



北京名人
XIANGCHENG

人像摄影系列教程
RENXIANG SHEYING
XILIE JIAOCHENG

人像摄影 工作室教程

◎向 诚 编著



印刷工业出版社





北京名人
XIANGCHENG

人像摄影系列教程

RENXIANG SHEYING

XILIE JIAOCHENG

人像摄影

工作室教程

◎向 诚 编著



印刷工业出版社

图书在版编目（C I P）数据

人像摄影工作室教程 / 向诚编著. —北京：印刷工业出版社，2010. 5

ISBN 978-7-80000-940-2

I. 人… II. 向… III. 人像摄影—摄影艺术—教材 IV. J413

中国版本图书馆CIP数据核字（2010）第075104号

人像摄影工作室教程

编 著：向 诚

策划编辑：籍艳秋 李 毅 责任印制：张利君

责任编辑：郭 平 装帧设计：李镕言

出版发行：印刷工业出版社（北京市翠微路2号 邮编：100036）

网 址：www.bjmr.com.cn www.keyin.cn www.pprint.cn

网 店：shop35430275.taobao.com shop36885379.taobao.com

经 销：各地新华书店

印 刷：北京佳艺恒彩印刷有限公司

开 本：787mm×1092mm 1/16

字 数：186千字

印 张：11.5

印 次：2010年9月第1版 2010年9月第1次印刷

定 价：86.00元

I S B N：978-7-80000-940-2

◆ 如发现印装质量问题请与发行部联系 发行部电话：010-63728034（北京名人）88275707/5602（印刷工业出版社）



人像摄影步入了数码时代，数码改变了传统人像摄影的形式。数码技艺的迅速发展，给人像摄影领域带来了强烈的冲击，同时也为人像摄影行业的发展开辟了广阔的新空间。然而，目前人像摄影行业的许多从业者对人像摄影技艺的系统学习明显不够，艺术素养也有欠缺，尤其对专业技艺功底提高重视不够。特别是影楼人像摄影，注重外在的多，注重内涵的少；注重画面形式的多，注重人物性格的少；不少作品画面的构图、色彩、用光还存在问题。这一切都是因为从业者专业功底不深、系统学习不够所致，因此人像摄影师需要不断地学习和提高。行业的需求，呼唤着更专业、更规范、更系统、更实用的教材及参考图书问世。

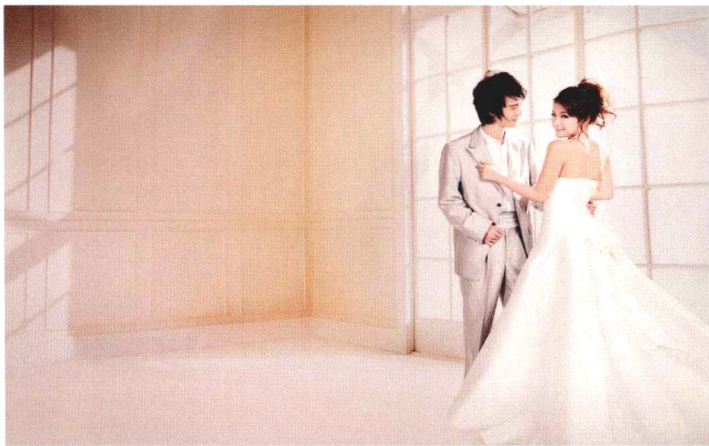
北京名人摄影化妆艺术学校是人像摄影行业的知名学校，经过十年的努力，他们在人像摄影教学方面积累了丰富的经验，探索出一套比较适合专业人像摄影师打好基础、提高技艺的方法。他们在人像摄影教材的研究与编写方面，也逐步走向了规范、形成了体系。他们根据行业的实际情况编撰的这套《人像摄影系列教程》，在一定程度上弥补了行业缺少专业、系统教材的缺憾。

《人像摄影系列教程》是作者多年人像摄影实战经验和教学成果的总结，它图文并茂、内容详实、结构合理，深入浅出地讲解了人像摄影领域的各类知识和技艺。这套教材比较适应人像摄影师以及其他影楼从业者系统学习提高的需求，对人像摄影从业人员夯实专业基础、提高专业技能具有重要作用，是一套专业、系统、实用的系列教材。我们身处艺术空前发展、科技日新月异的时代，科技与艺术携手共同造就了当今的人像摄影。为了人像摄影的更加繁荣，希望更多从事人像摄影的有识之士，努力学习，不断提高艺术素养和专业技能，在专业知识的指导下勇攀人像摄影高峰，使我们的职业生涯更有意义。

冀运表

（中国人像摄影学会副会长、人像摄影杂志社社长）

2010年9月于北京



现代科技高速发展，特别是数码技术的不断更新换代，使人像摄影越来越科技化。与此同时催生了一批具有专业技能，且崇尚创造、独立、自由工作方式的年轻人投入到人像摄影工作室当中，也对人像摄影行业产生了一定程度的促进作用。

由于人像摄影工作室在架构与运营模式上与影楼截然不同，很多人在组建工作室的初期以及在经营中遇到了很多的困惑和疑虑，为此北京名人特别组织了一批长年从事人像摄影教学工作的专家，并结合现代专业人像摄影的特点及工作室的特殊性质编写了这本《人像摄影工作室教程》，不仅弥补了摄影行业的空缺，同时也给想要创办工作室的创业者们提供一些理论依据。

本教程以实际需求为出发点，共分12章。第1章，讲述了人像摄影工作室的选址与市场定位，为工作室的创办提供了合理的依据与参考；第2章，主要讲解了人像摄影工作室的格局布置与主要器材的配备；第3章从工作室的管理入手，讲解了整个团队的架构、分工与职责；第4章是人像摄影工作室的营销与品牌打造，使大家能够掌握工作室的宣传、网络营销、门市接单以及品牌形象的维护等，全方位地讲解如何运作一个成功的摄影工作室；第5章，主要是讲解了写真照片的拍摄，使大家能够熟练地掌握和运用、拍摄出顾客满意的照

片；第6章，讲解了人像摄影工作室婚纱照的拍摄，着重强调工作室与影楼的区别，突出工作室的特色与优点；第7章，介绍了人像摄影工作室儿童照片的拍摄，从用光、色彩以及背景等方面来讲解儿童照片的拍摄方法；第8章，主要介绍了人像摄影工作室样照的拍摄，使大家能够掌握高水准的拍摄技巧；第9章，主要讲解不同风格照片的拍摄，使大家能够掌握风格种类的变化，在拍摄时做到游刃有余；第10章，介绍了人像摄影工作室外景的选择与拍摄，让大家能够从不同环境中拍摄出优秀的外景照片；第11章，讲解了人像摄影工作室的化妆造型，从不同类型的实例来讲解妆面造型的理念及步骤分析；第12章，着重介绍了工作室中如何处理照片以及照片的后期设计。

在编写中我们力争做到图文并茂、实际操作性强，但人像摄影工作室的理论研究涵盖范围广、运作过程复杂，本教程也很难做到面面俱到，让每个读者都满意，其中纰漏在所难免，希望读者和人像摄影专家及管理专家提出宝贵意见，以便我们再版时进行修改。

向 诚

2010年9月于北京

目录 Contents

003	序 言
005	前 言
006	目 录

第1章 人像摄影工作室的选址与市场定位

010	1.1 城市的选择
011	1.2 环境的选择
011	1.3 场地的选择
012	1.4 顾客群与市场定位
013	1.5 投资大小与市场定位
013	1.6 人才资源与市场定位

第2章 人像摄影工作室的布置与器材配备

016	2.1 接单间的布置与物品的选择
016	2.2 化妆间的布置与化妆用品的选择
022	2.3 服装间的布置与服装的选择
023	2.4 影棚的布置与器材的配备
031	2.5 数码设计室的布置与器材配备

第3章 人像摄影工作室的人员配备与分工

034	3.1 人员配备与架构
034	3.2 人员分工与职责
041	3.3 工作室的激励机制

第4章 人像摄影工作室的营销与品牌打造

044	4.1 套系、价格与营销
045	4.2 广告宣传
046	4.3 网络营销
048	4.4 门市接单
049	4.5 老顾客的维护
051	4.6 品牌的打造与维护



目录 Contents



第5章 人像摄影工作室写真照的拍摄

- 058 5.1 写真人像的用光
- 064 5.2 写真照的色彩运用
- 068 5.3 写真照的美姿造型
- 071 5.4 写真照的道具与背景的选择

第6章 人像摄影工作室婚纱照的拍摄

- 074 6.1 白纱的拍摄
- 079 6.2 晚礼服的拍摄
- 085 6.3 民族服装的拍摄

第7章 人像摄影工作室儿童照的拍摄

- 090 7.1 儿童照的用光
- 093 7.2 儿童照的色彩运用
- 095 7.3 儿童照的引导与美姿造型
- 095 7.4 儿童照的道具与背景的选择

第8章 人像摄影工作室样照的拍摄

- 098 8.1 样照的主题风格定位
- 099 8.2 样照模特的选择
- 100 8.3 样照的服装选择
- 103 8.4 样照的道具背景选择
- 103 8.5 样照的布光与色彩搭配
- 107 8.6 样照的数码设计与制作

第9章 人像摄影工作室不同风格照片的拍摄

- 114 9.1 时尚风格人像的拍摄
- 120 9.2 另类风格人像的拍摄

目录 Contents

122	9.3 画意风格人像的拍摄
128	9.4 唯美风格人像的拍摄
130	9.5 民族风格人像的拍摄
133	9.6 情节风格人像的拍摄

第10章 人像摄影工作室外景地的选择和拍摄

138	10.1 外景地的选择
138	10.2 外景拍摄的器材配备
141	10.3 公园外景的选择与拍摄
142	10.4 自然景区外景的选择与拍摄
144	10.5 水景外景的选择与拍摄
146	10.6 都市外景的选择与拍摄

第11章 人像摄影工作室的化妆造型

150	11.1 写真照的化妆造型
153	11.2 白纱的化妆造型
156	11.3 晚礼服的化妆造型
159	11.4 民族服装的化妆造型

第12章 人像摄影工作室的数码后期设计

166	12.1 选片与修片
172	12.2 写真照的数码设计
175	12.3 儿童照的数码设计
179	12.4 婚纱照的数码设计

183	后记
-----	----





第 1 章 人像摄影工作室的 选址与市场定位



商业人像摄影市场在竞争中逐步走向成熟，影楼大众化的拍摄方式已经逐渐满足不了现代人追求多样化、个性化的拍摄方式，在这种情况下人像摄影工作室应运而生。与大众化的影楼相比工作室人像摄影在拍摄流程、画面的细节、整体风格以至于后期的制作方面都要比影楼更加人性化、多样化。同时工作室的创办基本不需要大规模的商业建筑面积和大额的资金等，对于后期员工的培训和流程运作上也要比影楼轻松、简单，这也是摄影工作室能得到长足发展的重要因素。

工作室是一种新兴的摄影机构形式，它与影楼相比规模小、成本低、运作简单，由于商业市场的竞争激烈，小成本的工作室也随处可见，那么如何使自己的工作室独具一格在人像摄影的商业浪潮中立于不败之地，我们首先就要在工作室的选址和市场定位上下一番苦心。下面我们从几个方面分别进行讲解。

1.1 城市的选择

摄影工作室的拍摄和服务对象的受众点与影楼不同，它较为偏向于中高消费的群体，要求顾客有一定的文化修养和审美能力。所以，我们要把人像摄影工作室的地点选择在比较大的城市，这样工作室才能发挥它的优势与特点。所以，在工作室的选址上一般情况下我们要选择在经济较为发达的大城市，例如：北京、上海、广州、重庆等（如图1-1、图1-2、图1-3）。



图1-1

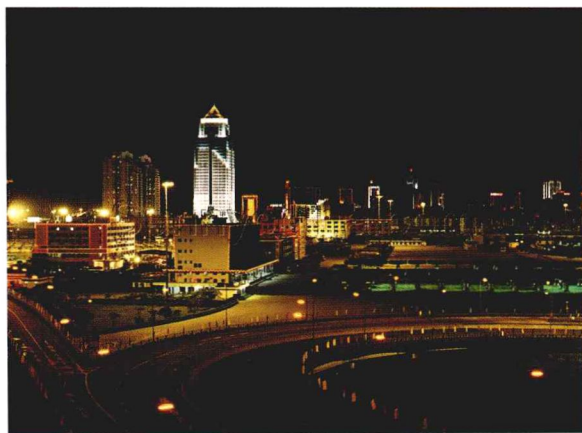
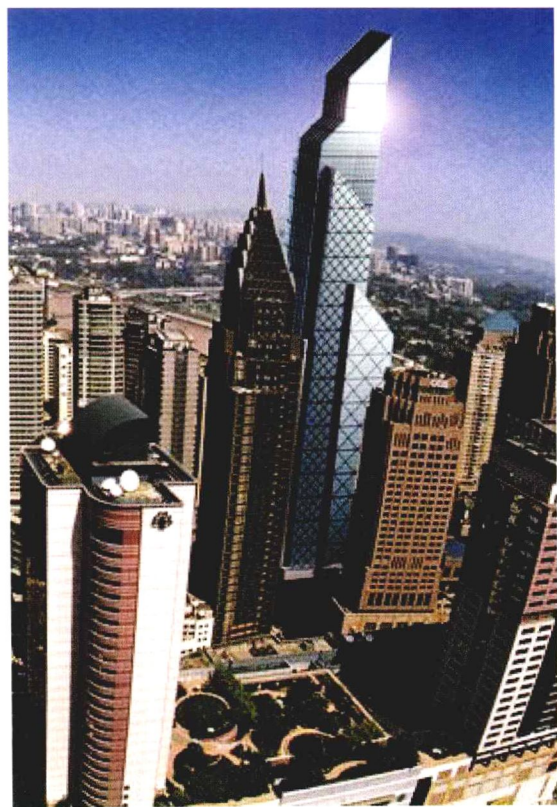


图1-2

摄影工作室不会因为没有影楼的雄厚资金而缺乏优势，反而它的灵活性和机动性更强。对于消费者的需求可以更加便捷地及时处理，满足顾客的一些个性的拍摄要求，没有影楼那种模式化的拍摄痕迹。所以工作室的拍摄受到现在年轻群体的喜爱。

图1-3

1.2 环境的选择

人像摄影工作室在确定城市以后，就要在工作室的地理位置上下工夫了。好的环境位置，可以为工作室接下更多的订单，在比较偏僻或者比较偏远的地方，即使有固定的客源量，顾客也会很容易找错地方。例如：在北京我们可以选择比较繁华的地段来作为参考对象，如西单、东单、CBD等商业区的地方，交通方便、服务配套设施好、容易吸引人群的注意力，适合城市中的中高消费群体（如图1-4）。



图1-4

1.3 场地的选择

人像摄影工作室的场所基本会选择在高档的写字楼中，要求房间具有精致、舒适、多功能等特点。工作室的影棚作为一个专业拍摄的场所，有着它的专业要求。普通写字楼的举架比较低，在拍摄人像时对布光以及布景的需要达不到要求，操作有很大的局限性。摄影棚对房子的层高和柱间距离要有一定的要求，大多都需要在3~4米，有很多大型的工作室也会将影棚建在郊区的厂房以及旧的仓库内。工作室房间有限，所以布局要整体考虑从实用和实际入手进行区域划分，如接待间、化妆间、服装间、拍摄影棚、后期制作间以及顾客在拍摄完以后选片的休息室等，所以工作室的面积不在于有多大，而是根据实际情况来具体分析，但是基本要做到精致、合理、舒适、人性化等要求（如图1-5、1-6）。



图1-5

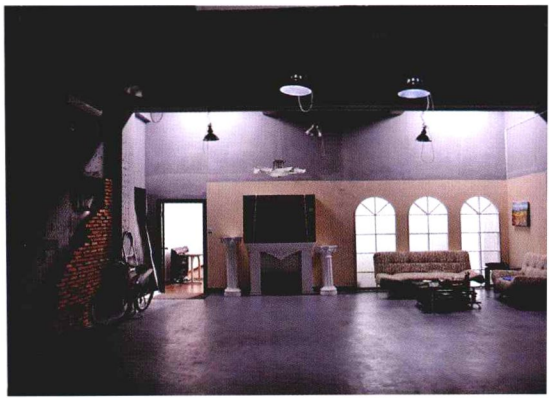


图1-6

1.4 顾客群与市场定位

摄影工作室和大影楼不同，首先在地点上基本属于楼中店，可以没有单独的店面，也没有大规模的广告宣传。店里的生意要想越做越好，要靠顾客的口碑。对于摄影工作室来说，顾客的口碑就是血液，就是生命线。由于工作室的风格比较鲜明时尚，客户的年龄较为年轻，可以根据被摄者的不同喜好来量身定做。工作室的灵活性比较强，不像影楼那么中规中矩，婚纱影楼只能拍摄婚纱套系或者写真套系，而对于工作室而言无论是婚纱摄影、写真拍摄甚至儿童摄影等，都可以一一胜任。从这个角度来讲工作室的受众群体的范围就要比影楼的范围大。除此之外，影楼接单一般情况下都是顾客主动来店查询或者电话询问、再或者是发宣传单来介绍。而工作室可以利用网络来维系客户就成为最为省钱和快捷的方式。摄影工作室有自己的网站，定期推出最新作品，网友们可以在下面跟帖，甚至在网上预约拍照。每个来过工作室或者登录过工作室网站的人都可以成为工作室的好友，工作室还可以举办一些活动，再把活动的现场照片或者对照片的反馈意见在网络上沟通交流，效率很高。

来工作室拍摄的大多数是青年人，对于年轻一代人来说，朋友式的相处比上帝式的服务更贴心。对于对自己的美丽认知有误区的顾客，我们应该告诉他（她），这样不对，另一种方式会更好。不要一味迁就顾客，像朋友一样相处会让人感觉更加真诚。

在市场定位上工作室和大影楼不同，必须要有自己独特的拍摄风格，并为喜好这种风格的群体服务。而这个群体相对来说，只是小众。例如：写真类的人像摄影的拍摄比较偏好时尚及杂志感的作品（如图1-7）。吸引来的也是有相同爱好的受众群体。抓住自己的特点、了解什么样的受众群适合自己才是工作室生存的理由所在。

在拍摄方式上以婚纱影楼和摄影工作室两种来进行分析和比较：

工作室的拍摄方式：轻松的拍摄氛围，个性的拍摄方式，天马行空的拍摄地点，大自然里没有约束的拍摄心态。由于工作室的资金限制，很多工作室，室内拍摄一直是一个软肋，没有豪华的影棚，所以拍摄主要放在了室外，如果天气不是很好将受到很大的影响。

工作室的服务方式：一对一的人性化服务方式，成熟的摄影工作室都会有一个独立的团队，一对一服务一对新人。如：一个摄影师、一个化妆造型师、一个灯光助理、一个摄影助理。这样大大满足了新人们“绝对主角”的心态，同时也能尽心在一天内为一对新人专心服务。

工作室的消费模式：直接透明的消费模式逐渐被大众所接受，大多摄影工作室都是免费提供保湿营养液、假睫毛，服装也不会分区收费，更多的工作室采用了拍多少给多少底片的方式，只要是顾客当天拍摄的照片，商家都会全部奉送，当然了，只有少部分是经过工作室的专业编辑人员进行过后期修改了，如果顾客觉得精修的数量不够可以再添加，但后增加的精修片是需要额外付费的，这点跟传统的婚纱影楼是一样的。

婚纱影楼的拍摄方式：影楼利用强大的资金优势，打造出很多豪华影棚，无论是南国景色还是北国风光，都可以在影棚中轻松实现，室内的拍摄是影楼的一大优势，



图1-7

户外拍摄作为一个补充，这样可以很好地避免由于天气原因无法拍摄所造成的损失。

婚纱影楼的服务方式：一对多的模式化服务，影楼大多是一组摄影团队同时为多对新人进行服务，尤其是在拍摄旺季尤为明显，这种拍摄方式缺少了个性化，相比较而言模式化的拍摄感觉在影楼里表现得比较明显。

婚纱影楼的消费模式：所使用的是前期加后期的消费模式，利用超级便宜的前期价格吸引消费者，是每个传统的婚纱影楼惯用的促销手段之一，但是拍摄所需要的各种辅助用品，例如：保湿精华液、假睫毛等只提供最基本的，如果要使用更好的就需要额外付费了，当然服装也是一样的，在前期的预订中包含了少量的服装，可以说十有八九的顾客，尤其是女性都会额外选择增加服装以达到最好的拍摄效果。后期也是一样，超出套系所包含的底片数量则需要另外付费购买，这样就导致了很多人选择的是一个便宜的套系，但最终金额却增加了很多，由此在很多情况下会引发口角之争，这是很难避免的。

1.5 投资大小与市场定位

工作室的投资与影楼相比算得上是“小巫见大巫”，所以工作室在投资上更是要精打细算。

工作室投资规模的大小决定工作室在当地市场的目标定位。规模比较大的工作室，他的艺术风格定位必须符合自身的品牌形象同时提升自我的开发和创造能力，以保持自己的领先地位，与其他工作室和影楼拉开距离。投资规模比较小的工作室，应该把目光放在自身的特长上，不要好高骛远，要长期发挥自身的优势特征，由小做大，才能越做越成功（如图1-8）。

但是由于市场的激烈竞争，使得影楼与影楼之间，工作室与工作室之间的差距不断缩小，工作室要想在适者生存的人像摄影领域立于不败之地，就应该建立自己的企业文化理念，无论你的工作室大小都应该有自己的制度和标准，只有这样高标准地要求自己的团队和企业才能使人像摄影工作室逐渐由不成熟走向成功。除此之外对员工的培训也是团队精神的一种体现，工作室的成功与否与员工是否敬业、团队是否和谐都有着密切的关系。

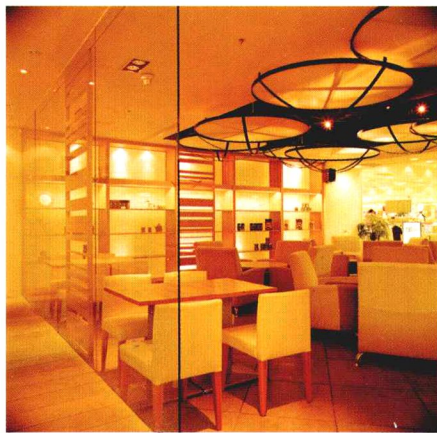


图1-8

1.6 人才资源与市场定位

1.6.1 员工的培训

在做新人培训时要了解他们最需要知道的是什么。一个新进入行业的员工，从不懂到懂，到成为人才，基本要经历三个时期。

第一、适应期，大概需要一至三个月的时间。在这个阶段，员工的心是不稳定

的，对工作室的好奇心较强，会主动地去观察公司的一切。因为他想知道这个行业整体的状况，公司的发展空间，自己所处的环境状况，是留下来，还是另谋高就？这个时期的员工是最脆弱的，很容易选择离开。

第二、发展期，约六至十二个月。这个阶段的员工基本处于稳定状态，是掌握工作技能的阶段，他们较善于从老员工身上吸取经验教训。此阶段员工应重在培养他们对于工作的态度，否则很容易学到老员工的不良习惯。

第三、成熟期，约一年到两年时间。到这个阶段，他们已经熟悉市场与工作室的发展方向，掌握了工作的技能，开始主动寻找学习与提升的机会。如果他们的意愿能够得到经营者的重视，他们将发展成为公司的主力军，而一旦让他们看不到提升与上进的机会，就会主动寻找有利于自身成长的环境，然后选择离开。工作室进行新人培训重在以下五个方面：

- (1) 工作室的现状与未来的发展计划，每项定位与前景描述；
- (2) 工作室的管理结构、部门功能设置及部门职能规划；
- (3) 员工岗位的描述，岗位职能描述与职责分配；
- (4) 企业文化与企业精神，各部门管理制度；
- (5) 员工被分配的岗位工作技能要求与工作制度要求。

工作室应根据以上5点制订出相应的培训计划，让员工能够轻松地掌握。

一个拥有先进的企业文化和一流团队精神的学习型工作室，它未来的发展之路将会更稳定，更长远。

1.6.2 企业文化与工作室团队精神的建设管理

每个影楼、工作室都应该有自己的企业文化，好的企业文化成就先进的企业与优秀的人才。究竟什么是企业文化？企业文化是一个企业从创立、发展到壮大过程中形成的价值观、企业观、发展观、社会责任感和使命感，是企业领导和员工达成的一种共识。企业文化是贯穿企业各项工作的生命线，很大程度上说就是企业领导人所展示出来的个性及文化，包括管理者的语言文化、行为文化和思想文化。在很大程度上说管理者承担着企业文化建设最重要、也是最直接的任务，他们的一言一行对企业文化的建立起着至关重要的作用。

建设团队精神重在培养员工的集体感和荣誉感，只有员工在组织中的工作表现得到了认可，他才能找到自身的价值。因此，工作室在培养员工的团队精神时，可以在工作室建立起员工的荣誉榜单，以此来全面提升团体的工作效率及员工士气，在荣誉感及责任心的促使下，激起团队内部你追我赶的良性竞争，员工工作起来会更加努力用心，全力投入自己的智慧与才能。

工作室的市场定位要与影楼的市场定位区分开来，用自己的优势来弥补其他项目上的缺憾，并把多样化、灵活化、集中化带入到人像摄影工作室的运作当中。也只有这样才能找到商业人像摄影工作室的“出口”，所以拥有自己的特色和出色的团队运作能力才是工作室发展的上上策。

2 CHAPTER 2

第2章 人像摄影工作室的 布置与器材配备



人像摄影工作室的发展历程比较短暂，从最初的只关注营业额到逐步转向消费者的感受，并充分把握每一个消费环节。纵观其变化历程，工作室的装修布置和器材的配备是给消费者留下最直观印象的重点。虽然有的工作室的占地面积比较小，但是合理的分配及布置也可以获得很好的视觉感受和经济效益。那么我们要本着实用、合理、实际情况以及顾客的不同需求来考虑布局和器材的配备，下面我们就从实际出发谈谈如何合理布置人像摄影工作室以及器材的配备。

2.1 接单间的布置与物品的选择

接单间是工作室和顾客接触最频繁的地方，装修时应以方便舒适为主。接单间也可以称为接待区，通常设置在工作室进门后的中央区域，它在营业店中应占据相对较大的空间。接待区的主要设备就是门市接单桌、椅，接单桌应该有足够的空间放置样片，新品相册、放大片，以方便顾客观看，方便门市的工作人员接单。椅子以舒适柔软为主。赠品柜应尽量设在接单桌附近，或摆放在接待区较为醒目的位置上，让门市与顾客一抬眼便能看见。接待区内还要有供应饮品的设备，例如：饮水机、咖啡机等让顾客有宾至如归的感觉。接待区的色调以浅色为主，灯光宜柔和，避免强光直射，防止引起顾客的视觉疲劳（如图2-1、图2-2）。



图2-1



图2-2

2.2 化妆间的布置与化妆用品的选择

化妆间的主要功能是化妆、造型、美甲等。化妆间的造型台设计最为关键，其镜面不可太小，灯光以柔和光线为宜，并要考虑到顾客面部、下巴、前胸、头顶的光照度（如图2-3）。造型椅可选择皮质软包或其他材质，以舒适、不粘碎发、易清洗为宜。化妆区应设有配饰展示柜，以便展示假发、头纱、化妆用品、饰品等。工作室可以展示少量具有代表性的配饰，以免展品太多显得杂乱无章，其他饰品均以储存方式分类收藏。男士的妆容较为简单，所需时间较短，因此，在化妆间里可以配备一些报刊杂志以供男士们消遣等候（如图2-4）。

化妆用品的选择直接影响化妆造型的效果，所以专业的化妆师必须研究化妆工具和化妆品，并熟练掌握使用方法。只有化妆用品得心应手，才能创作出完美的化妆造型作品。



图2-3



图2-4