

BEST BUSINESS PRACTICES FOR
PHOTOGRAPHERS second edition



(第二版)

商业摄影师 的专业之路

(美) 约翰·哈林顿 著
马振晗 译

亚马逊五星级图书推荐!

由世界顶级的商业摄影师执笔，打开您的视野，
告诉您想在商业摄影领域成功生存的各种秘诀!

清华大学出版社

商业摄影师的专业之路 (第二版)

(美) 约翰·哈林顿 著

清华大学出版社

北 京

John Harrington

Best Business Practices for Photographers, Second Edition

Copyright © 2010 by Course Technology, a part of Cengage Learning.

Original edition published by Cengage Learning. All Rights reserved. 本书原版由圣智学习出版公司出版。

版权所有, 盗印必究。

Tsinghua University Press is authorized by Cengage Learning to publish and distribute exclusively this simplified Chinese edition. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan). Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

本书中文简体字翻译版由圣智学习出版公司授权清华大学出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾)销售。未经授权的本书出口将被视为违反版权法的行为。未经出版者预先书面许可, 不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

978-7-302-25263-4

Cengage Learning Asia Pte. Ltd.

5 Shenton Way, # 01-01 UIC Building, Singapore 068808

北京市版权局著作权合同登记号 图字: 01-2010-6196

本书封面贴有 Cengage Learning 防伪标签, 无标签者不得销售。

版权所有, 侵权必究。侵权举报电话: 010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

商业摄影师的专业之路(第二版)/(美)约翰·哈林顿(Harrington, J.)著; 马振晗 译.

—北京: 清华大学出版社, 2011.5

书名原文: Best Business Practices for Photographers, Second Edition

ISBN: 978-7-302-25263-4

I. ①商… II. ①哈…②马… III. ①商业摄影—摄影技术 IV. ①J412.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 057000 号

责任编辑: 徐燕萍

装帧设计: 孔祥丰

责任校对: 胡花蕾

责任印制: 杨 艳

出版发行: 清华大学出版社

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175

邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者: 北京鑫丰华彩印有限公司

装 订 者: 三河市李旗庄少明装订厂

经 销: 全国新华书店

开 本: 170×240 印 张: 22 字 数: 456 千字

版 次: 2011 年 5 月第 1 版 印 次: 2011 年 5 月第 1 次印刷

印 数: 1~4000

定 价: 88.00 元



作者简介

约翰·哈林顿，于 2009 年当选为白宫新闻摄影师协会(WHNPA)主席，在摄影商业化方面经营得相当成功，目前经营的摄影生意年收入已经是创业初期的 10 倍了。他于 2007 年获得联合国国际摄影协会颁发的专业摄影师领导力奖，在若干次的培训会、讨论会上讲述过摄影商业化方面的问题以及自己的独特见解。他曾在以下这些机构做过演讲：美国媒体摄影师协会(ASMP)，美国广告摄影师协会(APA)，美国国家新闻摄影师协会(NPPA)，美国专业摄影师协会(PPA)，白宫新闻摄影师协会(WHNPA)，Photoplus 展览会，史密森学会，科科伦艺术与设计学院以及马里兰大学。

他在华盛顿特区以及世界各地从事摄影工作已有 20 多年了，同时为各媒体编辑部以及商业客户服务。他服务过的媒体客户有：美联社、《纽约时报》、《华盛顿邮报》、《时代》杂志、《新闻周刊》、《美国新闻及世界报道》、美国国家地理协会、《今日美国》、《人物》、MTV 以及《生活》杂志。对于企业和公共关系客户，约翰为以下通讯社服务的次数超过 300 次：美联社、路透社、报业集团 Gannett，法新社以及合众国际社。对于商业客户，约翰曾为超过半数的财富 50 强公司服务过，以及更多的财富 500 强公司，他曾为以下这些公司拍摄过广告：西门子、可口可乐、通用汽车、美国银行和房地美公司等。

再版说明

在《商业摄影师的专业之路》一书第一版出版后，本书就被摄影社区人士所熟知。而事实上，我几乎被有关该书第一版的询问压得喘不过气来。在全国各地的很多城市，像坦帕、奥斯丁、拉斯维加斯、明尼阿波利斯、代顿、威尔明等城市，很多学校都将该书用作教科书，这给了我很大的希望。我收到了很多个人购买者的电子邮件，他们和我分享了很多他们对于本书的真实感受。第一版对于我的摄影同行所产生的效果真的超出了我的预期。

当我考虑再动笔写第二版的时候，我真的考虑了很长时间。在第二版中，除了将一些不存在的公司名字删掉或者将一些产品的名字做了更新(例如将 D2X 更新为 D3 或者将 Windows XP 更新为 Vista)，还有什么可以改变的呢？我最初希望对第一版中的内容仅做稍微的变动。然而我又重新考虑，我意识到我需要对原来的某些内容做些扩展。在第一版中，最受欢迎的两个部分是案例学习和客户对话，因此在第二版中我对这两部分内容做了扩展。

对于第二版中新出现的一些章节，一般都是对于第一版中部分内容的扩展。并且在第二版中，我专门用一章的篇幅介绍全职雇员摄影师怎样转变为自由职业摄影师，这不仅对于正在做这种转变的摄影师能提供参考意见，并且对刚进入自由职业摄影行业的新摄影师也有用。我将这部分内容推荐给一些我的刚转变成自由职业摄影师的同事看，他们都认为这些内容很有说服力。现在，托他们的福，将该书再次出版。在作品授权许可这一章，我增加了很多内容，比第一版增加了很多。

很多人都拥有该书的第一版，某摄影师写信给我：“我经常读这本书以致书都起了卷角”，另一个摄影师写信给我：“该书是我的案头工具书，我每周都要翻若干次”。第三个摄影师在一封很有思想的信中写道：“我经营的生意现在更加赚钱了”。因此，拥有该书第一版的所有者如果考虑买第二版，需要回答两个问题，第一个是“这样做是否值得？”我的答案是：“当然！”，第一版只有 26 个章节，而第二版有 30 个章节。仅仅作品许可这一章以及对于有

关谈判的几个章节的更新就能给你带来很多帮助。

我们所喜爱的摄影职业方方面面都面临着很大的压力。全国各地都在大量削减摄影师的数量，图片库照片的价格急剧下降，而拥有数码相机的人们常常会低估我们的工作，他们认为：“这样的工作能有多难？”这使得人们认为摄影师就是在制作某种产品。摄影作品并不是装饰品，可以相互交换并且每天都以很低的价格出售。对于某些企业，他们可能这样认为，然而我在网上碰到或者在现实生活中碰到的很多摄影师，他们通过寻找真正尊重他们作品创意的摄影师而获得了成功。这些客户真正考虑的并不是价格，而是具体的拍摄细节……

你可以通过成为一名专业摄影师而获得成功，我在第一版中一直强调这个观点。第二版会给你提供更多的观点，我在摄影行业已经呆了 20 年了，我在新闻摄影、公司摄影、商业摄影以及广告摄影领域都从事过第一线工作，该书中久经考验的实践经验被证明不仅仅对我有用，对于其他很多人也有很好的指导作用。

好好品读吧！

前 言

我们所选择的摄影职业正在经历着深远的变化，当我刚进入摄影行业的时候，35mm 胶卷是新闻摄影使用的标准工具。20 年前，主流相机是中等格式相机，那是从 4×5 的格式演化过来的。很多杂志摄影师都选择中等格式相机，虽然有很多广告摄影师也使用中等格式相机，但其他大多数人还是使用大画幅相机，Ansel Adams 在《负面影响》(1981 年)一书中预言了数码时代的到来，其在前言中这样写道：“我非常渴望新的理念的到来，我认为数码照片将成为以后的主流，这种格式的照片将有其内在的结构特征，艺术家以及功能性从业者能够理解并且控制这些特征”，在每一次的转变阶段，都会有人对新技术不屑，对于数码技术也一样。但如今，使用胶卷的理由几乎荡然无存了。

虽然对于文件格式、工作流程等有很多争论以及观点，不过大家对于生意经营的理念依然没有改变。Dale Carnegie 在《怎样交朋友以及感化别人》一书中提出了这样的观点：我们经商的原则是产生的收益必须超过我们所花费的成本和费用。这个原则是经历过时间考验的。宪法中关于你对你所创作的作品拥有独家所有权这种理念也没有改变。Arnold Newman 在 1950 年代掀起了抵制《生活》杂志运动，这是和这些黑心出版商的对抗，最终摄影师们赢了。

本书中所提出的有关客户服务、客户反馈、资产管理的价值以及谈判等方面的观点是不会过时的，在不断的重印后，我决定对该书进行修订和更新，但是我希望该书以及书中所传递的主要信息能成为你的重要参考资源。或者，也许你可以将该书传递给你认为可能会从该书中获得帮助的同行人或者立志成为摄影师的人。

摄影师们可能会看不起商业摄影业，认为纪录片摄影师应该是最值得尊重的，因此对于商业摄影师或者摄影商业实践持有一种非理性的轻视态度。因此我想到了 Adams，在美国公共广播公司的《美国经验—Ansel Adams 篇》一片中被 William Turnage 所称赞的 Ansel Adams，Turnage 见到 Adams 后就为其金融期货合约提供担保，当时 Adams 已经 70 岁了。Turnage 提到：“他和 Edward Weston 都受到了批评，因为他们没有为 1930 年的社会危机拍摄，Bresson 说，‘世界变成了碎片，Adams 和 Weston 去拍岩石和树木了’，Ansel 对于这样

的批评很惊讶，他认为纪录片拍摄除非在要求很高的情况下拍摄，否则就是广告宣传，因此他对此不感兴趣”。

Turnage 继续说道：“我从没看到哪个人工作比他辛苦，他从来不休息，从没有假期，他每星期都工作 7 天，一年 365 天都工作，年年如此。即使他在 80 岁的时候也坚持这样，他的职业生涯充满了不确定，并且是经济的。他工作这么努力的一个原因是为了谋生，因为在那个时候摄影师谋生不容易，他勉强过着收支相抵的生活，他不能外出到其他地方拍摄，因为他没有这么多资金。”

对于 Adams 发现了摄影商业化的重要性，Turnage 并不是唯一对此作出肯定的人，Adams 的儿子 Michael Adams 在一个纪录片中谈到：“我的母亲是一个未被承认的英雄，她在约塞米蒂国家公园经营生意，这是她继承的她父亲的事业，她父亲在 30 年代就去世了，商业化的工作非常重要，这使得他们能够生存下去并且使他能够从事一些有创意的创作，母亲的经济资助使他能够从事很多以前不能做的事。”Andrea Gray Stillman, Ansel Adams 的助手说道：“当 Ansel 的妻子 Virginia 在 1935 年生第二个小孩的时候，Ansel 并不在她身边，Virginia 在旧金山，而 Ansel 在约塞米蒂国家公园做一份商业性工作。”

在关于 Helmut Newton 的纪录片《相框边缘》一片中，Newton 被问道：“你拍照的目的就是为了出售吗？如果是的话，价格多少？”Newton 回答：“不能通过博物馆，博物馆不是销售照片的场所，当然这些照片是用来出售的，对于我而言，所有东西都是用于出售的，我只关心价格！但是我通过这种方式谋生，我从事这份工作因为我喜欢它并且我喜欢赚钱。”

对于很多摄影师，自己的照片能够出现在知名出版物上并且拥有作品所有权时他们的终极目标，但是正如诗人多萝西·帕克说的：“美丽只是皮相，而丑陋却丑到骨子里去”，当你接到一笔要求你为某个杂志拍摄的任务，你可以获得作品所有权，然而该任务的成本可能会超过你的收益，你最终获得的作品所有权就像停留在皮相的肌肤一样，而你所牺牲的代价就像丑陋到骨子里一样。

作品所有权有什么作用？能证明你是一名摄影师？争取权利？你能将该所有权存入银行吗？你可以用它来支付房租或者偿还房贷吗？你可以用它来支付餐费吗？

当我在 2006 年编写第一版最后几章内容的时候，我有一些照片被刊登在一些不同的知名报纸上，对于那些收入很低并且喜欢签独家作品所有权的摄影师们可能会对此不屑。现在仍然有很多摄影师喜欢签这种独家作品所有权合同，他们一直停留在这样的怪圈里，直到发现自己不能负担自己的生活为止，而我的作品会不断地出现在不同报纸上。然而，这些照片并不是专门为这些报

纸拍摄的，而是为其他客户拍摄的——只要他们付给我合适的报酬并且允许我保留自己的权利。我会在合同中写明我所授权的范围以及相应的报酬，并且我会获得这笔报酬。

在很长时间里，我的朋友和同行们以自己的作品出现在杂志上为荣，特别是希望出现在知名杂志上。虽然我的作品出现在很多杂志上，但我在我的简历中只列出了几个杂志的名字，因为不了解我的人喜欢通过这点来判断我这个人，这些人没有正视我这个人 and 这个作品。一张缺乏灵感的照片是否由于其被刊登在某个知名杂志上变得有价值了？我不认为这样，我的作品和你的作品应该有其自身的价值而和出现在哪里并无关系，如今在摄影界很多合同纠纷、侵权问题以及低报酬问题都是因为这些摄影师只关心自己的作品是否出现在知名杂志上，这使得他们不得不接受低报酬并且权利经常受到侵犯。我认为这是错误的，但是更加糟糕的是越来越多的有偿合同强迫摄影师们放弃自己作品的所有权。

我很多年前就不再以刊登的杂志级别来衡量自己的照片价值，相反，我衡量其价值通过照片所包含的内容，照片所传达的信息，以及人们观察它们时的反应。

我撰写本书，主要目的是帮助摄影师看清自己创作的作品所包含的内在价值，改变他们过分看重作品所有权的心态，同样帮助他们寻找适合自己发展的商业模式，最好我希望该书能帮助摄影师们使自己的摄影事业获得更多利润并能获得自我满足。至少，我希望这本书能帮助摄影师们在商业摄影领域生存下去，而从长远来说能帮助他们获利颇丰。

在纪录片 *American Masters* 关于传奇摄影师 Richard Avedon 一集中，关于其 1966 年和《时尚》杂志签订合同的细节这样描述道：“现实的利益诱惑闯入了其时尚设计生活，以及需要获得物质帮助资助其个人创作，Avedon 接受了《时尚》杂志史无前例的百万美元合同，他知道将自己的个人创作和专业创作区分开来。”用 Avedon 自己的话来说就是：“我永远不会拒绝商业摄影，我很感激我有能力以之谋生并能供养我的家庭、我的工作室以及资助我从事特殊广告项目。”

当你对 Adams、Newman、Avedon 等大师表示崇高敬意的时候，记住他们坚持了自己的主张并且坚持做自己认为值得做的事——既能养活自己又能获得精神上的满足。因此，让本书指引你并鼓励你如何在能够从事自己喜欢的事业的基础上获得商业上的成功。

目 录

第一章 开始行动	1
不管你是否认为自己在谋生，但你确实是在谋生	1
经营策略：战略和战术	3
重新考虑当前的商业模式并做出改进	4
去了解你所不了解的	6
对于现有的业务制定商业计划	7
第二章 专业摄影师必备器材	9
我们是专业的摄影团队：该如何合理配置我们的摄影器材	9
专业灯光系统与专业消费类灯光系统：如何权衡	9
相机和光学效果：为什么你需要选择最好的	11
配置计算机：台式机还是笔记本，为什么要淘汰三年前的旧计算机	12
专业器材：稳定器、防声罩以及发电机的选择	15
租借以及出租	16
第三章 计划和物流：为什么 3 分钟的拍摄需要 3 天时间去计划	19
为无法预料的事做好准备	20
一切很快就会到来，你最好做好准备	21
把你的想法传达给潜在客户可以帮你赢得订单	21
当 7 分钟的拍摄缩短为 3 分钟时：你需要怎么做	22
什么时候需要请专业人士：从灯光到现场管理、服务以及安保	23
第四章 从全职摄影师变成自由职业摄影师	27
处理一些棘手问题	30
转变成自由职业摄影师需要注意的事项	31
合理安排你的时间	33
无为而为	33
做你想做的(不要损害别人的利益)	35
为转型做好计划(如果可能，应延长转型期)	36
难以忽视的事实	38
PLH(摄影师获得性依赖)	39
禅学和摄影的艺术	40

第五章 与代理、助手、员工以及独立承包人合作的优缺点	43
从单打独斗到多人合作的障碍	44
与代理和顾问合作	44
什么样的人必须成为你的雇员	46
雇佣全职工作人员的优势	51
支付报酬给这些使你生活变得容易的人	52
一条解决劳务纠纷的途径	53
第六章 确定收费标准	55
时间因素	56
独特性因素	58
创意因素	58
风险因素	60
综合考虑所有因素	61
第七章 服务定价	65
确定你的工作价值	67
你价值多少	68
观点 1: 所有的创意或者使用费都应该列在一起	71
观点 2: 创意费和使用费应该单独收取	72
提高你的收费水平	74
观察你的竞争对手: 怎样收集信息而不必冒险限定价格	76
报价不要最低	77
如果你的报价是最低的, 找出原因	78
当你为客户服务的时候为什么要收费	78
理解摄影定价的真谛	79
避免使用的词语	79
无偿服务: 什么时候需要、什么时候不需要	80
为什么雇佣作品这种形式不适合于所有自由职业摄影师	81
按照“雇佣作品”协议提供服务	85
你不是在“出售”作品	85
推荐读物	86
第八章 日常开支: 为什么收费要比成本高	87
你的日常开支有哪些?	87
回忆过去: 每卷 40 美元的柯达胶卷	88
加价: 你自己能获得多少利润, 怎样合理确定加价率	89

第九章 谁在支付你的薪水及退休金	91
如果每个雇佣过你的人都制定有相应的员工退休计划， 你自己是否也应该制定一个呢	91
如果每个曾经雇佣你的人都支付薪水给自己，为什么你不这样呢	92
第十章 财务事务：什么时候需要自己处理、什么时候需要转交给会计 人员处理	97
软件解决方案：解决财务事务的关键	97
保存好这些发票而不要交给客户	98
纵向对照：对于你经营的影响	101
个人取款的确认	102
开立不同银行账户	103
单独核算信用卡账户：扣除利息费用	104
什么时候需要聘请会计师(宜早不宜迟)	105
什么是 CPA？CPA 和记账员的区别是什么	106
第十一章 和出版商订立合同	109
“我们会发来合同”：为什么你要首先发出合同	109
一份和出版商签订的合同必须拥有的内容	111
订立合同时使用文字处理软件还是专门的软件	114
怎样和出版商对合同进行谈判	115
案例学习：为大学杂志拍摄肖像照	119
案例学习：飞机专供杂志	124
案例学习：金融报业巨头	125
案例学习：消费类杂志	128
第十二章 和企业客户订立合同	137
企业摄影和商业摄影的区别是什么	137
一份企业摄影以及商业摄影合同必须有的内容	139
投标还是报价	139
报价修改单	141
订购单	142
对于企业或者商业拍摄怎么进行合同谈判	146
多方授权协议	150
获得报酬	151
案例学习：律师事务所肖像拍摄	152
案例学习：全国性的企业客户	160
案例学习：地方性企业客户	162

第十三章 婚礼或典礼拍摄合同的订立	163
随着时间的推移,即使非婚礼摄影师也会为婚礼或者典礼进行拍摄	163
婚礼或典礼拍摄合同	165
和新郎、新娘以及他们的父母谈判	167
保护你承担相应的责任	168
多摄影师拍摄任务:占据主导地位	169
推荐读物	170
第十四章 谈判:签下这笔业务还是拒绝	171
在处于优势时进行谈判	172
谈判过程中有创意的解决方案	176
说服客户	179
追加销售的力量	179
希望战胜经验	181
制定你的政策	181
阻止成功交易的因素	183
为什么说“不”是你最强大的工具	183
预测未来	184
了解失去任务的后果	184
案例学习:科学竞赛	186
推荐读物	193
第十五章 保护你的作品:怎么保护以及为什么保护	195
坚持自己的原则	195
不要窃取我的作品	197
版权:什么是版权,什么时候有效以及属于谁	197
预注册:怎样保护你的作品	198
在电子版权办公室注册你的作品	198
推荐读物	200
第十六章 侵权的现实:版权和美国联邦法院	201
当你被侵权时应该做什么	201
意识到侵权行为的发生	202
侵权者的种类	202
什么时候需要通过律师解决	205
和解协议	205

第十七章 肖像权让予：模特、财产以及其他	211
案例学习：获得肖像权让予的重要性	217
获得签署过的肖像权让予许可	218
为获得肖像权让予而支付费用	219
使用你的让予许可格式还是客户的	220
其他让予许可问题	220
网络资源	222
推荐读物	223
第十八章 处理违约：小额索赔法庭和民事法庭	225
为什么在小额索赔或是民事法庭中对你更有利	226
期望值是什么及要花多长时间	226
案例学习：一家纺织公司	227
第十九章 缓慢审核过程，还有不想付款的难缠客户	229
如何跟客户和会计部门斡旋	229
你准时交货，而他们却拖延付款	232
分析时间数据来确定收款可行性	233
滞纳金	233
我向一些客户收取滞纳金的办法	234
收款服务：最后一个有效的补救办法	235
第二十章 书信：写得专业可以解决许多问题	239
电子邮件：一种流行的交流工具	242
关于签名	244
我们讨论过的摘要信	246
抄送和暗送：以何种方式何时发送	247
感谢信：他们做了什么他们做得多好	247
推荐读物	248
第二十一章 律师：当你需要他们的时候，他们是你最好的朋友， 至少是你的拥护者	249
律师可以为你做什么	250
你希望付多少钱	252
询问你的律师，把案件提出诉讼是否是经济的做法	254
为什么律师们会勉强接手偶然发生的案件，他们什么时候会这么做	255
当你付钱买建议的时候，一定要听他的	255

第二十二章 办公系统和外景拍摄系统：备份和安全使你感觉踏实 257

 什么是备份 257

 通信网络 258

 防火墙和系统安全 258

 端口转发 259

 备份 260

 双重备份图像文档，本地和异地 264

 两个相机同步拍摄某业务 264

 多带些灯光设备：如果需要用三个灯进行拍摄，不要只带三个灯 265

 管好你的相机 265

 软件有效性及备份方法 266

 后果：你怎样才能从灾难中恢复 268

第二十三章 数字和模拟资产管理：让你的照片发挥出最大的潜能 269

 推荐阅读：《摄影师的数字资产管理》 269

 《摄影师的数字资产管理》以外的解决方法配合各种

 各样工作流程的原则 270

 评估将模拟文件转换成数字文件的花费：值得吗 274

 立刻访问到图片意味着很快完成交易 275

第二十四章 许可你的作品 277

 许可的定义 277

 独家经营权争论点 279

 你要许可的市场 282

 有效使用权利与免费使用 283

 电子分销 283

 提醒和其他的考虑 284

 谨慎行事：有追溯效力的许可证 285

 销售与许可 287

第二十五章 图片库照片销售：不要依赖代理，自己寻找出路 289

 现在，跟照片经销商的交易是什么样的 289

 个人在线档案馆 291

 其他 294

第二十六章 客户关系维护(提示：这不是星巴克和快餐汉堡) 297

 他们是你的客户：像对待金子一样对待他们 298

 如何提高客户的回头率 299

X 因素	302
两个规定	303
做一些出人意料的事, 做一些额外有价值的事	304
为客户提供饮食: 快餐、外卖咖啡还不够, 需要提供饮食及服务 并为它买单	306
交付时, 你说你会交付或会更早交付	307
回复电子邮件, 并尽快发送报价	308
客户和业务的新途径	309
推荐读物	310
第二十七章 教育: 一个持续、关键的训练, 不要停滞于从前的辉煌	311
继续学习过程	312
了解你不知道的(回顾)	313
研讨会: 参加、学习、变得更聪明	314
订阅与研究: 如何从周围学习	315
在任何地方, 最愚蠢的人往往认为自己是聪明的	316
第二十八章 摄影和家庭之间的平衡	317
当你做所喜欢的事的时候, 不能忽视你深爱的人	318
跟配偶/伴侣或子女在一起的更加快乐的方法	319
带着您的孩子	319
处理配偶或情人的猜忌	320
学会聆听暗示: 当那些你爱的人什么都不说的时候, 这就是他们要说的	321
假期: 真的不是用来拍素材的	322
第二十九章 扩展到其他有创造力的领域	323
视频服务	323
图书出版	325
第三十章 慈善、社区和你的同事: 回馈种好果	329
慈善: 一个好的社会, 取决于它	330
公益工作: 你决定要怎么做, 而不是对电话征求廉价(或免费) 工作的响应	330
加入摄影社区: 参与专业协会和社团对话对摄影师而言是重要的事情	330
你的同行们: 他们可能是你的竞争对手, 但他们不是敌人	331
历程: 谈话, 实习生和学徒, 最后回馈社会	332
向他人传递知识	333

第一章

开始行动

本书第一版的主要目标读者是专业摄影师，然而出版后，很多人将它作为正确开展摄影业务的指南，并且在全世界各地的学校课堂上作为教材使用。对于专业的摄影师来说，该书可以成为你拓展摄影事业的指南，并且可以帮助你更新或者确定相应的行动策略。虽然本书第一版不是主要针对立志进入商业摄影领域的摄影师，然而一些新进入商业摄影领域的摄影师和我分享了一些他们创业的经验，这些经验对于本书第二版的创作极其珍贵。因此，不管你是个摄影老手还是新手，本书第二版所传递的信息都是从商业摄影实践中长期获得的经验，并且得到了摄影同行的一致好评。此外，还可以保证的是，本版的题材将确保你的事业长盛不衰。

对于大多数摄影学校的毕业生，学校并没有教授给他们摄影商业化的技能，他们毕业后可能偿还不起学费贷款，并且不能从事自己选择的专业，我认为这些学校的眼光是非常短浅的。最近，一些有远见的学校开始注意到形势的变化并且开设了一两门相关的课程。我听说数十所开设摄影专业的学校将本书列为必读书，如果你是这些学校的学生，将是非常幸运的。希望本书能成为所有学校摄影专业的必读书目之一。在本书中，我将会推荐一些其他阅读书目，建议阅读一下每章结束后的书目介绍；另一方面，偏重摄影专业的艺术学校，也未注意到摄影商业化教学的重要性。最后，我期待有朝一日，所有的摄影专业毕业生都能看到摄影商业化的必要性。

不管你是否认为自己在谋生，但你确实是在谋生

你需要赚钱谋生，你不仅仅是一个摄影师，你首先是一个公民。你创造利润的能力被社会认为你在从事一项盈利活动，你必须为你获取的利润交税，政府认为他们需要从公众手中收取税收，从而能够提供公共服务(像公路修建、社会治安、市政管理等)，你的部分利润需要支付这些服务的费用。你可以选择自己的谋生手段，可以选择成为一个公司的雇员(公司帮你代扣税)，你也可以自己雇佣自己，或者你可以自己开一个公司，但是交税是不可避免的并且税率也不会太低。