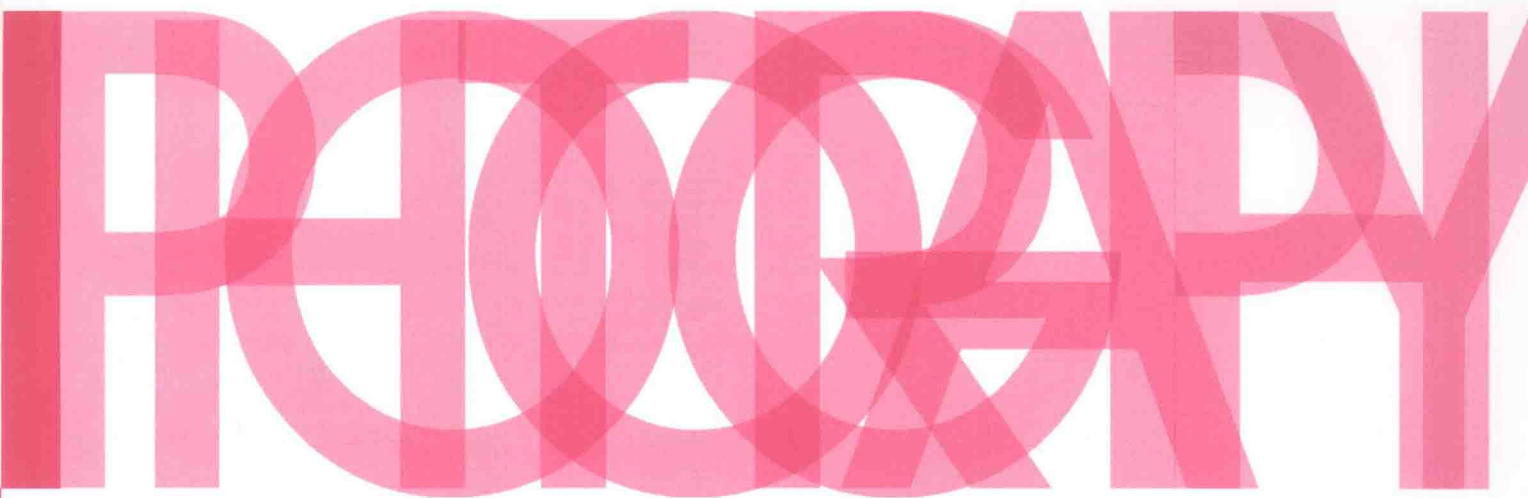
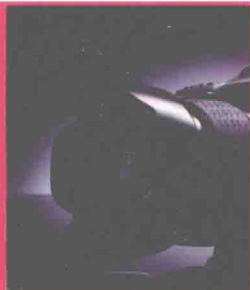


高等职业教育艺术设计类专业实践教材
21世纪高等职业教育艺术设计类专业规划教材
示范性高职院校工学结合课程建设教材

ART
DESIGN



工学结合 双师编写



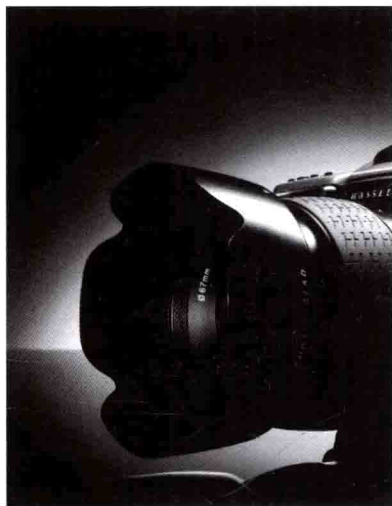
商业摄影

Commercial Photography

◎主编 司徒乐伟

湖南大学出版社

高等职业教育艺术设计类专业实践教材
21世纪高等职业教育艺术设计类专业规划教材
示范性高职院校工学结合课程建设教材



商业摄影

Commercial Photography

中国高等职业技术教育研究会艺术设计类专业协作委员会/组编

◎主 编：司徒乐伟

◎参编：胡明昆 俞者新 余德富 胡承武 刘 弘
王 珏 朱 玮 段海龙 张晓凯 任 伟
庞晓婷 马景贤 杨 旭 吴维春 孟 威
项洪亮 林永光 江 城 苏长春 周绍正
施海燕 王国海 丁洁琼 陈志强 贾小鹏
阮 超 张一斌 陈茂流

湖南大学 出版社

内容简介

本书通过广告摄影拍摄基础教学项目群、精细分类物体拍摄项目群,包括摄影棚和外景、其他创意型拍摄项目群,以实训实践的形式讲解和指导,对广告摄影的知识、技术与艺术进行了详细的阐述,并体现了数码摄影的大潮流。

本书可作为高等院校广告与艺术设计类专业教材,亦可供摄影爱好者自学参考。

图书在版编目(CIP)数据

商业摄影/司徒乐伟主编. —长沙:湖南大学出版社, 2009. 1

(高等职业教育艺术设计类专业实践教材)

ISBN 978-7-81113-512-1

I. 商... II. 司... III. 商业广告—摄影艺术—高等学校: 技术学校—教材
IV. J412. 9

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第210823号

高等职业教育艺术设计类专业实践教材

商业摄影

Shangye Sheying

主 编: 司徒乐伟

总 主 编: 张小纲 陈 希

策 划: 李 由 胡建华

责任编辑: 李 由 张美利

责任印制: 陈 燕

设计制作: 周基东设计工作室

出版发行: 湖南大学出版社

社 址: 湖南·长沙·岳麓山 邮编: 410082

电 话: 0731-8822559 (发行部) 8649149 (艺术编辑室) 8821006 (出版部)

传 真: 0731-8649312 (发行部) 8822264 (总编室)

电子邮箱: pressliyou@hnu.cn

网 址: <http://press.hnu.cn>

印 装: 湖南东方速印科技股份有限公司

规 格: 889×1194 16开

印 张: 11

版 次: 2009年1月第1版 印次: 2009年1月第1次印刷

印 数: 1~5 000册

书 号: ISBN 978-7-81113-512-1/J·138

定 价: 48.00元

版权所有, 盗版必究

湖南大学版图书若有质量问题, 请直接与本社发行部联系



示范性高职院校工学结合课程建设教材

参编院校

深圳职业技术学院	黑龙江建筑职业技术学院
广州番禺职业技术学院	青岛职业技术学院
长沙民政职业技术学院	北京电子科技职业技术学院
天津职业大学	温州职业技术学院
武汉职业技术学院	江西陶瓷工艺美术职业技术学院
南宁职业技术学院	湖南工艺美术职业学院
宁波职业技术学院	湖南科技职业技术学院

合作企业与行业协会

香港兴利集团	南宁被服厂
香港艺宝制品有限公司	南宁乔威服装有限公司
美亿珠宝(香港)有限公司	湖北博克景观艺术设计工程有限公司
广州美联广告有限公司	湖南龙天文化传播有限公司
广州新英思广告有限公司	湖南中诚建筑装饰工程有限公司
深圳家具研究开发院	湖南新宇装饰工程有限公司
深圳市景初家具设计有限公司	长沙大银文化传播有限公司
深圳市华源轩家具股份有限公司	善印行数码快印行
深圳仙路珠宝首饰有限公司	景德镇新空间设计中心
深圳市浪尖工业产品造型设计有限公司	北京大汉文化产业有限公司
东莞华伟家具有限公司	广东省包装技术协会设计委员会
圆通设计	广东省商业美术设计行业协会
浙江瑞时集团	广州工艺美术行业协会
杭州异光广告摄影机构	深圳市工艺美术行业协会
宁波美达柯式印刷有限公司	深圳市家具行业协会
宁波杨旭摄影设计工作室	宁波平面设计师协会
温州瑞安兄弟连设计机构	湖南省设计艺术家协会



◆司徒乐伟

1977年8月出生。2000年毕业于浙江理工大学装潢设计专业，2002年毕业于北京电影学院研修班平面摄影专业，2001年获“国家高级摄影师”称号，2006年获“国家高级摄影技师”称号。现任职于浙江宁波职业技术学院艺术设计系，摄影讲师，主要教授人像摄影、产品摄影、数码摄影、后期设计与制作等课程。在专业期刊上发表多篇论文，并有多幅摄影作品在国家、省、市级摄影比赛中获奖。

总序

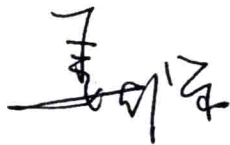
深化以工学结合为核心的人才培养模式改革，是当前我国高职教育加强内涵建设的重要内容，也是实现高等职业教育人才培养目标的重要保证。作为一种以理论与实践紧密结合为特征的教育模式和教育理念，工学结合强调高职教育的人才培养工作要以职业为导向，充分利用学校内外不同的教育环境和资源，把以课堂教学为主的学校教育和直接获取实际经验的校外工作有机结合起来。落实工学结合教育模式的关键，不止是如何安排学生下企业顶岗实习，或让学生在毕业前到企业顶岗多长时间的问题，而是怎样将这种教育理念贯穿于学生培养的全过程，渗透到学校人才培养工作的方方面面，这其中就包括我们的课程建设和教材建设。

教材是实施教学计划的主要载体，也是专业教学改革和课程建设成果的具体体现。长期以来，我国高等职业教育教学改革和课程建设之所以一直未能跳出学科体系的藩篱，摆脱基于学科体系教学模式的束缚，使得作为体现高职教育特色的实践教学教材也难脱窠臼，其关键问题就在于我们的教学改革、课程建设和教材建设还没有真正贯彻工学结合的教育理念，严重脱离企业生产的实际，始终不能适应职业岗位的真正需要。令人欣喜的是，深圳职业技术学院、广州番禺职业技术学院、长沙民政职业技术学院、宁波职业技术学院等院校联合主编了一套高等职业教育艺术设计类专业实践教学系列教材，令人耳目一新。选择实践教学教材作为突破口，努力将工学结合的教育理念贯穿于教材建设之中，将教学改革和课程建设的成果直接体现于教材建设之中，更是令人振奋不已。

我一直认为，艺术设计类专业是创造性很强的专业，而相对于工科专业来说，这类专业在贯彻工学结合上应该难度更大，更不容易落实。然而，这套教材的编辑出版，令我消除了这方面的疑虑，也更增强了我对高职教育深化以工学结合为核心的人才培养模式改革的信心。这套教材的特色十分鲜明，在教学内容的选择和编排上，以企业生产实际工作过程或项目任务的实现为参照来组织和安排；在编写方法上，多采用项

目导入模式来编写，以实际工作项目及鲜活的设计案例贯穿全书。整套教材全部由具有实践教学经验、企业实际工作经验丰富的“双师型”教师来编写，尤其注重吸纳企业生产一线的专家、设计师和技术人员参加，从而确保了教材内容能够与企业生产实际紧密结合，这无疑是校企合作的重要成果。更为可喜的是，这套教材主要由国家示范性高职院校的相关专业带头人或骨干教师领衔主编，充分反映了近年来，尤其是示范院校建设以来各参编院校艺术设计类专业在工学结合理念指导下进行教学改革和课程建设的成果。总之，我认为这套教材贴近生产，贴近技术，贴近工艺，操作性强，且图文并茂，形式新颖，深入浅出，具有很强的实用性和针对性。不仅是一套高职教育艺术设计类专业实践教学的好教材，而且也是高职艺术设计类专业学生进行自我训练和自主学习的优秀实训指导书。

当然，这套教材毕竟是以工学结合理念为指导进行教材编写的尝试之作，其中难免还有一些不成熟之处，比如在项目、案例选择的典型性，知识介绍的简约性，考核内容的科学性，文字表达上的可读性等方面还有值得提升的空间。但这套教材中所贯穿的工学结合理念和改革的方向，是值得广大高职教育工作者学习和借鉴的。我相信，按照这样一种思路和方向不断探索，高职教育的课程建设和教材建设一定能结出累累硕果，高职教育的人才培养质量一定能不断提升。



2008年8月

姜大源教育部职业技术教育研究中心研究员、教授
中国职业技术教育学会职教课程理论与开发研究会主任

目录

第一单元 美妙的广告摄影图片

1 世界优秀广告摄影图片	002
1.1 国外优秀广告摄影作品	002
1.2 国内优秀广告摄影作品	005

第二单元 广告摄影拍摄基础教学项目群

2 项目1 广告摄影相机操作项目群	012
2.1 135型相机的基本操作	012
2.2 120型相机的基本操作	016
2.3 大画幅相机的基本操作	019
2.4 135型数码相机及120数码后背的基本操作	024
3 项目2 广告摄影布光及测光操作项目群	030
3.1 各种光位的拍摄操作	030
3.2 遮光罩应用及测光表基本操作	036
3.3 闪光灯应用操作	039
3.4 影调的拍摄操作	046
3.5 光比的控制操作	052
4 项目3 广告摄影附件操作项目群	054
4.1 摄影棚内各种灯架的应用操作	054
4.2 标准罩、雷达罩、束光罩等的应用操作	056
4.3 蜂巢、色片的应用操作	057
4.4 柔光箱、柔光屏的应用操作	059
4.5 反光板、吸光板、挡光板的应用操作	062
5 项目4 广告摄影基本类型物体拍摄操作项目群	064
5.1 吸光型物体拍摄	064
5.2 反射型物体拍摄	065
5.3 透明型物体拍摄	067

5.4 复合型物体拍摄	069
-------------	-----

第三单元 广告摄影精细分类物体拍摄操作项目群（摄影棚内）

6.1 项目1 塑料、木制品拍摄	072
6.2 项目2 电器类拍摄	075
6.3 项目3 金属器件类拍摄	078
6.4 项目4 服饰、纺织物拍摄	081
6.5 项目5 食品类拍摄	085
6.6 项目6 玻璃、水晶、透明物体拍摄	088
6.7 项目7 证件照拍摄	095
6.8 项目8 翻拍摄影	098
6.9 项目9 家具拍摄	102

第四单元 广告摄影精细分类拍摄操作项目群（外景）

7.1 项目1 团体照拍摄	108
7.2 项目2 人像写真	113
7.3 项目3 时装人像拍摄	119
7.4 项目4 建筑摄影	128
7.5 项目5 风光摄影	132
7.6 项目6 花卉微距摄影	143
7.7 项目7 园林及室内摄影	147

第五单元 广告摄影其他创意型拍摄操作项目群

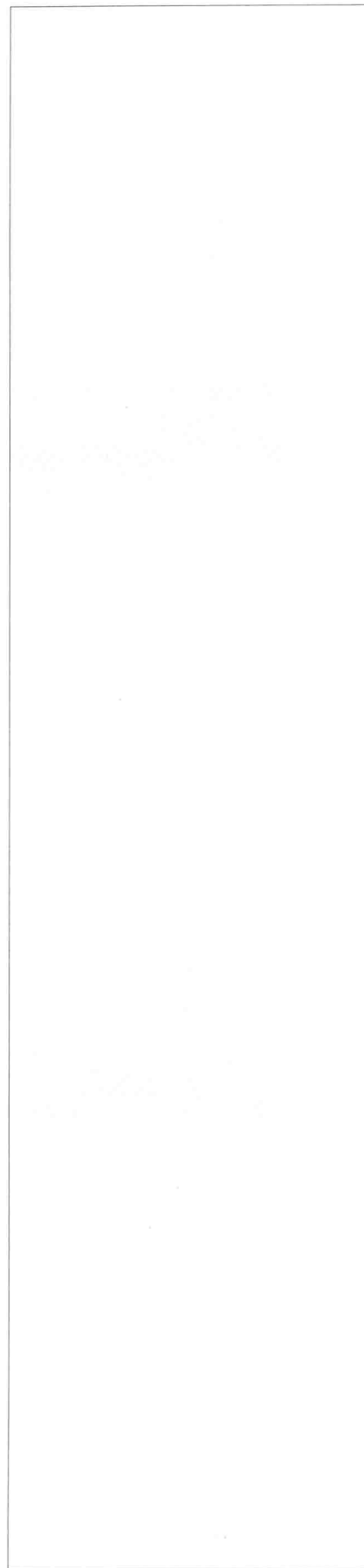
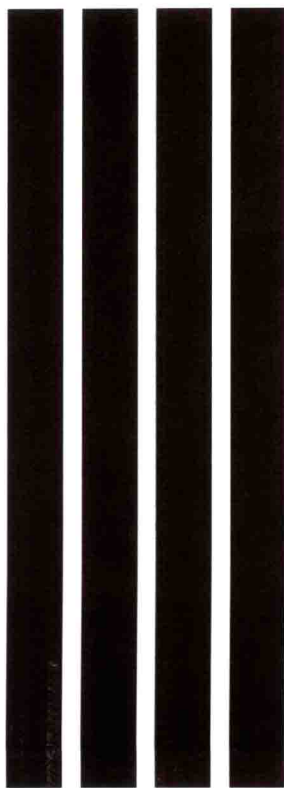
8.1 扣图素材拍摄及后期图片处理	150
8.2 色彩管理基本知识	153
8.3 摄影电子暗房操作	159
8.4 后期输出及印刷	164

参考文献	166
------	-----

后 记	167
-----	-----

第一单元

美妙的广告摄影图片



1 世界优秀广告摄影图片

我们每天都会接触商业摄影广告。随着经济文化的发展,商业摄影广告越来越多,不管我们是否情愿,这些越来越多的画面总会出现面前。广告、艺术设计类专业的同学通过学习这门课程,能建立高品质图片的观念,并掌握商业摄影最基本的技能。

1.1 国外优秀广告摄影作品

在西方经济发达国家,年广告费总额的50%以上,甚至有的国家高达80%是花在报刊媒体上的,如果再加上招贴、印刷路牌、各种宣传手册以及名目繁多的POP等,平面广告所占的份额还要高得多。

广告摄影不但成为规模最大、最富有的摄影门类,而且几乎涉及了摄影的所有领域。如令人神往的时装(图1-1、图1-2),活泼滑稽的创意人物(图1-3),帅气前卫的摩托(图1-4),时尚的家居(图1-5),性感的时装模特(图1-6),还有使人浮想联翩的数码后期图片(图1-7、图1-8)以及其他摄影方式无法捕捉的古往今来或超现实的画面,那些永远像谜一样神秘的主题,许多神圣而庄严的事实,振奋人心的体育竞技场,都会受到人们的青睐。当然,最多的还是商品和服务类广告。

那些令人心驰神往而生活中必不可少的或仅仅为满足精神需求的各式各样、千奇百怪的商品世界,以及它们不断翻新的宣传花样,其目的就是为了吸引消费者的注意,达到促销的目的。

广告宣传是一项系统工程,由厂商委托广告公司进行。常常由广告公司的一个群体或者说小组在调研的基础上,首先制定销售策略和广告策略,并对商品进行定位和选择特定的消费群体。然后,再由撰稿人员或创意人员根据以上条件去完成广告创意(图1-9)。

最后一道工序,即选择能表现这一创意理念、情感和风格的广告摄影师,去创造性地完成摄影画面。

广告摄影师的工作仅仅是浩大工程中的一环,然



图1-1 法国 Cyril Lage摄



图1-2 Markus Klinko摄

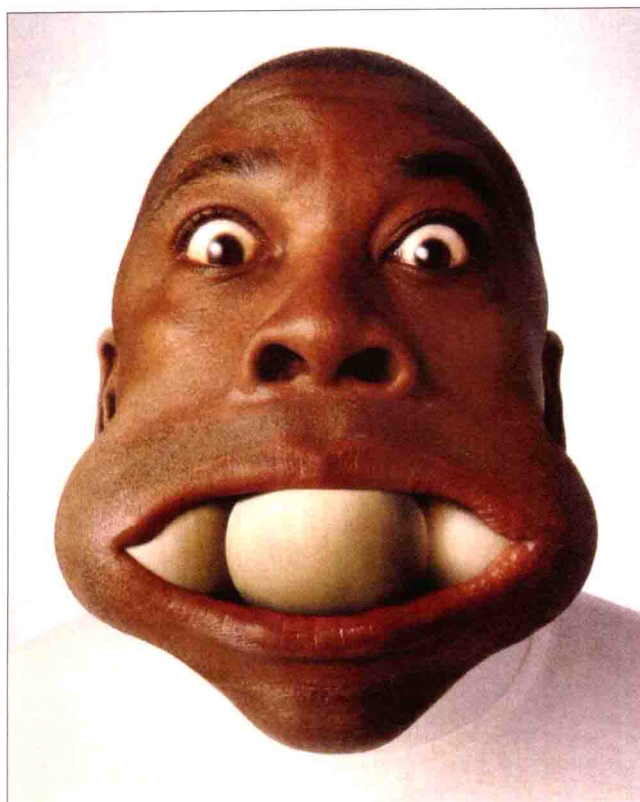


图1-3 美国 STAN CESNIK摄

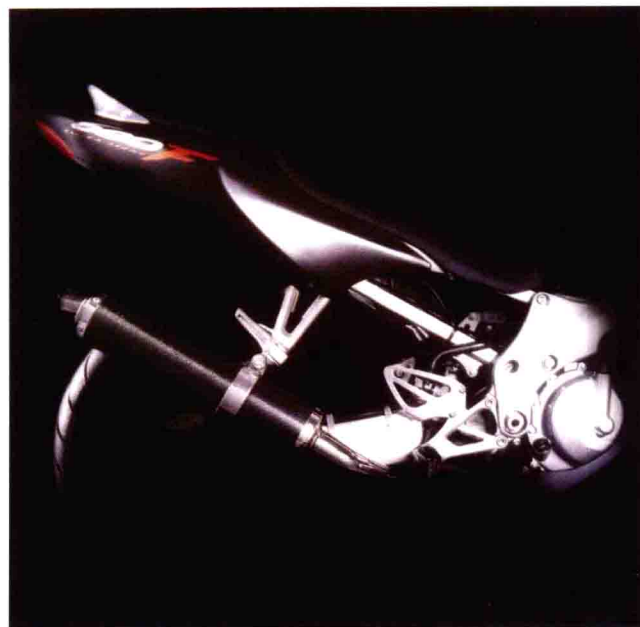


图1-4 澳大利亚 Derryck Menere摄

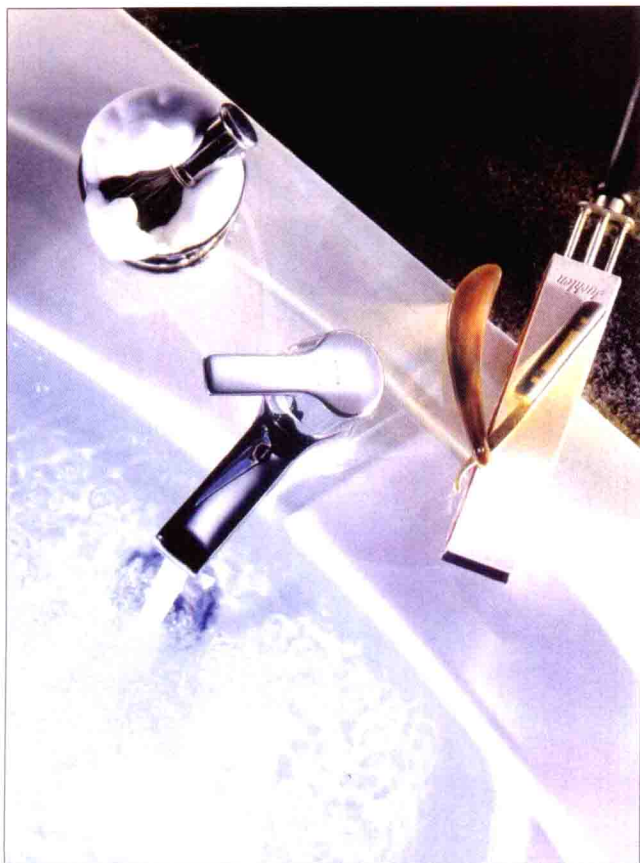


图1-5 德国 THOMAS MARTIN摄



图1-6 荷兰 Erwin Olaf摄

而广告作品却是整个广告活动的核心。因为一经媒体发布后，只有它才是消费者看得见或听得到的，而其他一切都是幕后工作。这些广告如果不成功，就会使商品滞销，使厂家亏损。

广告摄影师的重要性，就好比创意人员把一个球漂亮地传给了你，就看你能不能接住这个球，临门一脚，射进消费者的心坎，并赢得喝彩。而成功的关键在于摄影画面必须准确、完美地体现创意。要做到这点绝非易事。广告摄影师成长的道路远比其他摄影师成长的道路更长，工作更苦，不但要勤奋、好学、博采、深思，还要耐得寂寞做到厚积薄发。

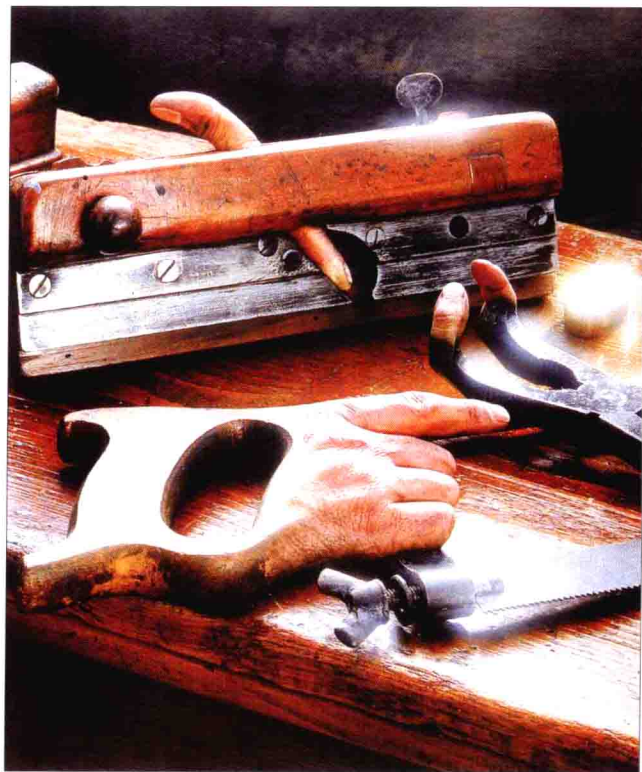


图1-7 意大利 STEFANO MUSCETTI

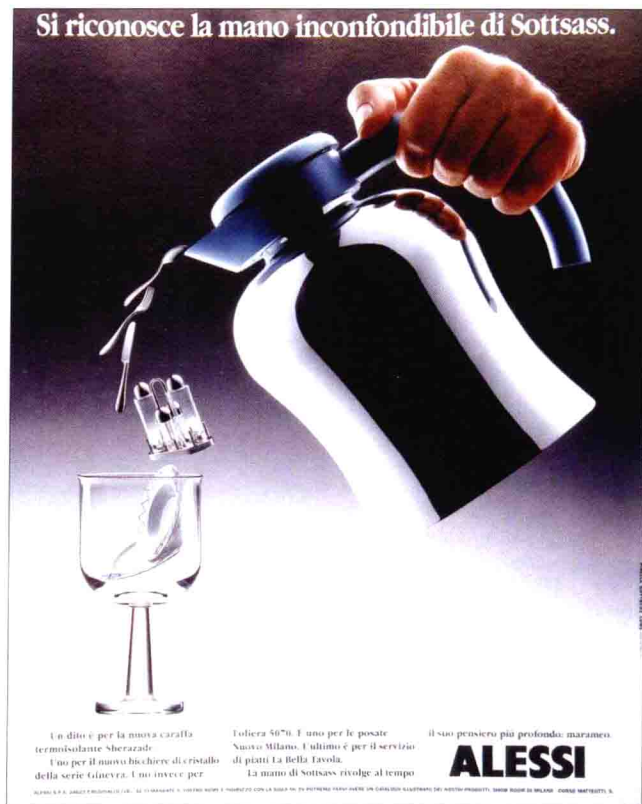


图1-8 意大利 PAFFAELLO BENEDETTI BRA

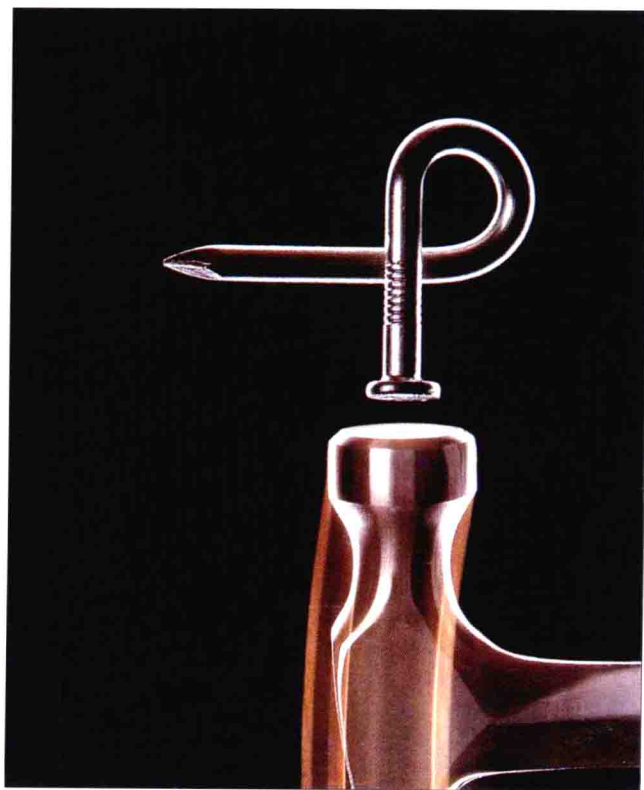


图1-9 美国 AI FRANCEKEVICH

1.2 国内优秀广告摄影作品

国内商业摄影的发展规模不及西方发达国家，但我们国家正以快速的势头在追赶，特别是在大城市，商业摄影的门类也越来越细化。如张善夫的汽车类拍摄（图1-10）、潘杰的时装拍摄（图1-11）、杨旭的广告拍摄（图1-12），还有很多优秀的或正在努力成长的摄影师们，用他们的智慧拍摄着各种题材（图1-13～图1-26）。

当摄影这门艺术一步入广告领域时，就具有商业和文化两重属性。它特殊的创作手段，使其能准确、真实地再现商品和被摄物的外部结构、质感、色彩，并可轻易地进行宏观、微观和某些特定状态下瞬间或长久状态的再现。这种形象具有强烈的可观性和可信性，这一切迅速将摄影艺术推到了所有印刷媒介广告创作的首席。



图1-10 大众——TOURAN 张善夫摄



图1-11 时装 潘杰摄

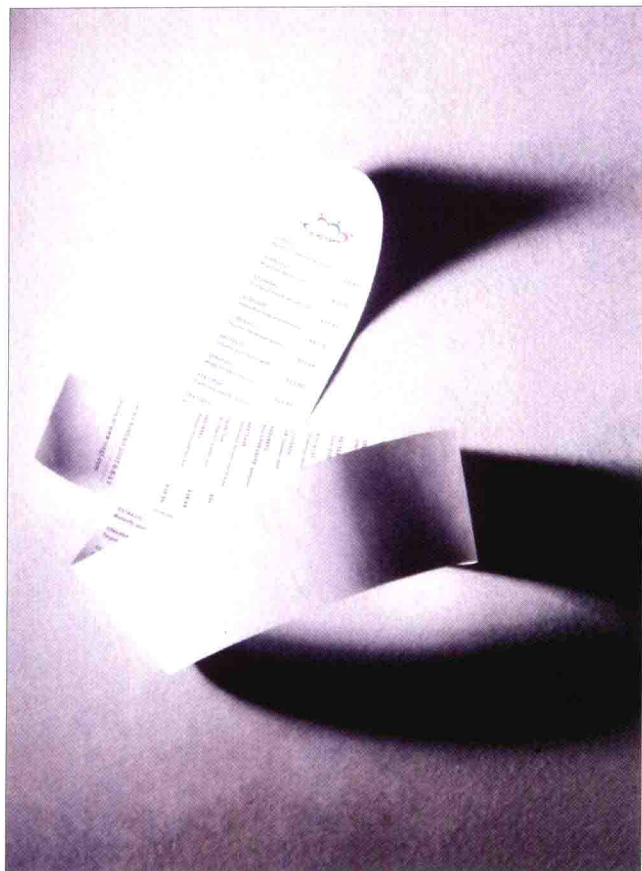


图1-12 购物单 杨旭 摄BRA



图1-13 食品 胡明岳摄



图1-14 龙头 胡明岳摄

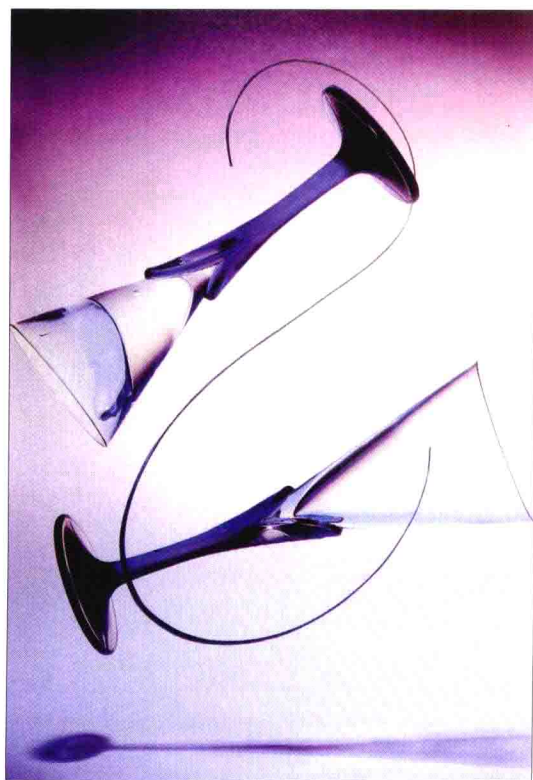


图1-15 和谐 陈伟标摄



图1-16 建筑 胡晓东摄



图1-18 运动手表 吴祥军摄



图1-17 灶具 司徒乐伟摄



图1-19 眷属 洗怀明摄



图1-20 钢琴 林永光摄



图1-21 时装 林永光摄

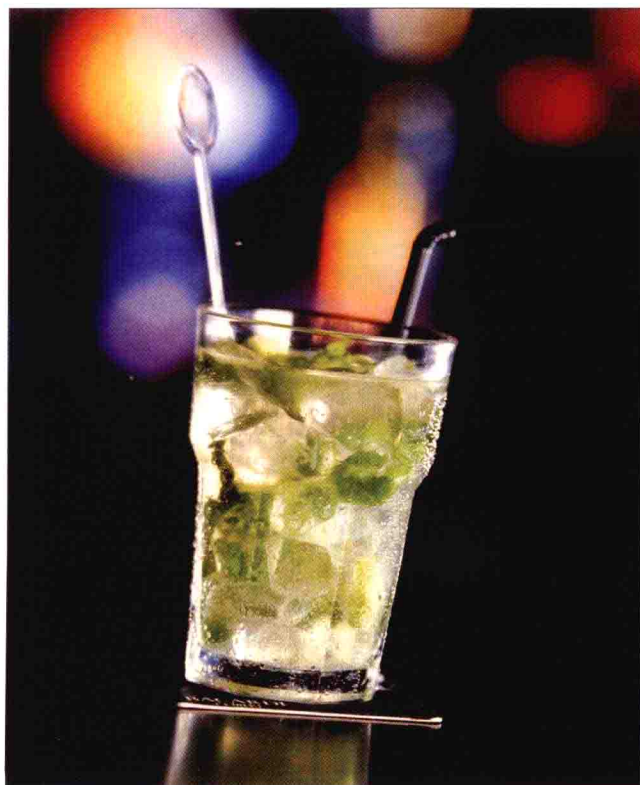


图1-22 冷饮 张兴刚摄



图1-23 喜力 张子量摄