

商业摄影

COMMERCIAL PHOTOGRAPHY

董河东 主编



中国电力出版社
CHINA ELECTRIC POWER PRESS

商业摄影

主 编 董河东
副主编 董 雪 朱净孺
参 编 杨文彬 徐利丽 王 越 方明瑛 李国军
蒋 帅 苗 圃 刘旭升 陶 灿



中国电力出版社
CHINA ELECTRIC POWER PRESS

内容提要

本书编者从摄影教学出发,以自身深厚的理论和实践作为积淀,在查阅和汇总国内外文献资料的基础上,经过反复斟酌精心编写。书中详细地介绍了与商业摄影相关的知识技巧,具有较强的实用性。通过对该书的学习,读者可以对商业摄影有较为系统的了解,对商业摄影的工作和应用有深入的认知。

本书共分为十章,第一章对商业摄影内容与特性作了概述。第二章为商业摄影师提出了一些建议。第三章和第四章分别介绍了商业摄影器材的选取和基本拍摄技法等内容。第五章归纳了商业摄影的构图原则。第六至第八章将商业摄影细分为商业广告摄影、商业人像摄影和商业静物摄影三大板块,并根据其不同的性质和特点做了更为详尽的拍摄指导。第九章结合摄影后期处理描述了商业摄影的创意和处理技巧,具有较强的实用性。第十章针对图片市场与图片销售为读者提供了更多意见和建议。

全书内容丰富,理论联系实际,深入浅出,可作为高等院校摄影专业教材,也可作为商业摄影爱好者学习摄影的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

商业摄影 / 董河东主编. —北京: 中国电力出版社,

2016.9

ISBN 978-7-5123-9596-1

I. ①商… II. ①董… III. ①商业摄影 - 摄影技术 - 高等学校 - 教材 IV. ①J412.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第174894号

中国电力出版社出版、发行

(北京市东城区北京站西街19号 100005 <http://www.cepp.sgcc.com.cn>)

北京瑞禾彩色印刷有限公司印刷

各地新华书店经售

*

2016年9月第一版 2016年9月北京第一次印刷

787毫米×1092毫米 16开本 10.5印张 258千字

印数0001—3000册 定价42.00元

敬告读者

本书封底贴有防伪标签,刮开涂层可查询真伪

本书如有印装质量问题,我社发行部负责退换

版权专有 翻印必究

前 言

商业摄影，顾名思义是指作为商业用途而开展的摄影活动。从广义上讲，它包括一切用于出售商品、撰写事件或介绍书籍的图像，而狭义上的商业摄影通常被人们意会为广告摄影，这不仅因为广告摄影在其中占有举足轻重的地位，而且在于广告摄影本身所具有的天然而浓厚的商业色彩。

商业摄影在其产生和发展的过程中一直具有较强的实用性，它的应用范围非常广泛，随着商业摄影的不断进步和人们艺术观念的发展，商业摄影在今天已经有了很大的突破和变化。

作为一种记录瞬间的艺术，比起拍摄技法的运用，商业摄影更倾向于通过图像吸引消费者产生对产品的购买欲望。摄影师要想获得具有吸引力的商业摄影作品，需要提高自身的综合素质，从各方面丰富和充实自己。因此，如何借助于商业摄影技法表现商品质感和特性，如何将具有创意的素材融于商业摄影作品之中，是每一位商业摄影师需要深入思考的重要课题和追求目标。

本书的部分图片和资料源自摄影丛书和互联网络，由于未能找到原始出处，请原作者见到本书后与我们联系，以便今后修订改正。在此，向原作者表示诚挚的谢意！一并向参与编写的全体同仁表示诚挚的谢意！

董河东

2016年3月于济南长清湖畔

目 录

前 言

第一章 商业摄影概述

1

第一节 商业摄影的概念	1
一、广义的商业摄影	1
二、狭义的商业摄影	1
第二节 商业摄影的发展	2
一、早期的商业摄影	2
二、当代商业摄影的发展	3
第三节 商业摄影的分类	4

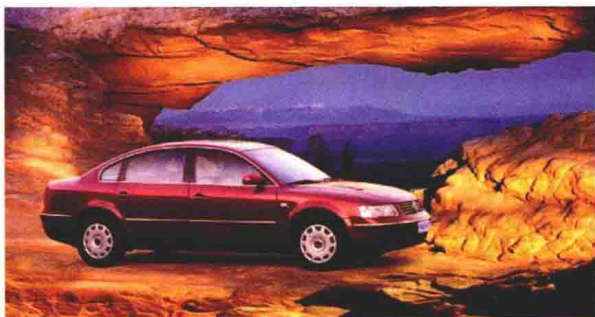
一、商业广告摄影	4
二、商业人像摄影	5
第四节 商业摄影的特征	10
一、视觉传达的社会性	11
二、影像的商品性	11
三、画面审美的艺术性	12

第二章 商业摄影与商业摄影师

14

第一节 商业摄影的功能与作用	14
一、纪实性	14
二、信息性	14
三、通俗性	15
四、审美性	16
第二节 商业摄影师应具备的素质	16
一、丰富的技术经验	16
二、创意设计能力	16
三、商业头脑和谈判能力	17
四、良好的职业道德	18
五、充沛的精力和体力	18

第三节 商业摄影师的工作流程	18
一、前期设计准备阶段	19
二、进行摄影棚布光	19
第四节 商业摄影的创意方法及表现技巧	20
一、主体表现法	20
二、陪衬式表现法	20
三、情节式表现法	22
四、组合排列式表现法	22
五、反常态表现法	24
六、间接表现法	24





第三章 商业摄影的器材选取

26

第一节 商业摄影的相机选择.....	26
一、数码 135 相机	26
二、120 中画幅相机	29
三、机背取景大画幅相机	29
四、数码相机与数码机背	29
第二节 商业摄影的光源及其相关设备的选择...	30

一、连续光源	30
二、闪光光源	33
第三节 商业摄影的各种拍摄附件	35
一、控光工具	35
二、反光工具	37
三、摄影背景与道具	38

第四章 商业摄影的基本拍摄技法

39

第一节 曝光技法.....	39
一、测光与曝光	39
二、曝光补偿	41
三、常见的曝光控制	42

第二节 布光技法.....	43
一、摄影造型光的性质	43
二、布光的基本规律	47
第三节 常见的布光方法	53

第五章 商业摄影的构图原则

57

第一节 摄影构图的概念与规律	57
一、摄影构图的概念与特征	57
二、摄影构图中的构思与取景	59
三、商业摄影创作中常用的几种思维形式	60

第二节 商业摄影构图的形式与特点	68
一、画幅形式的选择	68
二、机位的选择	70
三、构图形式	81

第六章 商业广告摄影

90

第一节	商业广告摄影及其特性	90
第二节	商业广告摄影的画面构思	91
	一、构成广告摄影画面的基本要素	91
	二、主体与陪体	93
第三节	商业广告摄影的拍摄要求与特点	95

第四节	商业广告的创意表达形式	100
	一、平面广告摄影的创意基础和 方法	101
	二、平面广告摄影创意的视觉化 设计	103

第七章 商业人像摄影

108

第一节	商业人像摄影的起源	108
第二节	商业人像摄影的分类	109
	一、证件照	109
	二、儿童摄影	110

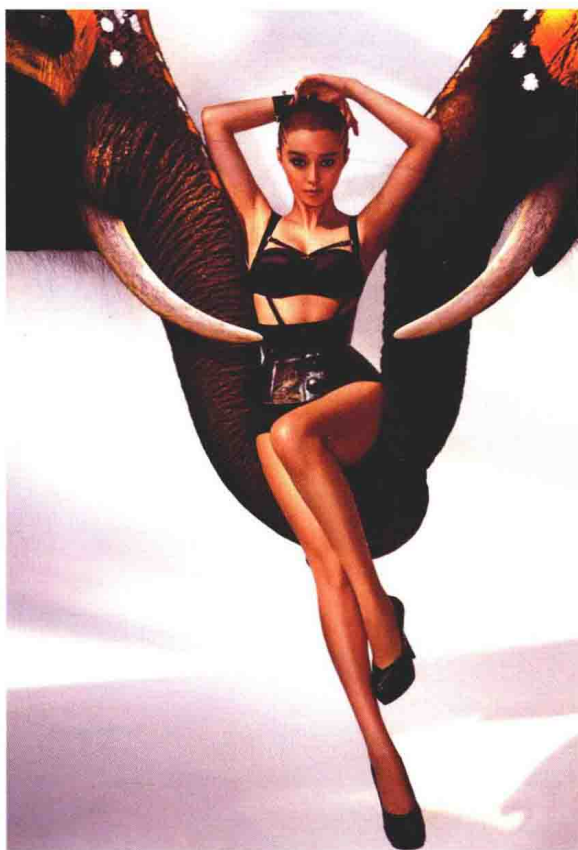
	三、人像艺术摄影	111
	四、婚纱摄影	112
	五、写真魅态摄影	112

第八章 商业静物摄影

113

第一节	静物摄影的布光	113
	一、反光材料拍摄的布光技法	113
	二、无光材料拍摄的布光技法	115
	三、玻璃透光材料拍摄的布光技法	116

	四、多种质感组合产品拍摄的布光 技法	119
	五、食品拍摄的布光技法	120
第二节	静物摄影的背景选择	125





第九章 商业摄影的创意与图像处理

128

第一节 商业摄影的造型要素与创意表现..... 128

一、商业摄影的造型要素..... 128

二、商业摄影的创意表现..... 138

第二节 Photoshop 软件的应用..... 144

一、构图调整..... 144

二、曝光调整..... 145

三、色彩调整..... 145

四、润色修饰..... 146

第三节 大尺寸打印输出或印刷对图像的要求..... 152

第十章 图片市场与图片销售

154

第一节 图片市场的发展趋势..... 154

一、图片市场的形成..... 154

二、图片市场的现状..... 154

第二节 摄影作品版权的归属..... 156

一、版权的概念..... 156

二、版权的归属..... 156

第三节 图片使用许可及价格的确定..... 157

一、图片使用许可..... 157

二、图片价格的确定..... 158

参考文献

160

第一章

商业摄影概述

第一节 商业摄影的概念

一、广义的商业摄影

商业摄影，是指为商业用途而开展的摄影活动。从广义上讲，它包括一切用于出售商品、撰写事件或介绍书籍的图像的生产。所以，商业摄影又被称为委托摄影。在其最初发展的年代里，它并没有得到足够的重视，然而对于整个摄影历史而言，它又作为应用摄影的中坚，一直鼓舞着摄影者们为不断发展新技术，拓宽艺术领域而不懈努力。

商业摄影所包含的范围非常广泛，甚至可以说包括在各种行业中，其中最明显的具有商业摄影性质的是产品摄影、广告摄影、人像摄影、照相馆摄影及其他需要花钱来购买的具有商业价值的摄影图片，甚至包括航空、太空等摄影活动。有很多自由摄影人把照片作为一种商品来出售，还有很多的图片代理机构把收购来的图片卖给需要的人，这些也属于商业摄影性质的范畴。

摄影满足了人们在现代社会生活中的需要，是通俗文化和艺术的创作者，同时也是最为普及的通俗文化和通俗艺术形式。当代文化已经经历了一个变化和转型的时期，而这种变化最为突出的特征就是影视文化的兴起及其主导地位的确定，这种局面以其与高科技、大众消费等相结合以及影响的作用，进一步巩固和加强了商业摄影在社会生活中的重要地位。

二、狭义的商业摄影

狭义上的商业摄影通常被称为广告摄影，这不仅因为广告摄影在其中占有举足轻重的地位，而且在于广告摄影本身所具有的天然而浓厚的商业色彩。

现今，商业摄影的涵盖范围已经非常广泛，商业人像、商业广告以及商业摄影图片库是最令人瞩目的，尤其是商业摄影与商业摄影图片库的合作是比较常见的模式。商业摄影图片库会委托摄影师进行一定主题的摄影创作或是商业摄影师主动上传自己的摄影作品，委托图片库进行代理。随着商业摄影发挥的作用越来越突出，国内也出现了许多商业摄影的代理图片社，如大觉色摄影、东方 IC、8 单元图片网、Veer 中国图库等。



胡颖 摄

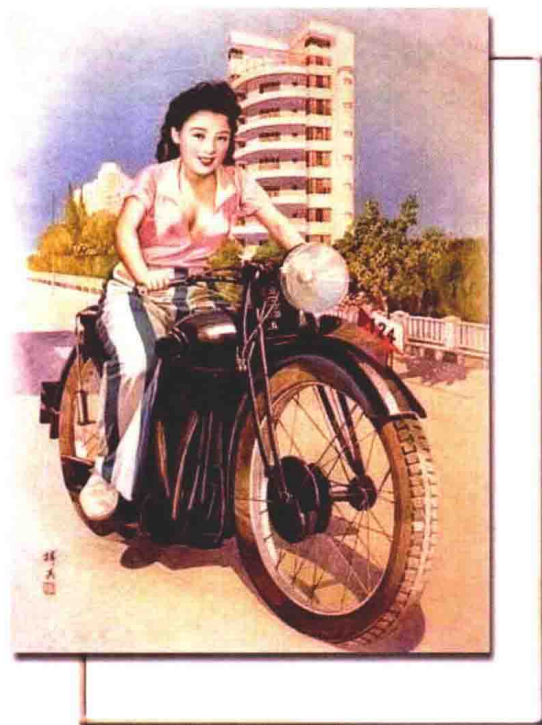
第二节 商业摄影的发展

一、早期的商业摄影

摄影在诞生之初，只不过是记录“描图”的成像手段而已。经过一百七十多年的实践，摄影通过照片、幻灯、电影和电视等形式，已广泛渗透到社会生活的各个领域。早期的商业摄影，是摄影以实用性而进入商业领域的，摄影师更是成为一个具有一定技术含量的职业工种。这种初期只为人们拍摄人像照片的商业摄影活动延续到今天，已经渗透到人们日常的生活。

摄影技术在中国最早流传开来是 19 世纪 60 年代之后，由于当时的社会局势及洋务运动的开展，大量的外来技术在中国得到发展，其中包括摄影技术。很多大中城市都开设了照相馆。从摄影技术传入中国到 19 世纪末之前，可以说是中国摄影的初始阶段，也就是中国的摄影发展史早期。

1872 年 11 月 14 日，《申报》即出现有图的广告，广告商品是缝纫机。1918 年我国报纸第一次套色（红色）印刷，为“小囡”牌香烟的诞生做广告。报纸成为最廉价、传播效果最好的广告媒介。除了报纸、杂志上的广告以外，广播、路牌、橱窗、霓虹灯等广告形式陆续诞生。这些方式成为早期的宣传手段。



资料图片

而到了 20 世纪上半叶，中国的商业摄影才初见端倪。1937 年 4 月，摄影家聂光地著有《论广告摄影之布局》，其中介绍了商业广告摄影的构图技巧。这篇少见的关于早期商业摄影的专业文献，虽然只列举了外国商业广告的摄影实例，但可以肯定的是，商业摄影在当时已作为专门的摄影种类引起摄影人的注意。

二、当代商业摄影的发展

摄影不只是记录生活的点点滴滴，同时也是社会文化的具体体现。摄影这种具体且细微的记录方式，使人类的视觉文化和历史记忆更加的清晰可读。照片的直观特性使摄影真实无误地记录了时代的面貌、社会的变迁以及人们情感生活的变化，为人们留下值得回忆的瞬间。一张照片或影像不仅包含了丰富的社会信息，而且从思想、审美取向以及社会氛围中都可以了解时代变化的轨迹。

20 世纪之初，随着社会生产力的大幅度提高，商品经济得到了迅速发展，在激烈的市场竞争中，商业摄影活动开始出现了。现代工业技术的进步和微电子技术的发展，使摄影的科技性特征也越来越明显，数码技术使传统成像技术取得了革命性突破，商业摄影也就随着摄影技术的不断提升和社会经济的不断发展而日趋完善。从发展的前景来看，数码摄影的发展使商业摄影的涉及范围更加广泛。



第三节 商业摄影的分类

一、商业广告摄影

商业广告摄影是一门以传达信息为目的，主要用于商业性的摄影，它和主题文稿口号一起构成了宣传广告整体。商业广告摄影主要是 20 世纪发展起来的。

19 世纪中叶，西方工业革命的结束使机械化大生产急需用广告来促进商品的流通，广告行业由此兴起，商业广告摄影也因此诞生。早期的产品广告摄影风格大多以模拟传统绘画为主。1853 年，美国纽约《每日论坛》采用照片为一家帽子店做广告。而从那时起，商业广告摄影与印刷媒介的结合开始提高了传播的效率。商业广告摄影不同于其他摄影门类，它注重通过最终的广告作品来传递商品的信息与价值观念，进行商品与广告受众的沟通。当摄影这一艺术形式开始广泛运用在广告中后，它开始从中找到了自身新的价值与定位。

由于广告的范围太广，种类太多，而摄影师趋向于在某些方面具有专长，如专拍食品，还有专拍时装、汽车方面的摄影，还有专门拍摄情调、情节的照片，往往摄影师都和艺术指导结合，共同研究拍摄方案。



资料图片

随着社会的发展，商业摄影逐渐成为现代社会经济活动中的重要组成部分，也成为广告活动中频繁使用的一种手段，商业广告摄影在平面广告中已被广泛运用，它是以摄影的手段来传达信息的。

在经济社会中，商业广告摄影已不能简单地归属到艺术的范围之内。它的最终目的既不是以审美为主，也不是反映摄影者的个人情感和思想，它具有明显的功利性。一幅好的广告照片与

一幅好的肖像或是静物照片是有一定区别的。广告照片应该设法让消费者迅速地收到广告画面所要传达的信息,使这幅广告作用于受众的第一眼,这第一眼,要让受众为画面所触动,所吸引,或者至少要能使观众在去看文字之前,因惊异而滞留一瞬,从而使人感到兴奋、愉快,同时引导观众发现商品的益处所在,使这些感觉留在人们的记忆当中。从喜爱这些广告到对产品产生喜爱,在众多的广告媒介中,商业广告摄影无疑是一种重要的表现形式,是为品牌服务的一种形式。



刘金虎 摄

现代的商业广告摄影是将独特的设计构思与摄影技术相融合的艺术。商业广告摄影与一般摄影的不同之处,在于商业广告摄影必须以吸引消费者为目标,以提高广告的促销效果以及商业价值为最终目的。

二、商业人像摄影

人像摄影是最古老的摄影艺术形式之一。不论哪一类人像,从其表现手法来看,不外乎为两类:一类是创意性人像摄影,以摆拍为主,重写意,用光刻意,多为人造光照明;另一类是纪实性人像摄影,多在生活中抓拍或抢拍,重写实,手法自然朴实,画面内容较具体,用光多采用自然光或现场光拍摄。一般来说,人像摄影的艺术境界从低到高,可以概括为赏心悦目、惟妙惟肖、张扬个性、诠释生命四个层次。

1. 赏心悦目

赏心悦目是一般大众也包括一般摄影师对人像摄影作品的基本要求。无论是商业人像、家庭留念照、新闻人像,还是任何一个摄影领域中涉及的人像,无论是被摄者、摄影者和观看者,只要无特殊目的,无不希望看到赏心悦目的人像,而使观众的身心得到愉悦。



赏心悦目首先成为商业摄影师和顾客共同追求的目标。而现代摄影的发展从技术上较轻易地解决了很多前辈摄影家很难或无法解决的问题，因而使实现赏心悦目这一境界变得相对轻松一些。对于商业摄影来说，这一境界的人像摄影作品，除了对摄影师本身的素质提出要求之外，还依赖于一些客观因素，如优秀的化妆师、美丽的服饰、精致的道具、高档的摄影器材、高级的灯光、设备先进的摄影棚、高级的照片后期加工系统、精美的装裱和精心的编辑策划等等。对于这一境界的人像摄影来说，非摄影本体语言过多的介入和摄影本体语言的淡化是最大的缺陷。所谓摄影本体语言，就是摄影技术、艺术的独特表现手段，包括胶片的运用、曝光的控制、摄影用光和构图的经营等等。而非摄影本体语言，主要是指原本对摄影起辅助作用的非摄影表现手段，如化装、服饰、道具等等。



资料图片

2. 惟妙惟肖

摄影术的出现使得人像再现的“相像”问题变得轻而易举，当代人像摄影的发展又似乎脱离了这一发展方向，尤其是流行的当代商业人像越来越不像本人，而离惟妙惟肖的距离自然也显得十分遥远。这里的惟妙惟肖当然不仅仅是简单的“相像”，更是在赏心悦目基础上的神形兼似。一般来说，要达到惟妙惟肖这种状态，需要具有以下主要特征：

（1）摄影本体语言和非摄影本体语言的正确运用。摄影本体语言的运用不以是否赏心悦目为唯一依据，而以能否表现人物的神态特征为主要依据，用光自然考究，曝光准确，体现正常肤色及质感。化装道具不过分张扬和哗众取宠。化装的目的不是掩盖什么，而是要进行衬托，道具只是修饰而不是表现什么。



资料图片

（2）精妙的神态捕捉和眼神塑造神态的捕捉，是摄影师永恒的主题，也是一幅人像摄影作品能否做到惟妙惟肖的关键。在柔美型的当代人像摄影中，应该说在这一点上做得是很不错的。在眼神的塑造上就有所欠缺了。这主要是由于摄影用光的平淡造成的。正面的柔光所营造的高调是很难突出眼神的。所以通过光线的运用，来表现人物的眼神是这一境界的人像作品成功的关键。

3. 张扬个性

人像摄影中个性的张扬可以分为两个方面，一是张扬被摄人物的个性，二是张扬摄影者的个性。从被摄影者的角度出发，拍摄人像的目的无非是留念、欣赏及展现自己的个性魅力。从这一点上说，摄影师就是要帮助被摄者展现自己的个性魅力。而从摄影者的角度出发，他作为一个艺术作品的创作者，要通过摄影手段、借助于模特的表现能力来表现自己的摄影创意，来体现自己的摄影风格乃至通过摄影语言来诉说自己对生活的理解。通常这一阶段的人像摄影需要具备以下特征：



李冰冰剧照

陈漫 摄

（1）独特的摄影本体语言

从摄影语言的运用上说，第一境界人像摄影作品的摄影语言运用一般流于平淡，第二境界人像摄影作品的摄影语言运用趋于自然，第三境界摄影作品的摄影语言运用重在卓然不群。用光是摄影最独特的本体语言。

（2）独特而简练的戏剧性情节

如阿德莱尔·穆萨威拍摄的《生命中的阴影》，画面中的男女主人公在摄影者苦心经营的光影效果中诉说着一段耐人寻味的故事。它不是一部电视剧，但却似乎比一部电视剧要说的更多。当然，这幅作品在用光和构图上也都有独到之处。

（3）展现对人和自然关系的独特理解

纯粹的人像摄影也许是不包括自然的，但在这个特殊的环境危机时代，不少摄影者把镜头对准了自然，对准了人和自然的关系。或是热情的讴歌，或是尖锐的批评。

（4）强烈的视觉冲击

无论是匠心独具的光影、别出心裁的构图还是创新大胆的镜头运用，其目的都是产生强烈的视觉效果。张扬被摄人物的个性，就是使拍摄出来的人像摄影作品要与众不同而且富于戏剧性。

而摄影者个性的张扬，要通过自己个性化的摄影本体语言来展现自己对摄影的理解、对被摄人物的理解、对人像摄影的理解，甚至对生活的理解，所以，从某种意义上说，摄影作品就是摄影者无声的自白。

4. 诠释生命

一幅人像摄影作品之所以伟大，是因为它刻画了人物的灵魂，是因为它讴歌了生命的伟大，是因为它记录了一个时代的精神风貌，是因为它记录了人类社会的大悲大喜。

从人的个体来看，伟大的人像摄影作品深刻地记录了人物的内心世界，或是悲伤或是喜悦，或是思索或是呐喊。也正是因为它呈现了人物的内心世界，所以这样的摄影作品才给人以心灵的震撼。同时它讴歌了生命的可贵与伟大，面对这样的作品，每一个观众都将为拥有生命而自豪。



资料图片

从人类社会的总体来看，伟大的人像摄影作品记录了一个时代人们的精神风貌，它记录了人类社会的大悲大喜。伟大的人像摄影作品的意义已经完全超出了普通肖像的意义。它是社会的象征，是时代的象征，是历史的象征，从这一意义上说，人像摄影的意义远不止被摄者的留念和摄影者的个性张扬。