

面向「十三五」规划精品教材

# 广告摄影

主 编 文志勇



河北美术出版社

面向「十三五」规划精品教材

广告摄影

主 编 文志勇

河北美术出版社

策 划：田 忠  
责 任 编 辑：甄玉丽 王 丰  
装 帧 设 计：唐韵设计  
责 任 校 对：刘燕君

### 图书在版编目 (CIP) 数据

广告摄影 / 文志勇主编. — 石家庄: 河北美术出版社, 2016. 3  
ISBN 978-7-5310-7129-7

I. ①广… II. ①文… III. ①广告摄影—教材 IV. ①J412.9

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第040210号

## 广告摄影

文志勇 主编

---

出版：河北出版传媒集团 河北美术出版社  
发行：河北美术出版社  
地址：石家庄市和平西路新文里8号  
邮编：050071  
电话：0311-87060677  
网址：www.hebms.com  
印刷：北京紫瑞利印刷有限公司  
开本：89毫米×1194毫米 1 / 16  
印张：8  
印数：1—5000  
版次：2016年4月第1版  
印次：2016年4月第1次印刷

---

定价：46.80元

# 绪论

## PREFACE

21 世纪社会经济的高速发展给人类社会带来空前的繁荣，人们的物质生活水平和文化艺术素养不断提高，摄影作为一种社会文化现象，已经融入人们生活的各个领域，特别是在大众信息传播中起到不可或缺的作用，已是一种社会功能的存在。随着商业经济的发展，随之而来的是巨大的商业竞争，这为今天广告的发展提供了极佳条件，作为广告表现形式之一的广告摄影正是在这种前提下发展起来的专业艺术门类，它从一开始就是直接以市场需求为目标，以商品促销为目的，强调艺术美感，通过摄影师以受众为前提的创意千方百计地表现商品的特定属性，展现商品的艺术魅力，从而刺激受众需求，留下对企业与商品的美好印象，从而增加市场占有率。

广告摄影作为一种艺术表现形式，同其他艺术表现形式之间固然有共通之处，但它并不排斥艺术欣赏性，它选择有一定公众影响力的人物，有品位的风光等作为广告摄影创作的源泉，从而提高艺术欣赏性，它不仅仅只是谋求更高的市场占有率，同时也美化了人们的生活环境。

目前国内广告行业的发展“高速”但并不“高级”，广告与社会文化的融合决定了现阶段国内广告发展必然是处于一个审美不平衡、文化诉求多元化的状况。现代人们对于广告的视觉轰炸唯一的反应就是“麻木”，拙劣的创意广告影像逐渐失去了冲击力，钝化了人们的视觉反应，“审美疲劳”随之而来。

本书的特点是理论与实践相结合，技术与艺术相融合，强调审美意境。在高校开设广告摄影课程，学生除了了解基础的摄影知识外还上升到专业的高度，不但有利于丰富学生业余文化生活，还为他们进入职场打下良好的基础。

编者



*CHAPTER*

*1*

# 目录

## CONTENTS

### 第一章 摄影概论 1

- 第一节 摄影概况 \_2
- 第二节 摄影的门类 \_7
- 第三节 广告摄影及分类 \_14
- 第四节 广告摄影的特征和要求 \_17
- 第五节 广告摄影原则 \_18

### 第二章 摄影器材 21

- 第一节 相机的发展 \_22
- 第二节 相机的种类 \_25
- 第三节 相机的主要装置 \_27
- 第四节 镜头 \_28
- 第五节 配件 \_29
- 第六节 自制简易拍摄平台 \_30
- 第七节 使用相机 \_31

### 第三章 广告摄影的构图 35

- 第一节 构图形式 \_36
- 第二节 构图影调 \_40

## 第四章 广告摄影的用光 43

第一节 光的认识 \_44

第二节 广告摄影的布光 \_47

## 第五章 色彩 53

第一节 色彩的认识 \_54

第二节 色彩的运用 \_57

## 第六章 案例 61

第一节 商品广告的拍摄 \_62

第二节 风光广告的摄影 \_66

第三节 建筑广告摄影 \_71

第四节 移轴摄影法 \_75

第五节 广告模特摄影 \_78

## 第七章 广告摄影创意 81

第一节 广告摄影创意的发展 \_83

第二节 广告摄影创意的作用 \_83

第三节 广告摄影创意必须注重人性的挖掘 \_84

第四节 广告摄影创意与美学 \_85

## 第八章 广告摄影与后期技术 89

第一节 数码后期图像处理基础知识 \_90

第二节 数码后期制作及影像合成 \_93

## 第九章 优秀广告摄影作品精品赏析 111

第一节 广告摄影作品欣赏的基本方法 \_112

第二节 学生作品 \_114

第三节 国内外优秀作品欣赏 \_119



# 第一章 摄影概论



## 第一节

# 摄影概况

### 1 摄影的发展

摄影艺术从达盖尔当初用银版照相法得到第一张图像至今走过了 150 多年，从当初的异端邪术发展到今天融入大众生活，这一历程令世人为之震惊。

随着时代的不断发展，摄影已逐渐成为人们喜爱的一种表现形式。人们通过摄影记录各种社会、自然现象，摄影大大方便了人们对视觉世界的观察、探索，也因此改变了人们观察事物的方式、方法，促使原有的艺术形式发生变革。

摄影的发展具体可以分为以下四个阶段：

#### (1) 史前摄影

公元前 4 世纪，我国的《墨经》一书就详细记载了光的直线前进、光的反射，以及平面镜、凹面镜、凸面镜的成像现象。墨子

不仅发现了这个现象，而且还对这个现象进行了科学的解释。

墨子认为光线是沿着直线传播的。例如屋外站立一个人，他头顶的光线通过小孔射到墙壁的下方，而他脚部的光线通过小孔射到了墙壁的上方，因而人像是倒立的。这是人类对于光的直线传播原理的最早的记录。这就是著名的小孔成像原理。(图 1-1-1)

到了宋代，在沈括所著的《梦溪笔谈》一书中，还详细叙述了“小孔成像”的原理。

在西方关于“针孔成像”的记载最早见于古希腊著名哲学家、美学家亚里士多德的著作中。15 世纪意大利人 L·B·阿贝尔第研制出最初的暗箱。

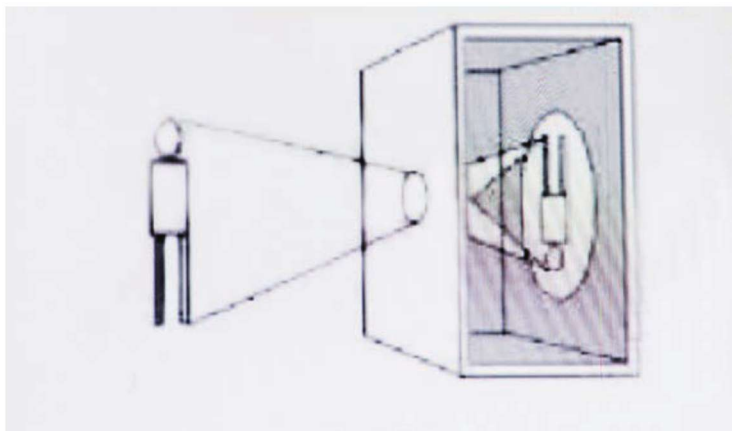


图1-1-1 小孔成像



## (2) 摄影术的发展

①尼埃普斯——世界上第一幅照片成功的拍摄者

约瑟夫·尼塞菲尔·尼埃普斯（1765年~1833年7月5日）法国发明家。尼埃普斯把用日光将影像永久记录在玻璃板和金属板上的摄影法，称作日光蚀刻法。1793年就已从事用感光材料做永久性的保留影像的试验，1822年曾用涂有柏油的玻璃板为感光

材料，再敷以版画，置于阳光下暴晒成像。（图1-1-2、图1-1-3）

②达盖尔——世界上第一个实用摄影术的发明人

法国人达盖尔发明了银版摄影法，1839年8月9日，法兰西学术院公布了银版摄影术，宣布摄影术诞生，并向发明者达盖尔奖励了6000金法郎的年金，还授予其“帝国勋章”。（图1-1-4、图1-1-5）



图1-1-2 尼埃普斯肖像



图1-1-3 世界上第一幅照片《牵马人》

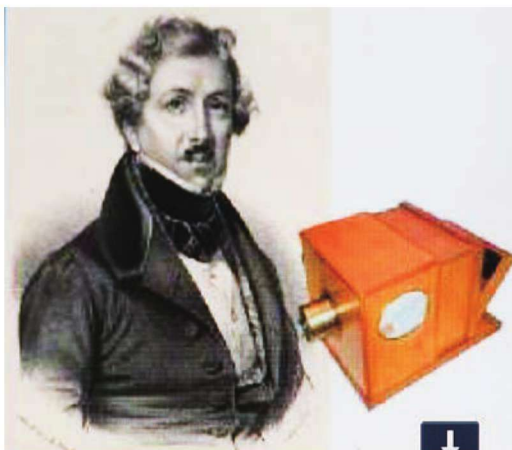


图1-1-4 达盖尔的肖像



图1-1-5 第一张银版照片



达盖尔银版摄影法的器材包括：照相机和显影箱、化学药品、磨制金属版的工具等，一共有 50 千克重。售价是 400 金法郎。

①塔尔博特——由负像到正像，现代派摄影法的奠基人

塔尔博特于 1835 年研制出了第一张相纸负像，用来印制正像，为现代负片工艺开创了新的起点。(图 1-1-6、图 1-1-7)



图1-1-6 塔尔博特肖像

#### ④胶卷时代

1880 年，乔治·伊士曼研制出了一种新型的感光片和生产这种感光片的机器，并成功注册获得专利，1881 年，他成立了伊士曼柯达公司，后成为世界上风行一时的胶片时期。(图 1-1-8、图 1-1-9、图 1-1-10、图 1-1-11、图 1-1-12)



图1-1-7 世界上第一张负片照片



图1-1-8 135画幅



图1-1-9 6x6画幅



图1-1-10 6x12画幅

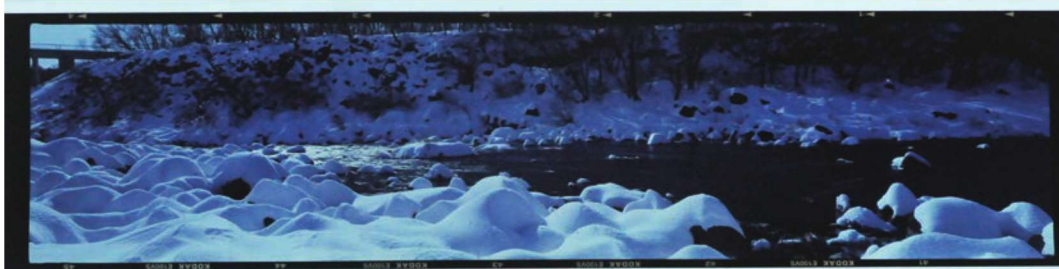


图1-1-11 6x24画幅



图1-1-12 4x5画幅



### ⑥ 数字化时代

数字化摄影又称数码摄影，是相机使用光电耦合器（CCD，CMOS）替代传统胶片成像的技术。（图 1-1-13、图 1-1-14）

## 2 摄影艺术概况

摄影艺术的发展可以分为以下五个阶段：

(1) 第一阶段，孕育期（1825~1839）。这一时期摄影术的探求时期，也是感光材料和冲洗技术的实验时期。

(2) 第二阶段，早期（1840~1889）。

19 世纪中期，西方市场经济发展已经成熟，成为赶时髦者的热点。

(3) 第三阶段，近代（1890~1917）。这一时期是摄影艺术的成熟期，为高艺术摄影向画意摄影转轨时期。

(4) 第四阶段，现代（1918~1959）。摄影艺术中现代主义艺术思潮处于主流时期，摄影艺术呈现多元化发展的态势。

(5) 第五阶段，当代（1960~2015）。摄影艺术进入不同的政治、经济、文化时期，产生不同的艺术形态，从而衍生了不同的艺术流派。



图1-1-13 CCD

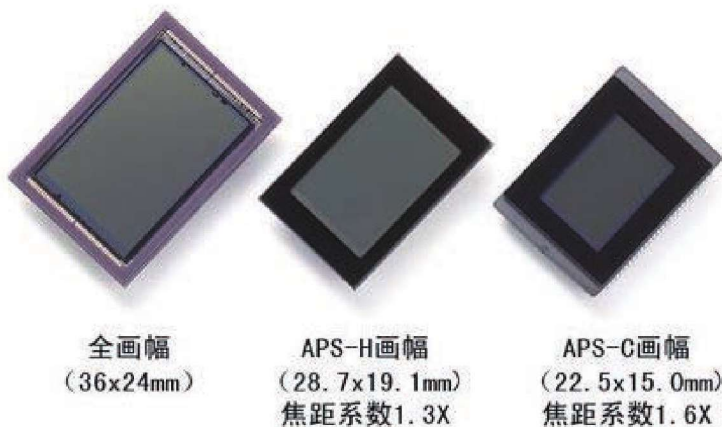


图1-1-14 CMOS

## 第二节

# 摄影的门类

摄影是一门艺术。随着科技的进步，人类思维的进化，摄影存在于各个领域，但它并不是无规律可循的。按题材，我们一般将摄影划分为以下类型。

### 1 人像摄影

(1) 生活人像：表现人们生活中的喜怒哀乐。(图 1-2-1)

(2) 环境人像：以环境为依托表现人物，是环境与人像的结合。(图 1-2-2)

(3) 集体人像：多人在一起的合影。(图 1-2-3)



图1-2-1 生活人像



图1-2-2 环境人像



图1-2-3 集体人像



- (4) 人体摄影：展示人的本质属性的摄影创作过程。(图 1-2-4)
- (5) 商业人像：以商业为目的的人像摄影。(图 1-2-5)

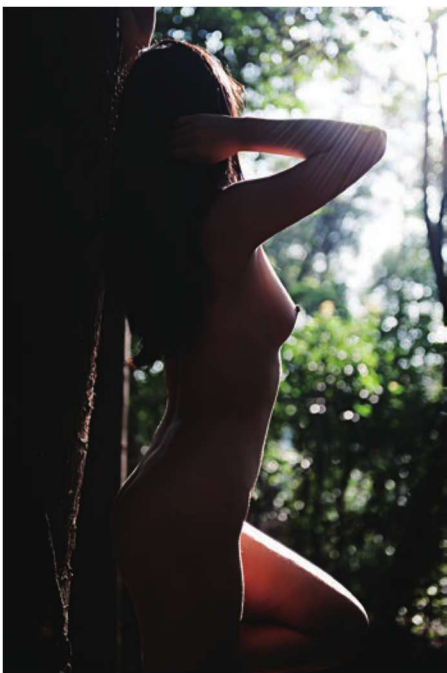


图1-2-4 人体摄影



图1-2-5 商业人像

## 2 风光摄影

- (1) 自然风光：天空、流水、海、湖、阳光。(图 1-2-6、图 1-2-7)
- (2) 建筑：城市建筑内外景、园林。(图 1-2-8)
- (3) 夜景：城市夜景、星空、闪电。(图 1-2-9、图 1-2-10)



图1-2-6 自然风光



图1-2-7 自然风光



图1-2-8 建筑



图1-2-9 夜景

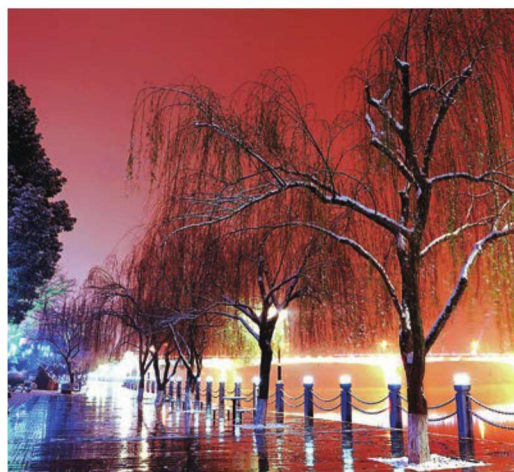


图1-2-10 夜景

### 3 人文纪实

纪实摄影是一个时代的记录者、历史的见证者。它以历史为坐标，记录真实的事件以及时间，表现一个时代的特点和它与众不同的文化现象。而人文摄影正是这种在加入了不同的文化、思想和不同的风俗习惯的历史的车轮中渐渐走出来的一条新的不同于记录的具有深刻的社会影响的一种摄影。它不仅是对一种文化和生活的记录，更是对人们在社会中的态度的记录，对精神的记录。

纪实摄影因为有了“人”的存在更显意义，因为“人”的存在才更有价值。摄影在一方面来说是技术的问题，它存在曝光是否正确，构图是否完整，采用光圈优先或者快门优先等各种模式。纪实摄影则是针对“人”，它所拍摄的主体总少不了人的存在，是通过相机来记录人类的一些事情。

(1) 民风民俗：民生众生百态，老百姓的故事，生活民俗特色。(图 1-2-11)



图1-2-11 纪实



(2) 街头抓拍：用相机在街道上去抓拍妙趣横生、回味无穷的场景，简称“扫街”。(图 1-2-12)

(3) 新闻摄影：以摄影为事业，以图片传递新闻信息。(图 1-2-13、图 1-2-14)

(4) 体育摄影：简而言之，体育摄影就是拍摄体育运动的竞技过程。目的在于把各种体育比赛中高速运动的运动员，以完美的

构图、用光影记录下永恒的瞬间，展现运动员在激烈的比赛当中精彩的姿态，并具有一定的观赏性与趣味性。这意味着除了要拥有精良的拍摄器材外，还要能熟练操作相机，更重要的是摄影师要有敏锐的感悟力以及抓拍能力，在不同环境中应对自如，还要能观察赛场，做好预判，能够在绝佳瞬间出现的前一刻按下快门。(图 1-2-15)



图1-2-12 街拍



图1-2-13 新闻



图1-2-14 新闻



图1-2-15 体育

## 4 商业摄影

所谓商业摄影，主要是依靠摄影师独到的创意、巧妙的构思、完美的设计风格，创作出高质量的作品可以一目了然地表现产品并以此来推销产品。商业摄影并不是一项单纯的摄影活动，不是一个人的摄影，它需要

协调，需要统筹，是一个需要艰难判断和决策的过程。

狭义上的商业摄影通常为商品广告摄影，如对食物、时装、静物、人像、建筑等的摄影。(图 1-2-16、图 1-2-17)





图1-2-16 食品



图1-2-17 静物