



“十二五”职业教育国家规划教材
经全国职业教育教材审定委员会审定

商品拍摄与图片处理

赵志军 梁海波 主编



高等教育出版社



“十二五”职业教育国家规划教材
经全国职业教育教材审定委员会审定

商品拍摄与图片处理

Shangpin Paishe yu Tupian Chuli

赵志军 梁海波 主 编

高等教育出版社·北京

内容简介

本书是“十二五”职业教育国家规划教材，依据教育部《中等职业学校电子商务专业教学标准》，参照电子商务行业标准，并结合商品拍摄与图片处理相关工作岗位要求编写。

本书切实贯彻中等职业教育课程改革精神，在理实一体化理念的指导原则下，以项目驱动、任务引领的模式组织教材内容，突出实操内容，真正实现“做中教、做中学”。本书深入讲解了拍摄商品照片的专业技法，从场景布置、光线选择到构图设计、拍摄手法，再到照片的后期修饰处理，指导学生轻松拍出专业感十足的商品照片。另外，结合网店的定位及经营理念介绍网店装修的技巧，以最小的投入实现店铺的美化和完善。

本书可以作为中等职业学校电子商务专业教材，也可供想在淘宝网上开店、进行网上创业的读者参考。

图书在版编目（CIP）数据

商品拍摄与图片处理 / 赵志军，梁海波主编. —北京：高等教育出版社，2015.8
ISBN 978-7-04-043077-6

I. ①商… II. ①赵…②梁… III. ①商业摄影—摄影技术—中等专业学校—教材②图像处理软件—中等专业学校—教材 IV. ①J412.9②TP391.41

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第141201号

策划编辑 杨成俊
责任校对 殷 然

责任编辑 杨成俊
责任印制 张泽业

封面设计 钟 雨

版式设计 于 婕

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100120
印 刷 三河市潮河印业有限公司
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 13.75
字 数 270千字
购书热线 010-58581118

咨询电话 400-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
版 次 2015年8月第1版
印 次 2015年8月第1次印刷
定 价 23.80元

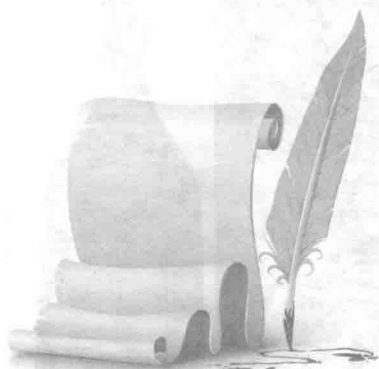
本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题，请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物 料 号 43077-00



· 目 录 ·

■ 项目 1 体验网店商品美图——人人都爱美	1
任务 1.1 认识网店商品图片的“真”面目	3
任务 1.2 避免常见的图片拍摄问题——火眼金睛辨良莠	15
■ 项目 2 挑选拍摄器材——找到你的“金箍棒”	29
任务 2.1 选择数码相机	30
任务 2.2 选择辅助器材——一个也不能少	38
任务 2.3 了解你的相机——用好独门武器“金箍棒”	48
■ 项目 3 拍出你的美图——学会七十二般变化	55
任务 3.1 选好光源——光与影的结合	56
任务 3.2 选好道具和背景——红花还需绿叶衬	66
任务 3.3 掌握分类拍摄技巧——对症施法	73
■ 项目 4 用 Photoshop 处理商品图片——取得真经，修成“正果”	107
任务 4.1 突出宝贝主体	109
任务 4.2 让宝贝更亮丽清晰	124
任务 4.3 为宝贝制作主图模板	141

任务 4.4 综合实训	156
■ 项目 5 网店装修——巧饰“庙宇”添“香火”	177
任务 5.1 为宝贝制作商品描述页	178
任务 5.2 店招制作	197
■ 参考文献	211



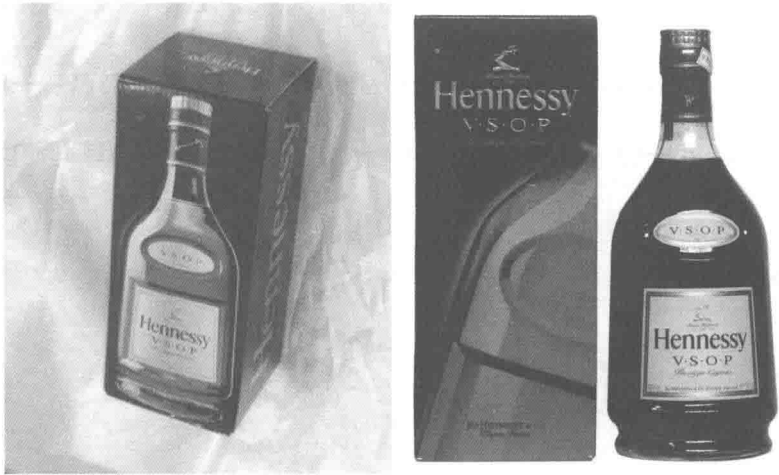
■ 项目 1 体验网店商品美图 ——人人都爱美

学习目标

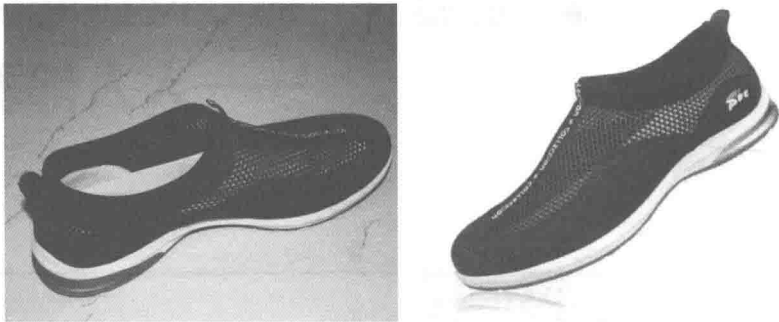
通过学习本项目，你应该能够：

- (1) 了解各主要电子商务网站对网店商品图片的要求。
- (2) 掌握商品图片拍摄的画面构图方法和拍摄角度的运用。
- (3) 熟练掌握突出商品主体的拍摄方法。

当人们在浏览网上商品时，吸引他们目光、激发其购买欲望的一定是那些看起来很美、有价值的商品，毕竟爱美是人的天性。有些网店的经营者常常会苦恼“自己店里的商品明明物美价廉，可偏偏点击率不高，吸引不了购买者”，其中一个很重要的原因就在于他所拍摄的商品照片不能完全展示商品的价值和美。不信，我们看看下面的几组图片。



轩尼诗洋酒



美国骆驼牌休闲鞋



三星数码相机

以上三组照片，同样的商品，但给人的感觉却完全不同，好的图片能完全表现出商品的价值和美感，并吸引人们的眼球，激发其购买欲望。那么什么样的照片才是好的照片？

任务 1.1 认识网店商品图片的“真”面目



问题引入

相信你一定浏览过不少的网页，也在很多网店选看过商品，但你了解这些网店商品图片的“真”面目吗？学习了电子商务专业，你也许想开一家网店，选好了主要经营的商品，准备将拍摄商品的照片上传到电子商务网站的店铺里。但网店的商品图片和平常的生活照片有何区别？一个合格的网店商品图片应该具备哪些条件？



你知道吗？

淘宝等电子商务网店对商品图片的尺寸是有要求的；在拍摄前了解像素和分辨率有助于我们后期处理中减少不必要的操作。商品画面构图和拍摄角度会影响顾客对商品的认可度，如何突出拍摄的商品主体是有技巧的。

活动 1.1.1 了解网店商品图片的尺寸要求



【做中学】

- (1) 登录淘宝网首页（网址：<http://www.taobao.com>），如图 1-1 所示。
- (2) 淘宝网首页右上角“使用帮助”，打开帮助首页，如图 1-2 所示。
- (3) 按照“常见问题>我是卖家>商品发布与开店>发布 & 管理宝贝>发布宝贝>宝贝图片有什么要求？”找到淘宝网对发布图片的一条要求，如图 1-3 所示。
- (4) 尝试用上述途径找到淘宝网对发布图片的形状、大小、分辨率和格式的所有要求。



图 1-1 淘宝网首页



图 1-2 淘宝网服务中心首页

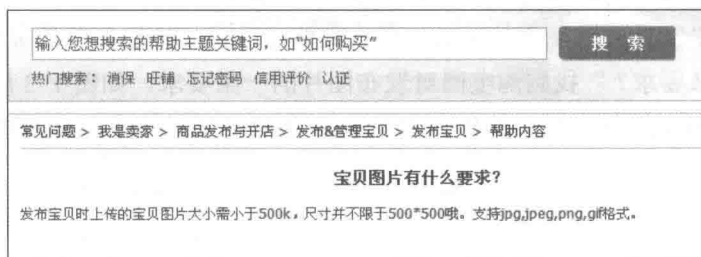


图 1-3 淘宝网对宝贝图片的要求



【练一练】

请将一些知名电子商务网站（淘宝网、京东商城等）对上传商品图片的要求写在下面：



【知识准备】

一、图片形状

图片形状即图片的具体几何形状，一般是指正方形或是长方形。

二、图片大小

图片大小一般是指图片文件的存储容量。单位一般是 KB，即千字节；更大的容量单位是 MB，即兆字节；更小的容量单位是 B，即字节。一般的要求是图片大小不超过三位数。

三、分辨率

分辨率是用于度量位图图像内数据量多少的一个参数。通常表示成每英寸像素和每英寸点。包含的数据越多，图形文件的长度就越大，也能表现更丰富的细节。但更大的文件也需要耗用更多的计算机资源、更多的内存、更大的硬盘空间等。另一方面，假如图像包含的数据不够充分（图形分辨率较低），就会显得相当粗糙，特别是把图像放大为一个较大尺寸观看的时候。所以在图片创建期间，我们必须根据图像最终的用途决定正确的分辨率。这里的技巧是要首先保证图像包含足够多的数据，能满足最终输出的需要。同时也要适量，尽量少占用一些计算机资源。

通常，“分辨率”被表示成每一个方向上的像素（px）数量，比如 640 px×480 px 等。

四、图片格式

图片格式是计算机存储图片的格式，常见的存储格式有 BMP、JPEG、GIF、PSD 等。

BMP 是一种与硬件设备无关的图像文件格式，使用非常广。它采用位映射存储格式，除了图像深度可选以外，不采用其他任何压缩，因此，BMP 文件所占用的空间很大。

JPEG 是 joint Photographic Experts Group（联合图像专家组）的缩写，文件后缀名为“.jpg”或“.jpeg”，是最常用的图像文件格式，由一个软件开发联合会组织制定，是一种有损压缩格式，能够将图像压缩在很小的储存空间，图像中重复或不重要的资

料会被丢失，因此容易造成图像数据的损伤。尤其是使用过高的压缩比例，将使最终解压缩后恢复的图像质量明显降低，如果追求高品质图像，不宜采用过高压缩比例。但是 JPEG 压缩技术十分先进，它用有损压缩方式去除冗余的图像数据，在获得极高的压缩率的同时能展现十分丰富生动的图像。换句话说，就是可以用最少的磁盘空间得到较好的图像品质。而且 JPEG 是一种很灵活的格式，具有调节图像质量的功能，允许用不同的压缩比例对文件进行压缩，支持多种压缩级别，压缩比率通常在 10:1 到 40:1 之间，压缩比越大，品质就越低；相反地，压缩比越小，品质就越好。比如可以把 1.37MB 的 BMP 位图文件压缩至 20.3KB。当然也可以在图像质量和文件尺寸之间找到平衡点。JPEG 格式压缩的主要是高频信息，对色彩的信息保留较好，适合应用于互联网，可减少图像的传输时间，可以支持 24bit 真彩色，也普遍应用于需要连续色调的图像。

GIF 文件的数据，是一种基于 LZW 算法的连续色调的无损压缩格式。其压缩率一般在 50% 左右，它不属于任何应用程序。目前几乎所有相关软件都支持它，公共领域有大量的软件在使用 GIF 图像文件。



想一想

最新研究表明，大多数用户期望的网站加载时间是 3 秒，如果超过这一时间网页还没打开，那么会有 57% 的用户选择直接关闭窗口不再访问。因此如果经营的是一家电子商务网站，那么这意味着会跑掉很多笔订单。

一般商品图片在上传到网站上之前最好确定它所占的空间，但多大合适呢？

活动 1.1.2 了解商品画面构图和拍摄角度



【做中学】

上网搜索、查阅参考书籍，了解摄影的几种常见构图方法和拍摄角度。小组讨论，填写表 1-1。

表 1-1 商品摄影常见构图方法和拍摄角度

商品摄影常见构图方法	商品摄影有几种拍摄角度

【知识准备】

一、商品摄影中常见的构图形式

商品摄影中常见的构图形式有以下几种。

（一）平衡式（对称式）构图

给人以满足的感觉，画面结构完美无缺，安排巧妙，对应而平衡，如图 1-4 所示，商品放中间，左右平衡。正方形的画面，商品放在正中间，是最常用的构图方法。具有平衡、稳定、相呼应特点。缺点是呆板、缺少变化。

（二）对角线构图

把主体安排在对角线上，能有效利用画面对角线的长度，同时也能使陪体与主体发生直接关系。富于动感，显得活泼，容易产生线条的汇聚趋势，吸引人的视线，达到突出主体的效果。如图 1-5 所示。

（三）九宫格（黄金分割）构图

将被摄主体或重要景物放在“九宫格”交叉点的位置上。“井”字的四个交叉点就是主体的最佳位置。一般认为，右上方的交叉点最为理想，其次为右下方的交叉点。但也不是一成不变的。这种构图格式较为符合人们的视觉习惯，使主体自然成为视觉中心，具有突出主体，并使画面趋向均衡的特点。如图 1-6 所示。



图 1-4 平衡式（对称式）构图

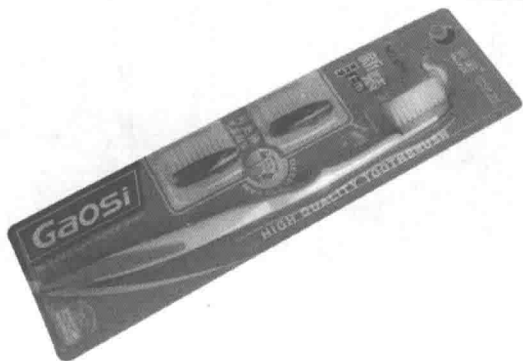


图 1-5 对角线构图



图 1-6 九宫格（黄金分割）构图

（四）垂直式构图

垂直式构图如图 1-7 所示。



图 1-7 垂直式构图

(五) 曲线式构图

曲线式构图如图 1-8 所示。

(六) 斜线式构图

斜线式构图如图 1-9 所示。

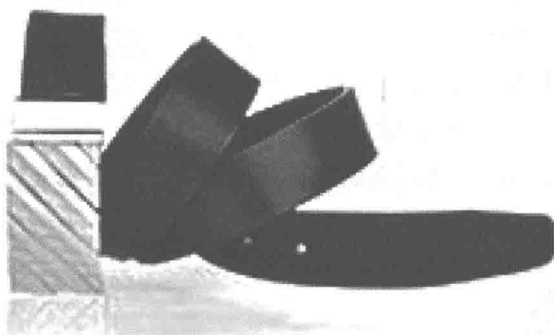


图 1-8 曲线式构图

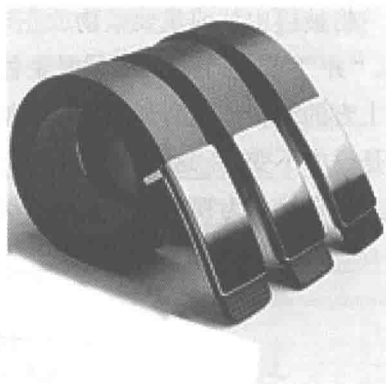


图 1-9 斜线式构图

(七) 放射式构图

放射式构图如图 1-10 所示。

(八) 三角形构图

三角形构图具有稳定性和向心性，紧凑感比较强。如图 1-11 所示。

(九) 十字形构图

画面上的商品、影调或色彩的变化呈正交十字形，能剩余较多的空间，因而能容纳较多的背景和衬体，使视线自然向十字交叉的部位集中。多用于有稳定排列组合的物体。如图 1-12 所示。

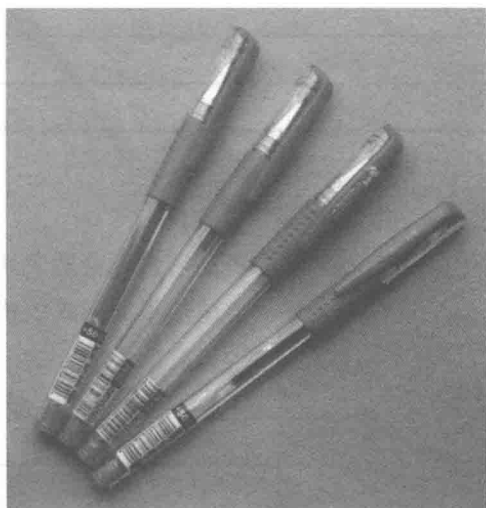


图 1-10 放射式构图



图 1-11 三角形构图

(十) L 形构图

L 形如同半个围框，可以是正 L 形，也可以是倒 L 形，均能把人的注意力集中到围框上，使主体突出，主题鲜明。可用于有一定规律线条的画面，或展示有多样组件的商品。如图 1-13 所示。

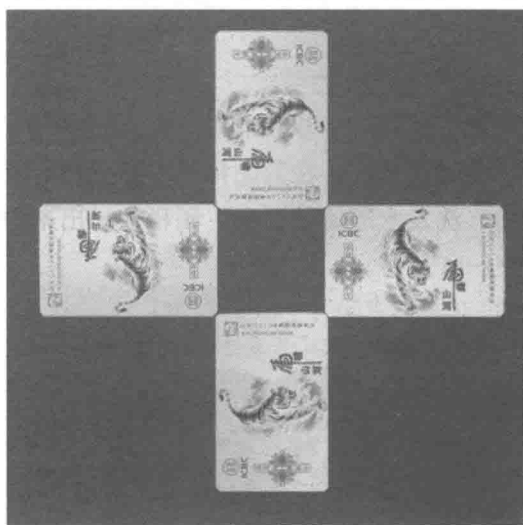


图 1-12 十字形构图

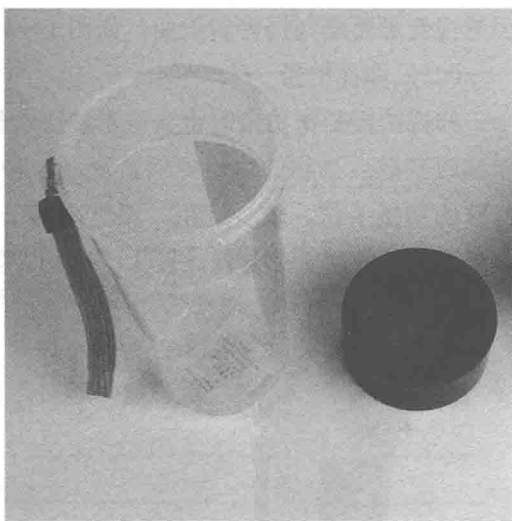


图 1-13 L 形构图



【练一练】

请到一些知名电子商务网站下载 2 张商品图片，分析这 2 张图片的构图形式，写在下面：



【练一练】

我们了解商品摄影的基本构图方式，可以帮助我们对不同的商品，选择合适表现商品特性的构图方式来拍摄。请每组同学带同类型的 3 件商品，尝试用不同形式的构图形式拍摄一组照片，分析用了几种构图形式，哪种最适合？

二、商品摄影的拍摄角度

不同的拍摄角度拍可以展示商品的不同特性。拍摄角度一般有三种情况，即平拍、仰拍和俯拍，角度不同效果不同。

（一）平视拍摄

平视拍摄效果接近于人们观察事物的习惯，其透视感比较正常，不会使被摄对象因透视变形而遭到损害和歪曲。如图 1-14 所示。

（二）仰视拍摄

仰视拍摄是指拍摄时镜头低于被摄物体，这种拍摄手法可以使前景高大，主体突出，能够改变前后景物的自然比例，形成一种异常的透视效果，在商品拍摄中是一种比较特殊的拍摄手法，较少运用。不过，对于奶粉、洗发水等罐装商品，稍稍仰拍出来的效果图给人的感觉是分量比较大一点的。如图 1-15 所示。



图 1-14 平视拍摄

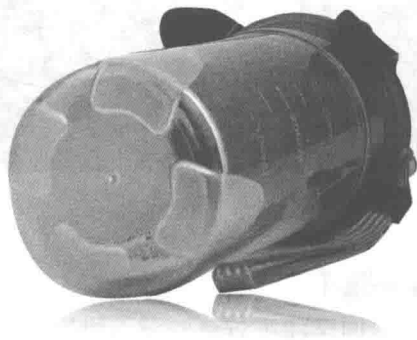


图 1-15 仰视拍摄

（三）俯视拍摄

俯视拍摄适合表现平面商品、组合商品的全家福或对立体感要求不高的商品。如图 1-16 所示。



图 1-16 俯视拍摄



【练一练】

请每组同学将带来的同类型的 3 件商品，尝试用不同角度拍摄一组照片，小组讨论有什么差别。



想一想

对构图方法而言“法无定法”，当然是正确的，但这是构图的最高境界。破只在立的基础上，才会是正确的。一般而言，掌握构图原理，起码是有帮助的。很难想象，一个连构图的基本原理也不知道的人，会拍摄出惊世骇俗的杰作来。

分析一张商品图片，它是不是只采用了一种构图形式，为什么？

活动 1.1.3 如何突出拍摄主体



【做中学】

上网搜索、查阅参考书籍，了解在摄影实践中如何突出摄影的主体。结合前期拍

摄的商品图片，小组讨论突出主体的方法，填写表 1-2。

表 1-2 突出摄影主体的方法

【知识准备】

(1) 通过反差对比突出主体，使主体与背景在影调或色调上有适当的差异，或形成鲜明的对比。如图 1-17 所示。

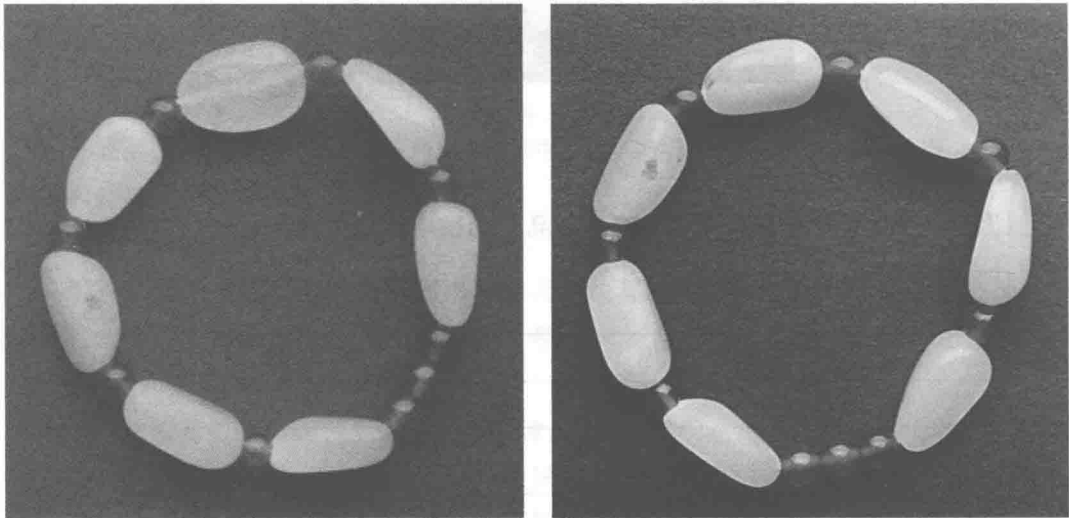


图 1-17 通过反差对比突出主体

(2) 通过镜头焦距来突出主体，对主体进行精确聚焦，使次要部分或背景失去清晰度。如图 1-18 所示。

(3) 通过构图来突出主体，把主体设置在画面中心或靠近中心的部位，有时可以放在我们平常说的黄金比，即 0.618 的比例，大约处在 1/3 的位置上，这一美的规律是指处于 A、B、C、D 任意这个点上，整体就协调，给人以愉快的平衡感和无拘束的宽松感，不像在正中央那么僵硬死板。其实对于美来说，中西方是相通的，西方叫“黄金分割”，而国画中称“九宫格”，其实基本位置相差无几。如图 1-19、图 1-20 所示。



图 1-18 通过镜头焦距来突出主体