 |
| 稿件的校对和审核            | 231 |
| 成本测算                | 232 |
| 制作一本书要花多少时间         | 233 |
| 如何获得报酬              | 236 |
| 影像定价的因素和定价方式        | 237 |
| 《上帝之眼：旅行者的摄影书》的出生经历 | 238 |
| 花絮：一本书是怎么印刷出来的      | 240 |
| 摄影画册                | 241 |
| 市场销售                | 241 |
| 传统印刷还是短版印刷          | 242 |
| 关于自费出书              | 242 |
| 花絮：推广很重要            | 243 |

|                |            |
|----------------|------------|
| <b>第10章 法律</b> | <b>244</b> |
| 基本概念要弄清：什么是版权  | 244        |

|                |     |
|----------------|-----|
| 花絮：人身权利和财产权    | 244 |
| 什么是著作人身权       | 246 |
| 花絮：著作人身权的特点、性质 | 247 |
| 年限             | 247 |
| 花絮：《著作权法》原文    | 248 |
| 什么是作者的著作财产权    | 248 |
| 什么是肖像权         | 250 |
| 侵权现象           | 253 |
| 要不要去注册照片的版权    | 256 |
| 花絮：文化版权中心      | 256 |
| 一旦发现被侵权了怎么办    | 256 |
| 如何维护你的权益       | 262 |
| 侵权赔偿           | 263 |
| 附录             | 264 |

## **第11章 我是客户** **266**

|                  |     |
|------------------|-----|
| 前提               | 266 |
| 找什么样的摄影师         | 267 |
| 明白什么是好照片         | 269 |
| 具体要求             | 269 |
| 硬件和软件的准备         | 275 |
| 选择摄影师还是图库        | 282 |
| 花絮：选择RM、RF还是委托拍摄 | 282 |
| 摄影师做什么？我做什么？     | 283 |
| 哪些权利是属于我的        | 284 |
| 照片的使用范围和权限       | 285 |
| 怎样找到一个符合我需求的摄影师  | 285 |
| 花絮：在高端拍摄领域——傅兴   | 287 |
| 怎样和摄影师打交道        | 287 |
| 怎样区分一个摄影师是不是水货   | 288 |
| 如果发现最后的照片不能用怎么办  | 288 |

## **附录：肖像主体转让声明** **289**

## **附录：物权授权声明** **290**



# 通往独立之路

## 摄影师生存手册

赵嘉 爱摄影工社 | 编著  
Zhao Jia & Aisheying Studio

电子工业出版社  
Publishing House of Electronics Industry  
北京·BEIJING

# 第1章 摄影的分类

本章顾问

柴继军

赵:从内容上区分摄影有很多分类方式,但是从市场的角度来分类是如何看待摄影领域的?

柴:我们通常所说的,新闻、体育、娱乐、时尚、旅游、风光摄影,这些都是按照拍摄的内容来分类的。从图片市场角度看,主要分为两类:一类是图片库市场,也就是pre-shot,摄影师按照市场需求提前拍摄好图片。与它对应的是assignment,也就是委托拍摄,摄影师按照用户需求来定制拍摄图片。

第一类就是按照市场需求提前把照片拍好,提供到图片市场上来,让客户来选择。第二类的委托拍摄,是按照客户的要求来拍摄,比如说婚礼、广告摄影,完全是按照客户的要求,属于定制类。

一般而言,摄影师把更多的时间精力专注在摄影技能的提升,摄影师对图片代理行业的需求就不断增强。早期的图片代理行业就是摄影师将照片或反转片提交给代理公司,代理公司将选择好的图片拷贝复制,并印刷做成图册分发给全球的客户或分销商。客户通过翻图册来选照片,然后付租金给代理公司,代理公司再按照协议分成给摄影师。

大家可以看到,这一过程中图片的复制、印刷以及全球分销成本是很高的。然而,互联网诞生后彻底改变了图片代理行业。1996年,盖蒂图像(Getty Images)的诞生成为了划时代的标志。盖蒂通过资本方式收购全球知名的图片公司,如IMAGE BANK等,并将图片放在互联网上展示、分销。这的确给图片库市场带来革命性的变化,大大降低了各种成本。互联网激活了整个图片库行业。

而另外一个assignment（委托拍摄）的市场要比图片库市场更大！这个市场要占整个图片市场的60%~70%。大大小小的摄影师、图片公司、摄影公司按照客户的要求来提供摄影服务。请大家注意，委托拍摄其实不仅仅在销售您的图片，很大程度上是在销售一种专业服务！

像我所在的视觉中国集团，集团下属也有委托拍摄服务，当用户在我们的图片数据库里找不到他所需要的图片时，我们就为许多用户提供定制服务。定制拍摄市场机会是巨大的，无论一个家庭、学校、社区，还是中小企业都会有不同的拍摄需求。这是个巨大的市场机遇。

因此，互联网已经让图片库市场更加集中，摄影师应该将自己已经拍好的图片整理好交给适合你的图片库去代理销售，网络图片库帮助你更加广泛地覆盖用户。网络时代把图片交给图片库是一种经济而有效的方式。与此同时，职业摄影师也要积极与直接客户联系沟通，了解他们的定制需求，为他们提供个性化的摄影师服务。两种方式结合是职业摄影师理想的生存方式。

赵：你刚刚有提到，互联网激活了整个图片库市场。但是摄影师也发现，现在图片价格在下降，而且图片库给摄影师的分成比例也在不断地下降，当然这个趋势也是全球性的，不是只有中国。比如过去是五五分成，而现在变成四六分成甚至更低。

柴：我以前曾经做过10年的图片编辑、摄影记者，并有着13年的图片库行业经验。我认为目前图片市场国内外的大趋势都是大致一样的，但是也有自己独特的国情。