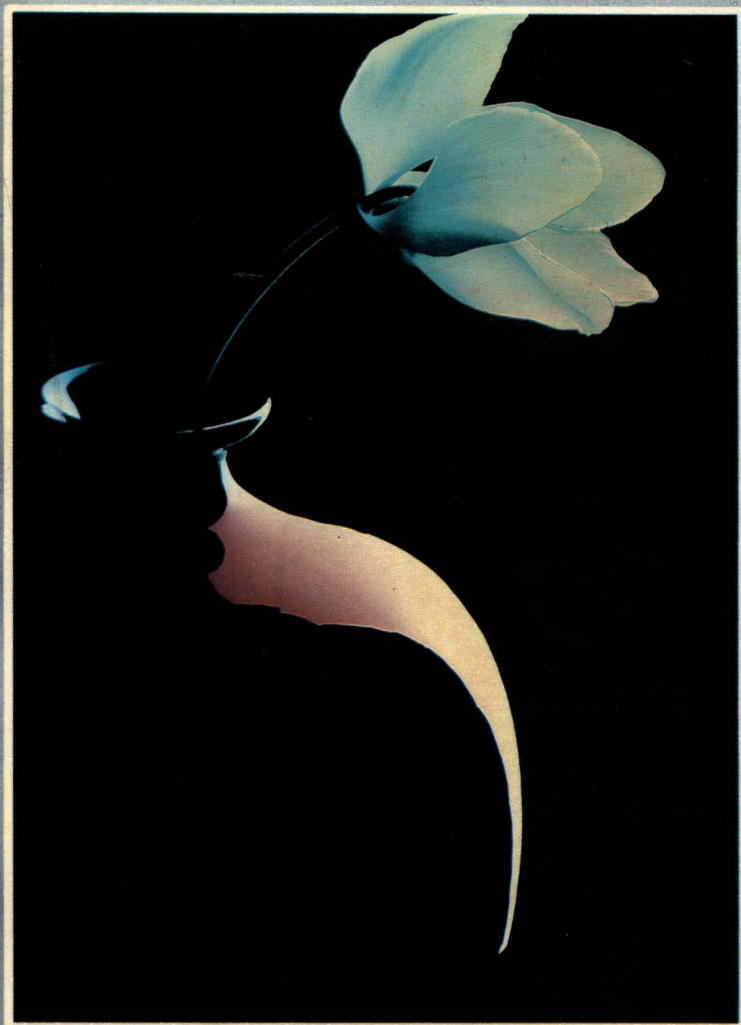




THE  
WORLD'S BEST  
ADVERTISING  
PHOTOGRAPHS

# 世界广告摄影名作选

■ 中国摄影出版社 ■ 中国画报出版公司 ■

THE  
WORLD'S BEST  
ADVERTISING  
PHOTOGRAPHS

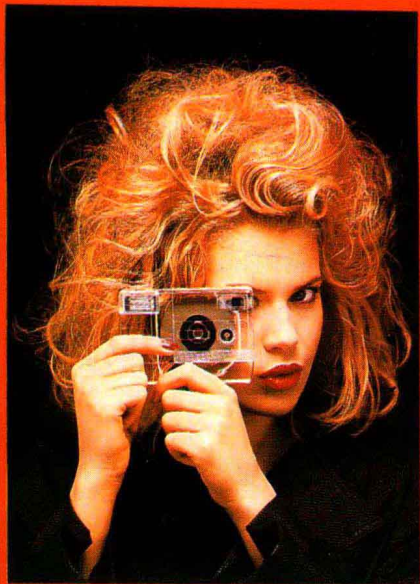
# 世界广告摄影名作选

○沙人文 张宗尧 编

○中国摄影出版社

○中国画报出版公司

出版



## THE WORLD'S BEST ADVERTISING PHOTOGRAPHS



# 前 言

黄钟骏

二十世纪五十年代还有人热烈的争论摄影作品是否能称为艺术。三十余年过去了，人们不再为此多费口舌。然而广告摄影是否能算作艺术作品，大概还没有得到一致的看法。名山大川、时事新闻、花鸟鱼虫的摄影作品既能成为艺术世界中的一束花，为什么直接为人类生活作媒介的，有关衣食住行的广告摄影就不能走进艺术之门呢？

如果您仔细翻阅一下本书的作品，就可以感觉到艺术家非凡的才能。一个球队在一只巨大的球鞋上周旋；五光十色的酒杯；绚丽多姿的化妆品；新颖的服饰；豪华的汽车……。它们无不为了在人类社会中占有特殊的地位而竞争，而又是社会繁荣的一件漂亮的外衣。这便是艺术家们通过生活的再现、强化、美化而达到的。

发达国家的城市使人眼花缭乱，物资丰富，艺术气息浓郁，都离不开广告摄影的媒介，它们占据了城市里最重要的位置，街道上、建筑物上、橱窗里比比皆是。艺术家们越来越注意到人们在消费上也要求有高度的艺术性，无论是商品的包装和造型。然而时代象车轮一样时刻在转动和前进。今天是新的，明天就是旧的，这种新陈代谢的规律促使艺术家们象蜜蜂一样不断辛勤的劳动制造更多的蜜汁。这本册子就是把这些如蜜一样的产品聚集一堂。只想启示为时代奉献的人们获得更辉煌的成果。



# Charles Compere

查尔斯·康佩尔 (德国)











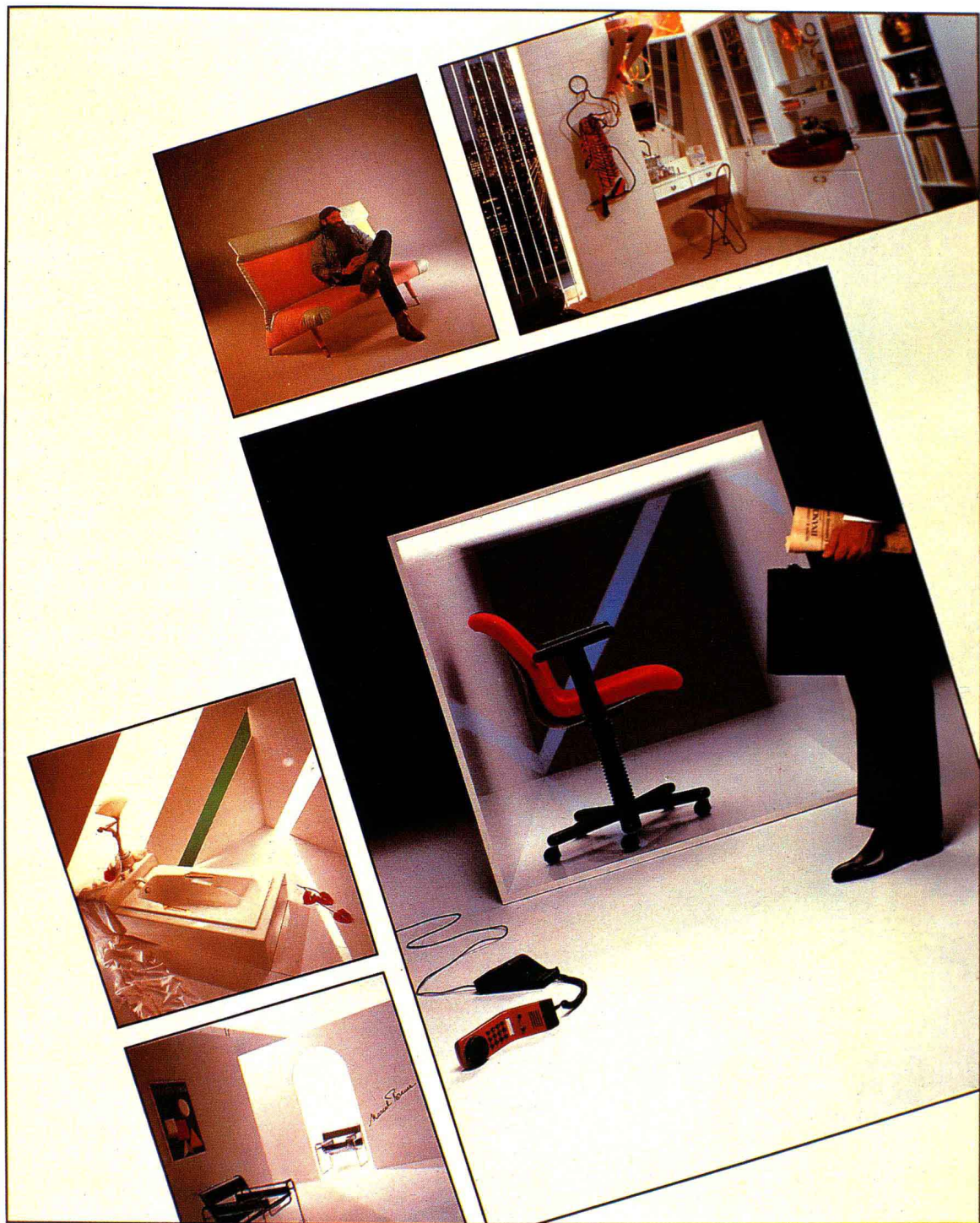






# Jurgen Stork

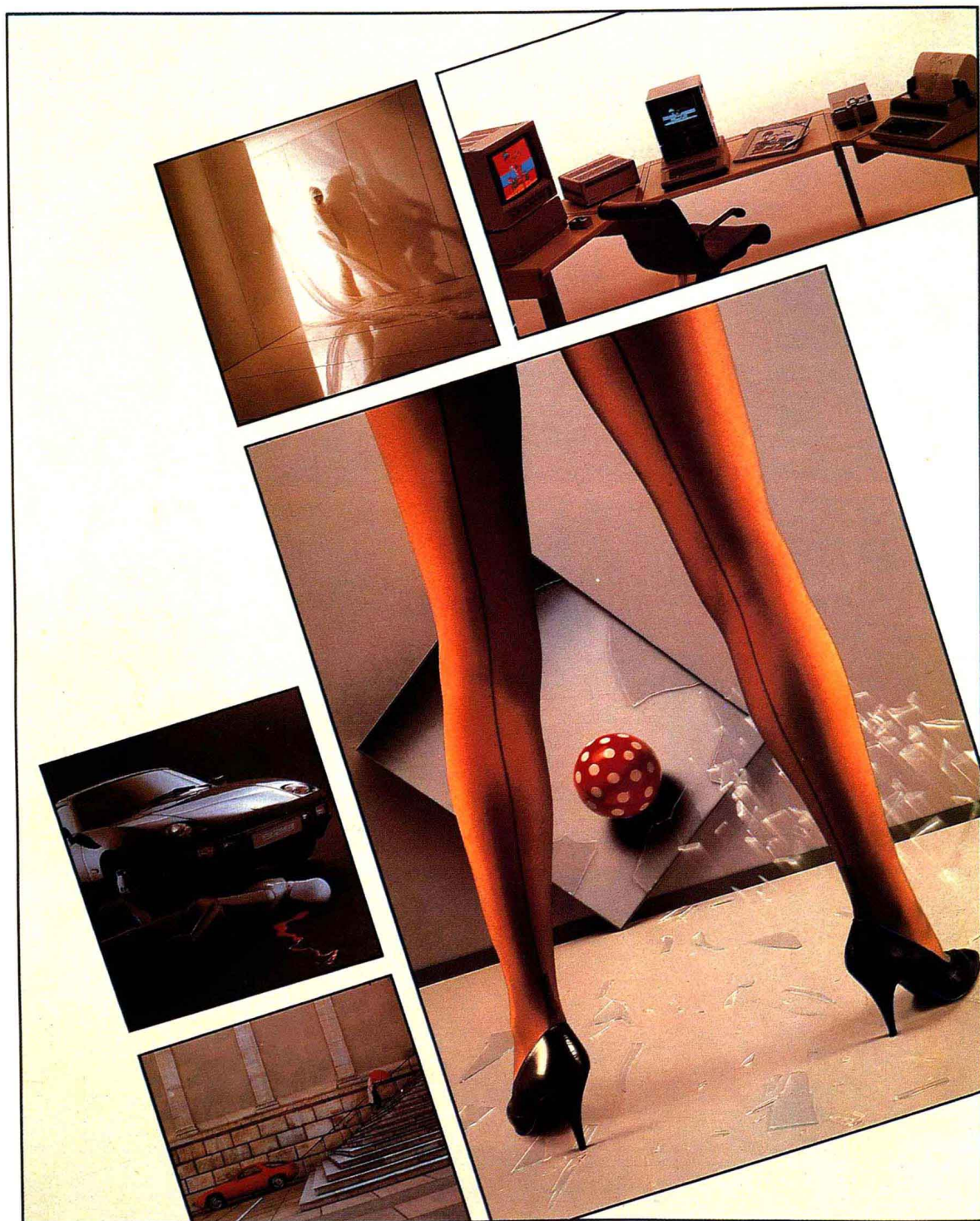
约尔根·斯托克 (德国)





# Jurgen Stork

约尔根·斯托克 (德国)





# Ian Leith

伊恩·利恩 (加拿大)





# Ryszard Horowitz

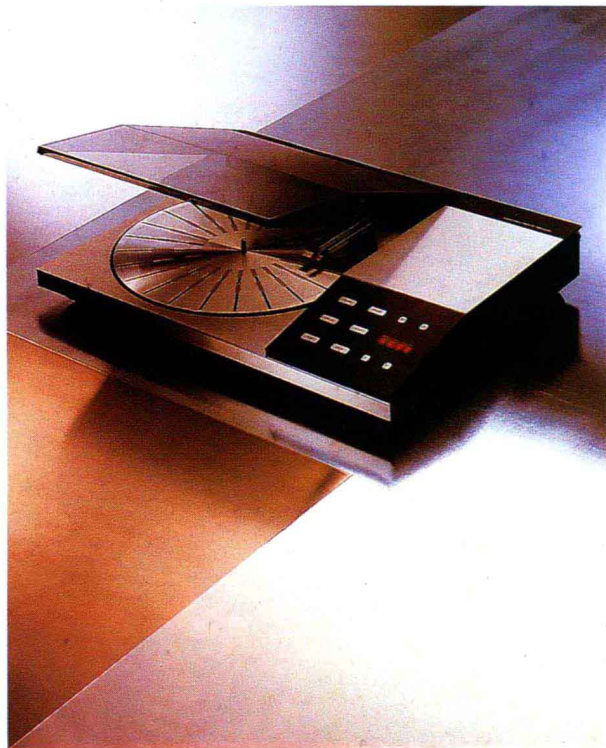
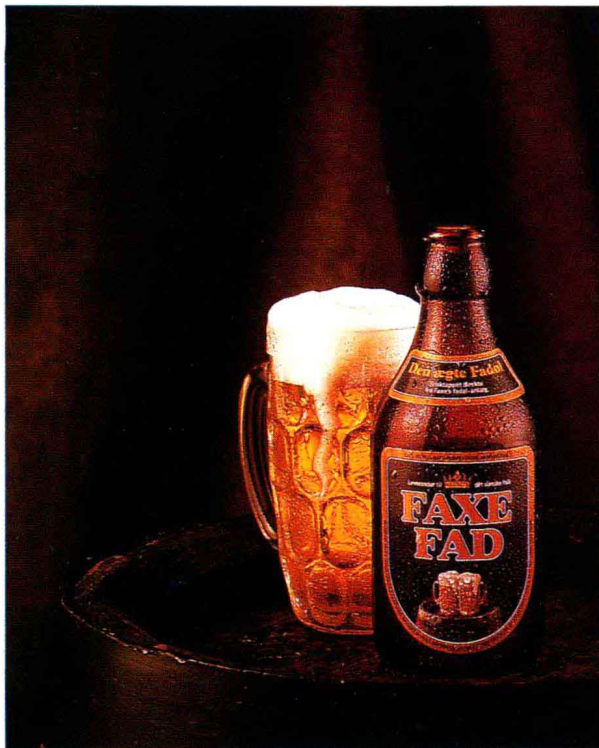
赖斯泽得·霍罗威茨 (美国)





# Fintan Damgard

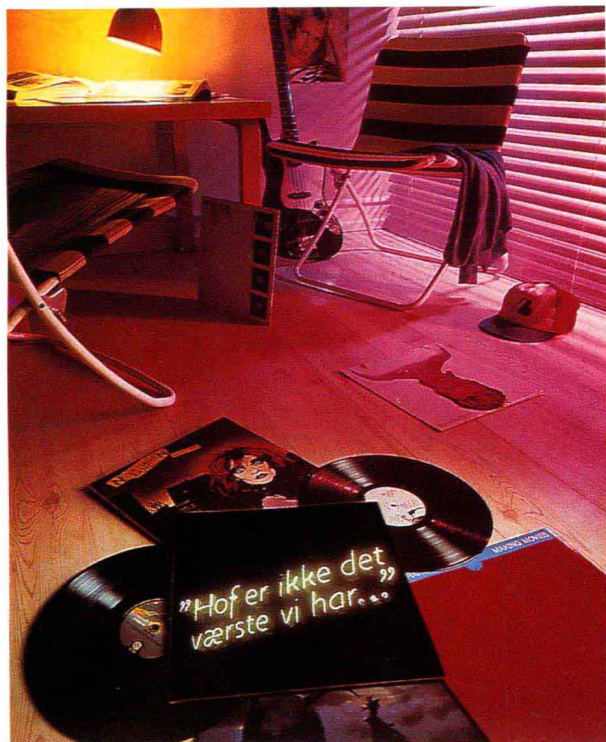
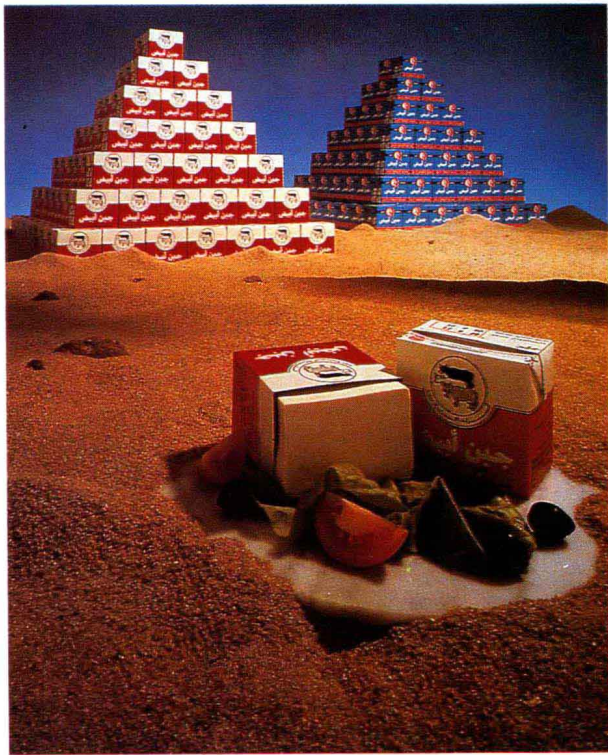
芬坦·达姆格德      （丹麦）





# Jan Friis

简·弗里斯 (丹麦)





# Juan Martin Arroyuelo

胡安·马丁·阿罗约洛 （阿根廷）





Marc Robin

马克·罗宾 (法国)





# Wang Tse-Ming

王賜明 (台灣)

優活

