

SHANGYE
SHEYING

主编 侯敬

摄影知识百问百答手册

商业摄影



山东美术出版社

目 录

欲成其事必先利器（器材篇）

1. 商品摄影最难的是什么？1
2. 商品摄影师最自豪的是什么？5
3. 商品摄影中最容易忽略的是什么？8
4. 商品摄影中最不舍得投资的是什么？ ...12
5. 商品摄影师的“眼睛”是什么？16
6. 商品摄影师需要什么样的“子弹”？17
7. 专业的商品摄影工作室应该具有哪些“装备”？19

擦亮眼睛（欣赏篇）

8. 什么是商品摄影？24
9. 商品摄影怎样才能引人入胜？25
10. 怎样欣赏商品摄影照片？27
11. 商品摄影成功的标准是什么？30
12. 摄影师如何拍出商品摄影佳作？33

有预则立（操作篇）

13. 商业摄影是怎样运作的？35
14. 怎样获得高清晰度的照片？37
15. 怎样使用测光表？41
16. 怎样使用宝丽来？44
17. 什么是座机使用三绝招？46

18.什么是对焦的最佳位置?	50
19.什么是超凡的景深控制法?	52
20.多次曝光有几种操作方法?	53
一招鲜吃遍天 (技巧篇)	
21.怎样拍摄首饰?	57
22.怎样拍摄珐琅瓷器?	60
23.怎样拍摄玉器?	62
24.怎样拍摄小提琴?	63
25.怎样拍摄手表?	65
26.怎样让汽车风驰电掣起来?	67
27.怎样拍摄不锈钢抽油烟机柜?	69
28.怎样拍摄不锈钢灶具?	71
29.怎样拍摄钢笔?	73
30.怎样拍摄电视机?	76
31.怎样拍摄电视屏幕?	79
32.怎样拍摄电话?	80
33.怎样拍摄手机?	82
34.怎样拍摄照相机?	83
35.怎样拍摄复印机?	85
36.怎样拍摄传真机?	88
37.怎样拍摄电脑操作员?	90
38.怎样拍摄仪器仪表?	92
39.怎样拍摄大型工业产品?	94
40.怎样拍摄门锁?	95
41.怎样拍摄眼镜?	98

42. 怎样拍摄矿产品?	99
43. 怎样拍摄玩具?	101
44. 怎样拍摄精美的菜肴?	102
45. 怎样拍摄“火鱼”?	103
46. 怎样拍摄饼干类食品?	105
47. 怎样拍摄面包?	107
48. 怎样拍摄汉堡包?	109
49. 怎样拍摄方便面?	111
50. 怎样拍摄水晶枣?	113
51. 怎样拍摄矿泉水?	114
52. 怎样拍摄冰淇淋?	116
53. 怎样拍摄饮料?	117
54. 怎样拍摄香槟酒?	119
55. 怎样拍摄酒瓶、香水瓶等玻璃器皿?	122
56. 怎样拍摄酒类包装盒?	124
57. 怎样拍摄香烟?	126
58. 怎样拍摄瓷器?	129
59. 怎样拍摄铜像?	130
60. 怎样拍摄皮鞋?	132
61. 怎样拍摄纱和尼龙织物?	133
62. 怎样拍摄丝绸织物?	134
63. 怎样拍摄棉布和毛料衣物?	135
64. 怎样拍摄时装?	136
65. 怎样拍摄洗衣粉?	137
66. 怎样拍摄香皂?	139

67. 怎样人造土星光环?	140
68. 眨眼睛的星星是怎样拍出来的?	141
69. 怎样营造烟雾效果?	142
70. “水中的芭蕾”怎样舞起来?	144
71. 怎样产生喷涌而出的效果?	146
72. 凉水杯怎样飞到空中?	149
73. 怎样让漂亮的发型靓起来?	151
74. 灯红酒绿的卡拉 OK 厅如何表现? ...	152
75. 怎样拍摄酒吧?	154
76. 怎样拍摄宾馆客房?	156
77. 怎样选用道具?	160
78. 怎样处理商品摄影的背景?	162
79. 怎样处理商品摄影空间?	164
80. 怎样用灯光打出渐变的背景?	166
81. 怎样营造效果灯光?	167
82. 怎样拍摄黑色物体?	169
83. 怎样翻拍绘画?	171
84. 怎样拍摄样本等印刷品?	173
85. 怎样拍摄地图轮廓线?	175
86. 怎样识别灯位图?	177
87. 怎样拍摄挖版照片?	178
88. 怎样才能做到无投影拍摄?	180
技高一筹 (综合篇)	
89. 怎样做外拍前的准备工作?	181
90. 外拍时怎样搭临时影室?	183

91. 怎样频闪拍摄?	185
92. 怎样巧避障碍物?	187
93. 怎样计算影室是否能拍大的物体? ...	189
94. 怎样计算自然光和影室闪光灯混用时的曝光量?	191
95. 模特在商品摄影中有什么作用?	193
96. 怎样处理商业摄影与电脑应用的关系? ...	196
97. 商品摄影如何创意?	199
98. 怎样利用商品摄影的联想效应?	201
99. 什么是商品摄影的主体表现方法? ...	202
100. 什么是商品摄影的陪体表现方法? ...	203
101. 怎样与模特签订摄影协议书?	204
102. 怎样与客户打交道?	206
103. 怎样掌握说服客户的本领?	209

欲成其事必先利器（器材篇）

1. 商品摄影最难的是什么？

灯光！！！！

关上所有的灯光，黑暗中只有心灵的智慧在闪光。商品的形态、质感和美在光的塑造下展现出固有的形式，展现内在美的特质。光是摄影家手中的画笔，对灯光了解和运用的熟练程度是摄影师是否成熟的标志。

学习掌握灯光是商品摄影必备的知识。影室灯光基本上有两种：钨丝灯和影室闪光灯。钨丝灯照明的主要特点是可直接观察到布光效果，色温稳定，便于控制，寿命长，但散出热量较多，耗电量大，容易烤坏物品；影室闪光灯在很大程度上改善了钨丝灯的不足，具有功率大、色温接近日光、产生热量小等优点，通过效果灯，摄影师可以了解布光情况，再通过瞬间闪光完成拍摄任务。

商品摄影主要使用影室闪光灯，图1所示的一套布朗影室灯光系统，展示了最基本的灯光设备，学习商品摄影可以从此入手。

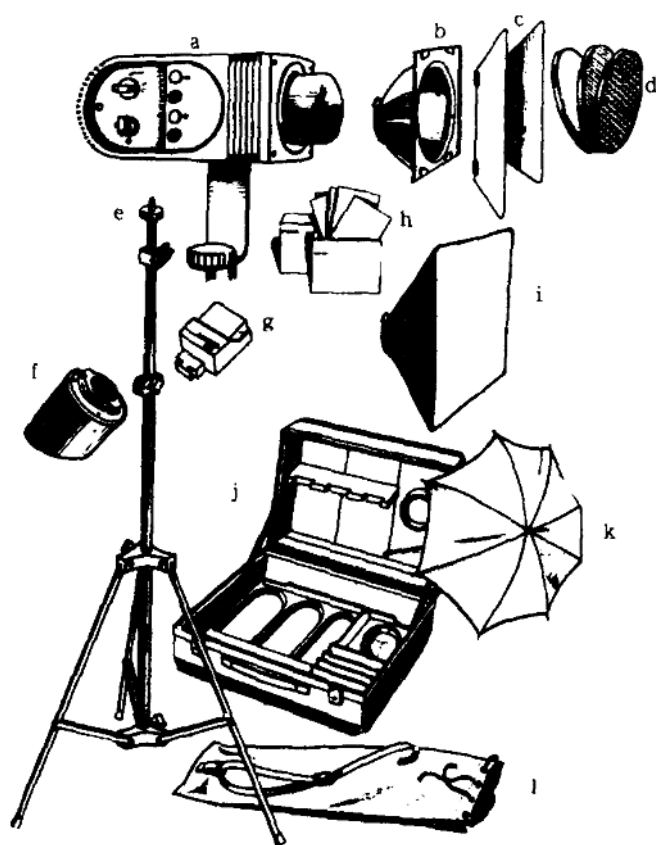


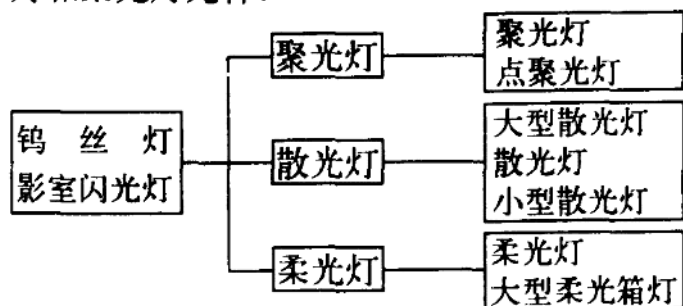
图1

- | | |
|-------------|------------------|
| a. 闪光灯灯座 | g. 用来触发闪光灯的红外发射器 |
| b. 标准灯罩 | h. 滤色片 |
| c. 挡光板 | i. 柔光罩 |
| d. 聚光蜂窝罩 | j. 装灯用的皮箱 |
| e. 灯架 | k. 反光伞 |
| f. 反光伞用的反光器 | l. 灯架套 |

学会使用这套设备并不困难，更大功率、操作更加复杂的闪光灯，基本原理也大同小异，完全可以一通百通。国际著名的大型闪光

灯品牌有：布朗（BRONCOLOR）、爱玲珑（ELINCHROM）、汉森（HENSEL）、保佳（BALCAR）等，摄影师在选择闪光灯的品牌、型号时，既要考虑日常主要拍摄对象的范围，又要考虑灯的可靠性、操作性，还要从价格上能够承受。

按光照特性，灯光可以分为聚光灯、散光灯和柔光灯几种。



摄影师只有通过影室操作，才能尽快熟悉并掌握这些灯光的使用技术。

高科技的发展，使影室闪光灯得到很大的改进和完善，高色温、高能量、小体积、电子化的闪光灯发展几乎与照相机同步，向着高、精、尖的水平迈进。有志于商品摄影的摄影师首先必须学会灯光的使用。

商品摄影中最难的是使用灯光，然而最

有乐趣的也是使用灯光，灯光逼真地还原物体的形态，灯光化平淡为神奇，灯光与心灵之光的撞击创造了无穷的影像魅力，为商品摄影赢得无数的推崇者和积极实践者。

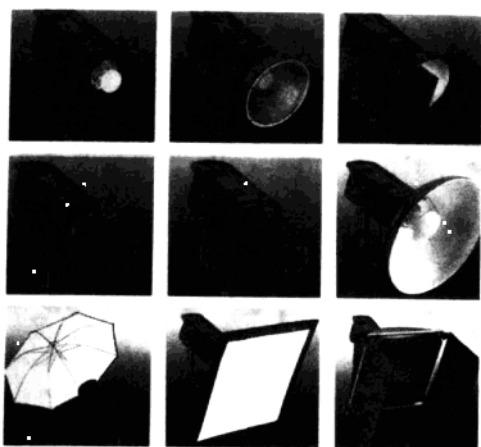


图2 闪光灯头的各种组合

上排从左至右为：闪光灯裸灯头、加标准反光罩、再加活动遮光挡板。

中排从左至右为：标准反光罩上加蜂巢导光罩、闪光灯头上加戴蜂巢的锥形聚光罩、闪光灯头上加广角柔光型反光罩。

下排从左至右为：加反光伞、加柔光罩，在柔光罩上再加蜂巢和活动遮光挡板。

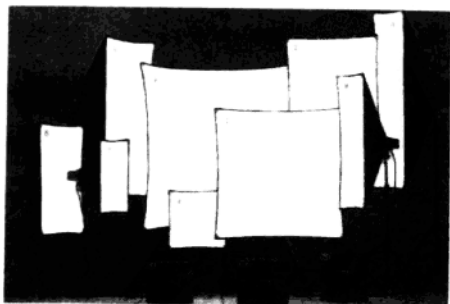


图3 加柔光罩闪光灯

2. 商品摄影师最自豪的是什么？

相机！！！！

专业摄影师主要是指以摄影为职业的广告商品摄影师，各式各样的相机也基本上是为了满足商品摄影的需要而设计制造的。广告为商品摄影创造了其他摄影门类可望而不可及的技术和物质条件。可以毫不夸张地说，在摄影和印刷领域内，最高、精、尖的技术设备和器材主要是为广告商品摄影制造的，一套置办齐全的相机价值几十万。常用的大型相机品牌有：仙娜（SINAR）、林豪夫（LINHOF）、骑士（HORSEMAN）等，是商品摄影必备的“重型武器”。

常用的中型相机有哈苏（HASSELBLAD）、勃朗尼卡（BRONICA）等，具有片幅适中、可以调换后背和对焦屏等优点，是目前国内广告摄影中最常用的机种之一。

常用的小型135相机主要有徕卡（LEICA）、佳能（CANON）、尼康（NIKON）等，由于它们在影室内受到限制大，后期印刷放大时清晰度低，因而除少数题材外一般很少使用，通常只用于拍些资料片。

商品摄影师一般都配备大中小型各种相机，如果再加上灯器、镜头等附属设备，的确像装备精良的正规军，比一般的摄影工作者条件优越许多。许多摄影师也常把相机比喻成自己的“老婆”，关爱备至。

大型座机基本还保持传统的手工生产，每年产量很低，几千台已经是大规模的生产量，西方摄影界和器材商称使用 135 相机的摄影师

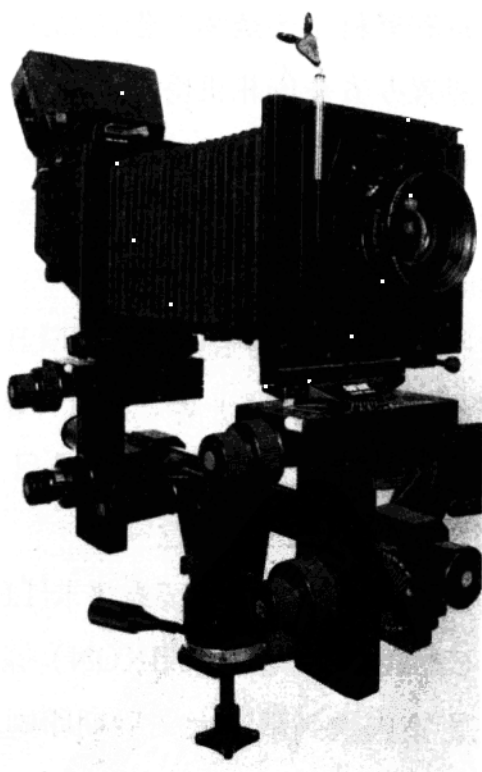


图 4 仙娜座机

为“猎人”，称使用大型座机的才是画家和艺术家，可见商品摄影师的自豪是很有道理的。

拥有相机不易，熟练使用大型相机就更难。大型座机可以利用前后座的摆动、平移等功能拍出明锐的影像，并对透视和变形作出可随人意的控制，利用这些性能可以得到特殊的影像效果。因此，它们不但适合于精致的、高要求的风景、建筑、人像等摄影，尤其适合特技摄影和商品广告摄影。

座机便于取景构图，进行细致的观察和准确的对焦，便于针对设计稿准确地构思定位。大尺寸的胶片可获得高品质的影像，图



图5 哈苏相机及配件

片颗粒更细小，线条、影调、色彩也更丰富、更清晰。

当你步入商品摄影的天地，进入大型座机的领域时，即使你已得心应手地使用小型相机，常常也会手足无措。大型相机独特的功能和使用方法，对于任何摄影师来说，都绝非三年两载可以解决的。成功的商品摄影师有充分的理由为自己的装备实力自豪，更为自己的技术实力而骄傲。

3. 商品摄影中最容易忽略的是什么？

反光板！！

反光板、反光布、反光玻璃……优秀的商业摄影师总是善于应用这些材料，为产品“反”出一个真实的形象。

通常，摄影师要根据客户的特定要求来表现产品，光靠灯光远远不够。无论是调节反差、表现质感，还是刻画轮廓、控制明暗，都离不开反光板。可以毫不夸张地说，反光板就像灯光一样，是摄影师的左膀右臂。

反光板种类繁多，用途迥异。

按颜色划分主要有：白色、黑色、灰色、

渐变色、金色、银色等等；

按材料划分主要有：泡沫、塑料、布、铝箔、纸、玻璃等等；

按质感划分主要有：平滑细腻、粗糙、凹凸不平等等；

按造型划分又有：平面、弧形、圆柱形等等。

摄影师根据自己的不同需要选用反光板，可以实现很多利用其他手段难以达到的效果。

首先，最常用的是白色泡沫板。它可以置于主光的另一侧，既能补充暗部的亮度，又能通过折射把物体的各个面、标志映现出来。通过反光板得到的辅助光柔和细腻，不会冲淡主光的效果，同时还能克服使用多个光源产生杂乱投影的情况。大的反光板达数米（图6），小的只有几厘米（图7），摄影师可以根据需要而定。从上到下，从左到右，反光板可以把必要的各个侧面暗部反亮起来，使产品质感鲜明。

其次，使液体呈现立体的渐变效果也靠反光来体现。

按照常规，瓶中和杯中的液体基本不靠光线直接照射来体现其质感，否则器皿会产

生杂乱的耀斑，液体也不够鲜亮透明，会严重破坏画面的效果。摄影师通常把灯光照射到白背景上形成渐变的反光板，再映到杯中，就能使液体呈现明暗渐变的过渡，清彻透明，立体生动。

第三，反光能实现物体表面自然的渐变效果。

拍摄易拉罐、酒瓶等容易反光的物体时，大多要求产品表面光感柔和，过渡自然，呈现一定的渐变效果，才能体现出一种真实的立体感。一种有效的办法是在物体前做一个超过 180° 的完整弧形反光板，用灯光把反光板照出渐变效果，再反射到产品，表现的就是一个自然过渡的立体效果。这样，产品的表面不仅舒服自然，还可以把亮部和暗部各个设计要素充分地体现出来。而相机则只能受点“委屈”，从反光板上挖一个小窟窿探进头去拍摄。

第四，灰色反光的运用具有较高的实用价值。

当反光过于强烈时，摄影师就可以改用电调相似的灰色反光板，降低物体的反光率，

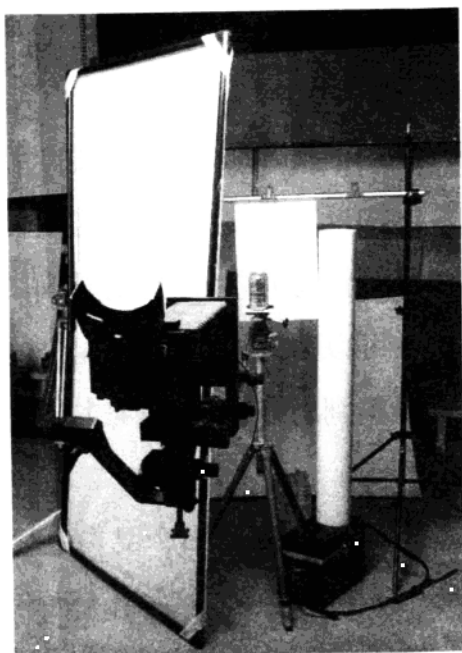


图 6

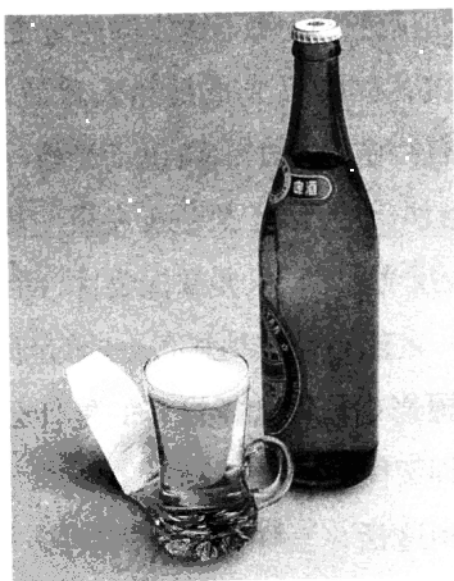


图 7