

跟我学摄影·专业摄影基础

广告摄影



浙江摄影出版社

522396



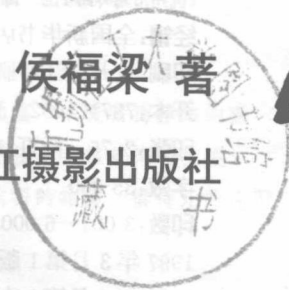
90522396

跟我学摄影·专业摄影基础

广告摄影

侯福梁 著

浙江摄影出版社



责任编辑：夏 晓

封面设计：陈子劲

跟我学摄影

广告摄影

侯福梁 著

浙江摄影出版社出版、发行

(杭州市葛岭路-1号 邮编:310007)

经销:全国新华书店

印刷:杭州之江印刷厂

开本:787×1092 1/32

印张:2.75 插页:16

字数:35 000

印数:3 001—6 000

1997年3月第1版

1998年2月第2次印刷

ISBN 7-80536-440-0/J·227

定价:6.60元

(如有印、装质量问题,请寄本社出版室调换)

目 录

概 述	1
广告摄影的工具材料	3
广告摄影的具体媒介	5
广告摄影的特点	10
构思独特 用光讲究 构图新颖 色彩丰富	
拍摄举例及模特儿的选用	22
玻璃制品的拍摄 金属制品的拍摄 半透明物体的拍摄	
木制家具的拍摄 皮革制品的拍摄 金银首饰的拍摄	
纺织品和时装的拍摄 食品和饮料的拍摄 模特儿的选用	
广告摄影创作表现手法	40
直接展示法 突出特征法 间接表现法 对比映衬法	
合理夸张 运用联想 富于幽默 借用比喻	
以情托物 连续系列 剪辑组合	



概 述

现代生活中，广告作为沟通信息的媒介，越来越为我们所熟知。广告分文字广告，绘画广告和摄影广告等等。摄影广告不同于文字广告和绘画广告，它通过摄影这一独特的造型手段，把商品生动、优美、突出地表现出来，给人以真实可信感，从而达到吸引顾客，介绍商品的目的。

广告摄影在我国是一个新兴的摄影门类，随着商品经济的发展，广告的作用已日益被人们重视。在发达国家，广告摄影已有上百年的历史，并成为举足轻重的实用商业性摄影科目。进入八十年代以来，由于摄影综合科学的迅速发展，彩色摄影材料的飞速更新，在印刷类广告中，广告摄影已逐步替代了绘画性广告。

广告摄影具有一般摄影的瞬间性和纪实性的特点，同时广告摄影作为宣传商品的一种有效手段，在拍摄时必须服从于广告的主题，广告的中心思想，这就要求我们有精心的构思。拍摄时特别讲究摆布，以新鲜的、有价值的内容，典型并能说明问题的瞬间真实形象，去感染消费者。

作为初学广告摄影的爱好者，一定要多参加拍摄实践，既学习借鉴中外各种广告摄影的拍摄技巧和表现手法，又不入前人的窠臼。要追求广告摄影画面的质感、美感和意境，便要求拍摄者不仅要有娴熟的拍摄技巧和高明的构思设计能力，还要

有一定的商品知识的积累和其他艺术方面的修养；不但要学习借鉴国内外摄影艺术的经验，同时还要尽可能地学习了解文学、美学、色彩学、光学、商品学、市场学等知识。在姐妹艺术中汲取丰富的营养，譬如，在西洋画中学色彩的运用；在中国画中学构图的变化；在诗词中领悟意境的升华；在音乐中寻找节奏的美感；在书法中领会线条的刚柔……。努力使自己具备较高的洞察力和准确的判断力，丰富自己的生活积累和创造性的思维能力，提高创作水平。

广告摄影的工具材料

广告摄影一般要用 120 单镜头反光照相机，还要配备一些常用的镜头，如：广角镜、长焦镜、微距镜以及近摄镜等。

搞广告摄影创作除了照相机，还要具备一些辅助设备。如：测光表，色温计，坚实牢固的三脚架，敏捷的快门线，镜头的遮光罩，各种功能的滤光镜、滤色片等。配备有效的照明工具，可使我们的创作津津有味而不致于困难重重。灯具中有钨丝灯，闪光灯，各种聚、散光灯，反光伞等，可根据实际需要购置。当然还要配备各种拍摄用的道具和一张牢固的案桌。

广告摄影创作现在一般都采用彩色反转片（主要用于印刷制版），利用彩色反转片拍摄的照片，一般能保证印刷品具有较高的质量。彩色反转片的曝光宽容度比较窄小，一般只允许 $\pm 1/2$ 级光圈误差，在实际拍摄中即便放宽点，也不过 ± 1 级光圈。误差超过这个限度，多半就要出废品。再有彩色反转片容易偏色，本身有日光片和灯光片之分，对灯光片和日光片的使用，色温的估计和曝光速度的测定都要慎之再慎，不能掉以轻心。

在室内搞广告摄影创作，背景通常都要人工布置，用以衬托主体。背景处理是否得当，关系到广告照片的整体水平高低。下面把国内常用的拍摄小商品的广告衬景材料略加介绍，我们可因地制宜，有所选择。

呢绒：质地比较厚，软硬适中，不易起皱，且富有弹性，平整挺括而色泽厚实，易于长期保存使用。

丝绒：光泽和质感都很好，色彩饱和度也不错，缺点就是容易起皱，丝绒表面受器物重压，绒毛会倾斜，出现花斑般的皱纹。

布：布一般大都质薄细软，容易起皱。

纸：纸的规格尺寸一般都不大，颜色品种也不太多，但价格便宜，用于临时拍摄，比较经济实惠。

现在市面上有一些合成纤维材料，不起皱，质地也不错。此外，室内装饰用的贴墙布，也是比较理想的衬景材料，市面上供应的有玻璃纤维和塑料涂布两种，缺点是不能折叠，只宜卷藏。

总之，常用的背景材料是比较多的，应该根据构思与表现的需要，灵活选用。现在市场上有一种贴墙用的发泡墙纸，质感和纹理都非常理想，可以一试。

背景的选择要根据拍摄对象的需要，一般来说以单纯为好，浓艳缤纷的色彩会喧宾夺主。有条件的可选择用宽幅卷筒背景纸，简洁、平整，拍出来的照片无缝，无地平线，无杂乱的线条，能突出主体，且整体感强。从拍摄效果出发，可以大胆尝试用各类毛麻料、墙布等。国外拍摄广告照片大多采用幻灯背景，可不受时间、地点、气候的影响，随时可拍摄想象中的画面及景物。我们可结合实际，参考此种创作方法。

广告摄影的具体媒介

广告摄影的媒介很多，这里只举比较常用的几种，作一点简单的介绍。

报纸广告 报纸广告的信息传播快、影响大、效果好。报纸广告通过报纸的发行，密切联系国内外广大用户和新的消费者，无时不在为生产，为人们提供商品信息服务。报纸易于保存，便于查阅，发行面广。缺点是印刷质量普通，时间性太强。图1便是高级摄影器材在报纸上的推销广告；图2为图文并茂的报纸广告。

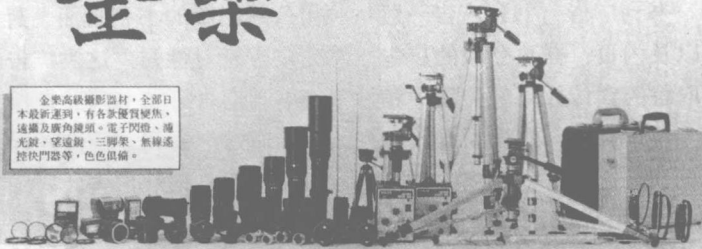
图 1

SYMBOL OF QUALITY

金樂

最值得信賴的產品

金樂高級攝影器材，全部日本最新運到，有各款優質變焦、遠攝及廣角鏡頭。電子閃燈、濾光鏡、望遠鏡、三腳架、無線遙控快門器等，色色俱備。



品質優良 取價廉宜 用家讚賞
請到各大攝影器材商號洽購

總代理：KENLOCK (H.K.) LTD.
金樂攝影器材（香港）有限公司
香港九龍金馬倫道30—32號金馬商業大廈十四樓
TEL: 3-699137, 699138 TELEX: 34297 RHFPS HX

最新款專業設計萬用背心



CAM-FIS專業設計萬用背心，用日本高級防水纖維布料製造，手工上乘，堅固耐用，新款設計，有9至22個大、中、小內外口袋，可盛載各種名牌照相機、長短鏡頭、小型卡式機、大小錄影帶、望遠鏡、無線電對講機、指南針、雨具、救傷用品、護照、銀包等戶外活動用品。負重大而不變形。最適宜外影照相、爬山觀鳥和旅遊等戶外活動穿著。有多種款式及顏色，男女合穿，尺碼齊備。本公司兼有美國MAG-LITE® 強力電筒、瑞士VICTORINOX® 萬用刀及各國名廠戶外用品，歡迎參觀選購。

門市部：

CAM-FIS COLLECTION

15/FI. Flat 'H', Alpha House, 33 Nathan Rd., Tsimshatsui, Kowloon, Hong Kong.

Tel: 3-662877 Fax: 0-4891100 Telex: 34781 JWAL HX

九龍尖沙咀彌敦道27-33號真士大廈15字樓H座（北京道入口）

Exports, Wholesales, Retails & Mail Orders welcome.

*本公司將於12月遷往尖沙咀廣東道33號中港城UG58號 電話：3-7360220

營業時間：早上十時至下午六時半，星期日照常營業。

（逢星期三休息）

（信用咭可接受）



姓名：

地址：

請寄上「CAM-FIS萬用背心目錄」乙份
郵寄：錦華行
九龍尖沙咀彌敦道91699號
（廣州同德書局）

圖 2

書刊廣告 書刊廣告一般是利用公开出版的書刊封面、封底以及內頁、插頁登載的廣告。書刊廣告針對性強，這類廣告所取得的宣傳效果較為集中和顯著。書刊廣告可隨書刊長期保存，便於查閱，廣告的有效率高。我們通常把公司、廠商的樣本也列入這類廣告範圍。彩圖 1 為白貓牌洗滌用品廣告；彩圖 2 為制版公司的樣本封面。

招貼廣告 這類廣告張貼在街頭、公共廣告欄、銷售點和其他人多眾廣的場所。形式靈活多樣，效果直接顯著，方便群眾。無論大中城市或中小城鎮，以及農村集市，都可張貼，是

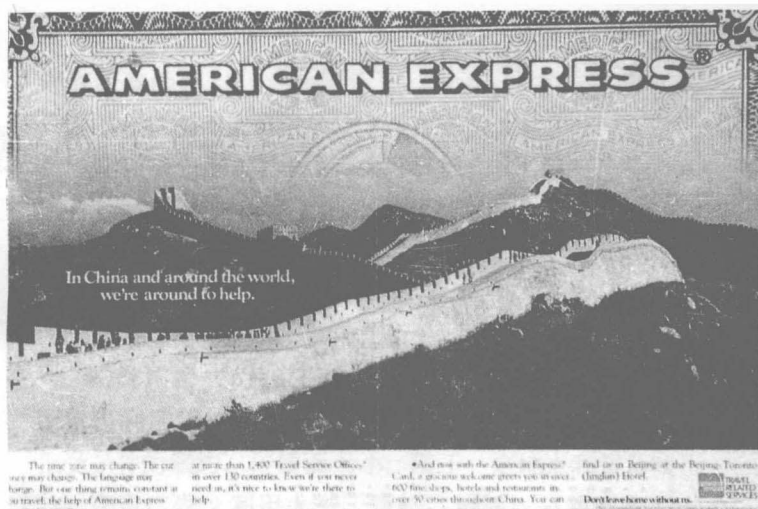


图 4

图 3

一种最为大众化的广告形式。图 3 为法国航空公司的宣传广告，巍巍长城同自己固有的标志合成的画面，宣传的目的性很强。图 4 为国际和平年的宣传广告，对比强烈，主题突出。



哈立克

当今世界上最有营养的保健食品之一



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	125	126	127	128	129	130	131	132	133	134	135	136	137	138	139	140	141	142	143	144	145	146	147	148	149	150	151	152	153	154	155	156	157	158	159	160	161	162	163	164	165	166	167	168	169	170	171	172	173	174	175	176	177	178	179	180	181	182	183	184	185	186	187	188	189	190	191	192	193	194	195	196	197	198	199	200

哈立克祝賀每周廣播電視報自辦發行二周年

图 5

邮寄广告 有选择地直接把广告信息递送到用户和消费者手里以达到宣传、推销商品的目的，是企业与消费者、用户直接联系的广告手段，效果直接具体。邮寄广告的画面应强调真实，不能用虚假的东西来欺骗对方。图 5 是名为“哈立克”的食品广告，这份广告随上海《每周广播电视》报免费分发给报纸订户，一夜之间，“哈立克”的名字在上海家喻户晓，是国内最成功的邮寄广告之一。

年、月历广告 往往是企业和外贸部门通过别具魅力的诗情画意的题材，如名胜古迹、风光花卉等作为主要画面，广告部分只在不太显眼的地方传递商品信息。

电视静止画面广告 通过电视屏幕，用图片进行广告宣传，收视率高，为广大消费者喜闻乐见。缺点是比较呆板，较之把图片、表演、动画及音响等结合起来的电视广告有不同的特点，表现力和感染力也不及后者，但临时作为广告宣传，且可以收到经济、实用之效果。

幻灯广告 幻灯广告是用摄影正片在放映机放映的广告图象。利用这种广告形式宣传商品，制作简便。缺点是客观上受条件的制约，传播面太小，限于一定地点和银幕映出。

交通广告 利用火车、轮船、地铁、公共汽车、电车以及飞机等交通工具上设置和张贴广告的形式。由于这些交通工具常年定期、定点往返运行，乘客流量大，具有反复宣传，加深印象的特点，是当前广告宣传不可轻视的阵地。拍摄制作优美的交通广告，在城市和交通线上也能发挥美化环境的作用，对陶冶人们的情趣也不无好处。

广告摄影的特点

构思独特

广告摄影的特点是，独特的构思设计和高超的摄影技巧相结合，而独特的构思决定了作品的成败。

广告摄影构思要有一种新奇感，不要人云亦云，不能模仿（甚至照抄）已有的例子，让人有老面孔、老一套的感觉。国外有这样一张音乐会的海报，令人刮目相看：一尊洁白如玉的石膏女子头像，彩色的音乐五线谱悠然飘过双耳，在她那表情含蓄的脸面上，挂着一颗颗颤动的泪珠——催人泪下的音乐，真是美妙绝伦！整个画面使抽象的音乐通过十分视觉化的具体形象，得到戏剧性的生动表现。它那新奇的构思与表现，在于出人意料——石膏像流泪，现实生活中是见不到的，但又在艺术的情理之中——滴泪破题：情真意切之声，木石为之动情。这种不落窠臼的构思手法，很有个性特点，但又能为人理解和接受。

有这样两幅广告摄影照片，广告主题表现的都是电话公司，一幅画面是这样安排的，两个高脚酒杯，用一根电话线连起来了，画面上并没有出现电话机，但电话的功能一目了然——它是交流情感，沟通信息的必需品，可谓图简意深。另一幅画面表现的是产房门口，一男青年抱着妻子刚生下的婴儿，手拿电话在向家人报喜，整个动作虽有夸张，但典型事件表达

了商品的特定功能，画面富有新意。以上两幅画面生活味都很浓，像一杯醇酒，飘着阵阵清香。

前几年，有一幅羽绒被的广告，在星光闪烁的夜空中，一支白羽似神毯般轻浮于天空，身盖粉红羽绒被的小孩仰睡其上，似仙童般悠悠然、乐融融。这幅童话神仙境界，令人耳目一新，不但让人无唐突荒诞之嫌，反而觉得合情合理。又譬如，一家包装杂志的封面，画面上是一个坚硬、硕大的核桃，初看大惑不解，细瞧才恍然大悟。这种巧用比喻的美妙构思，读者领悟以后不会有牵强附会之感。又如国内有一幅丝绸广告，一反常态，把飘逸美丽的商品悬挂在有江南特色的石头拱桥上，将广告信息形象地告诉给读者，将民族特性，商品产地及别具特色的风光特点融为一体，使人走进一个崭新的天地之中。

下面根据图例分析几幅摄影广告构思的独特之处。

彩图 3 是 101 毛发再生精的广告，通常情况下，这种广告的表现手法无非是长满黑发的男子盛赞这种产品，而此幅广告却一反常规，在干涸的土地上竖着好几个彩蛋，而前面置放一个类似仙人球的“多毛”植物，暗示着在这不毛之地，因为有了“101 毛发再生精”，而展露新的生机，为秃发患者带来了福音。

图 6 是模拟冻蟹肉的食品广告，食品广告拍摄的基本要求是体现商品的“色、香、味”，这幅广告不仅达到了这个要求，而且拍摄者在每块模拟冻蟹肉上分别插上不同国家的国旗，非常巧妙地喻示这种食品是不同国家、不同民族都喜爱的美味佳肴。广告摄影的构思之妙，妙在有所创新。境外一幅宣传中国的旅游广告（见彩图 4），画面以一头金碧辉煌的镀金铜狮来象征东方别具特色的诱人魅力，作者为什么这样做？他完全可

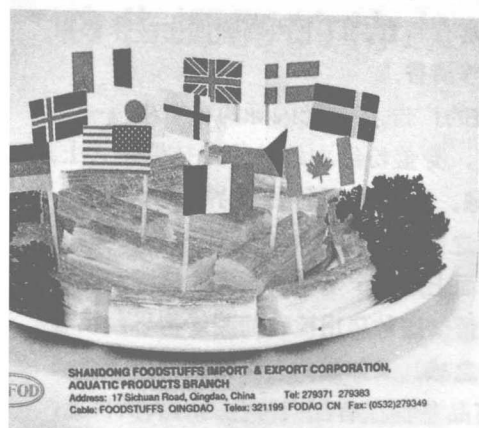


图6 整幅照片取高调，光比反差较小，但必须使用小光圈，慢速度，否则细部层次就有损失。

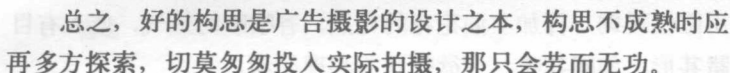


图7

以展示万里长城的雄伟；桂林山水的俊美；江南苏杭园林的秀丽……，但那样太具体，太一览无余，反而不会在观赏者的心里掀起强烈的“到此一游”的激情。而图7的画面更是别具一格，一只小小的搅碎机，上面投进去的是工业原料，下面输出来的是钱钞，整个画面形象地说明只要你使用这种工业原料，将会给你创造源源不断的利润。

以上几幅摄影广告没有什么繁杂的文字，利用这无声画面强烈的视觉冲击，吸引读者，让读者产生美好的遐想，享受广告摄影特殊艺术美的芳沁。

· 细部非常清晰的
照片，用光极其讲
究。



广告摄影从拍摄技巧上看，最讲究用光，广告摄影极少用自然光源，大部分用的是人造光源。

13