

商业摄影 创意与技法

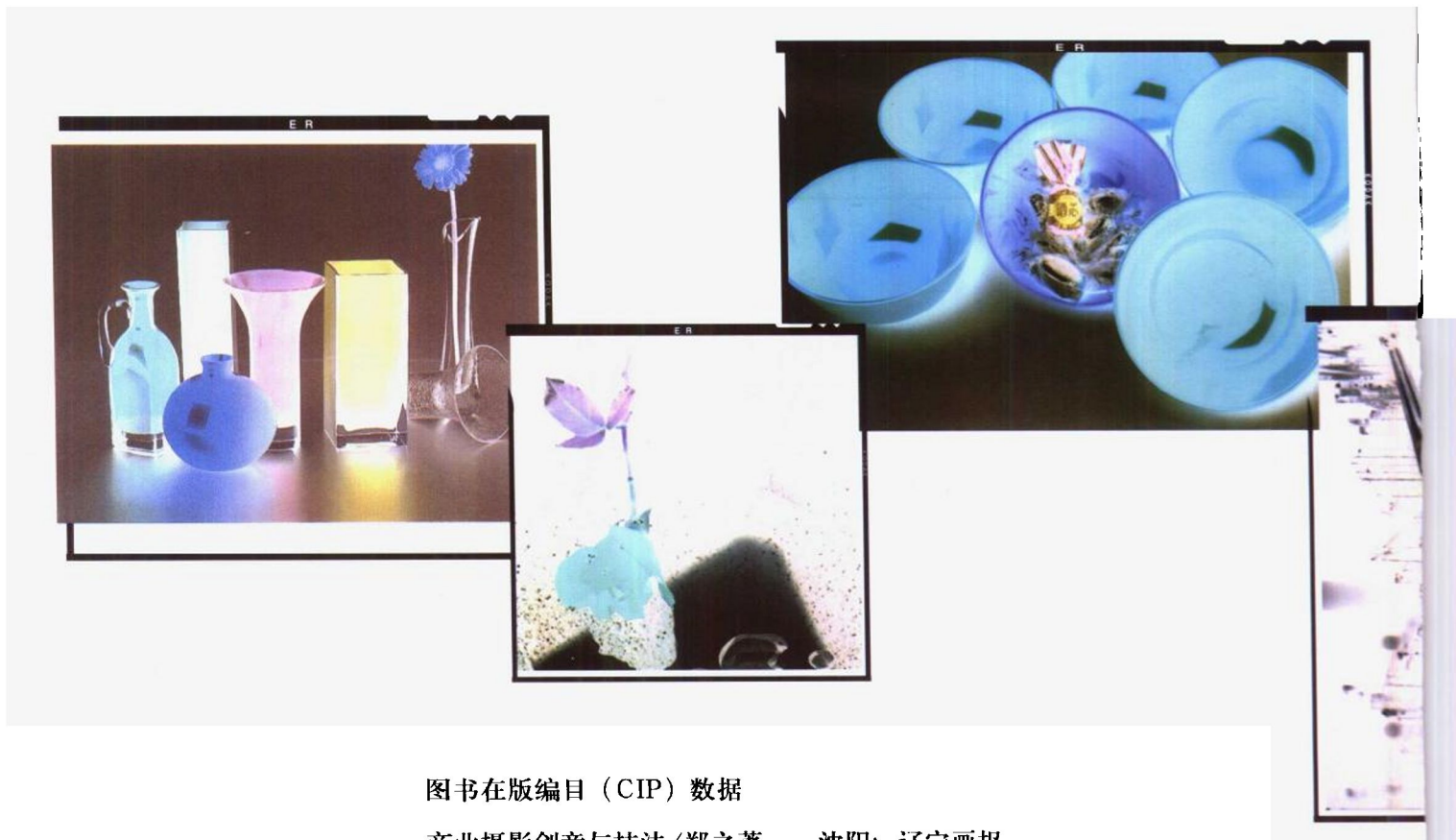
郑之 著



辽宁画报出版社

商业摄影 创意与技法

中国美术学院美术考级教材



图书在版编目 (CIP) 数据

商业摄影创意与技法/郑之著 — 沈阳: 辽宁画报出版社, 2000.6
ISBN 7-80601-321-0

I. 商... II. 郑... III. 广告-摄影技术
IV. J412.9

中国版本图书馆CIP数据核字 (2000) 第34950号

辽宁画报出版社出版发行

沈阳市和平区十一纬路25号 邮政编码 110003

设计: 辽宁光维摄影设计印务中心 全国新华书店经销

制版: 百利美电子分色(深圳)有限公司

印刷: 香港爱达彩色印刷有限公司印刷

开本: 889 × 1194毫米 1/16 字数: 20千字 印张: 5.5

印数: 1-5000册

2000年7月第1版

2000年7月第1次印刷

责任编辑: 刘 时 郑 琳

责任校对: 大 聪

封面设计: 郑 之

版式设计: 王慧泉

定价: 精装68.00元

平装36.00元

作者简介



郑 之

1945年6月3日生，现任辽宁光维摄影设计印务中心总经理。

1980年创办沈阳市广告公司广告摄影部。

1986年调入辽宁画报社从事广告摄影。

1991年中国新闻发展公司深圳公司工作。

1993年回沈阳创办了辽宁光维摄影设计印务中心和沈阳市鲲鹏广告有限公司。

从事商业摄影20年来，在国内外影展，尤其是广告大展，荣获26次大奖和90多次各级奖项，并于1984年获得辽宁省政府年奖。

现为中国摄影家协会会员，沈阳市艺术新闻摄影协会副主席，沈阳航空工业学院客座教授。

88年编写出版了《国外广告精萃》画册。



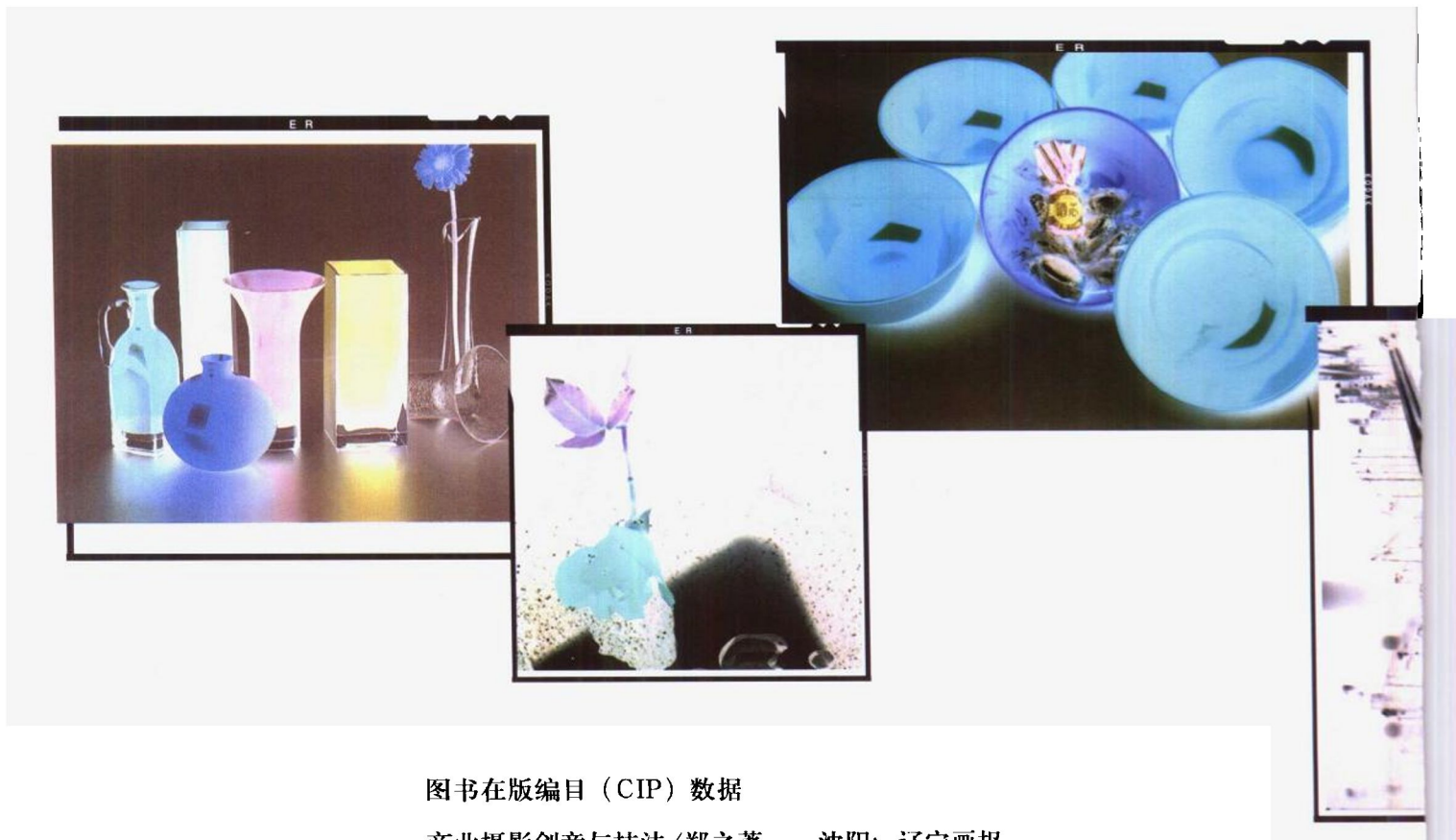


商业摄影创意与技法

SHANGYIE SHEYING CHUANGYI YU JIFA







图书在版编目 (CIP) 数据

商业摄影创意与技法/郑之著 - 沈阳: 辽宁画报出版社, 2000.6
ISBN 7-80601-321-0

I. 商... II. 郑... III. 广告-摄影技术
IV. J412.9

中国版本图书馆CIP数据核字 (2000) 第34950号

辽宁画报出版社出版发行

沈阳市和平区十一纬路25号 邮政编码 110003

设计: 辽宁光维摄影设计印务中心 全国新华书店经销

制版: 百利美电子分色(深圳)有限公司

印刷: 香港爱达彩色印刷有限公司印刷

开本: 889 × 1194毫米 1/16 字数: 20千字 印张: 5.5

印数: 1-5000册

2000年7月第1版

2000年7月第1次印刷

责任编辑: 刘 时 郑 琳

责任校对: 大 聪

封面设计: 郑 之

版式设计: 王慧泉

定价: 精装68.00元

平装36.00元



序言

浩瀚苍穹，瞬息万变。

在浩瀚的商海中，每一件商品都是一滴海水，它无时无刻不在透视着社会的进步与繁荣。每当商潮涌起，大浪淘沙的时候，一批又一批商品被冲击，卷走……与之同时又会有一批又一批的新产品、新技术问世。有道之，商海无情，顺势而生。

商业广告，商业摄影，在每每商战中常扮演了“造势者”的重要角色，任何一件新产品、新技术问世之后第一件事往往要借助广告的作用包装一番，大势宣传自己，以求消费者的认知和青睐。

商业摄影，由于它能直观、准确地展示商品的优点，通过照片、图象、文字和色彩的巧妙组合，给人留下深刻的印象和好感，产生强烈的购买欲望。它在报纸、杂志、画册、包装、招贴画、灯箱、户外广告及展览会等不同媒体和商业场所的广泛运用，奠定了它在商业广告中的主导地位。因此，它最受商家和广告策划人的喜爱。

综上所述，为了给想从事商业摄影的人、摄影爱好者及摄影发烧友一份小小的教材；为了给从事商业广告摄影师和专业摄影人一些摄影技法的补充，本人积多年创意体会及感悟，特写这本《商业摄影创意与技法》呈献给大家，以飨读者，望专家、读者指正。



商业摄影器材

拍摄酒楼、商场、时装、广告摄影的照相机底片规格可以是35mm、6×6cm以及6×7cm、6×9cm，但想拍出极高质量的影像，就要使用大型照相机拍摄4×5英寸或8×10英寸的底片。

35mm单镜头反光相机

35mm单镜头反光相机灵活性高，并能选用不同焦距的镜头。取景系统让摄影者可以透过底片曝光的实际镜头、捕捉景物，进行构图。35mm底片拍摄的底片画质一般来说已是不错的能适应多项用途，可刊印在画册、杂志上，也可放大到A4照片，一点没问题。35mm小型相机体积小、重量轻，特别适合外景拍摄，尤其是拍摄时装，36张底片可一气呵成拍摄一、二个模特不用换胶片。



120中画幅相机

中型6×6cm、6×7cm相机可使拍摄影像质量进一步提高，大部分中型相机有多个后背，装不同种正片、负片、黑白片，可以随心所欲的拍摄。此外，中型相机以及大型相机可以用一次成像即影底片一次成相，来做验证拍摄检查、补充、构图、色彩、黑白以及曝光的准确度。



大型相机

一般来说，底片在4×5英寸以上的照相机为大型照相机。主要由于底片面积大，并配有高画质镜头，拍摄的底片画质很高，一般为广告摄影、大型画册、巨幅招贴所用，并可移动

镜头，对透视及景深可实行全方位控制。移动的最灵活是单轨相机，这是为拍摄高画质的静物、人像、广告而设计的影室用照相机。大型照相机也有另一个系列就是为拍摄外景用的折叠式大型相机，虽然没有单轨式那样具有多功能，但在野外使用更坚固耐用。



镜头



照相机的镜头质量决定影像的画质。照相机上使用的镜头焦距决定照片的外观效果。标准镜头依照相机的规格，在焦距上有所不同。比如说，50mm镜头对于35mm单镜头反光相机来说是标准镜头，焦距短的镜头常被叫做广角镜头，而焦距较长的镜头叫做远摄镜头，可变换焦距的为变焦镜头。35mm相机的快门大部分是机身内部的焦平面快门，而大部分中型照相机的快门是镜头之间的叶片式快门，这允许闪光灯最高可以1/500秒的速度同步闪光。大型相机只能使用固定焦距的镜间快门镜头，而镜头是靠镜头座板安装到照相机上的。这些镜头大部分是进口的如德国的施奈德镜头、罗德施特镜头、日本的尼康镜头等。

照明设备

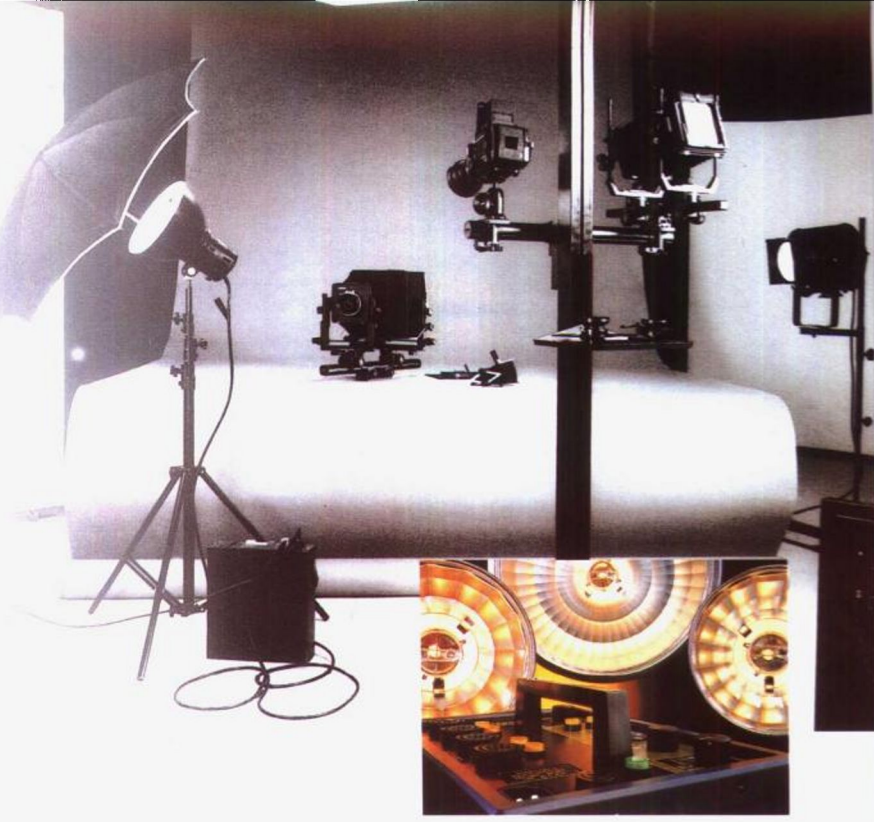
商业摄影的拍摄工作，大部分在摄影室内完成的。摄影师的最基本的手段和技术就是用光来塑造和表现被拍摄物的，体积、肌理及营造气氛等等。

在影室内摄影，主要是使用人造光源如：钨丝灯光源及电子闪光灯光源。但近年来更得到发展的是电子闪光灯，进口的、国产的都有。电子闪光灯是最常用及实用的灯具，因其光源强度大，可凝住动作，而这一点对拍摄模特、小动物的摄影师至关重要。有造型光的电子闪光灯，布起来会得心应手，但是摄影师必须备有闪光灯测光表来测量闪光强度。钨丝灯亮度小，价格便宜，摄影师可以通过镜间测光使用各种速度及光圈。

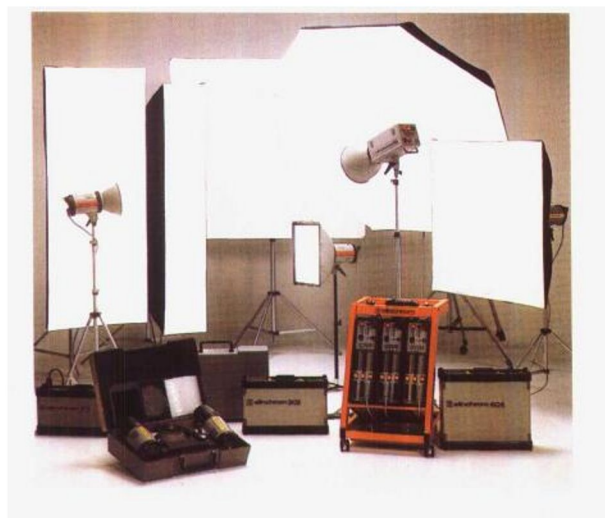
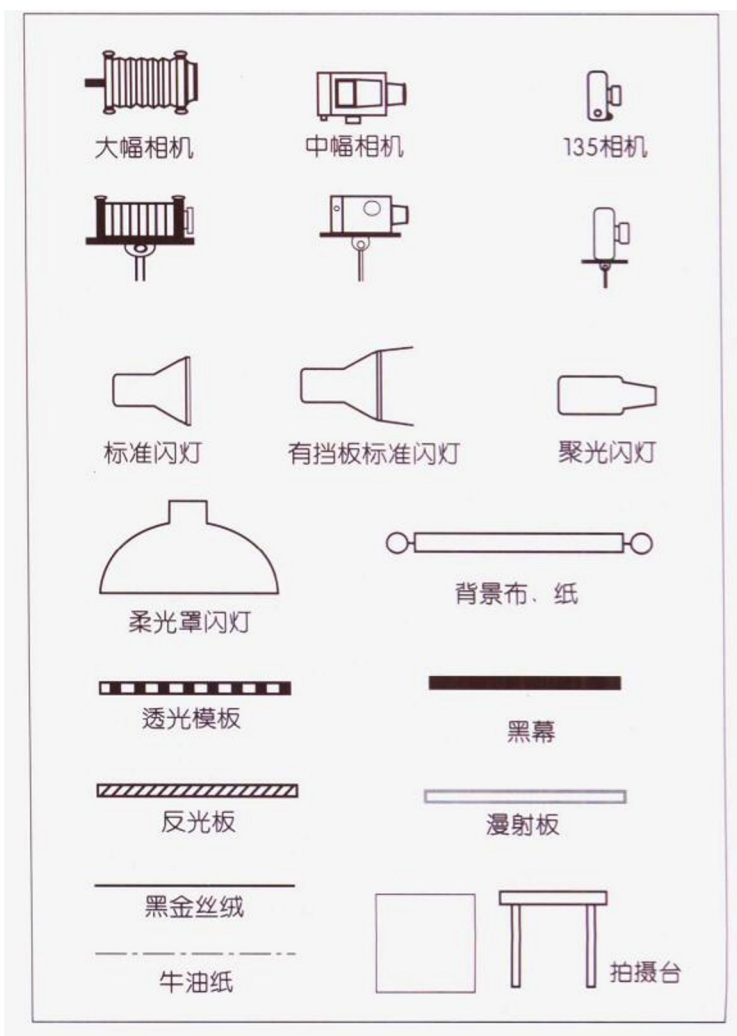
我们常使用的彩色底片有两种：一是日光型一用于日光或电子闪光灯拍摄；二是灯光型一用于钨丝灯照明拍摄。

在摄影师技巧不断提高的要求下，摄影器材厂商不断出新，生产出聚光灯、射灯、柔光灯、笔式灯……蜂巢、聚光罩、柔光罩，加之摄影师设计的反光板、漫射板、玻璃镜、白色胶板、硬纸白卡、硬纸黑卡……万物俱全，也使得摄影室变成了一个五花八门的“武器库”。

各种小用品更是一应俱全，什么甘油、酒精、氯化钠、手锯、电钻、万能胶，什么铁板、铝板、理石板、玻璃板……只要是“上帝”创造出来的都已经被摄影师选用了！



拍摄示意图图标



目 录

- 14 爱屋及乌，注入真情；色彩缤纷，把握有序
- 16 强调质地，关注气氛；装点色彩，控制有度
- 18 提升创意，满足商贾；繁简得体，促进技艺
- 20 观察生活，深入表里；源于社会，超凡脱俗
- 22 美妙初春，百花齐放；瓷器盛会，买卖双赢
- 24 绘画用光，强调边线；多次曝光，模拟真实
- 26 热爱生活，注意观察；苦于创意，生活盎然
- 28 选用相机，内容所至；烘托环境，强化主题
- 30 保暖毛线，小鸡孵出；源于生活，想象驰骋
- 32 摄在室内，模仿外景；勇于联想，创造美景
- 34 挚爱生活，关心社会；善于联想，提高品味



瓶花



五色瓶



厚板玻璃



玻璃刀



瓷器展销招贴画



不锈钢半圆水壶



雨鞋



烛光节广告



毛线



遮阳伞



蜡烛

目 录

C O N T E N T S

- 36 灯光不足，多次闪光；增加照度，确保质量
- 38 克服劳苦，不图利禄；小策大悟，一挥而就
- 40 把握视觉，感悟人生；尊重美学，创造意境
- 42 细致观察，追求形式；惜墨如金，国画意境
- 44 巧开思路，营造环境；烘托主体，提升价值
- 46 动作准确，条理分明；以桃换李，确保功成
- 48 色彩强烈，形体饱满；丰盛首要，节日气氛
- 50 技术过硬，快速敏捷；不为真实，想象惊人
- 52 黑色背景，联想夜空；突出商品，乐于客户
- 54 美味佳肴，真材实料；细致入微，用光塑造
- 56 这面百姓，那方商人；拍摄广告，架起金桥
- 58 端午食品，优质原料；确保正宗，摄影必真



面包 (灯箱广告)



面包



红姑娘



草莓



富利来蛋糕世界



冰点



草莓冰淇淋



燃烧的冰棒



千禧蛋糕



鲍翅宴



砂锅饭煲



糯米粽子

目 录

60 妙用镜子、倒影迷离：物品丰盛、画面生动

62 因地制宜、弃繁就简：暖调灯光，金壁辉煌

64 神机妙算，捕捉动态：冰清玉洁，促销成功

66 抓住要点，移入梦乡：水变成冰，惬意无限

68 合理用光，轮廓分明：商家要求，任务之本

70 透射用光，营造宝箱：阿里巴巴，里面珍藏

72 巧开思路，营造环境：烘托主体，提升价值

74 粗糙旧物，衬托手表：精工制造，物有所值

76 百川瀑布，营造环境：构思创新，遗弃常规

78 强调功能，表现结构：提升价值，满意商贾

80 构思简单，手法利落：表现质感，主题突出

82 查看地点，因地制宜：简化背景，突出家具



干肉



餐桌



宏宝莱饮料



雪花啤酒



化妆品



项链



手表



精工表



潜水表



夜明手表



领带卡



家具