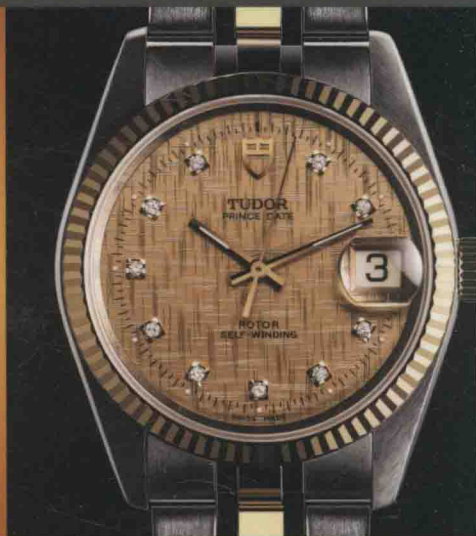


# COMMERCIAL PHOTOGRAPHY

## 商业摄影 实战笔记

刘雯 著



# COMMERCIAL PHOTOGRAPHY

## 商业摄影 实战笔记

刘雯 著



化学工业出版社

· 北京 ·

本书共分为四个部分，第一部分介绍商业摄影的定义、分类，摄影工作室与团队的建设，并简单梳理拍摄项目的执行过程。第二部分讲述光线的本质、拍摄前的准备工作、拍摄使用的器材以及与光线之间的关系。第三部分以案例的形式讲解产品和商业人像的拍摄用光，针对不同材质有技巧地使用附件来调整光线，使读者更深入地了解商业摄影真实的拍摄现场。第四部分总结了数码摄影后期图像处理的基础知识和规范流程，同时通过具体的案例传授后期制作的小技巧。

本书适合摄影及相关专业的在校师生学习使用，同时也适合于相关的从业人员参考学习。

## 图书在版编目（CIP）数据

商业摄影实战笔记/刘雯著. —北京：化学工业出版社，2016.8

ISBN 978-7-122-27315-4

I. ①商… II. ①刘… III. ①商业摄影-摄影艺术 IV. ①J412.9

中国版本图书馆CIP数据核字（2016）第127524号

---

责任编辑：李彦玲  
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：北京方嘉彩色印刷有限责任公司  
787mm×1092mm 1/16 印张10<sup>3</sup>/<sub>4</sub> 字数283千字 2016年9月北京第1版第1次印刷

---

购书咨询：010-64518888（传真：010-64519686） 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：58.00元

版权所有 违者必究



## 前言 FOREWORD

随着数码影像技术的不断进步,拥有一台成像优质的数码相机不再那么遥不可及,拿起相机谁都可以成为“摄影师”。但是,没有扎实的基本功底、没有思考和审美的摄影师终将沦为拍摄的工具。摄影在国内外归属于艺术的范畴,但在中国,摄影已大多成为服务行业,没有得到应有的尊重以及重视。并且,中国商业摄影行业发展的一个显著特点是地域性差异十分明显。北上广不必说,经济与文化的高度集中自然带动了摄影多方面的发展空间。然而整体上来讲,南方由于其轻工业较为发达,商品具备更新换代较快且周期短的特点,为了加快流通与宣传的力度,商业拍摄是必然选择,这给商业摄影提供了非常好的市场环境;而北方重工业城市较多,拍摄项目则少得多。因此,南北经济领域的不同造就了商业摄影市场发展的极度不均衡,而且这种现状在短时间内无法改变。

归根结底,摄影是光线的艺术,按动快门来获取一张照片不是目的,怎样富有创造性地运用光线才是摄影追求的终极目标。这本书是我多年摄影生涯的学习笔记,也是个人对商业摄影的理解与总结。从光线的本质开始讲起,分析不同种类光源的光效,再到承接光线的被摄体表面质感的还原与表现。本书具体讲述了商业摄影中精巧的用光技法,摄影器材的种类及使用。通过典型材质的案例分析,分步骤讲解布光的过程、拍摄现场的再现、图片的后期制作等,向读者模拟真实的商业摄影环境,理论与实践相结合,由浅入深地阐述商业摄影所需要达到的基本技能与提升门径,旨在帮助想要从事商业摄影或者正在从事商业摄影的读者更好地了解商业摄影的工作内容、操作流程以及怎样为品牌广告商家与商业包装创作相应的摄影图片。这里提供了一个幕后视角去了解当下商业摄影行业的现状,同时展示了在商品拍摄项目过程中一些和摄影相关的工作内容。比如,拍摄前期的准备工作,成为一名专业的摄影师所具备的软硬件设备,怎样制作拍摄道具以及搭建场景,怎样指导并协助后期修图师达到客户的要求,最重要的是如何与客户沟通并说服他们理解并接受你的拍摄方案。而这就是本书最大的意义。

感谢我的启蒙老师吕红军,带我进入商业摄影的大门,从光的本质出发并找寻到商业摄影的意义所在。

感谢我的老师——中国十佳广告摄影师黄伟、史自峰,在摄影的道路上给予我的帮助和教导,尤其在本书的写作过程中,无论是前期的拍摄还是后期图像处理,都给予了很多宝贵的意见和建议!

同时感谢我的编辑李彦玲老师与大连工业大学的孙越老师,没有你们的鼓励与信任就没有这本书的顺利出版。

最后,感谢我的家人,感谢你们的陪伴与支持。

刘 雯  
2016年5月



### 001 第一部分 写在拍摄前的话

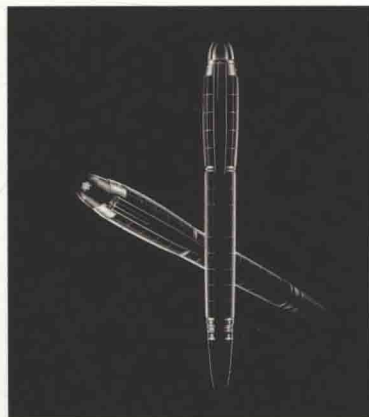
---



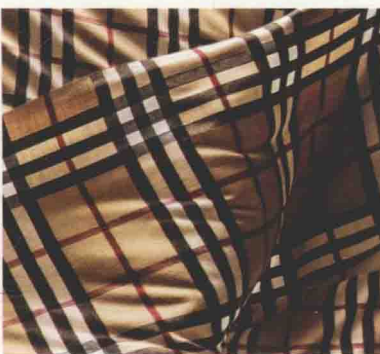
- 一、商业摄影概述 / 002
  - 1. 商业摄影的定义 / 002
  - 2. 商业摄影的类别 / 002
- 二、影棚与团队的建立 / 002
  - 1. 影棚的创建 / 002
  - 2. 团队的建立（人员的配备、分工与管理） / 003
  - 3. 建立网站/作品库/素材图片库 / 003
- 三、商业摄影的工作流程 / 004

### 007 第二部分 光线的奥秘

---



- 一、重新认识光线 / 008
  - 1. 光源的种类 / 008
  - 2. 闪光灯 / 009
  - 3. 光的特性 / 013
  - 4. 光的三种传播方式（直射光/透射光/反射光） / 014
- 二、神奇的附件 / 016
  - 1. 闪光灯附件的种类 / 016
  - 2. 影室闪光灯附件的光影差别 / 020
- 三、拍摄前的准备工作 / 025
  - 1. 相机和镜头 / 025
  - 2. 搭建拍摄台面 / 026
  - 3. 确定机位 / 027
  - 4. 球形体和立方体是拍摄所有产品的原型 / 028
  - 5. 分析产品的材质 / 030
  - 6. 确定整体影调 / 031
  - 7. 联机拍摄 / 031



## 一、珠宝与钟表拍摄案例 / 039

- 案例一 玫瑰与白金钻戒 / 041
- 案例二 夜空中最亮的星——钻石项链 / 043
- 案例三 红色浪漫——玫瑰金耳环 / 045
- 案例四 经典英伦——Burberry腕表 / 047
- 案例五 时间的执行者——帝舵手表 / 049
- 案例六 永不磨损——雷达女士腕表 / 053
- 案例七 达摩祖师——唐玉墨玉玉石雕像 / 057
- 案例八 八骏图——唐玉墨玉玉石雕像 / 061

## 二、化妆品类拍摄案例 / 063

- 案例一 悦木之源面霜——菌菇的力量 / 065
- 案例二 SK-II肌源赋活修护精华霜 / 067
- 案例三 纯白的世界——雪肌精 / 069
- 案例四 薇姿男士洁面——电光炫彩 / 071
- 案例五 水元素与兰芝睡眠面膜 / 073
- 案例六 薇姿男士多效焕肤保湿露 / 077
- 案例七 里海之迷化妆品组合拍摄 / 079
- 案例八 里海之迷——色彩的组合 / 081
- 案例九 金色的午后——Burberry香水 / 083
- 案例十 光线的技巧——NYX唇膏 / 085

## 三、食品与饮品拍摄案例 / 087

- 案例一 百年的传承——百威啤酒 / 089
- 案例二 安静的力量——瀚度矿泉水 / 093
- 案例三 燃烧的火焰——黑卡6小时维生素饮料 / 097
- 案例四 滋滋作响的牛排 / 099
- 案例五 暖阳下的面包 / 101
- 案例六 食品造型——汉堡 / 105

## 四、纺织品与皮革拍摄案例 / 107

- 案例一 雪中奇迹——ASH品牌运动鞋 / 109
- 案例二 可爱与优雅并存——LA PAGAYO圆形包 / 113
- 案例三 HERITAGE 格纹经典羊绒围巾 / 115
- 案例四 奢华的丛林——LA PAGAYO女包 / 117



## 五、工业与技术拍摄案例 / 119

- 案例一 闪耀的组合——万宝龙签字笔 / 121
- 案例二 速度与激情——帕加尼风神 / 123
- 案例三 拉丝的艺术——汉兰达尾门护板 / 127
- 案例四 白与黑——汉兰达前雾灯罩 / 129
- 案例五 最令人头痛的材质——镜子 / 131
- 案例六 线条之美——小提琴 / 133

## 六、商业人像拍摄案例 / 135

- 案例一 经典珠宝人像 / 137
- 案例二 清透肌肤质感——基础护肤裸妆人像 / 139
- 案例三 男士洁面创意水元素妆面 / 141
- 案例四 创意妆面 / 143

# 144 第四部分 商业摄影后期制作

---

## 一、常见的三种图像格式 / 145

- 1. JPEG (Joint Photographic Experts Group 联合图像专家组) / 145
- 2. TIFF (Tagged Image File Format 标签图像文件格式) / 145
- 3. RAW 格式 / 145

## 二、修图五步曲 / 146

- 第一步：原始冲片 / 146
- 第二步：整理画面 / 147
- 第三步：质感与层次 / 147
- 第四步：调色以及追色 / 149
- 第五步：锐化与降噪 / 151

## 三、产品的后期实战案例 / 153

- 案例一 多焦点前期拍摄，多景深后期合成 / 154
- 案例二 绘制新的LOGO——化妆品后期案例 / 159
- 案例三 用“中性灰”修产品！——皮革后期案例 / 163



# 166 参考文献

---

# 商业摄影实战笔记

Commercial  
Photography



PART  
01

第一部分  
写在拍摄前的话



## 一、商业摄影概述

### 1. 商业摄影的定义

商业摄影，是以商品为主要拍摄对象，并服务于商业信息传播活动的一种摄影。它通过表现商品的外观造型，性能和用途等，以促进商品的流通，从而引发顾客的购买欲望。

### 2. 商业摄影的类别

按照拍摄内容来分类，商业摄影可分为产品静物拍摄、服务性广告拍摄、纪实形象宣传拍摄、人物广告拍摄四大类。

① 产品静物拍摄。专门拍摄实体性的产品或者产品外包装。比如珠宝首饰、化妆品、食品、汽车、家居产品等等。产品静物拍摄的对象是用于实体商业推销或是网络营销展示的实物，拍摄方式分为两种：一种为单品拍摄，不需要搭配道具和背景的褪底图片，主要用来向消费者以及代理商展示产品细节；另一种是传播品牌文化的概念性海报拍摄，选择最具有代表性的单品，同时搭配相关主题的工具及场景，用光与拍摄要求更为精确考究。本书主要内容为介绍此类产品静物的拍摄方法和技巧。

② 服务性广告拍摄。拍摄对象为不具实体的虚拟性的服务项目，以此传达该服务项目的概念以及消费者使用心得体会，比如常见的金融、电信、保险、交通及旅游等项目。其中，最为常见的有旅游广告、航空广告、公益性广告拍摄，拍摄重点在于将虚拟产品转化为易于理解的视觉图像。

③ 纪实形象宣传拍摄。介绍企业文化以及品牌的推广，拍摄内容侧重于介绍企业的经营内容和规模、技术水准、生产设备、职工培训以及高层管理人形象等内容。一般多用于企业宣传册、展览会、挂历等媒体上，主要通过现场采访和实地勘景拍摄来完成，具有一定的纪实性。

④ 人物广告拍摄。利用人物形象作为主体或者陪衬商品的商业广告摄影，比如常见的化妆品广告，服装广告、媒体杂志等。这里“人”只是作为一种载体，媒体以及厂商常利用人物的形象和知名度来引导消费者进行购买。

## 二、影棚与团队的建立

### 1. 影棚的创建

摄影师需要根据自己的拍摄对象与范围来规划影棚的建设，根据项目的需要设置多个功能区，比如影棚、会客厅、办公室、化妆间、休息区以及储物间等。如果是人像的拍摄项目较多，那么影棚的面积相对来讲可以稍大一些，需要配备给模特换装的更衣室以及独立的化妆造型室，影棚的举架至少达到5米以上，方便使用一些尺寸较大的道具和闪光灯附件，比如使用直径2米的反光伞，这需要举架有足够的高度，否则明明是来自模特头顶的直射光线却变成贴近地面的平行光线。某些拍摄项目需要在室内搭建模拟室外的仿真场景，没有足够大的空间是绝对完成不了的；如果是经常接拍一些体积较小的产品拍摄，那么对于影棚的硬件条件就没有太高的要求，甚至在普通的住宅公寓内就可以执行拍摄任务，这对于刚刚起步的商业摄影师来说再合适不过了。但如果是专业拍摄汽车的摄影师，那么就需要准备专业的汽车摄影棚。举架至少8米以上，大门能进货车、卡车及各种轿跑车，墙面地面做过专业油漆和无缝处理，所以汽车影棚也叫“鸡蛋棚”。棚顶一般配备有大型柔光屏便于处理车顶灯光（图1.1），通过调整柔光屏的位置以及

光线照射的角度，可以在车身的引擎盖以及前车窗做出流行的切割光效。这种专业影棚的维护费用十分高昂，对于摄影师来说，购买还是租赁，可根据公司运营情况来安排。

影棚的选址要求不高，商业摄影师接单不需要依靠人流量的带动，因此选择一些交通便利、偏远的区域也不会存在太大的问题，现在比较流行的创业园区和文化产业基地或许是一个非常好的选择。浓郁的艺术氛围、周围便利的设施、非常适合摄影公司的驻扎，厂房式宽敞开放的建筑结构不但满足了拍摄需求，稍加设计修饰更可以为摄影师增添独特的个人魅力，并且园区内其他类型的公司也会给你带来客户。



图 1.1 影棚

## 2. 团队的建立（人员的配备、分工与管理）

一个摄影团队主要包括以下人员：

① 摄影师：灵魂人物。

② 摄影助理：所谓铁打的营盘，流水的助理。的确，这个岗位的流动性很大，工作内容大多是一些辛苦琐碎的事情，有些甚至跟摄影毫无关系，但是请记住，每一个好的摄影师都是从助理开始做起的。

③ 执行总监：也就是制片，负责拍摄之外的一切事务。与模特经纪公司敲定模特人选、寻找合适的造型师、协商外景地的使用权等。执行总监是拍摄项目的组织者和管理者，是摄影师的坚实后盾。

④ 客户总监：也叫作客户经理，负责跟客户以及广告公司相关人员就拍摄项目进行双向沟通交流，向广告公司传达摄影师的拍摄理念，将客户的创意落实在拍摄过程中。如果说摄影师靠技术打动客户，那么客户经理就是以情理去沟通去交流，好的客户经理可以和客户成为关系密切的朋友，真正做到想客户之所想，急客户之所急。

⑤ 数码后期设计师：进行后期图片的专业处理，这在当今的摄影工作中是必不可少的一环。

## 3. 建立网站/作品库/素材图片库

建立摄影网站是摄影师迈入专业领域内的第一步。通过网站这一公众平台的建立，客户可以观看摄影师的作品，了解摄影师擅长的领域并与其取得联系。网站是现今社会上展示摄影师实力的最直观有效的方式。如果可以在网站的建设上更多使用一些个性化的设计和简单的导航搜索，让人对此印象深刻的话，那么成功离你不远了。

网站可以分为几大板块——按照摄影师擅长的拍摄领域划分，还可以增加一些曾经合作的知名机构来彰显实力、摄影师获得的荣誉以及联系方式地理位置等信息。

同时可以在社交网络中进行自我推荐，经常更新一些客户会感兴趣的作品，主动关注知名品牌的官方

账号，将作品推荐给他们。

建立作品库，这里所讲的作品库不是单纯的摄影师作品图片的集合，摄影师还需要记录一些项目执行过程，比如客户提供的初始创意稿、拍摄清单及定价、拍摄现场花絮照片、布光图等与之相关的事情。这便于摄影师回想拍摄过程，遇到相似案例时，也可以向客户展示相关项目的执行经验。

当摄影师需要和客户面谈、或者向特定客户展示作品时，应该针对目标客户进行有目的展示。如果将曾经拍摄的汽车图片展示给服装品牌的厂商，无论片子拍摄的多么精彩都没有任何意义，客户只关注他们产品的最终呈现效果。一般是由客户总监制作一个PPT来演示曾经拍摄过的相似案例的执行过程，或是对拍摄项目的一些构思和建议，在证明接单实力的同时，又展现了对拍摄内容的理解和用心。

素材库的建立，可以通过三种途径搜集素材：第一种，在专业图片库购买大尺寸素材提供给后期设计人员使用，汽车行业是最近几年来购买和大尺寸风光素材最多的行业；第二种，通过搜索引擎或者大型图片库搜索互联网上的精彩图片，按照拍摄内容分门别类保存，这类素材搜集在摄影工作中占据了很重要的位置，搜集来的图片以更加直观的方式向客户说明摄影师的拍摄意图，比如使用的光线效果、道具类型、场景选择、甚至模特的发型等各种信息。还可以为摄影师带来拍摄灵感，通过观摩学习一些摄影大家的作品，逐渐建立自己的拍摄风格，因此，建立素材库，是摄影师吸收外界各种信息的来源，坚持就会收获回报。第三种，关注一些社交网络以及论坛上的知名从业者，他们经常会提供一些非常实用的经典素材下载，一般都是免费的，慢慢积累说不定什么时候会使用到。

### 三、商业摄影的工作流程

品牌商一般通过两种方式执行产品的拍摄任务。第一种是与广告公司合作：通过几家知名广告公司的比稿，将产品的市场调研以及宣传推广等一系列项目交给获选的广告公司执行，包括创意和执行两部分，拍摄只是所有环节中的一小部分。广告公司作为一个游走在品牌商和摄影公司之间的角色，其具体作用就是向上对品牌商负责产品的宣传推广，向下掌控摄影公司的项目执行。这里，我们来看平面广告拍摄的具体流程：品牌商选定某一家广告公司，让其为新品策划创意推广，广告公司会根据客户的要求以及项目执行难度作出评估报价，品牌商如果接受报价，就会与广告公司签订合同，确定拍摄及后期制作时间并交付一定的预付款作为项目执行的前提保障，一般为30%~50%左右。接单后广告公司的创意部开始进行内部提案，通过后向客户正式提案，反复修改确认后开始执行：寻找第三方，摄影、后期制作、印刷等公司配合完成最终的平面广告的拍摄。同样，第三方的多家摄影公司经过比稿、报价等相似流程与广告公司签订拍摄协议，开始制定拍摄计划，确定拍摄所需模特、造型师、道具、场地安排等一切事宜，与广告公司为拍摄前的准备工作做最终的确认。如图1.2所示，这是一家广告公司为化妆品品牌玉兰油的拍摄做的分镜脚本，也就是layout稿。摄影公司拿到layout稿后开始执行拍摄的部分：首先确定拍摄日期，制定拍摄计划，并且在开始拍摄前做好一切准备工作，包括前期场景的踩点、产品拍摄的角度及数量、模特造型师的试镜及档期的确定、拍摄所需服装道具等一切相关事宜，这需要在广告公司指定美术指导的要求下执行；确定交稿的最后截止日期，拍摄完成后将拍摄的所有素材与主画面交于后期技术人员，并开始数码后期作业，这时摄影公司需要专门配备一名对接人员负责跟踪整体的修图过程，在广告公司与后期技术部门之间做好衔接工作，在交稿日期前完成后期的制作。需要注意的是，摄影公司在与广告公司签订的合同中应详细标注后期修改的合理范畴以及修改次数，防止无休止的修改，影响最终交稿。

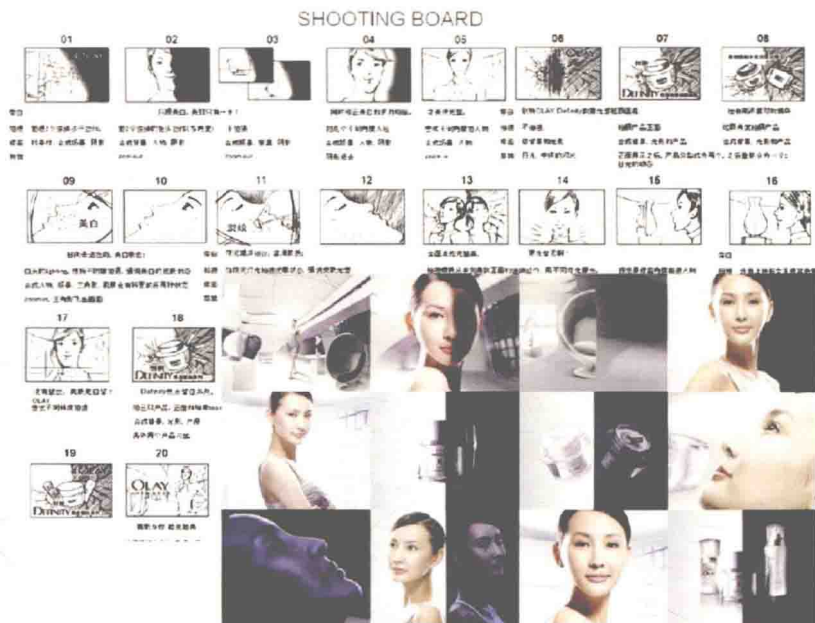


图 1.2 分镜脚本

第二种方式是厂商直接甄选摄影公司执行项目中的拍摄任务，通常一家成熟的拥有独立市场推广部门的国内厂商常常会选择这样的操作方式。同时邀请几家摄影公司进行比稿，也可以面向全国公开招标，经过筛选的几家摄影公司在报价、成功案例展示、对标的项目的分析与执行等环节进行比较，由品牌商最终确定招标结果。这里有一份吉利控股集团旗下的全球鹰平面汽车新款拍摄项目面向全国摄影公司的招标文件（图 1.3）。

拍摄当天，摄影师会在客户以及广告公司美术指导的把控下完成拍摄。广告公司既要服务于品牌，又要协调厂商与摄影师在拍摄过程中产生的各种问题，因此在拍摄现场，人员通常分为三个部分：

- ① 制作公司——摄影师、灯光师、摄影助理、化妆造型师、助理、场工等相关工作人员。
- ② 广告公司——制片、美术指导、客户经理。
- ③ 厂商代表——市场部相关负责人员技师（拍摄时遇到的相关技术问题）。

摄影师在拍摄过程中会与客户或者美术指导选定需要进行后期处理的原片，也有摄影师选择在拍摄结束后将 JPG 格式的文件提供给客户进行选片。选片结束后，根据拍摄的素材和原片进行后期处理。这时，需要摄影公司派出专人负责跟踪后期进程，传达客户以及广告公司的要求，不断修改和完善广告图片。

后期作业，大多数商业摄影公司都是选择外包执行。现在有很多后期设计工作室，与摄影师保持着紧密的合作关系。跟职业数码后期设计师合作有一个好处，就是可以选择最优秀的修图师，职业划分的越细致，最后的执行结果满意度越高。有人擅长人像的修饰，有的则更喜欢汽车的后期设计，要知道人像与产品在后期处理的操作方式上有着根本的不同，可以说两者之间存在着巨大的沟壑！就调色来说，人像的调色可以千变万化，甚至可以创造性地突破现实生活中不存在的面貌。但是产品后期处理第一条守则就是不能改变产品本身的属性，无论是颜色还是形态结构，都不能对产品做任何的改变，应在忠实还原的基础上对产品进行处理。因此，选择合适的后期设计师可以为摄影锦上添花！

浙江吉利控股集团汽车销售有限公司  
招标文件



招标编号: 20110624002  
招标项目名称: 全球鹰 GKT 平面车图拍摄  
招标单位: 浙江吉利控股集团汽车销售有限公司

二〇一一年六月二十四日

邀请函

敬启者:

为了更好地塑造吉利汽车全新全球鹰品牌,树立品牌形象和产品推广,浙江吉利控股集团汽车销售有限公司拟对全球鹰 GKT 平面车图拍摄进行公开招标,因此,我诚挚地邀请贵公司参加投标,并请按招标文件的要求认真准备投标文件,按时前来投标。

联系方式:

【联系人】 【地址】浙江省  
【电话】 【传真】  
【网址】[www.gzslv.com](http://www.gzslv.com) 【E-mail】

投标相关文件递交地址与相关联系人及其联系方式同上。

- 附件一、投标承诺书
- 附件二、开标一览表
- 附件三、广告及其他报价清单
- 附件四、偷高表
- 附件五、投标书附件
- 附件六、资格证明文件
  - (一)有效的企业法人营业执照(复印件)
  - (二)法定代表人资格证明书(原件)
  - (三)法定代表人授权委托书(原件)
  - (四)法定代表人被授权代表身份证(复印件)
  - (五)投标单位情况表
  - (六)获得国优部优(或国际)荣誉证书(复印件)
  - (七)投标方认为有必要提供的声明及文件

目 录

- 第一部分 综合说明
  - 一、投标单位简介
  - 二、报价表
- 第二部分 投标方须知
  - 一、投标邀请函
  - 二、名词解释
  - 三、招标文件
  - 四、投标文件
  - 五、投标文件的递交
  - 六、开标、评标和评标
- 第三部分 技术要求
  - 一、投标单位所承包广告设计、制作、发布须具备条件
  - 二、投标范围及技术要求
  - 三、投标方案件
  - 四、广告设计、制作和发布
  - 五、售后服务、质保期
  - 六、发布时间、设计、制作工期
- 第四部分 附件一投标文件格式

图 1.3 招标文件

这里重点介绍一下在整个拍摄队伍中起决定作用的几个角色:

① 创意总监: 广告公司在项目执行中所有创意部分的总领导, 一般不参与现场的拍摄, 掌控项目执行过程中的大方向, 是美术指导的直接领导。

② 美术指导: 也叫艺术指导, 简称“美指”。时刻监控项目的执行过程, 指导拍摄中出现的任何艺术方面的问题, 并与摄影师随时进行沟通怎样将片子拍得更为出色, 更符合客户的期望值。

③ 客户经理: 是将客户与制作公司联系起来的纽带。无论是广告公司, 还是摄影公司, 都有专人负责与客户沟通与协商。一名出色的客户经理不但可以将本单生意做好, 甚至可以为摄影师带来持续性的生意往来。客户经理是最了解客户的存在, 是解决客户与制作公司矛盾的最合适的人。

最后, 当所有的工作结束, 需要摄影公司出具发票报告, 包括各项费用(食宿、道具的租赁、模特的薪酬等)、工作清单以及后期等一切有关项目发生的事情。将此交与客户或广告公司等待余款的结算。这其中, 摄影师的工作并没有结束, 维护一段好的合作关系对于下一次的接单是百利而无一害的, 所以一切才刚刚开始。

商业摄影实战笔记

Commercial

Photography



## 第二部分 光线的奥秘

# 一、重新认识光线

## 1. 光源的种类

在这个世界上，我们所了解的光源可分为两大类，一为自然光源，二为人造光源。光，是塑造刻画一切物体的结构形态和颜色质地的根本。没有光线，就谈不上摄影，更不用说创造性地使用光线进行艺术创作。

### (1) 自然光

凡是不借助外部力量自发产生光线的光源都是自然光，比如日光、火光。

### (2) 人造光

人造光，人为发明设计并制造的光源。一般分为两种，一种是恒定持续性光源，常见的比如室内照明灯，还有专门用于影视动态、平面拍摄使用的帕灯（图2.1）、LED灯（图2.2）、钨丝灯或者镓灯（也叫HMI灯）（图2.3）。大功率恒定光源多用于拍摄影视动态内容，能够提供色温稳定、光源恒定且照度足够的光，商业平面摄影中也常用于拍摄家居、汽车项目。另外一种更为常见的光源类型是闪光灯，闪光灯是瞬间发光的照明设备，多用于影棚内拍摄人像、静物、产品。人造光这一节重点讲述闪光灯的种类及其使用。



POCKET PAR 400

Pocket PAR 400是德国阿莱公司推出的一款400W日光型便携式PAR灯。

图2.1 帕灯

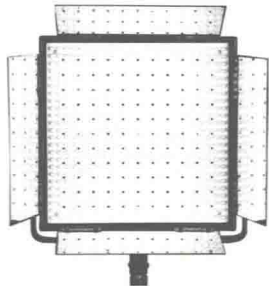


图2.2 LED灯

### (3) 现场光

现场光，即拍摄现场存在的一切光源的总和，包括人造光源（室内照明用灯）和自然光源（从窗户投射进来的太阳光），所以，现场光是自然光与人造光源二者的混合体，是最富有创造性的光线。建筑摄影、家居摄影、房地产样板间的拍摄常常会使用现场光进行拍摄。由于增加了不可控的自然光线，因此，现场光线变得十分神秘莫测。拍摄的难点在于怎样把控自然光线与人造光线的比例，随着时间的流逝自然光线的照明效果都在发生变化，所以应根据自然光线的变化及时调整人造光来营造真实自然而又生活化的氛围。



图2.3 德国ARRI恒定光源系列照明灯具

现场光线真实自然富有魅力。同样是直射光线，由灯罩里面发出的光线为什么与从窗户进入的光线差距这么大？光线进入室内后，大量光线照射到四周墙壁上，真正到达被摄体上的光线经过了无数次的反射碰撞，色温也随周围环境的影响发生了改变，与反光罩发出的直射光线有着本质上的区别，这个区别就叫做“氛围”。因此，现场光在营造氛围上具有天然的优势，有不少摄影师还会运用人造光源去模拟现场光的效果，就是这个道理。

运用现场光进行拍摄需要把握时机，怎样利用人造光源补光，

在补光的同时又不破坏自然光线的效果，人造光源的色温怎样与自然光源的色温协调一致，窗外曝光过度室内却曝光不足等等这些问题考验的不仅是摄影师的摄影技术，还有审美以及现场的把控能力。补光的光效过强，盖过了自然光，则会破坏拍摄现场环境氛围，整体画面光线过于平淡、直白；补光的光效太弱，则会损失暗部的细节层次。因此，现场光线的运用是一门大学问！

## 2. 闪光灯

我们平时使用的闪光灯一般分为三大类，第一类为常见的热靴闪光灯，通过热靴连接相机，是一种拥有多种控制和曝光功能、体积小、非常便携的闪光灯（图2.4），可以离机控制其闪光从而给被摄主体补光。

第二类为便携式外拍闪光灯，多用于室外长时间拍摄（图2.5）。外拍闪光灯的外形、性能和影棚闪光灯差不多，也可以作为室内影棚灯用。外拍闪光灯和影棚用灯的主要区别在于电源属性和电源配件。不同于室内闪光灯采用直流供电，外拍闪光灯还配备外带直流蓄电池和直流无线引闪配件。使用胶卷相机的摄影师还需要配置闪光测光表。另外，专用外拍闪光灯的辅助配件很多，如灯架、柔光罩、反光伞、柔光罩、色片等等，可以根据需要另外购置（图2.6）。

第三类为商业摄影中普遍使用的影棚闪光灯。

接下来重点讲述影棚闪光灯及其附件的使用技巧。

### （1）单灯

影室闪光灯——单灯，拍摄时可以独立使用的闪光灯（图2.7），拥有单独的电源线，它的蓄电池以及操控板都在灯体身上。闪光灯灯头由两部分构成：造型灯泡和闪光灯泡。造型灯泡是在拍摄前为摄影师提供照明效果的参考，而闪光灯泡则是真正提供拍摄所需的闪光（图2.8）。这里需要注意的是，造型灯泡提供的光线与闪光灯泡发出的闪光光效有一定的区别，原因有二：其一，造型灯泡的与闪光灯泡的发光方式不同，色温也不同；其二，造型灯泡与闪光灯管的位置不同，光线的方向性差异明显，因此不能完全依赖造型灯泡的模拟光效，还是要根据实际的拍摄效果来调整光线的变化。灯身的背面有操控面板，摄影师可以根据拍摄需要调整单灯输出功率的大小等信息。不同品牌其操控面板功能不同，但一般都具备一个调节闪光灯输出光量的旋钮和四个基本按键——闪光同步感应器开关、闪光测试按键、造型灯泡开关、蜂鸣器开关（图2.9）。



图2.4 佳能SPEEDLITE 600EX-RT闪光灯



图2.5 便携式外拍闪光灯



图2.6 闪光灯的辅助配件





图2.7 布朗 Siros 系列闪光灯

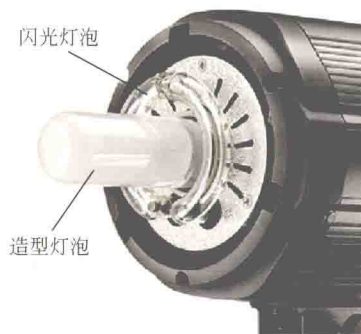


图2.8 金贝闪光灯灯头结构示意图

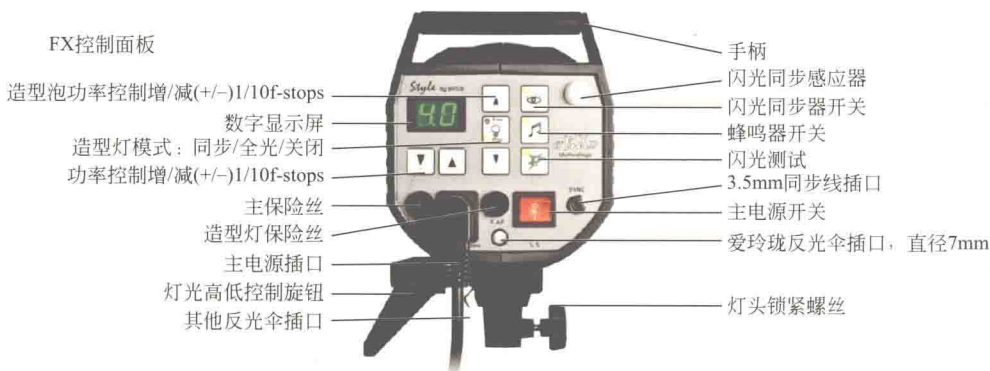


图2.9 爱玲珑闪光灯控制面板说明



图2.10 爱玲珑闪光灯数码电源箱系列

## (2) 电箱+灯头组合

这种电箱+灯头的组合不能分开单独使用，灯头需要依靠电箱供电以及功能调控，高端产品还会搭配遥控器来远程控制。有一拖二或者一拖三等几种规格，即一个电箱配两个或者三个灯头。这种电箱灯头的组合与单灯按键设置不同，它的所有操控按键都设置在电箱上，每一只灯头对应一组独立调控输出通道，功能按键的设计同单灯一样，通过电箱就可以独立调控对应灯头的输出功率大小、造型泡亮度等等相关信息。灯头体积小轻便，可以悬挂在高处布光照明，无需将灯头降下来操作。电箱最主要的优点是比单灯输出稳定、色温恒定、充放电彻底，安全性能更出色和便捷的操控性能。在设定好输出功率后，能够保证每次拍摄时闪光的强度都是一样的。尤其是配备遥控器的电箱闪光灯组合，使用起来更加顺畅（图2.10）。

## (3) 高速闪光灯

常见的影棚闪光灯闪光持续时间，一般控制在  $1/3000 \sim 1/1000s$  左右，这种类型的闪光灯一般用来