


配光盘 

Commercial
Photography

商业摄影

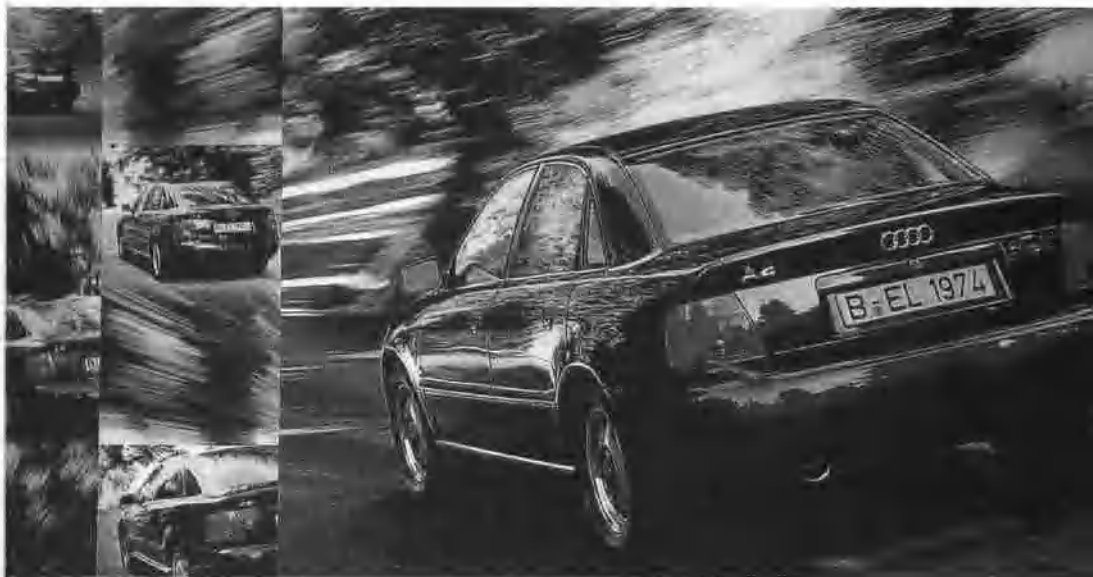
新编

■ 北京摄影函授学院试用教材

中国摄影出版社

新编

北京摄影函授学院试用教材



商业摄影

北京摄影函授学院教材编写组 主编

中国摄影出版社

图书在版编目(CIP)数据

商业摄影 / 北京摄影函授学院教材编写组主编. —北京: 中国摄影出版社, 2005.5

ISBN 7-80007-828-0

I. 商... II. 北... III. 商业广告—摄影艺术—教材 IV. J412.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 049749 号

书 名: 商业摄影

作 者: 北京摄影函授学院教材编写组

责任编辑: 青 梅 常爱平

封面设计: 朱 静

出 版: 中国摄影出版社

地 址: 北京东单红星胡同 61 号 邮编:

发行部: 010-65136125 65280977

网 址: www.cpgph.com

邮 箱: sywsgs@cpgh.com

制 版: 北京新生代彩色制版公司

印 刷: 北京蓝马彩色印刷中心

开 本: 32 开

印 张: 6.25

版 次: 2005 年 6 月第 1 版

印 次: 2005 年 6 月第 1 次印刷

印 数: 1—6000 册

ISBN 7-80007-828-0/J·828

定 价: 35.00 元

版权所有 侵权必究

第一章

什么是商业摄影



本章重点

- ※ 明确什么是商业摄影
- ※ 了解商业摄影的范围
- ※ 熟知商业摄影的特点

一.什么是商业摄影

自从摄影技术诞生的那一天起,摄影本身就表现出了其巨大的实用性,在摄影诞生160多年后的今天,摄影的实用性不仅没有消失,反而更加受到重视了。正是摄影的这种实用性使摄影行为具有了商业价值。一般来说,以商业为目的的摄影活动都可称之为商业摄影。当然,从广义上讲许多摄影行为都具有商业性,除了有些款爷有了足够的资本、玩票似的浪费胶卷,有些人以摄影为消遣外,相关的摄影活动都或多或少的带有一些商业色彩。比如拍摄作品参加摄影比赛赢取奖金,拍摄照片为报刊杂志投稿换取稿费,为一些厂矿企业拍摄开工剪彩等活动场景来赚取一些拍摄劳务费等等,都是具有一定商业特征的摄影行为,甚至拍摄的艺术作品也可以在图片市场上拍卖到成千上万的价钱。因此,除了以“玩票”或者消遣为目的的摄影外,摄影与商业是密切联系、不可分离的。

尽管从广义上讲,许多摄影行为或多或少地与商业发生着联系,但并不是说所有的这些摄影行为都是商业摄影。像艺术摄影作品、新闻摄影作品本身确实具有很高的商业价值,但是它们却不属于商业摄影的范畴,因为摄影师在拍摄这些作品时并不是把它们作为商品来创造,并且作为商品来运作的。只有摄影行为本身所追求的目的具有商业性时,我们才将其称之为商业摄影。

进入21世纪,商业摄影涵盖的范围已经非常广泛,商业人像摄影、商业广告摄影、商业库图片摄影是其中最令人关注的商业摄影范畴。

摄影作为一种商业手段,最早应该起始于利用相机为人们拍摄照片。据说在摄影术发明之后的很短时间内,摄影作为一种为人们拍摄照片的手段风靡整个欧洲,当时甚至出现了万人空巷等



《冰河》达里尔·本森 摄

▲摄影与商业是密切联系的，一些艺术作品也具有相当高的商业价值，在拍卖市场上可以获得相当高的拍卖收入。

待拍照的情形。

可以说，摄影自发明的那一天起，就以它的



《疯狂的达盖尔摄影术》

▲达盖尔摄影术发明之后，很快风靡整个欧洲，甚至出现了万人空巷等待拍照的情形，这幅《疯狂的达盖尔摄影术》描述了当时的情形。

实用性而进入了商业领域，摄影师更是成为了一个具有一定技术含量的职业工种。这种为人们拍摄照片的商业摄影延续到今天，已经深入到了人们生活的方方面面。比如人们小的时候要到照相馆去拍摄百日照、周岁照，长大了要拍各种证件照，结婚要拍婚纱照，到老了则要拍全家福。人们希望借助摄影留住岁月的同时，也为摄影提供了广阔的商业空间。因此，商业摄影中的人像摄影应该是兴起最早、应用最为广泛、社会影响最大的摄影领域。

证件照是商业摄影的一个组成部分，不要小

照证件照,要想拍摄合格的证件照也需要相当多的专业知识。



证件照

除了商业人像摄影之外,随着人类社会的发展,视觉文化逐渐成为了人类传播信息、进行交流的工具。而视觉文化的兴起大大促进了商业摄影的发展,特别是商业广告摄影取得了极大的发展。随便翻翻我们身边的杂志,就可以看到广告摄影有多么的繁荣。商业广告摄影摆脱了商业摄影仅仅局限在人像摄影方面的特点,大大地开拓了商业摄影的领域。商业广告摄影涉及的范围相当广泛,它和与我们生活息息相关的一切事物几乎都有着联系,涉及到人们的衣、食、住、行等各个方面。



▲翻开报纸、杂志,随处都可以看到各种商业摄影广告。



商业库图片

除了商业人像摄影和商业广告摄影之外,随着社会经济的不断发展,整个社会对于图像的需求呈现出爆炸性增长的趋势,这一趋势不仅大大促进了摄影市场的形成,而且也为摄影带来了新的商业机会。随着专业化分工的出现和商业图片库的兴起,商业图片库摄影成为了许多商业摄影师努力的新领域。

二. 商业摄影的特点

(一) 商品性

商业摄影有着明确的目的,首先是摄影师具备一定的拍摄动机,这个拍摄动机就是商业化,即把摄影作为一种商业活动,这正是商业摄影与艺术摄影、休闲摄影明显不同之处,也是商业摄影与休闲摄影、艺术摄影最为本质的差别。

休闲摄影把摄影行为定位在消遣,是一种娱乐行为。尽管你可以使用最好的、最昂贵的、最专业的机器去拍摄,但是如果只把它作为娱乐消遣来对待,就不可能拍摄出真正的商业片。

醉心于艺术摄影的大师们追求的是表达人类的审美感受,他们创作的作品融入了个人的理念。尽管艺术与商业、艺术与市场并不矛盾,尽

管从事艺术摄影的人们并不回避金钱，也并不回避摄影的商业价值，但是摄影艺术家创作艺术作品的出发点是把摄影创作当作一件非常神圣、非常严肃的事业，他们在摄影作品风格和艺术的追求上，与商业摄影也有着本质的区别。



艺术摄影作品：《多才多艺的柯克多》哈尔斯曼 摄
▲摄影大师哈尔斯曼把摄影技术运用得炉火纯青，他颇具创造力的思想为艺术摄影的历史留下了很多为人称道的作品。

商业摄影则从一开始就明确地向公众表明：摄影行为本身就是商业行为。商业摄影师把相机、镜头、闪光灯等等作为从事商业活动的工具，把摄影技能作为手段，来拍摄具有商业价值的摄影作品。因此，商业摄影无论其行为还是最终的作品都具有商品性。



商业摄影作品：酒类广告摄影

（二）社会性

商业摄影与休闲摄影、艺术摄影另外一个不同之处在于：休闲摄影和艺术摄影作品本身会更多地展示摄影师个人的想法与追求，而商业摄影则不然。一般来说，摄影师拍摄商业作品总是为别人服务的，是要将作品展示给别人观看，并以

此达到说明问题、吸引观众注意等目的。因此商业摄影行为和商业摄影作品本身就是一定社会条件下的产物，商业摄影必须是在为社会、为他人服务的同时产生效益。从事商业摄影的摄影师不仅要熟练地使用摄影器材，熟练地掌握摄影技能，而且还要掌握商业交往的规律，要善于与服务对象进行沟通，来把握最终的创作方向。商业摄影已经不再是个人的行为，而是将摄影与他人或者其他组织甚至整个社会联系起来。商业摄影具有明显的社会性特征。



◀这是为一家国外企业拍摄的广告摄影作品，为了突出企业与中国共同成长这一主题，摄影作品充分运用了具有中国文化符号的道具。

（三）艺术性

就商业摄影而言，一方面有些商业摄影只需要发挥摄影简单的记录描写功能，而另一方面更

多的商业摄影则要求作品要具有很强的创造性。无论是记录性的摄影，还是创造性的摄影，对于整个摄影工作来说都具有一定的艺术性。摄影师为了满足客户的要求，拍摄出来的每张图片都是精心选择光线、精心构图得来的，每幅作品都有一定的艺术含量。艺术性是商业摄影本身就具有的特征。



《时装》莎拉·西尔弗 摄

▲商业摄影作品有的时候也是一件精美的艺术作品。

（四）技术性

为了达到客户的要求，商业摄影师必须掌握相当完备的技术，保证摄影作品的质量能够满足客户的需要。商业摄影不像我们平常拍摄纪念照，它有其自身的规律与特点，对于摄影技术、技巧，甚至摄影器材的要求非常高。



《汽车广告》克里斯·温佩 摄

▲为了拍摄这辆汽车的广告，摄影师组织了一个摄影小组，精心研究光线的布置。可以说没有娴熟的摄影技术，要想拍摄出精彩的商业摄影作品是很困难的。



1. 相机；2. 汽车；3. 4千
瓦秒HMI摄影灯；4. 4×4英
尺柔光屏；5. 2盏1万千瓦HMI
摄影灯，加用玻璃纤维柔光片；
6. 4×4英尺遮光片；7. 2×
3英尺遮光片；8. 2只闪光灯头，
加用格栅、磨砂玻璃和1/2档
明胶片；9. 2×3英尺遮光片；
10. 20英尺高雨水塔；11. 1千
瓦秒托塔摄影灯，加用磨砂玻
璃屏。

一些摄影师跟着摄影旅游团也可以拍摄到精彩的作品，甚至有些摄影师不经意的拍摄也可以偶尔得到一两张好的作品，一旦获奖还可能为自己赢得很多荣誉，甚至由此而走向发达。但是这样一种创作状态运用在商业摄影中就不行了，没有一个商业摄影师是靠运气走向成功的。因为商业摄影中包含了太多的技术因素，没有一定的技术水准，没有娴熟的摄影技巧绝对拍摄不出精彩的商业摄影作品。

思考题：

1. 什么是商业摄影？
2. 商业摄影都包括哪些范围？
3. 商业摄影都有哪些特点？

第二章

商业摄影的器材选择



本章重点

- ※ 认识与熟悉各类相机在商业摄影中的不同特点
- ※ 了解与掌握商业摄影的各种相关摄影器材

“工欲善其事，必先利其器”，这是古人的名言。对于商业摄影来说，摄影器材的选择与应用同样十分重要。许多摄影大师都告诫我们：对于休闲摄影、新闻与纪实摄影，甚至艺术摄影而言，器材的选择只要满足创作的需要就可以了，与摄影师清醒的头脑比起来，器材绝对是次要的。但是对于商业摄影而言，摄影师不仅需要善于思考的头脑，而且也需要有完备的器材与工具。

这里我们分门别类地介绍了135 胶片相机、120 中画幅相机、机背取景大画幅相机以及数码相机中的一些经典和常用机型，由于篇幅所限，本书不能将各个机型完全收录，读者在实践中也要根据自己的需求酌情购买和选择。

一. 商业摄影的相机选择

(一) 135 胶片相机

一些摄影师认为135 相机不能从事商业摄影，其实这完全是一种误解。135 相机以其轻便性、灵活性等特有的功能在商业摄影中应用十分广泛。商业摄影使用的135 相机一般要选择附件齐全、拥有庞大镜头组的单镜头反光相机，这类相机在商业摄影中适用领域比较宽广。

1. 中国产 35mm 单镜头反光相机

国产相机产业发展相对于国外而言有一定的差距，但是国产相机相对低廉的价格对于刚刚进入商业摄影领域的摄影师，特别是对一些小型的照相馆、工作室来说，是一个不错的选择。