

广告



摄影

食品类水出版社

2.9
5

图书在版编目 (CIP) 数据

广告摄影 / 栾良才主编. — 沈阳: 辽宁美术出版社,
2001. 1

(绝妙拍摄)

ISBN 7-5314-2632-3

I. 广... II. 栾... III. 广告 - 摄影艺术 IV. J412.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 78383 号

绝妙拍摄

广告摄影

策 划: 郭 丹

主 编: 栾良才

责任编辑: 郭 丹

封面设计: 杜凤宝

版式设计: 郭 丹

技术编辑: 茱 莉

扉页 1 作者: 张 卓

扉页 2 作者: 贺建华

出 版: 辽宁美术出版社

沈阳市和平区民族北街 29 号 邮政编码 110001

印 刷: 辽宁美术印刷厂

发 行: 辽宁省新华书店

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

字 数: 30 千字

印 张: 5

印 数: 1 ~ 4 000

出版时间: 2001 年 1 月第 1 版

印刷时间: 2001 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 35.00 元

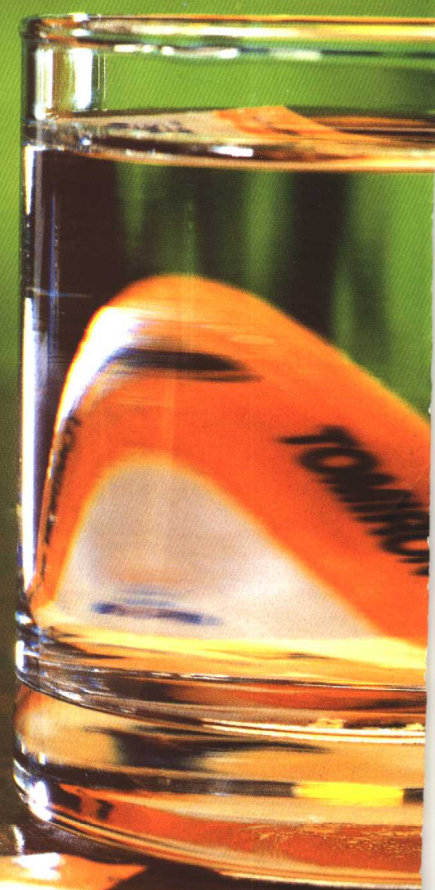
广告摄影

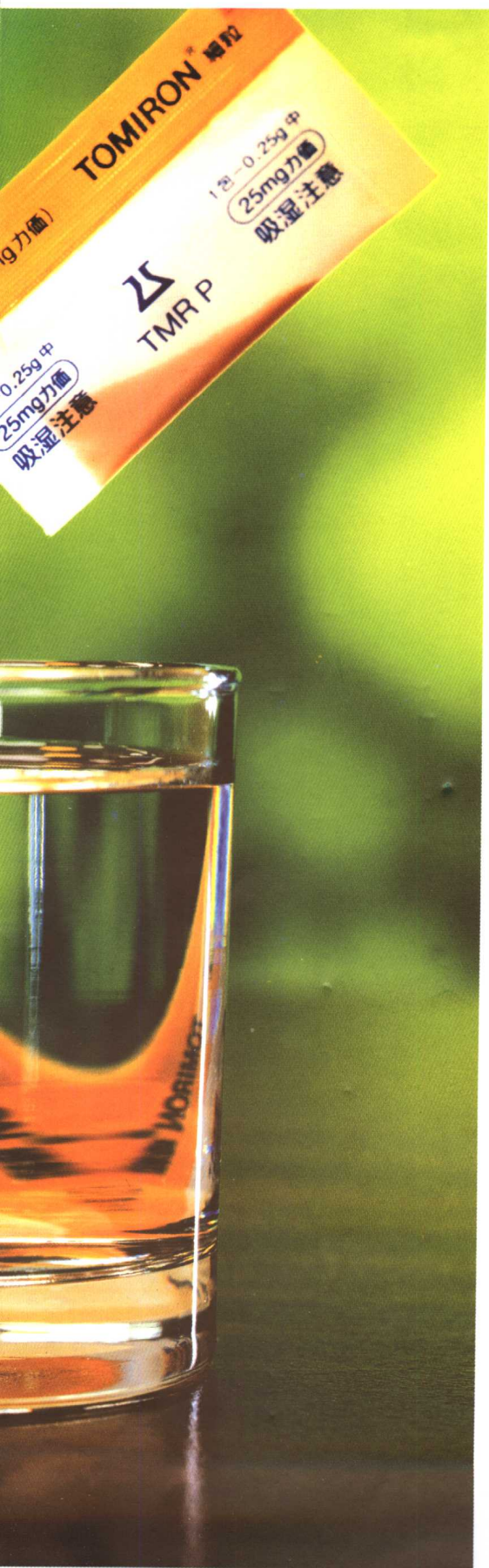




0.25g (25mg)

TOMIRON⁺ 錠粒
0.25g (25mg 力価)
1包 - 0.25g 中
25mg 力価
吸湿注意
TMR P





J412.7
L876
✓

绝妙拍摄

广告摄影

主编 栾良才



▲ 辽宁美术出版社

目 录

前言

第一章 生活用品 6



第二章 玻璃制品 32



第三章 建筑 42



第四章 精密仪器 46



第五章 创意摄影 54



前言

FOREWORD



欢迎您阅读本书，作为编辑出版者来说，我们由衷希望这本拙作能对摄影同行们有所借鉴，并为之提供一些参考。

伴随着科学技术的不断发展，摄影的领域也疾速扩大。在摄影业发展与成长的进程中，我们邀请众多国内摄影名家，为本套丛书提供近期创作的精采照片，并附注拍摄条件与技术数据，竭力使这本书成为新世纪中国摄影技法图书中的实用类代表，为读者学习、实践提供简明、实际、高效的图文服务。

《广告摄影》是本套丛书的第二篇，为从事商品广告摄影的同行搜集了多种商业广告摄影的拍摄创意，以及实践中的技术信息。广告摄影是摄影行业中较费思索的种类，尤其是从事广告创意工作的同行们，为了更精确、更具寓意地表现某些商品，往往需要认真准备、多方创意、反复拍摄的过程。本书出于与摄影者共同学习的初衷，提供多种成功的商业摄影范例与技术手法，为把商品广告照片拍摄得更好，乃至达到变平凡为卓越的效果而提供借鉴、企盼、升华，提高摄影水平。

商品是为人服务的，商业广告摄影也需要以人为本去策划、设计、拍摄与制作。适合人们的消费口味、引导人们的消费兴趣，这即是摄影者采取多方面手法去完成的总目标。我们出版这本书，竭力促使作者们将作品在完成过程中的策划、设计及技法如实地复述并附注于书中，使读者在工作中有些许参照依据，为拍摄出更精美的照片，有裨于读者与消费者。

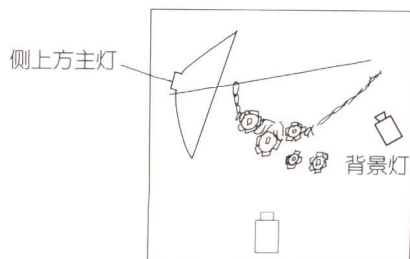
因出版者能力所限，书中当有很多不足及缺漏，敬请广大读者给予批评指正，不胜感激。

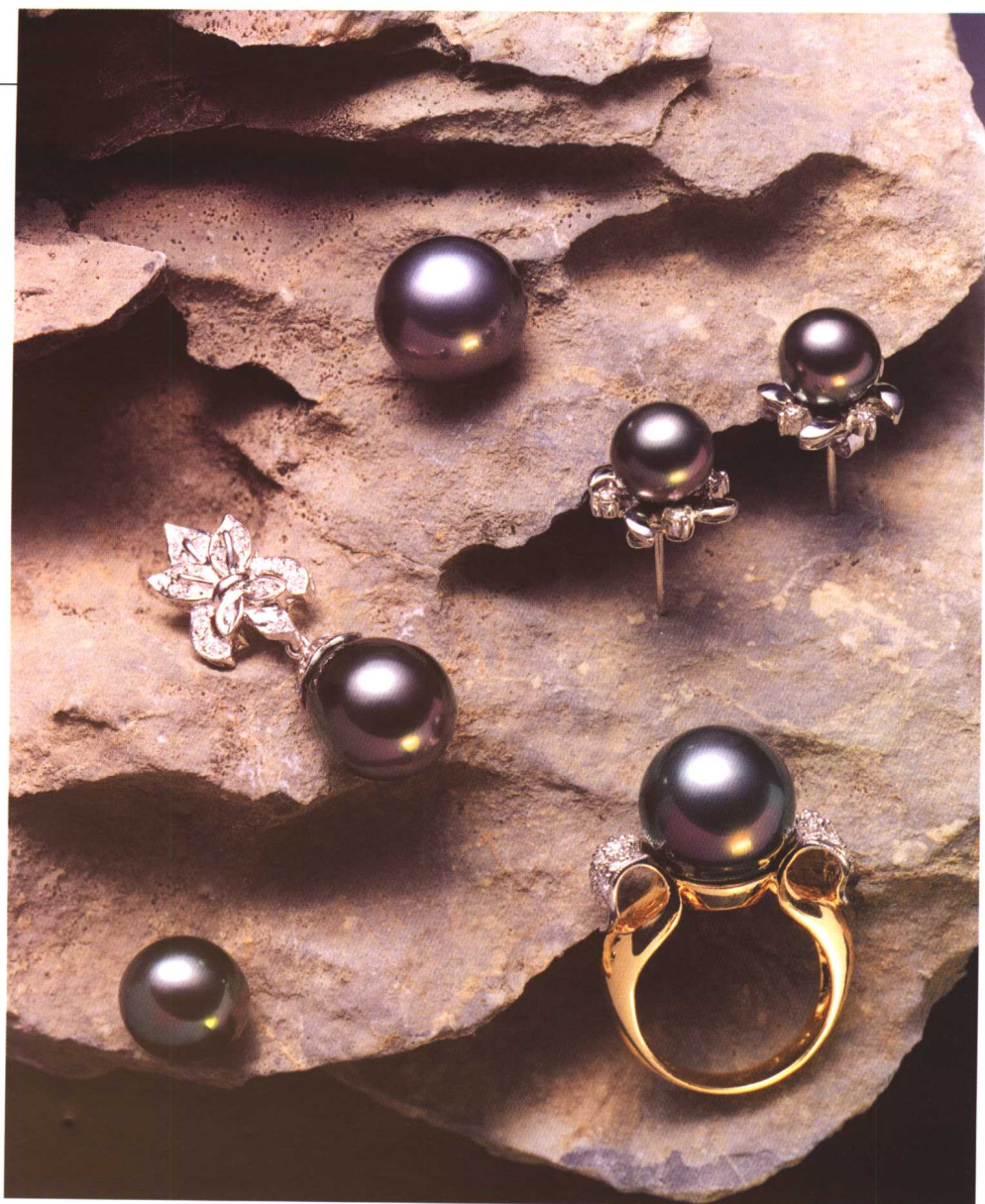
编辑、出版者



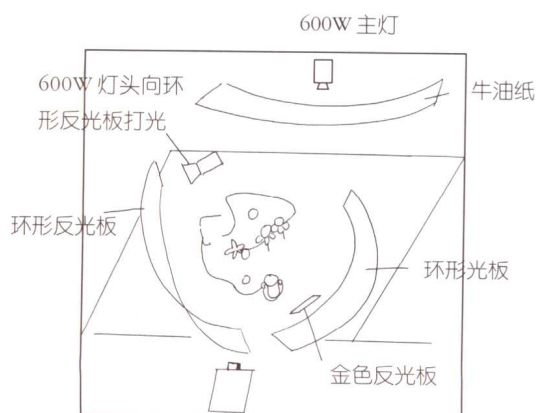
技术参数：
4 × 5 相机
150mm 镜头
光圈 F8
快门 1/30 秒
柯达 EPP 反转片
摄影师：张卓

选择颜色深的树干及背景，摆布好项链与耳钉的位置，较远距离使用灯箱照明，先拍一张波拉片，确定宝石上没有反光点后再进行拍摄。





技术参数：
 骑士 4 × 5 相机
 150mm 司耐德 APO 镜头
 光圈 F64
 快门 1/250 秒
 柯达 EPP 反转片
 摄影师：贺建华



1.观察：塔希提黑珍珠产自位于太平洋中的法属波利尼西亚的盐湖。黑珍珠的美在于它浑然天成的黑色基调上具有各种缤纷的色调，最被欣赏的是孔雀绿，它强烈的金属光泽随珍珠的转动而变幻。每一个搞商业摄影的都知道拍摄珠宝的难度，因为它体积小、结构复杂、反光多等等。要想把珠宝的质感拍出来，同时还要真实地反映出珠宝的色泽，的确是一件费神的活儿，除了应掌握的技术之外，观察——在这里显的尤为重要，特别是细小部位的观察。

2.构思：用盐湖石作载体营造黑珍珠的生存环境，错落有致的黑珍珠首饰在画面中相互映衬。

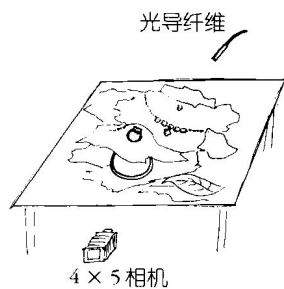
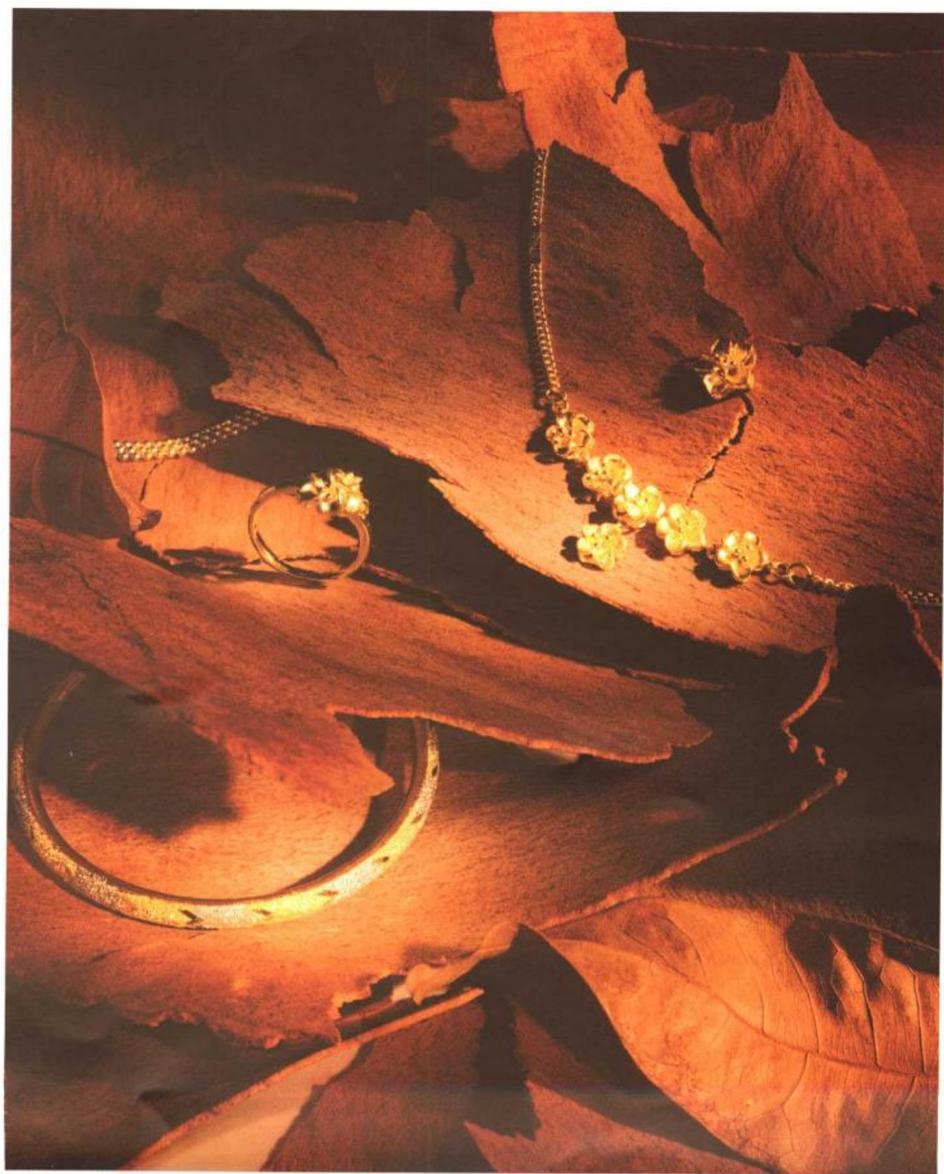
3.拍摄：顶光前加牛油纸，产品四周加环形反光板。黄金戒子用金色反光板提亮黄金质感，整个拍摄过程的重点是控制好光的比例。

1.观察：金光灿灿的千足黄金，高贵而深沉。俗话说：是金子在土地里也会发光。通常表现黄金珠宝的手法多选用丝绸、玻璃等柔滑光洁的道具作陪衬，效果不错，但此手法用多了难免显得老套，缺乏新意。如何更深层次的挖掘主体的内在神韵，从而使主体更富表现力，是我们一直搜肠刮肚的课题，那就是创意！

2.构思：为反衬千足金的灿烂光芒和金黄的色泽，拍摄时选择了落叶、树皮作为反衬道具。经过错落有致的构图安排，加之黄金首饰若影若现的摆放，使画面更增添浪漫、神秘的色彩。

3.拍摄：为了重点突出主体的表现力，在用光方面选用了光导纤维作为主光源，在快门设定T门的情况下，光圈F45，用光纤多方位局部扫描曝光，曝光时共计20秒。

光纤曝光要领：要轻微晃动光纤进行曝光，不可静止不动，否则曝光区边缘会产生生硬的边界线而显的不自然。



技术参数：

骑士 4 × 5 相机

210mm 司耐德 APO 镜头

光圈 F45

快门 T 门

柯达 E100S 反转片

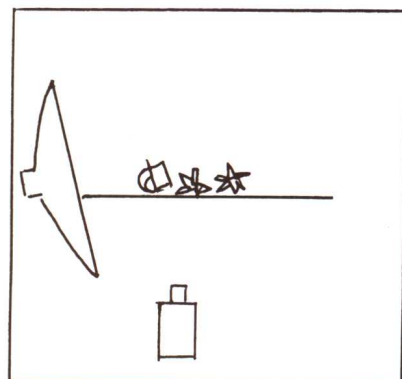
摄影师：贺建华



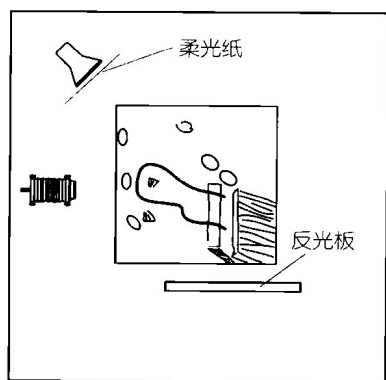
技术参数：
尼康 FM2 相机
55mm 镜头
光圈 F22
快门 1/60 秒
柯达 100 负片
摄影师：钱文波



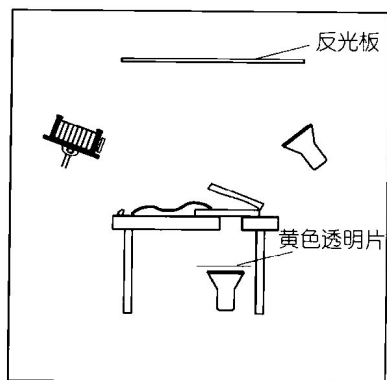
这幅作品整个画面的基调以暗色为主。背景是一种带有肌理的并有反光的衬板，整个画面最突出的是两枚金耳环，利用前侧光将金饰品的外观表现出来，再通过金饰品在重色衬板上的投影来表现黄金制品的光泽，而后面的空间则用一条手链来活跃画面。(简娇文)



技术参数：
 (TOYO)东洋 4 × 5 相机
 210mm 镜头
 光圈 F22
 爱克发 120 反转片
 反光板、黄色透明胶片
 摄影师：郑之



俯视图

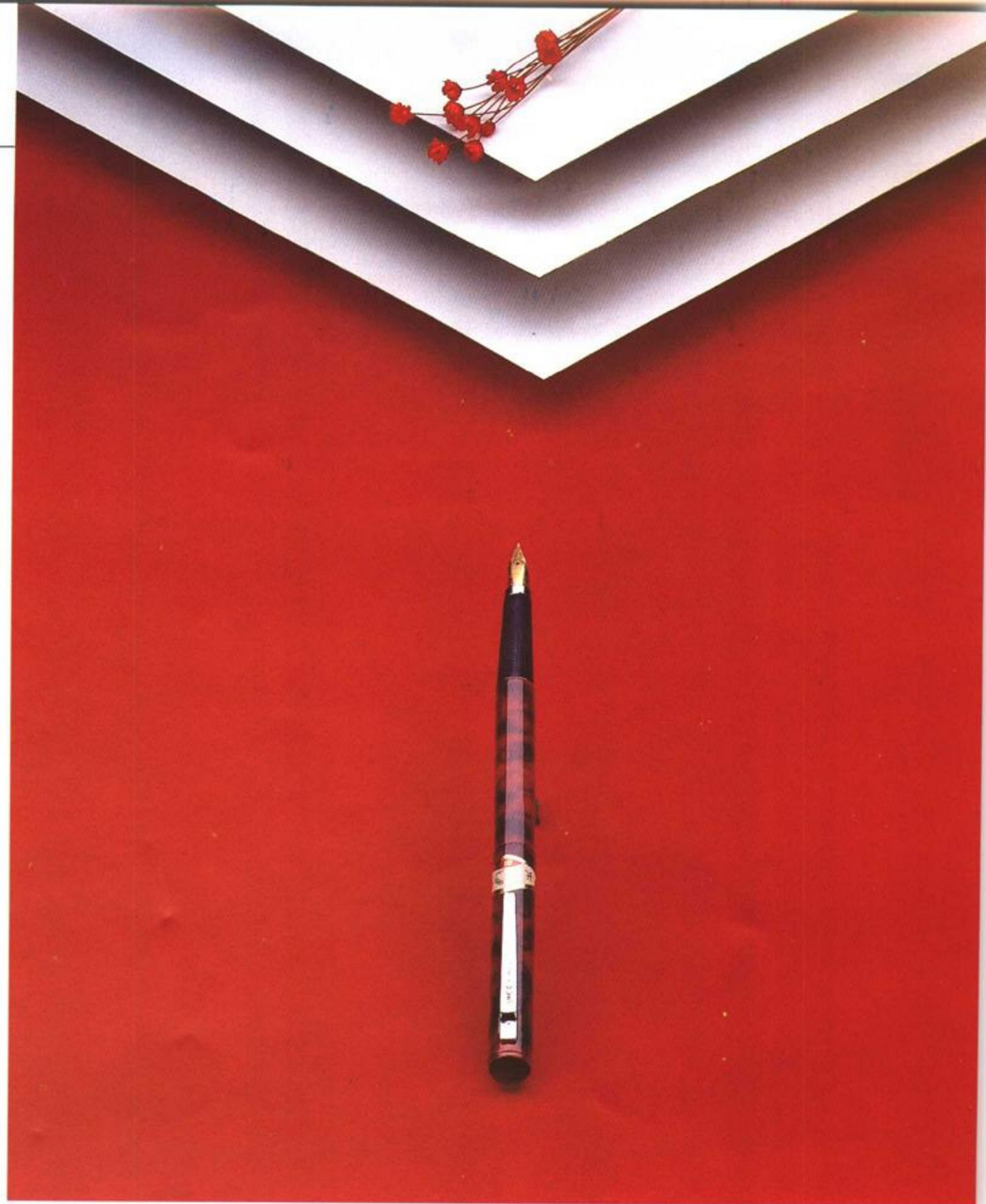


右视图

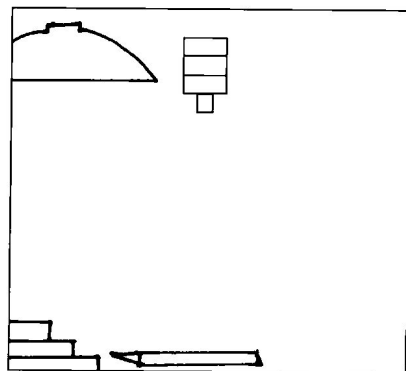
这是合金镀铬首饰，乍一看很象是黄金制造的，但做工细致，看起来也很好看。俗话说：项链是女人的饰物，男人的宝贝。所以，自然就会使人联想到阿里巴巴这个远古芝麻开门的故事，芝麻开门吧……门开了，道道金光映入眼帘，山洞里全是珍珠、珊瑚、黄金，使你眼花缭乱，爱不释手。那么这幅作品的创意构思随即也就产生了。

首先把盒底去掉，准备一张黑塑板在板上开一个比盒底小一点的方洞，做衬板。同样，放手饰盒的衬纸也开一个方洞。在拍照台底下放一支聚光灯，灯上加一张黄色透明胶片，“百宝箱”搞定了。把项链和耳坠摆放好再加些花瓣陪衬一下，即可布光拍照了。布光要注意的是，项链上的光亮度要比盒底下布光的亮度要小二倍，这样拍出的作品，才会感到盒里有发光的感觉，手饰盒才能成为“百宝箱”。

技术参数：
瑞士仙娜 4 × 5 相机
240mm 镜头
光圈 F32
快门 1/25 秒
摄影师：战英南



画面内以三角形构图，简明、利落，很容易吸引人的注意力。红色衬底衬托着紫红色花杆，使得金笔呈现华贵富丽，三角形装饰物安放红花与笔尖上下呼应，寓意着学子学业成功的希望。



世界上最普通的东西也有它本身美的一面，草帽可以算是最不起眼的，甚至有些土气的东西，但当你换几个视角观察它时，就会呈现出特殊的美感。当草帽侧过来的重叠影像就具有了这特定的形式美感。为使画面具有动感和张力，拍摄时用多次曝光法。以使草帽具有更多的重叠影像。

注意：每次曝光比正常测光值欠半档，这样几次曝光下来，才不会曝光过度，反转片尤其如此。



技术参数：

玛米亚 RB67 相机

180mm 镜头

光圈 F22

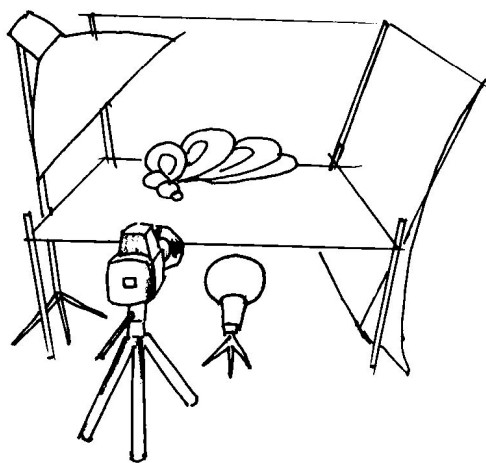
快门 B 门

柯达 EPR64 反转片

美能达 III 型入射测光

影室闪光灯

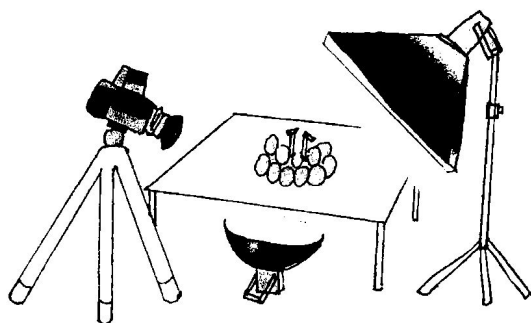
摄影师：连维建



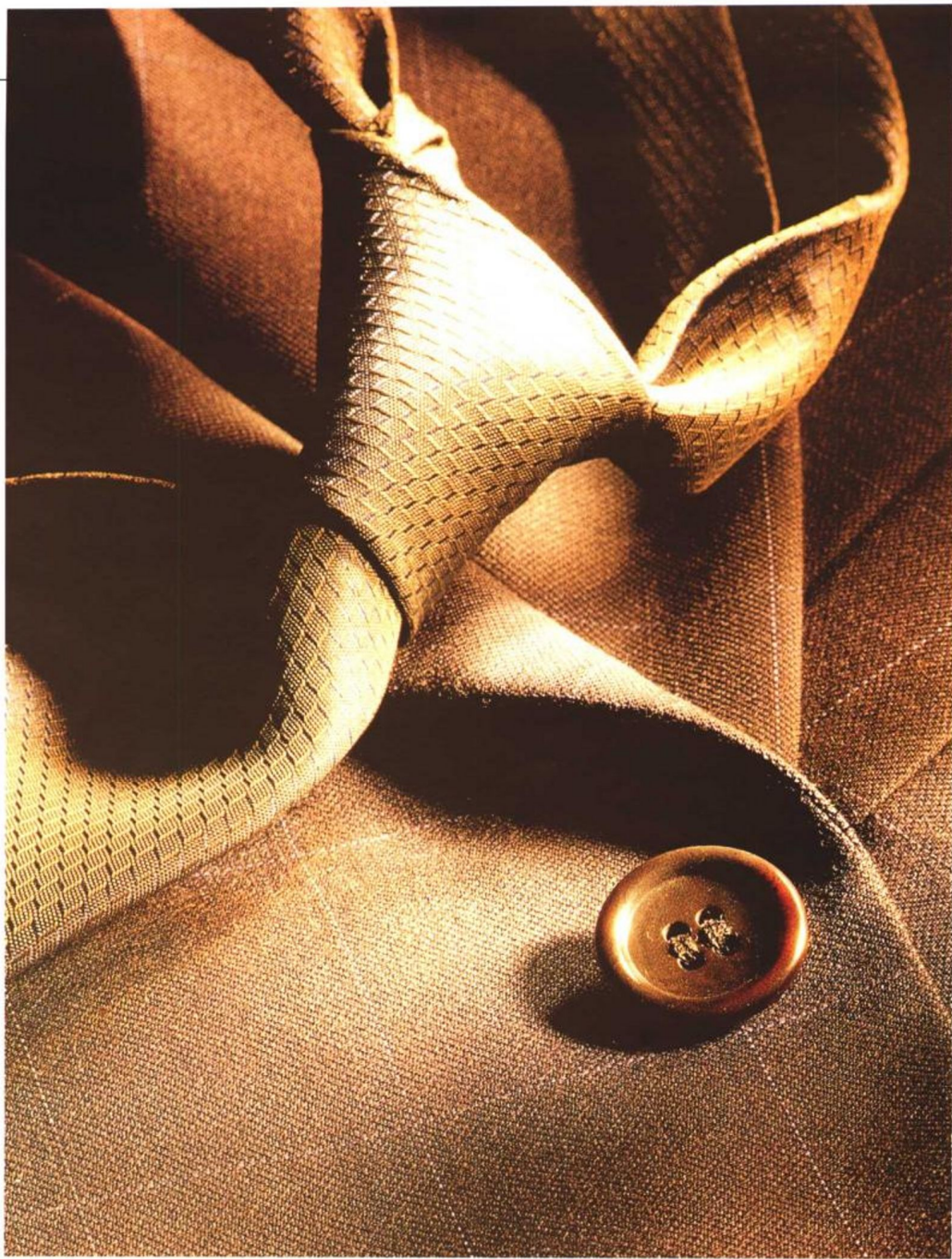


技术参数：
 玛米亚 RB67 相机
 90mm 镜头
 光圈 F5.6
 快门 1/15 秒
 柯达 100 负片
 美能达 III 型测光表
 影室闪光灯
 摄影师：连维建

广告摄影重在创意，否则只能称为产品摄影。广告摄影选用何物作为背景，既要突出商品、又要与商品的特性有内在联系，成为拍摄的难点所在。此幅作品选用鸡蛋作为道具不是简单的陪衬，鸡蛋与刮胡刀的关系，不言自明，这正是此图的创意点所在。在色彩上白色的蛋与黑色的刮胡刀又形成色彩对比。为了更好的烘托气氛，此图拍摄用打底光的方法，使背景柔化，衬托刀片的锋利。再用大光圈控制景深。使主体前后虚化，突出主体物。拍摄关键要掌握好主光与底光的光比，可用波拉片多试几张。



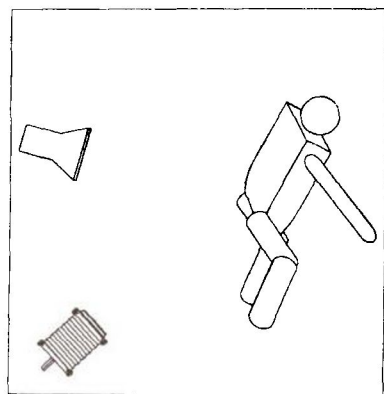
技术参数：
玛米亚 645 相机
120mm 镜头
光圈 F8
快门 1/30 秒
柯达 E100VS 反转片
摄影师：张卓



这是一幅服装产品照片，重在表现领带与西服的材质。在搭配上选用了细格领带和大方格的西服，使之搭配后说明此服装落落大方而又不失小节。再就是颜色上，两者搭配后无一不显得端庄华贵。

另外此照片使用单灯照明，把画面的三种基本调表现得恰到好处。高光：领带部分；中间调：西装扣子；暗调：西装领间背光处。使画面层次分明，并强化了画面中心。

这是为一张牛仔裤海报而拍摄的广告片，画面呈现的是一个女性丰满的臀部，但表现的却是牛仔裤，舍弃整体，突出“重点”，反而产生了强烈的视觉效果，背景的水纹是后期电脑合成的。



技术参数：

骑士 4 × 5 相机
司耐德 135mm 镜头
光圈 F22
快门 1/60 秒
柯达 EPP 反转片
摄影师：高仕源

