

目 录

项目1 商务信息收集	(1)
任务1 产品图片采集准备	(2)
任务 1.1 认识专业产品信息	(2)
任务 1.2 产品拍摄准备	(8)
任务 1.3 制作简易产品拍摄空间	(15)
任务2 产品摄影的布光和构图设计	(20)
任务 2.1 产品摄影的布光方式认知	(20)
任务 2.2 对产品摄影的布光设计	(25)
任务 2.3 产品摄影的构图设计	(32)
任务3 典型材质产品的拍摄	(42)
任务 3.1 认识产品典型材质	(42)
任务 3.2 典型材质产品的布光设计	(45)
任务4 收集其他相关信息	(52)
任务 4.1 收集产品生产企业信息	(52)
任务 4.2 扫描公司资料与产品信息	(55)
本项目小结	(59)
项目2 产品图片修复与美化	(60)
任务1 校正修复产品图片	(61)
任务 1.1 认识产品图片处理	(61)
任务 1.2 产品图片基本编辑	(65)
任务 1.3 产品图片缺陷修复	(72)
任务 1.4 产品图片影调调整	(77)
任务2 美化处理产品图片	(83)
任务 2.1 制作图片边框	(83)
任务 2.2 制作水印印章	(87)
任务 2.3 制作不同颜色效果	(90)
任务3 修饰产品图片背景	(97)
任务 3.1 替换产品图片背景	(97)
任务 3.2 制作简洁图片背景	(102)
任务 3.3 艺术合成产品图片	(108)
任务4 制作产品图片特殊效果	(116)
任务 4.1 图片局部效果增强	(116)



任务 4.2 制作倒影效果	(119)
任务 4.3 为产品添加装饰素材	(122)
本项目小结	(128)
项目3 产品文本编辑与处理	(129)
任务1 制作产品文字效果	(130)
任务 1.1 认识产品宣传文字	(130)
任务 1.2 制作文字艺术效果	(133)
任务2 编辑产品描述	(141)
任务 2.1 撰写产品描述信息	(141)
任务 2.2 纸质载体产品文本信息的数字化编辑	(144)
本项目小结	(150)
项目4 商务信息整合编辑	(151)
任务1 制作产品宣传单	(152)
任务 1.1 市场调研与设计定位	(152)
任务 1.2 制作宣传单封面、封底	(154)
任务 1.3 制作产品宣传展示页	(158)
任务2 商务电子杂志制作	(162)
任务 2.1 前期策划与素材准备	(162)
任务 2.2 制作商务电子杂志	(168)
本项目小结	(181)
项目5 商务信息网络发布	(182)
任务1 电子商务平台的认知与选择	(183)
任务 1.1 初识电子商务平台	(183)
任务 1.2 选择合适的电子商务平台	(188)
任务2 电子商务平台注册与信息编辑	(196)
任务 2.1 注册电子商务平台	(196)
任务 2.2 编辑与发布商务信息	(200)
任务3 商务信息推广	(209)
任务 3.1 利用电子商务平台的服务推广信息	(209)
任务 3.2 利用其他方式推广信息	(214)
本项目小结	(220)
参考文献	(221)

项目1

商务信息收集

学习目标

◆ 能力目标

能够针对不同产品收集各方面信息,包括图片信息与其他信息;能够运用恰当的摄影技法和器材拍摄出完整、清晰、美观的产品照片,以准确、生动、逼真地表现产品主体。

◆ 知识目标

掌握收集商务信息的一般方法;掌握产品拍摄的基本特征与要求;学会摄影器材的正确使用;学会制作简易摄影棚;掌握产品拍摄的布光和构图原理与技法;学会一定的产品拍摄布景技能;掌握典型材质产品的拍摄技法;学会收集全面的产品信息。

◆ 情感目标

理解商务信息处理工作的重要性;培养学生的市场竞争意识;培养学生的团队协作精神;培养在工作中吃苦耐劳和精益求精的工作态度。



- ↘ 任务1 产品图片采集准备
- ↘ 任务2 产品摄影的布光和构图设计
- ↘ 任务3 典型材质产品的拍摄
- ↘ 任务4 收集其他相关信息



任务1 产品图片采集准备

任务概述

随着电子商务的发展,越来越多的企业通过网络进行贸易活动。面对成千上万家的同行,你的产品该如何才能更具有竞争力?发布信息的专业与否,决定着企业产品是否能够吸引买家,从而进一步获得买家发送购买询盘的机会。本任务旨在使学生掌握产品拍摄的特点和要求,正确操作各种摄影器材,并为产品拍摄制作简易的摄影空间。

任务包括:专业产品信息认知、产品拍摄准备、制作简易产品摄影空间。

任务情境

顾帆从某职业技术学院国际商务专业毕业后回到家乡——江南小城吴江。该城在改革开放后,通过经营外贸产品成为当地首屈一指的富镇。顾帆回到父母开办的家庭小厂,雄心勃勃地想用所学技能支持家庭企业发展壮大。顾帆发现,当地的外贸经营主要靠家族经营、朋友帮带的方式开拓国际市场,而自家的小厂由于规模小、起步晚,还时常受到同行排挤,再加上父母文化水平较低,只会生产,不懂经营,在开拓国际市场时处境艰难,经营状况每况愈下。

一次偶然的同学聚会,顾帆了解到几个昔日同窗好友通过网络开拓市场获得了成功,便产生了灵感,准备上网推荐自家小厂生产的产品。

可是顾帆还是遇到了一些问题:

- (1) 应该收集、发布哪些产品信息才能引起网络上潜在客户的关注?
- (2) 在产品图片采集时对摄影器材有什么特殊要求,需要掌握哪些摄影技巧才能拍出优质的产品照片?
- (3) 家中小厂经营不善、资金有限,能否通过自制简易的摄影辅助器材来代替昂贵的专业摄影棚,帮助家里节省开支?

任务 1.1 认识专业产品信息

任务描述

发布信息的专业与否,决定着企业产品是否能够吸引买家,从而进一步获得买家发送购买询盘的机会。本任务主要识别专业产品信息必须具备的基本要素,学会产品信息的获取途径。

任务分析

产品信息质量标准是贯穿在从买家看到卖家的信息到买家选择和卖家交易的整个过程中

的。发布高质量的信息,不仅可以使买家在电子商务平台搜索产品时更容易找到该条信息,同时也会提高买家选择合作和交易的意愿和概率。如:阿里巴巴用信息质量星级来评定发布信息的质量。这里说的信息质量是指供应信息的质量,不涉及供应商质量及实物产品的具体质量。信息是由多个信息要素组成的,供应信息的质量在很大程度上取决于信息要素的质量,主要包括产品名称、产品描述、产品图片和产品目录等。发布优质的产品信息,首先要做好充分的准备。

任务实施

图 1-1 所示为一则发布在中国制造网上的产品信息,请阅读这则信息,并完成以下任务。

Polo Shirt (CW-PS-1)



Polo Shirt (CW-PS-1)



Share | 

Packing: 1PCS/Polybag
Model NO.: CW-PS-22
Standard: S-6xl
Productivity: 50, 0000PCS/Month
Unit Price/Payment: FOB USD3-USD4/PC
Trademark: Crownway
Origin: China
Min. Order: 300
Transportation: by Sea, by Air, by Rail Way and So on
Pattern: Printed & Embroidered
Sleeve Style: Short Sleeve
Material: Cotton
Gender: Unisex
Feature: Compressed
Color: Single & Mix Color
Collar Style: Polo Neck
Export Markets: North America, South America, Eastern Europe, Southeast Asia, Africa, Oceania, Mid East, Eastern Asia, Western Europe

 Online 

 [Add to Basket](#)  [Add to Product Favorites](#)

Product Description

Polo shirt & Golf Polo Shirt & Shirt

1. Fabric: Cotton & CVC & T/C & Polyester
2. Fashion, comfortable, breathable
3. Size: European size.
4. Competitive price, perfect quality, top material, well craft
5. Various styles, sizes, colors and material can be made according to customers' requirements.
6. Customer's designs are welcomed and we also own experienced designer.
7. ODM & OEM are welcomed.

We are a professional garment manufacturer in China and has a good reputation in this field, specializing in down coat, down jacket, padded jacket, Jeans, T-shirt, polo shirt, trousers, children's clothes. We can made all details according to your requests.

If you are interested in our product, please be free to chat to me or email me, I will give you fast reply.
 If you want to have a precise quotation, we hope that you can send us your sample and the detail about it, and we will give you accurate price. Looking forwarding to establishing the mutual benefit business relationship.

图 1-1 产品信息

操作 1:

阅读以上资料,分析一则专业的产品信息须具备哪些要素?以上这些信息可以通过哪些渠道来获得?

操作 2:

分小组按不同行业收集高质量的产品信息(建议上网收集)。将收集到的信息汇总,讨论不同企业发布的产品信息有哪些共性。这些共性往往就是一则规范的产品信息所必须具备的基本要素。



知识链接

1. 专业产品信息四要素

要素一：准确完善的产品名称

(1) 准确的产品名称

产品名称应是行业内通用的产品名称,以便产品能被买家成功搜索到。产品名称的准确与否直接决定目标买家能否直接找到企业的产品,图 1-2 所示为粉末涂料(Powder Coating)的产品展示。

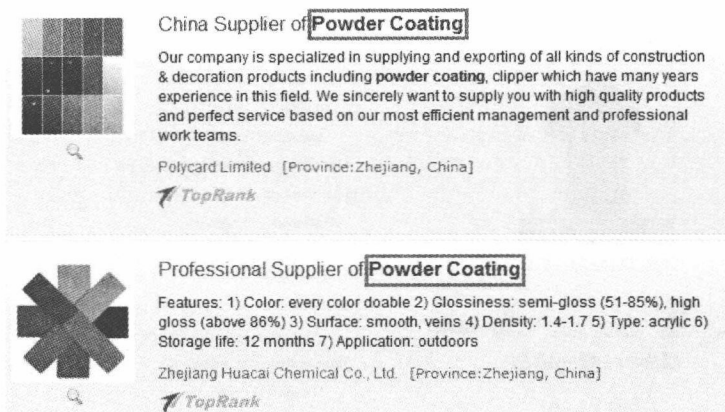


图 1-2 准确的产品名称

(2) 完善的产品名称

产品名称首先要准确,其次要完善。完善的产品名称,可以向买家充分传递信息,引起买家的关注。因为采购商最关心的是能否在最短的时间内找到最匹配、最合适的供应商,那些为采购商提供便利的供应商,更容易获得采购商的青睐,所以在给产品命名时,除了名称的准确,还要注意使用完整、完善的产品名称;但完善的产品名称不代表冗长,科学的产品名称应是准确、完善的核心产品名。此外,在推广的时候,要给产品编号,如图 1-3 所示。



图 1-3 完善的产品名称

信息标题是信息内容的核心浓缩。表述清晰并且包含产品关键信息的标题,能够让用户更容易地了解产品,从而吸引买家更多的兴趣。具体有以下几个方面:

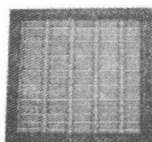
- ① 一个信息标题只描述一种产品,多个产品不要放在同一个标题中;
- ② 信息标题包含产品相关的关键字;

③ 标题中增加与产品相关的描述性词,丰富标题内容,突出产品卖点。

例如,支持混批、支持支付宝、品牌、型号、款式、颜色、材质、功能、特性、促销折扣信息等。

要素二:专业详尽的产品描述

产品描述,是向潜在买家介绍产品,突出产品优势、特性,激起买家的采购兴趣,进一步发来购买询盘。在浩如烟海的网络产品库中,要使自己企业的产品脱颖而出,必须在描述产品时,注意做到产品描述的详细与专业,产品属性填写完整、正确,如图 1-4 所示,这样可以提高信息在搜索时的命中率,大大提高曝光概率,也能够让买家在第一时间更全面地了解产品。



Bamboo Carpet - 2

Add to Basket Add to Product Favorites

Product Description

Beautiful bamboo carpet

Detailed Selling Lead Description

1) Materials:

- A) Hand woven 100% bamboo
- B) Backing: Gauze / Felt / DOT backing / Anti-slip backing
- C) Border: Woven fabric
- D) Width of bamboo slat: 7.5mm/17mm
- E) Thickness of bamboo slat: 2.5mm
- F) Color: Natural / Carbonized
- G) Finishing: Varnish / Colomation / Mult

2) Normal dimensions:

- A) For Europe: 60x90cm, 90x120cm, 120x180cm, 140x200cm, 160x230cm, 170x230cm, 180x210cm, 200x300cm
- B) For North America: 2x3, 3x4, 4x6, 5x8, 6x9, 8x10.

3) Natural handmade bamboo carpets

4) Ideal flooring option for the interior decoration

5) Packing:

Inner packing: 1 PC/polybag (rolled), or According customers requiremnts.

Outer packing: According customers requiremnts

6) If any of our bamboo carpet/rug catch your interests, please feel free to contact us to ask for quotations and relative information. You also can let us know the specification of bamboo carpet/rug you need, we will check and make sure whether we can specially produce. For more sample pictures you can browse our website on the picture.

Discounts available for large purchase.

More Product Features

HS Code: 46012100

Standard: super natural

Unit Price/Payment: FOB

Origin: Anji Zhejiang, China

Packing: Inner Packing: 1 Roll/Polybag Outer Packing:

Min. Order: 1000square metres

Material: Bamboo

Usage: decoration

Kind: decoration

Company: Anji Hengsheng Bamboo and Wood Co., Ltd.

图 1-4 专业详尽的产品描述



产品描述基本信息：

- ◆ 产品的名称、型号(品牌)
- ◆ 产品的应用范围
- ◆ 产品完整的规格参数(包括使用材料、具体尺寸等)
- ◆ 产品的特点、功能(使用方法)等
- ◆ 质量——包括度量单位
- ◆ 包装方式及包装尺寸
- ◆ 可供选择的颜色、尺寸、款式
- ◆ 独特卖点——必要的技术参数,机械、电子产品等技术参数较多的产品,可用表格形式

上传

产品附加信息：

- ◆ 标准(Standard)
- ◆ 商标(Trademark)
- ◆ 生产能力(Production Capacity)
- ◆ 单价/付款方式(Price/Payment)
- ◆ 海关编码(HS Code)
- ◆ 原产地(Origin)
- ◆ 包装(Packing)
- ◆ 最小订单量(Minimum Order)

很多供应商忽视了产品附加信息,实际上买家同样关注这些信息,细节决定成败。

产品详细描述承载了整个产品的详细介绍,包括产品细节图、产品性能、材料、参数表、型号、用途、包装、使用说明、售后服务等方面,图文并茂,突出产品的优势和特点,它是买家决定下单的重要组成部分之一。

根据不同的行业,产品详细描述可能存在不同的介绍方式及侧重点。

在消费品类行业中,特别是小商品、服装、数码等,除了详细的产品文字说明(如产品原料、具体参数、适合人群、包装、运费、服务保障等)外,还需要有多维度的产品细节图,让买家更全面地了解产品。

在工业品类和原材料类的行业中,则更侧重填写全面的产品介绍、参数表格、技术文档、售前售后服务、退换货问题等,建议上传部分产品细节图。

在加工类的行业中,则需要说明加工的产品、产品参数表格、包装、后期服务、运输及公司加工能力等。

要素三：清晰、完整、美观的产品图片

清晰、完整、美观的产品图片应该清晰地展示产品,凸显产品的功能与特性,拍出美感,吸引买家的眼球,这样才能为企业带来更多的买家询盘。图 1-5 是同一产品在不同拍摄效果下的对比。

- ◆ 清晰：模糊的产品图片无法让买家具体了解产品细节。
- ◆ 完整：图片应该包括整个产品。
- ◆ 背景：白色背景最能凸显产品的品质,去掉杂乱的背景,产品看上去更专业。

如果图片不符合上述要求,可以用 Photoshop 软件美化处理。

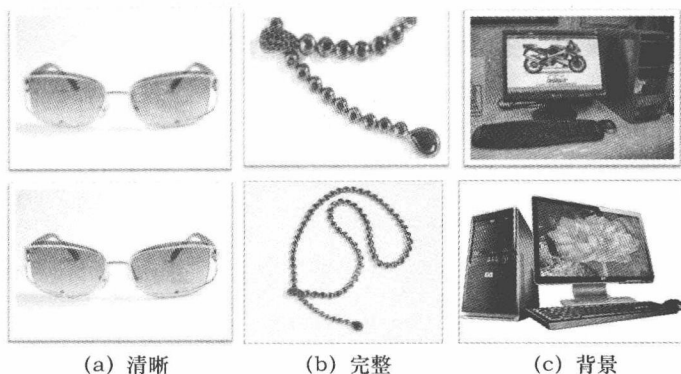


图 1-5 产品图片比较

上传产品的清晰实拍大图,可以帮助买家第一时间直观了解产品细节。上传的产品图片会显示在供应信息的搜索结果列表中,也会显示在该条信息的详情页面上。

产品图片上传小知识点:

① 上传图片大小不能超过 3MB(客户计算机需安装 Flash 10;如未安装 Flash 10,上传图片大小不超过 200KB);

② 图片文件名不要包含标点符号,或者过长,图片都必须是 JPG、JPEG、GIF 格式;

③ 单击上传图片按钮后,网站提供自动加水印功能,水印的内容是供应商公司名称,可以根据需要选择。

要素四: 准确的产品目录

产品目录要选择正确。在发布供应信息时,可以通过输入产品名称等关键词,快速查找并选择正确的产品类目,也可以按照类目结构,逐级选择产品所对应的类目。

(1) 关键词搜索(Search by Keyword)

此即买家输入某产品的关键词进行搜索。如买家需要采购领带(necktie),那么可以用 necktie 这个关键词在电子商务平台上进行搜索,如图 1-6 所示。

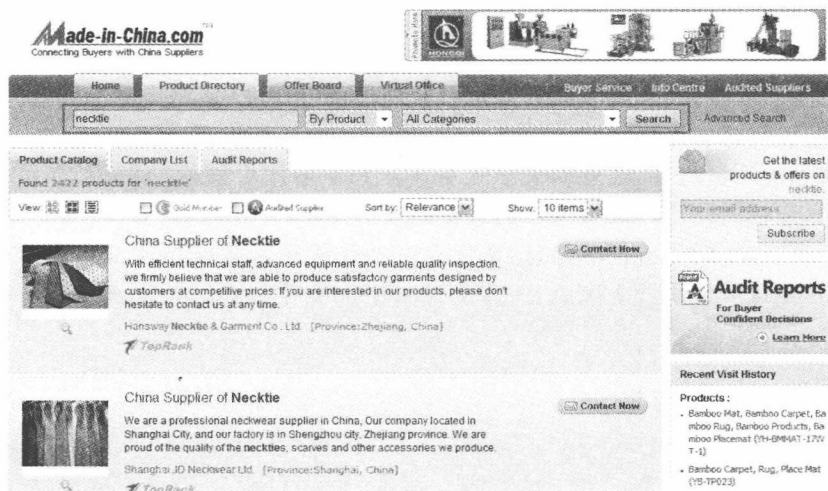


图 1-6 关键词搜索



(2) 产品目录搜索(Search by Category)

一般电子商务平台都会将产品分为很多类别。如领带产品属于目录: Apparel & Accessories(服装饰件)——Necktie & Bow Tie(领带和领结),买家可以逐级单击目录找到领带,如图 1-7 所示。假设企业在发布产品信息时错误地将领带产品放在其他目录中,那么买家就搜索不到这家企业的产品了。

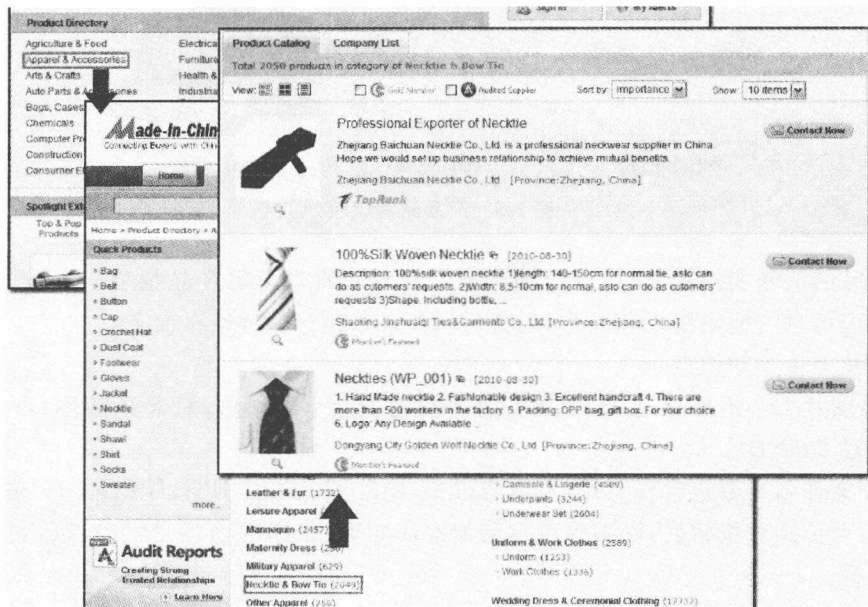


图 1-7 产品目录搜索

2. 高质量产品信息的优势

优势一: 体现卖家专业、用心的形象,更容易赢得买家信任。

优势二: 更易受买家的青睐,吸引买家眼球,提高买家下单订购的概率。

优势三: 将有更多机会被网站抽取做专题页面的推广或推荐。

3. 信息质量评星与排序的关系

信息质量星级是对供应信息质量的展示,星级越高,相应信息的质量就越好。高质量的信息有助于吸引买家的眼光,有助于提升买家对卖家的认可程度,从而更容易促成交易。信息质量星级高的信息,有机会排序靠前。

但除了信息的质量之外,信息的排序先后还受到很多综合因素的影响,如信息的新鲜度、买家搜索行为、市场内同类产品供应商的数量以及所发布产品的数量等。

从长远来看,应不断完善供求信息,多发布一些让买家青睐的高质量信息,同时注意保持信息新鲜度,至少每 3 天重发 1 次。

任务 1.2 产品拍摄准备

任务描述

在产品信息四要素中,图片是排在首位的,这是由电子商务的独特性决定的。在实体店铺

中,客户要判断一个产品是否是他最终想要的,几乎可以把人类的所有感觉器官都用上,即望、摸、试、闻、尝;但是在网络上交易只能通过视觉这一种感觉方式,而网页能提供给客户进行视觉欣赏的也就只有图片和文字。21世纪已经进入了读图时代,而且相对于文字而言,图片更加直观醒目,客户往往更关注图片而不是需要花时间阅读的文字,所以对于一个产品的所有组成要素来说,图片是最重要的,这一点无可争议。本任务主要完成产品拍摄前的场地、器材和物品准备。

任务分析

一张成功的产品照片,能够影响客户对产品本身的印象,从而影响下一步的交易活动。能否把产品真实、清晰地呈现在客户面前,很大程度上决定着客户能否产生购买动机。同样的产品,不同的图片对客户的吸引力的差异是巨大的;产品图片尽管也可以通过后期处理修补,但原始素材才是后期完美输出的关键。因此产品图片的好坏,90%取决于产品实物的拍摄。产品图片是生意开始的敲门砖,是网络销售的灵魂。

产品拍摄不同于艺术摄影、人像摄影,不需要体现照片的艺术价值和较高的审美品位,要更真实地表现产品的真实面貌,但这决不意味着最终的影像就是枯燥乏味的。产品照片具有无可争辩的纪实性,它是客户对产品产生信赖的重要视觉元素,所以产品图片在画面效果上要求是很高的。产品摄影无论是对摄影师的摄影技术、创意能力还是对摄影器材的要求都较高。一张好的产品照片应该画面清晰、色彩真实、细节表现得当。

俗话说:“兵马未动,粮草先行。”要拍摄出优质的图片,就要在拍摄场地、器材、技术等方面做充分的准备。

任务实施

操作 1: 准备合适的照相机,熟悉照相机的各项功能与属性

(1) 选择合适的数码相机

数码相机是产品摄影最主要的工具之一,任何具备记录影像功能的照相机,都能够用于产品摄影;但是,如果从影像的品质上考虑,要能够有效地控制画面效果、拍摄出高质量的产品照片,就要选择适合产品摄影用的照相机。

首先,选择 CCD 尺寸较大的相机。CCD 即感光元件,是一种能把光线转换成电荷进行读取的装置。CCD 越大,它所能记录的图像也就越大。产品摄影需要高质量的影像,能够满足这一要求的照相机,除了镜头的成像质量要高外,能使用较大尺寸的感光元件也很重要,这样才能在拍摄时设定较小的压缩比率,记录下近似原产品大小的图像,确保得到更优质的产品照片。

其次,适合产品摄影用的照相机还需要具有完善的操作性能和各种实用功能,只有这样才能拍摄出各种效果、适应各种对象的拍摄。

◆ 微距功能:是近拍小型物件需要用到的功能。利用微距功能,就有机会拍摄出背景强烈虚化的效果。对拍摄单体产品而言,虚实分明的表现手法简单又有效,用户在拍摄时开启数码相机的微距模式,尽量靠近被拍物体,然后按下快门即可,如图 1-8 所示。

◆ 手动白平衡:拍摄产品前要对数码相机进行手动白平衡设定,如图 1-9 所示,以便拍摄出来的照片不偏色,尽可能还原物体的真实色泽。

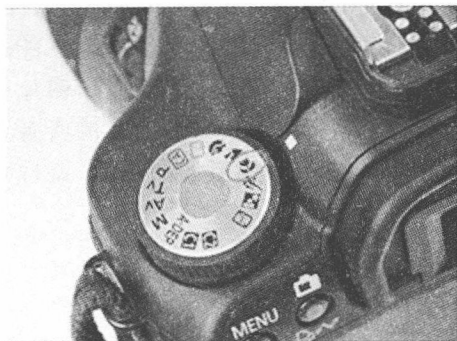


图 1-8 微距

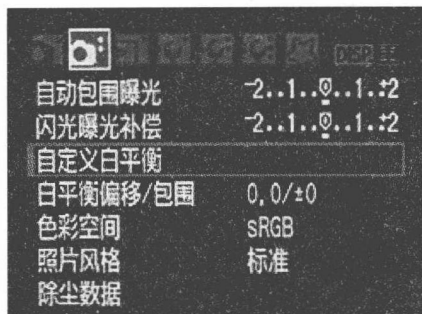


图 1-9 自定义白平衡

最后,照相机的曝光模式中必须要有手动式(M模式),它是由拍摄者直接设定快门速度和光圈值的拍摄模式。在拍摄产品照片时,不应单纯依靠各个产品的反射率自动曝光,而应自主调节不同照明亮度下的曝光值。具体模式类型如下。

◆ **P 模式**(程序自动曝光模式):是相机根据环境自动生成光圈、快门速度组合并进行拍摄的模式。这是一种相机自动拍摄模式,因此,紧急情况下选择使用这一曝光模式可以实现轻松拍摄。

◆ **S 模式**(快门优化曝光模式):由拍摄者设置相机快门速度,而后相机根据环境和拍摄者设置的快门速度自动调节光圈值的拍摄模式。适合拍摄移动物体时使用。

◆ **A 模式**(光圈优先曝光模式):由拍摄者设置相机光圈值,而后相机根据环境和拍摄者设置的光圈值自动调节快门速度的拍摄模式。适合需要调节景深长短程度时使用。

◆ **M 模式**(手动曝光模式):该模式是由拍摄者直接设置快门速度和光圈值的拍摄模式。此时,最好参考曝光计显示的数值来调节曝光值。在需要准确设定曝光值或者被摄体超出曝光修正范围时,适合使用手动曝光模式。

(2) 摄影附件

摄影附件是建立完备的拍摄系统所必需的器材和设置。摄影附件的主要作用在于提高摄影性能,控制或创造特定的画面效果。选择摄影附件应该从拍摄的现场条件和想要取得的拍摄效果等方面考虑。产品摄影所使用的附件种类繁多,可以是用于扩展拍摄功能、提高影像质量的任何东西,但最基本且不可缺少的是三脚架和快门线。

三脚架是在摄影过程中避免因照相机震动而导致图像模糊的重要摄影附件。产品摄影一般对图像有较高的质量要求,而拍摄时照相机震动是使图像质量下降的主要原因之一,加之产品摄影使用较长曝光时间的情况比较多,因而三脚架是不可缺少的附件,如图 1-10 所示。在没有三脚架的情况下,可以使用椅子、箱子之类作为支撑物。

三脚架须配合快门线一起使用,以避免因用手指按动快门而引起的震动现象。产品摄影经常会采用长时间曝光的拍摄方法,所以应当尽量选用带有“T”门锁紧装置的快门线,如图 1-11 所示。



图 1-10 三脚架



图 1-11 快门线

操作 2: 准备拍摄静物台,熟悉静物台的性能与使用

静物台是摄影棚中的一个主要设备,主要用来拍摄小型静物产品,使产品展示出最佳的拍摄角度和外观效果。标准的静物台上覆盖了半透明的、用于扩散光线的大型塑料板,以便于布光照明,消除被摄物体的投影。其台面的高度能够按照要求进行调节,放置塑料板的支架的角度也可以在一定范围内转动和紧固,以适合不同的拍摄需要。如果所拍摄的产品比较特别,比如特别小或者细长的物体,就需要临时订制特别尺寸的静物台和支架,有经验的摄影师都采用普通货架的组构件按照拍摄题材和设计的要求,随时组合各种特殊的静物台,如图 1-12 所示。如果没有专用的静物台,也可以用办公桌、家庭用的茶几、方桌、椅子和大一些的纸箱等代替,如图 1-13 所示。

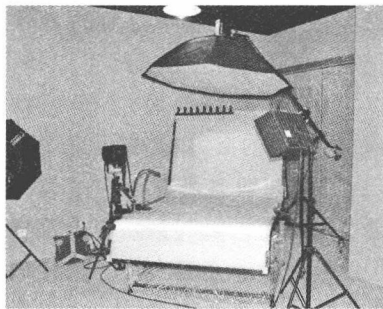


图 1-12 静物台

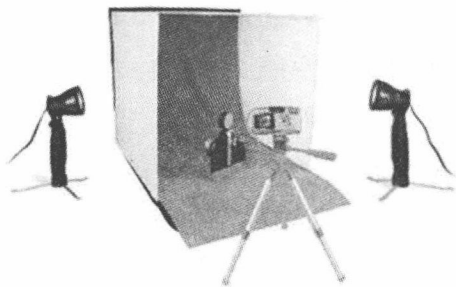


图 1-13 简易拍摄台

操作 3: 准备灯具和反光板,熟悉灯具和反光板的功能、种类与使用

由于产品摄影大都是在摄影棚中完成的,因此,人造光源是最主要的光源。一般而言,任何人造光源都可以做摄影照明,但要想取得较为理想的效果,就需要使用专业的照明灯具;如果有条件,应具备 3 盏以上的照明灯。建议使用 30W 以上三基色白光节能灯,价格相对便宜,色温较好。

为满足灵活布光的需要、控制光质与光的方向,不同的光源又有一系列光源附件供选择使用。如果不希望光线直射,可以使用光源附件,让平淡的画面变得更加饱满,体现出良好的影像光感、质感;同时,利用它适当改变画面中的光线,对于简化画面成分、突出主体也有很好的作用。常用的有反光罩、挡光板、活动遮光挡板、反光板、柔光屏等,如图 1-14 和图 1-15 所示。

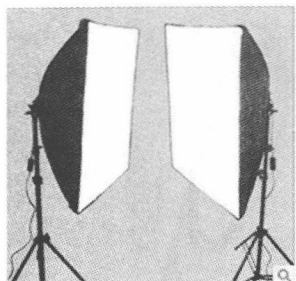
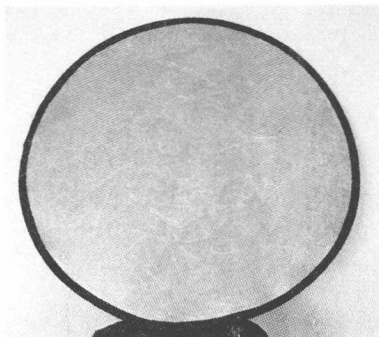


图 1-14 柔光箱



图 1-15 反光板



操作 4: 准备拍摄背景材料,熟悉各种背景材料的功能、种类与使用

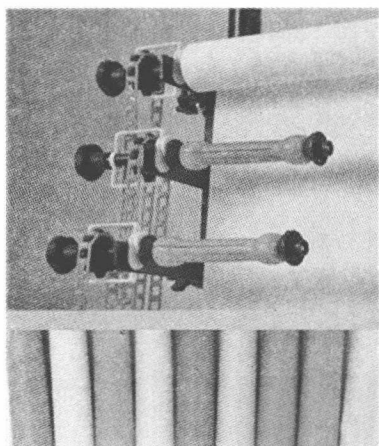


图 1-16 背景纸

为了简化被摄产品的背景、消除背景上的垂直墙面和水平地面相交的线条、塑造符合要求的背景色调,可以在拍摄时使用背景纸或背景布。市场上比较多见的是 $3.75\text{ m} \times 15\text{ m}$ 的卷筒型无缝背景纸,这种背景纸有很多颜色,一般通过专用支架悬挂在摄影棚的上方,使用时向下拉出,如图 1-16 所示。这种背景纸最怕受潮,受潮以后会出现难以消除的起皱现象。如果这种背景纸损坏了一段,可以用刀裁掉,使用余下的部分。

此外,也可以在市场上购买一些质地不同(纯毛、化纤、丝绸)的布料来做背景使用。小件物品的背景选择范围非常广泛,如不同颜色的背景布、卡纸都可以作为背景;首饰或者工艺品可以借助棉、麻、丝、缎,甚至植物叶片等物体突出质感;大件物品室内拍摄,白墙就是很好的背景。

操作 5: 准备拍摄辅助材料,为所要拍摄的产品选择合适的辅助道具材料

要想更好地表现产品,还需要合适的搭配品辅助拍摄:一方面可以起到烘托产品主体的作用,让产品图片不会过分单调;另一方面精美的搭配品也会吸引客户的眼球。例如,做服饰类实拍的时候,使用一些像牛仔裤、黑框眼镜、精美杂志、帆布鞋这样的百搭物品,一定能让产品增色不少。图 1-17 和图 1-18 展示的是同一件衣服,虽然都是实拍图,但给人的视觉印象却相差很多。图 1-17 由于没有选好拍摄背景,缺乏合适的拍摄道具,给人的感觉像是劣质产品,有一种不卫生、来路不正的心理暗示,这样的产品也不可能是客户想要的;而图 1-18 由于采用了背景木板和摄影道具拍摄,再加上对产品进行了摆型,将产品的潮流时尚表现出来,色调明快,构图生动自然,给人感觉衣服的档次马上提高了。

不过在使用辅助搭配材料拍摄时要注意:辅助材料与产品主体之间一定要搭配得当,且辅助材料是为突出产品主体服务的,不能摆放在画面的主要位置或视觉焦点,以免削弱产品主体地位而造成喧宾夺主的不良效果。



图 1-17 未使用辅助材料拍摄



图 1-18 使用辅助材料拍摄

知识链接

1. 产品拍摄的特点和要求

(1) 产品拍摄对象

产品拍摄对象,从广义上来说,是指一切可以出售的物体,包括自然界的花卉、树木、瓜果、蔬菜、日常用品、工业用品、手工艺品、历史文物等。本项目是从狭义的角度而论,拍摄的表现范围是室内产品、饰物、花卉、器皿、工艺品等一些体积较小、可以人工摆放的物品。产品拍摄不同于其他题材的摄影,它不受时间和环境的限制,可以在任何时候进行拍摄,拍摄的关键在于对产品有机地组织、合理地构图、恰当地用光,将产品表现得静中有动、栩栩如生,通过产品照片给客户以真实的感受。

(2) 产品拍摄的特点

① **对象静止**:产品拍摄区别于其他摄影的最大特点,是它所拍摄的对象都是静止的物体。

② **摆布拍摄**:摆布拍摄是区别于其他摄影的又一个显著特点,它不需要匆忙的现场拍摄,可以根据拍摄者的意图进行摆布,慢慢地去完成。

③ **还原真实**:不必过于追求意境,失去产品的本来面貌。

(3) 产品拍摄的总体要求

产品拍摄的总体要求是将产品的形、质、色充分表象出来,而不夸张,如图 1-19 所示。

形,指的是产品的形态、造型特征以及画面的构图形式。要点在于角度选择和构图处理,注意避免失真,最好同时附有参照物,便于客户直接理解产品的实际尺寸。

拍摄关键:尽量和被摄物体保持水平。

质,指的是产品的质地、质量、质感。这是对拍摄的深层次要求,也是展现产品价值的绝好手段。产品拍摄对质的要求非常严格。体现质的影纹层次必须清晰、细腻、逼真;尤其是细微处,以及高光和阴影部分,对质的表现要求更为严格。用恰到好处的布光角度、恰如其分的光比反差,以求更好地完成对质的表现。

拍摄关键:配合使用相机的微距功能、布光和三脚架等。

色,即产品的色彩还原。产品拍摄要注意色彩的统一。色与色之间应该是互相烘托,而不



图 1-19 产品摄影

是对抗,是统一的整体。“室雅无须大,花香不在多”,在色彩的处理上应力求简、精、纯,避免繁、杂、乱。特别是服装类产品,拍摄后要及时核对样片,防止出现色差引起售后纠纷。

拍摄关键:自定义白平衡可保证色彩还原准确。

(4) 产品拍摄的具体要求^①

◆ 光线:为了更好地表现产品的形状和细节,一般需选择同产品大约成 45° 角的侧光。灯光配置尽可能为两个以上,这样可以保证产品左、右受光均匀。注意:灯光的数量及高、低、远、近对产品都有一定影响。

◆ 背景:拍摄环境背景力求单一,突出被拍摄主体。背景纸的放置方式要恰当,最好成弧形放置,这样能够避免背景上出现接缝和折痕。对于小件物品,可以铺白纸或白布拍摄;对于大件物品,宜使用干净整洁的背景,不能喧宾夺主。

- ◆ 构图和造型:可以为产品选择合适的道具、突出重点,每个产品单独拍摄。
- ◆ 上传:利用图片之间的逻辑关系,将产品的正面、背面和侧面图片分别上传。

2. 常见静物产品的拍摄特点

静物产品是指人们日常使用的小型产品,这类产品的外形多种多样,质地也各不相同,因此,需要有针对性地运用各种拍摄方法和表现技巧才能完成此项工作。拍摄静物产品的最大特点是需要有最为精确的视觉效果控制,取得最高的影像质量,因而大都需要在摄影棚中进行拍摄,这样可以排除各种外界因素对拍摄活动和画面效果的影响;有时还能够进行精确的构图用光,以最大限度地实现对画面效果的掌握能力。有时需要在外景拍摄静物产品,此时的表现目的一般是以现场环境来衬托产品,以此说明产品的某些特性、烘托某种气氛和情调,如图1-20所示。在这种自然光照明情况下,可能仍需要运用人造光做补充照明,以获得最佳、最精确的光照效果。

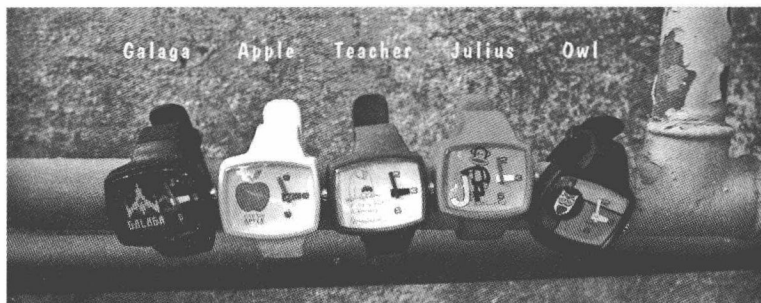


图 1-20 户外静物产品拍摄

静物产品拍摄一般在静物台上进行。将产品放至普通桌面的高度,可以取得日常使用该

^① 阿里学院-产品图片拍摄处理技巧(<http://www.alibado.com/course/detail-specialCoursePlay-28485-1.htm>)

产品时的视点效果。静物台是能够弯曲的台面,可以制造画面中的各种背景效果,服务于画面。在拍摄一些体积比较小的产品,如戒指、珠宝、首饰以及某些电子元件时,微距镜头必不可少,静物产品的拍摄需要最高的图像清晰度。为取得理想的画面构图,静物产品摄影通常需要根据事先的设计草图来进行拍摄。这种草图仅仅是静物产品拍摄的起点,因为无论多么精细清楚的草图,都不可能预先精确地描绘出最终画面的光影效果。所以,在实际拍摄过程中,需要根据实际情况对道具的布置、拍摄的角度、照明灯光、背景和陪衬物体做适当的调整。

静物产品画面的气氛,在很大程度上取决于构图中所采用的陪衬物以及背景。

任务 1.3 制作简易产品拍摄空间

任务描述

由于我们不是专业的摄影师,设备欠缺,技术有限,因此在没有专业摄影棚条件的情况下,我们需要自行创造辅助拍摄条件,找到合适的代用品来充当拍摄道具。本任务为利用现有的物品,搭建适合产品拍摄的简易空间。

任务分析

简易摄影棚又称为“亮棚”,它是一种四周覆盖着柔光布的折叠软箱。当摄影空间不够宽敞时,使用“亮棚”拍摄纯色产品图片不失为快捷途径。如果我们暂时没有专业的摄影棚,完全可以发挥 DIY 的精神,用身边易得的材料制作简易摄影空间。

任务实施

操作 1: 搭建适合平铺拍摄的摄影空间

有些产品的形态接近平面,一次只需展现一个面。这种产品的拍摄道具由一些平面组成,照明比较容易控制。

- ◆ 在事先备好的三合板上铺上一层背景纸,将图画纸的 4 个角用透明胶带固定住。
- ◆ 把要拍摄的产品放在背景纸上。
- ◆ 在产品的左边竖起白色板。在拍摄时,白色板会对从右侧照明投射过来的光进行反射,而后投向产品。

使用这些摄影道具进行拍摄时应当注意:要保持好角度的水平与垂直,以免产品的形状出现扭曲。为此,在拍摄时只能把腰弯成 90° 。如果保持这种姿势进行长时间拍摄,自然会感到痛苦不堪,但只要把三合板稍微倾斜一下,拍摄者就会感觉比较舒适了。

通过以上内容可以看出,平面摄影的道具比较容易搭建;但是,如果掌握不好相机与产品角度的水平与垂直,产品的形状就有可能会发生扭曲。因此,搭建道具时需要格外注意。

操作 2: 搭建适合立体拍摄的摄影空间

大多数产品是立体的,而照片却是二维平面图像,因此,很难用一张照片展现出物体全部的立体感。要想同时拍摄出立体形产品的几个面,就需要制造出较好的阴影效果,搭建摄影道具时应该充分考虑到这一点。