

商品摄影

第2版 全彩微课版

段建 张瀛 张磊 主编

曹五军 米芳莹 韩森 屈文超 副主编



- 本书提供 PPT、教案、视频、实战实训及测验等资源 ●
- 采用案例教学法组织全书内容 ●
- 涵盖服装、箱包、珠宝首饰、数码产品、美食、美容护肤等商品拍摄 ●



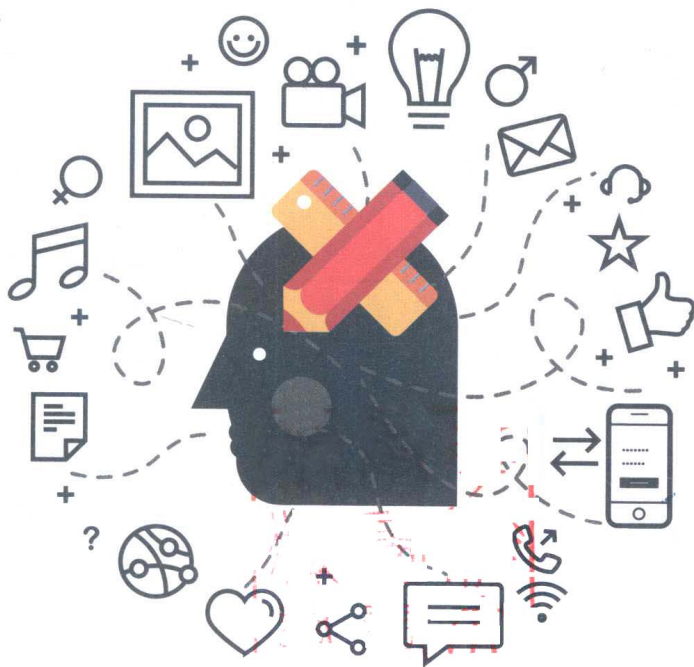
i博导

商品摄影

第2版 全彩微课版

段建 张瀛 张磊 主编

曹五军 米芳莹 韩森 屈文超 副主编



人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

商品摄影：全彩微课版 / 段建, 张瀛, 张磊主编
— 2版. — 北京：人民邮电出版社, 2019. 1
高等院校电子商务职业细分化创新型规划教材
ISBN 978-7-115-50027-4

I. ①商… II. ①段… ②张… ③张… III. ①商业摄影—摄影技术—高等学校—教材 IV. ①J412.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第254744号

内 容 提 要

随着电子商务的飞速发展,目前网络购物已经成为人们重要的购物形式。商品照片作为网店吸引消费者进店消费的“门面”,其重要性不言而喻。商品摄影既要真实,又要富于艺术性地表现网店商品,使商品的质感、色彩、设计、装饰及其他细微之处都能得到准确的展现。因此,正确地进行商品照片信息的表达,使消费者能够全面、清晰地接受商品信息,是每个网店卖家与网店商品摄影师必须掌握的基本技能。

本书采用案例教学法对网店商品摄影进行全面而深入的讲解,共分为12章,内容包括:网店商品摄影的基本要求,商品拍摄的设备与技法,商品拍摄的构图与用光技巧,服装商品的拍摄,鞋类商品的拍摄,箱包类商品的拍摄,珠宝首饰类商品的拍摄,数码产品类商品的拍摄,日用百货类商品的拍摄,特色美食类商品的拍摄,美容护肤类商品的拍摄,以及商品照片后期处理技术。

本书不仅适合网店商品摄影师、网店店主、设计人员等电商从业者学习参考,还可作为高等院校电子商务专业及摄影培训机构的学习教材。

-
- ◆ 主 编 段 建 张 瀛 张 磊
副 主 编 曹五军 米芳莹 韩 森 屈文超
责任编辑 古显义
责任印制 马振武
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京瑞禾彩色印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 700×1000 1/16
印张: 10 2019年1月第2版
字数: 202千字 2019年1月北京第1次印刷
-

定价: 49.80元

读者服务热线: (010)81055256 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京东工商广登字 20170147号

前言

P R E F A C E

随着电子商务的飞速发展，目前网络购物已经成为人们重要的购物形式。在网上经营店铺的卖家成倍增长，新产品层出不穷，消费者选择商品的空间越来越大，电子商务行业的竞争也变得更加激烈。而电子商务前端最重要的就是用照片向消费者传达商品的相关信息，以便让其潜移默化地接受店铺的形象与品牌的内涵。简单来说，网上商店卖的不是商品，是照片，因此优秀的商品摄影作品在网店营销推广中能够起到事半功倍的效果。

商品摄影既要真实，又要富于艺术性地表现网店商品，使商品的质感、色彩、设计、装饰及其他细微之处都能得到准确的展现。因此，现在的网店卖家都十分重视商品照片的拍摄，有的甚至聘请专业的商品摄影师来完成这项工作。美观、大气的商品照片不仅能让消费者眼前一亮，更能让其产生购买的欲望，因此，正确地进行商品照片信息的表达，使消费者能够全面、清晰地接受商品照片信息，是每个网店卖家与网店商品摄影师必须掌握的基本技能。

本书主要具有以下特色。

● **案例主导、经验分享。**本书讲解的大量拍摄案例均来自电商企业或网店卖家的真实案例，所介绍的拍摄方法与技巧也是笔者多年实践经验的总结，体会颇多。

● **结构清晰、设计合理。**本书先介绍基本的摄影技法，然后按照商品的不同门类深入分析了各类商品的拍摄技巧与相关注意事项，并融合了一些美学知识的讲解，读者在学习过程中也可以不断提高自己的审美能力。

● **全彩印刷、图文并茂。**为了让读者更直观地观察摄影效果，本书特意采用了全彩印刷，版式精美，色彩逼真。读者可以在轻松愉悦的阅读体验中快速掌握网店摄影的各种技巧。

● **同步微课，直观易学。**扫描右侧二维码或者直接登录“微课云课堂”（www.ryweike.com）后，用手机号码注册，在用户中心输入本书激活码（eOe3cfOe），将本书所含的微课资源添加到个人账户，获取永久在线观看本课程微课视频资源的权限。



本书由北京博导前程信息技术股份有限公司的段建、素言聚量电商的张瀛、北京博导前程信息技术股份有限公司的张磊任主编，由云南技师学院的曹五军，提子科技有限公司的米芳莹，北京博导前程信息技术股份有限公司的韩森、屈文超任副主编。曹五军编写了第1~第5章，贵州水利水电职业技术学院的徐丽平、徐盈新参与编写了第6~第9章，米芳莹、韩森和屈文超编写了第10~第12章，段建负责统稿并审定全书。张瀛、张磊负责全书图片的拍摄与后期处理，以及微课视频的录制。选书老师可登录人邮教育社区（www.ryjiaoyu.com）下载并获取相关教学资源。

尽管我们在编写过程中力求准确、完善，但书中可能还有疏漏与不足之处，恳请广大读者批评指正，在此深表谢意！

编者

2018年9月

目录

CONTENTS

第1章 网店商品摄影的基本要求

- 1.1 | 网店商品摄影师的基本要求 001
 - 1.1.1 商品拍摄要真实、客观 001
 - 1.1.2 具备一定的审美素养 002
- 1.2 | 网店商品照片的基本要求 003
 - 1.2.1 符合网店要求的照片尺寸 004
 - 1.2.2 合适的商品照片数量 005
 - 1.2.3 照片要突出商品本身 006
 - 1.2.4 足够的细节展示 006
 - 1.2.5 准确还原商品色彩 007
 - 1.2.6 符合后期处理的需要 008
- 课后练习题 009

第2章 商品拍摄的设备与技法

- 2.1 | 相机的选择 010
 - 2.1.1 单反相机 010
 - 2.1.2 微单相机 011
- 2.2 | 常用的器材和附件 011
 - 2.2.1 相机镜头的选择 011
 - 2.2.2 静物棚 014
 - 2.2.3 灯光与反光附件 014

- 2.3 | 商品摄影的对焦 015
 - 2.3.1 单次自动对焦 015
 - 2.3.2 手动对焦 016
- 2.4 | 曝光三要素及其对画面的影响 016
 - 2.4.1 光圈——控制清晰范围 016
 - 2.4.2 快门——影响画面清晰程度 017
 - 2.4.3 感光度——影响画面的画质 018
- 2.5 | 常用的商品摄影曝光模式 018
 - 2.5.1 光圈优先模式 018
 - 2.5.2 手动曝光模式 019
- 课后练习题 019

第3章 商品拍摄的构图与用光技巧

- 3.1 | 方位与角度的变化 020
 - 3.1.1 取景方位的变化 020
 - 3.1.2 取景角度的变化 021
- 3.2 | 商品拍摄的构图技巧 022
 - 3.2.1 井字形构图法 022
 - 3.2.2 中央构图法 023
 - 3.2.3 对角线构图法 024
 - 3.2.4 三角形构图法 024
 - 3.2.5 留白构图法 024

■ 3.3 | 网店摄影中的两类光源 025

- 3.3.1 易于使用的自然光..... 025
- 3.3.2 可精确控制的人造光..... 027

■ 3.4 | 光质变化影响光影效果 027

- 3.4.1 硬光展现立体感与表面质感 027
- 3.4.2 软光展现商品细节..... 028

■ 3.5 | 拍摄不同材质商品的用光技巧 029

- 3.5.1 吸光类商品拍摄——左右两侧布光..... 029
- 3.5.2 反光类商品拍摄——前后交叉布光..... 031
- 3.5.3 透明类商品拍摄——上下交叉布光..... 032
- 3.5.4 适用度很高的布光方式——环形布光..... 033

■ 3.6 | 优秀商品图片的拍摄技巧 034

- 3.6.1 通过搭配衬托商品主题... 035
- 3.6.2 全方位、多角度地拍摄商品..... 035

■ 课后练习题 037

第4章 服装商品的拍摄

■ 4.1 | 拍摄女式毛衫 038

- 4.1.1 拍摄技法解析 038
- 4.1.2 选择具有纵深感的场地突出服装..... 040
- 4.1.3 采用与天气一致的预设白平衡 040

- 4.1.4 找准主要光源进行测光..... 040
- 4.1.5 运用闪光灯勾勒轮廓..... 041
- 4.1.6 变换角度进行拍摄..... 041
- 4.1.7 构图时留下后期裁切空间..... 042

■ 4.2 | 拍摄表演服 042

- 4.2.1 拍摄技法解析..... 042
- 4.2.2 获得准确的曝光..... 044
- 4.2.3 摆出适当的姿势展现服装的个性风采..... 044

■ 4.3 | 拍摄休闲亲子装 045

- 4.3.1 拍摄技法解析..... 045
- 4.3.2 拍摄模特的坐姿..... 046
- 4.3.3 拍摄角度与姿势变化结合..... 046
- 4.3.4 捕捉精彩瞬间渲染氛围... 047

■ 4.4 | 拍摄婚纱礼服 047

- 4.4.1 拍摄技法解析..... 048
- 4.4.2 避免婚纱曝光过度..... 049
- 4.4.3 获得准确的曝光..... 050
- 4.4.4 摆出适当的姿势展现婚纱的优雅 050
- 4.4.5 展现婚纱背面的细节 051

■ 课后练习题 051

第5章 鞋类商品的拍摄

■ 5.1 | 拍摄女童单鞋 052

- 5.1.1 拍摄技法解析..... 052
- 5.1.2 鞋子前端对准灯光..... 053
- 5.1.3 拍摄鞋子的标准侧面..... 054
- 5.1.4 多角度拍摄鞋子 054
- 5.1.5 拍摄鞋子的内部 055

■ 5.2 | 拍摄男士休闲皮鞋..... 055

- 5.2.1 拍摄技法解析..... 055
- 5.2.2 高效拍摄正方形展示图..... 056
- 5.2.3 增高视角拍摄鞋子内部
材质..... 056
- 5.2.4 其他细节的展现..... 057

■ 5.3 | 拍摄女士单鞋..... 058

- 5.3.1 拍摄技法解析..... 058
- 5.3.2 寻找恰当的位置对焦..... 059
- 5.3.3 正面和侧面的拍摄技巧..... 060
- 5.3.4 拍摄鞋子上脚图..... 060

■ 5.4 | 拍摄儿童运动鞋..... 061

- 5.4.1 拍摄技法解析..... 061
- 5.4.2 拍摄鞋子侧面、后面的
线条与造型..... 062
- 5.4.3 拍摄鞋底的防滑纹理..... 062
- 5.4.4 拍摄鞋子细节特写..... 062

■ 课后练习题..... 063

第6章 箱包类商品的拍摄

■ 6.1 | 拍摄男士长款钱包..... 064

- 6.1.1 拍摄技法解析..... 064
- 6.1.2 准备制作锡箔反光板..... 065
- 6.1.3 将锡箔纸弯曲成反光板..... 066
- 6.1.4 缩短补光距离, 获得更
柔和的光线..... 066
- 6.1.5 根据拍摄距离变化选择
适当的光圈..... 067
- 6.1.6 调整灯光和角度刻画钱
包表面皮纹..... 067
- 6.1.7 展示钱包的功能与大小..... 068

■ 6.2 | 拍摄时尚手提包..... 068

- 6.2.1 拍摄技法解析..... 068
- 6.2.2 试拍并确定曝光组合..... 070
- 6.2.3 拍摄手提包的正面、背面
与侧面..... 070
- 6.2.4 手提包细节特写拍摄..... 070

■ 6.3 | 拍摄休闲单肩包..... 071

- 6.3.1 拍摄技法解析..... 071
- 6.3.2 从斜侧面拍摄单肩包
全貌..... 072
- 6.3.3 从多个角度拍摄表现
单肩包的款式..... 073
- 6.3.4 用参照物来展现单肩包的
容量..... 073
- 6.3.5 从高处俯拍单肩包内部的
材质..... 074

■ 6.4 | 拍摄旅行拉杆箱..... 074

- 6.4.1 拍摄技法解析..... 074
- 6.4.2 确定基本构图..... 075
- 6.4.3 调整拍摄角度, 避免出现
大量高光反射..... 075
- 6.4.4 保持平拍角度, 避免箱包
变形..... 076
- 6.4.5 注重关键细节的拍摄..... 077

■ 课后练习题..... 077

第7章 珠宝首饰类商品的拍摄

■ 7.1 | 拍摄天然玛瑙项链..... 078

- 7.1.1 拍摄技法解析..... 078
- 7.1.2 优化背景布置..... 079
- 7.1.3 减少曝光补偿值获得准确
曝光..... 080
- 7.1.4 降低机位更具美感..... 081

7.1.5	根据侧重不同控制景深...	081	8.1.1	拍摄技法解析	092
7.2	拍摄时尚手表	081	8.1.2	双光源对称照明, 展现镜头的质感	093
7.2.1	拍摄技法解析	081	8.1.3	调整曝光补偿值, 获得准确曝光	094
7.2.2	使用白色背景增加曝光补偿值	082	8.1.4	缩小光圈并降低曝光补偿值	095
7.2.3	使用三脚架稳定相机进行细节拍摄	083	8.1.5	消除环境光, 展现镜片的整洁	095
7.2.4	保持稳定再拍摄手表上手图	084	8.1.6	拍摄遮光罩的使用状态	096
7.3	拍摄男士皮带	085	8.1.7	展现镜头实际工作中的样子	096
7.3.1	拍摄技法解析	085	8.2	拍摄智能手机	097
7.3.2	使用三脚架拍摄皮带扣	086	8.2.1	拍摄技法解析	097
7.3.3	减少曝光补偿值, 让皮带获得准确曝光	086	8.2.2	拍摄手机的正面和背面	098
7.3.4	拍摄整体商品	086	8.2.3	避免光线从正面照射手机屏幕	098
7.4	拍摄水晶项链	087	8.2.4	采用侧面拍摄展现手机细节	099
7.4.1	拍摄技法解析	087	8.3	拍摄电脑鼠标	099
7.4.2	减少一档曝光值, 以增强水晶的质感	088	8.3.1	拍摄技法解析	100
7.4.3	细微调整拍摄角度, 避免水晶面大面积反光	088	8.3.2	遮挡环境中的反光	101
7.5	拍摄流星耳钉	089	8.3.3	改变光斑的形状	101
7.5.1	拍摄技法解析	089	8.3.4	增加补光效果	101
7.5.2	寻找让耳钉平稳放置的台面	090	8.4	拍摄平板电脑	102
7.5.3	利用动感的斜线构图法构图	090	8.4.1	拍摄技法解析	102
7.5.4	拍摄耳钉背面的细节	090	8.4.2	使用三脚架稳定相机, 对屏幕进行特写拍摄	103
课后练习题		091	8.4.3	使用参照物对比平板电脑的大小	104
第8章	数码产品类商品的拍摄		8.4.4	用稍加倾斜的拍摄角度增强真实感	104
8.1	拍摄单反镜头	092			

8.4.5 通过侧光照明展现接口
和按钮 104

■ 课后练习题 105

第9章 日用百货类商品的 拍摄

■ 9.1 | 拍摄复古茶壶 106

9.1.1 拍摄技法解析 106

9.1.2 尝试多角度拍摄,全方位
表达商品信息 107

9.1.3 增加曝光避免茶具曝光
不足 108

9.1.4 运用微距镜头展现单品的
细节 108

■ 9.2 | 拍摄创意收纳盒 109

9.2.1 拍摄技法解析 110

9.2.2 在收纳盒内加入物品后
进行拍摄 111

9.2.3 多角度进行拍摄,开闭
状态要有变化 111

9.2.4 利用参照物来表现商品
大小 111

■ 9.3 | 拍摄精美定制红包 112

9.3.1 拍摄技法解析 112

9.3.2 拍摄带环境背景的整体
效果 113

9.3.3 将光源的位置调整到商品
上方 114

9.3.4 商品细节的单独特写 114

■ 9.4 | 拍摄钥匙扣挂件 115

9.4.1 拍摄技法解析 115

9.4.2 使用硬光来突出质感 116

9.4.3 控制景深的大小 116

9.4.4 展现商品细节时注意控制
焦点位置 117

■ 课后练习题 117

第10章 特色美食类商品的 拍摄

■ 10.1 | 拍摄川贝陈皮
柠檬膏 118

10.1.1 拍摄技法解析 118

10.1.2 以较高的视角拍摄正面
效果 119

10.1.3 重点拍摄瓶身上的重要
信息 120

10.1.4 缩小光圈拍摄食品
细节 120

■ 10.2 | 拍摄麻辣小龙虾 121

10.2.1 拍摄技法解析 121

10.2.2 拍摄选料加工环节 122

10.2.3 烹饪与摆盘的照片
拍摄 122

10.2.4 两种常用的取景角度 ... 123

10.2.5 通过冷暖色改变小龙虾的
色彩 123

■ 10.3 | 拍摄休闲小食品 124

10.3.1 拍摄技法解析 124

10.3.2 拍摄商品外包装 125

10.3.3 缩短补光距离展现细节 ... 125

10.3.4 高机位俯拍正反面 126

10.3.5 清理食物残渣,保持画面
整洁 127

10.3.6 缩小光圈再拍摄食品
局部 127

■ 课后练习题 127

第11章 美容护肤类商品的拍摄

■ 11.1 | 拍摄护肤品..... 128

11.1.1 拍摄技法解析 128

11.1.2 拍摄护肤品整体效果..... 129

11.1.3 拍摄护肤品正面效果..... 130

11.1.4 通过人物展示护肤品..... 130

■ 11.2 | 拍摄香水 131

11.2.1 拍摄技法解析 131

11.2.2 香水的摆放..... 132

11.2.3 配景提升商品格调..... 132

11.2.4 改变拍摄角度,使画面更加生动..... 134

■ 课后练习题 134

第12章 商品照片后期处理技术

■ 12.1 | 商品照片的基本调整 135

12.1.1 旋转与裁切照片 135

12.1.2 缩小照片尺寸 137

12.1.3 调整照片曝光度 138

12.1.4 增加照片饱和度 139

12.1.5 增加照片清晰度 139

■ 12.2 | 商品照片细节的改善 140

12.2.1 还原商品本色..... 140

12.2.2 修复画面瑕疵..... 142

■ 12.3 | 商品照片背景的改善 142

12.3.1 更换背景的颜色 142

12.3.2 更换全新的背景 144

■ 12.4 | 为照片添加新的视觉元素 147

12.4.1 为照片添加文字 147

12.4.2 添加视觉特效..... 149

■ 课后练习题 150

第1章

网店商品摄影的基本要求

学习目标

- ① 了解网店商品摄影师的基本要求。
- ② 掌握网店商品照片的基本要求。

电子商务的蓬勃发展，改变了人们传统的消费习惯，使人们实现了便捷、轻松的网上购物。一般来说，网上购物都是通过网店商品照片直观反映商品实物，吸引消费者目光，最终实现成交的。此时的网店商品照片就仿佛是一位不会说话的导购员，它以无声的方式推销商品、与消费者交流，并最终实现消费者的购买。由此可见，网店商品摄影的重要非同一般。本章主要从网店商品摄影师的基本要求及网店商品照片的基本要求两个方面，让读者对网店商品摄影有一个基本的了解。

1.1 网店商品摄影师的基本要求

网店商品摄影师是指为网店销售的商品拍摄照片的专业人士，因此对摄影师的基本要求在此不再赘述，而对于网店商品摄影师来说有两个基本要求一定要牢记，那就是真实与美观，且美观是建立在真实的基础之上的。

1.1.1 商品拍摄要真实、客观

摄影本身具有很强的纪实性，但在日常摄影或艺术性摄影中，很多摄影师往往会有意无意地去回避一些有缺陷的事实。例如，人像摄影师拍摄一位脸上有疤痕的少女时，也许会刻意避开有疤痕的一侧脸庞。然而，网店商品摄影师则不宜这样做，试想一下，如果消费者看到的网店商品照片光鲜亮丽，将买回家的商品拆开一看却发现商品旧迹斑斑，这样的情况消费者能够接受吗？

因此，网店商品摄影师应该带着真实、客观的态度去拍摄。首先，商品本身的特征应该尽量全面地展示。网店商品摄影师不仅针对商品的整体进行了展示，而且放大了局部细节，如图1-1所示。如果商品展现得不够全面，照片的真实性就会遭到消费者的质疑，甚



至会被消费者投诉照片与实物严重不符。网店商品摄影师在拍摄时,应该从多个角度来展现商品,主观上不去刻意回避商品存在的一些瑕疵。



图1-1 展示整体及放大局部细节

其次,通常情况下最好不要使用类似Photoshop这样的图像处理软件对商品进行一些掩饰性的处理,如修补瑕疵、过于夸张地增强色彩的对比度等,否则会让消费者怀疑商品的真假,如图1-2所示。



图1-2 右图经过后期修饰后带有一定的欺骗性

1.1.2 具备一定的美学素养

商品照片一定要美观,至少不要显得杂乱无章,这是因为从视觉层面上看,消费者主要依靠照片来增加对商品的了解。商品除了有功能和价格等因素外,还要有足够的美感才能够打动消费者。

商品照片要显得美观,首先商品本身要具有美感。其次,在拍摄工具上应该选择专业的相机,这样才能保证有一个比较好的画质基础。最后,也是最重要的一点是拍摄者自身具备一定的美学素养。怎样的画面才能更突出商品本身,更符合大众的审美,这是每一个网店商品摄影师都需要认真思索的问题。

一张商品摄影照片美观不美观,除了商品本身要具备美感外,很大程度上还会受到光线与构图的影响。无论是对光线的运用,还是对镜头语言的把握能力,都与拍摄者自身的美学素养息息相关。

图1-3所示为网店商品摄影师在午后顶光或逆光的大光比条件下,采用点测光的方式对模特的面部进行精准测光。



图1-3 采用点测光进行精确测光

从光线运用的角度来看，用光主要包含了对曝光的控制、光质的运用、光线照射角度的运用及各种光源的配合运用等。网店商品摄影师常常在不同条件下与各种光源打交道，所以对用光要有广泛的了解，既能熟练地利用自然光，也要学会自己搭配拍摄所需要的人造光线的组合。

构图包含了多方面的内容，从最开始的镜头选择到相机机位的选择，再到取景角度的选择等。构图还涉及商品与配饰、背景的搭配等问题。构图问题是贯穿网店商品拍摄始终的一个问题，它不仅影响着画面整体的美感，还会影响商品细节的表达。图1-4所示的构图较好，商品展现充分，重点突出。



图1-4 商品展现充分

那么，网店商品摄影师应该如何提高自身的美学素养呢？首先是具备一定基础的美学知识，如学习摄影高手总结的用光和构图的经验技巧；其次是在掌握这些理论知识之后，还需要结合大量的实践拍摄。正所谓“学而时习之”，“学”了之后，需要配合大量的“习”才能有所收获。

1.2 网店商品照片的基本要求

照片的用途不同，对照片的要求也不相同。网店商品照片是用来反映商品的全貌和功



能的, 因此对于商品色彩准确的还原、细节的清晰展现都是有所要求的。而且网店商品照片通常需要进行一些后期处理, 因此在前期拍摄时就要考虑照片后期处理的问题, 让原始照片符合后期处理的需要。由于网店商品照片是要上传网页的, 其尺寸和数量有一定的限制。了解图片上传的尺寸和数量, 有利于拍摄者更好地呈现商品本身。

1.2.1 符合网店要求的照片尺寸

照片的尺寸通常用“像素”来表示, 如600像素×400像素。如果我们在Photoshop中打开一张照片, 执行“图像大小”命令, 就可以查看其大小和尺寸, 如图1-5所示。

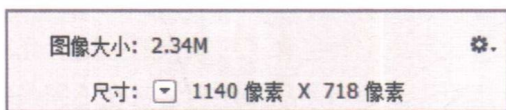


图1-5 查看图像大小和尺寸

通常要求照片大小是没有意义的, 因为不同品牌的相机, 不同的后期处理方法会导致照片大小产生变化, 800000像素的照片未必就比400000像素的照片具有更好的画质, 所以横向比较该参数毫无意义。

而照片尺寸则是明确的参数要求, 我们随意打开一个网店的页面, 在页面上的任意一张照片上右击, 在弹出的快捷菜单中选择“属性”命令, 在弹出的“属性”对话框中即可查看该照片的尺寸, 如图1-6所示。连续查看一些照片的尺寸, 就会发现一个页面中使用的照片往往都具有完全相同的尺寸或者相同的宽度, 这是为了让照片在网页中排列得更加整齐, 更加美观。

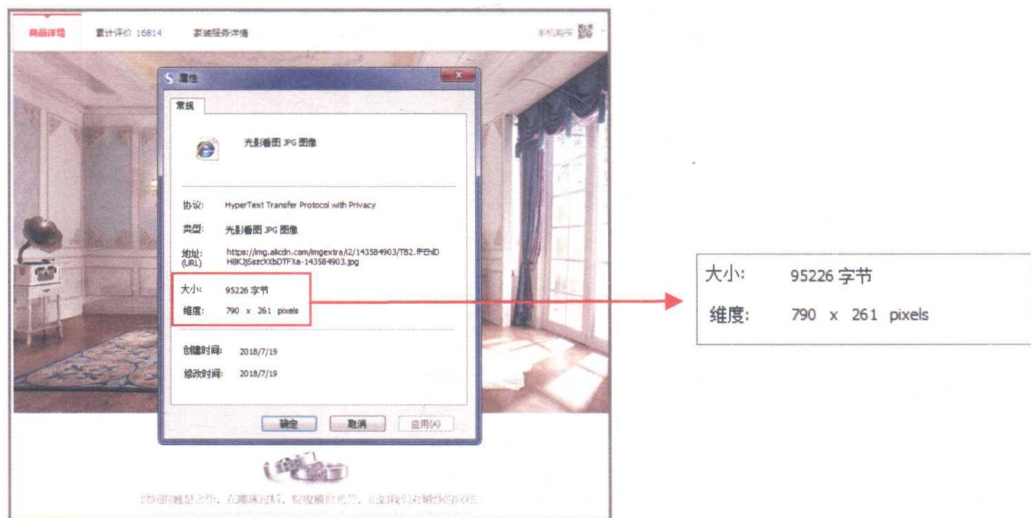


图1-6 在网店页面中查看照片尺寸

在拍摄商品时, 拍摄者可以事先设置照片尺寸, 在设置这项参数时需要考虑网店对于照片尺寸的要求。以图1-6为例, 如果我们为该网店拍摄照片, 那么在相机中设置

的照片尺寸就不能小于790像素×261像素，否则照片上传到网页上就会被放大，清晰度就会下降，使照片看起来模糊不清。不过目前的单反相机或微单相机，其机身内感光元件的像素普遍较高，所以即便是设置最小的尺寸，通常也会大于网店要求的图像尺寸。

除了照片本身的尺寸外，拍摄者还要考虑后期剪裁。当没有微距镜头又需要展现细节时，就需要对照片进行剪裁。剪裁会使照片尺寸减小，后期人员需要修改照片的长宽比例时也会使照片尺寸减小。所以，并不是相机中设置的照片尺寸大于网店要求的照片尺寸，最后的照片就一定符合要求。

1.2.2 合适的商品照片数量

网店对于商品照片的数量通常没有严格的要求，这是因为商品品类不同，需要的照片数量也不同。如果商品的细节丰富，就需要较多的照片来全面展现；而如果商品本身的造型简单，则无须太多的照片。尽管很多网店的管理者可能会要求拍摄者提供尽可能多的照片，但实际上如果不必要的照片过多，会使网页加载图片的速度变慢，消费者进店等待时间变长，很容易失去继续浏览商品的耐心。

对于造型比较简单的商品，两三张照片就能够说明问题。图1-7所示为拍摄的一款雨伞，两张照片分别展现了雨伞折叠与打开的状态。虽然只有两张照片，但消费者能够通过照片对雨伞有了一个比较清晰的印象。



图1-7 展示雨伞折叠与打开的状态

图1-8所示为拍摄的一套茶桌椅组合。相对于雨伞而言，茶桌椅无论是做工，还是设计，都应该展示得更加丰富一些，所以拍摄者拍摄了6张照片，对其外观及细节进行展示。仔细观察这6张照片，涵盖了茶桌椅的整体效果、制作材质、对弈棋盘、凳子等各个细节。通过照片，虽然消费者不能直接试用，但可以将茶桌椅的方方面面看得清清楚楚。对于细节丰富的商品，其照片数量通常控制在5~10张为宜。



图1-8 细节丰富的茶桌椅

1.2.3 照片要突出商品本身

既然是网店商品照片，自然就需要突出商品的特点，以获得消费者的青睐。一个重要的检验标准就是在没有任何文字说明的情况下，消费者依然可以通过照片了解商品的基本特性。在很多时候，拍摄者常犯的错误的背景杂乱无章或装饰物过于抢眼，使照片无法准确地突出商品本身。因此，拍摄者在拍摄时要利用简单的搭配物或背景让商品在画面中显得更加突出，此外还可以通过景深将搭配物或背景虚化，以便突出商品，如图1-9所示。



图1-9 利用景深虚化搭配物或背景

1.2.4 足够的细节展示

将网店商品照片上传到网店页面中，弥补了消费者无法直接接触商品查看细节的缺点，让其对卖家所售卖的商品有更清楚的认识。由于是网上交易，因此商品照片必须要有细节的呈现，如图1-10所示。对于一般商品，拍摄者通常需要采用近距离特写的方式来拍摄细节；而对于小商品，则需要使用专业的微距镜头呈现其细节。细节展示越多，消费者通过照片获得的商品信息越充分，就越有利于商品的销售。