

《广告世界》系列丛书

ADVERTISING WORLD (IV)
A SERIES REFERENCES FOR
MARKETING EXECUTIVES

时装

广告摄影

FASHION ADVERTISING PHOTOGRAPHY

余专一 编著

AUTHOR: YU ZHUANYI

世界知识出版社
WORLD AFFAIRS PRESS

ADVERTISING

时 装 广 告 摄 影

余专一 著

世 界 知 识 出 版 社

〔京〕新登字021号

责任编辑：米小平
封面设计：李 波

时 装 广 告 摄 影
余专一 著

世界知识出版社出版发行

(北京东单外交部街甲31号 邮政编码：100005)

北京大世界出版有限公司排版 北京新华彩色印刷厂印刷 新华书店经销

889×1194 毫米 32开本 印张：4.5 字数：50000

1992年2月第1版 1992年2月第1次印刷 印数：1-11000

ISBN 7—5012—0456—X/G·108 定价：9.00元

办好广告摄影

发展时装出口

楊書武

北京针棉织品进出口公司总经理杨书武为本书题词

前 言

我国人民生活水平日益提高，开始讲究衣着打扮，尤其是城市青年，追逐潮流，追逐时髦，蔚然成风。也就是说，在我国，时装已不再是名流、艺员的专利，它已步入普通百姓人家。各种时装店、中外合资的时装公司相继开张而门庭若市。一般的服装公司、百货公司都开辟了时装专柜、举办时装汇展。连个体裁缝摊的案子上也放上几本时装刊物，表明他那里也能制作时装。大型文艺晚会、电视台举办的文艺节目中已少不了时装模特儿表演这一时髦的节目。

随着时装的兴起，许多生产厂家、商业部门为了促进销售，需要加强宣传来发展业务；广大消费者要提高对服饰的审美、鉴赏水平，以增强自身的选择与修饰能力。时装摄影作品既可以为生产厂家、商业部门扩大宣传、促进销售服务，又可以向广大消费者推崇时尚、展示趋势、引导消费，可谓一举两得，二者兼顾。

众所周知，世界的时装中心在法国的巴黎、意大利的米兰、美国的纽约以及日本的东京等著名城市。这些城市时装消费水平高，时装书刊琳琅满目，造就了许多著名的时装摄影家，产生了很多优秀时装摄影作品，对时装业的发展起着推动、宣传、教育和引导的作用。我国时装业的生产和消费刚刚兴起，但已有几十种时装书刊问世。时装生产厂家和销售部门正在各种报刊、杂志、广播、电视和路牌等媒介发布的广告中，还有众多的展览会、洽谈会、时装展示会的场合中，大量地采用时装摄影作品。

因而许多专业的和业余的摄影工作者，相继投入到时装拍摄的工作中。我国时装刚刚兴起，有关时装摄影的理论专业书籍匮乏，国外的这类译书，也只是一、两章涉及到时装摄影的内容。总的说，目前我国的时装摄影作品水平还不算高。为了提高我国时装摄影水平、繁荣摄影园地、推动我国时装业的发展，我编写了《时装广告摄影》一书，把它献给时装广告摄影界的同仁和朋友。

此书的写作受到孙有为先生的鼎力相助，并经他同意将此书编入《广告世界》系列丛书出版。此书在编写过程中曾得到我国广告摄影界的著名人士、对外广告协会副会长姜弘先生的指导、审阅，在此一并表示由衷的谢意！

目 录

前 言	1
第一章 浅谈时装	3
一、时装的流行	3
二、我国时装业的状况	5
三、时装流行的因素	6
四、当前时装的流行趋势	9
五、时装与摄影	11
第二章 时装摄影的历史与发展	13
第三章 时装摄影的器材	18
一、相机与镜头	18
二、灯具与附件	21
三、影室与背景	25
第四章 时装摄影与模特儿	28
一、模特儿的选择	28
二、模特儿的化妆	32
三、时装与模特儿	38
第五章 时装摄影实践	39
一、时装摄影的技术	39
二、资料收集	41

三、摄影模特儿的姿态	44
四、融洽与模特儿的关系	53
五、时装摄影的自然光运用	57
六、室内人工光的运用	65
七、创造气氛	73
八、滤色镜在时装摄影中的应用	80
九、时装摄影实例	85
第六章 时装摄影与广告	95
一、时装广告摄影的功能	95
二、时装广告的应用	99
三、时装广告的创作	107
四、时装广告摄影的创意	121
五、时装广告摄影的风格	123

前 言

我国人民生活水平日益提高，开始讲究衣着打扮，尤其是城市青年，追逐潮流，追逐时髦，蔚然成风。也就是说，在我国，时装已不再是名流、艺员的专利，它已步入普通百姓人家。各种时装店、中外合资的时装公司相继开张而门庭若市。一般的服装公司、百货公司都开辟了时装专柜、举办时装汇展。连个体裁缝摊的案子上也放上几本时装刊物，表明他那里也能制作时装。大型文艺晚会、电视台举办的文艺节目中已少不了时装模特儿表演这一时髦的节目。

随着时装的兴起，许多生产厂家、商业部门为了促进销售，需要加强宣传来发展业务；广大消费者要提高对服饰的审美、鉴赏水平，以增强自身的选择与修饰能力。时装摄影作品既可以为生产厂家、商业部门扩大宣传、促进销售服务，又可以向广大消费者推崇时尚、展示趋势、引导消费，可谓一举两得，二者兼顾。

众所周知，世界的时装中心在法国的巴黎、意大利的米兰、美国的纽约以及日本的东京等著名城市。这些城市时装消费水平高，时装书刊琳琅满目，造就了许多著名的时装摄影家，产生了很多优秀时装摄影作品，对时装业的发展起着推动、宣传、教育和引导的作用。我国时装业的生产和消费刚刚兴起，但已有几十种时装书刊问世。时装生产厂家和销售部门正在各种报刊、杂志、广播、电视和路牌等媒介发布的广告中，还有众多的展览会、洽谈会、时装展示会的场合中，大量地采用时装摄影作品。

因而许多专业的和业余的摄影工作者，相继投入到时装拍摄的工作中。我国时装刚刚兴起，有关时装摄影的理论专业书籍匮乏，国外的这类译书，也只是一、两章涉及到时装摄影的内容。总的说，目前我国的时装摄影作品水平还不算高。为了提高我国时装摄影水平、繁荣摄影园地、推动我国时装业的发展，我编写了《时装广告摄影》一书，把它献给时装广告摄影界的同仁和朋友。

此书的写作受到孙有为先生的鼎力相助，并经他同意将此书编入《广告世界》系列丛书出版。此书在编写过程中曾得到我国广告摄影界的著名人士、对外广告协会副会长姜弘先生的指导、审阅，在此一并表示由衷的谢意！

第 一 章

浅谈时装

一、时装的流行

什么叫时装？一般认为，只要是流行趋势而被广大消费者所接受的服装，就可称之为时装。从这一意义上讲，时装即是大众化的时装。它既有人类遮体的实用功能，又有美化人类的艺术功能。

时装的流行从何来？从国际时装发展的流向来看，它主要来源于世人公认的国际时装中心——法国的巴黎、意大利的米兰、美国的纽约以及日本的东京等。这些城市中汇集了世界第一流的著名时装设计师，如法国的圣洛朗、皮尔·卡丹等，意大利的阿玛尼、凡尔萨切等，日本的森美惠、高田贤三等。他们设计的时装领导着世界时装的潮流和趋势，他们根据季节经常举办时装信息发布会，由模特儿展示他们设计的服装。这些服装往往用十分夸张的设计手法来强调、预示某些款式、某些花型、某些颜色将要流行的信息。在这些发布会上，还汇集世界各国的二三流的时装设计师。世界二流的时装设计师往往受雇于专业的时装设计公司、时装样板公司。他们从发布会上收集信息，吸取灵感，经过研究、筛选，结合自己的设计风格，制作出时装的样板或样品，

直接进行销售，供世界各地的时装公司、生产企业和贸易公司选购，然后由后者投入小批量生产，再次进行销售。这类时装属于高档名牌产品，投向特定的市场，特定的消费阶层，价格昂贵。第三流的时装设计师，一般受雇于时装生产企业、贸易公司和销售部门，他们根据世界一二流时装设计师们提供的款式、花型和配色流行特点等信息，经过研究，再结合社会消费者的需求，设计出既符合流行趋势，又具有本公司本企业特点的时装，形成批量生产，推向市场，提供广大消费者穿着。世界时装的流行基本上分这三个层次，逐步流向世界各地。在国家与国家、洲际与洲际、地区与地区之间，时装的流向一般都有一定的时间差，基本上按第一世界（像法国、美国、德国、意大利、日本等经济发达的国家）向第二世界（像澳大利亚、新西兰、西欧其他国家以及港澳地区）再向第三世界（亚洲、非洲、拉丁美洲等）有时间差



图1 这是国际时装中心之一的美国纽约 1991 年~1992 年时装展示表演。

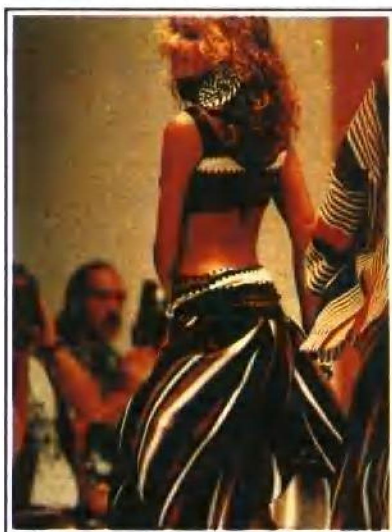


图2 众多的拍摄者正在抓取时装的流行信息。

别地流行开来。随着科学技术的发展，这种时间差正在缩小。

二、我国时装业的状况

随着我国经济建设的发展，对外开放方针的深入贯彻，以及受到国际时装流行趋势的影响，我国的时装行业发展是很快的。不少国外著名的时装公司和时装设计师来华讲学，来我国投资建厂，兴办合资或独资时装公司，这对我国时装业的发展起了积极的推动作用。北京的马克西姆时装公司，就是法国著名时装设计师皮尔·卡丹先生投资的。这些时装公司，专门设计制作高档时装，以满足较高层次的消费者的需求。与此同时，我国不少服装公司、生产企业、时装公司中正在崛起一批富有前途的时装设计师，他们通过学习，借鉴国外先进的设计思想和方法，挖掘我国传统文化艺术和民俗民风，不断设计出既富有中国特色，又符合国际时装潮流的服装，直接推动着我国时装业的发展。他们的设计，日益受到国际时装界的重视，其中旗袍领已被国际著名时装师运用到他们的设计之中。

我国是世界上出口纺织品的大国之一，每年出口创汇达 149 亿美元，其中服装的出口比例逐步扩大，已达 69 亿美元。在这些出口服装中，已有不少属于世界名牌产品，如圣洛朗的“YSL”牌衬衫，皮尔·卡丹的裤子、西服等等，不少在我国加工生产出口。还有许多是由客商提供款式、花型和配色资料，在我国加工生产的。这些时装制品正在国外高级时装店和百货公司销售。我国出口的这类服装，从一定程度上反映了国际市场服装的流行趋势，同时，给我国时装界带来众多的信息，带动了我国时装业的发展。

三、时装流行的因素

时装的流行趋势要受哪些因素的影响呢？主要有以下几个方面：

（一）实用因素

众所周知，从人类最原始的时代发展至今，服装主要是围绕着如何更能满足人们新的实用需求而演变的。因此，实用需要成了时装穿着者的第一需要。像过去仅限于体育健儿穿着的运动服，随着体育热、健身热的兴起而日趋外衣化，现在在消费者的穿着中已见平常了。又如，北京的气候特点是干燥缺雨，风沙较大，于是一种既能挡风又可防尘的长风衣便成了北京时装市场上的俏货。再如随着近年来旅游热的兴起，一种宽松自如，色彩强烈，结构特殊，适合旅游的便装应运而生。由此可见，实用是形成服装流行的重要因素。

（二）心理因素

购买者的心理趋向也是服装流行的一大因素。70年代，美国和西欧出现了不少看破“红尘”的青年人，被大家称为“嬉皮士”、“崩克”，他们思想颓废，过于浪漫，有强烈的复古及超脱心理，因此由他们首先穿着起来的一种被称为“乞丐装”的时装流行一时；美国西部牛仔具有豪爽奔放的气质，因而他们穿着的劳动布工作裤受到人们的喜爱而风靡全球。由此还发展到石磨水洗，沙洗成半旧状态，反被尊为上品，深受人们的青睐。

(三) 名人影响

名人影响也能促使服装的流行。如英国王妃黛安娜，被西方妇女崇拜为时装的偶像，她以其服饰方面的大胆、别致的款式以及用于这方面的昂贵费用为世人所瞩目。一时间尤如一股旋风，黛安娜裙、黛安娜帽、黛安娜时装风靡欧洲乃至整个世界。前几年，电视台曾经上映日本电视连续剧《姿三四郎》，剧中女主人公高子的服装曾备受我国青年人的喜爱，这件服装的领子最具特色，因而人们都习惯地称这种流行服装的领子为“高子领”，而配有这种领子的衬衫也被称为“高子衫”。

(四) 宣传作用

宣传作用在服装流行中也是不可忽视的。一些著名的时装设计师或时装公司，为了推销自己的时装，不惜重金进行宣传。随着科学技术的发展，用影视手段进行广泛生动的宣传，更容易感染消费者。像意大利，有 20 个左右的电视台，节目繁多，其中时装信息传播是重要内容，不但有时装表演，还有设计特点、灵感产生以及穿用的适用性介绍。有一次在“不仅仅是时装”的节目中，出现了驾舟航海的情景；在蓝天大海的衬托下，观众强烈地感受到，青年们穿着海员装、航海服和游泳装，与大自然是那么和谐。这说明，观众对这类服装产生了好感。时装业发达的国家，那里的时装杂志种类也相当多，有研究性的《时装设计》，也有大众化的《朋友》、《她》等。有专门的时装杂志，也有侧重介绍织物花样和室内陈列装饰的刊物。时装杂志一般都很便宜，在某些商店里和展览会上，还免费赠送，因而刊物的阅读率很高，这使时装宣传在大众生活中有了普遍的影响。不少时装在宣传媒介的作用下流行起来，不少时装设计师也因而出名。

（五）新面料及新工艺的诞生

人们普遍都有猎奇心理。一种新面料的诞生或一种新工艺的出现，都会使采用这些新面料、新工艺的服装走向流行。沙洗丝绸衬衫、石磨牛仔褲、涂料珠片晚礼服等的全面流行，便是最有力的证明。

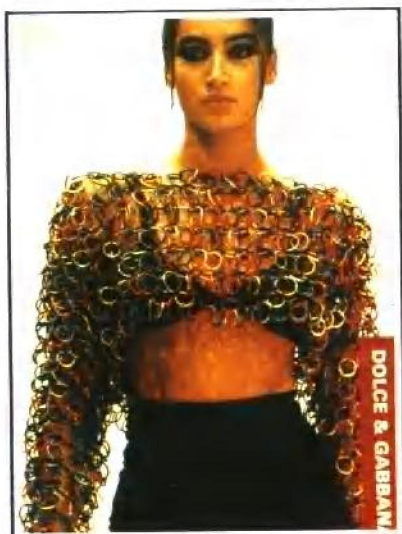


图3 新、奇、独特是当今世界时装的流行趋势。

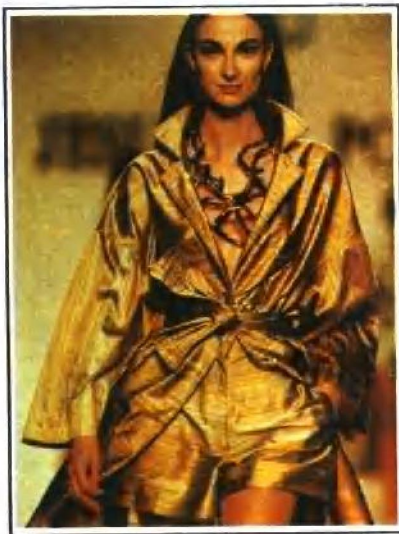


图4 富有金属感的新面料问世，这样的时装也会走向流行。

我们了解到，国际时装的流向分为三个层次，又知道，服装流行受上述5种因素的影响，那么，当前世界服装的流行趋势是什么呢？

四、当前时装的流行趋势

社会的文明和进步以及经济发展的影响，也反映到人们的服装上。当前的世界服装正在向高质化、国际化、便装化、多样化、舒适化方向发展。

高质化：

主要是指天然面料流行，各种高档丝、棉、麻、毛纯织物和混纺织物，以及天然、人造皮毛时装的数量急剧增加，日益受到消费者的欢迎。

国际化：

它的含义有两个方面。一方面是指流行的广泛性。随着科学技术的不断发展。国际交往不断扩大，时装的地区差别不断缩小，某一时装款式的兴起会很快地流传到世界各个区域。另一方面是指设计灵感和素材来自众多的国家和地区。设计师们从各国的民族传统服装中，吸取营养加以提高创新。像欧美著名的时装设计师从过去长期固守欧洲的传统方式进行设计，转向巡回日本、非洲、印度等世界各地去，扩大视野，收集资料，吸取灵感。如宽大的服式、旗袍领、沙里披挂式等具有东方色彩的款式和西方的剪裁方法巧妙地结合起来，使时装款式更加丰富多彩，适应性也更加广泛。这表明，时装进一步向国际化发展。

便装化：

时装式样的流行，在很大程度上受当地的生活方式和环境的影响和制约。当今人们事事处处讲究效率，时间观念增强，生活节奏加快，为此反映到时装款式中来则表现为造型不甚讲究，并普遍追求宽松、随和，穿着舒适，行动方便。人们从讲究西服革履、衣冠楚楚转变为追求方便、轻松、舒适、自然的服装款式的趋势，美国表现得最为典型。当前世界各国流行的牛仔