

不必精通摄影，无需专业影棚，

>教你用普通摄影器材拍出精美商品照片！

电商摄影实战

从入门到精通

于亮 编著

- ☑ 数十种简单、实用的拍摄道具和器材使用技巧
- ☑ 常用相机操作、合理构图以及经典布光的方法
- ☑ 22种常见、典型的网店销售商品照片实拍技法



化学工业出版社





>

电商摄影实战

→ 从入门到精通

于亮 编著



化学工业出版社

· 北京 ·

越来越多的电商创业者希望通过优质的商品图片吸引消费者，但是又对专业摄影工作室高昂的拍摄价格望而却步。本书旨在让电商从业者使用普通的拍摄场地和较为廉价的摄影器材，拍摄出具有一定水准的商品照片。同时通过详细的拍摄案例向读者介绍在商品摄影过程中是如何确定构图、布光以及设置拍摄参数的，并在拍摄过程中的每一步配有场景和灯光示意图，达到有如在拍摄现场学习的效果。

相信通过本书的学习，读者不但可以掌握不同类别商品的拍摄方法，更能掌握商品摄影的思路，做到举一反三，融会贯通，在此基础上发挥创意，拍出更多高水平的商品照片。

图书在版编目(CIP)数据

电商摄影实战从入门到精通/于亮编著. —北京：化学工业出版社，2018.11

ISBN 978-7-122-32958-5

I. ①电… II. ①于… III. ①商业摄影-摄影技术
IV. ①J412.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第200950号

责任编辑：孙 炜 王思慧
责任校对：王素芹

装帧设计：王晓宇

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011）
印 装：天津图文方嘉印刷有限公司
710mm×1000mm 1/16 印张12½ 字数306千字 2019年1月北京第1版第1次印刷

购书咨询：010-64518888

售后服务：010-64518899

网 址：<http://www.cip.com.cn>

凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

定 价：79.80元

版权所有 违者必究

前言

随着网络购物的普及，越来越多的创业者选择电商作为创业的起点。而要想在众多竞争对手中脱颖而出，漂亮的商品展示图片固然是其中重要的一环。不少商家因此花费大量的资金请专业的摄影工作室拍摄商品，也有一些商家为了节约成本选择自己拍摄商品图片，但由于经验不足，水平有限，拍出的图片并不尽如人意。

如今网络和图书上也有相关的商品拍摄案例，虽然数量较多，但每个案例的介绍相对而言十分简单，很多电商创业者看过之后面对同类型的商品也不知从何下手拍摄；而有的案例则是介绍的商业大片拍摄方法，使用的是专业的影棚、灯光和摄影器材，投入成本较高，并不适合普通创业者。而本书所具备的三大特点，恰恰解决了这些问题，让每一位电商创业者都能拍出具有一定水平的商品图片。

特点一：详细的案例拍摄教学。

商品摄影的一般流程通常分为观察、构图、布置主光、布置辅光、拍摄 5 步。书中的每一个案例都严格按照这 5 个步骤进行介绍，并对每个步骤的思路进行详细阐述。比如讲到构图时，会详细分析商品为何斜着放或正着放；讲到布光时，会详细分析每个灯光的作用，为什么需要在这个位置打光，目的是什么，要产生什么样的效果等，其中也包含了详细的布光示意图。这些内容可以让读者了解商品摄影的拍摄思路，在拍摄不同商品时，可以很清楚地知道如何去构图、布光以及拍摄。

特点二：使用普通的拍摄场地以及廉价的拍摄器材进行教学。

为了更好地贴近读者的实际情况，本书的所有教学实例均是在一个普通的拍摄场地——办公室的一角进行拍摄的；使用的是三盏总价不超过 2000 元的国产灯光；相机是入门级的全画幅单



反相机，镜头则使用的是商品摄影最常用的“百微”镜头。无论是场地还是灯光、器材均为业余摄影爱好者可以接受的配置，只要按照本书介绍的拍摄方法进行学习，用这些基本的拍摄器材，也可以拍摄出具有一定专业水平的商品图片。

特点三：即便没有使用过单反相机也可以学会。

商品摄影通常是拍摄静止的商品，因此只用到单反相机中很少一部分功能。该书对会使用到的相机功能进行了详细的讲解，配合图片，即便读者之前从来没有使用过单反相机，也能够快速学会拍摄技巧，进而拍摄出高质量的商品图片。

除了上述三个特点，该书还对拍摄过程中常用的小配件进行了介绍，尤其需要注意的是手机上的景深 APP 的使用，为了保证商品清晰，计算景深是有必要的。书中介绍的 APP 使用简单，可以直接看到不同拍摄情况下所能获得的清晰范围，从而通过设置相机或摆放以确保商品处于清晰范围内。

另外，商品摄影和其他所有摄影类别一样，只有不断地尝试新的布光和拍摄方法才能获得令人眼前一亮的图片。通过该书的学习虽然能够让读者具有拍摄不同类别商品的能力，但要让自己拍摄的图片出类拔萃，还需要拍摄者必须具有一定的耐心以及精益求精的拍摄态度。

希望本书能够帮助所有电商平台的创业者们拍摄出优秀的商品照片，使商品的特色和优势得到更多消费者的关注。

为了方便及时与笔者交流与沟通，欢迎读者朋友加入光线摄影交流 QQ 群 327220740，也可关注我们的微博 <http://weibo.com/leibobook> 或微信公众号 FUNPHOTO，每日接收新奇、实用的摄影技巧。还可以拨打电话 13011886577 与我们沟通交流。

编者



目 录

第1章 电商商品摄影基础知识

1.1 电商摄影概述	2
1.2 开拍前必不可少的准备工作	3
1.2.1 了解拍摄对象	3
1.2.2 确定商品适合的表现方式	3
1.2.3 选择合适的影调	5
1.2.4 设定布景	5
1.2.5 考虑布光	7
1.3 打造网店照片的两个入手点	8
1.3.1 画面一定要美观	8
1.3.2 展现商品的真实感	9
1.4 适合电商商品摄影的相机	12
1.4.1 如何选择数码相机	12
1.4.2 方便实用的长焦数码相机	13
1.4.3 性能强大的单反相机	13
1.4.4 异军突起的微单相机	14
1.5 适合网店摄影的镜头	15
1.5.1 拍出真实感的标准镜头	15
1.5.2 能够很好表现商品细节的微距镜头	16
1.5.3 方便取景的变焦镜头	17
1.6 电商商品摄影的流程与联机拍摄	18
1.6.1 商品摄影流程	18
1.6.2 联机拍摄方法	19

2.1.5 控制影室闪光灯的引闪器	24
2.2 认识灯架	25
2.2.1 三脚灯架	25
2.2.2 顶灯架	25
2.2.3 地灯架	26
2.3 打造柔和光质的柔光箱	26
2.4 打造偏硬适中光线的标准罩	27
2.5 打造硬光的蜂巢和聚光灯	27
2.6 可对细节之处补光的反光板	28
2.6.1 标准反光板	28
2.6.2 自制反光板	28
2.6.3 固定反光板	29
2.7 用于表现商品细节特征的反光伞	30
2.8 营造不同画面效果的背景纸	30
2.9 展示拍摄对象的拍摄台	31
2.9.1 静物箱	31
2.9.2 静物台	32
2.9.3 自制拍摄台	32
2.10 创造立体效果的倒影板	33
2.11 其他常用的小道具	34
2.11.1 大力夹	34
2.11.2 白卡纸	35
2.11.3 黑卡纸	35
2.11.4 蓝胶	36
2.11.5 鱼线	36
2.11.6 硫酸纸	37

第2章 认识各种灯光和附件

2.1 认识灯光	22
2.1.1 适合表现细小物件的台灯	22
2.1.2 物美价廉的石英灯	22
2.1.3 可得到理想色彩的太阳灯	22
2.1.4 易于进行造型的影楼闪光灯	23

第3章 巧用构图及背景表现商品

3.1 构图的画幅	40
3.1.1 横画幅	40
3.1.2 竖画幅	40
3.2 从不同视角展现商品特色	41



3.2.1 取景方位的变化.....	41	3.5.1 营造图片的梦幻效果.....	50
3.2.2 取景角度的变化.....	42	3.5.2 利用道具使画面富有情节.....	51
3.3 基本构图形式.....	42	3.5.3 利用对比突出被摄商品.....	52
3.3.1 三分法构图.....	42	3.5.4 利用倒影营造美丽视点.....	54
3.3.2 中心构图.....	43		
3.3.3 对称式构图.....	43		
3.3.4 三角形构图.....	44		
3.3.5 斜线构图.....	44		
3.3.6 S形曲线构图.....	45		
3.3.7 开放式构图.....	45		
3.3.8 封闭式构图.....	46		
3.4 构图技巧的进阶技法.....	46		
3.4.1 主体突出的技巧.....	46		
3.4.2 商标的表现.....	47		
3.4.3 利用构图表现商品的局部细节.....	48		
3.4.4 利用道具修饰画面.....	49		
3.4.5 融入场景营造气氛.....	49		
3.4.6 韵律与节奏.....	50		
3.5 背景与陪体在商品摄影中的作用.....	50		

第4章 巧用光线表现商品

4.1 把握好画面色温展示真实感.....	56
4.2 不同方向光线的特点.....	57
4.2.1 利于展现商品色彩的顺光.....	57
4.2.2 利于展现立体感的侧光.....	57
4.2.3 利于勾勒轮廓的逆光.....	59
4.2.4 适合表现小商品的顶光.....	60
4.2.5 表现通透感的底光.....	61
4.3 经典布光法.....	61
4.3.1 双灯打平光.....	61
4.3.2 双灯夹板光.....	63
4.3.3 高光与亮背景.....	63

4.3.4 使用黑卡纸“勾黑边”	64
4.3.5 营造亮线条展现产品轮廓	65
4.4 商品摄影用光基础训练	66
4.4.1 用光塑造立体感	66
4.4.2 用光表现弧面	67
4.4.3 调节明暗反差与光比	68
4.4.4 斜视角加侧逆光表现主体立体感	69
4.4.5 利用硬光或柔光表现被摄主体的质感	70
4.4.6 利用高光突出被摄主体的形态和质感	71

第5章 吸光商品拍摄实例教学

5.1 男士公文包实拍案例	74
5.1.1 产品概述与拍摄思路	74
5.1.2 表现重点与手法	74
5.1.3 拍摄前准备工作	75
5.1.4 确定拍摄角度和构图	75
5.1.5 确定灯位	75
5.1.6 具体拍摄步骤	76
5.2 男士皮鞋实拍案例	82
5.2.1 产品概述与拍摄思路	82
5.2.2 表现重点与手法	82
5.2.3 拍摄前准备工作	83
5.2.4 确定拍摄角度和构图	83
5.2.5 确定灯位	83
5.2.6 具体拍摄步骤	84
5.3 男士登山鞋实拍案例	86
5.3.1 产品概述与拍摄思路	86
5.3.2 表现重点与手法	87
5.3.3 拍摄前准备工作	88
5.3.4 确定拍摄角度和构图	88
5.3.5 确定拍摄灯位	88
5.3.6 具体拍摄步骤	89
5.4 男士羊绒衫实拍案例	93
5.4.1 产品概述与拍摄思路	93
5.4.2 表现重点与手法	93
5.4.3 拍摄前准备工作	93

5.4.4 确定拍摄角度和构图	93
5.4.5 确定灯位	94
5.4.6 具体拍摄步骤	94
5.5 高尔夫球帽实拍案例	97
5.5.1 产品概述与拍摄思路	97
5.5.2 表现重点与手法	97
5.5.3 拍摄前准备工作	97
5.5.4 确定拍摄角度和构图	97
5.5.5 具体拍摄步骤	98
5.6 金刚菩提子长串实拍案例	100
5.6.1 产品概述与拍摄思路	100
5.6.2 表现重点与手法	100
5.6.3 拍摄前准备工作	100
5.6.4 确定拍摄角度和构图	100
5.6.5 确定灯位	101
5.6.6 具体拍摄步骤	101

第6章 反光、发光商品拍摄实例教学

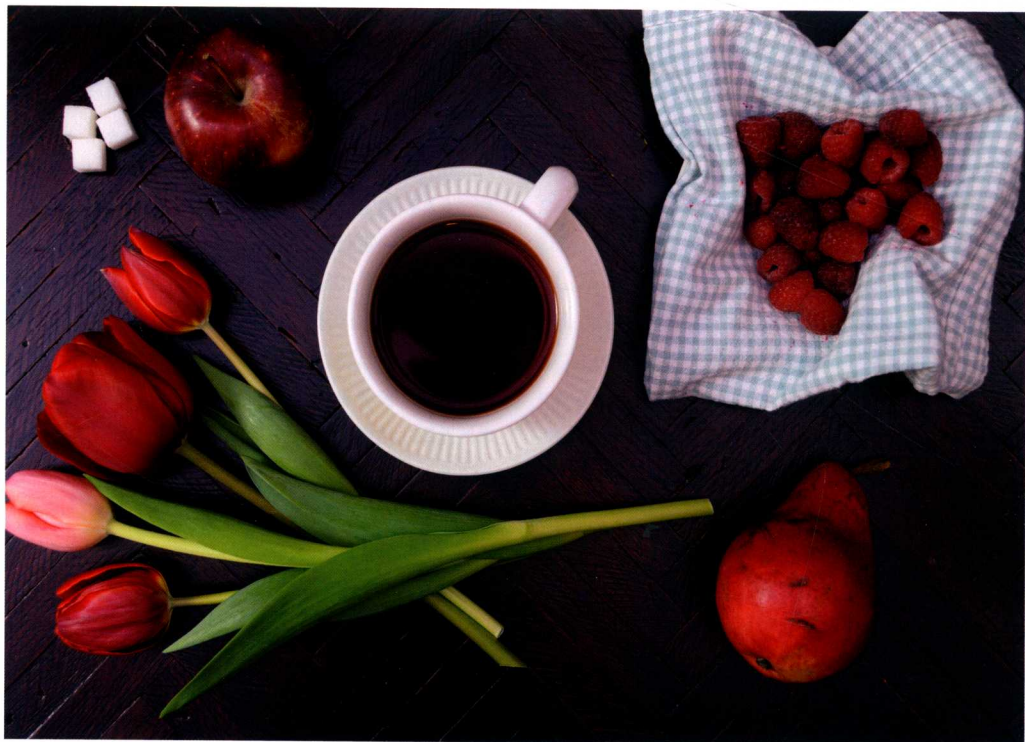
6.1 虎眼石项链实拍案例	106
6.1.1 产品概述与拍摄思路	106
6.1.2 表现重点与手法	106
6.1.3 拍摄前准备工作	106
6.1.4 确定拍摄角度和构图	106
6.1.5 确定灯位	107
6.1.6 具体拍摄步骤	107
6.2 玉髓挂坠实拍案例	110
6.2.1 产品概述与拍摄思路	110
6.2.2 表现重点与手法	110
6.2.3 拍摄前准备工作	111
6.2.4 确定拍摄角度和构图	111
6.2.5 确定灯位	111
6.2.6 具体拍摄步骤	111
6.3 瓶装口香糖实拍案例	115
6.3.1 产品概述与拍摄思路	115
6.3.2 表现重点与手法	115
6.3.3 拍摄前准备工作	116

6.3.4 确定拍摄角度和构图	116
6.3.5 确定灯位	116
6.3.6 具体拍摄步骤	116
6.4 红酒实拍案例	120
6.4.1 产品概述与拍摄思路	120
6.4.2 表现重点与手法	120
6.4.3 拍摄前准备工作	120
6.4.4 确定拍摄角度和构图	120
6.4.5 确定灯位	121
6.4.6 具体拍摄步骤	121
6.5 袋装膨化食品实拍案例	126
6.5.1 产品概述与拍摄思路	126
6.5.2 表现重点与手法	126
6.5.3 拍摄前准备工作	126
6.5.4 确定拍摄角度和构图	127
6.5.5 确定灯位	127
6.5.6 具体拍摄步骤	127
6.6 手机实拍案例	130
6.6.1 产品概述与拍摄思路	130
6.6.2 表现重点与手法	130

6.6.3 拍摄前准备工作	131
6.6.4 确定拍摄角度和构图	131
6.6.5 确定灯位	131
6.6.6 具体拍摄步骤	132

第7章 透明商品拍摄实例教学

7.1 矿泉水实拍案例	138
7.1.1 产品概述与拍摄思路	138
7.1.2 表现重点与手法	138
7.1.3 拍摄前准备工作	138
7.1.4 确定拍摄角度和构图	138
7.1.5 确定灯位	139
7.1.6 具体拍摄步骤	139
7.2 透明玻璃杯实拍案例	143
7.2.1 产品概述与拍摄思路	143
7.2.2 表现重点与手法	143





7.2.3 拍摄前准备工作	143
7.2.4 确定拍摄角度和构图	144
7.2.5 确定灯位	144
7.2.6 具体拍摄步骤	144
7.3 水晶手串实拍案例	147
7.3.1 产品概述与拍摄思路	147
7.3.2 表现重点与手法	147
7.3.3 拍摄前准备工作	148
7.3.4 确定拍摄角度和构图	148
7.3.5 确定灯位	148
7.3.6 具体拍摄步骤	148
7.4 磨砂瓶酒类饮料实拍案例	152
7.4.1 产品概述与拍摄思路	152
7.4.2 表现重点与手法	152
7.4.3 拍摄前准备工作	152
7.4.4 确定拍摄角度和构图	153
7.4.5 确定灯位	153
7.4.6 具体拍摄步骤	153

第8章 金属商品拍摄实例教学

8.1 家用锅具实拍案例	160
8.1.1 产品概述与拍摄思路	160
8.1.2 表现重点与手法	160
8.1.3 拍摄前准备工作	160
8.1.4 确定拍摄角度和构图	160
8.1.5 确定灯位	160
8.1.6 具体拍摄步骤	161
8.2 金属刀叉实拍案例	164
8.2.1 产品概述与拍摄思路	164
8.2.2 表现重点与手法	164
8.2.3 拍摄前准备工作	164
8.2.4 确定拍摄角度和构图	164
8.2.5 确定灯位	164
8.2.6 具体拍摄步骤	165

8.3 防晒霜实拍案例	167
8.3.1 产品概述与拍摄思路	167
8.3.2 表现重点与手法	168
8.3.3 拍摄前准备工作	168
8.3.4 确定拍摄角度和构图	168
8.3.5 确定灯位	168
8.3.6 具体拍摄步骤	169

第9章 混合材质商品拍摄实例教学

9.1 男士皮带实拍案例	174
9.1.1 产品概述与拍摄思路	174
9.1.2 表现重点与手法	174
9.1.3 拍摄前准备工作	174
9.1.4 确定拍摄角度和构图	174

9.1.5 确定灯位	175
9.1.6 具体拍摄步骤	175
9.2 女士化妆品套装实拍案例	178
9.2.1 产品概述与拍摄思路	178
9.2.2 表现重点与手法	178
9.2.3 拍摄前准备工作	179
9.2.4 确定拍摄角度和构图	179
9.2.5 确定灯位	179
9.2.6 具体拍摄步骤	180
9.3 单反镜头实拍案例	183
9.3.1 产品概述与拍摄思路	183
9.3.2 表现重点与手法	183
9.3.3 拍摄前准备工作	184
9.3.4 确定拍摄角度和构图	184
9.3.5 确定灯位	185
9.3.6 具体拍摄步骤	185





第1章

电商商品摄影基础知识

1.1 电商摄影概述

随着淘宝、京东、亚马逊等电子商务平台在中国的迅速发展，电商摄影的需求量也在日益增加。网店卖家为了能够使自己的商品有更好的销量，精美的商品图片必不可少。

在电子商务发展的初期，网店图片仅仅局限于对商品的真实还原，追求所见即所得。但是随着电子商务逐渐成熟，网店之间的竞争日益加剧，电商摄影不但是要真实展现商品，还要追求更高的美学感受，以使自家商品在众多网店中脱颖而出。

电商摄影继承了电子商务门槛低的特点。由于图片在网站上显示，而不是用于高精度的

印刷，因此对拍摄器材的要求相对较低，即便是目前主流的卡片机也可以完成电商图片的拍摄。基于此点，电商图片的来源十分广泛，部分来源于专业的电商摄影师，还有一部分则来自于卖家自行拍摄。

因此目前电商平台中的图片质量良莠不齐，拍摄水平也相差很大。但现在绝大多数电商卖家已经形成共识，即精美的照片能够极大提升商品的销量，因此大的电商卖家开始招聘专职商品摄影师，小的卖家则要么寻找商品摄影外包商，要么开始自学商品摄影，以使自己的商品在展示阶段先吸引客户的眼光。



▲ 同样一款商品，左图与右图均为商品展示主图，对比可见两幅图片质量相差之大，右图明显更有吸引力

1.2 开拍前必不可少的准备工作

1.2.1 了解拍摄对象

准备拍摄一个商品之前，首先要做的是找到这件商品最美的地方。对商品进行 360° 的观察，必要的话还需要了解商品的制作工艺以及相关文化背景。当我们把商品最美的一面展示出来时，一张好照片就已经成功一半了。



◀ 通过柔光表现金属表盘的金属光泽，通过玻璃的高光渐变刻画出弧形镜面。为了配合表带的材质及颜色，选择枯树皮作为背景，突显手表的细腻做工

1.2.2 确定商品适合的表现方式

拿到一件商品后，需要根据商品的外形特点以及图片功能来确定表现方式。表现方式主要从数量、摆放方式、图片功能三方面进行考虑。

1. 数量

首先需要确定的是画面中需要表现的商品数量。有些商品是由多个商品组合在一起的套装，比如常见的化妆品套装、洗护用品套装。此类商品需要将多个商品均放在画面内进行表现，构图时需要考虑商品的合理分布。还有一些商品是独立的，比如数码和酒类商品就更适合单个展示。



▲ 单一商品展示



▲ 成套商品展示

2. 摆放方式

摆放方式分为直摆、平铺和悬挂3种。大多数商品的拍摄都是采用直摆，此种摆放方式更容易固定商品，拍摄机位以及光位的选择性也更强；平铺摆放方式多见于服装拍摄，以此充分表现其款式及颜色；悬挂拍摄通常用来表现项链、挂坠等饰品，可以得到模仿佩戴效果，形成自然下垂的画面。



▲ 通过直摆展示的口红



▲ 通过平铺展示的服装



▲ 通过悬挂展示的项链

3. 图片功能

根据图片功能的不同来决定是拍摄商品整体、局部还是细节。一般来讲，全面表现一件商品时，其整体、局部、细节均需要有图片来进行展示。整体图片用于表现商品外观、颜色，在电商中作为主图出现，是最重要的商品图；局部图片用于表现商品在设计或者是功能上的特点；细节图片则用于表现商品的材料质感或者精细的做工。



▲ 整体展示使消费者对商品颜色、外观有全面的认识



▲ 局部展示有助于表现商品的特点



▲ 细节展示突出商品的材质和制作工艺

1.2.3 选择合适的影调

摄影中有5种影调，分别为高调、中高调、中调、中低调、低调。在拍摄商品前要根据商品的特性确定合适的影调去表现。比如毛巾、床上用品就适合用中高调去表现干净、舒适的一面；而诸如一些珠宝则适合用中低调去表现其色彩及质感。



▲ 用中高调表现居家用品的洁净、舒适



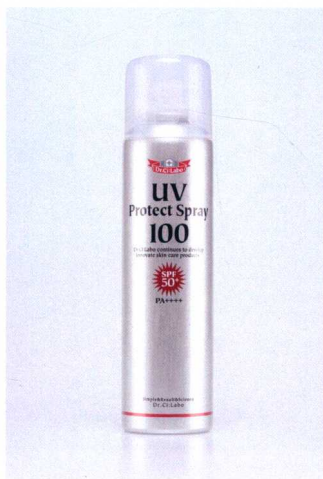
▲ 用中低调表现首饰的神秘感

1.2.4 设定布景

布景分为两种情况：一种是仅考虑照片的背景，另一种为布置一个场景。如果是单纯地展示商品材质、形状、颜色、质感，那么只需要考虑用何种背景即可。可以购买市面上各种颜色的背景纸，或者渐变背景，也可以通过灯光的布置营造渐变的、富有变化的背景。



▲ 黑色背景商品图



▲ 白色背景商品图



▲ 彩色渐变背景商品图

而布置场景是为了拍出有情趣的照片，照片中的每样东西都是可以烘托氛围的道具，通过陪体的衬托营造出符合商品特质的某种气氛。

场景布置最忌讳的是陪衬的加入导致主体不够突出，所以一定要注意确定每一个陪体的加入都可以突出主体，否则就不要添加。



▲ 通过布置有情调的场景体现摆件可爱的风格



▲ 简单的陪衬给人一种清爽的居家风格



▲ 通过营造暗调的场景衬托出玉石的晶莹剔透